

## 分众传媒信息技术股份有限公司

### 2016年度社会责任报告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

#### 第一节 公司概况

##### 一、公司简介

分众传媒诞生于2003年，在全球范围首创电梯媒体。2005年成为首家在美国纳斯达克上市的中国广告传媒股并于2007年入选纳斯达克100指数。2015年分众传媒借壳七喜控股股份有限公司回归A股，2016年4月18日，公司正式更名为分众传媒信息技术股份有限公司（002027.SZ，以下简称“分众传媒”或“公司”）。

分众传媒扣除增值税后的营业收入在2016年突破百亿的关键在于开创了楼宇电梯这个核心场景。楼宇电梯是城市的基础设施，楼宇电梯这个最日常的生活场景代表着四个词：主流人群，必经，高频，低干扰。而这四个词正是今天引爆品牌的核心稀缺资源。

##### 二、主营业务

分众传媒构建了国内最大的城市生活圈媒体网络，正致力于成为国内领先的LBS和O2O媒体集团。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（包含楼宇屏幕媒体和框架平面媒体）、影院银幕广告媒体、卖场终端视频媒体等，覆盖城市主流消费人群的工作场景、生活场景、娱乐场景、消费场景，并相互整合成为生活圈媒体网络。

分众传媒通过内生增长和外延式并购相结合的方式，发展成为国内领先的数字化生活圈媒体集团，覆盖了中国都市主流消费人群。

截至2016年末，公司已形成了覆盖全国约290多个城市的生活圈媒体网络，其中自营楼宇屏幕媒体约为22.5万台，覆盖全国约90多个城市 and 地区，加盟楼宇

屏幕媒体约1.1万台，覆盖31个城市和地区；自营框架平面媒体约115.8万个，覆盖全国48个城市，外购合作框架平面媒体覆盖61个城市，约32.8万块媒体版位；影院媒体的签约影院超过1530家、银幕超过10000块，覆盖全国约290多个城市的观影人群；卖场终端视频媒体约5.4万台，主要分布于华润万家、家乐福、物美等大型卖场及超市约2,000家。

公司的媒体资源点位拥有天然的地理位置特征。公司通过对物业信息（楼龄、楼价、地理位置、住户类型等）的分析以及与百度等搜索引擎的合作，得出不同楼宇、社区消费者的不同品类消费需求和品牌偏好，从而帮助广告主精准投放；同时，公司通过在其设备中置入Wi-Fi、iBeacon、NFC接入互联网及移动互联网，实现云到屏、屏到端的精准互动，成为O2O互动的线下流量入口，并可以此为平台嫁接促销活动、营销活动等。

公司在全国楼宇屏幕媒体、框架平面媒体领域，全国影院映前广告领域都拥有领先的市场份额。作为行业的领导者，公司拥有超高的市场占有率和强大的市场定价和议价能力，充分地把握着行业市场的主导权。

### 三、2016年度经营成果

公司主营业务收入和归属上市公司股东利润、经营活动产生的现金净流入继续保持强劲的增长，2016年，公司实现扣除增值税后营业收入102.1亿元，首次突破百亿大关，同比增长18.38%。归属于上市公司股东的净利润44.5亿元，同比增长31.34%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润36.3亿元，同比增长18.32%。经营活动产生的现金流量净额48.0亿元，同比增长82.48%。

### 四、发展战略

分众传媒未来的定位主要概括为三个圈。生活圈，娱乐圈和生态圈。生活圈战略将聚焦于分众传媒既有的生活空间媒体，加大一二线城市的资源覆盖和向三四线城市的下沉；娱乐圈战略在于我们将持续加大在体育娱乐领域的投资，进入娱乐内容的制作发行，体育节目制作发行和赛事运营等领域组合，运用分众传媒现有的宣传平台，拉动这些内容及活动的用户影响力，依靠分众传媒现有的强大的上千人的广告销售网络为以上内容及活动创造更大的收益，也在核心娱乐方面

