

证券代码：002027

证券简称：分众传媒

分众传媒信息技术股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	分众传媒 2021 年度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者
时间	2022 年 5 月 12 日 15:00-16:30
地点	深圳证券交易所“互动易平台” http://irm.cninfo.com.cn “云访谈”栏目
上市公司接待人员姓名	董事长兼首席执行官江南春 首席财务官兼董事会秘书孔微微 独立董事叶康涛
投资者关系活动主要内容介绍	公司与参会投资者进行了充分的交流与沟通，并严格按照相关规定，保证本次业绩说明会的相关信息真实、准确、完整，简明清晰，通俗易懂，不存在虚假记载、误导性陈述等情形。本次业绩说明会的主要内容详见附件，不存在未公开重大信息泄露情况。
日期	2022 年 5 月 12 日

附件：

1、孔总好，分众集团下辖 100 多家子公司，集团如何确保上线广告的合规性，压降打擦边球广告对公司的负面影响，谢谢！

答：公司高度重视广告内容的合规性，在实际操作中，公司设立专门部门进行画面统一审核，以确保广告发布内容符合相关法律法规。

2、公司的销售费用一直占据营收的很大比例，请问这项支出是否与应收账款的回款、坏账计提紧密相关？谢谢！

答：公司销售费用主要为销售人员的业绩提成，是根据其签单完成的合同销售额，在扣除了税金成本、需支付给 4A 广告公司的各类服务费、媒体制作费用等相关费用后，再考虑销售人员所在的城市级别、是否为历史存量客户、回款的账龄系数以及销售价格折扣系数等综合因素后得出的计算基数，按计算基数的一定比例计算。

3、请问 2 季度受到疫情的冲击，坏账计提是否会大幅增加？或者公司回款周期会延长？

答：在进行预期损失率的计算时，公司考量的是近几年应收账款至今的回款情况，同时，在前瞻性上，公司从经济形势变化，市场环境变化，疫情影响等方面考量可能会对未来回款产生的影响。

4、（1）我们今年派息政策会有持续的中期派息吗？（2）一二季度我们观察分众刊挂率表现不错，只有在 3 月略微下滑，这和公司刊例价提升 10%与收入还有出入，实际的签订价格是不是也没有上调，和去年的价格差不多？

答：（1）未来派息情况烦请关注后续相关公告；（2）在疫情的影响下，三月份刊挂率大幅下滑，实际落地价格的变化与当期客户需求、新老客户情况及合同周期等因素相关。

5、请问独立董事，如何在股票增发中保护中小股东的利益，有什么具体措施吗？

答：我们会关注相关发行程序和信息披露是否合规，发行股份募集资金是否有明确用途，是否与公司业务范围、经营规模相匹配，发行价格是否合理，是否可能损害股东或其他利益相关方的合法利益等，并以此为依据行使董事的投票权利，同时我们也会就此事项发表独立意见，谢谢。

6、请问公司智能屏的发展怎么样？对于江总之前的描述，消费者在看到广告的时候如有停留时间，会把数据返回到后台数据，打开淘宝等电商会收到该商品的推送，但是我身在广州一线城市，却好像没有这方面的体验？请问是否受到国家对个人数据保护政策的阻碍？

答：分众和其他电商平台的合作并不是针对个人的精准，而是群体维度的精准。针对单个个体的精准数据收集和使用能力，是受到了国家对个人隐私数据保护政策的限制。目前，合规的情况下，可以做到对一个指定时间周期内分众广告屏位置的人群，通过和其他合作的电商平台基础能力的打通，实现在人群群体这个维度的精准触达。

7、梯媒行业有很大的先发优势，公司有意拓展日韩及东南亚市场，请问目前日本、印度、马来西亚、菲律宾、越南等市场，存在竞争对手吗？若存在，他们的渗透率分别有多大？有威胁公司海外拓展的大型对手吗？

答：自 2017 年以来，公司已相继在韩国、新加坡、印度尼西亚、泰国等海外市场进行布局，公司已经成功地证明了分众模式在海外市场尤其是亚洲市场可快速复制，海外市场仍处于整体布局的较好阶段，公司长期看好海外业务的发展潜力并将持续推进。

