



## 关于广东因赛品牌营销集团股份有限公司 2020年度募集资金存放与使用情况专项报告 的鉴证报告

信会师报字[2021]第ZC10277号

广东因赛品牌营销集团股份有限公司全体股东：

我们接受委托，对后附的广东因赛品牌营销集团股份有限公司（以下简称“因赛集团公司”）2020年度募集资金存放与使用情况专项报告（以下简称“募集资金专项报告”）执行了合理保证的鉴证业务。

### 一、董事会的责任

因赛集团公司管理层的责任是按照中国证券监督管理委员会《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》（证监会公告[2012]44号）、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2020年修订）》以及深圳证券交易所《创业板上市公司业务办理指南第6号——信息披露公告格式（2021年修订）》的相关规定编制募集资金专项报告。这种责任包括设计、执行和维护与募集资金专项报告编制相关的内部控制，确保募集资金专项报告真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### 二、注册会计师的责任

我们的责任是在执行鉴证工作的基础上对募集资金专项报告发表鉴证结论。

### 三、工作概述

我们按照《中国注册会计师其他鉴证业务准则第3101号——历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》的规定执行了鉴证业务。该准则要求我们遵守职业道德规范，计划和实施鉴证工作，以对募集资金专项报告是否在所有重大方面按照中国证券监督管理委员会《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》（证监会公告[2012]44号）、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2020年修订）》以及深圳证券交易所《创业板上市公司业务办理指南第6号——信息披露公告格式（2021年修订）》的相关规定编制，在所有重大方面如实反映因赛集团公司2020年度募集资金存放与使用情况获取合理保证。在执行鉴证工作过程中，我们实施了包括询问、检查会计记录等我们认为必要的程序。我们相信，我们的鉴证工作为发表鉴证结论提供了合理的基础。

### 四、鉴证结论

我们认为，因赛集团公司2020年度募集资金存放与使用情况专项报告在所有重大方面按照中国证券监督管理委员会《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》（证监会公告[2012]44号）、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2020年修订）》以及深圳证券交易所《创业板上市公司业务办理指南第6号——信息披露公告格式（2021年修订）》的相关规定编制，在所有重大方面如实反映了因赛集团公司2020年度募集资金存放与使用情况。

### 五、报告使用限制

本报告仅供因赛集团公司为披露2020年年度报告的目的使用，不得用作任何其他目的。



**立信会计师事务所(特殊普通合伙)**  
BDO CHINA SHU LUN PAN CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

(此页无正文)

立信会计师事务所  
(特殊普通合伙)

中国注册会计师：刘杰生（项目合伙人）

中国注册会计师：李翰钊

中国·上海

二〇二一年四月二十七日

## 广东因赛品牌营销集团股份有限公司 2020年度募集资金存放与使用情况专项报告

根据中国证券监督管理委员会《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》（证监会公告 [2012] 44 号）、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2020 年修订）》以及深圳证券交易所《创业板上市公司业务办理指南第 6 号——信息披露公告格式（2021 年修订）》的相关规定，本公司就 2020 年度募集资金存放与使用情况作如下专项报告：

### 一、 募集资金基本情况

经中国证券监督管理委员会《关于核准广东因赛品牌营销集团股份有限公司首次公开发行股票批复》（证监许可[2019]904 号）核准，本公司公开发行 21,135,355 股新股，每股发行价格为 16.53 元，共募集资金总额人民币 349,367,418.15 元，扣除相关的发行费用人民币 44,165,327.52 元后，实际募集资金净额为人民币 305,202,090.63 元，实际募集资金入账金额为 316,561,061.09 元（包含尚未支付的发行费用 11,358,970.46 元）。以上募集资金已由立信会计师事务所（特殊普通合伙）于 2019 年 6 月 3 日出具的信会师报字【2019】第 ZC10419 号《验资报告》验证确认。广东因赛品牌营销集团股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）已对募集资金采取了专户存储，相关募集资金已全部存放于募集资金专户，并且公司与存放募集资金的商业银行、保荐机构签订了《募集资金三方监管协议》。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司已累计使用募集资金 1,716.83 万元，（其中包括：置换前期投入项目资金 1,696.27 万元，对募集资金投资项目的投入 20.56 万元），累计收到的银行利息收入及理财收益（扣除手续费）合计人民币 407.19 万元，支付股票发行费用 839.81 万元，募集资金专户期末余额合计人民币 29,506.65 万元。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司募集资金实际使用情况为：

