

分众传媒信息技术股份有限公司

2018年度社会责任报告

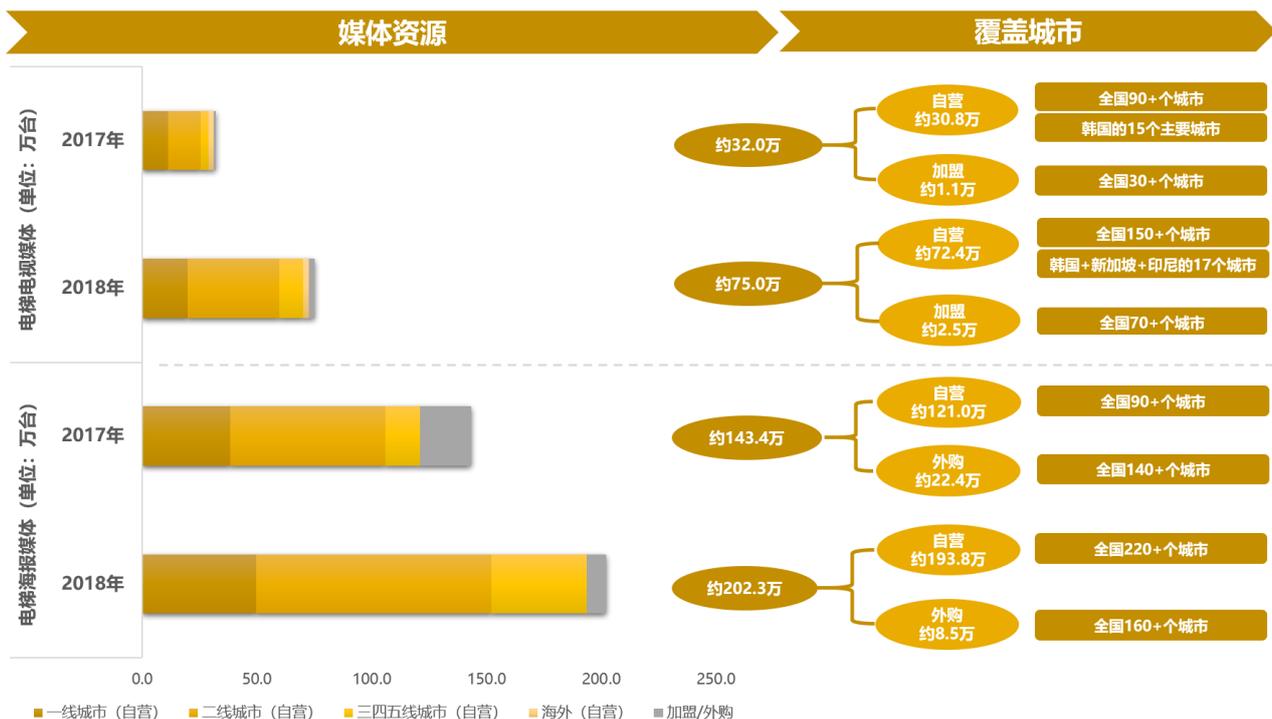
本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

第一节 公司概况

分众传媒诞生于 2003 年，在全球范围首创电梯媒体。2005 年成为首家在美国纳斯达克上市的中国广告传媒股并于 2007 年入选纳斯达克 100 指数。2015 年分众传媒借壳七喜控股股份有限公司回归 A 股，2016 年 4 月 18 日，公司正式更名为分众传媒信息技术股份有限公司（002027.SZ，以下简称“分众传媒”、“分众”、“公司”）。

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（包含电梯电视媒体和电梯海报媒体）、影院银幕广告媒体和终端卖场媒体等，覆盖城市主流消费人群的工作场景、生活场景、娱乐场景和消费场景，并相互整合成为生活圈媒体网络。

截至 2018 年末，公司已形成了覆盖全国约 300 多个城市的生活圈媒体网络，并已在韩国和印度尼西亚设立控股子公司，在新加坡设立联营公司拓展海外媒体资源。电梯电视媒体中自营设备约 72.4 万台（包括海外子公司的媒体设备 2.3 万台），覆盖全国约 150 个城市以及韩国、新加坡、印度尼西亚的 17 个主要城市，加盟电梯电视媒体设备约 2.5 万台，覆盖全国 74 个城市和地区；电梯海报媒体中自营媒体约 193.8 万个，覆盖全国约 220 个城市，外购合作电梯海报媒体约 8.5 万版位，覆盖全国约 165 个城市；公司影院媒体的签约影院超过 1900 个，合作院线 37 家，银幕超过 12,700 块，覆盖全国约 308 个各级城市的观影人群。



