

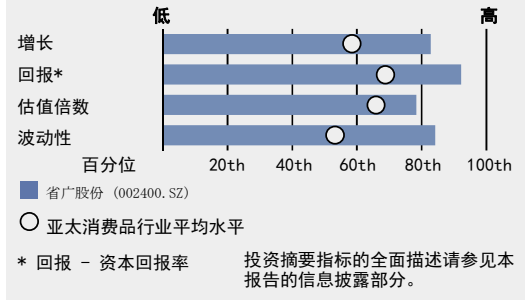


数字广告业务强劲增长，估值具吸引力；买入

建议理由

省广股份是国内收入规模最大的广告集团。我们基于两项原因看好该股：(1) 公司将传统业务迅速转型为数字营销业务。我们预计，受广告支出向互联网媒体转移以及客户群不断增长的推动，省广股份的数字营销业务占比将从2015年的24%升至2018年的43%。(2) 估值因素。我们认为该股当前23倍的2016年预期市盈率具有吸引力（研究范围内传媒股均值为37倍），2015-18年每股盈利年均复合增速为28%。我们重申买入评级，并维持12个月目标价格人民币18.83元不变，上涨空间33%。

投资摘要



推动因素

(1) 自从2010年上市以来，省广股份已收购了约20家公司，平均每年收购3至4家，并以并购作为推动新增长的主要战略。虽然公司已经成为本土最大的企业，但在中国市场上的份额仅为3%，总收入与WPP等国际公司相比仍相差甚远（2015年WPP的中国业务总交易额约为人民币300亿元，而省广股份约为人民币96亿元）。我们预计省广股份将继续在这一分散市场上进行整合。(2) 利润率稳健。省广股份更多地侧重于收入增长，以通过规模扩张提升运营议价能力，而其利润率大致保持稳健（2018年预期EBIT利润率为9.4%，2015年为8.1%）。此外，倘若已宣布的不超过人民币22亿元的定向增发计划于今年下半年完成，我们认为财务费用有望下降。我们的盈利增速预测（2016/17年为34%/28%）已高于收入增速预测（2016/17年为24%/23%）。

主要数据

	当前
股价(Rmb)	14.13
12个月目标价格(Rmb)	18.83
市值(Rmb mn / US\$ mn)	10,621.9 / 1,598.8
外资持股比例(%)	--

	12/15	12/16E	12/17E	12/18E
每股盈利(Rmb)	0.47	0.62	0.80	0.98
每股盈利增长(%)	(15.2)	33.9	28.1	22.5
每股摊薄盈利(Rmb)	0.47	0.62	0.80	0.98
每股基本盈利(Rmb)	0.47	0.62	0.80	0.98
市盈率(X)	38.6	22.7	17.7	14.4
市净率(X)	8.7	5.5	4.4	3.5
EV/EBITDA(X)	26.7	15.5	12.4	10.1
股息收益率(%)	0.3	0.9	1.1	1.4
净资产回报率(%)	25.1	26.9	27.6	27.2
CROCI(%)	23.3	21.8	22.0	23.2

估值

我们维持盈利预测不变，并计入了5月20日以1比1.3拆股后的总股本变动。我们的12个月目标价格仍为人民币18.83元（基于18倍的2020年预期市盈率并以8%的股权成本贴现回2016年）。

主要风险

主要风险：收入增长慢于预期，并购失败。

所属投资名单

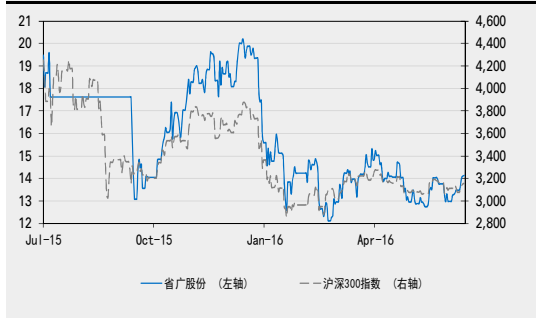
亚太买入名单

行业评级：中性

廖绪发, CFA (分析师) 执业证书编号: S1420510120006
+86(21)2401-8902 xufa.liao@ghsl.cn 北京高华证券有限责任公司
戴晔 (研究助理)
+86(21)2401-8944 brian.dai@ghsl.cn 北京高华证券有限责任公司

