

证券代码：分众传媒

证券简称：002027

分众传媒信息技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2018-002

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>东方资管：李响、钱思佳、韩冬/嘉实基金：王悦、王子建/华泰证券：吕默馨/博时基金：陈雨薇、张鑫/华夏基金：黄文倩/上投摩根：周晓文、朱晓龙/平安资管：陈徐姗/南方基金：李振兴、郑迎迎、黄春逢/海通证券：金钊、孙小雯/汇添富基金：赵鹏飞/银河基金：王海华、杨琪/太平养老：唐婉珊/兴业证券：邵伟/永赢基金：王浩聿/新华资产：兰宏阳/弘盛资本：薛雯霏/摩根资产管理：许东/鑫元基金：李彪/域秀资本：曹植/UG：耿华/国信基金：谢琦/华安基金：廖发达、张杰伟/诺德基金：朱红/国泰君安证券：苗瑜/国寿安保基金：季天华、李捷、严堃/晟盟资管：李媛媛、徐蔚/青鼎资产：张万伦/毕盛投资：沈文杰/中信证券：王冠然、李辰/高华证券：廖绪发/上银基金：杨东朔/国元证券：易永坚/东吴证券：郭天瑜/融湖投资：黄艳秋/摩根士丹利：林野/景林资产：高云程/国泰基金：谷超/重阳投资：赵阳/东方证券：江舟、惠博闻、张开元、高博文、金彦、马晓东/招商局资本：薛原/易方达：袁潇/海通证券：刘牧忱/恒大集团：刘宸/华泰证券资管：魏昊、朱南钰/宝盈基金：陈卓苗、肖肖/野村投资管理：桑健/瀚伦投资：黄志青/国联安基金：魏东、黄鑫/旌乾资产：邹佳/天风证券：唐闾、刘晓飞/涌申投资：谢小勇/汇丰晋信基金：陆迪/UBS：刘智景/弘尚资产：朱红裕、赵杰/满坡栗资产：余沛玲/安信证券：李诣然/方正证券：姚蕾/拾贝投资：杨立/广发证券：朱可夫/兴业证券：吴玉林/盛宇投资：胡继中/富国基金：曹文俊/塔基资本：曹亦萍/太平洋资产：胡卉/泰昞资产：彭飞/中银国际：刘昊涯/民生证券：武子皓/国投瑞银：刘扬/兴聚投资：曾浩仁/高毅资产：黄远豪、邓晓峰、孙庆瑞/砥俊资产：唐皓/深创投：张倩倩/鼎锋资产：田超、王小刚、吴其蔚、李梦莹/华宝信托：裘亮/君禾资本：张钰、陈宫/中欧基金：许文星、邓达、成雨轩/恒越基金：王梦如/国盛证券：袁伟嘉/深积资产：傅妙妙/中融国际信托：魏博/兴银基金：</p>

	雷楚珊/阿特夏木投资：游懿轩、徐曼/国金证券：姜姝/友邦中国：许敏敏/鑫元基金：陈令朝、丁玥/万家基金：王琴/朴易资产：陈俏宇/农银汇理：韩林/中金公司：孟玮、张雪晴/承周资产：漆启焱/湘财证券：蒋欣则、仇华/山楂树资产：岳路路/中银基金：杨雷/申万宏源：周建华、顾晟/华富基金：王帅/敦孚投资：姜军/源乐晟资管：程锦文/广发基金：印培/银河证券：穆歌/银华基金：贲兴振/工银瑞信：马丽娜/博道基金：张建胜/广发资管：胡泽/申万菱信：孙琳/挚信资本：芳草/华宸未来：宋宸聿/安信基金：叶芊/南土投资：孙涛/中诚信证券评估：任梦妮/光大保德信：林晓枫、陈蒙/交银施罗德：王崇/博鸿投资：张其羽/巨杉资管：齐东超/东方港湾：支东兴/泊通投资：田野/招商证券：方光照、周洁/太平资产：刘阳、冯宝龙/中泰证券：康雅雯、夏洲桐/世诚投资：邹文俊/汇丰前海：韩京/兴证资管：张凯帆/宽远资管：周栎伟/星石投资：杨英/富达：盛楠/新时代证券：赵琳/南京证券：张文刚/华泰柏瑞：陈晓光/彬元资本：邱梦晨/华金证券：宋怡萱、付宇娣/林孚投资：杨景/新华基金：张雷/理成资管：张飞鹏/万丰友方：骆奕盛/汇利资管：朱子郢/从容投资：王越/上投摩根：范帆/路博迈：余珉/沅杨资产：丁凌霄/华安基金：王春/长江证券：聂宇霄/尚腾资管：王炫/金恪投资：虞晓奇/华宝基金：姜世娇/仁布投资：杨婧/西南证券：刘枝花、张闻宇/浙商基金：崔世峰/
时间	2018年8月29日
地点	上海
上市公司接待 人员姓名	公司董事长江南春 公司副总裁兼董事会秘书孔微微 公司财务总监王晶晶
投资者关系活动主 要内容介绍	1、公司主营业务情况介绍 2、公司未来发展战略
附件清单（如有）	调研活动记录
日期	2018年8月29日