项目	金额（人民币万元）
<b>期初募集资金余额</b>	<b>29,506.65</b>
减：直接投入募投项目资金	9,129.98
支付前期垫付发行费用	296.08
银行账户管理费、手续费	0.06
加：利息及理财收入	587.80
<b>截至 2020 年 12 月 31 日募集资金余额</b>	<b>20,668.32</b>

注：上表中合计数与各分项数值直接相加减的结果存在尾数上的差异，为四舍五入所致。

## 二、 募集资金存放和管理情况

### (一) 募集资金管理情况

为加强和规范募集资金的管理，提高资金的使用效率，维护全体股东的合法利益，公司根据《公司法》、《证券法》以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关法律、法规的规定和要求，于 2017 年 3 月制定了《募集资金管理制度》。根据《募集资金管理制度》的要求并结合公司经营需要，公司对募集资金采用专户存储制度，对募集资金的存放和使用进行监督和管理，以确保用于募集资金投资项目的建设。在使用募集资金的时候能履行相应的请款审批手续，如实反映了公司募集资金的使用情况。

公司对募集资金实行专户存储，募集资金到位后，分别与广发证券股份有限公司、招商银行股份有限公司广州天安支行、招商银行股份有限公司广州分行、中国建设银行股份有限公司广州番禺天安支行和平安银行股份有限公司广州分行签署了《募集资金三方监管协议》。募集资金监管协议与深圳证券交易所三方监管协议范本不存在重大差异，监管协议的履行不存在问题。

### (二) 募集资金专户存储情况

公司已在开户银行开设募集资金专项账户（以下简称“专户”），该专户仅用于募集资金投资项目中募集资金的存储和使用，不得用作其他用途。

截至 2020 年 12 月 31 日止，公司首次募集资金在各银行实际结存余额 206,683,162.75 元，具体存储情况如下：

金额单位：人民币元

序号	户名	开户行	账号	截止日余额
1		招商银行股份有限公司广州天安支行	120908975910605	121,998,568.00
2	广东因赛品牌营销集团股份有限公司	招商银行股份有限公司广州分行营业部	120908975910102	1,582.94
3		中国建设银行股份有限公司广州番禺天安支行	44050153004600000870	33,875,643.30

序号	户名	开户行	账号	截止日余额
4		平安银行广州中石化大厦支行	15000099431258	29,402,535.27
5		招商银行股份有限公司广州分行营业部	120908975910804	21,404,833.24
	合计			206,683,162.75

### 三、本年度募集资金的实际使用情况

#### (一) 募集资金投资项目的资金使用情况

##### 1、募集资金使用情况

本公司 2020 年度募集资金实际使用情况详见附表 1 《募集资金使用情况对照表》。

##### 2、募集资金投资项目无法单独核算效益的原因及其情况

###### (1) 品牌整合营销传播研发中心建设项目

本项目的实施是为品牌营销服务网络拓展项目、品牌创意设计互联网众包平台建设项目及公司日常业务经营等提供研发技术支持，系巩固及强化公司内在竞争力的必要手段，不直接产生经济效益，不涉及效益指标测算。

###### (2) 品牌管理与营销传播人才培养基地建设项目

本项目的实施是为品牌营销服务网络拓展项目、品牌创意设计互联网众包平台建设项目及公司日常业务经营等提供人才储备支持，系巩固及强化公司核心竞争优势的必要手段，不直接产生经济效益，不涉及效益指标测算。

#### (二) 募集资金投资项目的实施地点、实施方式变更情况

2020 年 11 月，公司变更原“品牌营销服务网络拓展项目”和“多媒体展示中心及视频后期制作建设项目”两个募投项目的项目内容和实施方式，并将项目部分尚未使用的募集资金用途进行变更。本次变更部分募投项目事项业经公司于 2020 年 11 月 19 日召开的 2020 年第二次临时股东大会审议通过。

