

龙韵股份 2022 年度董事会工作报告

一、 董事会关于公司 2022 年经营情况的讨论与分析

根据央视市场研究（CTR）媒介智讯（以下简称“CTR 媒介智讯”）广告监测数据库 AdEx 的数据显示，2022 年全年广告市场同比减少 11.8%。在受到多重超预期因素冲击、国内外市场环境复杂严峻等多重超预期挑战的影响下，传统户外、报纸、影院视频广告收入明显下滑，户外广告在 2022 年受影响较为明显，特别是传统户外广告，出现 27.6% 的降幅。几乎所有的户外街道设施广告类型都遭遇了广告主减投，投放量比较大的类型如候车亭、地铁站台、站厅、看板等等降幅都超过 20%。（数据来源：《CTR 媒介智讯》）

报告期内，公司持续加强风险管控能力，加强内部控制的建设和管理，通过严格把关新开发客户，同时对原有客户结构进行梳理，对高风险客户进行优化，持续调整客户结构，确保公司经营质量。

在上述背景下，报告期内，公司积极调整发展战略和经营策略，谨慎防范经营风险，重点推进了以下工作：

一、为了全面、准确的配合公司战略发展布局，实现公司未来产业规划，进一步推进业务转型路线，2022 年初，公司定义了全新的使命愿景和价值观：成为“市场营销数据科学家”是我们新的愿景，“数据创造最优商业价值”是我们新的使命，“通过数据科学帮助企业实现数字化转型及品效合一”是我们实现目标和愿景的路径。

二、在目标受众不断的被细分、切割的形势下，公司积极地从传统广告媒介向互联网+转型，但在深耕发展的过程中，面对多变的媒介环境与消费者、不断上升的营销成本和营销上急需满足的扩展性需求，公司管理层深刻意识到技术、数据的重要性，2022 年三季度末，公司发布公告，收购徐州和恒、湖州树形合计持有的辰月科技的 100% 股权，进一步完善电子商务服务领域布局，整合辰月科技优质的大数据分析能力和品牌孵化、推广能力，为公司的客户拓展提供新的机遇和渠道，并能加强营销服务的深度和广度，提高上市公司的核心竞争力，增加公司现有客户的粘性，进一步提升公司抗风险能力、持续盈利能力和发展潜力，保障中小股东的利益。

三、公司不断拓展行业头部资源，发挥内容创意营销领域的经验和优势，加大

优质客户的拓展力度，促进品牌营销业务发展取得显著成果。进一步优化公司的客户结构，持续扩大客户与公司的合作粘性，促使公司业务稳步健康发展。

四、基于对公司未来发展的信心和对公司价值的认可，提升公司股票长期投资价值，同时充分调动公司员工的积极性，完善公司长效激励机制和利益共享机制，促进公司健康可持续发展，公司披露并实施了“以集中竞价交易方式回购股份”的方案，用于股权激励或员工持股计划。

二、 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入 40,087.61 万元，同比下降 45.81%，营业成本 41,365.24 万元，同比下降 42.50%。报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润-19,103.74 万元，较上年同期下降 203.14%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-19,187.62 万元，较上年同期下降 209.52%。

三、 董事会会议履职情况

2022 年，公司全体董事勤勉尽责、恪尽职守、高效决策，共召开十一次董事会，会议情况如下：

（一） 董事会会议召开情况

第五届董事会第十八次会议	2022 年 1 月 28 日	1. 审议通过《上海龙韵文创科技集团股份有限公司关于预计 2022 年度日常关联交易的议案》
第五届董事会第十九次会议	2022 年 3 月 1 日	1. 审议通过《关于以集中竞价交易方式回购股份方案的议案》
第五届董事会第二十次会议	2022 年 4 月 26 日	1. 审议通过《2021 度总经理工作报告》 2. 审议通过《2021 年度董事会工作报告》 3. 审议通过《2021 年度独立董事述职报告》 4. 审议通过《审计委员会 2021 年度履职情况报告》 5. 审议通过《2021 年度报告》及《2021 年度报告摘要》 6. 审议通过《公司 2021 年度利润分配方案》 7. 审议通过《公司 2021 年度财务决算报告》 8. 审议通过《2021 年度审计报告》 9. 审议通过《2021 度内部控制的评价报告》 10. 审议通过《关于确认公司 2021 年度董事、监事及高级管理人员薪酬的议案》 11. 审议通过《上海龙韵文创科技集团股份有限公司关于新增预计 2022 年度日常关联交易的议案》 12. 审议通过《关于申请撤销其他风险警示的议案》 13. 审议通过《关于提请召开 2021 年度股东大会的提案》
第五届董事会第二十一次会议	2022 年 4 月 29 日	1. 审议通过《2022 年第一季度报告》

