

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

2022 年度业绩说明会投资者关系活动记录表

编号：2023-002

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 2022 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	2023 年 5 月 11 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 独立董事廖冠民
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	2023 年 5 月 11 日

附件：

1、公司是否有进军越南计划？

答：2023 年公司将继续加大海外市场的拓展力度，目标覆盖越南等国家。公司已成功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，助力中国品牌走向世界。

2、使用权资产里面的“媒体租赁”指的是租用的电梯的位置，还是租用的发布广告的电视或海报框？

答：公司租用的是电梯位置，电梯电视和海报框架都是公司的固定资产。

3、分众在国内收缩战场，在国外开拓市场。但是新潮的规模越来越大，会不会对分众构成真正的挑战？

答：未来公司仍将聚焦国内主业继续积极有序的加大优质资源点位的拓展力度，进一步提升覆盖点位的质量与数量。此外，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，公司长期看好海外业务的发展潜力并将持续推进。

4、分众智能屏的毛利率在什么水平？

答：公司 2022 年度楼宇媒体毛利率为 58.70%。

5、公司销售人员数量有一定减少，可以讲一下公司是如何考虑的吗？

答：公司重视人效管理，对销售人员开展专项培训、绩效审计等，人均效率提升；未来，公司将继续关注人效提升，确保销售队伍与业务健康良性发展。

6、请问江总如何看待互联网行业降本增效对企业营收和毛利率水平的影响？可以展望下未来互联网方面的广告趋势吗？

答：公司拥有包括互联网在内的多元化的客户行业类型，目前来看，头部的互联网客户的广告投放正逐步回暖。

7、越南市场已经有本地梯媒公司，您觉得越南市场能否容得下两个公司共同发展？

答：公司已成功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，助力中国品牌走向世界。

8、分众近年在投资业务方面的成绩可谓乏善可陈，不少投资标的损失惨重，请问公司未来会在资金分配上是否会降低投资比例，更多用于聚焦主业及回馈股东？

答：过去几年的投资成绩没有特别理想，未来我们会更为聚焦核心业务，为客户提供更高效更有价值的产品和服务，扩大优势，实现公司业务的稳健高质发展，也会努力通过分红等方式做好股东回报工作。

9、根据公司 2023 年发布的分红管理制度，公司在发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排时，现金分红比例最低是 80%，请问江总，现在公司属于成熟期吗？未来分红比例达到 50%以上是可预期并且稳定的吗？

答：公司发展阶段属成熟期，未来公司将根据资金实际使用需求制定分红回报规划，努力通过分红等方式做好股东回报工作。

10、国外业务拓展相比国内有没有一些特殊的困难，如果有，是哪些？

答：海外业务拓展需综合考虑当地文化差异、法规政策、市场竞争、汇率波动等因素。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，公司长期看好海外业务的发展潜力并将持续推进。

11、财务费用里面的“销售业务费”的具体含义和用途？

答：公司销售业务费主要是公司销售人员业绩提成，销售业务费不仅与销售人员接单完成的合同销售额有关，在核算销售业务费的过程中还会综合考虑所签销售合同回款的账龄系数、销售价格折扣系数、销售人员所在的城市级别、是否为历史存量客户等因素。

12、1) 请问海外未来有希望能达到一个国内的营收规模吗？2) 国内今年二季度有提价的可能吗？

答：1) 公司长期看好海外市场的发展潜力。2) 公司刊例价会结合外部市场环境、自身点位扩张情况以及客户对于电梯广告价值认知度等因素综合考虑。关于今年刊例价格的调整，届时我们将根据市场情况决定是否进行常规性的价格上调。

13、公司近几年一直在减少三线城市点位，是什么原因造成三线城市点位低效？人均收入低吗？还是人口不够集中？

答：关于我们在三线城市广告点位的调整，这是基于综合考虑收入水平、人口密度以及商业和住宅区域的分布情况所作的决策。我们一直致力于提供最具价值的媒体资源，以实现广告效益最大化，并创造更大的价值。