#### (三) 募集资金投资项目先期投入及置换情况

2019 年 12 月，公司第二届董事会第四次会议审议通过了《关于使用募集资金置换预先投入募投项目自筹资金的议案》，对品牌营销服务网络拓展项目、品牌创意设计互联网众包平台建设项目、多媒体展示中心及视频后期制作建设项目、品牌整合

营销传播研发中心建设项目、品牌管理与营销传播人才培养基地建设项目前期自筹投入资金进行资金置换。公司保荐机构广发证券股份有限公司和独立董事分别就此议案出具了同意的核查意见和独立意见，立信会计师事务所（特殊普通合伙）就此出具了《以募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金的鉴证报告》（信会师报字[2019]第 ZC10050 号）。公司已以自筹资金预先投入首次公开发行股票募集资金投资项目的实际投资额 1,697.04 万元，置换金额为 1,696.27 万元，并已于 2019 年 12 月实施完毕。

**(四) 用闲置募集资金暂时补充流动资金情况**

本公司不存在用闲置募集资金暂时补充流动资金情况。

**(五) 节余募集资金使用情况**

本公司不存在将募集资金投资项目节余资金用于其他募集资金投资项目或非募集资金投资项目。

**(六) 超募资金使用情况**

本公司不存在超募资金使用的情况。

**(七) 尚未使用的募集资金用途及去向**

尚未使用的募集资金存放于公司募集资金专户、以购买结构性存款和购买保本型理财产品的形式进行存放和管理。报告期末，尚未使用的募集资金全部存放于募集资金专户。

**(八) 未达到计划进度及项目可行性发生重大变化的情况**

**1、未达到计划进度的情况**

（1）品牌营销服务网络拓展项目：因外部环境变化因素的影响，同时为提高募集资金使用效率、达到预期经济效益，公司研究认为，将品牌营销服务网络拓展项目进行变更，变更为支付“收购上海天与空广告股份有限公司 51.01%的股权项目”总体对价中除 2020 年度内已支付的首期款之外的剩余对价款 7,038.00 万元，以及永久补充公司流动资金 8,101.22 万元；剩余的 4500 万元，则调整原项目计划——从“自建分子公司”的单一服务网络搭建模式，调整为“自建分子公司+与拥有资源优势、数据优势的公司合资成立新公司”的双轨道模式，加强客户辐射能力，升级公司品牌营销创意服务中的资源化、智能化、数字化能力；公司目前已开设北京、深圳、武汉等地

的分支机构，其他区域分支机构尚在规划推进中，后续将持续推进；本项目尚在项目建设期内，未完工，尚不适用效益考核。

（2）多媒体展示中心及视频后期制作项目：因外部环境变化因素的影响，同时为提高募集资金使用效率、达到预期经济效益，公司研究认为，将“多媒体展示中心建设”下的 1,018.45 万变更为永久性补充流动资金，同时将继续保留本项目中“视频后期制作建设”以适应视频营销的深度发展，后续将持续推进本项目；本项目尚在项目建设期内，未完工，尚不适用效益考核。

（3）品牌整合营销传播研发中心建设项目：相关软件开发尚在推进中。

（4）品牌管理与营销传播人才培养基地项目：持续与多方教育培训机构沟通，尚未确定最终实施方案，仍未到达资金投入阶段。

## 2、项目可行性发生重大变化的情况

（1）品牌营销服务网络拓展项目：公司原计划实施的“品牌营销服务网络拓展项目”，旨在通过加大服务网络布局实现公司业务扩张、提高公司服务水平和客户粘性。公司上市后，由于若干新情况与新变化，公司拟变更本项目：

①公司收购上海天与空广告股份有限公司（以下简称“天与空”）控股权，在夯实公司主营业务基础上实现了公司在上海、北京开设子公司的计划，与原募投项目存在一定程度的替代性。本次控股收购，补充了公司在华东、华北地区的战略客户资源，进一步扩大了公司业务覆盖范围，在较大程度上推动了公司品牌营销服务网络的拓展。

②品牌营销传播方式在国内数字经济发展和新冠疫情重塑国际商业竞争格局的双重影响下快速改变，公司积极寻求业务模式创新探索和转型。就目前来看，客户对品牌营销传播公司的营销需要逐渐从聚焦内容策划能力，延伸至包括社媒资源整合、数据整合处理技术、私域流量拉新促活等细分领域能力，而这些能力，很难通过开设复制公司基因的子公司实现。

