

证券代码：835854

证券简称：联创世纪

主办券商：兴业证券

联创新世纪（北京）品牌管理股份有限公司 2016 年年度报告摘要

一、重要提示

（一）本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊登于全国中小企业股份转让系统公司指定信息披露平台（www.neeq.com.cn 或 www.neeq.cc）的年度报告全文。

（二）本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

（三）本公司第一届董事会第十次会议、第一届监事会第四次会议审议通过了公司年度报告，公司董事、监事均出席会议并表决，没有董事、监事、高级管理人员对本次报告内容的真实性、准确性和完整性无法保证或存在异议。

（四）本年度报告经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具无保留意见的审计报告。

（五）公司联系方式

董事会秘书（信息披露事务负责人）：崔恒

联系电话：010-68060202-806

邮箱：cuiheng@lincreation.com

联系地址：北京市东城区彭庄 60 号 YOLO 文化产业园 16 号楼 3 层

二、主要财务数据和股东变化

（一）主要财务数据

| 项目 | 2016年(末) | 2015年(末) | 本年(末)比上年(末)增减(%) |
|---------------------------------------|---------------|---------------|------------------|
| 资产总计 | 22,819,487.98 | 21,969,483.48 | 3.87% |
| 归属于挂牌公司股东的净资产 | 15,618,180.58 | 15,278,262.61 | 2.22% |
| 营业收入 | 35,302,256.68 | 34,220,588.19 | 3.16% |
| 归属于挂牌公司股东的净利润 | 339,917.97 | 2,971,057.38 | -88.56% |
| 归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 | 328,476.80 | 1,283,394.83 | -74.41% |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -5,536,300.45 | 9,071,312.81 | - |
| 加权平均净资产收益率(依据归属于挂牌公司股东的净利润计算) | 2.20% | 20.29% | - |
| 加权平均净资产收益率(归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算) | 2.13% | 8.77% | - |
| 基本每股收益(元/股) | 0.03 | 0.30 | -90.00% |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.03 | 0.30 | -90.00% |
| 归属于挂牌公司股东的每股净资产(元/股) | 1.56 | 1.53 | 2.22% |

(二) 股本结构

单位：股

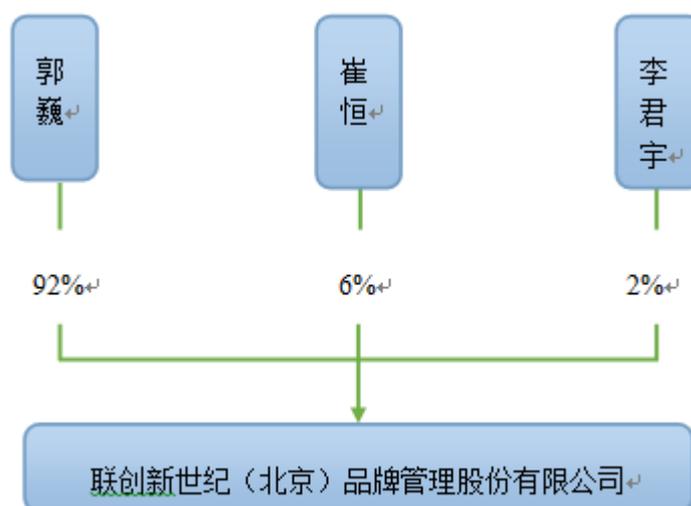
| 股份性质 | | 期初 | | 本期变动 | 期末 | |
|---------|--------------|------------|------|------|------------|------|
| | | 数量 | 比例% | | 数量 | 比例% |
| 无限售条件股份 | 无限售股份总数 | - | - | - | - | - |
| | 1、控股股东、实际控制人 | - | - | - | - | - |
| | 2、董事、监事、高管 | - | - | - | - | - |
| | 3、核心员工 | - | - | - | - | - |
| | 4、其它 | - | - | - | - | - |
| 有限售条件股份 | 有限售股份总数 | 10,000,000 | 100% | — | 10,000,000 | 100% |
| | 1、控股股东、实际控制人 | 9,800,000 | 98% | — | 9,800,000 | 98% |
| | 2、董事、监事、高管 | 200,000 | 2% | — | 200,000 | 2% |
| | 3、核心员工 | - | - | - | - | - |
| | 4、其它 | - | - | - | - | - |
| 普通股总股本 | | 10,000,000 | 100% | - | 10,000,000 | 100% |
| 普通股股东人数 | | 3 | | | | |

