

**活动邦(836458)**
**立足高校，打造全媒体营销服务品牌**
**基本数据**

2016年7月4日	
收盘价(元)	
总股本(万股)	600
流通股本(万股)	0
总市值(亿元)	
每股净资产(元)	1.05
PB(倍)	

**财务指标**

	2014A	2015A	2016E	2017E	2018E
营业收入(百万元)	7.91	18.19	23.65	30.74	39.96
净利润(百万元)	-1.3	0.4	0.83	1.09	1.47
毛利率	45.09	38	42	43.3	43.5
净利率	-16.4	2.21	3.53	3.55	3.67
ROE	-276.4	15.45	32.24	42.15	56.65
EPS(元)	-0.68	0.07	0.14	0.18	0.24

公司是一家以校园为活动资源的品牌服务公司。公司充分利用互联网的数据优势，自主规划开发了专业的 ABEL 运营支撑平台、VIP 效果监督平台和大学生消费特征调研平台，实现了客户、供应商及高校营销资源信息的有效搜集和整理。并通过公司开发的 web、wap、APP、网站等平台，有效聚合了海量的活动内容资源及信息分发。

**公司服务众多知名品牌企业。**公司报告期内已服务企业，包括北京趣拿软件科技有限公司、成都完美时空网络技术有限公司北京分公司、上汽通用汽车有限公司、国美电器有限公司、农夫山泉股份有限公司、中国人寿保险股份有限公司、东软集团股份有限公司、广州王老吉大健康产业有限公司、江西仁和药业有限公司等多家电子商务平台。

**高校资源继续增长为公司业务创造更多条件。**高校数量级在校学生人数呈现持续增长的态势。截至 2014 年末，普通高等学校达到了 2,529 所。国家统计局公布的《2014 年国民经济和社会发展统计公报》显示，随着我国高等教育近年来的连续扩招，学生规模不断壮大，2014 年我国在校研究生达到 179.40 万人，普通本专科在校生达到 2,468.10 万人；《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020 年）》提出至 2020 年我国高等教育毛入学率将达到 40%，高等教育在学总规模扩大至 3,550 万人。高校数量及学生人数的增加，为校园营销需求创造了巨大的市场空间。

研究员 周川南

[zhouchuannan@wtneeq.com](mailto:zhouchuannan@wtneeq.com)

010-85715117


**盈利预测**

预测公司 2016~2018 年归属于上市公司股东的净利润分别为 0.008 亿元、0.011 亿元、0.015 亿元，每股收益分别为 0.14 元、0.18 元、0.24 元。

**风险提示**

市场竞争的风险；经营规模偏小的风险；人才流失的风险。

## 目 录

■ 以校园为业务载体，结合互联网打造服务平台 .....	1
■ 立足高校市场，未来需求空间广阔 .....	2
■ 定位清晰，不断积累优质客户 .....	4
■ 业务快速增长，报告期内扭亏为盈 .....	6
■ 盈利预测 .....	7

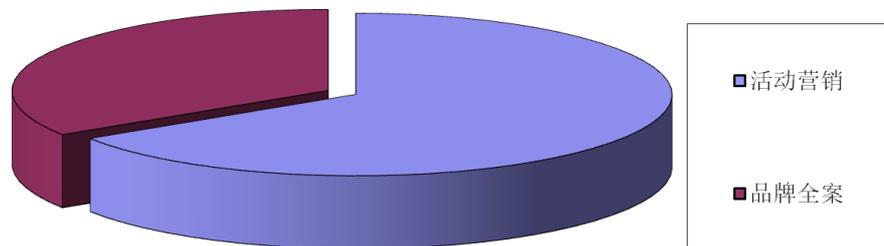
## 图表目录

图表 1 活动邦主营收入构成.....	1
图表 2 活动邦活动案例展示.....	1
图表 3 活动邦活动案例展示.....	2
图表 4 全国普通高校增长趋势.....	3
图表 5 全国研究生及普通本专科在校学生数增长趋势.....	3
图表 6 广告、公关市场规模.....	4
图表 7 国内广告经营及增速预测.....	4
图表 8 社忧平台业务情况.....	5
图表 9 下游行业营业额及增长趋势.....	6
图表 10 2013-2015 年公司财务情况 .....	6
图表 11 2013-2015 年公司盈利能力情况.....	7

