

北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

董事会 2022 年度工作报告

一、概述

2022 年，国内经济开始呈现复苏和上升的迹象。但广告行业及至于互联网广告行业属于实体经济的下游产业，因此互联网广告行业的恢复要相对滞后一些。因此，当前互联网广告客户依然更倾向于成本较低的社会化营销形式，在大事件、大媒体投放进一步缩减。业内部分上市广告公司、数字营销公司都出现了不同程度的现金流问题。甲方客户回款慢，欠款严重的情况进一步突显。公司积极面对挑战，持续调整客户和业务结构，拓展预付款及账户充值为主要付款形式的数字化精准营销业务。公司管理层在董事会的领导下，积极面对挑战，秉承“营销数据化+营销精准化”经营理念，紧紧围绕企业经营目标，聚焦主业；积极开拓新市场，严格管控各项成本，持续优化内部管理体系，提升财务利用效率，持续推动营销创新和和技术创新。

2022年中国互联网广告数据报告公布的数据显示，2022年，中国互联网广告市场规模预计约为5088亿元，较2021年下降6.38%，市场规模近七年首次出现负增长；中国互联网营销市场规模预计约6150亿元，较上年下降0.37%；广告与营销市场规模合计约为11238亿元，较上年下降3.19%。

2022 年，公司管理层在董事会的领导下，积极面对挑战，坚持“大数据、大营销”经营理念，紧紧围绕企业经营目标，聚焦主业；持续调整客户结构，优化资源配置，积极开拓新市场；持续优化内部管理体系，严格管控各项成本，提升财务利用效率，持续推动研发投入和技术创新。2022 年度，互联网广告品牌客户仍处在业务的复苏期，因此投放费用更为谨慎。为此，公司持续调整客户和业务结构，拓展预付款及账户充值为主要付款形式的数字化精准营销业务。实现了大数据策略指导购买，购买指导媒体份额的链条式协同。一方面保证了项目运营的利润，同时也提高了客户对腾信营销策略和执行能力的认可。

二、主营业务分析

报告期内，由于广告主的互联网广告预算下降，投放规模大幅缩减，部分媒体资源政策受到影响。报告期内，公司共实现营业收入16027.38万元，同比减少

53.36%；实现归属于上市公司股东的净利润-96,288.03万元，同比减少858.25%。

报告期内，公司重点开展了以下工作：

（1）挖掘客户精准营销的需求

针对公司既有大客户，在客户数字营销业务追求效果化和精准化的变革中，有针对性的为客户提供数字精准营销业务服务。同时，进一步强化在电商平台、短视频平台及MCN机构网红资源内容营销的布局拓展，从而充分迎合当前客户营销需求的变化提高中标成功率和营销实际效果。

（2）积极开拓新行业客户

报告期内，公司积极参与年度竞标项目，并通过竞标正式签约国内某知名保险集团，成为该客户的数字内容营销供应商。负责传播策略与咨询，活动策划与内容营销等业务。同时，通过金融保险客户自身产业布局，公司也正式进军中国养老服务行业。拓展了全新数字营销服务领域和新业务收入来源。

（3）持续优化内部管理

报告期内，公司持续加大内部整合的投入，进一步强化公司内部协同、提升运营效率。进一步整合资源，充分发挥新设立公司业务协同互补的积极作用，推进业务发展。公司通过加强制度建设、保持项目监管水平，有效控制项目实施成本，保持企业持续运营的能力。

（4）持续研发投入

公司充分发挥技术、人才、数据储备等优势在稳步发展的同时，持续聚焦前沿技术。报告期内，公司在区块存储、大数据、云计算、人工智能等关键技术领域持续投入。

三、获得多项荣誉，进一步巩固公司品牌知名度

2022年，公司上下万众一心、共克时艰。公司服务的营销案例先后获得广告主盛典·2022年度数字营销金案奖、广告主盛典·2022年度整合营销金案奖。各类的行业奖项与权威媒体及协会的认可，表明了公司在行业的重要地位及在数字营销创新层面的突出贡献。