北京高华证券有限责任公司及其关联机构与其研究报告所分析的企业存在业务关系，并且继续寻求发展这些关系。因此，投资者应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。有关分析师的申明和其他重要信息，见信息披露附录，或请与您的投资代表联系。

股价走势图



股价表现(%)

	3个月	6个月	12个月
绝对	0.4	(27.0)	(27.3)
相对于沪深300指数	2.4	(13.6)	3.1

资料来源：公司数据、高盛研究预测、FactSet（股价为6/30/2016收盘价）

省广股份：财务数据概要

损益表 (Rmb mn)	12/15	12/16E	12/17E	12/18E	资产负债表 (Rmb mn)	12/15	12/16E	12/17E	12/18E
主营业务收入	9,628.6	11,953.5	14,726.8	17,459.8	现金及等价物	807.9	613.5	584.9	929.1
主营业务成本	(7,898.5)	(9,831.3)	(12,135.5)	(14,378.5)	应收账款	4,374.8	5,431.1	6,691.2	7,932.9
销售、一般及管理费用	(865.5)	(1,053.8)	(1,248.5)	(1,442.3)	存货	1.2	1.3	1.5	1.6
研发费用	0.0	0.0	0.0	0.0	其它流动资产	70.5	2.0	2.0	2.0
其它营业收入/(支出)	(81.3)	0.0	0.0	0.0	流动资产	5,254.3	6,048.0	7,279.6	8,865.6
EBITDA	805.6	1,086.9	1,356.0	1,648.0	固定资产净额	33.3	38.9	46.5	55.6
折旧和摊销	(22.4)	(18.5)	(13.2)	(9.0)	无形资产净额	2,112.3	2,169.6	2,241.8	2,328.7
EBIT	783.2	1,068.4	1,342.9	1,639.1	长期投资	301.9	431.9	561.8	691.8
利息收入	7.0	11.6	8.8	8.4	其它长期资产	77.9	56.3	37.0	19.2
财务费用	(42.3)	(50.7)	(31.3)	(25.0)	资产合计	7,779.8	8,744.7	10,166.7	11,961.0
联营公司	30.0	30.0	30.0	30.0	应付账款	2,475.1	3,080.8	3,802.9	4,505.7
其它	38.7	0.0	0.0	0.0	短期贷款	918.2	518.2	318.2	318.2
税前利润	816.6	1,059.3	1,350.3	1,652.4	其它流动负债	648.9	732.2	773.4	815.7
所得税	(210.1)	(236.8)	(303.7)	(373.2)	流动负债	4,042.3	4,331.2	4,894.5	5,639.6
少数股东损益	(58.8)	(89.5)	(107.3)	(128.8)	长期贷款	0.0	0.0	0.0	0.0
优先股股息前净利润	547.6	733.1	939.3	1,150.4	其它长期负债	1,065.1	1,065.1	1,065.1	1,065.1
优先股息	0.0	0.0	0.0	0.0	长期负债	1,065.1	1,065.1	1,065.1	1,065.1
非经常性项目前净利润	547.6	733.1	939.3	1,150.4	负债合计	5,107.3	5,396.3	5,959.6	6,704.7
税后非经常性损益	0.0	0.0	0.0	0.0	优先股	0.0	0.0	0.0	0.0
净利润	547.6	733.1	939.3	1,150.4	普通股权益	2,436.6	3,023.1	3,774.5	4,694.8
