

## 分众传媒信息技术股份有限公司

### 2023 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。

2023 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，切实认真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，有效维护和保障了公司和全体股东的利益。

现将公司 2023 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 1,190,372.49 万元，较上年同比上升 26.30%。主要由于报告期内国内广告市场需求逐步回暖，公司在品牌传播领域里所具有的独特价值获得越来越多品牌广告主的认可。

报告期公司发生营业成本为 410,924.18 万元，较上年同比上升 8.21%。主要由于报告期公司积极有序地加大境内及境外优质资源点位的拓展，同时影院媒体的经营活动恢复正常，故媒体资源成本有所增长。

报告期公司总体回款情况稳定，随着经济的逐步恢复，按行业分类的客户的预期信用损失率较期初有所下降，同时呈现风险特征的客户的应收账款余额较期初亦有所下降，因此相应转回了应收账款信用减值损失及合同资产减值损失合计 5,078.58 万元，上年同期为计提 37,031.13 万元。

报告期公司经营活动产生的现金净流入为 767,799.68 万元，较上年增加 97,903.57 万元，同比上升 14.61%，主要是由于报告期内营业收入同比增长。

综上，报告期公司实现归属于上市公司股东的净利润为 482,710.17 万元，较上年 278,995.25 万元上升 73.02%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 437,384.41 万元，较上年 239,425.25 万元上升 82.68%。

根据中国广告业协会发布的《2023 年全球及中国户外广告市场研究报告》显示，2024 年中国户外广告市场规模预计将达到近 900 亿元人民币，同时户外广告在塑造品牌价值方面的不可替代性使其市场规模预计到 2028 年将达到约 1,223.5 亿元人民币。作为最大的生活圈媒体平台，公司在户外媒体领域具有独特的媒体价值，分众品牌传播的能力也获得了越来越多品牌广告主的认可；同时，公司通过数字化的手段和新技术的应用，不断提升服务能力和运营效率。公司相信随着广告市场需求的持续回暖，公司的经营业绩也将保持持续、稳定增长。

## 二、董事会日常工作情况

### （一）董事会召开情况

2023 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、2023 年 2 月 15 日以通讯表决方式召开了第八届董事会第七次会议，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）《公司关于增补第八届董事会独立董事的议案》；
- （2）《公司关于提请召开 2023 年第一次临时股东大会的议案》。

2、2023 年 4 月 27 日以现场结合通讯表决方式召开了第八届董事会第八次会议，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 2022 年度董事会工作报告》；
- （2）《公司 2022 年度总裁工作报告》；
- （3）《公司 2022 年年度报告全文及摘要》；
- （4）《公司 2022 年度财务决算报告》；
- （5）《公司 2022 年度利润分配预案》；
- （6）《公司关于续聘会计师事务所的议案》；
- （7）《公司 2022 年度内部控制自我评价报告》；

- (8)《公司 2022 年度社会责任报告》;
- (9)《公司关于 2022 年度计提资产减值准备的议案》;
- (10)《公司关于使用自有闲置资金购买理财产品额度的议案》;
- (11)《公司关于提供担保额度的议案》;
- (12)《公司关于 2023 年度日常关联交易预计的议案》;
- (13)《公司关于终止筹划发行 H 股股票并在香港上市相关事项的议案》;
- (14)《公司关于终止回购公司股份事项的议案》;
- (15)《公司关于修订<公司章程>的议案》;
- (16)《公司关于修订<公司股东大会议事规则>的议案》;
- (17)《公司关于修订<公司董事会议事规则>的议案》;
- (18)《公司关于修订<公司募集资金管理制度>的议案》;
- (19)《公司关于修订<公司对外投资管理制度>的议案》;
- (20)《公司关于修订<公司关联交易规则>的议案》;
- (21)《公司关于修订<公司分红管理制度>的议案》;
- (22)《公司关于修订<公司董事会战略委员会工作细则>的议案》;
- (23)《公司关于修订<公司信息披露事务管理制度>的议案》;
- (24)《公司关于修订<公司投资者关系管理制度>的议案》;
- (25)《公司关于修订<公司董事、监事、高级管理人员所持本公司股份及其变动管理制度>的议案》;
- (26)《公司 2023 年第一季度报告》;
- (27)《公司关于提请召开 2022 年年度股东大会的议案》。

3、2023 年 8 月 8 日以通讯表决方式召开了第八届董事会第九次会议，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 2023 年半年度报告全文及摘要》;
- (2)《公司关于增加 2023 年度日常关联交易预计的议案》。

4、2023 年 10 月 23 日以通讯表决方式召开了第八届董事会第十次会议，会议应到董事 7 人，实到董事 7 人。本次会议审议通过了《公司 2023 年第三季度报告》。

5、2023 年 12 月 11 日以通讯表决方式召开了第八届董事会第十一次(临时)

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) 《公司股东分红回报规划（2024 年度-2026 年度）》；
- (2) 《公司关于修订<公司独立董事工作制度>的议案》；
- (3) 《公司关于修订<公司董事会审计委员会工作细则>的议案》；
- (4) 《公司关于修订<公司董事会提名委员会工作细则>的议案》；
- (5) 《公司关于修订<公司董事会薪酬与考核委员会工作细则>的议案》；
- (6) 《公司关于调整第八届董事会薪酬与考核委员会人员的议案》。

