

证券代码：002027

证券简称：分众传媒

公告编号：2016-069

分众传媒信息技术股份有限公司 2016 年半年度报告摘要

1、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于巨潮资讯网或深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

公司简介

股票简称	分众传媒	股票代码	002027
变更后的股票简称（如有）	分众传媒		
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	沈杰	林南	
电话	021-22165288	021-22165288	
传真	021-22165288	021-22165288	
电子信箱	FM002027@focusmedia.cn	ln002027@focusmedia.cn	

2、主要财务数据及股东变化

（1）主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据 是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	4,926,942,439.88	4,025,140,178.75	22.40%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,901,171,499.20	1,538,474,365.57	23.58%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	1,596,821,053.44	1,325,788,114.59	20.44%
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,668,557,058.34	947,314,336.72	76.14%
基本每股收益（元/股）	0.45	5.09	-91.16%
稀释每股收益（元/股）	0.45	5.09	-91.16%
加权平均净资产收益率	34.28%	28.69%	5.59%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	8,782,400,254.55	12,501,668,046.03	-29.75%
归属于上市公司股东的净资产（元）	5,415,631,995.69	4,598,731,084.44	17.76%

(2) 前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数		43,993				
前 10 名普通股股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持普通股数量	持有有限售条件的普通股数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
Media Management Hong Kong Limited	境外法人	23.34%	2,039,177,844	2,039,177,844		
Power Star Holdings (Hong Kong) Limited	境外法人	8.60%	751,688,050	751,688,050		
Glossy City(HK)Limited	境外法人	7.62%	666,041,572	666,041,572		
Giovanna Investment Hong Kong Limited	境外法人	7.40%	646,398,712	646,398,712		
Gio2 Hong Kong Holdings Limited	境外法人	7.40%	646,398,712	646,398,712		
珠海融悟股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	3.27%	285,659,504	285,659,504	质押	285,659,504
易贤忠	境内自然人	2.23%	194,516,384	97,258,192	质押	40,000,000
上海箬菁投资管理合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	2.18%	190,439,670	190,439,670		
珠海晋汇创富叁号投资企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.96%	171,247,174	171,247,174		
HGPLT1 Holding Limited	境外法人	1.82%	159,221,504	159,221,504		
上述股东关联关系或一致行动的说明	无					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

(3) 前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(4) 控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

3、管理层讨论与分析

报告期内，公司围绕城市生活圈媒体网络的定位，继续夯实在各业务板块的在媒体行业的领先地位，实现了稳定发展的目标，并为公司成为领先的 LBS 和 O2O 精准媒体互动平台打开了良好的开局。

1、2016 年上半年广告行业回顾

(1) 中国广告市场整体继续低迷，较去年同期略有好转

根据 CTR 媒介智讯发布的《2016 年上半年中国广告市场回顾》报告显示，2016 上半年，中国广告市场整体较去年同期有所好转，同比增长 0.1%。

(2) 传统媒体刊例花费同比降幅加剧，新媒体广告对市场的向上拉动力增强

根据 CTR 媒介发布的《2016 年上半年中国广告市场回顾》报告显示，传统五大媒体按刊例价计算的广告花费继续下滑，上半年同比下滑 6.2%，相较于 2015 年上半年同比下降 5.7%。报纸广告和杂志广告仍是跌幅最大的传统媒体，刊例价收入较去年同期分别下降 41.4% 和 29.4%；电视广告同期跌幅略有收窄为 3.8%，电台广告同期弱势增长 2.9%；与此相比，影院视频、电梯视频、电梯海报以及互联网广告的刊例价收入较去年同期分别上升 77.2%、23.1%、28.9%以及 26.9%，是整个 2016 年上半年对广告市场增长贡献最大的媒体类型。

(3) 互联网广告继续发力，但移动互联网广告效果不及预期

根据艾瑞咨询最新研究报告数据显示，2016Q1 中国网络广告市场规模为 543.4 亿元，同比增长 39.1%，环比增长率下降 19.6%，中国互联网广告市场自 2011 年前后达到增长高峰后，增幅水平在随后及未来几年已经逐渐减缓，预计在 2017 年回落至 17.8%左右。

(4) 广告主倾向于“被动型”媒体传播

尽管越来越多品牌都在关注互联网时代的“主动”和“互动”，但是，基于信息爆炸后的“被动”接受资讯平台，却在和基于手机智能终端等迅速发展驱动的“移动”渠道一起，构筑互联网化时代媒体的新景观。

品牌在封闭生活空间的“被动”传播，可以产生常态和深度化、持续化的影响，原因在于资讯的过度，信息的爆炸令消费者注意力涣散，广告越来越被稀释很难记忆，强有力的被动式传播，反过来可以让消费者印象深刻。没有选择就是最好的选择，分众旗下的商务楼宇视频，社区框架广告，影院视频等“被动型”媒体的价值凸显，处在用户必经的封闭的生活空间中的被动式媒体以其强制性和不可选择性在移动互联时代受到了更多广告主的认同。

