

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

2020 年度董事会工作报告

2020 年度,广东因赛品牌营销集团股份有限公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规和《公司章程》的相关规定,从切实维护公司利益和全体股东权益出发,在职责范围内行使经营决策权,勤勉尽责、审慎决策,认真贯彻落实董事会和股东大会的各项决议,保证了公司持续、健康、稳定的发展。现将董事会在 2020 年的主要工作情况报告如下:

一、2020 年工作回顾

(一) 2020 年公司经营概述

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或调整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:

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。

(二) 2020 年公司主要经营管理回顾:

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**”。

公司在新发展阶段的战略定位: 致力于发展成为“能够为各行业的龙头企业客户提供从品牌与营销战略咨询到全方位整合营销传播、全渠道销售推动以及顾客关系管理与用户运营等全链条品牌营销服务的智慧服务企业，以基于深刻洞察力的品牌营销智慧，结合智能化的互联网数字营销技术，为客户的品牌发展和品牌营销全面赋能”。

公司的中长期发展远景目标: 通过实施三个阶段的发展战略，到 2030 年左右，将公司发展成为一家世界级的品牌营销智慧服务集团，在全球范围内为一批中国的行业龙头企业客户提供全链条、高价值的品牌营销智慧服务，助力和陪伴中国的行业龙头企业打造世界级的品牌，为中国品牌的全球化崛起，为中国营销服务行业的高质量发展做出实质性的贡献。

为实现公司中长期发展 2030 远景目标，公司制定了分三步走的发展路径（335 发展战略规划），通过实施三个阶段的发展战略，逐步实现公司的 2030 远景发展战略目标。

第一个阶段三年（从 2020 年的 2022 年）为经营管理升级与业务扩张阶段: 持续优化公司的专业服务体系和运营管理体系；通过内生发展和外延投资并购整合相结合的方式，持续扩展公司的专业服务领域和能力，逐步构建起全链条的品牌营销智慧服务生态体系；推进公司业务的数字化和智能化转型；逐步打造业务经营管理的四大核心支撑平台（包括：专业智库平台、智能化数字营销技术平台、人才培养培养平台以及协同整合管理平台），发展成为引领国内营销服务行业发展方向的领军企业。

(2) 第二个阶段三年（从 2023 年到 2025 年）为国际化发展与业务生态系统完善阶段：全面完成公司业务经营的数字化和智能化转型升级；构建完善的全链条品牌营销智慧服务生态体系；完善公司业务经营的四大核心支撑平台建设，推动公司的专业服务能力、资源整合能力、技术应用能力、人才培养、激励以及经营管理协同整合能力的全面升级；实施海外营销服务网络建设计划，在海外重点区域构建公司的服务网络和服务能力，逐步扩展公司在海外重点区域为核心战略客户提供全链条品牌营销服务的能力；力争发展成为具有国际化品牌营销智慧服务体系能力的中国营销服务行业龙头企业。

(3) 第三个阶段五年（从 2026 年到 2030 年）为全球化扩张发展阶段：全面推进公司业务经营的全球化布局，逐步构建起覆盖全球主要市场的品牌营销智慧服务网络，力争发展成为具备在全球市场为主要战略客户提供全链条品牌营销智慧服务能力的世界级品牌营销智慧服务集团。

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。

（三）2020年公司董事会开展的主要工作

1、董事会召开情况

公司始终坚持以“真实、准确、完整、及时、公平”为原则，诚实履行信息披露义务，确保信息披露质量，增强公司的透明度。2020年度，公司董事会共召开了九次会议，董事会严格按照相关规定对权限范围内的重大事项履行相应的审议程序，对公司的持续经营发展、财务状况、对外投资、高管的聘任、募集资金的变更等事宜进行认真审议和科学决策，全部议案均获审议通过。

2、股东大会召开及执行情况

董事会行使股东大会和《公司章程》赋予的职权，将重大事项提请股东大会决策，并向与会股东报告工作情况。董事会全年组织召开了三次股东大会，召开的股东大会均采用网络投票与现场投票相结合的方式，并对中小投资者的表决单独计票，为广大投资者参与股东大会提供便利，切实保障中小投资者的参与权。

公司股东大会的召集、召开均符合《公司法》、《证券法》和《公司章程》的规定，会议所通过的决议均合法有效。

报告期内，公司董事会认真执行了股东大会审议通过的各项决议及授权事项，务实高效地完成股东大会决议的各项工作。

3、独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《公司章程》及《独立董事工作制度》等法律法规及规章制度的相关规定，履行义务，行使权利，积极出席相关会议，认真审议董事会的各项议案，在涉及公司重大事项方面均充分表达意见，对有关需要独立董事发表事前认可意见或独立意见的事项均按要求发表了独立客观的意见，充分发挥了独立董事作用，为董事会的科学决策提供了有效保障，切实保障了公司股东的利益。