四、管理与整改

报告期内，公司持续优化内部管理、强化组织效能。根据业务发展需求，进一步优化组织架构，压缩管理层级，加强业务管控。加快公司内公司人力资源、财务、业务及各职能体系建设，进一步加强创意、策略和市场的把控能力，整合资源，提升公司服务专业度和行业视角的高度，激发员工潜能，增强管理能力，简化业务流程，提升组织效率和效益。

报告期内，公司通过加强制度建设、优化岗位结构、提升人员素质，保持项目监管水平，有效降低项目实施成本。

五、董事会日常工作情况

1、报告期内董事会会议情况

会议届次	召开日期	披露日期	会议决议
第四届董事会 2022年第一次 临时会议	2022年01 月28日	2022年01 月29日	(一) 审议通过《关于变更会计师事务所的议案》(二) 审议通过《关于召开2022年第一次临时股东大会的议案》 公告索引：2022-005
第四届董事会 第九次会议	2022年04 月28日	2022年04 月29日	(一) 审议通过《关于董事会2020年度工作报告的议案》 (二) 审议通过《关于总经理2022年度工作报告的议案》 (三) 审议通过《关于2022年度财务决算报告的议案》 (四) 审议通过《关于2022年度利润分配方案的议案》 (五) 审议通过《关于公司2022年度内部控制自我评价报告的议案》 (六) 审议通过《关于公司2022年年度报告全文及其摘要的议案》 (七) 审议通过《关于非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项报告的议案》 (八) 审议通过《关于对会计师事务所出具的无法表示意见审计报告的专项说明的议案》 (九) 审议通过《关于修订章程的议案》 (十) 审议通过《关于建立的议案》 (十一) 审议通过《关于建立的议案》 (十二) 审议通过《关于建立的议案》 (十三) 审议通过《关于建立的议案》 (十四) 审议通过《关于建立的议案》 (十五) 审议通过《关于建立的议案》 (十六) 审议通过《关于建立的议案》 (十七) 审议通过《关于公司出具的2022年第一季度报告的议案》 (十八) 审议通过《关于召开2022年度股东大会的议案》 公告索引：2022-016

第四届董事会第十次会议	2022年8月26日	2022年08月29日	(一) 审议通过《关于公司2022年半年度报告全文及其摘要的议案》 公告索引: 2022-046
第四届董事会第二次临时会议	2022年09月20日	2022年09月22日	(一) 审议通过《关于聘任总经理的议案》(二) 审议通过《关于修订公司章程的议案》 公告索引: 2022-054
第四届董事会第十一次会议	2022年10月27日	2022年10月31日	(一) 审议通过《关于修订公司章程的议案》 公告索引: 2022-064

2、报告期内召集召开股东大会情况

(1) 本报告期年度股东大会情况

会议届次	召开日期	会议决议刊登的指定网站查询索引	会议决议刊登的信息披露日期
2022年度股东大会	年度股东大会	www.cninfo.com.cn 2022-009	2022年05月20日

(2) 本报告期临时股东大会情况

会议届次	召开日期	会议决议刊登的指定网站查询索引	会议决议刊登的信息披露日期
2022年第一次临时股东大会	2022年02月14日	www.cninfo.com.cn 2022-009	2022年2月14日
2022年第二次临时股东大会	2022年10月10日	www.cninfo.com.cn 2022-059	2022年10月10日

报告期内,公司董事会认真勤勉地履行职责,在完善公司法人治理结构,强化并规范内部管理和控制等方面做了大量工作,为公司的规范运作及可持续发展奠定了良好的基础。

3、独立董事履职情况

2022年,公司独立董事严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》等相关制度的规定行使自己的权利,履行自己的义务。

根据《公司章程》的规定,公司设3名独立董事,公司董事会总数为9人,独立董事人数达到了董事会人数的三分之一。

报告期内,公司董事长严格按照法律法规和《公司章程》的要求,依法行使权力,履行职责:全力加强董事会建设,依法召集、主持董事会会议并督促董事亲自出席,严格执行董事会集体决策机制,并为独立董事和董事会秘书履行职责创造良好条件。积极推动公司治理工作和内部控制建设,督促执行股东大会和董事会各项决议,确保董事会依法正常运作。