每股基本盈利(非经常性项目前)(Rmb)	0.47	0.62	0.80	0.98	少数股东权益	235.9	325.3	432.7	561.5
每股基本盈利(非经常性项目后)(Rmb)	0.47	0.62	0.80	0.98	负债及股东权益合计	7,779.8	8,744.7	10,166.7	11,961.0
每股摊薄盈利(非经常性项目后)(Rmb)	0.47	0.62	0.80	0.98	每股净资产(Rmb)	2.07	2.57	3.21	3.99
每股股息(Rmb)	0.05	0.12	0.16	0.20					
股息支付率(%)	11.6	20.0	20.0	20.0					
自由现金流收益率(%)	1.0	2.2	2.5	3.7					
增长率和利润率(%)	12/15	12/16E	12/17E	12/18E	比率	12/15	12/16E	12/17E	12/18E
主营业务收入增长率	51.9	24.1	23.2	18.6	GROCI (%)	23.3	21.8	22.0	23.2
EBITDA增长率	30.9	34.9	24.8	21.5	净资产回报率(%)	25.1	26.9	27.6	27.2
EBIT增长率	29.6	36.4	25.7	22.1	总资产回报率(%)	8.7	8.9	9.9	10.4
净利润增长率	28.8	33.9	28.1	22.5	平均运用资本回报率(%)	27.0	28.3	29.6	30.1
每股盈利增长	(15.2)	33.9	28.1	22.5	存货周转天数	0.0	0.0	0.0	0.0
毛利率	18.0	17.8	17.6	17.6	应收账款周转天数	144.2	149.7	150.2	152.9
EBITDA利润率	8.4	9.1	9.2	9.4	应付账款周转天数	100.7	103.1	103.5	105.5
EBIT利润率	8.1	8.9	9.1	9.4	净负债/股东权益(%)	4.1	(2.8)	(6.3)	(11.6)
					EBIT利息保障倍数(X)	22.2	27.3	59.6	98.6
现金流量表 (Rmb mn)	12/15	12/16E	12/17E	12/18E	估值	12/15	12/16E	12/17E	12/18E
优先股股息前净利润	547.6	733.1	939.3	1,150.4	基本市盈率(X)	38.6	22.7	17.7	14.4
折旧及摊销	22.4	18.5	13.2	9.0	市净率(X)	8.7	5.5	4.4	3.5
少数股东权益	58.8	89.5	107.3	128.8	EV/EBITDA(X)	26.7	15.5	12.4	10.1
运营资本增减	(459.2)	(450.8)	(538.2)	(539.0)	企业价值/总投资现金(X)	5.5	3.8	3.3	2.8
其它	95.7	38.5	(30.0)	(30.0)	股息收益率(%)	0.3	0.9	1.1	1.4
经营活动产生的现金流	265.4	428.8	491.7	719.3					
资本开支	(50.8)	(59.8)	(73.6)	(87.3)					
收购	(716.2)	0.0	0.0	0.0					
剥离	0.0	0.0	0.0	0.0					
其它	(322.1)	(100.0)	(100.0)	(100.0)					
投资活动产生的现金流	(1,089.1)	(159.8)	(173.6)	(187.3)					
支付股息的现金(普通股和优先股)	(65.5)	(63.3)	(146.6)	(187.9)					
借款增减	1,292.5	(400.0)	(200.0)	0.0					
普通股发行(回购)	2.6	0.0	0.0	0.0					
其它	(121.4)	0.0	0.0	0.0					
筹资活动产生的现金流	1,108.1	(463.3)	(346.6)	(187.9)					
总现金流	284.5	(194.3)	(28.6)	344.1					