4、董事会专门委员会履行职责情况

公司董事会下设薪酬与考核委员会、战略委员会、审计委员会及提名委员会。2020年，各委员会根据工作细则等相关制度规定，勤勉尽责，充分发挥各自专业作用。审议并监督评估公司董事、监事及高管薪酬、考核等相关制度，对公司长期战略及重大投资决策提出宝贵建议，监督公司外部、内部审计工作及公司内部控制制度的健全与实施，同时对董事、监事、高级管理人员的任职资格和能力

进行了审慎考察，进一步促进了公司管理团队的稳定。

5、公司治理情况

报告期内，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律、法规、规范性文件的要求，结合本公司的具体情况，健全和完善了《公司章程》和各项内部控制制度，发挥了董事会各专门委员会的职能和作用，完善了董事会的职能和专业化程度，保障了董事会决策的科学性和程序性，不断完善本公司法人治理结构和内控制度，进一步规范公司运作，提高公司治理水平。同时，公司根据上述法律、法规和规范性文件的要求，真实、准确、完整、及时、公平地披露有关信息，公司信息披露网站为中国证监会指定创业板信息披露网站巨潮资讯网 (www.cninfo.com.cn) 及证券时报、中国证券报、上海证券报、证券日报，确保公司投资者能够平等地获得信息，保障全体股东特别是中小投资者的合法权益。

二、2021年董事会的主要工作计划

2021年，中国经济将迎来后疫情时代的强劲复苏，公司的主要客户都面临需要加大市场营销投入、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，力争获取更大的销售增长和市场份额。

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；规划筹建“因赛集团互联网营销产业生态基地”，对行业各个重要领域的产业价值链和创新资源进行深度的整合，为公司在未来几年的可持续高速增长打下坚实的基础。

（一）深耕现有高价值战略客户，持续开拓优质新客户

1、继续深耕服务现有主要战略大客户

基于后疫情时代的经济复苏大环境，公司与原有长期合作的主要战略客户（包括：腾讯、欧派、TCL、创维、广发银行、中国移动、华帝、某知名高科技企业等）都有潜力扩大业务合作的范围和金额，公司服务各主要战略客户的业务

团队将深刻把握客户的市场营销机会，全面满足客户的营销专业服务需求，为客户提供更全面、更高效、更优质的整合营销解决方案，为客户推动更好的市场销售增长，为公司争取更多的业务营收和利润贡献。

2、进一步做大汽车整合营销代理业务

继 2020 年公司在汽车营销业务的开拓获得突破后，2021 年第一季度，公司继续在汽车营销业务开拓上获得新的进展，连续获得：“东风风光”品牌及其旗下两个车型的营销传播全案代理业务、上海通用汽车“雪佛兰”品牌旗下的“开拓者”和“沃兰多”两个车型品牌的营销传播全案代理业务、“东风风神”品牌及其旗下两个车型的营销传播全案代理业务、“比亚迪”品牌旗下“汉”“唐”两个车型的营销传播创意代理业务。

截止到 2021 年第一季度末，公司的汽车营销服务团队总共为七个汽车客户的 31 个车型品牌提供营销传播全案代理服务，公司现有汽车营销业务在 2021 年预计贡献的营业收入（不包括媒介代理业务营业额）将比 2020 年增加三倍以上。

基于公司在汽车营销业务板块良好的发展势头，公司于 2021 年初将公司的各个汽车营销业务服务团队进行整合，成立“汽车营销业务经营中心”，全面提升汽车营销业务团队的协同与整合，提高效率、扩大产能、控制出品和服务质量，进一步做大做强汽车营销业务。

2021 年，公司还将继续大力开拓新的优质汽车客户，特别是合资品牌汽车客户以及“造车新势力”的新能源汽车客户。公司还将通过投资并购的方式，扩展和完善汽车营销业务的服务链条，整合包括汽车营销公关传播、会展、活动营销、媒介投放等领域的优秀公司或团队，为客户提供一站式的整合营销专业服务，充分释放每个汽车客户对于公司的业务发展潜力。公司将要求和支持汽车营销业务团队为客户创造更多的爆款营销传播优秀案例，为客户提升其品牌影响力和市场销量做出更大的贡献。

3. 持续大力开拓优质新客户

除了做大做强汽车营销业务板块以及深耕长期合作战略客户，公司在 2021 年还将继续大力开拓新的优质高价值客户，特别是在快消、金融服务、家居、医药大健康等领域的优质新客户，从而为公司业务的可持续发展提供更多的增长来

