

证券代码：300781

证券简称：因赛集团

公告编号：2021-020

# 广东因赛品牌营销集团股份有限公司 2020 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 84,541,420 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.6 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股。

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	因赛集团	股票代码	300781
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	王明子	陈蕾蕾	
办公地址	广州市番禺区番禺大道北 555 号广州天安番禺节能科技园总部中心 26 号楼	广州市番禺区番禺大道北 555 号广州天安番禺节能科技园总部中心 26 号楼	
传真	020-62606006	020-62606006	
电话	020-62606006	020-62606006	
电子信箱	zqsw@gdinsight.com	zqsw@gdinsight.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

公司是国内专业领先的、以品牌管理为核心主营业务的整合营销传播服务商，以成为“备受客户信赖和倚重的国际化品牌营销智慧服务集团”为愿景，以“助力中国企业建立有国际化竞争力的市场领导品牌”为使命，以“洞察为品牌赋能”为核心专业理念，在整合营销传播专业服务领域深耕发展，在品牌管理领域形成了独特的核心竞争力，长期为中国多个行业的龙头企业提供品牌管理与整合营销传播综合服务，是中国营销服务行业第一家以品牌管理为核心主营业务的上市公司。

报告期内，公司持续为客户提供整合营销传播专业服务，主要业务范围涵盖品牌管理、数字营销、公关传播及媒介代理四类服务。

#### 1、品牌管理

公司的核心主营业务，该业务以塑造品牌形象、推动品牌的市场销售并累积提升品牌的价值为目标，为客户提供品牌战略规划、整合营销传播策划、传播内容的创意设计制作等一类或多类综合服务。包括（1）品牌战略规划：规划品牌的战略

定位、品牌的价值体系、品牌的识别与形象体系以及品牌的营销传播体系；（2）整合营销传播策划：策划制定品牌的年度和阶段性整合营销推广方案；（3）营销传播内容的创意设计制作：创意设计制作各种形式的营销传播内容并协助客户进行落地传播。

**2、数字营销业务**

针对客户在各种互联网媒体上的营销推广需求，为客户提供数字媒体互动营销传播的策划、创意、设计、制作、投放以及在数字媒体上的社区用户运营服务。数字媒体互动营销传播的策划创意设计制作投放是指：公司为客户策划在互联网等数字媒体上使用的营销传播活动并创意设计制作各种互动营销传播内容，包括各种互动小游戏、数字邀请函、H5页面等、客户的企业和品牌官网、客户在各种数字自媒体（包括微博、微信公众号、官网、抖音等）上的内容创作与运营维护等。在数字媒体上的社区用户运营服务是指：公司为客户在其产品和品牌官网、微信公众号、论坛等数字自媒体上提供的社区用户运营服务，通过提供持续的内容更新、事件和活动营销策划，为客户在数字自媒体上吸纳和扩大客户品牌的用户和粉丝群体，提升用户和粉丝群体对于客户品牌和产品的体验好感度与评价并激发用户和粉丝向其周围的人群扩散，提升用户和粉丝群体对于客户产品和品牌营销活动的参与活跃度并强化品牌与用户粉丝群体之间的粘性。

**3、公关传播业务**

发行人的公关传播业务是指：基于客户的品牌战略和整合营销传播策略，为客户提供整合性的公关传播策划和执行服务，主要通过各种发布会、新闻事件、巡展、路演、线下活动、自媒体传播、社会化传播等手段，进行舆论事件与话题的策划和传播，引导和推动各种媒体自发进行各种转发、评论和扩散式传播，助力客户持续提升消费者和公众对客户品牌的关注度、偏好度和信任度。

**4、媒介代理业务**

发行人的媒介代理业务是指：基于客户的品牌战略和整合营销传播方案，为客户提供各种媒介投放策略与计划、媒介投放预算分配、媒介投放排期制定、媒介投放资源采购、媒介投放实施、媒介传播效果监测等一系列服务。

**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

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	319,913,844.04	392,668,484.97	-18.53%	423,446,336.47
归属于上市公司股东的净利润	15,944,165.21	52,633,493.60	-69.71%	65,669,960.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	8,623,025.99	46,180,943.65	-81.33%	60,800,081.67
经营活动产生的现金流量净额	58,704,519.97	22,942,321.53	155.88%	36,723,275.64
基本每股收益（元/股）	0.1886	0.7115	-73.49%	1.04
稀释每股收益（元/股）	0.1886	0.7115	-73.49%	1.04
加权平均净资产收益率	2.56%	11.32%	-8.76%	23.92%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	832,141,461.98	708,626,392.59	17.43%	411,289,274.50
归属于上市公司股东的净资产	621,866,409.88	622,452,840.85	-0.09%	307,292,206.26

