

分众传媒信息技术股份有限公司

2017 年度董事会工作报告

2017 年，分众传媒信息技术股份有限公司（以下简称“公司”、“分众传媒”、“分众”）董事会严格按照《公司法》、《证券法》、《深交所中小企业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》和《公司董事会议事规则》等有关规定，科学管理，审慎决策，切实履行股东大会赋予的董事会职责，积极推进董事会各项决议的实施，严格执行股东大会各项决议，勤勉尽责地开展各项工作，不断规范公司法人治理结构，维护并保障全体股东的利益，促进公司持续、稳定、健康地发展。现将公司 2017 年度董事会的工作报告如下：

一、公司经营情况

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，集中覆盖了中国都市主流消费人群。

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，主要原因有：

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%。

二、公司治理情况

(一) 董事会召开情况

报告期内,公司共召开董事会会议 7 次、股东大会 4 次,会议的召集程序、召集资格、出席会议人员资格、表决程序和形成的会议决议均合法、有效。董事会会议具体情况如下:

1、2017 年 4 月 26 日以现场会议方式召开了第六届董事会第十四次会议,会议应到董事 7 人,实到董事 7 人。本次会议审议通过了如下议案:

- (1)《公司 2016 年度董事会工作报告》;
- (2)《公司 2016 年度总裁工作报告》;
- (3)《公司 2016 年年度报告及摘要》;
- (4)《公司 2016 年度财务决算报告》;
- (5)《公司 2016 年度利润分配预案》;
- (6)《公司关于续聘立信会计师事务所(特殊普通合伙)为公司 2017 年度财务

报告审计机构的议案》;

- (7)《公司关于募集资金 2016 年度存放与使用情况的专项报告》;
- (8)《公司 2016 年度内部控制自我评价报告》;
- (9)《公司 2016 年度社会责任报告》;
- (10)《公司关于使用自有闲置资金购买银行理财产品的议案》;
- (11)《公司关于考核 2016 年度高级管理人员薪酬的议案》;
- (12)《公司 2017 年第一季度报告及正文》;
- (13)《公司拟参与设立投资基金的议案》;
- (14)《公司关于修订<公司章程>的议案》;
- (15)《公司关于修订<公司股东大会议事规则>的议案》;
- (16)《公司关于修订<公司董事会议事规则>的议案》;
- (17)《公司关于提请召开 2016 年年度股东大会的议案》。

上述议案中议案 1、3、4、5、6、10、14、15、16 提交公司股东大会审议并通过。

2、2017 年 6 月 6 日以通讯表决方式召开了第六届董事会第十五次会议，会议应到董事 7 人，实到董事 7 人。本次会议审议通过了如下议案：

- (1)《公司控股子公司为开展“还呗”业务申请综合授信额度并提供担保的议案》;
- (2)《公司控股子公司拟与成都农商银行合作设立集合资金信托计划的议案》;
- (3)《公司关于向控股子公司提供财务资助的议案》;
- (4)《公司关于拟进行风险投资事项的议案》;
- (5)《公司关于调整综合授信及担保额度相关内容的议案》;
- (6)《公司关于使用自有闲置资金购买理财产品的议案》;
- (7)《公司关于拟参与设立投资基金暨关联交易的议案》;
- (8)《公司关于修订<理财产品业务管理制度>的议案》;
- (9)《公司关于提请召开 2017 年第一次临时股东大会的议案》。

上述议案中议案 1、2、3、4、5、6 提交公司股东大会审议并通过。

3、2017 年 6 月 29 日以通讯表决方式召开了第六届董事会第十六次会议，会议应到董事 7 人，实到董事 7 人。本次会议审议通过了如下议案：

- (1)《公司关于广东监管局监管警示函的整改报告》;
- (2)《公司关于聘任董事会秘书的议案》;
- (3)《公司关于调整部分高级管理人员薪酬的议案》。

4、2017年8月11日以通讯表决方式召开了第六届董事会第十七次会议，会议应到董事7人，实到董事7人。本次会议审议通过了如下议案：

- (1)《公司关于向全资子公司提供财务资助的议案》;
- (2)《公司关于向参股子公司提供财务资助暨关联交易的议案》。

5、2017年8月28日以通讯表决方式召开了第六届董事会第十八次会议，会议应到董事7人，实到董事7人。本次会议审议通过了如下议案：

- (1)《公司2017年半年度报告全文及摘要》;
- (2)《公司2017年8月-12月日常关联交易预计的议案》。

6、2017年10月26日以通讯表决方式召开了第六届董事会第十九次会议，会议应到董事7人，实到董事7人。本次会议审议通过了如下议案：

- (1)《公司2017年第三季度报告及正文》;
- (2)《公司关于拟参与设立投资基金暨关联交易的议案》;
- (3)《公司关于控股子公司受让全资子公司股权的议案》;
- (4)《公司关于调整为控股子公司提供担保的议案》;
- (5)《公司关于全资子公司开展结构化融资业务的议案》;
- (6)《公司关于提请召开2017年第二次临时股东大会的议案》。

上述议案中议案4、5提交公司股东大会审议并通过。

7、2017年11月17日以通讯表决方式召开了第六届董事会第二十次会议，会议应到董事7人，实到董事7人。本次会议审议通过了如下议案：

- (1)《公司关于转让部分子公司股权及子公司增资扩股引入投资者的议案》;
- (2)《公司关于为子公司提供担保暨关联交易的议案》;
- (3)《公司关于为子公司提供财务资助暨关联交易的议案》;
- (4)《公司关于提请召开2017年第三次临时股东大会的议案》。

