

# 分众传媒信息技术股份有限公司

## 2019 年度董事会工作报告

2019 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《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《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，坚持认真负责的态度，切实履行股东大会赋予董事会的职责，严格执行股东大会各项决议，勤勉尽责地开展董事会各项工作，不断完善公司治理结构，维护并保障全体股东的利益，促进公司可持续发展。现将公司 2019 年度董事会的工作报告如下：

### 一、公司经营情况

1、2019 年度，公司实现营业收入 1,213,594.8 万元，较 2018 年的营业收入 1,455,128.5 万元同比下滑 16.6%。受宏观经济影响，2019 年中国广告市场需求疲软，行业景气度欠佳。公司客户结构中互联网类广告主因市场融资环境等原因调减广告预算，互联网行业广告收入的大幅缩减构成了报告期内公司营业收入下滑的主要原因。报告期内，以日用消费品为代表的传统行业广告主对公司媒体价值认可度不断提升，传统行业客户的收入持续增长，下半年以来营业收入下滑幅度呈收窄态势。

2、公司自 2018 年二季度起大幅扩张电梯类媒体资源，导致公司 2019 年主营业务成本较 2018 年上涨 35.3%，其中楼宇媒体主营业务成本较 2018 年上涨 45.3%。报告期内，公司在增加优质资源点位的同时，优化和梳理楼宇媒体资源网络。相较于 2018 年末，2019 年末公司境内自营的电梯电视媒体和电梯海报媒体分别减少低效点位 3.3 万和 15.8 万个。

3、报告期内受宏观经济影响，客户回款速度普遍放缓，导致账龄结构恶化，风险增加，故公司的信用减值损失的计提和拨备也相应增加了 85.0%。

4、综上所述，2019 年全年实现营业利润 236,601.6 万元，较 2018 年的 695,328.8 万元下滑 66.0%。

5、2018 年 7 月，阿里及其关联方战略入股分众。阿里巴巴赋能的数字化分众，已经实现了网络可推送、实时可监测、动态可回流。分众不仅是一个助力品牌引爆的媒体，更是通过数字化改造，成为融入品牌全域营销、提升品牌消费者资产的核心

心平台。在阿里的赋能下，分众不断通过构建分众-阿里楼宇画像大数据库等方法，实现千楼千面精准定位，协助品牌达成更为精准有效的投放，并与天猫品效协同，助力品牌在数字时代提升销售转化率。各购物节期间，分众根据阿里大数据精准定制的 LBS 商圈套装和品类兴趣套装，为客户提供了更为优质的体验和媒体价值，获得客户积极反馈。

6、公司 2018 年审议通过了《公司关于以集中竞价交易方式回购股份的预案》，截至 2019 年末，公司通过集中竞价方式共回购 243,380,554 股，购买最高价 8.64 元/股，最低价 5.04 元/股，实际累计支付 1,530,149,001.70 元（含交易费用），计入库存股人民币 1,530,149,001.70 元，其中 2019 年回购 143,767,950 股，共计 82,985.1 万元。

## 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 6 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、2019 年 1 月 21 日以通讯表决方式召开了第六届董事会第二十六次会议，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）《公司关于董事会换届选举及提名第七届董事会非独立董事候选人的议案》；
- （2）《公司关于董事会换届选举及提名第七届董事会独立董事候选人的议案》；
- （3）《公司关于第七届董事会独立董事津贴标准的议案》；
- （4）《公司关于提请召开 2019 年第一次临时股东大会的议案》。

**上述议案中议案 1、2、3 提交公司股东大会审议并通过。**

2、2019 年 2 月 14 日以现场会议方式召开了第七届董事会第一次会议，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）《公司关于选举第七届董事会董事长及副董事长的议案》；
- （2）《公司关于第七届董事会专业委员会人员组成的议案》；
- （3）《公司关于聘任高级管理人员的议案》；
- （4）《公司关于高级管理人员薪酬的议案》；
- （5）《公司关于聘任证券事务代表的议案》；

- (6)《公司关于聘任内审部负责人的议案》;
- (7)《公司关于调整回购股份事项的议案》;
- (8)《公司第一期员工持股计划(草案)及摘要》;
- (9)《公司第一期员工持股计划管理办法》;
- (10)《公司关于提请召开2019年第二次临时股东大会的议案》。

**上述议案中议案7、8、9提交公司股东大会审议并通过。**

3、2019年4月23日以通讯表决方式召开了第七届董事会第二次会议,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2018年度董事会工作报告》;
- (2)《公司2018年度总裁工作报告》;
- (3)《公司2018年年度报告及摘要》;
- (4)《公司2018年度财务决算报告》;
- (5)《公司2018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2019年度财务报告审计机构的议案》;
- (7)《公司2018年度内部控制自我评价报告》;
- (8)《公司2018年度社会责任报告》;
- (9)《公司关于使用自有闲置资金购买理财产品额度的议案》;
- (10)《公司关于使用自有闲置资金进行风险投资额度的议案》;
- (11)《公司关于会计政策变更的议案》;
- (12)《公司2019年第一季度报告及正文》;
- (13)《公司关于提请召开2018年年度股东大会的议案》。

**上述议案中议案1、3、4、5、6、9、10提交公司股东大会审议并通过。**

4、2019年8月20日以通讯表决方式召开了第七届董事会第三次会议,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2019年半年度报告全文及摘要》;
- (2)《公司关于部分固定资产折旧年限会计估计变更的议案》。

5、2019年9月26日以通讯表决方式召开了第七届董事会第四次会议,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)《公司关于拟向联营公司提供财务资助的议案》;