为广告主创造更全方位的品牌传播方案。生态圈战略在于从媒体生活圈向人与信息，人与娱乐，人与金融对接的生态圈领域进军。

公司将立足现有的媒体资源网络，致力于成为中国领先的LBS和O2O精准媒体平台；向上打造云端大数据，向下落实O2O互动，实现把分众打造成为真正的由云端控制屏端、屏端与终端互动的LBS和O2O精准媒体互动平台。具体战略分解如下：（1）向上云战略，收集、提炼现有广告媒体网络的数据，将现有广告媒体网络全面升级成为基于地理位置的LBS精准广告云平台；（2）向下O2O互动，通过二维码扫描、iBeacon、Wi-Fi等技术建立O2O互动平台；（3）基于公司广告媒体资源占据的生活空间，为用户提供基于地理位置的生活消费服务。

## 第二节 社会责任履行情况

### 一、股东和债权人权益保护

水能载舟，公司的发展离不开股东的支持认可。保障广大股东的权益是公司履行社会责任的首要任务。

公司为进一步完善法人治理结构，力求建立更健全的内控体系，严格按照《公司法》、《证券法》等法律及《公司章程》的规定开展各项工作。公司建立了由股东大会、董事会、监事会及管理层构成的治理结构，并以各项法律法规为依据，结合公司实际情况，制定并逐步修订《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等，为三会正常运作提供制度保障，以期维护各项决策的公开、公平、公正。

2016年，公司召开股东大会四次，各项会议的召开都符合《公司法》及《公司章程》的规定。本年度召开的四次股东大会，会议的召集、召开程序，出席会议人员资格，表决程序及结果皆符合相关法律法规的要求，并聘请有资质的律师进行现场见证，对影响中小投资者利益的重大事项单独计票，并辅以网络投票的方式，确保广大股东尤其是中小股东的利益，平等地享有各项权利。

公司高度重视投资者关系管理工作，制定了《投资者关系管理制度》，并严格按照规章制度开展投资者管理工作。公司开通投资者热线，耐心倾听投资者的来电；密切关注“互动易平台”上的问题，第一时间进行回复；另外，公司接待投资者来访、举办网上业绩说明会等，也起到了加强公司与投资者沟通的作用。

公司根据相关法律法规，制定《信息披露制度》，坚持由董事会领导和管理，以董事长为信息披露工作第一责任人，董事会秘书为信息披露工作主要责任人的工作机制；真实、准确、完整的在《证券时报》、巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）等指定媒体披露有关信息，确保广大股东平等、及时地知悉公司的各项重大事项。

公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理回报，在综合考虑公司目前经营情况、盈利水平、财务状况及公司所处行业特点、发展阶段、经营模式等因素，为回报公司股东，制定了 2016 年度利润分配预案。

以截止 2016 年 12 月 31 日的总股本 8,736,833,500 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金 4.08 元(含税)，即每 1 股派发现金 0.408 元(含税)，上述利润分配方案共计分配现金股利 3,564,628,068 元，剩余未分配利润留待后续分配；同时，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股，合计转增 3,494,733,400 股，转增后公司总股本将增至 12,231,566,900 股。

公司近三年（包括本报告期）普通股现金分红情况表如下：

分红年度	现金分红金额(含税)	分红年度合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率	以其他方式现金分红的金额	以其他方式现金分红的比例
2016 年	3,564,628,068.00	4,451,211,722.61	80.08%	0.00	0.00%
2015 年	1,092,104,187.50	3,389,142,023.94	32.22%	0.00	0.00%
2014 年	0.00	2,414,829,929.04	0.00%	0.00	0.00%

在保护股东权益的同时，公司也时刻不忘保障债权人的利益。公司奉行诚信经营，严守契约精神，控制自身经营风险，确保公司财务稳健，保障公司资金安全，自觉履行债务人义务，在追求股东利益最大化的同时保证债权人的利益。公司为此做出的努力，也得到了相关部门的肯定。2016 年 7 月，经中诚信国际信用评级委员会最后审定，公司主体信用等级为 AAA，评级展望为稳定。