综上，“品牌营销服务网络拓展项目”实施以来的行业环境发生了较大变化，且若按原计划投入预计无法达到预期经济效益目标，因此公司适时调整和优化了原项目的业务发展战略与方向：

（2）多媒体展示中心及视频后期制作项目：

①自新冠疫情以来，以人流、物流聚集为主要特征的线下展览受到很大冲击，原多媒体展示中心建设聚焦在承接客户的品牌宣传会/新品发布会/行业交流会等线下活动，但目前线下展览已向线上转型，正在进行展览技术、内容承载形式、效果评估的数字化升级。



②视频营销在当下移动互联传播环境中凸显其直观性、便捷性等独特优势。公司将继续加强在影视后期制作上的能力，输出优质的视频创意，减少对外部供应商依赖程度，打造影视业务闭环。影视后期制作的能力，包括规模化的影视基地、影视器材及设备、专业技术人员。公司将建设影视基地，采购影视器材及设备，同步吸纳优秀制景师、灯光师、摄影师等专业人才。

综上，为提高募集资金使用效率、达到预期经济效益，公司研究认为，可继续保留本项目中“视频后期制作建设”以适应视频营销的深度发展，但将“多媒体展示中心建设”下的 1,018.45 万变更为永久性补充流动资金。

#### **(九) 募集资金使用的其他情况**

本公司不存在募集资金使用的其他情况。

### **四、 变更募集资金投资项目的资金使用情况**

#### **(一) 变更募集资金投资项目情况表**

2020年11月，公司变更原“品牌营销服务网络拓展项目”和“多媒体展示中心及视频后期制作建设项目”两个募投项目的项目内容和实施方式，并将项目部分尚未使用的募集资金用途进行变更。本次变更部分募投项目事项业经公司于2020年11月19日召开的2020年第二次临时股东大会审议通过。

变更募集资金投资项目情况表详见本报告附表 2。

#### **(二) 未达到计划进度及变更后的项目可行性发生重大变化的情况**

本公司不存在未达到计划进度及变更后的项目可行性发生重大变化的情况。

#### **(三) 变更后的募集资金投资项目无法单独核算效益的原因及其情况**

公司使用募集资金 9,119.67 万元永久补充流动资金，该项目无法单独核算效益。按同期银行一年贷款基准利率 4.35% 计算，预计一年可为公司节约财务费用约 396.71 万元。有利于降低公司财务费用，提高募集资金使用效率，缓解公司业务增长对流动资金的需求，提升公司经营效益。

#### **(四) 募集资金投资项目已对外转让或置换情况**

本公司不存在募集资金投资项目已对外转让或置换情况。

#### **五、 募集资金使用及披露中存在的问题**

公司信息披露基本真实、准确、完整，且募集资金管理不存在违规情形。

#### **六、 专项报告的批准报出**

本专项报告业经公司董事会于 2021 年 4 月 27 日批准报出。

附表：1、募集资金使用情况对照表

2、变更募集资金投资项目情况表

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

2021年4月27日

附表 1:

## 募集资金使用情况对照表

2020 年度

编制单位: 广东因赛品牌营销集团股份有限公司

单位: 万元

募集资金总额		30,520.21				本年度投入募集资金总额	9,129.98			
报告期内变更用途的募集资金总额		16,157.67				已累计投入募集资金总额	10,846.81			
累计变更用途的募集资金总额		16,157.67								
累计变更用途的募集资金总额比例		52.94%								
承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本年度投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投入进度(%) (3)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本年度实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目										
品牌营销服务网络拓展项目	是	5,570.97	5,570.97	10.31	1,070.97	19.22%	2021 年 7 月	109.65	不适用	是
品牌创意设计互联网众包平台建设项目	否	13.29	13.29		13.29	100.00%	2021 年 7 月		不适用	否
多媒体展示中心及视频后期制作建设项目	是	3,645.51	3,645.51		395.51	10.85%	2021 年 6 月	-60.56	不适用	是
品牌整合营销传播研发中心建设项目	否	3,059.28	3,059.28		240.75	7.87%	2021 年 7 月		不适用	否
品牌管理与营销传播人才培养基地建设项目	否	2,073.49	2,073.49		6.62	0.32%	2021 年 7 月		不适用	否

