

分众传媒信息技术股份有限公司

2018 年度董事会工作报告

2018 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《公司法》、《证券法》、《深交所中小企业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》和《公司董事会议事规则》等有关规定，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 2018 年度董事会的工作报告如下：

一、公司经营情况

公司主营业务发展良好，营业收入稳定增长 21.1%至 145.5 亿元。2018 年，随着中国广告市场经历年初的高速涨幅后在年末回归稳定，最终全行业微涨 2.9%，其中电梯类媒体继续保持稳定增长，影院视频类媒体涨幅回落。公司作为国内最大的生活圈媒体在报告期内大幅扩张媒体资源规模，通过规模和体量的效应下所形成的品牌集中引爆能力，为广告主提供更有效和精准的广告投放，从而提升广告主对公司媒体价值的认可。

报告期内，公司媒体资源点位快速扩张，成本费用大幅上升。为实现公司中长期战略目标，自 2018 年第二季度起，公司大幅扩张电梯类媒体资源。截至 2018 年末，公司自营电梯电视媒体由 2017 年末的 30.8 万台大幅提升至 72.4 万台，增幅 134.6%。自营电梯海报媒体点位由 2017 年末的约 121.0 万个提升至 2018 年末的媒体点位 193.8 万个，增幅达 60.2%。媒体资源规模的大幅扩张导致媒体资源租金、设备折旧、人工成本及运营维护成本等同比均有较大幅度增长，受此影响虽然公司 2018 年营业收入实现 21.1%的增长，但是公司营业利润、利润总额以及归属上市公司股东的净利润均略有下滑。预计上述因素将持续影响公司的营业利润、利润总额及归属上市公司股东的净利润等相关财务指标。

报告期内，公司股权处置减少，营业利润同比略有下降。公司在 2017 年内完成了上海数禾信息科技有限公司部分股权的转让及其增资扩股引入投资者的事宜，当年实现投资收益约 6.8 亿元。2018 年公司股权处置收益大幅减少，故公司营业利润相对有所下降。

报告期内，阿里及其关联方战略入股公司并成为公司的第二大股东，致力于共

同探索新零售大趋势下数字营销的模式创新。被“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、洞察可回流、效果可评估。分众不仅是一个最具品牌引爆力的媒体，更通过数字化改造，成为融入品牌全域营销、提升品牌消费者资产的核心平台。它可以协助品牌精准投放，与天猫品效协同，屏与端流量互动，助力品牌在数字时代提升销售转化率。

报告期内，公司实施了股份回购计划，累计通过集中竞价方式共回购 99,612,604 股，累计支付 70,029.8 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 5 次、股东大会 2 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、2018 年 4 月 23 日以现场会议方式召开了第六届董事会第二十一次会议，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 2017 年度董事会工作报告》；

（2）《公司 2017 年度总裁工作报告》；

（3）《公司 2017 年年度报告及摘要》；

（4）《公司 2017 年度财务决算报告》；

（5）《公司 2017 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）为公司 2018 年度财务报告审计机构的议案》；

（7）《公司 2017 年度内部控制评价报告》；

（8）《公司 2017 年度社会责任报告》；

（9）《公司关于以集中竞价交易方式回购股份的预案》；

（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）《公司关于调整担保额度相关内容的议案》；

（12）《公司 2018 年度日常关联交易预计的议案》；

（13）《公司关于向控股子公司提供财务资助的议案》；

- (14)《公司关于使用自有闲置资金进行风险投资额度的议案》;
- (15)《公司关于考核 2017 年度高级管理人员薪酬的议案》;
- (16)《公司关于调整高级管理人员年度薪酬标准的议案》;
- (17)《公司 2018 年第一季度报告及正文》;
- (18)《公司关于拟参与投资基金的议案（一）》;
- (19)《公司关于拟参与设立投资基金的议案（二）》;
- (20)《公司关于拟参与投资基金的议案（三）》;
- (21)《公司关于修订<公司章程>的议案》;
- (22)《公司股东分红回报规划（2018 年度-2020 年度）》;
- (23)《公司减值测试专项审核报告》;
- (24)《公司关于提请召开 2017 年年度股东大会的议案》。