## 二、职工权益保护

员工是企业财富的创造者，公司的发展离不开每个员工的辛勤劳动。因此，保护职工权益是公司不可推卸的责任。公司坚持以人为本，在实现职工可持续发展的同时，实现共赢。

### （一）严守法律法规，确保职工合法权益

公司严格遵守《合同法》、《社会保险法》等相关法律法规，依法维护员工的合法权益。公司用工制度符合《劳动法》、《劳动合同法》等法律法规的要求。与每位员工签订劳动合同，保障了员工的合法权益；按照国家有关规定为员工办理养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等社会保险，每月按时、足额缴纳住房公积金；员工还享有带薪年假等福利。

### （二）重视员工培训，促进和谐共赢

公司制定了用于吸引、鼓励及激发员工多种工作能力的培训体系及人才培养计划，以创建高素质、高创造力、高凝聚力的工作团队。根据需要，公司适时安排各种培训，提高员工的专业及业务知识和技能，帮助各级员工提高胜任岗位能力。入职培训，使新员工在短时间内熟悉企业环境，尽快进入角色；内部培训，公司为员工安排的与其工作相关的业务培训。外派培训，根据需要，可安排员工外出接受培训。公司设有专门的培训部，积极开展例如媒体专业知识培训、团队建设体系、销售技巧提升课程等其他各项专业培训。

### （三）、塑造以“激情、规范、诚信、共赢”为核心的企业文化

公司的价值观——激情、规范、诚信、共赢。激情——时刻以创业者的心态、最大热情地投入工作和事业，这是分众人的初心，亦是持之以恒的坚守。挫折、逆境、失败、委屈是我们成长的阶梯，激情、勇气、坚持、敬业，是我们不变的态度；诚信——诚实是为人处事的基础，信任是人与人之间沟通的基础。待人以诚，与人以信，从客户的立场去思考问题，以信任的心态协作同事，诚信是创造和谐氛围、步入良性循环的密钥。规范——靠制度规范、依系统创造，通过管理制度中的公平、公正、透明，激发每一个分众人的积极性和潜能，令每一位勤于奉献的分众人，都成为分众前进的动力。共赢——对内包容、协作、分享，对外以服务的精神做人、做事，追求个人与公司及客户的共同成长。树立“服务至上”的理念，最终实现媒体价值、社会效益、员工成长与客户利益的和谐共赢。

## 三、客户权益保护

公司始终坚持诚信经营，忠实履行承诺，与客户建立了良好的合作关系，充分尊重并保护客户的合法权益。树立“客户第一”的意识，急客户之所急，想客户

之所想，把提高客户满意度作为公司的经营宗旨，对每一位客户给予同样的尊重与关心。不断提高服务标准，为客户提供完善和全方位的服务。

#### **四、环境保护与可持续发展**

作为中国第二大媒体集团，公司并不存在高污染、高能耗问题。但是，公司高度重视环境保护和节能减排。为响应建设“资源集约型、环境友好型”社会的号召，公司在日常工作中，公司积极推行节能减排，倡导减少大功率设备的待机时间，减少纸张消耗，纸张二次利用等，审批程序电子化，视频会议替代差旅等。节能减排，低碳环保，从节约一度电、一滴水、一张纸的小事做起，从人走灯灭的习惯开始，融入到企业文化中，影响每一个分众人。

#### **五、公共关系和社会公益事业。**

铭记来时路，常怀感恩心，分众传媒的成长不仅来自自身的努力，更离不开这个时代和社会的支持与帮助。分众传媒自创建以来，一直致力于以正向的价值观和实际行动善尽一个企业公民的责任，以善为本，让感恩成为一种习惯。

##### **（一）专注推动中国乡村教育**

2016年初，美丽中国的支教公益广告借助分众传媒的媒体平台，引发了人们对留守儿童和乡村教育的广泛关注。2016年4月23日，分众传媒与美丽中国携手，成为乡村支教项目美丽中国的官方顶级赞助企业及合作伙伴，并与其达成为期三年捐助总额共2000万元的援助计划，全力支持中国乡村教育的底层攻坚。2016年为该计划第一年，分众传媒向美丽中国捐赠700万元，用于支援美丽中国在广西地区的支教项目老师，并资助第一所美丽小学成功开办。