承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目 (含部分变更)	募集资金 承诺投资 总额	调整后投 资总额 (1)	本年度 投入 金额	截至期末累 计投入金额 (2)	截至期末投入进度 (%) (3)=(2)/(1)	项目达到预定可 使用状态日期	本年度 实现的 效益	是否达 到预计 效益	项目可行性是否 发生重大变化
天与空收购项目 2020-2023 年业绩对赌期间股权对价支付	否	7,038.00	7,038.00			0.00%	2024 年 12 月		不适用	否
永久补充公司流动资金	否	9,119.67	9,119.67	9,119.67	9,119.67	100.00%		不适用	不适用	否
承诺投资项目小计		30,520.21	30,520.21	9,129.98	10,846.81	35.54%		49.09		
归还银行贷款（如有）										
补充流动资金（如有）										
超募资金投向小计										
合计										
未达到计划进度或预计收益的情况和原因（分具体项目）	<p>（一）品牌营销服务网络拓展项目未达预期原因：因外部环境变化因素的影响，同时为提高募集资金使用效率、达到预期经济效益，公司研究认为，将品牌营销服务网络拓展项目进行变更，变更为支付“收购上海天与空广告股份有限公司 51.01%的股权项目”总体对价中除 2020 年度内已支付的首期款之外的剩余对价款 7,038.00 万元，以及永久补充公司流动资金 8,101.22 万元；剩余的 4500 万元，则调整原项目计划——从“自建分子公司”的单一服务网络搭建模式，调整为“自建分子公司+与拥有资源优势、数据优势的公司合资成立新公司”的双轨道模式，加强客户辐射能力，升级公司品牌营销创意服务中的资源化、智能化、数字化能力；公司目前已开设北京、深圳、武汉等地的分支机构，其他区域分支机构尚在规划推进中，后续将持续推进；本项目尚在项目建设期内，未完工，尚不适用效益考核。</p> <p>（二）多媒体展示中心及视频后期制作项目未达预期原因：因外部环境变化因素的影响，同时为提高募集资金使用效率、达到预期经济效益，公司研究认为，将“多媒体展示中心建设”下的 1,018.45 万变更为永久性补充流动资金，同时将继续保留本项目中“视频后期制作建设”以适应视频营销的深度发展，后续将持续推进本项目；本项目尚在项目建设期内，未完工，尚不适用效益考核。</p> <p>（三）品牌整合营销传播研发中心建设项目未达预期原因：相关软件开发尚在推进中。</p> <p>（四）品牌管理与营销传播人才培养基地项目未达预期原因：持续与多方教育培训机构沟通，尚未确定最终实施方案，仍未到达资金投入阶段。</p>									

