

证券代码：002027

证券简称：分众传媒

公告编号：2020-006

分众传媒信息技术股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

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”。2019 年公司通过集中竞价方式回购股份 143,767,950 股，支付总金额 829,850,648.72 元。

除上述情况外，公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：

本年度公司不实施资本公积转增股本、不分红股，以截至 2019 年 12 月 31 日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（即：14,434,499,726 股）为基数，向全体股东每 10 股派发现金 0.70 元（含税），即每 1 股派发现金 0.07 元（含税），上述利润分配方案共计分配现金股利 1,010,414,980.82 元，剩余未分配利润留待后续分配。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

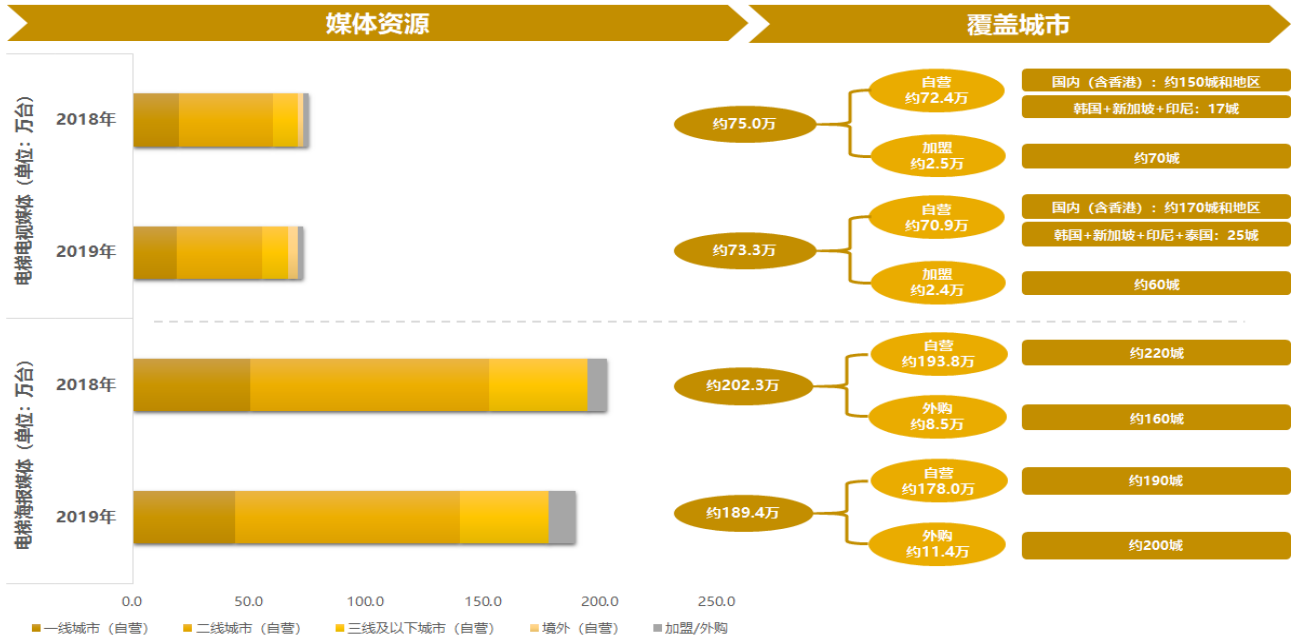
1、公司简介

股票简称	分众传媒	股票代码	002027
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	孔微微	林南	
办公地址	上海市长宁区江苏路 369 号兆丰世贸大厦 28 层		上海市长宁区江苏路 369 号兆丰世贸大厦 28 层
电话	021-22165288		021-22165288
电子信箱	FM002027@focusmedia.cn		ln002027@focusmedia.cn

2、报告期主要业务或产品简介

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。

公司生活圈媒体网络覆盖了全国约300多个城市（含中国香港），并在韩国、泰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。截至2019年末，公司电梯电视媒体中自营设备约70.9万台（包括境外子公司的媒体设备4.1万台），覆盖全国（含中国香港）约170个城市和地区以及韩国、新加坡、印度尼西亚、泰国的约25个主要城市，加盟电梯电视媒体设备约2.4万台，覆盖全国约60个城市和地区；电梯海报媒体中自营媒体约178.0万版位，覆盖全国超过190个城市，外购合作电梯海报媒体约11.4万版位，覆盖全国超过200个城市；公司影院媒体的签约影院约1700家，合作院线37家，银幕超过11,000块，覆盖全国约300个各级城市的观影人群。



报告期内，公司在增加优质资源点位的同时，对存量的电梯电视和电梯海报媒体资源进行了点位梳理和优化，截至2019年末，公司自营电梯电视媒体覆盖及自营电梯海报媒体覆盖的国内城市具体情况如下：