第五届董事会第二十二次会议	2022年7月6日	1. 审议通过《关于预计2022年使用自有资金进行委托理财的议案》
第五届董事会第二十三次会议	2022年8月25日	1. 审议通过《上海龙韵文创科技集团股份有限公司2022年半年度报告及摘要》
第五届董事会第二十四次会议	2022年8月26日	1. 审议通过《关于补选公司第五届董事会独立董事的议案》 2. 审议通过《关于提请召开公司股东大会的议案》
第五届董事会第二十五次会议	2022年9月9日	1. 审议通过《关于补选独立董事候选人的议案》 2. 审议通过《关于提请召开公司股东大会的议案》
第五届董事会第二十六次会议	2022年9月30日	1. 审议通过《关于收购贺州辰月科技服务有限公司100%股权并签署股权收购协议暨关联交易的议案》 2. 审议通过《关于提请召开公司股东大会的议案》
第五届董事会第二十七次会议	2022年10月27日	1. 审议通过《2022年第三季度报告》
第五届董事会第二十八次会议	2022年12月15日	1. 审议通过《关于签署股权收购协议之补充协议暨关联交易的议案》 2. 审议通过《关于变更公司2022年度会计师事务所的议案》

（二）董事会召集股东大会情况

2022年，公司董事会共召集召开4次股东大会，会议情况如下：

2022/6/29	2021年年度股东大会	《2021年度董事会工作报告》
		《2021年度监事会工作报告》
		《2021年度独立董事述职报告》
		《2021年度报告》及《2021年度报告摘要》
		《公司2021年度利润分配方案》
		《公司2021年度财务决算报告》
		《关于确认公司2021年度董事、监事及高级管理人员薪酬的议案》
		《上海龙韵文创科技集团股份有限公司关于预计2022年度日常关联交易的议案》
		《上海龙韵文创科技集团股份有限公司关于新增预计2022年度日常关联交易的议案》
		《关于补选公司第五届监事会非职工代表监事的议案》

2022/9/13	2022 年第一次临时股东大会	《关于预计 2022 年使用自有资金进行委托理财的议案》
		《关于补选公司第五届董事会独立董事的议案》
2022/9/29	2022 年第二次临时股东大会	《关于补选独立董事候选人的议案》
2022/12/30	2022 年第三次临时股东大会	《关于收购贺州辰月科技服务有限公司 100%股权并签署股权收购协议暨关联交易的议案》
		《关于签署股权收购协议之补充协议暨关联交易的议案》
		《关于变更公司 2022 年度会计师事务所的议案》

（三）董事会专门委员会程序履职情况

董事会战略委员会、审计委员会、薪酬和考核委员会、提名委员会积极开展各项工作。按照公司《战略委员会议事规则》，战略委员会对公司发展战略的细化和实施给予了许多切实中肯的建议；审计委员会在公司 2022 年度财务报告审计机构进场前、后多次与注册会计师进行深入的交流沟通，合理地安排了对财务报告的审计工作并了解进展情况；薪酬与考核委员会按照《薪酬与考核委员会议事规则》等规定，在听取公司经营层的经营成果汇报的基础上，合理评价经营层的经营业绩，严格监督公司高管的薪酬发放情况。

四、 董事会关于公司未来发展的讨论与分析

（一）行业格局和趋势

近三年国内生产总值（GDP）年均复合增长 4.5%。2022 年中国经济面临着需求收缩、供给冲击、预期转弱的三重压力，最终消费对经济增长的贡献率明显减弱，服务业复苏受阻、结构分化明显。展望 2023 年，全球经济增速将明显放缓，中国经济将在内外需结构、三次产业结构、投资消费结构“再平衡”中重拾增长动能。2023 年，最终消费支出增长及结构优化将充分发挥推动经济发展的基础性作用。根据测算，即使不考虑居民收入增长加快的效应，2023 年社会消费品零售总额同比增速也可以实现大约 10.4% 增长。综合各方面情况，预计 2023 年中国 GDP 增速可能在 5.0%

