

证券代码：002027

证券简称：分众传媒

分众传媒信息技术股份有限公司

2023 年度业绩说明会投资者活动记录表

编号：2024-002

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	分众传媒 2023 年度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2024 年 5 月 23 日 15:30-16:30
地点	深圳证券交易所“互动易平台” <a href="http://irm.cninfo.com.cn">http://irm.cninfo.com.cn</a> “云访谈”栏目
上市公司接待人员姓名	董事长兼首席执行官江南春 首席财务官兼董事会秘书孔微微 独立董事殷可
投资者关系活动主要内容介绍	公司与参会投资者进行了充分的交流与沟通，并严格按照相关规定，保证本次业绩说明会的相关信息真实、准确、完整，简明清晰，通俗易懂，不存在虚假记载、误导性陈述等情形。本次业绩说明会的主要内容详见附件，不存在未公开重大信息泄露情况。
日期	2024 年 5 月 23 日

## 附件：

**Q：请问我司未来几年有没有对媒体资产进行大规模更新的计划？谢谢。**

**A：**您好，公司未来几年将积极有序的加大境内及境外优质资源点位的拓展力度，进一步优化公司媒体资源覆盖的密度和结构，持续扩大公司生活圈媒体的领先优势，为客户创造更大价值。感谢您的关注。

**Q：现很多大公司如腾讯阿里等都自建办公楼，这些楼宇能进驻广告吗？如果不能，会不会流失一些最优质的客户？**

**A：**您好，公司作为中国最大的生活圈媒体平台，媒体资源规模大、覆盖面广、渗透率高。公司在长期的运营中积累了大量的大型优质客户，并与这些客户建立了长期、稳定的合作关系。未来公司将继续加深优质媒体点位的覆盖为客户提供更加优质的服务。感谢您的关注。

**Q：分众现在整个广告中的份额如何？在户外广告的份额？如何解读这些？**

**A：**您好，根据中国广告业协会数据，2023年中国广告市场1.4万亿人民币，分众占比0.8%。2023年中国户外广告820.5亿，分众在户外广告占比14%。公司拥有优质的媒介点位资源和广告客户资源，在户外广告市场中拥有领先的市场份额。感谢您的关注。

**Q：分众传媒2016年转让上海科非公司的股权给上海钦达公司的，股转款2500万，截止目前还未收到。这笔股转款是不是已经收不回了？**

**A：**您好，截至目前，公司已经对该笔款项计提了100%的坏账准备。感谢您的关注。

**Q：2023年不论是从海外点位数量来看，还是海外并购，公司都加快了海外的布局，但是从各子公司的盈利来看，目前除了新加坡还能盈利，其他子公司全面处于亏损状态，甚至亏损额度相较2022年有所扩大，请问公司在布局时机上是如何考虑的，当前是否是最合适的时机？**

**A：**您好，公司海外业务目前还处于投入期，点位数量将维持较快速度的增

加，要在更广范围内形成具有竞争优势的网络布局。感谢您的关注。

**Q：请问韩国业务多年盈利之后突然大幅亏损且计提减值，能否披露一下发生了什么？**

**A：**您好，过去两年韩国整体宏观经济遇到一定挑战，中小型企业 and 初创企业都受到了较大的影响，导致广告市场持续低迷，受此影响市场需求表现不佳，尤其是新客户和中小型客户，使得分众韩国的收入出现了下滑。长期来看，作为经济发展较为成熟的韩国市场，具有扎实的消费基础，公司有信心恢复较好的盈利能力。感谢您的关注。

**Q：2023 年楼宇媒体板块营收恢复至 2021 年同期的 82%，但 2023 年年底楼宇媒体自营点位达到了 2021 年末的 134%，2023 年支付的租赁费用（其中大部分是点位租金，具有可比性）为 2021 年的 109%。点位大幅上升，租赁费用微升反应了一定的宏观环境问题，但是考虑到已经恢复刊例费的正常调整，营收却仍然未恢复至 2021 年水平，也同样也反应了经营效率问题。从发展战略和经营效率来看，今后对点位的规划是什么？**

**A：**您好，公司未来几年将积极有序的加大境内及境外优质资源点位的拓展力度，进一步优化公司媒体资源覆盖的密度和结构，持续扩大公司生活圈媒体的领先优势，为客户创造更大价值。感谢您的关注。

**Q：2023 年海外分公司的业绩出现不同程度的下滑，累计盈利从 2022 年的 8527 万到 2023 年的亏损 7647 万。其中下滑最严重的是韩国分公司，从 2022 年的盈利 5252 万到 2023 年度亏损 6498 万，2023 年度还计提了大额减值。请问海外分公司特别是韩国分公司为什么业绩出现这么大的变化？**

**A：**您好，过去两年韩国整体宏观经济遇到一定挑战，中小型企业 and 初创企业都受到了较大的影响，导致广告市场持续低迷，受此影响市场需求表现不佳，尤其是新客户和中小型客户，使得分众韩国的收入出现了下滑。长期来看，作为经济发展较为成熟的韩国市场，具有扎实的消费基础，公司有信心恢复较好的盈利能力。感谢您的关注。

**Q:** 我国与东盟贸易额逐年持续提升，当前海外营收中，客户来源地的结构是怎样的？是当地品牌还是国内品牌，或是两者都有，占比分别是多少？

**A:** 您好，目前公司海外业务中，主要的收入来源于当地客户。感谢您的关注。

**Q:** 能否具体谈谈韩国公司的详细情况，韩国公司此前盈利质量在海外所有公司中处于较好水平，但 2023 年出现大额亏损，还通过内保外贷的方式给韩国公司增加了担保贷款，且 2023 年公司还计划对其进行分拆上市，后又放弃，2023 年年报资产减值测试中，韩国资产组归属母公司减值 41,746,900.67，除全额冲销该资产组的商誉外，其余部分分摊至无形资产客户基础。请问什么原因导致了一年的时间内韩国公司如此大的变化。

**A:** 您好，过去两年韩国整体宏观经济遇到一定挑战，中小型企业和初创企业都受到了较大的影响，导致广告市场持续低迷，受此影响市场需求表现不佳，尤其是新客户和中小型客户，使得分众韩国的收入出现了下滑。长期来看，作为经济发展较为成熟的韩国市场，具有扎实的消费基础，公司有信心恢复较好的盈利能力。感谢您的关注。

分众传媒信息技术股份有限公司

2024 年 5 月 23 日