2018 年是公司致力于扩张媒体点位的一年。为实现公司中长期战略目标，自 2018 年第二季度起，公司大幅扩张电梯电视和电梯海报媒体资源。截至 2018 年末，公司自营电梯电视媒体覆盖的国内城市约 150 个，公司自营电梯海报媒体覆盖的国内城市约 220 个，具体情况如下：

媒体类型	国内覆盖城市	国内自营部分媒体资源数量 (万台)		本年末比上年末增减 (万台)	变动比例
		2018-12-31	2017-12-31		
电梯电视媒体	一线城市	19.6	11.3	8.3	73.45%
	二线城市	40.2	13.9	26.3	189.21%
	三线及以下城市	10.3	3.6	6.7	186.11%
电梯海报媒体	一线城市	49.7	38.3	11.4	29.77%
	二线城市	102.3	67.6	34.7	51.33%
	三线及以下城市	41.8	15.1	26.7	176.82%

作为中国最大的生活圈媒体平台，公司已经成为贴近消费者生活的核心媒体平台，是消费者生活的一个组成部分。公司拥有最优质的媒介点位资源和广告客户资源，在全国电梯电视媒体、电梯海报媒体和影院银幕广告媒体领域都拥有绝对领先的市场份额。公司资金充裕，信用评级高，杠杆率低，融资渠道后备充足，未来将通过加速扩张，在做大做强生活圈媒体行业的同时，进一步巩固行业绝对领导者地位。

第二节 社会责任履行情况

一、股东和债权人权益保护

对上市企业而言，保障股东特别是中小股东的权益是公司的义务和职责。投资者是公司最重要的利益相关方之一，为公司提供重要资源的同时，也在激励着公司优化管理流程、提高运营效率。公司十分重视服务股东，回报股东，与股东维持良好的关系。公司具有较为完善的公司治理结构，公平、公开、公正地对待所有股东，确保公司股东能够充分享有法律、法规、规章所规定的各项合法权益。

2018 年度，公司召开了两次股东大会，会议的召集、召开程序，出席会议人员资格，表决程序及结果皆符合相关法律法规的要求，公司聘请了有资质的律师进行现场见证，对影响中小投资者利益的重大事项单独计票，并辅以网络投票的方式，确保广大股东尤其是中小股东的利益，平等地享有各项权利。报告期内公司召开了五次董事会和四次监事会，相关会议的召集、召开、表决程序均符合《公司法》、《公司章程》及“三会”《议事规则》等规定。

报告期内，公司共发布公告六十四份、定期报告四份，内容涉及对外担保、财务资助、股东权益变动等重要信息。公司对外信息披露严格按照《信息披露管理办法》等相关法律法规的规定，形成由董事会领导和管理，以董事长为信息披露工作第一责任人，董事会秘书为信息披露工作主要责任人的工作机制，确保了内容的真实、准确、及时、完整和公平，有利于公司股东及时了解和掌握公司经营情况、财务状况及其他重大事项的相关情况。

公司重视投资者关系管理，严格按照《公司投资者关系管理制度》的规定，从分析研究、来访接待、信息沟通方面开展工作，通过现场调研、电话沟通、网络问答等方式使投资者能够多方位、多渠道及时了解公司信息。公司设置了投资者关系专职岗位，协助公司董事会秘书完成接待投资者现场调研、接听投资者关系热线、回答“互动易平台”上的问题及回复公司公众邮箱的有效邮件等相关工作，为公司及投资者之间建立了良好的互动机制，确保投资者可以准确了解公司相关情况。

公司牢固树立回报股东的意识，保持利润分配政策的连续性和稳定性，重视对投资者的合理回报。公司报告期内利润分配方案的制定、审议及执行严格按照在《公司章程》及《公司分红管理制度》中的相关规定。为回报公司股东，公司

综合考虑目前经营情况、盈利水平、财务状况及所处行业特点、发展阶段等因素制定了 2018 年度利润分配预案，具体内容如下：

(1) 根据深圳证券交易所《上市公司回购股份实施细则》“上市公司以现金为对价，采用要约方式、集中竞价方式回购股份的，当年已实施的回购股份金额视同现金分红金额，纳入该年度现金分红的相关比例计算”。截至 2018 年 12 月 31 日，公司已通过集中竞价方式回购股份 99,612,604 股，支付总金额 700,298,352.98 元。