上述议案中议案2、3提交公司股东大会审议并通过。

（二）专业委员会运作情况

公司董事会下设四个专业委员会，分别为战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。2017年度，各委员会严格按照公司制定的《工作细则》开展工作，积极履行职责，充分发挥了专业优势和职能作用，为董事会决策提供了良好支持。

报告期内，董事会战略委员会结合国内外经济形势和公司所处行业的特点，对公司经营现状、发展前景、所处行业的风险和机遇进行了深入地分析，为公司发展战略的实施提出了宝贵的建议，保证了公司发展规划和战略决策的科学性，为公司持续、稳健发展提供了战略层面的支持。董事会审计委员会2017年共召开了四次会议，详细了解公司财务状况和经营情况，审议了公司的定期报告；内审部门日常审计、专项审计工作；审查了公司内部控制制度的制定及执行情况；对公司财务状况和经营情况实施了有效的指导和监督。董事会薪酬与考核委员会对报告期内公司高级管理人员的报酬的进行了审定，认为符合公司发展的实际情况，符合公司实际经营情况。

（三）2017年度独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所中小板上市公司规范运作指引》、《公司章程》、《公司董事会议事规则》和《公司独立董事议事规则》等法律法规及规章制度的相关规定，履行义务，行使权力。积极出席相关会议，认真审议董事会各项议案，对公司重大事项发表了客观、公正的独立意见。运用自身专业知识和实务经验，为公司日常经营管理提供有价值的指导意见，有效推动公司规范化治理，充分发挥了独立董事的作用，切实维护公司及全体股东的利益，为董事会科学决策提供有力保障。

（四）2017年度信息披露情况

报告期内，公司董事会遵守《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所股票上市规则》和公司《公司信息披露管理办法》等法律法规及规章制度的相关规定，按照中国证监会和深圳证券交易所信息披露格式指引按时完成了定期报告披露工作，并根据公司实际情况，真实、准确、完整、及时发布会议决议、重大事项等

临时公告，忠实履行信息披露义务，确保投资者及时了解公司重大事项，最大程度保护投资者利益。

三、公司未来发展战略及规划

过去三十年间，中国广告行业取得了高速的发展，在体量上已经成为仅次于美国的全球第二大市场。CTR 在其新近发布的《中国品牌传播的发展趋势》报告中指出，当前的媒体生态圈基本上呈现三分天下的格局，以央视为代表的传统媒体具有高覆盖和高公信力的优势，以百度、阿里巴巴、腾讯为代表的互联网媒体具有高连接和强互动的属性，以分众传媒为代表的生活空间媒体对城市主流人群具有高到达和高匹配的品质。基于这些行业背景和发展格局，分众传媒作为国内最大的城市生活圈媒体网络，可能面临以下发展机遇与挑战：

1、公司媒体价值持续获得市场认知和客户认可，行业领先者地位得到进一步强化。

在资讯模式多元化碎片化、信息过载、选择过多的移动互联网时代，城市消费者面临过多选择，分众传媒楼宇媒体和影院银幕广告媒体高频有效到达城市主流风向标人群，其媒体价值正在持续获得市场和客户的高度认知与认可。目前，宝洁、联合利华、通用、奔驰等超过 5400 多个品牌选择投放分众媒体；根据 KANTAR MEDIA 的 BRANDZ TOP100 最具价值中国品牌 100 强榜，阿里、腾讯、京东、滴滴、蒙牛等中国 Top100 品牌中，有超过 80 个选择分众媒体进行投放。最近几年崛起的如神州租车、饿了么、小米手机等许多新兴品牌，都选择强力投入分众媒体，形成强制性高频次的到达，使品牌知名度和认知度得到迅速引爆，从而为主流消费群体所熟知，强效提升品牌价值和销售转化。未来，这一趋势仍将继续。

同时，公司将抓住传统产业向产品高端化、品牌年轻化、销售电商化的升级大潮机遇，着力扩大传统行业的广告占比，积极向酒类、药类、建材家具家电类、食品饮料类等行业拓展，进一步强化行业领先者地位。

2、公司向覆盖 500 城、500 万终端和 5 亿新中产的新目标快速前进。

公司将在深耕一二线城市核心区域的同时，积极向一二线城市外围区域的扩张和三四线城市的下沉，加快向覆盖 500 城、500 万终端和 5 亿新中产的中期目标前进，满足更多客户的全国化的传播需求。

同时，公司媒体产品也将不断升级。2017年，公司在一线城市已完成更换具有Wi-Fi、iBeacon、人脸识别和Apple Pay功能的电梯电视大屏。2018年，公司将在二、三线城市进行电梯电视屏幕的更新换代。电梯海报也将从400mm*500mm的小版更新成600mm*800mm的大版，在电梯空间内产生更为震撼的广告效果。

此外，公司在未来还将推出电梯电视的实时收视率系统、跨屏组合的量化分析系统、基于不同楼宇关键词搜索的精准投放系统，以及基于不同楼宇电商购物记录的定向投放系统，全力引领数据化、精准化、互动化的趋势。

3、公司积极响应国家“一带一路”发展战略，布局海外业务，向世界输出中国原创模式。

公司在全球范围首创楼宇电梯媒体模式，经过多年发展，这一中国本土创新的模式及其引爆品牌的价值已经得到国际的充分认可。

公司正积极响应国家“一带一路”的发展战略，布局海外业务，在全球媒体业应对移动互联网时代传播难题的环境下，向世界贡献中国智慧，提供中国方案。

2017年，公司已投资设立韩国子公司并投入运营。未来，公司还将在新加坡、印尼等海外市场进行布局，向世界输出楼宇电梯媒体这一中国原创模式。

分众传媒信息技术股份有限公司

2018年4月25日