2016年秋季，美丽中国项目地拓展到四个省，第一所美丽小学也于9月在云南楚雄迎来开学，分众传媒与美丽中国共同发起的以省为单位的乡村教师支援行动，希望通过一个企业赞助一个省的对口支援方式，能将国外名校留学回来的、国内名校培养的高素质的教育人才输送到各省特别是贫困区域的学校去，提升乡村教育的软实力，希望这些人才的到来给当地学校带来互联网时代的新的视野和学习方式。广西项目地拓展和美丽小学，都是美丽中国项目发展上的里程碑事件，分众传媒连续的专注支持，将打造出一个“样板案例”，也为公益项目与捐赠企业

的合作，提供一个有价值的参考方案。

同时，多年来分众传媒也持续关注并深度参与爱飞翔·乡村教师培训项目的成长发展，2016年底，分众捐赠60万元独家冠名第二届大师经典爱飞翔慈善音乐会，继续助力爱飞翔·乡村教师培训项目。分众传媒还充分利用自身媒体平台优势，与美丽中国、爱飞翔联合进行公益行动的全民推广，为教育公益和支教事业的传播提供更多支持。

## （二）关爱孤贫大病儿童

分众传媒董事长江南春与鼎天资产管理有限公司董事长王兵、阿里巴巴(中国)集团有限公司董事局主席马云、腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾等多位知名企业家于2004年联合发起爱佑慈善基金会，致力于孤贫儿童医疗救助，该基金会在2015年曾荣获福布斯中国慈善基金会榜第一名，在2016年获评民政部公布的5A级基金会，这也是基金会等级评估中的最高级别。截至2015年，分众传媒累计向爱佑慈善基金会捐赠逾1000万元；2016年，分众传媒继续捐款400万元，用于支持爱佑新生项目。同时，分众传媒还在2016年为爱佑提供了价值超过1000万元的媒体资源支持，带动和引导更多社会力量关注儿童公益事业。未来，分众传媒还将持续为爱佑慈善事业的传播提供支持，继续用实际行动推动中国儿童公益事业的发展，打造健康的慈善环境。

## （三）着眼于未来和前沿

被誉为“中国的诺贝尔奖”的未来科学大奖在2016年成立，是中国大陆第一个由科学家、企业家群体共同发起的民间科学奖项，其中，分众传媒董事长江南春与腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾、网易公司董事局主席兼首席执行官丁磊、真格基金联合创始人及新东方联合创始人王强一同捐赠设立“数学与计算机科学奖”，旨在表彰华人杰出科学家，推动中国基础科学研究。江南春认为，前沿的科学都离不开数学、计算机科学，希望未来的中国能够培养更多数学、计算机方面的杰出科学家，这对整个中国基础研究以及核心竞争力的打造都有很大的推动作用。

## （四）积极开展各类公益宣传

2016年，分众传媒积极配合政府部门宣传计划，调用旗下媒体资源全力推动环保宣教、公安经侦、野生救援、亚洲动物基金等公益内容传播。在2016芭莎明

星慈善夜上，由分众传媒捐赠的媒体资源以700万元的价格拍出，用于“为爱加速”思源·芭莎贫困县救护车项目。

### 第三节 社会责任自评及展望

2016年，公司按照《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等相关规定，履行社会责任，在股东和债权人权益保护、职工权益保护、客户权益保护、环境保护与社会公益事业等方面的作为有目共睹，取得了值得肯定的成绩。当然这并不是公司履行社会责任的终点，公司的社会责任工作也还有继续提升的空间。

2017年，公司将继续有效履行各项社会责任，把履行企业社会责任与企业发展紧密结合起来，坚持以良好效益回报股东，积极保护利益相关方的各项权益，积极做好环境保护等公益事业，为股东、为社会创造更多的价值和回报。

分众传媒信息技术股份有限公司董事会

2017年4月28日