

公司代码：605168

公司简称：三人行

三人行传媒集团股份有限公司
2024 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1、 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 <http://www.sse.com.cn>/网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3、 公司全体董事出席董事会会议。
- 4、 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2025年4月18日，公司召开第四届董事会第九次会议，审议通过《2024年度利润分配方案》，该方案尚需公司2024年年度股东大会审议通过后实施。本次公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，每股派发现金股利0.72元（含税），预计共派发现金红利151,788,229.92元（含税），占归属于上市公司股东净利润的123.10%。如在本方案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

第二节 公司基本情况

1、 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	三人行	605168	—

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李达	杜雪娇
联系地址	北京市海淀区知春路7号致真大厦C座12层	北京市海淀区知春路7号致真大厦C座12层
电话	010-57648016	010-57648016

传真	010-57648019	010-57648019
电子信箱	investors@topsrx.com	investors@topsrx.com

2、 报告期公司主要业务简介

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，所处行业为广告行业。根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“租赁和商务服务业”之“商务服务业”（L72）；根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“租赁和商务服务业”之“商务服务业”（L72）；根据国家统计局颁布的《文化及相关产业分类（2018）》，公司所处行业为“创意设计服务”之“广告服务”。

在政策层面，随着大数据、人工智能、云计算、物联网等技术在广告领域的应用不断加强，互联网广告成为拉动广告业持续发展和创新的主要动力，也对广告监管工作不断提出更高要求。自 2023 年 5 月 1 日起，《互联网广告管理办法》施行已经超过一年，政策监管持续收紧，合规化运营成为核心，对“软广”标注、直播带货广告、KOL 推广等监管更加严格。平台需强化广告审核，以确保广告内容的合规性和真实性，如抖音、小红书的内容标签系统。《互联网广告管理办法》的深入实施，不仅有力维护了互联网广告市场的公平秩序，更为数字经济的规范化、高质量发展提供了重要制度支撑。

在技术层面，AIGC（生成式人工智能）的爆发式应用正在深刻重构广告行业的生产与投放模式。通过深度学习和大模型技术的突破，AIGC 不仅实现了广告创意的智能化生产，更推动了个性化投放的精准度达到前所未有的水平。在创意生产端，基于自然语言处理和计算机视觉技术的 AI 工具可以自动生成高质量的广告文案、图像和视频内容，大幅提升了创意生产效率；在投放优化端，AI 算法通过实时分析海量用户行为数据，能够动态调整广告投放策略，实现千人千面的精准触达。技术的革新不仅降低了广告制作的门槛和成本，更通过数据驱动的智能决策显著提升了广告转化效果，正在引领互联网广告行业进入智能化新纪元。

在广告预算方面，广告主在当前复杂多变的市场环境下普遍面临较大的降本增效压力，特别是一些对到店、获客需求高的行业，对效果广告的费用投入占比有明显的提升。相较于需要长期投入才能积累品牌价值的品牌广告，具备短期实效性的效果广告更符合当前企业对营销投入即时回报的迫切需求。但与此同时，根据《2024 中国广告主营销趋势调查报告》，90%的广告主认为品牌是核心竞争力，注重效果是暂时的，注重品牌是长远的，品牌建设不是一朝一夕的事情，消费者在变，市场环境也在变，需要坚持长期主义，提升消费者对品牌的价值认同感。

报告期内，公司所从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式等未发生重大变化。

（一）主要业务

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，公司主要向客户提供数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务，能够为客户多场景、广覆盖、高效率地传播营销信息，满足其全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求。

数字营销服务是指公司针对客户在互联网媒体上的营销传播需求，为客户提供以创意策划、媒介策略、媒体资源采购、营销效果评估为主要内容的专业化服务。公司数字营销服务按类别可以分为广告投放代理、广告方案策划与执行两类。

场景活动服务是指在文艺赛事、节目、会展、路演以及会议、发布会或座谈会等各种场景活动中，为客户提供创意策划、文案撰写、场地租赁、物料采购、活动现场管理协调等专业化服务。公司已积累了丰富的活动策划与执行经验，能够为客户设计出互动性、体验性及感染性较强的活动营销方案。通过在不同场景中植入客户品牌及产品服务信息，增强传播效果，满足广告主的品牌推广、产品营销等多样化营销需求；或者依托专业的会议组织及管理能力，圆满完成客户会议活动方案的执行工作，实现客户高标准的会议组织要求。

校园媒体营销服务主要包括校园公告栏、运动场围栏等校园媒体资源运营，以及在此基础上的创意策划等相关服务。公司构建了覆盖范围较为广泛的校园媒体网络，具有较强的校园媒体资源先发优势及规模优势。目前公司运营的校园媒体包括校园公告栏、校园运动场围栏，以及校园食堂餐桌桌贴、新生手册、校园内灯箱、车棚、休息座椅棚、候车亭等，覆盖了在校学生的课外活动、就餐及出行等多种场景，有能力满足客户在校园领域多场景传播营销信息的需求。数量众多、品类丰富、分布较为广泛的校园媒体网络是公司在校园媒体营销领域的核心竞争力，目前公司在该领域已处于国内领先的市场竞争地位。