注：最后一个实际年度数据可能包括已公布和预测数据。

资料来源：公司数据、高盛研究预测

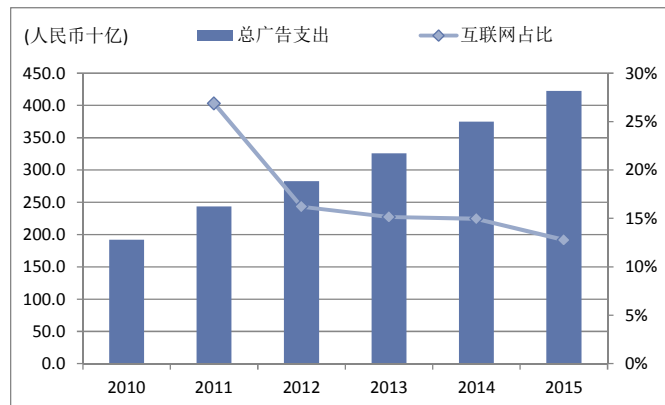
对此报告有贡献的人员

廖绪发, CFA
xufa.liao@ghsl.cn

戴晔
brian.dai@ghsl.cn

图表1: 2015年广告总支出增长13%

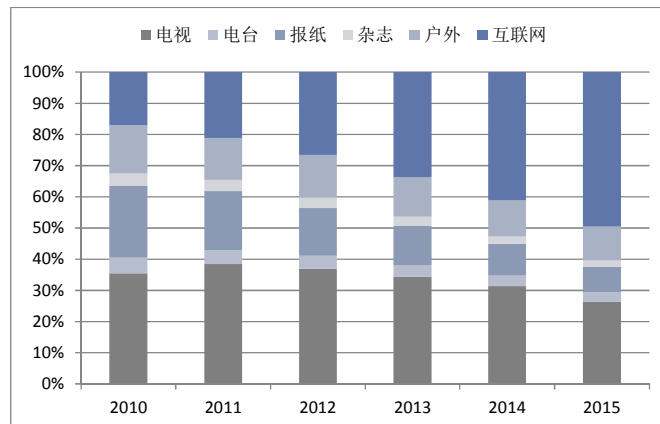
中国广告总支出



资料来源: 艾瑞咨询

图表2: 互联网广告的市场份额快速增长

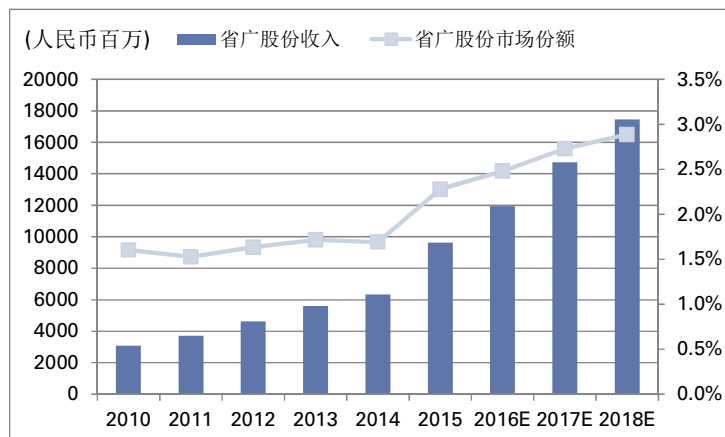
各类媒体上的广告支出



资料来源: 艾瑞咨询

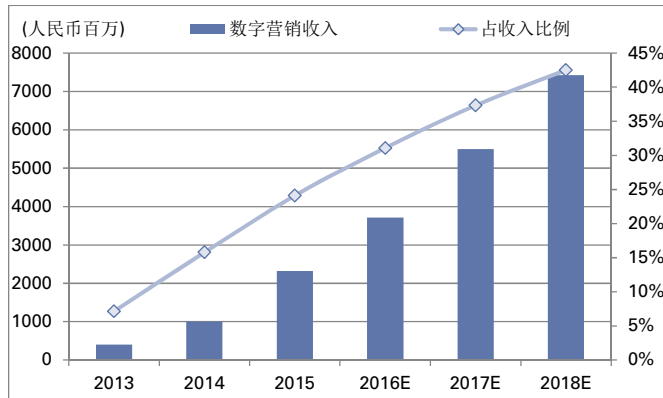
图表3: 省广股份的市场份额将逐步上升

省广股份收入和在中国广告行业中的市场份额



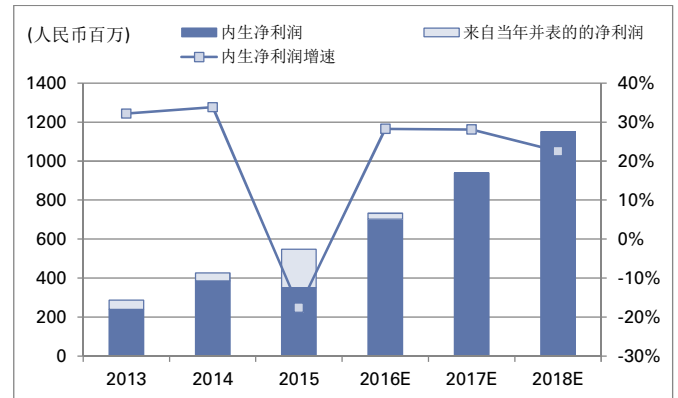
资料来源: 公司数据、高华证券研究

图表4: 来自数字业务的收入快速增长
省广股份数字营销业务在总收入中的占比



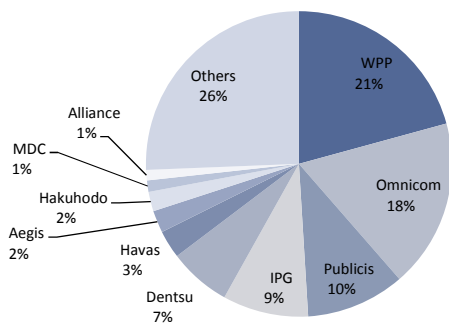
资料来源: 公司数据, 高华证券研究

图表5: 净利润增速主要来自于并购
省广股份的内生和外延净利润



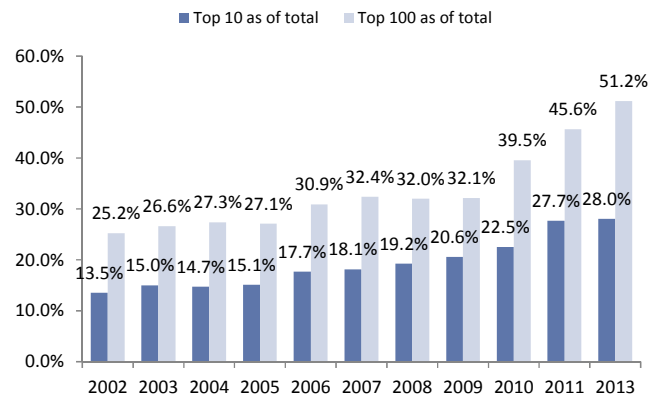
资料来源: 公司数据, 高华证券研究

图表6: 全球广告市场以5家领先企业为主导
全球广告市场份额数据, 2011年



资料来源: Magna, Adage

图表7: 中国广告市场的集中度正在上升
中国广告市场份额数据



资料来源: 中国广告协会

图表8: 省广股份的收购路线图

日期	标的公司	主营业务	控股比例	价格 (百万元)	PE
3/8/2011	重庆年度广告	媒介代理	51%	111	8.9
6/15/2011	广州旗智企业管理咨询	公共关系	51%	10	9.3
6/24/2012	上海窗之外广告	户外广告	51%	36	9.1
6/24/2012	青岛先锋广告	媒介代理	51%	51	14.5
11/20/2012	北京合众传播	媒介代理	100%	135	7.9
8/22/2013	上海瑞格营销	线下营销	55%	116	9.2
11/21/2013	上海雅润文化传播	电视媒介代理	100%	570	10.0
10/27/2014	上海恺达	互动整合营销	85%	252	10.0
7/27/2014	广州中懋	电台广告代理	55%	188	9.0
7/27/2014	尚道	社会化媒体营销	25%	13	10.0
3/31/2015	上海韵翔广告	户外媒体广告代理	55%	227	9.6
3/31/2015	传漾广告	数字营销	80%	468	7.8
3/31/2015	东信时代	数字营销	15%	113	10.0
9/14/2015	蓝门数字	数字营销	51%	73	11.0
9/14/2015	晋拓文化	游戏广告	80%	624	13.0

资料来源: 公司数据

图表9: 省广股份的损益表

人民币百万元	2013	2014	2015	2016E	2017E	2018E	2019E	2020E