8、江总好，请问 2021 年全年、2022 年 Q1 智能屏业务营业收入是多少？

答：您好，公司未公开单独披露过智能屏业务收入情况，2021 年智能屏业务呈良好增长态势。

9、董事长好，有三个问题请教，谢谢。问题一：请问公司的广告策划是内部自己策划还是有部分外包？问题二：请问公司对主流城市的定义是什么样的？几线以下不属于公司定位的主流城市？公司预计什么时候能够完成对全国主流城市的媒体资源覆盖？问题三：根据公司观察，近几年主流城市的物业集中度（指同一物业公司管理的小区数量）有没有提高趋势？未来是否存在这种趋势？

答：（1）公司作为媒体平台，主要业务以广告内容发布为主；在客户需要的情况下，公司可提供多元化的广告内容咨询服务；（2）公司的生活圈媒体已经覆盖了国内 300+个城市，未来公司将聚焦主业继续积极有序的加大优质资源点位的拓展力度，计划用 5-10 年的时间完成 500 城市的媒体资源覆盖；（3）根据公

司观察，目前物业管理整体上仍然呈现较为分散的态势。

10、董秘好，请问公司对主流城市的定义是什么样的？几线以下不属于公司定位的主流城市？公司预计什么时候能够完成的全国主流城市的媒体资源覆盖？

答：公司的生活圈媒体已经覆盖了国内 300+个城市，未来公司将聚焦主业继续积极有序的加大优质资源点位的拓展力度，计划用 5-10 年的时间完成 500 城市的媒体资源覆盖。

11、请问江总，非常高兴看到 2021 年境外分公司实现赢利的规模和公司数有显著增长，请问 2022 年对加大出海收入的目标和举措，谢谢！

答：2022 年公司将深耕已出海地区的业务，并加速对其他地区的布局，未来目标覆盖日本、印度、马来西亚、菲律宾、越南等国家。

12、江总好，今年疫情严重，乳业品牌纷纷在新潮传媒投放广告，如君乐宝，伊利，飞鹤等奶企。请谈谈为何这些老客户转投新潮？

答：我们和乳业企业一直保持了非常紧密友好的合作，也是各家乳业品牌最重要的媒体合作伙伴之一。通过与分众的合作，电梯媒体的价值也受到了越来越多认可。

13、董事长好，请问公司的广告策划是内部自己策划，还是有部分外包？

答：公司作为媒体平台，主要业务以广告内容发布为主；在客户需要的情况下，公司可提供多元化的广告内容咨询服务。

14、董事长好，根据公司观察，近几年，主流城市的物业集中度（指同一物业公司管理的小区数量）有没有提高趋势？未来是否存在这种趋势？

答：根据公司观察，目前物业管理整体上仍然呈现较为分散的态势。

15、公司以前的战略规划是 500 城 5 亿人，在 2018 年点位扩张后，500 城的规划好像不提了，只提 5 亿人，是否二线及以下城市的发展不及预期？

答：公司的生活圈媒体已经覆盖了国内 300+个城市，未来公司将聚焦主业继续积极有序的加大优质资源点位的拓展力度，计划用 5-10 年的时间完成 500 城市的媒体资源覆盖。

16、江总好，能否从公司的文化角度谈谈，公司有哪些是坚决不做不触碰的？

答：在近 20 年的发展历程中，公司沉淀了“激情、规范、诚信、共赢”的企业价值观。在此价值观的指引下，分众人创新进取，敬业拼搏，将之内化、践行，成为一种信念与精神，推动着分众传媒历久弥新，稳健发展。公司的健康发展与良好的商业道德密不可分。公司高度重视并遵循商业道德文化建设，积极承担社会责任，避免经营功利化，加强全体员工的守法合规意识。

17、请问江总，2021 年报所说的“影院业务映前市场采购成本”与 2019 年报及以前所说的“影院业务的租赁成本”是否为一回事？

答：是的。公司在 2021 年初适用新租赁准则后，影院业务相关成本由于不满足新租赁准则下对租赁的定义，故描述为映前时长采购成本。

18、2021 年报显示参股公司框架媒体 28.5 万个，请问参股公司主要有哪些公司？

答：参股公司主要包含一些覆盖区域网络、在当地影响力较大的公司，谢谢。

19、近几年公司营收增长和净利润增长不明显，广告资源租赁和折旧增长明显，是遇到发展瓶颈了吗？

答：过去几年公司虽然经历了一些挑战，但整体的收入和利润仍处于良好的上升通道。另外，公司媒体资源在过去几年得到了良好的扩展，相关点位的租金和折旧会因点位的增减有所变化。