<p>项目可行性发生重大变化的情况说明</p>	<p>(一) 品牌营销服务网络拓展项目：公司原计划实施的“品牌营销服务网络拓展项目”，旨在通过加大服务网络布局实现公司业务扩张、提高公司服务水平和客户粘性。公司上市后，由于若干新情况与新变化，公司拟变更本项目：</p> <p>1、公司收购上海天与空广告股份有限公司（以下简称“天与空”）控股权，在夯实公司主营业务基础上实现了公司在上海、北京开设子公司的计划，与原募投项目存在一定程度的替代性。本次控股收购，补充了公司在华东、华北地区的战略客户资源，进一步扩大了公司业务覆盖范围，在较大程度上推动了公司品牌营销服务网络的拓展。</p> <p>2、品牌营销传播方式在国内数字经济发展和新冠疫情重塑国际商业竞争格局的双重影响下快速改变，公司积极寻求业务模式创新探索和转型。就目前来看，客户对品牌营销传播公司的营销需要逐渐从聚焦内容策划能力，延伸至包括社媒资源整合、数据整合处理技术、私域流量拉新促活等细分领域能力，而这些能力，很难通过开设复制公司基因的子公司实现。</p> <p>综上，“品牌营销服务网络拓展项目”实施以来的行业环境发生了较大变化，且若按原计划投入预计无法达到预期经济效益目标，因此公司适时调整和优化了原项目的业务发展战略与方向；</p> <p>(二) 多媒体展示中心及视频后期制作项目：</p> <p>1、自新冠疫情以来，以人流、物流聚集为主要特征的线下展览受到很大冲击，原多媒体展示中心建设聚焦在承接客户的品牌宣传会/新品发布会/行业交流会等线下活动，但目前线下展览已向线上转型，正在进行展览技术、内容承载形式、效果评估的数字化升级。</p> <p>2、视频营销在当下移动互联网传播环境中凸显其直观性、便捷性等独特优势。公司将进一步加强在影视后期制作上的能力，输出优质的视频创意，减少对外部供应商依赖程度，打造影视业务闭环。影视后期制作的能力，包括规模化的影视基地、影视器材及设备、专业技术人员。公司将建设影视基地，采购影视器材及设备，同步吸纳优秀制景师、灯光师、摄影师等专业人才。</p> <p>综上，为提高募集资金使用效率、达到预期经济效益，公司研究认为，可继续保留本项目中“视频后期制作建设”以适应视频营销的深度发展，但将“多媒体展示中心建设”下的 1,018.45 万变更为永久性补充流动资金。</p>
<p>超募资金的金额、用途及使用进展情况</p>	<p>不适用</p>
<p>募集资金投资项目实施地点变更情况</p>	<p>不适用</p>

<p>募集资金投资项目实施方式调整情况</p>	<p>2020年11月3日，公司第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第十次会议审议通过了《变更募投项目以及部分募集资金用途的议案》，同意公司变更原“品牌营销服务网络拓展项目”和“多媒体展示中心及视频后期制作建设项目”两个募投项目的项目内容和实施方式，并将项目部分尚未使用的募集资金用途进行变更，2020年11月19日，公司2020年第二次临时股东大会审议通过了《变更募投项目以及部分募集资金用途的议案》。</p> <p>公司保荐机构广发证券股份有限公司和独立董事分别就此议案出具了同意的核查意见和独立意见，具体情况如下：</p> <p>品牌营销服务网络拓展项目：</p> <p>因外部环境变化因素的影响，同时为提高募集资金使用效率、达到预期经济效益，公司研究认为，将品牌营销服务网络拓展项目进行变更：</p> <p>（1）变更为支付“收购上海天与空广告股份有限公司51.01%的股权项目”总体对价中除2020年度内已支付的首期款之外的剩余对价款7,038.00万元，</p> <p>（2）永久补充公司流动资金8,101.22万元；</p> <p>（3）剩余的4500万元，则调整原项目计划——从“自建分子公司”的单一服务网络搭建模式，调整为“自建分子公司+与拥有资源优势、数据优势的公司合资成立新公司”的双轨道模式，加强客户辐射能力，升级公司品牌营销创意服务中的资源化、智能化、数字化能力；公司目前已开设北京、深圳、武汉等地的分支机构，其他区域分支机构尚在规划推进中，后续将持续推进。</p>
<p>募集资金投资项目先期投入及置换情况</p>	<p>公司第二届董事会第四次会议审议通过了《关于使用募集资金置换预先投入募投项目自筹资金的议案》，对品牌营销服务网络拓展项目、品牌创意设计互联网众包平台建设项目、多媒体展示中心及视频后期制作建设项目、品牌整合营销传播研发中心建设项目、品牌管理与营销传播人才培养基地建设项目前期自筹投入资金进行资金置换。立信会计师事务所（特殊普通合伙）就此出具了《以募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金的鉴证报告》（信会师报字[2019]第ZC10050号）。公司已以自筹资金预先投入首次公开发行股票募集资金投资项目的实际投资额1,697.04万元，置换金额为1,696.27万元，并已于2019年12月实施完毕。</p>
<p>用闲置募集资金暂时补充流动资金情况</p>	<p>不适用</p>
<p>项目实施出现募集资金结余的金额及原因</p>	<p>不适用</p>
<p>尚未使用的募集资金用途及去向</p>	<p>尚未使用的募集资金存放于公司募集资金专户、以购买结构性存款和购买保本型理财产品的形式进行存放和管理。</p>
<p>募集资金使用及披露中存在的问题或其他情况</p>	<p>不适用</p>

