

分众传媒信息技术股份有限公司

2022 年度董事会工作报告

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

2022 年度，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》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等法律法规的要求，遵循《公司章程》和《公司董事会议事规则》等相关制度，切实履行股东赋予董事会的各项职责，科学管理，审慎决策，积极推进董事会各项决议的实施，不断规范公司法人治理结构，确保公司健康稳健发展。

现将公司 2022 年度董事会的工作报告如下：

一、公司主要经营情况

报告期公司实现营业收入 942,495.91 万元，较上年同比下降 36.47%。其中，楼宇媒体全年实现营业收入 887,545.80 万元，较上年下降 34.82%；影院媒体全年实现营业收入 53,755.64 万元，较上年下降 54.16%。

报告期公司发生营业成本为 379,738.19 万元，较上年同比下降 21.17%，主要是由于报告期内公司部分重点城市经营活动未正常进行，同时公司进行了有效的成本管理，故各项成本相应有所减少。

报告期公司总体回款情况稳定，但受经济下行影响，呈现风险特征的客户的应收账款余额较上年末有所增加，同时预期信用损失率较上年末亦有所上升，因此相应计提了应收账款信用减值损失及合同资产减值损失合计 37,031.13 万元，较上年同比上升 132.90%。

报告期公司经营活动产生的现金净流入为 669,896.10 万元，较上年减少 289,145.59 万元，主要是由于报告期内营业收入同比减少以及经济下行等因素导致现金流入减少。

综上，报告期公司实现归属于上市公司股东的净利润为 278,995.25 万元，较上年 606,316.22 万元下降 53.99%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 239,425.25 万元，较上年的 541,386.89 万元下降 55.78%。

展望 2023 年，虽然中国经济仍面临压力和挑战，但伴随着经济恢复的基础不断夯实，稳经济举措不断落地，复苏前景向好。公司深耕行业多年，通过持续不断地优化客户结构、丰富媒体资源等措施已进一步改善了公司的运营效率，提升了公司的韧性和稳定性。我们相信随着广告市场需求的逐步回暖，公司的经营业绩将稳步恢复和改善。

二、董事会日常工作情况

（一）董事会召开情况

2022 年公司共召开董事会会议五次，会议的召集程序、召集资格、出席会议人员资格、表决程序均符合《公司法》、《公司章程》、《公司董事会议事规则》的相关规定，形成的会议决议均合法、有效。董事会会议具体情况如下：

1、2022 年 4 月 27 日以通讯表决方式召开了第八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 2021 年度董事会工作报告》；
- （2）《公司 2021 年度总裁工作报告》；
- （3）《公司 2021 年年度报告全文及摘要》；
- （4）《公司 2021 年度财务决算报告》；
- （5）《公司 2021 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 2022 年度财务报告审计机构的议案》；
- （7）《公司 2021 年度内部控制自我评价报告》；
- （8）《公司 2021 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）《公司关于提供担保额度的议案》；
- （12）《公司关于日常关联交易预计的议案》；

- (13) 《公司关于高级管理人员薪酬方案的议案》;
- (14) 《公司关于拟变更注册地址的议案》;
- (15) 《公司关于修订<公司章程>的议案》;
- (16) 《公司关于修订 H 股发行后适用的<公司章程>的议案》;
- (17) 《公司关于控股子公司 Focus Media Korea Co., Ltd.拟于韩国证券交易所上市并符合相关规定的议案》;
- (18) 《公司关于分拆所属子公司 Focus Media Korea Co., Ltd.在韩国证券交易所上市有利于维护股东和债权人合法权益的议案》;
- (19) 《公司关于控股子公司 Focus Media Korea Co., Ltd.具备上市所需规范运作能力的议案》;
- (20) 《公司关于保持独立性持续经营能力的议案》;
- (21) 《公司关于本次分拆履行法定程序的完备性、合规性及提交的法律文件有效性说明的议案》;
- (22) 《公司关于本次分拆目的、商业合理性、必要性及可行性分析的议案》;
- (23) 《公司关于提请股东大会授权董事会及其授权人士办理本次分拆上市有关事宜的议案》;
- (24) 《公司 2022 年第一季度报告》;
- (25) 《公司关于提请召开 2021 年年度股东大会的议案》。

2、2022 年 8 月 15 日以通讯表决方式召开了第八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 2022 年半年度报告全文及摘要》;
- (2) 《公司关于延长第一期员工持股计划存续期的议案》。

3、2022 年 10 月 14 日以通讯表决方式召开了第八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《公司关于以集中竞价方式回购股份方案的议案》。