(2) 以未来实施分配方案时股权登记日的总股本扣除当时公司回购专户上已回购股份后的股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元（含税），本次分配不实施资本公积转增股本、不分红股。如在利润分配方案实施前公司总股本或公司回购专户上已回购股份数发生变化，则以未来实施本次分配方案时股权登记日的公司总股本扣除当时公司回购专户上已回购股份后的股本为基数进行利润分配，分配比例保持不变。

公司近三年（包括本报告期）普通股现金分红情况表如下：

分红年度	现金分红金额（含税）	分红年度合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润	现金分红金额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率	以其他方式（如回购股份）现金分红的金额	以其他方式现金分红金额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比例	现金分红总额（含其他方式）	现金分红总额（含其他方式）占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率
2018 年	1,450,590,684.80	5,822,974,766.98	24.91%	700,298,352.98	12.03%	2,150,889,037.78	36.94%
2017 年	1,223,156,690.00	6,004,706,786.08	20.37%	0.00	0.00%	1,223,156,690.00	20.37%
2016 年	3,564,628,068.00	4,451,211,722.61	80.08%	0.00	0.00%	3,564,628,068.00	80.08%

公司在保护股东权益的同时，也不忘保障债权人的利益。公司奉行诚信经营，严守契约精神，控制自身经营风险，确保公司财务稳健，保障公司资金安全，自觉履行债务人义务，在追求股东利益最大化的同时保证债权人的利益。

二、职工权益保护

员工是企业财富的创造者，公司的发展离不开每个员工的辛勤劳动。因此，保护职工权益是公司不可推卸的责任。公司坚持以人为本，在实现职工可持续发展的同时，实现共赢。

（一）保障职工合法权益

公司严格遵守《劳动法》、《劳动合同法》等相关法律法规，建立了一系列劳

动管理制度，从制度上和组织上为维护职工权益做出了保障；公司参考同行业平均薪酬水平，基于人才有效保留和激励的目的，结合各类岗位人员特点，对于公司内部各职业的薪酬标准进行了合理定位，制订了相应的薪酬制度；公司依据国家有关规定为员工办理养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等社会保险，每月按时、足额缴纳住房公积金；员工还享有带薪年假、体检等福利。

公司监事会确保适当比例的公司职工代表，职工代表的比例不低于1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会选举产生，对涉及员工切身利益的事项，通过职工监事在公司治理中享有充分的权利。

（二）重视员工培训

公司制定了用于吸引、鼓励及激发员工多种工作能力的培训体系及人才培养计划，以创建高素质、高创造力、高凝聚力的工作团队。根据不同的需要，公司会适时安排各种培训，帮助各级员工能更好的在各个岗位上工作。新员工培训，在入职一个月内及时以视频会议及考核的方式向新员工介绍企业发展历程、企业文化、公益事业、公司各职能部门的工作内容介绍及员工手册内容等，使得新员工高效的认识分众，进入角色；销售培训，因时因地因材施教对新销售、基础销售、精英销售开展如分众大学、读书会等形式的培训，并对培训的内容进行考核，并采取一定的激励措施；全体员工培训，以邮件的形式设立分众夜谈板块，向全体员工发送励志故事。各部门定期组织实践拓展，丰富员工生活。

（三）塑造以“激情、规范、诚信、共赢”为核心的企业文化

公司的价值观——激情、规范、诚信、共赢、激情——时刻以创业者的心态、最大热情地投入工作和事业，这是分众人的初心，亦是持之以恒的坚守。挫折、逆境、失败、委屈是我们成长的阶梯，激情、勇气、坚持、敬业，是我们不变的态度。诚信——诚实是为人处事的基础，信任是人与人之间沟通的基础。待人以诚，与人以信，从客户的立场去思考问题，以信任的心态协作同事，诚信是创造和谐氛围、步入良性循环的密钥。规范——靠制度规范、依系统创造，通过管理制度中的公平、公正、透明，激发每一个分众人的积极性和潜能，令每一位勤于奉献的分众人，都成为分众前进的动力。共赢——对内包容、协作、分享，对外以服务的精神做人、做事，追求个人与公司及客户的共同成长。树立“服务至上”的理念，最终实现媒体价值、社会效益、员工成长与客户利益的和谐共赢。

三、客户权益保护

公司始终坚持诚信经营，忠实履行承诺，与客户建立了良好的合作关系，充分尊重并保护客户的合法权益。树立“客户第一”的意识，急客户之所急，想客户之所想，把提高客户满意度作为公司的经营宗旨，对每一位客户给予同样的尊重与关心。不断提高服务标准，为客户提供完善和全方位的服务。