**（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	78,913,430.56	61,715,757.49	48,278,385.34	131,006,270.65
归属于上市公司股东的净利润	8,574,734.14	8,914,657.70	376,023.90	-1,921,250.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	6,485,229.66	5,760,051.12	-2,849,452.24	-772,802.55
经营活动产生的现金流量净额	5,299,696.28	13,663,137.66	5,999,448.69	33,742,237.34

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

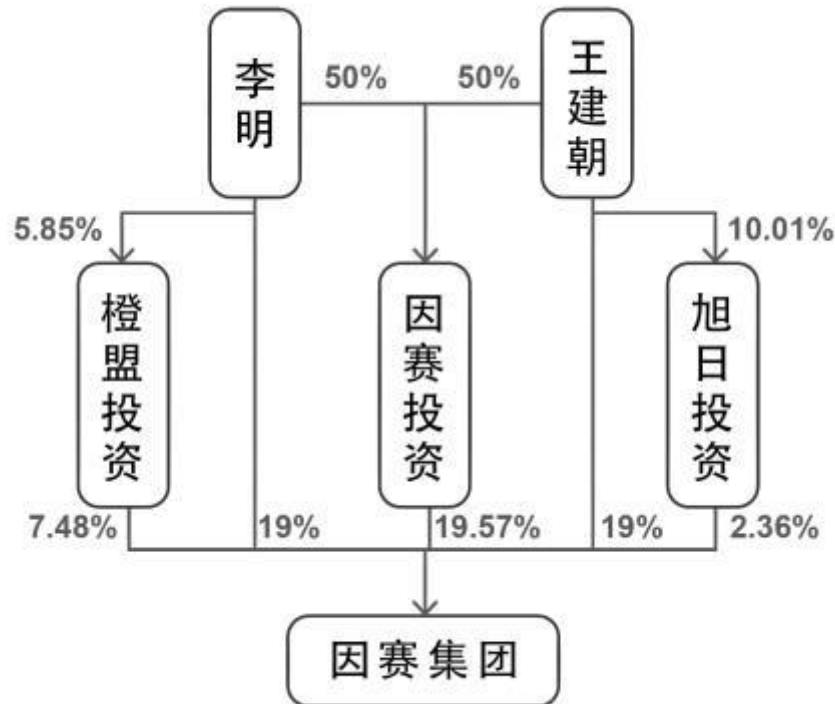
报告期末普通股股东总数	11,380	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	11,962	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
广东因赛投资有限公司	境内非国有法人	19.57%	16,544,000	16,544,000			
王建朝	境内自然人	19.00%	16,065,500	16,065,500			
李明	境内自然人	19.00%	16,065,500	16,065,500			
广东橙盟投资有限合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	7.48%	6,325,000	6,325,000			
珠海旭日投资有限合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.36%	1,994,820	1,994,820			
周军	境内自然人	0.66%	557,300	0			
安徽科讯创业投资基金合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.60%	506,220	0			
陈岱君	境内自然人	0.49%	410,540	0			
中信里昂资产管理有限公司—客户资金	境外法人	0.43%	361,862	0			
刘纯钢	境内自然人	0.38%	324,000	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	王建朝与李明为夫妻关系； 广东因赛投资有限公司的股东为王建朝、李明夫妻二人； 广东橙盟投资有限合伙企业（有限合伙）普通合伙人及执行事务合伙人为李明； 珠海旭日投资有限合伙企业（有限合伙）普通合伙人及执行事务合伙人为王建朝； 除此以外，公司未知其他股东是否存在关联关系或是否属一致行动人。						

##### (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

## (一) 2020年公司整体经营情况概述

2020年，对于公司的发展是特殊的一年。受新冠疫情、行业变化趋势以及宏观经济环境的影响，公司的部分主要客户不同程度地缩减了其市场营销推广预算。同时，新冠疫情也加速推动了数字经济和数字化生活方式的发展，智能化和数字化互联网营销技术在营销领域的应用，持续推动营销方式的变革和营销服务行业格局的变化与发展。

面对外部经营环境的巨大变化和挑战，公司董事会以及管理层带领公司全体员工，积极应对、把握机遇、开拓创新、整合内外部力量，积极落实公司中长期发展战略第一阶段的战略规划，推进公司业务的转型升级，开启整合公司内生发展和外延发展相结合的集团化发展之路。