公司独立董事胡斌先生、沈艳秋女士、颜远志先生,能够严格按照《公司章

程》、《独立董事工作制度》等的规定，本着对公司、股东负责的态度，勤勉尽责，忠实履行职责，积极出席相关会议，认真审议各项议案，客观地发表自己的意见及观点，积极了解公司经营情况和内部控制的建设及董事会决议、股东大会决议的执行情况，并利用自己的专业知识作出独立、公正的判断，在报告期内切实维护了中小股东的利益。

报告期内，公司没有独立董事对公司董事会的议案及公司其他事项提出异议。

4、出席会议情况

2022年度，本着勤勉尽职的态度，我们认真参加了公司董事会会议，仔细审阅会议相关资料，积极参与各项议题的讨论，维护公司整体利益，关注股东、尤其是中小股东的合法权益，对公司形成公正、科学、合理的决策，起到了积极作用，切实履行了董事的职责。

六、报告期内执行公司股东大会各项决议情况

报告期内，公司董事会严格按照《公司法》等法律法规和《公司章程》的有关规定履行职责，认真执行股东大会通过的各项决议。

七、公司治理情况

报告期内，公司董事会按照《公司法》、《证券法》和公司章程赋予的职责，以及公司制订的《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《监事会工作规程》等规则或规程规定的权限和程序，对公司经营活动中的重大决策问题进行审议并作出决定，或提交股东大会审议。监事会切实履行了监督职能。本公司的管理机构情况：股东大会是公司最高权力机构，通过董事会对公司进行管理和监督。总经理在董事会领导下，全面负责公司的日常经营管理活动。

八、公司未来发展与展望

2023年，受《个保法》、《互联网广告法》及算法等相关监管政策影响；同时教育、电商、游戏、金融等新经济广告主行业监管趋严、消费疲软；互联网流量增速放缓，此前增速较快的电商交易平台、短视频广告和社交广告流量和加载率增长放缓；2023年互联网广告增速大幅放缓，预计2023年增速将至0-10%

1、新客户开拓力度应进一步加强

2022年因客户结构调整，保持了部分原有客户，在众多行业领域进行了大力开拓，并在金融保险客户及养老行业客户中取得了积极的成绩。2023年

公司将进一步强化外延式客户拓展经营策略，推动公司业务的开展，并持续挖掘和激活客户数字营销需求，扩展更多行业领域，展开更多多元化的资源合作及内容营销合作，在保障公司营收的前提下，提升利润水平。

2、加速数字经济业务与创新产业的整合。

2022年至2023年，社会面恢复了正常的生活。但传媒互联网行业仍将受实体经济复苏和消费复苏时效的影响，行业客户预算不会立即实现大幅度的提升。因此，维持在传统的行业客户的基础上，公司进一步的强化以数字应用与实体产业相结合，以创新型数字产品完成对C端消费者人群渗透和转化。

2023年，腾信股份将进一步依靠大数据、数字营销体系与百姓生活相关创新型产业进行整合。打造智慧出行数字产品和平台，为消费者提供更为便捷的出行体验和资讯。从而搭建公司全新的业务体系，丰富业务类别，从而增加公司盈收模式。

3、应收账款管控需进一步加强

对应收账款的管控应进一步加强，2022出现延期的情况，对公司流动性产生影响，需在2023年进一步改善。

4、优化经营管理，加强团队建设

进一步优化组织架构，加强成本和费用管理；加强内控和风险管理，尤其是加强应收款管理，加大催收的全过程管理，合理控制应收款规模，降低应收款坏账风险。公司还将加强对员工的培训，提升员工的综合素质和技能，不断激发员工潜能。公司将不断完善激励机制，以吸引高素质的职业管理人才。

5、扩大行业影响力方面

加强公司对外的形象和影响力。公司加入中广协、商广协、4A协会等组织，并通过不断的对外演讲，建立公司大数据和人工智能的形象。

6、增强企业文化建设

公司将进一步提高员工对企业的信心和认同感，增强企业的凝聚力和竞争力，为公司发展营造良好的企业文化环境，增强员工归属感和幸福感。

北京腾信创新网络营销技术股份有限公司

董事会

2023年4月28日