4、2022 年 10 月 28 日以通讯表决方式召开了第八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《公司 2022 年第三季度报告》。

5、2022年11月28日以通讯表决方式召开了第八届董事会第六次会议，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2022年前三季度利润分配预案》；
- (2)《公司关于提请召开2022年第一次临时股东大会的议案》。

(二) 董事会召集股东大会及执行股东大会决议的情况

2022年公司董事会严格按照相关法律法规和《公司章程》、《公司股东大会议事规则》、《公司董事会议事规则》等有关规定，召集、召开了两次股东大会，严格执行了股东大会的各项决议和授权，充分发挥董事会职能作用，并及时向股东大会汇报工作，推进公司规范治理建设。会议具体情况如下：

1、2022年6月21日采取现场与网络投票相结合的方式召开2021年年度股东大会，审议通过了如下议案：

- (1)《公司2021年度董事会工作报告》；
- (2)《公司2021年度监事会工作报告》；
- (3)《公司2021年年度报告全文及摘要》；
- (4)《公司2021年度财务决算报告》；
- (5)《公司2021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2022年度财务报告审计机构的议案》；
- (7)《公司关于使用自有闲置资金购买理财产品额度的议案》；
- (8)《公司关于使用自有闲置资金进行风险投资额度的议案》；
- (9)《公司关于提供担保额度的议案》；
- (10)《公司关于日常关联交易预计的议案》；
- (11)《公司关于拟变更注册地址的议案》；
- (12)《公司关于修订<公司章程>的议案》；
- (13)《公司关于修订H股发行后适用的<公司章程>的议案》；
- (14)《公司关于控股子公司 Focus Media Korea Co., Ltd.拟于韩国证券交易所上市并符合相关规定的议案》；
- (15)《公司关于分拆所属子公司 Focus Media Korea Co., Ltd.在韩国证券交

易所上市有利于维护股东和债权人合法权益的议案》;

(16)《公司关于控股子公司 Focus Media Korea Co., Ltd.具备上市所需规范运作能力的议案》;

(17)《公司关于保持独立性及持续经营能力的议案》;

(18)《公司关于本次分拆履行法定程序的完备性、合规性及提交的法律文件有效性说明的议案》;

(19)《公司关于本次分拆目的、商业合理性、必要性及可行性分析的议案》;

(20)《公司关于提请股东大会授权董事会及其授权人士办理本次分拆上市有关事宜的议案》。

2、2022年12月15日采取现场与网络投票相结合的方式召开了2022年第一次临时股东大会,审议通过了《公司2022年前三季度利润分配预案》。

(三) 董事会各专门委员会履职情况

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。2022年度,各委员会严格按照公司董事会制定的专门委员会议事规则履行职责,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。具体情况如下:

1、董事会战略委员会

报告期董事会战略委员会召开了一次会议,审议公司关于分拆所属子公司 Focus Media Korea Co., Ltd 至韩国交易所上市的相关事项,各委员就本次分拆方案及上市方案的背景、目的、商业合理性、必要性和可行性、对上市公司的影响等方面进行专业性的分析和讨论,在战略层面提供了支持,保证了公司发展规划和战略决策的科学性和合理性。

2、董事会审计委员会

报告期内,董事会审计委员会共召开了四次会议。审计委员会定期查阅公司的财务报表及经营数据,对每季度财务信息、内部控制和内部审计等进行监督、检查。在公司年度报告编制、审计过程中切实履行独立董事的职责,对内审议公司续聘会计师事务所及关联交易等相关事项并向公司管理层了解本年度的经营情况和其他重大事项;对外与注册会计师沟通审计情况,督促会计师事务所在认真审计的情况下及时提交审计报告,充分发挥了审计委员会的审查监督职能。

3、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召开了一次会议，依照相关法律法规和《公司章程》的有关要求，对公司高级管理人员 2021 年度的薪酬情况进行考核，认为 2021 年度公司高级管理人员的薪酬情况符合公司薪酬管理制度，未存在违反公司薪酬管理制度的情形，公司高级管理人员的报酬决策程序、报酬发放标准均符合公司有关规定；同时结合生活圈媒体行业变化情况向董事会提议公司高级管理人员的薪酬调整方案。

（四）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》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》、《公司章程》、《公司董事会议事规则》和《公司独立董事议事规则》等相关法律法规及规章制度的规定，积极出席相关会议，独立公正地履行职责，充分运用自身专业知识和实务经验，对董事会审议事项做出客观、公正的判断，勤勉尽责地发挥独立董事的作用，切实维护公司利益和全体股东的合法权益。