(三) 前十名股东持股情况

单位：股

| 序号 | 股东姓名 | 股东性质 | 期初持股数 | 期内增减 | 期末持股数 | 期末持股比例% | 限售股份数 | 无限售股份数 | 质押或冻结的股份数 |
|----|------|-------|------------|------|------------|---------|------------|--------|-----------|
| 1 | 郭巍 | 境内自然人 | 9,200,000 | 0 | 9,200,000 | 92% | 9,200,000 | 0 | 0 |
| 2 | 崔恒 | 境内自然人 | 600,000 | 0 | 600,000 | 6% | 600,000 | 0 | 0 |
| 3 | 李君宇 | 境内自然人 | 200,000 | 0 | 200,000 | 2% | 200,000 | 0 | 0 |
| 合计 | | | 10,000,000 | 0 | 10,000,000 | 100% | 10,000,000 | 0 | 0 |

(四) 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



三、管理层讨论与分析

(一) 商业模式

联创世纪是一家致力为企业和组织提供品牌整合传播服务的专业公司。结合客户的品牌传播和市场营销需求，联创世纪可以为客户提供从品牌认知到产品体验的全方位品牌整合传播的定制化服务。

依托于多年的业务积淀，结合数字化、互动化、视觉化的当今传播发展趋势，自2015年开始，公司不断推动业务的发展和升级，整合“传统渠道+数字渠道”的全平台传播渠道，积极探索和推动以数字化互动营销、多媒体互动展示、视频

内容创制为中心的全方位品牌整合传播服务体系，形成了以“创意+服务+技术”为特色的全方位服务模式。此外，公司从 2016 年开始尝试拓展客户范围，将客户服务的范围由传统的大型企业和机构向成长强的中小企业、尤其是新三板挂牌公司进行扩展，客户数量取得较大增长。

公司的主营业务包括：公共关系业务、广告业务、视频内容制作业务，其中“视频内容制作业务”为报告期内公司的新增主营业务。

公司的公共关系业务包括：品牌传播、数字化互动传播、危机管理、企业社会责任传播等一体化服务；广告业务包括：品牌咨询、整合营销、视觉设计、多媒体互动展示等全方位服务；视频内容制作业务包括：商业视频创意制作、短视频创意制作和影视节目创意制作。

2016 年 7 月公司投资成立控股子公司：中联职教（北京）科技有限公司。中联职教是一家视频内容及相关服务提供商，专注于从事针对职业教育领域的视频内容创制、跨媒体品牌推广和职业教育社群运营。其主营业务为视频内容制作业务，此业务也是公司的新增主营业务。

联创世纪一直专注服务快速消费品、金融、IT 行业的大型客户，绝大多数客户都是跨国企业和全球行业龙头企业，公司服务的财富全球 500 强企业和上市公司超过 20 家；从 2016 年开始，公司新增拓展新三板挂牌公司等成长性强的中小企业客户业务。公司客户质地优良，服务关系紧密，对公司认可度高。

通过为长期为核心客户提供品牌管理体系建设和数据库建设服务，为客户积累业务经验、培养新人提供了有力保障，也大大增强了公司与客户的服务黏度。报告期内，公司持续加强客户维护及拓展，各类业务的服务收入均保持良好的增长。

除终止了与公司核心业务关联度不高的“销售业务”、新增“视频内容制作业务”为公司的主营业务之外，报告期内，公司的商业模式未发生其他变化。

（二）外部环境分析

随着信息化时代的到来，市场竞争日益激烈，拥有自主知识产权和品牌的产
品日益成为市场经济的主流。因此，品牌形象的建立、传播和维护越来越受到众
多企业的重视。20世纪90年代，整合传播作为一项服务在美国兴起，其核心在
于将公共关系服务与广告服务进行有效整合，实现企业品牌与产品在市场中的认
知整合、形象整合、功能整合、手段整合、受众整合以及关系管理的整合。

