

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：2020-003

<b>投资者关系 活动类别</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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
<b>参与单位名称 及人员姓名</b>	详见附件 2、调研人员信息表
<b>时间</b>	2020 年 10 月 23 日
<b>地点</b>	上海
<b>上市公司接待 人员姓名</b>	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 财务副总裁王晶晶
<b>投资者关系活动 主要内容介绍</b>	1、公司主营业务情况介绍 2、公司未来发展战略
<b>附件清单 (如有)</b>	附件 1、调研活动记录 附件 2、调研人员信息表

## 附件 1

### 活动记录

#### Q: 广告市场及公司业务复苏情况?

A: 2020 年, 受新冠疫情影响, 国内广告市场需求较去年同期有较大幅度下滑, 单月整体广告刊例花费均同比下滑。二季度起广告市场开始逐步复苏, 单月整体广告刊例花费下滑幅度呈收窄态势。根据 CTR 媒介智讯的数据显示, 2020 年 8 月广告市场整体刊例花费环比增长 5.8%, 同比降幅进一步收窄为 4.5%。

从各广告渠道表现来看, 电梯广告花费增长优于其他媒体渠道, 2020 年 8 月电梯 LCD 广告刊例花费同比增长 33.2%, 电梯海报广告刊例花费同比增长 59.4%。

公司业务层面, 受新冠肺炎疫情疫情影响, 一季度国内广告市场需求不佳, 导致 2020 年第一季度公司楼宇媒体收入仅为 182,727.5 万元, 同比下滑 12.21%。但随着疫情的逐步缓解, 广告市场略有回暖, 同时广告主的预算向头部平台充分集中, 众多品牌引爆案例让公司在新消费行业的崛起浪潮中占据了十分重要的位置, 新消费赛道本身的高增长, 带来了疫情后公司楼宇媒体收入的快速反弹。公司楼宇媒体 2020 年第二季度收入为 261,664.1 万元, 与上年同期基本持平, 第三季度收入为 323,731.9 万元, 较上年同期上升 19.79%。

#### Q: 第三季度公司广告主行业结构以及未来趋势?

A: 楼宇广告业务方面, 前三季度日用消费品增速 30%, 第三季度日用消费品客户的投放持续提升, 在新消费品和传统消费品的增量贡献下, 广告投放同比增速接近 40%。前三季度消费品占比达到 38%, 其中食品饮料类、服装类、医药保健类的广告投放增长显著。

互联网广告主投放恢复正增长, 第三季度占比 28%, 主要受益于在线教育、在线医疗等细分行业的广告投放增加。

长期来看, 日用消费品客户的持续增长将有效助力公司进一步实现客户结构的优化, 迎来更稳定及可持续的增长驱动力。而公司本身的媒体价值, 也将在经典品牌引爆案例的示范效应下, 获得更进一步释放。

未来，公司将继续加深日用消费品客户的开拓并积极挖掘潜在细分领域的广告主需求为公司业绩赋能。

**Q：公司营业成本情况？**

A：年初至第三季度末公司营业成本为 323,045.2 万元，较上年同期减少 175,231.0 万元，降幅为 35.17%。其中，媒体租赁成本减少了 139,413.0 万元，主要是由于：1）疫情期间，各地影院停业未发生影院媒体租赁成本，2020 年前三季度公司影院业务的租赁成本较上年同期大幅减少了 88,969.5 万元，降幅为 94.50%；2）部分社区和受影响的写字楼相应减免了受疫情影响不能正常发布广告的楼宇媒体租赁成本，同时市场竞争大幅减弱，单屏租赁成本有所下降，2020 年前三季度公司楼宇媒体租赁成本较上年同期减少 47,193.6 万元，降幅为 18.41%。

**Q：文化事业建设费的减免情况？**

A：年初至第三季度末公司营业税金及附加为 3,993.7 万元，较上年同期减少 18,588.0 万元，降幅为 82.31%。根据《财政部税务总局关于电影等行业税费支持政策的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 25 号）第三条规定，自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日免征文化事业建设费，而 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日营业税金及附加中的文化事业建设费为按营业收入增值税计费销售额的 3%征收，2019 年 7 月 1 日起根据国家有关优惠政策减半按 1.5%征收，因此报告期内公司营业税金及附加较上年同期有所减少。

**Q：公司点位规划？**

A：目前公司点位梳理工作已进入后半程，未来公司将加大优质点位的开发力度以持续提升公司核心竞争力。

**Q：公司应收账款及坏账情况？**

A：得益于公司加强应收账款管理和坏账风险控制，今年以来公司应收账款余额下降，账期在一年以内的互联网及消费品客户回款较好，质量提升。在广告投放前，公司会对客户进行谨慎的风险评估。根据客户资质，要求不同比例的广告投放预付款项并采取更为严格的收入确认原则。此外，公司加大回款

进度的跟踪和落实力度，尽可能地降低应收账款的坏账风险。公司以后会继续执行严格的应收账款管理政策从而保证回款质量。

**Q：公司创新业务进展情况？**

A：数字化的加速变革，正在重塑分众的业务模式，而随着全流程的数字化覆盖，分众运用云端分发，精准投放，数据回流，品效协同等变革，引领线下媒体数字化的营销效率的提升。

生活圈即生意圈。9月份公司在智能屏领域逐步向授权代理商开放了 DSP 系统，让代理商在线进行精准选楼和选时间，在线投放和监测，为生活服务类实体终端开启了基于地理位置的在线 LBS 屏幕广告服务。

**调研结束**

本次调研活动于下午 16：00 结束。

本次调研活动不存在未公开重大信息泄露情况。

分众传媒信息技术股份有限公司

2020 年 10 月 23 日

## 附件 2

### 调研人员信息表

序号	机构名称	参会者姓名	序号	机构名称	参会者姓名
1	Blackrock	Andy He	24	景林	张文博
2	Capital Group	Tracy Wang	25	摩根斯坦利	Rebecca Xu
3	Fenghe Capital	Li Shurong	26	农银基金	张亚楠
4	NCC	叶威延	27	挪威央行	Odette Wang
5	Toona Tree	沈杰琳	28	平安证券	易永坚
6	Trivest	Nicky Ge	29	睿远基金	杨维舟
7	UBS	刘智景	30	上投摩根基金	杨景喻
8	博时基金	陈雨薇	31	上投摩根基金	蒋正山
9	财通基金	傅一帆	32	申万宏源	林起贤
10	财通基金	金梓才	33	申万菱信基金	徐远航
11	东方资管	赵君妍	34	太平洋资产	胡卉
12	东吴证券	张良卫	35	泰康资管	邹志
13	方正证券	姚蕾	36	兴全基金	朱可夫
14	富国基金	方竹静	37	易方达基金	章强
15	富国基金	李元博	38	长信基金	陈嘉文
16	富兰克林邓普顿	Tony Sun	39	长信基金	安昀
17	高盛	Brain Dai	40	招商基金	张林
18	高盛	廖绪发	41	招商证券	顾佳
19	广发证券	叶敏婷	42	中金公司	温晗静
20	华安基金	王春	43	中金公司	张雪晴
21	华泰证券	朱珺	44	中金公司	王梅
22	汇丰晋信	陆迪	45	中信保诚	邹伟
23	交银基金	朱维稔	46	中银基金	杨雷