（二）经营模式

公司的经营模式包括销售模式和采购模式两部分。

1、销售模式

公司主要采用直接销售的销售模式。公司具备专业的整合营销服务能力，以及线上线下广泛覆盖的媒体资源网络。在业务开拓过程中，公司能够深入发掘客户在数字营销、场景活动、校园

媒体营销等领域中的不同营销需求，并通过部门间协作获取客户多种类型的营销业务机会，为客户提供整合营销服务，提升客户服务满意度与黏性。例如，公司为中国电信同时提供了数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务，为中国工商银行同时提供了数字营销服务和场景活动服务，为伊利集团同时提供了数字营销服务和校园媒体营销服务，能够满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品推广的营销需求。

2、采购模式

对于数字营销服务及场景活动服务，公司采用以销定购的采购模式；对于校园媒体营销服务，公司主要通过自建的方式取得自有媒体资源，并依据客户需求向其他供应商采购部分校园媒体资源。

（1）数字营销服务

公司数字营销服务的采购模式为以销定购，即根据客户的广告投放需求进行互联网媒体采购。公司主要通过商务洽谈的方式对外采购互联网媒体资源，主要包括字节跳动、腾讯、新浪、网易、爱奇艺等互联网媒体的视频贴片广告、创意中插广告、顶部通栏广告、画中画广告、擎天柱广告、信息流广告等多种形式广告资源。公司通常与供应商采取协商确定的方式签订采购合同，合同类型包括年度合作协议、项目协议、排期表及单项合同等。

（2）场景活动服务

公司场景活动服务主要采用以销定购的采购模式，根据与客户协商确定的场景活动方案，按需采购专业服务、物料、场地租赁等内容。公司主要通过商务洽谈的方式租赁场地并对外采购。

（3）校园媒体营销服务

公司主要通过校园公告栏、运动场围栏等校园媒体开展校园媒体营销服务。此外，公司还向供应商采购相关广告图文印刷服务。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	4,615,014,780.60	4,904,028,193.35	-5.89	5,307,487,463.86

归属于上市公司股东的净资产	2,687,273,138.24	2,915,395,566.28	-7.82	2,577,570,027.93
营业收入	4,208,396,009.71	5,283,543,150.93	-20.35	5,652,989,886.31
归属于上市公司股东的净利润	123,304,882.49	527,984,208.39	-76.65	736,999,213.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	235,151,892.60	408,370,575.53	-42.42	502,683,865.32
经营活动产生的现金流量净额	122,161,563.25	128,026,138.84	-4.58	-154,772,756.35
加权平均净资产收益率（%）	4.40	19.28	减少14.88个百分点	32.32
基本每股收益（元/股）	0.66	4.24	-84.43	8.35
稀释每股收益（元/股）	0.66	4.24	-84.43	8.35

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	936,449,161.54	975,732,565.01	1,172,448,183.16	1,123,766,100.00
归属于上市公司股东的净利润	48,658,416.06	81,453,751.73	51,547,347.95	-58,354,633.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	48,370,738.61	72,757,900.23	40,283,810.80	73,739,442.96
经营活动产生的现金流量净额	-277,051,854.21	136,937,218.39	-49,213,557.20	311,489,756.27

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）						31,087	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						25,351	
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）						0	
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）						0	
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的 股份 数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
青岛多多行投资有限 公司	17,445,815	56,214,292	26.66	0	质押	8,500,000	境内 非国 有法 人
泰安市众行投资合伙 企业（有限合伙）	8,178,241	26,352,110	12.50	0	质押	9,413,244	境内 非国 有法 人
钱俊冬	7,958,349	25,643,568	12.16	0	质押	4,000,099	境内 自然 人
崔蕾	3,155,192	10,166,729	4.82	0	质押	7,350,099	境内 自然 人
全国社保基金一一八 组合	573,111	1,846,692	0.88	0	未知		其他
香港中央结算有限公 司	-251,686	1,469,487	0.70	0	未知		其他
王川	345,251	1,112,475	0.53	0	无		境内 自然 人
刘国珍	-29,334	1,103,023	0.52	0	未知		境内 自然 人
招商银行股份有限公司 －南方中证 1000	785,446	871,167	0.41	0	未知		其他

交易型开放式指数证券投资基金							
新疆诚维佳创业投资合伙企业（有限合伙）	244,665	788,366	0.37	0	未知		境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	钱俊冬和崔蕾为夫妻关系，为公司的共同实际控制人；青岛多多行和泰安众行为钱俊冬控制的企业；崔蕾持有青岛多多行 30%的股权，崔蕾为泰安众行的有限合伙人。除此之外，本公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知其是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5、 公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内公司实现营业收入 420,839.60 万元，同比下降 20.35%，归属于上市公司股东的净利润实现 12,330.49 万元，同比下降 76.65%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 23,515.19 万元，同比下降 42.42%。

2、 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

☐适用 ☒不适用