

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

2020 年度总经理工作报告

2020 年，公司始终将“以诚达成”、“尊重专业”、“勇于奋斗”、“快乐工作”、“珍惜伙伴”以及“务实求新”的核心价值观作为决策参照及行为准则，以 Empowering brands with insight 为专业理念，与因赛全体伙伴同仁齐心协力、积极奋进、克服困难，在多变的 market 环境下，持续优化经营管理模式，加大数字技术的研发和创新应用，强化专业竞争力和专业服务能力，推动公司转型升级，以期稳步迈进高质量发展新阶段。

一、2020 年公司总体经营情况

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或调整了其市场营销推广预算。

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%）。

二、2020 年重点工作开展

1、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”，其中包括“三大内容营销创意工具及方法论”，将公司积累多年的品牌营销专业知识、方法论、优秀案例、技术成果等与营销服务行业前沿的专业知识和案例精华相结合，形成品牌营销专业知识智库，助力集团内的分子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的专业服务。

公司完善了以领导力、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，于每月定期开展线上线下培训——结合集团内、行业内以及学术界的优质培训资源，为公司员工提供持续性的专业知识和技术培训，推动提升其专业

技能和服务水平。

2、持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，持续完善法人治理和规范运作水平。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。

3、继续聚焦服务战略客户，积极开拓新客户

除了深耕现有战略客户，公司还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，不仅为公司在2020年贡献了一定比例的新增业务收入，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。

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长期战略客户。

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、外延发展与内生发展的协同整合取得突破进展

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。

上半年，公司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月完成对于营销传播创意热店龙头企业“上海天与空”的控股收购，持有“上海天与空”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，公司内生团队与“上海天与空”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。

三、2021年主要工作计划

2021年，中国经济将迎来后疫情时代的强劲复苏，客户普遍都面临“加大市场营销投入，促进市场销售增长”的新形势，预计公司的主要客户也都将积极扩大品牌建设和市场营销的投入。

基于上述形势，公司在2021年初进行了充分的年度经营规划和战略布局：力争公司本部的业务经营获得较大增长；大力推动投资并购产生的外延增长；推动内生发展与外延发展的融合，创造更多的新增长来源；大力推动技术研发和创新应用带来的业务增长。

1、进一步规范及提升公司的治理能力

2021年，公司将持续完善法人治理和规范运作水平，提升公司的治理质量。从理念到执行，进一步提升公司六个职能中心部门的服务管理能力，上线相应的

管理软件，提效赋能；强化内控体系建设，加强风险管理，发挥企业管控效能；推进预算管理工作，加强成本管理，提升公司经营的质量和和效率。

2、持续提升公司的策划创意专业能力

为进一步提高公司的专业影响力，为客户打造更多的爆款案例，公司集合集团内的顶尖创意专家，成立集团创意创新委员会，并设立月度创意榜及现金奖励制度，开展以实战出街案例为主的创意擂台赛“晒场计划”和以激发创意创新为主的“发光计划”等一系列专业提升活动，以加强公司的创意竞争力。

3、持续提升客户满意度

建立健全客户服务体系，重视客户意见反馈，及时调整服务策略，满足客户市场需求。为客户提供更全面、更高效、更优质的整合营销解决方案，为客户推动品牌建设和更好的市场销售增长，同时也为公司争取更多的业务营收和利润贡献。除了深耕长期合作战略客户及做大做强汽车营销业务板块外，公司在 2021 年还将继续大力开拓新的优质客户，特别是在快消、金融服务、家居、医药大健康等领域，从而为公司业务的可持续发展提供更多的增长来源。

4、推进内生业务发展与外延业务发展的融合协同

2021 年，公司将充分利用集团化运作的优势，协同整合内生发展团队与外延参控股分子公司，在客户资源、业务与产业链、区域与人才合作、企业管理与可持续发展等方面实现相互赋能，内生与外延优势互补，充分发挥公司的协同效应。另外，公司已任命董事副总经理负责主持管理公司本部内生业务与外延发展业务的融合发展，继续完善投后管理制度与集团内外部协同管理制度，为内生发展团队与外延发展子公司建立更高效的沟通渠道，完善协同整合相关的激励机制，创造更多合作可能性，以期通过协同整合促进公司业务的发展及整体市场竞争力的提升。

5、加大数字技术研发和创新应用

公司在 2021 年初建立 INSIGHT MarTech 营销科技研发中心，以智能营销内

容为突破口，进行智能营销内容技术、产品和平台研发，具体包含两个方面：一是营销内容的智能化生成技术、产品和平台的研发；二是营销内容的私域智能营销工具和平台研发。上述研发成果将逐步投入使用，与公司原有的品牌营销专业核心竞争力相融合，支持公司的业务团队为客户提供更高效的数字营销与智能营销服务。

6、发行限制性股票激励人才

2021年2月，公司推出了限制性股票激励计划，激励对象包括公司董事、高级管理人员在内的核心伙伴。通过此举，一方面激发员工的积极性，提高公司的经营管理效率；另一方面加强员工的凝聚力与责任心，保障团队的稳定性，推动公司未来发展战略和经营目标的实现。

未来，公司在董事会的带领下，按照上市公司的监管要求，将进一步建立健全内控机制，重视风险防范，加大监督检查力度；持续聚焦主业，加强核心竞争力，确保公司持续、稳定、健康的发展。

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

总经理：李明

2021年4月27日