营业收入	5591	6338	9629	11954	14727	17460	20537	23976
收入增长率	21%	13%	52%	24%	23%	19%	18%	17%
品牌管理	257	279	239	265	302	348	396	456
媒介代理	4807	5390	6314	7080	7888	8507	9148	9642
数字营销			2321	3714	5497	7421	9647	12348
自有媒体	368	452	532	638	753	866	996	1145
公关和其他	158	216	222	256	287	318	350	385
营业成本	4526	5069	7899	9831	12136	14378	16899	19703
毛利	1064	1268	1730	2122	2591	3081	3638	4273
毛利增长率	0	19%	36%	23%	22%	19%	18%	17%
品牌管理	206	224	199	221	252	290	330	380
媒介代理	619	746	827	909	995	1072	1157	1224
数字营销			377	608	899	1214	1578	2020
自有媒体	159	188	203	244	288	331	380	437
公关和其他	78	106	99	115	129	143	157	173
毛利率	19.0%	20.0%	18.0%	17.8%	17.6%	17.6%	17.7%	17.8%
品牌管理	80%	80%	83%	83%	83%	83%	83%	83%
媒介代理	13%	14%	13%	13%	13%	13%	13%	13%
数字营销			16%	16%	16%	16%	16%	16%
自有媒体	43%	42%	38%	38%	38%	38%	38%	38%
公关和其他	50%	51%	55%	55%	55%	55%	55%	55%
营业税金及附加	57	35	60	73	88	104	122	142
% of 营业收入	1.0%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%
销售费用	420	475	585	712	845	978	1124	1287
% of 营业收入	7.5%	7.5%	6.1%	6.0%	5.7%	5.6%	5.5%	5.4%
管理费用	128	127	221	269	315	361	410	463
% of 营业收入	2.3%	2.0%	2.3%	2.2%	2.1%	2.1%	2.0%	1.9%
财务费用	-11	-11	35	39	23	16	11	4
利润总额	459	631	817	1059	1350	1653	2001	2406
减: 所得税	113	144	210	237	304	373	453	547
净利润	346	487	606	823	1047	1279	1548	1860
减: 少数股东损益	59	62	59	89	107	129	155	185
归属于母公司所有者的净利润	288	425	548	733	939	1151	1393	1674
YoY	59%	48%	29%	34%	28%	22%	21%	20%
基本每股收益	0.75	0.71	0.61	0.62	0.80	0.98	1.18	1.42