## ■ 以校园为业务载体，结合互联网打造服务平台

北京活动邦科技股份有限公司，成立于2012年5月。公司是一家以校园为活动资源，为品牌客户提供全媒体整合营销服务及品牌全案策划服务的专业服务提供商。公司充分利用互联网的数据优势，自主规划开发了专业的 ABEL 运营支撑平台、VIP 效果监督平台和大学生消费特征调研平台，实现了客户、供应商及高校营销资源信息的有效搜集和整理。并通过公司开发的 web、wap、APP、网站等平台，有效聚合了海量的活动内容资源及信息分发。报告期内，公司主营构成情况如下：

图表 1 活动邦主营收入构成



资料来源：2015 年年度报告

校园活动营销业务中，公司根据客户品牌定位和宣传的具体需求，在校园活动营销业务中，与多家大型企业进行业务合作：广州王老吉大健康产业有限公司、成都完美时空网络技术有限公司北京分公司、北京韵洪万豪广告有限公司、农夫山泉股份有限公司、江西仁和药业有限公司等单位，公司先后策划和承接了“超‘吉’无限‘吉’时狂欢王老吉 2014 全国校园五人足球赛”，“‘笑傲江湖’校园整合营销”、“2015 闪亮大学声’全国校园歌手大赛”、“‘康王舞动中国’舞蹈达人选拔整合营销”、“2015 紫竹青春健康校园行”、“2015 音乐维他命全国大学生歌手大赛”等社会影响较大的校园营销活动。

图表 2 活动邦活动案例展示



康王舞动中国活动现场

资料来源：公司官网

图表 3 活动邦活动案例展示



王老吉2014全国校园五人足球赛活动现场

资料来源：公司官网

## ■ 立足高校市场，未来需求空间广阔

### ● 校园、学生群体数量增加创造巨大的校园营销条件

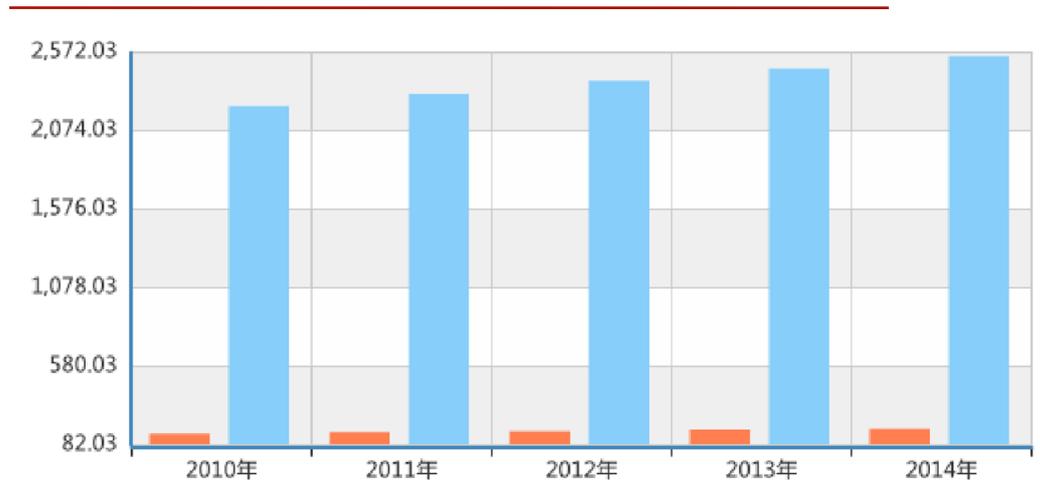
学生是一个特定的消费群体，以学校作为主要的活动场所。近几年来，随着我国教育水平不断提升，高校数量及在校学生人数呈现持续增长的态势。截至2014年末，普通高等学校达到了2,529所。国家统计局公布的《2014年国民经济和社会发展统计公报》显示，随着我国高等教育近年来的连续扩招，学生规模不断壮大，2014年我国在校研究生达到179.40万人，普通本专科在校生达到2,468.10万人；《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》提出至2020年我国高等教育毛入学率将达到40%，高等教育在学总规模扩大至3,550万人。高校数量及学生人数的增加，为校园营销需求创造了巨大的市场空间。