四、环境保护与可持续发展

公司属于低能耗、轻污染的传媒行业，重视环境保护与可持续发展。在日常工作中，公司积极倡导绿色办公，营造绿色节能的工作环境。公司提倡节能减排的理念，倡导减少大功率设备的待机时间；通过鼓励员工减少纸张消耗，提高纸张再利用率，开发BPM系统实现审批无纸化，二次利用打印机墨盒，以视频会议替代差旅等方式切实推进环境保护工作。

公司将继续抓好节能减排宣传教育的深化工作，不断增强全员节能低碳意识，引导员工身体力行，推动形成崇尚节约节能、低碳环保的良好氛围，将节能低碳意识融入到企业文化中，影响每一个分众人。

五、公共关系和社会公益事业

分众传媒作为全球最大的电梯和影院媒体集团，一方面，在过去十多年时间里运用自身最具主流人群引爆力的媒体平台，专注于助推中国经济品牌的成长，在中国经济转型升级的关键时期，成功助力企业摆脱同质化竞争和价格战，用最有效的方式将品牌打入消费者的心智之中；另一方面，分众一直通过多种途径与方式，积极践行作为企业公民的社会责任，分众深知自身的成长离不开这个时代和社会的支持与帮助，自分众创建以来，一直致力于以正向的价值观和实际行动善尽一个企业公民的责任。

（一）关爱孤贫大病儿童，照亮困境儿童未来

爱佑慈善基金会成立于2004年，致力于孤贫大病儿童的医疗救助。经过多年发展，2015年该基金会荣获《福布斯》中国慈善基金会榜单的第一名；2016年10月，爱佑慈善基金会获评民政部公布的我国唯一一家5A级基金会，这也是基金会等级评估中的最高级别。

2018年，分众传媒再次向爱佑慈善基金会捐赠500万元，同时提供了覆盖全国的电梯媒体广告时段作为2018年度爱佑慈善晚宴的拍品资源，并为爱佑慈善基金会在六一儿童节、99公益日、春节等重要时段进行关爱孤贫大病儿童的重点宣传，带动和引导更多的社会力量来关注医疗救助精准扶贫事业。

（二）支持乡村支教，助推星火计划

2016年，分众传媒成为乡村支教项目美丽中国的官方顶级赞助企业及合作伙伴，并与其达成2000万元的援助计划，全力支持中国乡村教育的底层攻坚。2016年9月，由分众资助的第一所分众美丽小学在云南楚雄兴隆村迎来开学。分众美丽小学的落成，是美丽中国在农村教育方面新的探索，也是分众落实精准教育扶贫的见证。同时，分众传媒利用中国生活圈媒体的优势，为教育公益和支教事业的传播提供支持，中国3亿城市主流人群可以通过分众电梯媒体平台看到更多美丽中国的支教宣传与招募信息。

分众员工们为美丽小学设立了多媒体教室与图书阅览室，以及一间专业的美术教室。2018年3月，分众云南分公司还邀请到来自昆明的音乐专家李晶老师前往分众美丽小学进行讲课，并帮助成立了学校第一支合唱团，分众人希望通过努力为美丽小学的孩子们带去多方面的教育引导，让他们拥有全面的成长和丰富的内心。

（三）脱贫攻坚战星光行动，天堂电影院公益共建

2018年6月，由公司倡导发起，新疆维吾尔自治区塔什库尔干县库克西鲁克乡政府联合承办的公益共建计划——天堂电影院1号正式落成。这座半永久式帐篷影院，将永久驻守在帕米尔高原腹地深处的瓦窑本村。目前，天堂电影院已建成八座，未来还将有更多的天堂电影院在祖国各地相继扎根。

天堂电影院公益共建计划旨在提供电影观赏机会，传播电影艺术和文化，增进文化沟通与交流，对青少年进行电影艺术传播和熏陶的一项持续性公益计划。分众晶视清楚地看到，中国电影文化的发展呈现出极为不平衡的态势，首先是中东部电影市场飞速发展，而西部欠发达地区观影机会较少。其次是观影人次越来越多，而电影艺术和电影文化的传播相对滞后。分众晶视本着回馈行业，回馈社会的初心，发起并倡导了天堂电影院公益共建计划。作为“助力文化建设，共筑美好家园”公益系列的核心，天堂电影院会一直建设下去，为电影下乡的“一带