上述议案中议案 1、3、4、5、6、9、10、11、14、21、22 提交公司股东大会审议并通过。

2、2018 年 5 月 17 日以现场会议方式召开了第六届董事会第二十二次会议，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)《公司关于对外提供财务资助的议案》。

3、2018 年 7 月 25 日以通讯表决方式召开了第六届董事会第二十三次（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)《公司关于拟与关联方签署业务合作框架协议暨关联交易的议案》;
- (2)《公司关联交易的议案》;
- (3)《公司关于提请召开 2018 年第一次临时股东大会的议案》。

上述议案中议案 1、2 提交公司股东大会审议并通过。

4、2018 年 8 月 27 日以通讯表决方式召开了第六届董事会第二十四次会议，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 2018 年半年度报告全文及摘要》。

5、2018 年 10 月 28 日以通讯表决方式召开了第六届董事会第二十五次会议，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 2018 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。2018 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。

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，对公司经营现状、发展前景、所处行业的风险和机遇进行了深入地分析，为公司发展战略的实施提出了宝贵的建议，保证了公司发展规划和战略决策的科学性，为公司持续、稳健发展提供了战略层面的支持。

董事会审计委员会 2018 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；审议了公司的定期报告、内审部季度重大事项的内部事项审计报告等，审查了公司内部控制制度的制定及执行情况；对公司财务状况和经营情况实施了有效的指导和监督。

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，对高级管理人员的薪酬进行了考核认定，认为公司董事、高管人员的薪酬合理，符合行业和公司的发展现状。

（三）2018 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》、《深圳证券交易所中小板上市公司规范运作指引》、《公司章程》、《公司董事会议事规则》和《公司独立董事议事规则》等法律法规及规章制度的相关规定，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，充分发挥了其专业优势，运用自身专业知识和实务经验，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，发表客观公正的独立意见，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）2018 年度信息披露情况

2018 年，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 64 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，按照有关规定披露独立董事对相关事项的事前认可意见、专项意见等，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，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

2018 年，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，增进投资者对公司的了解，促进投资者对公司管理能力和水平的认可程度，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。

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，神州租车、饿了么、瑞幸咖啡、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；优信、猎聘、小米、美团点评、映客、51 信用卡、多益网

络、同程艺龙等成功上市或准上市的企业，作为不同行业的开创者，都选择运用分众传媒在时间窗口进行饱和攻击，在用户心智中取得优势位置，在市场上取得了领先份额。未来，这一趋势仍将继续。

同时，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，都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，着力扩大传统行业的广告占比，积极向酒类、药类、建材家具家电类、食品饮料类等行业拓展，进一步强化行业领先者地位。

2、公司向覆盖 500 城、500 万终端和 5 亿新中产的新目标快速前进。

公司将在深耕一、二线城市核心区域的同时，积极向一、二线城市外围区域的扩张和三、四线城市的下沉，加快向覆盖 500 城、500 万终端和 5 亿新中产的中期目标前进，满足更多客户的全国化的传播需求。

同时，公司媒体产品也将不断升级。2018 年，公司电梯电视升级为 27 寸、32 寸为主的高清智能大屏，电梯海报升级成一倍面积的电梯海报 3.0，还发布了新一代智能屏；在新的电梯电视高清智能大屏中都含有广告效果实时监测功能，电梯海报背后是大数据的精准分发，实现了千楼千面的分发。未来，公司还将朝着数字化方向持续精进，为广告主提供更为优化的媒体价值与服务。

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。

继 2017 年投资设立韩国子公司并投入运营，2018 年，公司相继在新加坡、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。

分众传媒信息技术股份有限公司董事会

2019 年 4 月 25 日