

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

2021 年度财务预算报告

特别说明

2021 年预算指标仅作为本公司内部经营管理和业绩考核的参考指标，不代表本公司 2021 年的盈利预测。由于影响公司经营效益的各种因素在不断变化，年终决算结果可能与本预算指标存在差异。

一、预算编制说明

本预算报告是以经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的公司 2020 年度财务报告为基础，公司本着求实稳健原则并综合分析公司的市场和业务拓展计划以及政策变动、行业形势、市场需求等因素对预期的影响，同时考虑公司现时经营能力的前提下，谨慎的对 2021 年的经营情况进行预测并编制。

二、基本假设

- 1、国家及地方现行的有关法律、法规和经济政策无重大变化。
- 2、按照现行的国家主要税率、汇率及银行信贷利率。
- 3、公司所在行业形势、市场行情无异常变化。
- 4、公司的生产经营计划、投资计划能够顺利执行，不受政府行为的重大影响，不存在因资金来源不足、市场需求或供求价格变化等使各项计划的实施发生困难。
- 5、公司各项合同能顺利履行。
- 6、无其他人力不可预见及不可抗拒因素造成重大不利影响。

三、预算编制的基础和范围

- 1、本预算报告所选用的会计政策在各重要方面均与本公司实际采用的相关会计政策一致。

- 2、在公司制订的经营计划基础上编制本预算。
- 3、本预算范围包括公司总部及所有下属全资和控股子公司。

四、2021 年度主要财务预算指标

- 1、营业收入：2021 年度公司计划实现营业收入较 2020 年增长 80%—150%；
- 2、归属于母公司所有者的净利润：2021 年度公司计划实现归属于母公司所有者的净利润较 2020 年增长 250%—400%。

五、确保财务预算完成的措施

1、2021 年公司将继续深耕服务现有主要战略大客户，进一步做大汽车整合营销代理业务，同时持续大力开拓优质新客户。

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。

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。

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。

2、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、网红及直播营销、电商内容营销、IP 营销、大数据精准营销、智

能化技术营销等。

3、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）与投资并购子公司（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。

4、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。

5、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和管控风险，提升经营效率。

6、合理安排、使用资金，提高资金利用率。

7、强化财务管理，加强成本控制分析、预算执行、资金运行情况监管等方面的工作，建立成本控制、预算执行、资金运行的预警机制，降低财务风险，及时发现问题并持续改进，保证财务指标的实现。

广东因赛品牌营销集团能股份有限公司

董事会

2021年4月27日