源。

（二）大力推动外延式发展，逐步构建全链条品牌营销智慧服务生态体系

2021 年第一季度，公司于 2020 年控股收购的子公司“天与空”迎来业绩的快速增长，按此增长势头预计，“天与空”在 2021 年的税后利润将大幅度超额完成其在 2021 年的业绩对赌目标。2021 年公司将在各个方面大力支持和推动“天与空”的业务发展，力争其为公司在 2021 年的业务发展和业绩增长做出更大的贡献。

2021 年第一季度，公司以自有资金投资“广州三极信息科技有限公司”（简称“三极字库”），拥有其 45% 的股份。该公司是一家专业的字体开发设计公司，已经拥有 150 多款创意字体的著作权，计划在三年内开发设计各种创意字体达到一千款以上并开放给用户使用，成为字库行业的前三强之一。公司计划在三年后进一步控股“三极字库”，全力推动其字体知识产权的商用变现，成为字库行业的龙头之一。预计“三极字库”将为公司累计重要的知识产权价值，不仅为公司业务团队及旗下子公司的业务发展提供共享的字库资源，而且其字库商用变现也将为公司带来长期可观的营收和利润贡献。

2021 年第一季度，公司参与投资设立“紫气东来影视科技（广州）有限公司”（简称“紫气东来”），持有其 30% 股权。“紫气东来”将在 2021 年建成在广州乃至华南地区规模最大的影视频拍摄和内容制作基地，引进前沿的拍摄制作技术（包括 XR 虚拟现实系统）和设备，为各类客户的商业影视频拍摄和内容制作提供一流的场地、置景、设备和技术支持。“紫气东来”将进一步完善公司在影视类营销传播内容（包括各种短视频内容）制作上的闭环，大大加强公司在营销内容制作上的竞争力，为公司带来长期可观的营收和利润贡献，同时也将为公司在未来的行业整合提供一定的支持作用。

2021 年，按照公司中长期发展战略关于“构建全链条品牌营销智慧服务生态体系”的业务发展战略布局，公司还将继续选择营销服务行业某些重要细分领域的优秀标的公司进行投资并购，其中重点考虑的领域包括：**品牌及营销战略咨询、短视频营销、网红营销、直播电商营销、电商内容营销、IP 营销、大数据精准营销、智能化技术营销**等。

（三）大力推进内生发展与外延发展的业务融合与协同整合

2021年，在外延式发展取得一定进展的情况下，公司将大力推动公司本部业务团队（内生发展业务）与投资并购标的公司（外延发展业务）之间的业务融合与协同整合，在客户开拓、专业知识、业务资源、团队协作、创新交流以及经营管理等各个层面进行充分的融合与协同整合，优势互补、相互支持、相互赋能、共生发展，共同推动公司的业务获得更大的发展。

2021年，公司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，继续完善公司的投后管理与内外协同发展整合管理体系，初步形成公司的协同整合管理平台，完善相应的激励机制，创造更多的融合增长机会和可能性，促进公司业务的整体发展及市场竞争力的提升。

（四）大力推动营销技术研发和创新应用

公司从2020年开始大力投入进行营销技术研发，建设基于大数据技术和AI人工智能技术的智能化数字营销技术平台（Intelligent Technology Platform for Digital Marketing，简称为ITPDM），包括智能化营销大数据管理系统DMP（Data Management Platform）、智能化营销洞察分析系统AIS（Analysis to Insight System）、智能化营销内容创意系统CCS（Content Creation System）、智能化营销内容精准投放系统CDM（Content Delivery through Media）以及智能化营销转化系统MST（Marketing to Sales Transforming）。平台建成后，因赛集团将拥有行业领先的全链条智能化数字营销技术支撑体系，实现品牌营销传播业务的数字化和智能化转型升级，在技术赋能的作用下，为客户提供更加高效的品牌营销智慧服务。

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。

（五）筹备构建“因赛集团互联网营销产业生态基地”

为了迎合互联网营销发展的大趋势以及营销服务行业在各个重要领域的发展方向，站在营销服务大行业未来发展的高度，充分地整合行业内各重要领域的

产业链资源，为落实公司的中长期发展战略建立综合型的发展基地与平台，公司将在 2021 年开始筹建“因赛集团互联网营销产业生态基地”，以创新的方式整合互联网营销各个重要领域的产业链资源，包括：短视频营销产业链、网红营销及直播电商产业链、IP 开发及应用产业链、大数据及智能化技术营销产业链，打造互联网营销产业生态整合基地。

“因赛集团互联网营销产业生态基地”的筹备与构建，将会成为推动公司未来长远发展的、承上启下的重大投资发展项目，同时也会推动整个营销服务行业的创新与整合发展，并为推动基地所在地区的数字经济和品牌发展做出重要的贡献。

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

董事会

2021 年 4 月 27 日