20、公司有在国内计划扩展媒体资源新领域吗？

答：未来公司仍将继续聚焦主业，深耕电梯媒体的经营与发展。

21、孔总好，影院业务的映前时长采购成本今年大幅增加 200%以上，请问该成本是影院业务关于媒体租赁的全体成本吗？

答：2020 年内疫情期间，各地影院停业未发生影院媒体资源采购成本，2021 年恢复正常节奏，故造成 2021 年度影院业务同类成本的明显增加；该成本是影院业务关于媒体租赁的全部成本，谢谢。

22、江总，您好，因最近受疫情的影响，导致部分城市点位的广告不能够如期发布，想请问下对不能够发布广告的点位租金是照常付呢？还是会给予减免？谢谢。

答：目前由于封控导致的广告不能如期发布，相关点位租金减免还在与物业沟通中，也得到了物业的积极反馈。

23、董事长好，公司与物业签订的租赁合同通常在 2-3 年，公司有没有考虑延长合同期限，实际操作可行吗？

答：您好，公司楼宇租赁合同目前大多数为 2-3 年，租赁合同是在相关法律法规的指引下及与合作方友好协商的情况下签订，包括项目期限的合同细则根据自身业务发展需要及协商结果各有所异。

24、公司在积极拓展海外市场，请问公司对国外市场的愿景是怎么样的？在未来 5 年希望达到什么样的规模？

答：自 2017 年以来，公司相继在韩国、新加坡、印度尼西亚、泰国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。目前境外子公司拥有媒体设备约 10 万台，覆盖了韩国、新加坡、印度尼西亚和泰国等国家的 50 多个主要城市。未来公司将加速海外业务的布局，目标覆盖日本、印度、马来西亚、菲律宾、越南等国家。公司已经成功的证明了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。未来，我们希望在东南亚市场覆盖 5 亿人口，助力中国品牌走向世界。

25、江总好，请问目前分众智能屏业务进展如何？目前智能屏点位是多少？今年智能屏点位计划如何？

答：目前智能屏业务为分众第三大业务，今年以来点位稳中有升，将在主流城市中继续保持领先，谢谢。

26、（1）目前疫情严重，公司经营受影响较大请问公司的销售团队是否保持稳定？（2）江南春董事长近期是否有卸任或退居二线的计划？（3）如果股价继续大跌，公司是否有回购计划？

答：（1）目前公司销售团队稳定；（2）本人无此计划；（3）公司现金在满足正常经营和储备的情况下，会综合考虑通过回购和分红的方式增加股东回报，具体以公告为准。

27、江总好，香港上市计划进行的怎么样了？今年有可能港交所吗？

答：目前仍在准备当中，节奏上会综合考虑市场环境和发行价格等多方面因素。

28、公司有大量的现金储备，现在的股价甚至低于 2018、2019 年公司的回购价格，公司有考虑再次回购股份吗？谢谢！

答：公司现金在满足正常经营和储备的情况下，会综合考虑通过回购和分红的方式增加股东回报，具体以公告为准，谢谢。

29、（1）最近疫情严重，公司目前对下一步点位布局如何考虑？稳定增加、优化缩减还是保持稳定？（2）请公司介绍一下智能屏（竖屏）的发展情况？竖屏点位是否仍在继续加密？

答：公司仍将结合当前情况，采取主流城市领先策略，进一步优化公司媒体资源覆盖的密度和结构；目前在主流城市，公司智能屏依然领先。

30、请问上海疫情对第二季度的业绩的影响有多大？

答：3 月以来，随着各地疫情的爆发，公司的营业收入大幅下滑。这个趋势截至目前仍在持续，一方面是疫情使得公司部分城市的正常发布受限，另一方面物流的受阻等因素也影响了广告主的经营情况以及广告投放节奏。

分众传媒信息技术股份有限公司

2022 年 5 月 12 日