2、2016 年上半年公司经营管理回顾

(1) 顺利完成重大资产重组方案中的配套融资股份发行和上市

2016 年 3 月，公司启动了重大资产重组方案中的配套融资的非公开发行，2016 年 3 月，公司以非公开发行方式向特定投资者国华人寿保险股份有限公司、华鑫证券有限责任公司、诺安基金管理有限公司、博时基金管理有限公司、财通基金管理有限公司、上海积誉投资中心（有限合伙）及北京京泰阳光投资有限公司募集配套资金，共计发行人民币普通股 252,525,252 股，每股发行价为人民币 19.80 元，募集资金总额为人民币 4,999,999,989.60 元，扣除发行费用 139,202,525.25 元后，募集资金净额为 4,860,797,464.35 元。公司收到股东认缴股款人民币 4,860,797,464.35 元（已扣除发行费人民币 139,202,525.25 元），2016 年 4 月 7 日公司办理完毕配套融资的新增股份登记申请，2016 年 4 月 15 日，公司配套融资的新股上市。经过深圳证券交易所核准，公司证券简称自 2016 年 4 月 18 日起进行变更，公司证券简称由“七喜控股”变更为“分众传媒”。至此，公司顺利完成重大资产重组的各项工作。

(2) 收入和利润继续保持强劲的增长

2016 年上半年，公司实现营业收入 492,694.24 万元，比上年同期增长 22.40%，归属于上市公司股东的净利润 190,117.15 万元，比上年同期增长 23.58%，

① 分众的“被动型”媒体受到了更多广告主的认同保障了主营业务收入的持续增长

今天广告市场步入结构性发展阶段、品牌选择趋于理性、广告市场整体低迷放缓的大背景下，互联网特别是移动互联网成为最主要的资讯模式，移动互联网的发展使人随时随地可以获取信息，一方面使资讯方式和媒体消费时长日益转向移动端，但用户在移动端是有选择的，主要收看的是资讯内容，对广告往往选择性忽略，对品牌很难形成有效记忆，而另一方面由资讯过度，信息爆炸，选择太多令消费者注意力涣散，广告越来越被稀释，这使得分众旗下的电梯电视，电梯海报广告，影院视频等处为用户必经的封闭的生活空间中的媒体以其强制性和不可选择性在移动互联时代受到了更多广告主的认同。从数据上看，中国 4 亿城市人口，每天 2 亿看分众，分众电梯媒体覆盖 120 个城市，110 万块电梯海报，18 万块电梯电视，5 亿人次城市主流人群的日均到达，CTR 数据也显示，这些人群贡献了 70-80% 的都市消费力。

② 新经济品牌对分众媒体的认知度和投放量的不断提升

中国以消费、服务和高科技驱动的新经济正在高速成长。公司牢牢地与中国新经济的高速发展紧密结合在一起，已经成为新经济品牌的首选媒体之一，从而在传统行业增速放缓和

传统媒体广告花费下滑的今天，依然取得收入的大幅增长。当前中国一二线城市正在进行着深刻的消费升级，功能型经济正在向体验经济转变，消费者开始对体验以及品牌更加青睐，而这类能够为体验经济买单的人群必然属于白领群体，分众的受众群体是主流城市中 20—45 岁月收入至少三五千元以上的群体，他们恰好是互联网新经济品牌消费的核心群体。从 CTR 监测中，阿里，腾讯，京东，滴滴等超过 5000 多个品牌都选择分众。而在 WPP 集团 2015 年中国品牌 TOP100 榜单中，有 81 个品牌选择了分众传媒进行广告投放。

④ 楼宇媒体业务为收入主要来源

楼宇媒体主要包括楼宇视频媒体和框架媒体两类。报告期内，公司楼宇媒体不断优化媒体广告效果，从而提升媒体价值，带动广告客户投放金额的上升，本期实现营业收入 387,494.58 万元，较上年同期增长 17.99%，增速良好。楼宇媒体业务收入在总收入中的占比为 78.65%，与上年同期的 81.59%相比略有下降，主要是由于影院媒体业务的迅速崛起占总收入的比例上升。就总体而言，楼宇媒体业务仍为公司主营业务收入的主要来源。楼宇视频媒体受众集中于代表中国主流消费能力的都市上班族，楼宇视频媒体充分渗透了此类受众的碎片化时间，以高频次的生动影音刺激受众的认知，使受众被动地加强了对广告的记忆，这种特性提升了广告投放到购买决策转化率。截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有自营楼宇视频媒体约 19.2 万台，覆盖全国约 90 多个城市和地区。