资料来源: 公司数据、高华证券研究

信息披露附录

申明

本人, 廖绪发, CFA, 在此申明, 本报告所表述的所有观点准确反映了本人对上述公司或其证券的个人看法。此外, 本人薪金的任何部分不曾与, 不与, 也将不会与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

投资摘要

投资摘要部分通过将一只股票的主要指标与其行业和市场相比较来评价该股的投资环境。所描述的四个主要指标包括增长、回报、估值倍数和波动性。增长、回报和估值倍数都是运用数种方法综合计算而成, 以确定该股在地区研究行业内所处的百分位排名。

每项指标的准确计算方式可能随着财务年度、行业和所属地区的不同而有所变化, 但标准方法如下:

增长是下一年预测与当前年度预测的综合比较, 如每股盈利、EBITDA 和收入等。**回报**是各项资本回报指标一年预测的加总, 如 CROCI、平均运用资本回报率和净资产回报率。**估值倍数**根据一年预期估值比率综合计算, 如市盈率、股息收益率、EV/FCF、EV/EBITDA、EV/DACF、市净率。**波动性**根据 12 个月的历史波动性计算并经股息调整。

Quantum

Quantum 是提供具体财务报表数据历史、预测和比率的高盛专有数据库, 它可以用于对单一公司的深入分析, 或在不同行业和市场公司之间进行比较。

GS SUSTAIN

GS SUSTAIN 是侧重于长期做多建议的相对稳定的全球投资策略。GS SUSTAIN 关注名单涵盖了我们认为相对于全球同业具有持续竞争优势和出色的资本回报、因而有望在长期内表现出色的行业领军企业。我们对领军企业的筛选基于对以下三方面的量化分析: 现金投资的现金回报、行业地位和管理水平(公司管理层对行业面临的环境、社会和企业治理方面管理的有效性)。

信息披露

相关的股票研究范围

廖绪发, CFA: 中国传媒业、中国食品及饮料行业。

中国食品及饮料行业: 古井贡酒、洋河股份、贵州茅台、泸州老窖、青青稞酒、山西汾酒、五粮液。

中国传媒业: 奥飞娱乐、光线传媒、歌华有线、华录百纳、蓝色光标、中南传媒、分众传媒、省广股份、华谊兄弟、IMAX 中国、凤凰传媒、乐视网、东方明珠、掌趣科技、万达院线、华策影视。

与公司有关的法定披露

以下信息披露了高盛高华证券有限责任公司(“高盛高华”)与北京高华证券有限责任公司(“高华证券”)投资研究部所研究的并在本研究报告中提及的公司之间的关系。

没有对下述公司的具体信息披露: 省广股份 (Rmb14.25)

公司评级、研究行业及评级和相关定义

买入、中性、卖出: 分析师建议将评为买入或卖出的股票纳入地区投资名单。一只股票在投资名单中评为买入或卖出由其相对于所属研究行业的潜在回报决定。任何未获得买入或卖出评级的股票均被视为中性评级。每个地区投资评估委员会根据 25-35% 的股票评级为买入、10-15% 的股票评级为卖出的全球指导原则来管理该地区的投资名单; 但是, 在某一特定行业买入和卖出评级的分布可能根据地区投资评估委员会的决定而有所不同。地区强力买入或卖出名单是以潜在回报规模或实现回报的可能性为主要依据的投资建议。

潜在回报: 代表当前股价与一定时间范围内预测目标价格之差。分析师被要求对研究范围内的所有股票给出目标价格。潜在回报、目标价格及相关时间范围在每份加入投资名单或重申维持在投资名单的研究报告中都有注明。