1、公共关系和广告两个行业趋于融合

移动互联网和社交网络的爆发式增长，改变了整个社会的信息传播渠道：传
统媒体在新闻信息权威发布和全方位覆盖方面，依然保持着强大影响力；而越来
越多自媒体迅速崛起并借助社交网络快速传播，使信息发布的主体空间增加、信
息传播的周期大大压缩、信息互动不断提升。这些变化，给公共关系和广告服务
带来了新的变化，使这两项服务之间的界限正在变得模糊，两者越来越趋于融合。
在这种趋势下，能够兼容两项业务的整合传播型的服务企业将受到越来越多企业
的欢迎。

2、数字化应用能力决定企业的发展速度

无论是广告还是公关关系服务，创意能力和执行能力都是企业的核心竞争力。
在此基础上，对移动互联网和社交网络等新媒体环境的应用水平、对系统化数据
的挖掘水平、以及精确传播精准营销等数字化应用的能力，决定着企业是否能够
适应当今的市场环境，以更低的成本获得更多客户，并为他们提供更好的服务。

3、市场规模不断扩大，中小客户将大幅度增长

广告和公关行业在美国等发达国家的 GDP 占比一般在 2%以上，而在中国 GDP 的占比目前还不超过 1%，市场增长空间很大。目前，比较重视广告和公关等品牌管理业务的公司主要还是大型企业，但随着中小企业的发展，特别是“大众创业、万众创新”的热潮，品牌管理服务已受到越来越多的中小企业和创业者的重视，这部分的客户已呈现出大幅度增长的势头。

4、资本运作、行业及跨行业并购不断出现

国际上看，广告和公关行业的企业分化比较明显：一些资本实力强的公司通过资本运作、收购兼并不断扩张规模，逐步形成跨国公关和广告集团；而另一些公司则走向专业化道路，如专注于某一类别的客户、整合传播业务中的某一类别专项工作做精做深，形成自身的核心竞争力。国内的广告和公关行业的趋势也是这条路，与国外不同的是，由于广告和公关企业在品牌、市场、营销方面的独特优势，和它与影视、动漫、游戏行业的天然联系，吸引了很多国内企业进行跨行业并购，形成优势互补的产业生态。

（三）竞争优势分析

1、人力资本优势

身处以“创意+创新+整合”为核心特点的行业里，人力资本是公司发展壮大的基础，公司始终把“人力”作为企业最重要的资本来进行培养、开发、使用和激励，经过 10 年的积淀，已形成一定的人力资本优势：

第一，公司股东和管理团队拥有在中国主流媒体、新兴社交网络和全球领先外资广告机构多年的从业经历，既深刻了解国内媒体特性、媒体联系紧密，也谙熟创意类企业服务特色和流程，能深入洞察客户需求、业务执行精准到位；同时，能够把握移动互联网时代整合传播和技术发展紧密结合的趋势，对公司战略和具

体业务进行创新型的布局。

第二，公司核心人员具有丰富工作经验和创新能力，大多已在公司服务三年以上，核心骨干人员稳定、具有良好的带动效应；公司员工团队成长迅速，业务能力普遍较高；整体团队富有工作激情、凝聚力高、执行力强。。

第三、公司尊崇鼓励创新、宽容失败的文化，积极引导员工在传统整合传播业务的基础上结合新技术新业态开展创新研发，不断尝试、小步快跑、不断迭代，公司相信，这一点将成为公司未来在行业竞争中取得优势的重要渠道。

第四、公司不断加强在激励约束机制、业务培训、关键岗位后备等方面的建设，重视以内部的互动式工作环境营造提升全员的创意创新能力，从而不断提升全员的人均绩效管理水平和。

2、整合+创新优势

第一，公司创立初期，国内市场的公共关系服务和广告服务还分属两种服务体系，公司根据国际市场的发展特点和自身实际，将两项服务整合在一起，根据客户需求摸索出一套完整而灵活的服务模式，成为国内较早提供全方位整合传播服务的企业之一，以服务整合实现业务创新，获得了客户的认可和信任，为公司赢得了良好的口碑和品牌形象。在公司和其他一些优秀企业的带动下，集成公关和广告服务的整合传播服务，目前已经成为市场服务的主流。