2020年，公司实现营业收入31,991.38万元（比上年相比下降18.53%），实现净利润2,701.84万元（比上年相比下降48.68%），实现归属于上市公司股东的净利润1,594.42万元（比上年相比下降69.71%）。

上述2020年公司营业收入和净利润出现下降以及净利润下降的幅度高于同期营业收入下降幅度的原因主要是以下几点：

- 2020年受新冠疫情、行业变化趋势以及宏观经济环境的影响，公司部分主要客户缩减或调整了其市场营销推广的预算，导致公司营业收入出现下降。
- 公司持续加大力度开拓战略新客户，在汽车营销业务板块取得重大突破，相应地需投入资金扩充专业服务团队以及在客户驻地设立办公室贴身服务客户。
- 公司持续加大在智能营销技术平台、智能营销创意及大数据营销等方面的技术创新及研发投入。

## (二) 报告期公司主要经营总结

## 1、制定及发布公司中长期发展2030愿景目标及发展战略规划，并有效推进逐步落地实施

公司在2019年6月6日上市后，即开始研究制定公司的中长期发展目标及发展战略，并于2020年4月正式对外公布了“因赛集团中长期发展2030愿景目标及335发展战略规划”，为公司明确了在新发展阶段的战略定位、公司的中长期发展远景目标，以及达成战略目标的三步走发展路径（335发展战略规划）。

## 2、聚焦服务高价值战略客户，积极开拓优质新客户

2020年，公司与原有长期合作的主要战略客户（包括：某知名高科技企业、腾讯、美的、TCL、创维、中国移动、欧派、广发银行等）一如既往地保持了紧密的合作关系。但受新冠疫情的冲击以及国内和国际宏观经济环境的影响，部分原有战略客户不同程度地缩减或调整了其市场营销推广的投入和预算，导致公司在2020年与其合作业务的营业收入出现较大幅度的下降。

面对上述严峻的形势和挑战，公司及时做出了经营战略调整，持续加大力度开拓新的优质战略客户，其中在汽车营销业务板块获得了重大突破。2020年公司成功开拓了比亚迪、吉利、零跑、江铃新能源等汽车品牌客户，总共为23个车型品牌提供整合营销传播全案代理服务，为公司打开了广阔的汽车品牌营销服务市场空间，不仅为公司在2020年贡献了一定比例的新增业务收入和毛利，而且为公司在2021年做大做强汽车品牌整合营销业务打下了良好的基础和势能。

此外，2020年公司在家电、大家居、日化、快消等行业也成功开拓了一批优质新客户，包括：王老吉、金龙鱼、蒙牛、雅士利、奥马冰箱、皮阿诺、可思美、中顺洁柔、东阿阿胶、辰美学院、白云国际商旅等。基于2020年新增的行业龙头企业客户，公司正在挖掘其业务合作潜力，加深合作的层次和服务范围，持续提升专业出品和服务的满意度，逐步将其培育成为公司新的高价值战略客户。

## 3、外延发展与内生发展的协同整合取得突破进展

2020年上半年，因赛集团通过增资控股的方式，收购广州无问文化51%的股权，开拓基于海外KOL资源的整合传播与媒介投放业务；在武汉新成立了控股合资公司“橙盟奇点”。

公司于2020年9月完成控股收购营销传播创意热店龙头企业“天与空”，开始持有“天与空”51.01%的股权。通过本次收购，进一步加强了公司在品牌内容营销和互联网数字营销传播等方面的专业能力和资源，完善了公司在华东和华北地区的客户服务能力，优化了公司的客户服务网络。在完成收购后，公司本部团队与“天与空”团队在业务协同发展方面取得了良好的进展，双方团队相互支持、相互赋能，在共同开拓和服务新增战略客户方面获得实质性突破。截至到2020年底，“天与空”已经顺利完成其在2020年的业绩对赌目标，并且为2021年的业绩高速增长累积了良好的势能。同时，2020年“天与空”在专业获奖上也获得了大丰收，在行业内的专业声誉和地位获得了进一步的巩固和提升。

公司在2020年1月推出“共生长计划”，通过合资合并的方式，以“专业互补、资源整合、共创共享”为指导方针，整合外部的优秀人才和团队，一起共同创业，共生发展。

## 4、大力推进公司业务经营的数字化和智能化转型升级

2020年，公司持续努力推动集团及子公司在业务经营、客户服务和管理平台等方面的数字化转型和智能化发展。具体在四个方面进行重点推进：一是大力推动“智能化数字营销技术应用平台”项目建设，将大数据技术和AI智能营销技术与公司原有的品牌营销专业核心竞争力相融合；二是推动公司业务运作的数字化和智能化升级，拓展更多的数字营销与智能营销业务；三是响应客户的具体需求，推进服务智能化和数字化建设，为客户提供贴身、快速响应的高质量服务；四是着力推进公司运营管理的智能化建设，加强知识的数字化管理，提升公司整体的专业和运营管理水平。