研究行业及评级: 分析师给出下列评级中的其中一项代表其根据行业历史基本面及 / 或估值对研究对象的投资前景的看法。**具吸引力(A):** 未来 12 个月内投资前景优于研究范围的历史基本面及 / 或估值。**中性(N):** 未来 12 个月内投资前景相对研究范围的历史基本面及 / 或估值持平。**谨慎(C):** 未来 12 个月内投资前景劣于研究范围的历史基本面及 / 或估值。

暂无评级(NR): 在高盛高华于涉及该公司的一项合并交易或战略性交易中担任咨询顾问时并在某些其他情况下, 投资评级和目标价格已经根据高华证券的政策予以除去。**暂停评级(RS):** 由于缺乏足够的基础去确定投资评级或价格目标, 或在发表报告方面存在法律、监管或政策的限制, 我们已经暂停对这种股票给予投资评级和价格目标。此前对这种股票作出的投资评级和价格目标(如有的话)将不再有效, 因此投资者不应依赖该等资料。**暂停研究(CS):** 我们已经暂停对该公司的研究。**没有研究(NC):** 我们没有对该公司进行研究。**不存在或不适用(NA):** 此资料不存在或不适用。**无意义(NM):** 此资料无意义, 因此不包括在报告内。

一般披露

本报告在中国由高华证券分发。高华证券具备证券投资咨询业务资格。

本研究报告仅供我们的客户使用。除了与高盛相关的披露, 本研究报告是基于我们认为可靠的目前已公开的信息, 但我们不保证该信息的准确性和完整性, 客户也不应该依赖该信息是准确和完整的。报告中的信息、观点、估算和预测均截至报告的发表日, 且可能在不事先通知的情况下进行调整。我们会适时地更新我们的研究, 但各种规定可能会阻止我们这样做。除了一些定期出版的行业报告之外, 绝大多数报告是在分析师认为适当的时候不定期地出版。

高盛高华为高华证券的关联机构, 从事投资银行业务。高华证券、高盛高华及它们的关联机构与本报中涉及的大部分公司保持着投资银行业务和其它业务关系。

我们的销售人员、交易员和其它专业人员可能会向我们的客户及自营交易部提供与本研究报告中的观点截然相反的口头或书面市场评论或交易策略。我们的资产管理部、自营交易部和投资业务部可能会做出与本报告的提议或表达的意见不一致的投资决策。

本报告中署名的分析师可能已经与包括高华证券销售人员和交易员在内的我们的客户讨论，或在本报告中讨论交易策略，其中提及可能会对本报告讨论的证券市场价格产生短期影响的推动因素或事件，该影响在方向上可能与分析师发布的股票目标价格相反。任何此类交易策略都区别于且不影响分析师对于该股的基本评级，此类评级反映了某只股票相对于报告中描述的研究范围内股票的回报潜力。

高华证券及其关联机构、高级职员、董事和雇员，不包括股票分析师和信贷分析师，将不时地对本研究报告所涉及的证券或衍生工具持有多头或空头头寸，担任上述证券或衍生工具的交易对手，或买卖上述证券或衍生工具。

在高盛组织的会议上的第三方演讲嘉宾（包括高华证券或高盛其它部门人员）的观点不一定反映全球投资研究部的观点，也并非高华证券或高盛的正式观点。

在任何要约出售股票或征购股票要约的行为为非法的地区，本报告不构成该等出售要约或征购要约。本报告不构成个人投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及(若有必要)寻求专家的意见，包括税务意见。本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。

某些交易，包括牵涉期货、期权和其它衍生工具的交易，有很大的风险，因此并不适合所有投资者。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。

投资者可以向高华销售代表取得或通过 <http://www.theocc.com/about/publications/character-risks.jsp> 取得当前的期权披露文件。对于包含多重期权买卖的期权策略结构产品，例如，期权差价结构产品，其交易成本可能较高。与交易相关的文件将根据要求提供。

所有研究报告均以电子出版物的形式刊登在高华客户网上并向所有客户同步提供。高华未授权任何第三方整合者转发其研究报告。有关某特定证券的研究报告、模型或其它数据，请联络您的销售代表。

北京高华证券有限责任公司版权所有 © 2016 年

未经北京高华证券有限责任公司事先书面同意，本材料的任何部分均不得(i)以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或(ii)再次分发。