图表 4 全国普通高校增长趋势



资料来源：公开转说明书

图表 5 全国研究生及普通本专科在校学生数增长趋势



资料来源：公开转说明书

● 广告、公关市场保持较快增长

公共关系服务业是由于企业将营销业务外包而产生的新兴服务行业，发达国家该行业发展时间较长，行业发展较为成熟，已形成了多家大型营销服务机构，而我国起步较晚，但发展速度较快。中国公关协会的一项调查显示截止到2015年中国公关公司所开发的市场份额仅有全部需求的16%，预计未来国内公关行业将继续保持两位数年增长率，未来三年市场规模有望突破500亿。

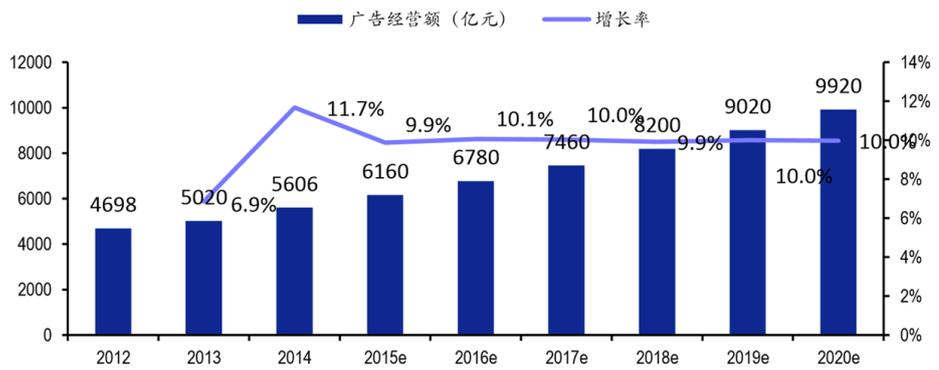
图表 6 广告、公关市场规模



资料来源：安信证券研究中心

广告方面,行业在 2013 年的经营额突破了 5000 亿,但渗透率仍然较低,相比国外,美国广告行业渗透率超过 2%,日本的渗透率在 1.4%附近,而中国只有 0.8%。因此随着经济市场化程度进一步提高,企业对广告的需求以及行业中的渗透率仍有提升空间。

图表 7 国内广告经营及增速预测



资料来源：安信证券研究中心

## ■ 定位清晰，不断积累优质客户

### ● 集中精力，做自己擅长的事情

公司的营销活动分为部分外包和整体外包两种,在部分外包模式下,公司执行部人员负责活动设计、策划及执行组织管理,并把控整体项目的进度情况。活动的物料由供应商提供,校园方负责活动的执行及宣传、信息收集等工作。并且结合互联网,开通活动赞助网 [www.huodongzanzhu.com](http://www.huodongzanzhu.com),校园举办方在活动赞助网上传信息后,即可快速匹配赞助商家,提高效率。

