

证券代码:002027

证券简称:分众传媒

公告编号:2018-008

## 分众传媒信息技术股份有限公司 2017 年年度报告摘要

### 一、重要提示

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,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

#### 非标准审计意见提示

适用  不适用

#### 董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

#### 是否以公积金转增股本

是  否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以 12,231,566,900 为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 1.00 元(含税),送红股 0 股(含税),以资本公积金向全体股东每 10 股转增 2 股。

#### 董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	分众传媒	股票代码	002027
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	孔微微	林南	
办公地址	上海市长宁区江苏路 369 号兆丰世贸大厦 28 层		上海市长宁区江苏路 369 号兆丰世贸大厦 28 层
电话	021-22165288		021-22165288
电子信箱	FM002027@focusmedia.cn		ln002027@focusmedia.cn

### 2、报告期主要业务或产品简介

分众传媒构建了国内最大的城市生活圈媒体网络。公司当前的主营业务为生活圈媒体的开发和运营，主要产品为楼宇媒体（包含电梯电视媒体和电梯海报媒体）、影院银幕广告媒体和终端卖场媒体等，覆盖城市主流消费人群的工作场景、生活场景、娱乐场景和消费场景，并相互整合成为生活圈媒体网络。

2017年，公司投资设立韩国子公司并投入运营，将业务拓展至首尔、釜山等15个韩国主要城市。

截至2018年3月末，公司已形成了覆盖约300多个城市的生活圈媒体网络。其中，自营电梯电视媒体约为31.3万台（注），覆盖全国约93个城市和地区以及韩国的15个主要城市，加盟电梯电视媒体约1.1万台，覆盖全国30个城市和地区；自营电梯海报媒体约128.6万个，覆盖全国117个城市，外购合作电梯海报媒体覆盖145个城市，超过22.4万个媒体版位；影院媒体的签约影院超过1750家，合作院线37家，银幕超过11,800块，覆盖全国约300多个城市的观影人群。作为中国最大的生活圈媒体平台，公司已经成为贴近城市消费者生活的核心线下媒体平台，成为城市消费者生活的一个组成部分。

公司拥有最优质的媒介点位资源和广告客户资源，在全国电梯电视媒体、电梯海报媒体和影院银幕广告媒体领域都拥有绝对领先的市场份额。并且，公司资金充裕，信用评级高，杠杆率低，融资渠道后备充足，未来将通过加速扩张，在做大做强生活圈媒体行业的同时，进一步巩固行业绝对领导者地位。

注：含韩国的两万台电视电梯媒体和四万五千台终端卖场媒体。

### 3、主要会计数据和财务指标

#### (1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：人民币元

	2017 年	2016 年	本年比上年增减	2015 年
营业收入	12,013,553,185.42	10,213,134,291.73	17.63%	8,627,411,561.61
归属于上市公司股东的净利润	6,004,706,786.08	4,451,211,722.61	34.90%	3,389,142,023.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,851,996,085.18	3,631,698,548.22	33.60%	3,069,331,836.65
经营活动产生的现金流量净额	4,156,254,605.06	4,800,012,042.70	-13.41%	2,630,453,814.88
基本每股收益（元/股）	0.49	0.37	32.43%	3.78
稀释每股收益（元/股）	0.49	0.37	32.43%	3.78
加权平均净资产收益率	67.65%	70.73%	-3.08%	73.20%
	2017 年末	2016 年末	本年末比上年末增减	2015 年末
资产总额	15,554,602,846.85	12,129,059,829.52	28.24%	12,501,668,046.03
归属于上市公司股东的净资产	10,372,574,413.65	7,990,926,198.40	29.80%	4,598,731,084.44

#### (2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,420,414,721.90	3,220,251,775.94	3,088,910,292.93	3,283,976,394.65
归属于上市公司股东的净利润	1,106,761,395.54	1,426,193,473.44	1,383,582,702.29	2,088,169,214.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	765,201,645.15	1,342,934,592.60	1,293,791,175.50	1,450,068,671.93
经营活动产生的现金流量净额	951,616,034.22	877,717,282.39	558,788,041.78	1,768,133,246.67