第二，近两年来，公司利用移动互联网技术，将品牌管理与网络技术应用融合集成，自主研发出“Mini App 移动数字化互动营销云服务”，它以“自传播”为核心，以场景应用为基础，以微信等社交网络应用为载体，在整合传播模式创新、技术创新方面做出了积极探索，取得了一定成绩。下一步，公司将继续在移动互联和交互方面加大研发力度，不断增强相关服务的可扩展性。

3、经验优势

公司创立 10 年来，在客户数量、营业收入、人员规模等方面始终保持增长，在品牌管理服务方面积累了丰富的丰富经验和大量成功案例，特别是对于一些服务三年以上的核心客户，经常称赞公司“比他们自己更了解自己”，已经成为客户在品牌管理方面的“活字典”。公司通过为长期核心客户提供品牌管理体系建设和数据库建设服务，为客户积累业务经验、培养新人提供了有力保障，也大大增强了公司与客户的服务黏度。

公司通过建立内部分享机制，将成功和失败案例复盘，并形成系统化的检索、归类和分析，在十多个专项服务方面形成了独特的方法论模型，大大提升了全员了解客户情况、洞察客户需求的能力，提升了工作效率和服务质量。

4、客户优势

公司客户质地优良，服务关系紧密，对公司认可度高。目前，公司绝大多数客户都是跨国企业和全球行业龙头企业，公司服务的财富全球 500 强企业和上市公司超过 20 家，目前客户主要包括：可口可乐、中国工商银行、中国建设银行、中国国际贸易中心、中国医药、百威英博、惠氏、达能、蒙牛乳业、神州数码、中粮可口可乐、神华集团、首都国际机场、国家博物馆等。

另外，公司在 2016 年重点拓展了成长性更强的中小企业、尤其是新三板挂牌企业的客户，借助新华社播发的《中国新三板》栏目，公司已经与一百余家新三板优质企业建立紧密联系和合作关系，为公司积累了较为丰富和优质客户储备。

5、品牌优势

公司经过近 10 年的发展，在服务的客户中形成了良好的口碑和品牌形象，特别是在快速消费品行业和金融行业，公司的整合传播服务水准已经得到了非常

广泛的认同，形成较强的竞争优势。

（四）持续经营评价

报告期内，市场环境、行业发展态势良好；公司具备完全自主经营能力；会计核算、财务管理、风险控制等各项重大内部控制体系运行良好；公司经营管理层、核心人员稳定；没有重大不利影响公司持续经营的事项发生。

（五）公司发展战略

公司未来发展目标是以整合传播为业务立足点，更好地利用互联网、移动互联网以及其他新技术手段，为更多的企业和其他机构客户提供更便捷、更有效的品牌管理服务和其他相关服务。在战略选择上，着眼于不仅让有实力的大中型企业可以享受到公司优质高效的 brand 管理服务，也努力为数量更为巨大的中小微企业、初创团队提供便捷的整合传播实现手段乃至相关服务平台。

报告期内，公司通过与新华社旗下中国新华新闻电视网、新华网联合播发《中国新三板》演播室视频访谈栏目，与 100 多家新三板优质企业建立了紧密联系及合作关系，迈出了“既服务大中型企业，也服务中小微企业”的第一步，在公司的服务客户类型方面实现了战略转型的良好开端，公司将继续立足于细分市场的媒体服务，不断拓展客户来源，为之提供更便捷有效的品牌管理和其他相关服务；并积极探索创新技术服务形态，不断提升前述相关服务的规模效益和可复制性。

四、涉及财务报告的相关事项

（一）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及影响。

不适用。

（二）本年度内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、

更正金额、原因及其影响。

不适用。

（三）与上年度财务报告相比，财务报表合并范围发生变化的，公司应当做出具体说明。

2016年7月8日，本公司与自然人郭巍、严峰共同出资设立中联职教（北京）科技有限公司，注册资本100万元，本公司占比60%，本期将其纳入合并财务报表范围，因此合并财务报表范围主体较上期相比，增加1户。

（四）年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会应当对涉及事项做出说明。

不适用。

联创新世纪（北京）品牌管理股份有限公司

董事会

2017年4月12日