注：品牌创意设计互联网众包平台建设项目尚在项目建设期内，未完工，尚不适用效益考核。

附表 2:

## 变更募集资金投资项目情况表

2020 年度

编制单位: 广东因赛品牌营销集团股份有限公司

单位: 万元

变更后的项目	对应的原承诺项目	变更后项目拟投入募集资金总额 (1)	本年度实际投入金额	截至期末实际累计投入金额(2)	截至期末投资进度 (%) (3)=(2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本年度实现的效益	是否达到预计效益	变更后的项目可行性是否发生重大变化
天与空收购项目 2020-2023 年业绩对赌期间股权对价支付	品牌营销服务网络拓展项目	7,038.00				2024年12月		不适用	否
永久补充公司流动资金	品牌营销服务网络拓展项目	8,101.22	8,101.22	8,101.22	100.00%		不适用	不适用	否
	多媒体展示中心及视频后期制作建设项目	1,018.45	1,018.45	1,018.45	100.00%		不适用	不适用	否
合计		16,157.67	9,119.67	9,119.67	56.44%				

变更原因、决策程序及信息披露情况说明（分具体项目）

**变更原因：**

（一）品牌营销服务网络拓展项目：公司原计划实施的“品牌营销服务网络拓展项目”，旨在通过加大服务网络布局实现公司业务扩张、提高公司服务水平和客户粘性。公司上市后，由于若干新情况与新变化，公司拟变更本项目：

1、公司收购上海天与空广告股份有限公司（以下简称“天与空”）控股权，在夯实公司主营业务基础上实现了公司在上海、北京开设子公司的计划，与原募投项目存在一定程度的替代性。本次控股收购，补充了公司在华东、华北地区的战略客户资源，进一步扩大了公司业务覆盖范围，在较大程度上推动了公司品牌营销服务网络的拓展。

2、品牌营销传播方式在国内数字经济发展和新冠疫情重塑国际商业竞争格局的双重影响下快速改变，公司积极寻求业务模式创新探索和转型。就目前来看，客户对品牌营销传播公司的营销需要逐渐从聚焦内容策划能力，延伸至包括社媒资源整合、数据整合处理技术、私域流量拉新促活等细分领域能力，而这些能力，很难通过开设复制公司基因的子公司实现。

综上，“品牌营销服务网络拓展项目”实施以来的行业环境发生了较大变化，且若按原计划投入预计无法达到预期经济效益目标，因此公司适时调整和优化了原项目的业务发展战略与方向。

（二）多媒体展示中心及视频后期制作项目：

1、自新冠疫情以来，以人流、物流聚集为主要特征的线下展览受到很大冲击，原多媒体展示中心建设聚焦在承接客户的品牌宣传会/新品发布会/行业交流会等线下活动，但目前线下展览已向线上转型，正在进行展览技术、内容承载形式、效果评估的数字化升级。

2、视频营销在当下移动互联传播环境中凸显其直观性、便捷性等独特优势。公司将继续加强在影视后期制作上的能力，输出优质的视频创意，减少对外部供应商依赖程度，打造影视业务闭环。影视后期制作的能力，包括规模化的影视基地、影视器材及设备、专业技术人员。公司将建设影视基地，采购影视器材及设备，同步吸纳优秀制景师、灯光师、摄影师等专业人才。



	<p>综上，为提高募集资金使用效率、达到预期经济效益，公司研究认为，可继续保留本项目中“视频后期制作建设”以适应视频营销的深度发展，但将“多媒体展示中心建设”下的1,018.45万变更为永久性补充流动资金。</p> <p><b>决策程序及信息披露情况说明：</b></p> <p>公司第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第十次会议审议通过了《变更募投项目以及部分募集资金用途的议案》，同意公司变更原“品牌营销服务网络拓展项目”和“多媒体展示中心及视频后期制作建设项目”两个募投项目的项目内容和实施方式，并将项目部分尚未使用的募集资金用途进行变更；公司2020年第二次临时股东大会审议通过了《变更募投项目以及部分募集资金用途的议案》。</p>
未达到计划进度或预计收益的情况和原因（分具体项目）	不适用
变更后的项目可行性发生重大变化的情况说明	不适用