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是  否

#### 4、股本及股东情况

##### (1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

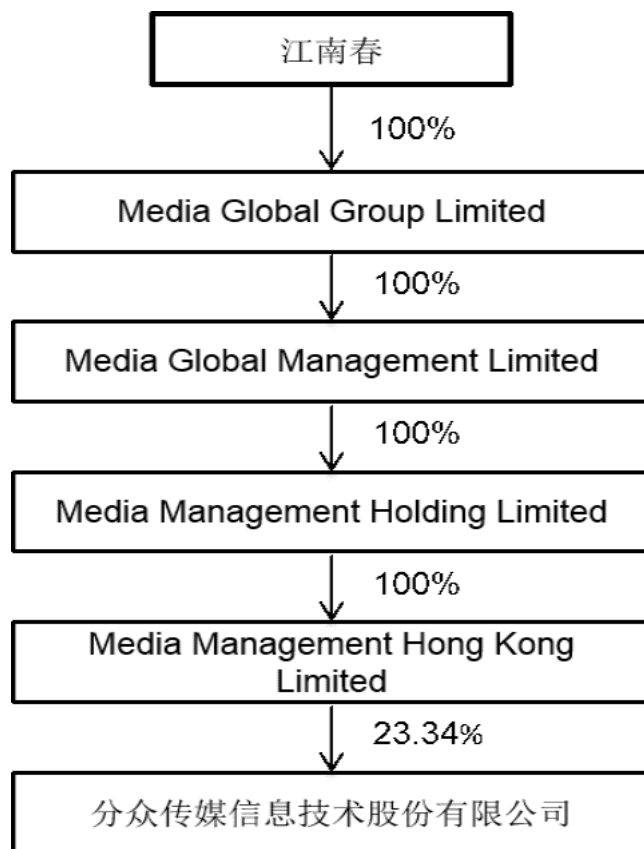
报告期末普通股股东总数	55,132	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	69,964			
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
Media Management Hong Kong Limited	境外法人	23.34%	2,854,848,981	2,854,848,981		
Glossy City (HK) Limited	境外法人	5.00%	611,578,245	0	质押	382,000,000
Power Star Holdings (Hong Kong) Limited	境外法人	4.04%	494,283,210	0		
Gio2 Hong Kong Holdings Limited	境外法人	3.92%	479,120,789	0		
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%	399,923,306	399,923,306	质押	399,923,306
Giovanna Investment Hong Kong Limited	境外法人	2.57%	314,861,653	0		
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%	266,615,538	266,615,538	质押	266,615,538
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%	239,746,044	239,746,044		
关玉婵	境外自然人	1.72%	210,661,894	0		
宁波融鑫智明股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.62%	198,641,273	198,641,273		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东之间，未知是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

##### (2) 公司优先股股东总数及前 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。

## (3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



## 5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券 否

## 三、经营情况讨论与分析

## 1、报告期经营情况简介

## (1) 2017年中国广告市场及传播趋势

2017年，中国广告市场在两年连降之后增长4.3%，呈现出震荡向上的趋势。传统媒体广告的止跌回升，重振了对市场的贡献。

根据央视市场研究（以下简称“CTR”）《2017年中国广告市场回顾》数据显示：2017年中国整体广告市场增长4.3%。从具体的各个媒介广告刊例花费来看，近年来，电梯媒体、影院视频和互联网呈现出明显增长，并以较大的优势引领整个媒体行业的广告增长。2017年，电梯电视广告刊例收入增加为20.4%，电梯海报广告刊例收入增加为18.8%，影院视频广告刊