图表 8 社忧平台业务情况



资料来源：公司官网

整体外包模式，主要针对标准化程度高的大型活动，活动执行全部由供应商完成，公司仅负责活动设计、策划以及筛选、监督和考核供应商等环节。对于公司来讲，活动执行属于公司的非核心环节。公司将占用人工较多的非核心环节外包，一方面可以利用当地供应商的地缘优势提升活动执行质量，为客户提供更专业的服务；另一方面更有利于集中资源提升自身的设计和策划能力，增强公司的竞争力。另外，公司在活动执行反馈方面，引入VIP效果监督平台(vip.zanzhu.com)，方便客户实时监督活动执行效果。

● 对校园资源深度开发，提高公司竞争优势

高校资源作为公司业务的重要载体，公司重视在现有数据库基础上进一步提高“中国大学生人才库”、“中国高校活动资源库”、“中国高校场地资源库”、“供应商管理资源库”的有效覆盖率。

由于高校信息资源高度离散以及高校间信息缺乏有效沟通的现实，阻碍了校园资源商业化的进度。公司重视高校资源的开发，分别对全国高校的自媒体资源、活动资源进行整合和商业化的开发。另外在学生群体方面，公司匹配业务开发校园达人经纪业务，目标是培养校园对接人才，实现校园达人生产力有效转化和运营开发。同时，公司将进一步整合高校场地资源（剧场报告厅、学生活动中心、广场、运动场馆、阶梯教室等），为厂商机构在校园进行整合营销推广提供真实、便捷、高性价比的场地资源租洽服务。

● 受益下游客户需求不断增大，优质客户积累成就公司品牌。

公司下游的主要行业为汽车行业、快速消费品行业、医疗保健行业及互联网行业。近几年，上述行业发展速度较快，年营业额基本呈现了逐年增长态势，对于营销服务的需求不断增大。根据中国国际公共关系协会的数据显示，2014年快速消费品、医疗保健和互联网行业在我国公共关系行业中的市场份额分别为48.08亿元、34.10亿元和18.41亿元，相比2011年分别增长了25.89%、44.93%和45.95%。

公司成立以来，已与全国1,200余家知名院校建立了良好的合作关系，积累了包含校园活动、高校场地、高校自媒体和当地供应商等自成体系的丰富的优质校园营销资源；已为包括北京趣拿软件科技有限公司、成都完美时空网络技术有限公司北京分公司、上汽通用汽车有限公司、国美电器有限公司、农夫

山泉股份有限公司、中国人寿保险股份有限公司、东软集团股份有限公司、广州王老吉大健康产业有限公司、江西仁和药业有限公司等多家电子商务平台、网络游戏公司和知名品牌客户提供了包括线上线下全方位多角度精准细密的高校全媒体整合营销服务和品牌全案策划服务，公司在积累优质客户的同时也逐步打造出校园活动策划与服务的品牌。