14、请问广告的售卖方式有没有考虑过标准化、数字化，而不是目前这种依靠销售人员的模式？

答：分众作为传统的线下广告媒体平台，目前仍主要依赖销售人员的售卖方式。同时，公司将积极拥抱数字化变革，持续坚持销售驱动的策略，探索和引入数字化、标准化的工具，努力提升销售人员的综合素质，以提升公司整体经营效率。

15、公司最近几年的固定资产每年折旧 4 亿，2022 年年报固定资产剩余不到 6 亿，请问公司在未来的一两年有计划像 2018、2019 年那样大幅更新或添置新的媒体资产吗？

答：未来在正常外部市场环境下，公司计划保持常态化的稳定扩张。

16、公司在三线及以下城市的媒体资源收缩 13%左右，请问公司是否放缓国内的三线及以下城市的扩张，把专注力放在东南亚地区？

答：关于我们在三线城市广告点位的调整，这是基于综合考虑收入水平、人口密度以及商业和住宅区域的分布情况所作的决策。我们一直致力于提供最具价

值的媒体资源，以实现广告效益最大化，并创造更大的价值。另外，公司长期看好海外业务的发展潜力并将持续推进。

17、请问 2022 年度报告中，P134 页：其他应付款中【销售业务费】8.46 亿，这个销售业务费是给销售人员的提成吗？

答：是的，谢谢。

18、请问公司在海外的扩张是以社区为主还是写字楼为主？两者的比例是多少？

答：写字楼和住宅楼都有，各个国家情况各异。

19、梯媒广告行业未来会不会被某些行业替代？

答：梯媒广告行业作为户外广告的重要组成部分，具有其独特的优势和价值。楼宇电梯是城市的基础设施，楼宇电梯这个最日常的生活场景代表着四个词：主流人群、必经、高频、低干扰，而这四个词正是引爆品牌的核心资源。公司电梯媒体的重要意义在于把品牌渗透到城市主流人群必经的生活场景中，从而实现对用户的强效到达。分众已经成为线下流量核心入口，在媒体碎片化的时代将越来越成为品牌引爆的核心方式，能够实现对都市主流人群的集中影响。

20、关于海外业务的扩展，我有两个问题：1) 根据目前财报信息，韩国和新加坡发展不错，但是其营收规模并不大，跟该国整体经济实力相比还有很大的空间，是否存在什么因素对业务拓展形成潜在制约？2) 日本、马来西亚公司的持股比例十分的高，是否会存在潜在的政治阻碍？

答：1) 公司看好包括韩国新加坡在内的海外梯媒市场空间。未来，随着点位的进一步渗透，以及刊挂率的逐步提升，我们可以期待海外收入规模进一步提升。2) 海外各个国家的政治文化及国情各不同，我们在进入每个国家之前都会充分考虑当地相应的外部环境情况。感谢您的关注。

21、公司撤销了香港的上市计划，请问是否考虑现阶段香港市场低迷，上市不能体现公司内在价值？

答：公司终止筹划发行 H 股股票并在香港上市相关事项是综合资本市场环境，实际经营情况、资金需求、业务发展规划等因素审慎考虑的结果。

22、21 年报提到“根据沙利文的研究报告，截至 2021 年底，以楼宇媒体点位数计，分众传媒拥有的媒体点位数量排名第一，分众传媒在写字楼和住宅楼领域均排名第一，市场份额遥遥领先于 2 至 5 位竞争对手之和的 1.8 倍；以覆盖电梯数计，分众传媒在写字楼和住宅楼领域均排名第一，分众传媒是中国最大的办公楼媒体集团，也是中国最大的社区媒体集团。”请问有今年最新的相关数据可以分享吗？

答：2022 年数据更新后会及时通过公司网站等渠道分享给投资人。

分众传媒信息技术股份有限公司

2023 年 5 月 11 日