左右；CPI 将呈现明显的前高后低走势，全年涨幅在 2.5%左右；PPI 则可能呈现出一定的通缩特征。当前，应持续提振微观主体信心，增强经济发展的内生动力。（部分引用自《2022 中国经济回顾与 2023 经济展望》）

CTR 分析认为不确定性增强的市场难以琢磨，既需要维持品牌的声量，又需要降低品牌的营销成本，同时还要考量如何更贴近当下消费者的消费需求变化。从细分入手，将目标消费者的群体属性、机会赛道的产品类型、当下流行的文化元素细化，找寻到适合品牌发展的配方充分发酵。面对营销资源的冗余，品牌在谨慎的投放原则之下，更加注重品牌价值的建立，通过优质的媒体资源，增加品牌的文化内涵和价值厚度，为未来长远的品牌建设打好基础，滋养品牌的源能。（部分引用 CTR《广告趋势报告》）。

科技是第一生产力，是人类走出马尔萨斯陷阱的核心驱动力。对新技术的掌握程度决定了国家和企业发展的核心竞争力。ChatGPT 持续出圈，让越来越多人发现，人工智能已走进我们的现实生活。

移动互联网流量增长见顶之下，广告主更加追求技术与内容的深度融合。学会用品牌的语言来评估品牌广告价值，注重与用户之间的情感共振、生态共创，并结合新的技术，赋予品牌营销多样的次元体验。在内容丰富度提升、去中心化趋势越来越明显的当下，如何能快速高效带动更多优质内容产出，成为各方关注的议题；在内容时长不断丰富、观众注意力愈发分散的现实下，不同属性的媒体场域利用内容相融互通，优质内容可以获得用户注意力，从而驱动经营开发。

未来行业发展主要体现在以下几个方面：

1、根据艾瑞咨询数据显示，2023 年中国网络广告市场规模将稳定在 17.4%左右的增长率，广告市场整体呈现修复性增长，随着品牌方市场信心度的提升，部分品牌方对广告预算重新进行配置和规划。

2、内容市场竞争步入白热化，内容的长尾价值和 IP 开发的巨大潜力愈发受到青睐。

3、企业数字化转型推动服务商革新营销技术，也推动着互联网营销服务商加大技术研发投入，通过人工智能算法、大数据技术等技术不断精细化和优化营销策略，满足客户的新需求，为客户带来更好的服务体验。

（二）公司发展战略

公司持续深化落实“大文娱”发展战略，将 OBM Optimal Buy-in Media 升级为 Optimal Business Model，即最优商业模式，通过数据科学帮助企业实现数字化转型及品效合一。继续坚持以客户价值为导向，加速向数字化营销靠拢，数据即市场，市场即用户，用户即根本。提升整合全产业链资源能力，为广告主提供精准、专业、有效的个性化营销推广服务，探索多元化产品，积极开拓市场新领域。

（三）公司经营计划

1、围绕文化认同、思想引领、制度创新，进一步加强队伍建设。根据不同部门职能，有针对性的招聘专业化人才，进一步建立完善的培训、薪酬、绩效和激励机制（包括但不限于：股权激励、员工持股计划等），最大限度地发挥人力资源的潜力，不断引入新鲜血液，保持团队的活力，为公司的可持续发展提供人才保障。

2、公司将加强顶层设计、系统规划、基层建设，服务和保障公司健康、持续、高质量发展，进一步健全规范化的内部控制体系，继续优化现有机制，提高公司内部流程工作效率。

3、按照新修订的《股票上市规则》、《公司法》等相关法律法规的要求，进一步完善公司治理、信息披露、投资者关系维护等工作，进一步加深纵向整合业务布局，推进资本运作，集聚内容和技术服务优势，打通全产业链，提高利润增长点，以适当、合理的方式持续回报投资者。

4、运营管理能力持续强化打造，坚持以客户为中心、以市场为导向，以为客户创造价值为经营本质。始终坚持以消费者需求、终端运营为核心，与公司媒介管控、职能系统通力协作，以持续升级的信息化能力作为串联，整合各方资源，使得体系能够更精简高效地运行。

上海龙韵文创科技集团股份有限公司董事会

2023 年 4 月 28 日