媒体类型	境内覆盖城市	境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
		2019-12-31	2018-12-31		
电梯电视媒体	一线城市	19.3	19.6	-0.3	-1.5%
	二线城市	38.3	40.2	-1.9	-4.7%
	三线及以下城市	9.2	10.3	-1.1	-10.7%
电梯海报媒体	一线城市	43.6	49.7	-6.1	-12.3%
	二线城市	95.8	102.3	-6.5	-6.4%
	三线及以下城市	38.6	41.8	-3.2	-7.7%

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。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入（元）	12,135,948,050.91	14,551,285,132.73	-16.60%	12,013,553,185.42
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,875,276,692.44	5,822,974,766.98	-67.80%	6,004,706,786.08
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	1,282,022,237.62	5,025,532,327.24	-74.49%	4,851,996,085.18
经营活动产生的现金流量净额（元）	3,429,869,870.39	3,782,842,145.12	-9.33%	4,156,254,605.06
基本每股收益（元/股）	0.13	0.40	-67.50%	0.41
稀释每股收益（元/股）	0.13	0.40	-67.50%	0.41
加权平均净资产收益率	13.76%	46.92%	-33.16%	67.65%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
总资产（元）	18,687,079,233.62	19,021,510,376.18	-1.76%	15,554,602,846.85
归属于上市公司股东的净资产（元）	13,778,408,776.65	14,201,141,091.65	-2.98%	10,372,574,413.65

在计算 2017 年的基本每股收益、稀释每股收益以及每股净资产时均已考虑公司 2018 年 6 月 29 日实施利润分配方案，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 2 股的影响。

在计算 2018 年度基本每股收益、稀释每股收益时，已扣除了 2018 年公司回购的 99,612,604 股库存股的加权平均股数。

在计算 2019 年度基本每股收益、稀释每股收益时，已扣除了 2018 年公司回购的 99,612,604 股库存股以及 2019 年公司回购的 143,767,950 股库存股的加权平均股数。

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,610,958,669.84	3,105,786,344.31	3,189,102,224.17	3,230,100,812.59
归属于上市公司股东的净利润	340,378,444.93	437,545,528.53	582,423,522.51	514,929,196.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	115,644,582.47	266,377,300.36	496,916,667.27	403,083,687.52
经营活动产生的现金流量净额	581,559,068.68	495,985,619.54	1,006,378,419.43	1,345,946,762.74

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数		170,298		年度报告披露日前上一月末普通股股东总数		199,951		
持股 5% 以上的股东或前 10 名股东持股情况								
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	报告期末持股数量	报告期内增减变动情况	持有有限售条件的股份数量	持有无限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
							股份状态	数量
Media Management Hong Kong Limited	境外法人	23.34	3,425,818,777	0	0	3,425,818,777		
香港中央结算有限公司	境外法人	8.98	1,318,594,653	0	0	1,318,594,653		
阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	境内非国有法人	5.28	774,401,600	0	0	774,401,600		
Gio2 Hong Kong Holdings Limited	境外法人	1.68	247,236,384	0	0	247,236,384		
珠海晋汇创富叁号投资企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.20	176,455,053	0	0	176,455,053		
关玉婵	境内自然人	1.10	161,885,813	0	0	161,885,813		
珠海融悟股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	1.10	161,042,000	0	0	161,042,000		
上海鸿莹投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	1.09	159,969,322	0	0	159,969,322		
上海瞻宏投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	1.09	159,969,322	0	0	159,969,322		
上海鸿黔投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	1.09	159,969,322	0	0	159,969,322		
上海宏璜投资管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	1.09	159,969,322	0	0	159,969,322		
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东之间，阿里网络与 Gio2 Hong Kong Holdings Limited 系一致行动人；上海鸿莹投资管理中心(有限合伙)、上海瞻宏投资管理中心(有限合伙)、上海鸿黔投资管理中心(有限合伙)和上海宏璜投资管理中心(有限合伙)受同一主体控制。未知其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。							

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券 否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

(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) 综上所述原因，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。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
楼宇媒体	10,049,430,049.66	5,256,223,284.07	47.70%	-16.78%	45.51%	-22.39%
影院媒体	1,982,712,837.80	1,314,566,002.38	33.70%	-16.75%	7.39%	-14.91%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

会计政策变更的情况说明

1) 财政部于2017年3月31日修订印发了《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》(财会〔2017〕7号)、《企业会计准则第23号—金融资产转移》(财会〔2017〕8号)、《企业会计准则第24号—套期会计》(财会〔2017〕9号),于2017年5月2日修订印发了《企业会计准则第37号—金融工具列报》(财会〔2017〕14号)(上述四项准则以下合称“新金融工具准则”),要求境内上市企业自2019年1月1日起执行新金融工具准则。因此,公司于2019年4月23日召开第七届董事会第二次会议及第七届监事会第二次会议,审议通过《公司关于会计政策变更的议案》,同意公司根据财政部的有关规定和要求变更会计政策,修订后的新金融工具系列准则主要变更内容如下:

①在新金融工具准则下所有已确认金融资产其后续均按摊余成本或公允价值计量。

②金融资产分类由现行“四分类”改为“三分类”,企业按照管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征,分为以按摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产三类。

③将金融资产减值会计处理由“已发生损失法”修改为“预期损失法”,要求考虑金融资产未来预期信用损失情况,从而更加及时、足额地计提金融资产减值准备。

公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则。根据新金融工具会计准则的衔接规定,公司无需对2018年度以及可比期间的比较报表进行追溯调整,仅需于2019年年初对公司持有的新金融工具准则规定的金融资产和金融负债进行重新分类和计量,并对留存收益或其他综合收益年初数进行相应调整并按规定在财务报告附注中作相应披露。

2) 财政部于2019年9月19日发布了《关于修订印发合并财务报表格式(2019版)的通知》(财会[2019]16号)(以下简称“财会[2019]16号通知”),对合并财务报表格式进行了修订,要求所有已执行新金融准则的企业应当结合财会[2019]16号通知及附件要求对合并财务报表项目进行相应调整,并将适用于企业2019年度合并财务报表及以后期间的合并财务报表。因此,公司于2019年10月29日召开第七届董事会第五次会议及第七届监事会第五次会议,审议通过《公司关于会计政策变更的议案》,同意公司根据财政部发布的财会[2019]16号通知的有关规定,相应变更会计政策,调整财务报表格式内容如下:

①根据新租赁准则和新金融准则等规定,在原合并资产负债表中增加了“使用权资产”“租赁负债”等行项目,在原合并利润表中“投资收益”行项目下增加了“其中:以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”行项目。

②结合企业会计准则实施有关情况调整了部分项目，将原合并资产负债表中的“应收票据及应收账款”行项目分拆为“应收票据”“应收账款”“应收款项融资”三个行项目，将“应付票据及应付账款”行项目分拆为“应付票据”“应付账款”两个行项目，将原合并利润表中“资产减值损失”“信用减值损失”行项目的列报行次进行了调整，删除了原合并现金流量表中“为交易目的而持有的金融资产净增加额”“发行债券收到的现金”等行项目，在原合并资产负债表和合并所有者权益变动表中分别增加了“专项储备”行项目和列项目。

会计估计变更的情况说明

根据《企业会计准则第4号—固定资产》“企业应当根据固定资产的性质和使用情况，合理确定固定资产的使用寿命和预计净残值”的规定，为更加公允、真实地反映公司的资产状况和经营成果，使固定资产折旧年限与实际使用寿命更加接近、计提折旧的期间更加合理。因此，公司于2019年8月20日召开公司第七届董事会第三次会议及第七届监事会第三次会议，审议通过了《公司关于部分固定资产折旧年限会计估计变更的议案》，同意根据《企业会计准则》规定，对部分固定资产折旧年限进行调整，具体调整如下：

资产类别	调整前折旧年限	调整后折旧年限
办公设备	5年	3年

根据《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的相关规定，本次会计估计变更采用未来适用法进行会计处理，无需对已披露的财务报告进行追溯调整，不会对以前年度财务状况和经营成果产生影响，预计对2019年及未来的财务报告不产生重大影响。公司此次固定资产折旧年限变更是依据国家相关准则规定及公司实际情况进行的调整，变更后的会计估计能够更加客观、真实地反映公司的财务状况和经营成果。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

参考《公司2019年年度报告全文》第十二节、财务报告/八、合并范围的变更

(4) 对 2020 年 1-3 月经营业绩的预计

√ 适用 □ 不适用

2020年1-3月预计的经营业绩情况：净利润为正，同比下降50%以上

2020 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润变动幅度	-91.77%	至	-87.66%
2020 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润区间(万元)	2,800	至	4,200
2019 年 1-3 月归属于上市公司股东的净利润(万元)	34,037.84		
业绩变动的的原因说明	<p>本次业绩预告归属于上市公司股东的净利润较去年同期有较大幅度减少的主要原因如下：</p> <p>1、受新冠肺炎疫情影响，国内广告市场需求较去年同期有较大幅度下滑，致使公司营业收入同比减少；</p> <p>2、鉴于全国各地实施较为严格的疫情防控措施，报告期内影院暂停营业（目前尚未恢复），部分城市、社区及道路采取封闭管理（目前已恢复），致使公司在部分城市和地区广告的正常发布受限；</p> <p>3、报告期内，公司收到的政府补助较去年同期有所下降；</p> <p>4、公司的联营公司受疫情影响经营情况不达预期，对公司的净利润产生一定影响。</p>		

分众传媒信息技术股份有限公司

法定代表人：江南春

2020 年 4 月 28 日