（五）信息披露情况及内幕信息管理

报告期内，公司董事会遵守《深圳证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》等相关法律法规及《重大信息内部报告制度》、《信息披露事务管理制度》、《内幕信息知情人登记制度》等规章制度的规定，自觉履行上市公司信息披露义务。2022 年度公司共对外信息披露 49 份公告，其中包括定期报告及会议决议、重大事项等临时公告，公告内容真实、准确、完整，确保投资者及时了解公司的经营情况、财务状况、重大事项及决策等的信息知情权，以最大程度的保证投资者的合法权益。

公司依法登记和报备内幕信息知情人，全体董事、监事和高级管理人员及其他相关知情人员在定期报告及其他重大事项窗口期、敏感期，严格履行保密义务，公司未发生内幕信息泄露或内幕信息知情人违规买卖或建议他人买卖公司股票的情形。

（六）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，积极协调公司与投资者的关系，一贯遵循公开、公平、公正原则，重视和加强了投资者关系的管理工作。通过多样化的沟通渠道如网上业绩说明会、投资者集体接待日、电话、邮箱、互动平台、线上线下调研等，建立公司与投资者的良好沟通机制，保持与投资者和研究机构之间的信息沟通，听取投资者对公司运营发展的意见和建议；同时保障投资者知情权，确保公司所有股东公平获取公司信息。

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、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：

（一）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，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。

不仅已通过分众成功引爆的品牌仍持续加大投放，起到示范效应，众多新兴品牌也均选择分众进行大量投放，分众已成为媒体碎片化时代屈指可数的流行广告语制造机和品牌引爆核心阵地。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。

（二）公司客户结构持续优化，提供长效增长驱动力

2022年，公司媒体价值得到更为广泛的认可，客户结构继续呈现多元化态势。目前公司客户广泛覆盖日用消费品、互联网、房产家居、娱乐及休闲、交通和商业及服务等多个行业领域。

分众作为针对核心消费人群的重要品牌投放入口，对消费品客户价值稳固，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已被更多客户所肯定。

长期来看，客户结构的持续优化，将为公司带来更多的增长驱动力，并有效助力公司业绩的稳定增长。而分众本身的媒体价值，也将在众多客户案例的示范效应下，获得更进一步释放。

（三）公司积极响应国家“一带一路”重大倡议，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”的重大倡议，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、泰国、马来西亚和日本等海外市场进行布局。公司长期看好海外业务的发展潜力，将持续推进海外市场业务布局，向世界输出楼宇电梯媒体这一中国原创模式。

（四）相关风险

1、中国广告市场需求不确定的风险

宏观经济环境的不确定性使得广告市场需求面临震荡的风险，可能对公司经营业绩产生影响。

公司深耕行业多年，近年来媒体价值持续获得更为广泛的认可，客户数量不断递增，客户结构更加多元和均衡化，客户类型广泛覆盖日用消费品、互联网、房产家居、娱乐及休闲、交通和商业及服务等多个行业领域，收入构成也更为分散，相关抗风险能力持续提升。因此，当广告市场需求发生震荡之时，公司可以

迅速达成客户结构的切换和调整，实现整体业绩的平稳发展。与此同时，公司拥有优质的媒体资源和丰富的产品线等综合优势，正逐步升级为提供解决方案型公司，不断为客户提供更多价值，这些都使得公司具有更强的韧性和稳定性，可支撑整体业务的持续稳健发展。

未来，公司将继续致力于挖掘细分行业客户，以更广泛的覆盖和更多元均衡的结构助力持续稳定发展。

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，随着各类新兴媒体的兴起，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，在竞争激烈的环境下，部分媒体可能会通过不断降低价格的形式来争夺市场份额，这可能将会在另一方面对公司经营业绩产生影响。

分众传媒作为行业领导者，长期以来，以日均4亿城市主流人群的覆盖能力及强大的品牌引爆力筑就了极强的竞争壁垒，突出的媒体价值优势获得了广告客户的广泛青睐，头部优势不断突显。

长期来看，伴随流量红利消失，品牌回归，以及“抢占线下”成为共识，覆盖了主流城市人群工作、生活、娱乐及消费场景的分众传媒正在以难以替代的媒体价值和品牌引爆能力赢得越来越多客户的认可和选择，成为各行业品牌营销的标配。

特此公告。

分众传媒信息技术股份有限公司董事会

2023年4月29日