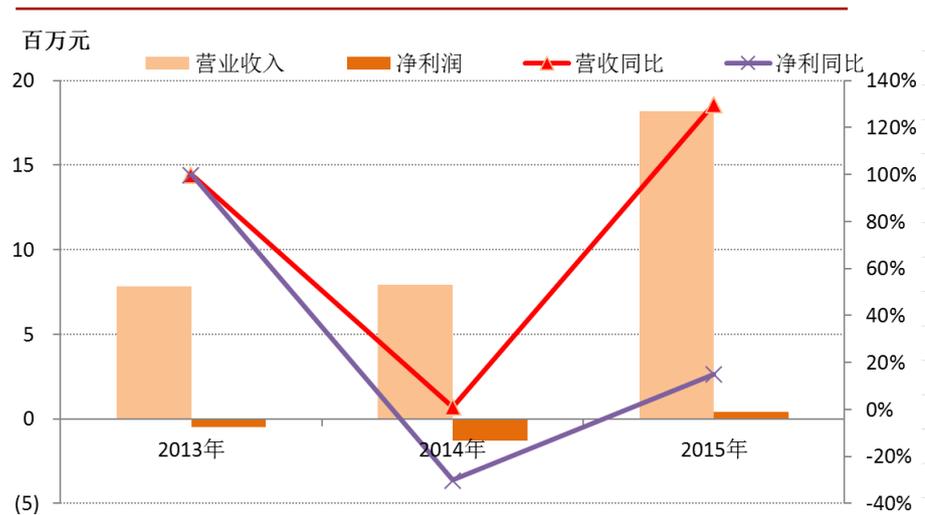
图表 9 下游行业营业额及增长趋势



资料来源：公开转让说明书

## ■ 业务快速增长，报告期内扭亏为盈

图表 10 2013-2015 年公司财务情况

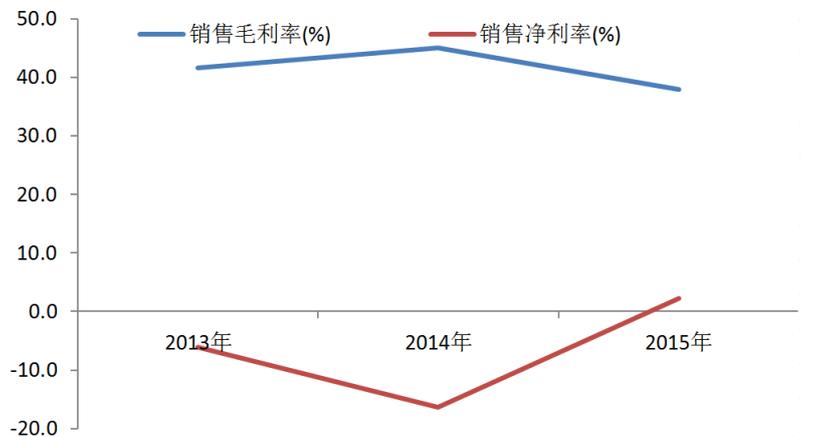


数据来源：choice

公司在 2015 年业绩出现爆发式增长,2015 年公司营业收入为 1,819.37 万元,较上年同期增长 130.11%。主要原因为活动营销类业务收入增长迅速,报告期内成功引入新的合作伙伴农夫山泉股份有限公司、中共贵州省委宣传部、中共黔西南州委宣传部,较上年同期增长 184.86%。2015 年公司净利润为 402,591.46,较上年同期增加 131.05%。主要原因为公司本年度资本金大幅扩

充，整体营运能力增强，活动营销类业务快速发展，品牌全案类业务稳步增长，净利润增加。

图表 11 2013-2015 年公司盈利能力情况



数据来源: choice

报告期内，销售毛利率小幅下滑，净利率提升。根据公司未来规划，将依托丰富的底层数据库对校园营销进行深度运营，继续致力于搭建中国最具整合力、最具活力、最具影响力的“大学生全媒体营销传播平台”。

## ■ 盈利预测

预测公司 2016~2018 年归属于上市公司股东的净利润分别为 0.008 亿元、0.011 亿元、0.015 亿元，每股收益分别为 0.14 元、0.18 元、0.24 元。

## 【分析师声明】

本报告中所表述的任何观点均准确地反映了其个人对该行业或公司的看法,并且以独立的方式表述,研究员薪酬的任何组成部分无论是在过去、现在及将来,均与其在本研究报告中所表述的观点无直接或间接的关系。

## 【免责声明】

本报告信息均来源于公开资料,本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。本报告所载的观点、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断,不保证该信息未经任何更新,也不保证我公司做出的任何建议不会发生任何变更。在任何情况下,报告中的信息或所表达的意见并不构成所述证券买卖的出价或询价,亦不构成个人投资建议。

本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示,否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权,本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品,或再次分发给任何其他人,或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。未经授权的转载,本公司不承担任何转载责任。

---

北京梧桐理想资本管理有限公司

公司地址:北京市朝阳区东四环中路41号7层

电 话:010-85715117

传 真:010-85714717

电子邮件:wtlx@wtneeq.com