## 5、完善升级公司的专业知识共享平台与培训体系

2020年，公司上线了“品牌营销专业智库”，将公司积累多年的品牌营销专业知识、方法论、优秀案例、技术成果等，结合营销服务行业最前沿的专业知识和案例精华，形成完整的品牌营销专业知识智库，为集团内的专业公司和团队吸收行业最前沿的专业知识，从而为客户提供优质高效的专业服务提供充分的支持。

2020年，公司升级完善了以领导力、经营管理能力及策划创意专业能力为核心的专业知识培训体系，并每月定期开展线下培训。结合集团内、行业内以及学术界的优质培训资源，为公司员工提供营销智慧服务行业最前沿的专业知识和技术应用培训，持续提升其专业技能和服务水平。

## 6、在行业内保持领先的专业声誉和地位

2020年，公司在广告营销服务行业保持领先的专业声誉和地位。年度内，公司及旗下子公司累计获得120余项国际及国内重量级专业奖项与荣誉。其中包括：国内专业奖项100+项（中国广告长城奖3金2银7铜及超20项优秀入围奖，中国4A金印奖全场大奖、4金6银7铜及超10项入围作品，数英奖及金像奖获4金5银3铜）；国际专业奖项20+项（包括在澳洲AWARD、欧洲EPICA、德国红点、Cresta等国际知名赛事上获得的10多项金银铜奖）；公司还荣获了2020CAMA中国营销大奖年度整合营销公司、广告门年度代理公司等称号。

## 7、继续完善公司的规范治理，升级公司的信息化经营管理平台

2020年，公司按照法律法规和监管部门的要求，持续完善公司的法人治理和规范运作水平，提升公司的治理质量，切实维护广大投资者的利益。2020年3月1日正式施行《证券法》，6月12日，证监会和深交所相继发布了一系列创业板改革并试点注册制相关制度规则，公司以新《证券法》、《公司法》及创业板改革并试点注册制的相关制度规则为指导性文件，持续强化内控体系建设，加强风险管理；进一步加强企业内部控制，发挥企业管控效能；推进预算管理工作，加强成本管理，全面有效地控制公司经营的各种风险，提升公司经营的质量和效率。

2020年，公司正式引进SAP系统建立高效的信息化经营管理平台，从项目管理、客户关系管理、供应商管理、财务管理

到人事管理等方面建立了协同高效的信息化经营管理平台，将公司多年积累的经营管理流程体系进行系统升级，助力经营团队迅速响应市场变化，提高业务管控能力及作业效率。

## 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
品牌管理	211,868,742.51	106,811,831.29	50.41%	18.54%	-11.04%	-16.76%
媒介代理	60,033,931.37	727,198.36	1.21%	-60.38%	-93.01%	-5.66%
公关传播	38,526,664.78	9,176,399.83	23.82%	-20.45%	-42.99%	-9.42%

## 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

2020年，对于公司的发展是特殊的一年。受新冠疫情、行业变化趋势及宏观经济环境的影响，公司的部分主要客户不同程度地缩减了其市场营销推广预算。同时，新冠疫情也加速推动了数字经济和数字化生活方式的发展，智能化和数字化互联网营销技术在营销领域的应用，持续推动营销方式的变革和营销服务行业格局的变化与发展。

面对外部经营环境的巨大变化和挑战，公司董事会以及管理层带领公司全体员工，积极应对、把握机遇、开拓创新、整合内外部力量，积极落实公司中长期发展战略第一阶段的战略规划，推进公司业务的转型升级，开启整合公司内生发展和外延发展相结合的集团化发展之路。

2020年，公司实现营业收入31,991.38万元（比上年相比下降18.53%），实现净利润2,701.84万元（比上年相比下降48.68%），实现归属于上市公司股东的净利润1,594.42万元（比上年相比下降69.71%）。

