

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：2019-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	东方资管：王延飞，黄天潇，李竞，秦绪文，韩冬 华安基金：杨明，谢振东，张杰伟 贝莱德：Alex Tang 广发基金：印培 朱雀投资：何之渊，杨莉 泊通：田野 景林：许新杰，张文博 UBS：刘智景 中金：孟玮，张雪晴
时间	2019年3月5日
地点	上海
上市公司接待人员姓名	副董事长兼副总裁、首席财务官、董事会秘书孔微微 财务总监王晶晶 投资者关系副总监项怡
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	2019年3月5日

## 附件：调研活动记录

### Q：2018年中国广告市场回顾？

A：2018年广告市场增速呈现前高后低的走势。根据CTR的数据显示，2018年上半年刊例花费增幅为9.3%，下半年增速下行，最终全年全行业呈现微涨2.9%。

从具体的各个媒介广告刊例花费来看，电梯电视、电梯海报媒体在2018年保持着稳定的增长，增幅分别为23.4%和24.9%，广告花费同比均超过2017年同期水平。影院视频媒体涨幅回落，增幅为18.8%。

### Q：2018年公司经营情况回顾？

A：2018年，公司主营业务发展良好，营业收入稳定增长。2018年是公司大举扩张的一年，二季度起公司加大了资源点位扩张的力度，覆盖的城市以及资源数大幅增长。国内市场，一方面加大了一、二线城市覆盖密度，另一方面新增三、四线城市的覆盖。海外市场，除韩国以外，新增了印尼和新加坡等国家。通过规模和体量的效应下所形成的品牌集中引爆能力，为广告主提供更有效和精准的广告投放，从而提升广告主对公司媒体价值的认可。

### Q：2018年公司业绩回顾？

A：2018年，公司实现营业收入145.51亿元，同比增长21.12%；实现营业利润69.71亿元，较2017年同比下滑3.77%；实现利润总额69.59亿元，较2017年同比下滑3.77%；实现归属于上市公司股东的净利润58.28亿元，较2017年同比下滑2.95%；基本每股收益0.40元，相较于2017年的每股收益0.41元下降2.44%。

2018年5月份开始，公司资源点位快速增加，使得二季度后媒体资源租金、设备折旧、人工成本及运营维护费用等同比均有大幅增长。受此影响，公司2018年下半年的业绩增速下滑。预计这一因素仍将持续影响2019年上半年的营业利润、利润总额和归属上市公司净利润等相关财务指标。

同时，2018年股权处置减少，营业利润同比略有下降。2017年内完成了上海数禾信息科技有限公司部分股权的转让及其增资扩股引入投资者的事宜，

2017年四季度实现投资收益6.8亿。2018年公司股权处置收益大幅下降，故公司营业利润相对有所下降。

**Q：2018年公司客户结构情况？**

**A：**2018年对收入增长贡献最大的行业是日用消费品，日用消费品在收入的占比持续提升。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%；下半年，传统的非互联网行业收入贡献进一步提升。全年来看，受益于公司渠道下沉战略的推进，传统行业广告主不断加大楼宇广告投放，以酒类、食品类、饮料类为代表的日用消费品客户的收入占比进一步提升。

**Q：2018年公司应收账款增加的原因？**

**A：**应收账款增加的主要原因：1) 2018年以来，受宏观经济形势影响，公司核心客户回款周期普遍放慢；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，公司为其提供较长账期。

截至2018年第三季度，公司已计提的坏账准备占应收账款余额的比例超过15%，公司认为计提的坏账准备是谨慎且充分的。

**Q：公司数字化转型的进程？**

**A：**2018年，公司尝试向数字化方向发展转型。公司的电梯电视升级为27寸、32寸为主的第五代高清智能大屏，电梯海报升级成更大面积的电梯海报3.0，并发布了新一代智能屏。新一代电梯电视屏幕具有广告效果实时监测功能，大数据赋能的电梯海报可实现千楼千面精准分发。目前公司广告屏已实现网络可推送、实时可监测、数据可回流和效果可评估。

**Q：公司与阿里巴巴的合作？**

**A：**公司和阿里巴巴共同面对中国最活跃、消费力最强的消费者群体。两者的合作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公司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。公司和阿里巴巴正共同打造推进“U众计划”。“U众计划”有两个重要的维度和方向：一是要实现线上线下全链路打通，另一方面则是推进营销可视化、可量化、可优化。

**Q：公司回购股票进展？**

**A：**截至 2019 年 2 月末，公司通过回购专用证券账户以集中竞价交易方式累计回购公司股份数量为 171,973,432 股，占公司总股本的 1.172%，其中最高成交价为 8.64 元/股，最低成交价为 5.04 元/股，合计支付的总金额约为人民币 110,016.75 万元（不含交易费用）。

**Q：关于公司第一期员工持股计划？**

**A：**公司参加本次员工持股计划的员工总人数不超过 100 人，其中参与本员工持股计划的董事（不含独立董事）、监事和高级管理人员共计 2 人、其他核心员工不超过 98 人。本持股计划筹集资金总额上限为 30,000 万元。

**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

2019 年 3 月 5 日