## （二）董事会召集股东大会及执行股东大会决议的情况

2023 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、2023 年 3 月 3 日采取现场与网络投票相结合的方式召开 2023 年第一次临时股东大会，审议通过了《公司关于增补第八届董事会独立董事的议案》。

2、2023 年 5 月 26 日采取现场与网络投票相结合的方式召开 2022 年年度股东大会，审议通过了如下议案：

- (1) 《公司 2022 年度董事会工作报告》；
- (2) 《公司 2022 年度监事会工作报告》；
- (3) 《公司 2022 年年度报告全文及摘要》；
- (4) 《公司 2022 年度财务决算报告》；
- (5) 《公司 2022 年度利润分配预案》；
- (6) 《公司关于续聘会计师事务所的议案》；
- (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) 《公司关于提供担保额度的议案》；
- (9) 《公司关于 2023 年度日常关联交易预计的议案》；
- (10) 《公司关于修订<公司章程>的议案》；
- (11) 《公司关于修订<公司股东大会议事规则>的议案》；
- (12) 《公司关于修订<公司董事会议事规则>的议案》；

- (13) 《公司关于修订<公司监事会议事规则>的议案》;
- (14) 《公司关于修订<公司募集资金管理制度>的议案》;
- (15) 《公司关于修订<公司对外投资管理制度>的议案》;
- (16) 《公司关于修订<公司关联交易规则>的议案》;
- (17) 《公司关于修订<公司分红管理制度>的议案》。

### **(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。2023 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**

报告期内，董事会战略委员会召开了一次会议，各委员就环境保护、社会道德以及公共利益等方面对公司的 2022 年度社会责任报告进行了详细讨论并提出建议；结合资本市场环境变化，在综合考虑公司实际情况、资金需求、业务发展规划等因素，经审慎讨论分析与中介机构反复沟通论证，对终止筹划发行 H 股股票并在香港联合交易所有限公司主板上市的相关事项提供了战略层面的支持，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、董事会提名委员会**

报告期内，董事会提名委员会召开了一次会议，审议公司关于增补第八届董事会独立董事的相关事项，各委员通过多方位、多渠道对相关候选人的任职资格和履职能力进行审查，切实履行了提名委员会的工作职责，顺利完成了对公司第八届董事会独立董事的增补工作。

#### 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，结合公司 2022 年度的市场环境、实际经营情况等因素，对公司高级管理人员 2022 年度的薪酬情况进行考核，认为公司管理层较好地完成了年度经营计划，并在此过程中贡献了较多的智慧，同意公司高级管理人员获取 2022 年度的薪酬。

#### （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》《公司独立董事议事规则》和《公司独立董事工作制度》等相关法律法规及规章制度的规定，积极出席相关会议，认真审议各项议案，独立公正地履行职责，参与公司重大事项的决策，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，了解公司经营状况和内部控制体系的建设及董事会决议的执行情况等，为公司经营和发展提出了合理的意见和建议，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。2023 年度公司共对外信息披露 55 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，最大程度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，董事会高度重视和加强投资者关系管理工作，秉承公开、公平、公正原则，积极协调公司与投资者的关系，通过网上业绩说明会、投资者集体接待日、电话、邮箱、互动平台、线上线下调研等多种途径保持与投资者的良好互动，加深投资者对公司的了解和认同，帮助投资者及时了解公司业绩、公司治理、发展战略、经营状况等问题，同时认真听取投资者对公司经营发展、资本运作等方面的意见和建议，维护公司与投资者之间长期、稳定的良好互动关系。

## （七）公司治理情况

报告期内，公司严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》以及《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》等法律法规及规范性文件的要求，结合公司实际情况，建立健全公司内部控制体系和风险防控体系，不断完善公司法人治理结构，促进公司规范运作，努力提高公司治理水平，切实保障全体股东特别是广大中小投资者利益。

## 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。相较于线上渠道的单一性，户外广告投放场景呈现出多样化特征，包括高铁站，地铁站，机场；写字楼电梯广告、影院广告，住宅电梯广告、框架广告；以及户外大屏，高速路平面广告、景区广告等各种场景。这种多样化和生活化的场景覆盖使得品牌能够根据目标受众的日常活动路径进行广告投放，从而实现品牌的广泛覆盖和深度触达，增加了品牌与消费者之间的互动和情感连接。其中以分众传媒为代表的生活空间媒体则是消费者的核心接触点，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，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，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，是新品引爆、场景触发、渠道助攻、内容事件的强效放大器。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**

2023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、商业及服务、通讯等多个行业领域。

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。

## **3、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、日本、印度和越南等海外市场进行布局，已成功证明分众模式在海外市场尤其是亚洲市场可快速复制。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，为中国品牌“出海”提供积极助力。

#### **4、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、商业及服务、通讯等多个行业领域，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，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所形成的媒体价值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，成为各行业客户选择户外媒体进行品牌营销的标配。

特此公告。

分众传媒信息技术股份有限公司董事会

2024年4月30日