附件：调研活动记录

Q：2018 年上半年中国广告市场回顾？

A：根据央视市场研究（以下简称“CTR”）媒介智讯数据显示：2018年上半年，中国广告市场的刊例花费增幅明显提升，达到9.3%。从具体的各个媒介广告刊例花费来看，电梯媒体、影院视频和互联网继续呈现明显增长，并以较大的优势引领整个媒体行业的广告增长。2018年上半年，电梯电视、电梯海报、影院视频继续保持匀速增长，广告刊例收入增幅分别为24.5%、25.2%、26.6%。

Q：2018 年上半年公司经营管理回顾？

A：2018年上半年，公司主营业务稳健发展。公司实现扣除增值税后营业收入71.10亿元，同比增长约26.05%。归属于上市公司股东的净利润33.47亿元，同比增长约32.14%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润28.18亿元，同比增长约33.68%。

广告传播进入了争夺用户心智为核心的品牌时代，线上线下整合传播成为中国数字传播的主导趋势。公司的楼宇媒体和影院银幕广告媒体继续牢牢把线下消费人群的常见生活场景，是驱动公司收入和利润增长的核心动能。

Q：2018 年上半年公司整体客户结构情况？

A：2018 年上半年，日用消费品、互联网、交通行业客户收入占比分别为23.40%、21.92%、14.84%。传统的非互联网行业收入贡献进一步提升。传统行业广告主不断加大对楼宇媒体的广告投放。17年下半年开始，酒类，食品，饮料，家装等客户不断加大楼宇广告投放，日用消费品占比显著提升。

稳健的客户结构，意味着分众传媒的竞争优势获得了广告主的持续认可，是收入持续稳定增长的基石。

Q：公司 2018 年上半年媒体资源拓展情况？

A：2018 年以来，公司向覆盖 500 城、500 万终端和日均到达 5 亿城市新中产的中期目标稳步迈进。2018 年上半年，公司媒体资源规模进一步扩大，覆盖面和渗透率持续提升。

截至2018年7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，自营楼宇媒体在售点位共约216.7万台，覆盖全国约201个城市和地区以

及韩国的15个主要城市；可发布加盟电梯电视媒体约1.1万台，覆盖全国35个城市和地区，外购合作电梯海报媒体超过17.4万个媒体版位，覆盖143个城市；影院媒体的签约影院超过1900家，合作院线38家，银幕超过12,600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，公司已经成为城市消费者生活的一个组成部分。

Q：2018年上半年公司应收账款增加的原因？

A：应收账款期末余额较去年同期末增加的主要原因：1) 由于618活动的原因，5、6月收入大幅上升，截至6月30日，其款项尚未收回；2) 客户结构变化，大客户的收入增加，对于大客户及战略型客户，分众提供较长账期；3) 相较于年底的催款力度，年中催款力度一般，因此应收账款较大；4) 受宏观因素影响，回款放慢。

Q：公司的市场地位未来是否会被竞争者所动摇？

A：市场从来都是开放的；历史上，公司一直伴随着竞争快速成长。公司作为行业开拓者，拥有丰富的市场经验及不断扩大的媒体数量，在行业内逐渐形成了良好的口碑和极高的品牌知名度。这些核心竞争力将不断巩固我们在竞争激烈的市场环境中持续得到广告主的青睐并把握着行业市场的主导权。

Q：如何评价阿里巴巴集团战略入股公司？

A：阿里及其关联方以约150亿元人民币战略入股分众传媒，致力于共同探索新零售大趋势下数字营销的模式创新。阿里巴巴的新零售基础设施能力和大数据能力将与分众广泛的线下触达网络形成化学反应，为用户和商家带来全新的体验和独特价值。

调研结束

本次调研活动于下午5:30结束。

本次调研活动不存在未公开重大信息泄露情况。

分众传媒信息技术股份有限公司

2018年8月29日