一路”文化振兴，奉献自己的爱心与力量。

（四）眺望前沿着眼未来，助推中国基础科学研究

被誉为“中国的诺贝尔奖”的未来科学大奖成立于2016年，是中国大陆第一个由科学家、企业家群体共同发起的民间科学奖项，旨在表彰华人杰出科学家，推动中国基础科学研究。

2017年，分众传媒董事长江南春与腾讯公司控股董事会主席兼首席执行官马化腾、网易公司董事局主席兼首席执行官丁磊、真格基金联合创始人及新东方联合创始人王强一同捐赠增设了未来科学大奖“数学与计算机科学奖”，旨在助推中国基础研究以及核心竞争力的长期打造。分众传媒董事长江南春表达了自己捐赠设立“数学与计算机科学奖”的初心：“我相信这些前沿的科学都离不开数学、计算机科学。如果未来中国的数学、计算机领域通过这个奖，能够培养更多数学、计算机方面的杰出科学家，我想这对整个中国基础研究以及核心竞争力的打造都有很大的推动作用。”

（五）支持创意文化产业，推动网络文学发展

2018年11月，华东师范大学成立中国创意写作研究院，成立仪式上，分众传媒宣布向华东师范大学教育发展基金会捐赠1000万元，用于支持华东师范大学中国未来网络文学家项目、奖励华东师大优秀学子。

分众传媒董事长江南春是华东师范大学91级中文系校友，他认为，如今中国网络文学发展强劲，华东师范大学拥有雄厚的资源和专业优势，高校系统适时介入，对中国网络文学未来的发展，会有积极的推动效果。分众传媒怀着对母校的感恩之心，以及对中国文创产业的信心，将积极推动此次项目。

（六）积极开展各类公益宣传，为正向价值观引导护航

分众传媒充分利用自身媒体平台的优势，用实际行动推动公益事业的发展，打造健康的慈善环境，带动和引导更多社会力量关注公益事业。2018年，分众传媒一以贯之地积极配合中国发展研究基金会、上海慈善基金会、世界卫生组织驻华代表处、世界动物保护协会等单位部门，围绕“慧育中国山村幼儿园”、“改革开放四十周年”“世界环境保护日”等十余项主题进行公益传播，内容涵盖公共道德、卫生安全、公民权益保障、野生动物保护等广泛领域，深入社会生活各个层面，助力精神文明建设有效推进。

分众传媒还以“广告精准扶贫”的形式，努力助推农业产品和品牌的发展，通过有效的传播，促成了这些产品的知名度和销售量迅速提升，从而走上品牌化发展之路，助力精准扶贫，引领乡村振兴。

例如：2018上半年，在中国扶贫自愿服务促进会、中国扶贫社区联盟的大力支持下，全国首档精准扶贫公益纪实节目——易居乐农《我们在行动》成功播出。节目依靠“下乡选品、产品研发、订货会推广、社区推广”四个步骤，并联合线上线下联动推广方案为贫困地区打造特色销售产业链，全力促成贫困地区特色农产品的稳定销路，最终实现扶贫。分众传媒对于该节目在媒体传播资源上给予大力支持，通过北京、上海等全国重点城市的写字楼、社区的电梯媒体进行高频次宣传，有效触达3亿城市主流消费人群。

2018年初，复星基金会和《健康报》社联合启动了“乡村医生”计划，旨在为贫困地区培养并留住一批优秀的乡村医生，提升基层医疗卫生服务能力和可及性，使农村贫困人口基本医疗有保障。分众传媒董事长江南春作为乡村医生精准扶贫项目形象代言人，提供了近千万的分众媒体资源在全国范围内推广宣传“乡村医生”计划，努力成为“乡村医生”精准扶贫工作的有力支持和有益补充，为提升我国农村基层医生技术水平和服务能力献一份力。

作为企业，分众传媒一路走来，谨记初心。在未来，分众传媒将一如既往地承担起企业社会责任，持续投入，全力以赴，将公益事业作为企业发展的重要组成部分。

第三节 社会责任自评及展望

2018年，公司按照《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》等相关规定，履行社会责任，在股东和债权人权益保护、职工权益保护、客户权益保护、环境保护与社会公益事业等方面的作为有目共睹，取得了值得肯定的成绩。

2019年，公司将继续有效履行各项社会责任，把履行企业社会责任与企业发展紧密结合起来，坚持以良好效益回报股东，积极保护利益相关方的各项权益，积极做好环境保护等公益事业，为股东、为社会创造更多的价值和回报。

分众传媒信息技术股份有限公司董事会

2019年4月25日