上述2020年营业收入和净利润出现下降以及净利润下降的幅度高于同期营业收入下降幅度的原因主要是以下几点：

1. 2020年受新冠疫情、行业变化趋势以及宏观经济环境的影响，公司部分主要客户缩减或调整了其市场营销推广的预算，导致公司营业收入出现下降。

2. 公司持续加大力度开拓战略新客户，在汽车营销业务板块已取得重大突破，相应地需投入资金扩充专业服务团队以及在客户驻地设立办公室贴身服务客户。

3. 公司持续加大在智能营销技术平台、智能营销创意及大数据营销等方面的技术创新及研发投入。

## 6、面临退市情况

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

（1）执行《企业会计准则第14号——收入》（2017年修订）（以下简称“新收入准则”）  
财政部于2017年度修订了《企业会计准则第14号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自2020年1月1日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整2020年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，比较财务报表不做调整。执行该准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	对2020年1月1日余额的影响金额	
			合并	母公司
将与合同相关的已结算未完工、与合同相关的预收款项重分类至合同负债。	董事会审批	预收款项	-11,277,556.54	-11,067,167.60
		合同负债	10,639,204.28	10,440,724.15
		其他流动负债	638,352.26	626,443.45

与原收入准则相比，执行新收入准则对2020年度财务报表相关项目的影响如下：

受影响的资产负债表项目	对2020年12月31日余额的影响金额	
	合并	母公司
预收款项	-10,950,289.24	-6,586,769.24
合同负债	10,330,461.55	6,213,933.25
其他流动负债	619,827.69	372,835.99
受影响的利润表项目	对2020年度发生额的影响金额	
	合并	母公司
无		

(2) 执行《企业会计准则解释第13号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》（财会〔2019〕21号，以下简称“解释第13号”），自2020年1月1日起施行，不要求追溯调整。

①关联方的认定

解释第13号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第13号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

②业务的定义

解释第13号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自2020年1月1日起执行解释第13号，比较财务报表不做调整，执行解释第13号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(3) 执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于2019年12月16日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会[2019]22号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自2020年1月1日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自2020年1月1日起执行该规定，比较财务报表不做调整，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(4) 执行《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》

财政部于2020年6月19日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》（财会〔2020〕10号），自2020年6月19日起施行，允许企业对2020年1月1日至该规定施行日之间发生的相关租金减让进行调整。按照该规定，对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让，企业可以选择采用简化方法进行会计处理。

本公司对于属于该规定适用范围的租金减让全部选择采用简化方法进行会计处理，并对2020年1月1日至该规定施行日之间发生的相关租金减让根据该规定进行相应调整。

本公司作为承租人采用简化方法处理相关租金减让冲减本期营业成本、管理费用和销售费用合计人民币543,562.56元。

2、重要会计估计变更

本报告期公司重要会计估计未发生变更。

3、首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

项目	上年年末余额	年初余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	11,277,556.54		-11,277,556.54		-11,277,556.54
合同负债		10,639,204.28	10,639,204.28		10,639,204.28
其他流动负债		638,352.26	638,352.26		638,352.26

## 母公司资产负债表

项目	上年年末余额	年初余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	11,067,167.60		-11,067,167.60		-11,067,167.60
合同负债		10,440,724.15	10,440,724.15		10,440,724.15
其他流动负债		626,443.45	626,443.45		626,443.45

## (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

## 1、本期发生的非同一控制下企业合并的情况

(1) 2020年1月13日，本公司的子公司广东摄众媒体有限公司通过增资255万元，取得广州无问文化传播有限公司51.00%股权，广州无问文化传播有限公司成为本公司的控股子公司。本次增资前，广州无问文化传播有限公司原股东未实际出资。

(2) 2020年6月15日、2020年7月7日公司召开第二届董事会第七次会议、第二届董事会第八次会议，2020年7月22日召开2020年第一次临时股东大会，审议通过了《关于收购上海天与空广告股份有限公司51.01%股权的议案》，同意公司以人民币21,459.99万元向杨焯焯、邓斌、黄海波、肖坤、上海好与奇企业管理咨询中心（有限合伙）收购其合计持有的上海天与空广告股份有限公司（后摘牌并改制为有限责任公司，更名为上海天与空广告有限公司，以下简称“天与空”）48.78%股权，并以人民币2,000.00万元认缴天与空新增注册资本68.1895万元，最终合计持有天与空51.01%的股权。收购完成后，天与空成为本公司的控股子公司，公司将其纳入合并报表范围。

## 2、其他原因的合并范围变动

(1) 公司全资子公司广州橙盟整合营销传播有限公司新设子公司武汉橙盟奇点广告有限公司，该公司属于2020年度的合并范围，故将该新设公司纳入合并范围。

(2) 公司的控股子公司上海天与空广告有限公司新设子公司上海与空电赏营销策划有限公司，该公司属于2020年度的合并范围，故将该新设公司纳入合并范围。