框架媒体存在于封闭的电梯空间中，框架媒体广告是动态受众群体与静态广告内容有机结合。在搭乘电梯的碎片化时间中，受众人群也会因为这种强迫式的高频次投放而产生深刻记忆。根据 AC 尼尔森统计，框架传媒的广告有 50%的几率促成广告购买。截至 2016 年 6 月 30 日，公司框架媒体保有量超过 121 万块板位，覆盖全国约 46 个城市。

④ 影院媒体业务增长迅速

报告期内，受益于 2016 上半年中国电影票房的蓬勃发展，并且通过自身不断积极开拓院线广告媒体的资源规模，影院媒体业务实现营业收入 88,539.70 万元，比上年同期增长 60.25%，增速迅猛。根据 2016 年艺恩咨询《映前广告资源覆盖研究报告》，2015 年中国国内观影人次达 12.6 亿，同比增长 51.08%，影院、银幕等持续稳定增长，影院资源成为广告业加速布局的一片沃土。

根据 2015 年 3 月益普索咨询出具的《影院媒体基础研究报告》，90%的观影者会在影片播放前观看广告片。影院密闭、舒适的环境、富有视觉冲击力的大银幕和震撼的音响效果带来的影音效果满足了受众的视听体验，吸引受众眼球使其更愿意投入观看广告内容，从而使

得影院广告形成了最高可达 70%的到达率。公司与影院合作的模式为购买影院映前广告全部或部分时段的招商权和发布权、购买贴片广告的独家或非独家结算权和发布权、或几种方式组合。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司签约的影院共 1270 多家，合同覆盖的银幕超过 8300 块，覆盖全国约 270 多个城市的观影人群。

(3) 积极投资布局互联网金融、体育娱乐领域

①报告期内，公司与方源资本合资成立 4 亿美元的“分众方源体育有限合伙”投资基金，其中公司将出资不超过 2 亿美金，该合资基金已经设立且已获得董事会和 2015 年度股东大会的审议通过。于 2016 年上半年，该合资基金已经完成了两个投资项目，分别是对国内最大的运动社交平台咕咚体育的 3,000 万美元(其中公司出资 1,500 万美元)和对 WME Entertainment Parent 以及 WME IMG China, LP (以下简称“WME/IMG”)的投资 6,750 万美元(其中公司出资 3,375 万美元)的投资。WME/IMG 是全球领先的娱乐、运动、时尚公司，目前，已在超过 30 个国家运营，在世界范围内掌握有娱乐领域核心明星及体育赛事资源。WME 是美国最大的艺人经纪公司；而 IMG 除了是体育界最大的经纪公司，也是全球最大的独立体育节目制作者，每年为 200 多家主要体育组织及体育赛事制作超过 52000 小时的体育节目。此次投资，公司可通过生活圈媒体面对 3 亿主流用户的影响力优势进一步推动“WME/IMG”在中国体育、娱乐等领域各项业务的发展。同时，“WME/IMG”投资项目作为公司开拓体育、娱乐产业发展战略布局的重要组成部分，将进一步拓展公司对接体育、娱乐产业链上下游的能力。

②报告期内，公司完成了对上海数禾信息科技有限公司(以下简称“数禾科技”)的投资，总额 1 亿元人民币，占数禾科技 70%的股份。数禾科技致力于借助移动互联及大数据技术，为白领阶层提供智能、高效、差异化的财富管理。主要产品为：

(i) “拿铁财经”微信公众号已在 2015 年 11 月正式对外推出。为订阅用户提供精选、综合的财经资讯，供用户快速、有效的获悉各类财经要闻。

(ii) “拿铁财经”APP。移动互联平台产品，面向都市白领提供资讯聚合推荐、理财规划咨询、金融产品筛选等服务。

(iii) “还呗”公众微信号和“还呗”APP 信用卡还款解决方案。面向白领用户提供低成本的信用卡还款解决方案。

4、涉及财务报告的相关事项

(1) 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情况说明

适用 不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

本期由于新设子公司及收购等原因，合并范围相应扩大，具体清单如下：优幕广告有限公司，上海分众新农村广告传播有限公司，湛聚广告有限公司，上海数禾信息科技有限公司，Focus Media Codoon Investment, Focus Media Overseas Investment II Limited, Focus Media Overseas Capital I Limited, Focus Media Global Investment I Limited, Focus Media Global Investment II Limited, Focus Media Sports Investment I Limited, Focus Media Sports Investment II Limited, Focus Media Yixia Investment Limited, Focus Media Louli Investment Limited, Focus Media Weidian Investment Limited, Focus Media Global Investment III Limited, Focus Media Global Capital I Limited, Focus Media Hongkong Investment I Limited。同时，本期公司注销了前期子公司青岛海睿文化传播有限公司，期末合并范围中不再包含这家公司。

(4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

分众传媒信息技术股份有限公司

法定代表人：刘杰良

2016 年 8 月 31 日