例收入增加为25.5%。

## （2）2017年公司经营管理回顾

### 1) 主营业务收入和归属上市公司股东利润继续保持强劲的增长。

2017年，公司实现扣除增值税后营业收入120.1亿元，同比增长17.63%。归属于上市公司股东的净利润60.0亿元，同比增长34.90%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润48.5亿元，同比增长33.60%。

2017年分众取得17.63%的收入增长，增速较2016年有较大幅度的提升，主要原因为：

- ① 2017年广告行业整体回暖，结束了两年连跌的态势，恢复正增长；
- ② 公司作为国内最大的生活圈媒体，以其“主流人群，必经，高频，低干扰”的稀缺特性得到广告主的更多认可；
- ③ 公司通过全面增加媒体资源的覆盖和优化更新屏幕产品为广告主提供更优质的服务其中，楼宇媒体业务共实现扣除增值税后营业收入93.8亿元，同比增长15.99%。

楼宇媒体主要包括电梯电视媒体和电梯海报媒体两类。电梯电视媒体受众集中于代表主流消费能力的都市上班族，电梯电视媒体充分渗透了此类受众的碎片化时间，以高清屏幕、声画结合的方式高频次到达受众，强化了受众对品牌的记忆。截至2018年3月末，自营电梯电视媒体约为31.3万台，覆盖全国约93个城市和地区，加盟电梯电视媒体约1.1万台，覆盖约30个城市和地区。

电梯海报媒体存在于封闭的电梯空间中，在搭乘电梯的碎片化时间中，受众人群会对广告产生有效记忆。截至2018年3月末，自营电梯海报媒体约128.6万块，已经覆盖全国约117个城市，外购合作电梯海报媒体覆盖145个城市，约22.4万块媒体版位。

公司通过不断开拓影院媒体的资源规模，优先布局优质影院阵地，推动影院媒体广告销售收入持续快速增长。2017年，影院媒体业务共实现扣除增值税后营业收入23.3亿元，同比增长14.14%。

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。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2018年3月末，影院媒体的签约影院超过1750家，合作院线37家，银幕超过11,800块，覆盖全国约300多个城市的观影人群。

### 2) 通过对媒体资源租金成本、人力成本和其他成本费用的有效控制以及相对固定的成本

结构, 2017年, 公司实现毛利87.37亿元, 毛利率达72.72%, 较上年的70.44%进一步提升2.28%。

3) 通过对销售业务费及公司日常办公经营费用的严格有效控制, 期间费用(销售费用、管理费用及财务费用)占主营业务收入的比例为19.94%, 较上年的22.24%下降2.30%。

4) 按照未来适用法对政府补助根据财会【2017】15号修订《企业会计准则第16号—政府补助》的规定, 将与本公司日常活动相关的政府补助, 计入其他收益; 与本公司日常活动无关的政府补助, 计入营业外收入, 不追溯调整。受此影响, 2017年收到的政府财政扶持款7.36亿元在其他收益核算并计入营业利润。2016年相关政府补助在营业外收入核算。综合毛利上升和期间费用的控制, 以及与日常活动相关的政府扶持款计入营业利润的影响, 2017年实现营业利润72.44亿元, 较2016年增加29.44亿元, 增幅为68.44%, 营业利润率为60.30%, 较2016年的42.11%大幅提高18.19%。

综合以上原因, 2017年度实现归属于母公司股东的净利润60.05亿元, 较2016年实现的净利润44.51亿元增长15.54亿元, 增幅34.90%。2017年净利润率从2016年的43.58%提升至49.98%。

## 2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

## 3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用  不适用

单位: 元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
楼宇媒体	9,383,457,076.50	2,186,118,987.56	76.70%	15.99%	2.33%	3.11%
影院媒体	2,333,135,373.83	988,860,266.54	57.62%	14.14%	22.70%	-2.96%

## 4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是  否

## 5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用  不适用

## 6、面临暂停上市和终止上市情况

适用  不适用

## 7、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

请详见 2017 年年度报告第十一节八

### (4) 对 2018 年 1-3 月经营业绩的预计

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

2018 年 4 月 25 日