(2)《公司关于延长基金投资期限及存续期限的议案》。

6、2019年10月29日以通讯表决方式召开了第七届董事会第五次会议，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)《公司关于会计政策变更的议案》;

(2)《公司2019年第三季度报告全文及正文》。

## (二)专业委员会运作情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。2019年度，委员会各司其职，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。

### 1、董事会战略委员会

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，对国内广告市场未来发展趋势、公司中长期发展战略及新业务规划、竞争对手情况及相关应对措施、管理架构及人才梯队培养等事项进行了深入地探讨，为公司持续、稳健发展提供了战略层面的支持。

### 2、董事会审计委员会

报告期内，董事会审计委员会2019年共召开了四次会议，会议详细了解了公司财务状况和经营情况；公司审计委员会本着勤勉尽责的原则，认真履行职责，审阅了公司的定期报告、重大事项内部审计报告等，监督公司不断完善内部控制体系的建立健全，并对公司财务状况和经营情况实施了有效的指导。

### 3、董事会提名委员会

报告期内，董事会提名委员会根据《公司法》、《上市公司治理准则》等相关法律法规及《公司章程》的要求，严格履行职责，认真研究董事、高级管理人员的选择标准和聘任程序，通过多方位、多渠道对相关董事、高级管理人员的任职资格和履职能力进行了审慎考察，向董事会提名了第七届董事会非独立董事候选人及独立董事候选人。

#### 4、董事会薪酬与考核委员会

报告期内，董事会薪酬与考核委员会认真听取了公司经营管理层对经营成果的汇报，结合公司实际经营情况，对高级管理人员的薪酬进行了考核认定，认为公司董事、高级管理人员的薪酬标准和年度薪酬总额的确定、发放与各自的岗位履职情况相结合，符合公司的薪酬管理规定，考核方案合理有效，符合行业和公司的发展现状。

#### （三）2019 年度独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事严格按照《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》、《公司董事会议事规则》和《公司独立董事工作制度》等法律法规及规范性文件的相关规定，对董事会审议的相关事项进行事前认可，充分了解公司重大事项的有关情况并发表客观公正的独立意见，运用各自专业优势和实务经验，在公司财务管理、内控建设、行业发展等方面提出了专业化建议，使公司董事会的决策更加科学有效，促进公司规范化治理，切实维护公司及全体股东的利益。

#### （四）2019 年度信息披露情况

报告期内，公司董事会严格遵守《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司信息披露管理办法》及《公司章程》的相关规定，坚持“公平、公开、公正”的原则，履行上市公司信息披露义务。该年度公司共对外信息披露 71 份公告，其中包括 4 份定期报告及会议决议、重大事项等临时公告；同时，公司按照相关规定一并披露独立董事发表的事前认可意见、独立意见等，向全体股东和广大投资者全面披露公司经营管理过程中的重大事项，使投资者能够充分了解公司的经营动态，维护广大投资者的合法权益。

#### （五）投资者关系管理情况

报告期内，董事会秉承监管部门的要求，重视投资者关系管理工作，协调与证券监管机构、股东及媒体等之间的信息沟通，通过接听投资者热线电话、及时回复投资者关系互动平台提问、提供股东大会网络投票服务等多种渠道和方式，积极主动地与各方建立良好的联系，促进投资者对公司经营现状的了解，增加投资者对公

司管理能力的认可程度，增强投资者对公司未来发展的信心。

### 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。

当前，中国市场的品牌集中度正持续加大，企业如何从同质化走向差异化，从价格战走向价值战，从流量走向品牌成为关注的焦点，越来越多的企业意识到只有打造好品牌才能实现突围。这一背景下，分众的媒体价值不断获得更广范围、更深程度的持续认可。

同时，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。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 81 个选择分众传媒进行投放。

近年来，不仅饿了么、猎聘、快狗打车等新兴品牌纷纷选择分众作为线下引爆的核心媒体，郎酒、波司登、飞鹤奶粉等越来越多的中国传统行业领导品牌也选择投放分众传媒，并收获了品牌力的大幅提升。未来，公司将继续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，进一步强化行业领先者地位。

#### 2、公司客户结构持续优化，提供长效增长驱动力。

2019 年，公司以日用消费品为代表的传统行业客户占比不断提升，来自于传统行业客户的收入持续增长，公司媒体价值得到了更为广泛的认可。分众作为核心消费人群的重要品牌投放入口，对消费品广告主价值稳固，在信息模式持续粉尘化的

传播环境下，其线下流量核心入口的媒体价值与品牌引爆功能被更多客户所肯定。

长期来看，传统消费品客户的持续大幅增长，将有效助力公司进一步实现客户结构的优化，迎来更多增长驱动力。而分众本身的媒体价值，也将在传统消费品客户的示范效应下，获得更进一步释放。

### **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。

自2017年以来，公司相继在韩国、新加坡、印度尼西亚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。

### **4、相关风险。**

#### **（1）中国广告市场需求不确定的风险**

2019年，伴随一级市场融资环境的恶化，大量互联网、新经济公司进入寒冬，广告投放量呈现断崖式下滑。同时，今年以来新冠肺炎疫情的发生，给大多数企业特别是中小企业的生存发展带来了不同程度的挑战。这些宏观经济环境的不确定性使得广告市场面临震荡的风险，可能对公司经营业绩产生影响。

#### **（2）媒体行业市场竞争进一步加剧的风险**

公司主要从事生活圈媒体的开发和运营。近几年来，随着互联网媒体、移动互联网媒体等新兴媒体的兴起，媒体平台和广告载体的形式更加丰富多样，媒体结构正在逐步发生变化，这也使得媒体行业的市场竞争日趋激烈对公司经营业绩产生影响。

分众传媒信息技术股份有限公司董事会

2020年4月28日