

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

2023 年度董事会工作报告

2023 年，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》《董事会议事规则》等相关规定，从切实维护公司利益和广大股东权益出发，认真履行了股东大会赋予的职责，规范运作、科学决策，按照公司既定的发展战略，努力推进公司各项工作，确保公司持续稳定的发展。现将董事会在 2023 年的主要工作情况报告如下：

一、2023 年度公司经营情况

2023 年，面对宏观环境不确定性加剧、客户营销投入越趋谨慎等不利因素，公司董事会和经营管理层采取各种措施积极应对，坚定执行“技术升级”、“品效合一”、“出海营销”、“内容生态”四大战略，积极把握 AIGC 技术带来的行业发展机遇，持续加大技术研发投入，构建全链条营销服务体系，以“智能 X 智慧”的营销业务模式为客户的品牌发展和营销全面赋能。

报告期内，公司实现营业收入 53,643.33 万元，同比增长 10.49%，归属于母公司的净利润 4,158.29 万元，同比增长 26.21%。2023 年公司战略咨询业务稳步发展，数字整合营销和效果营销业务增长迅速，但由于效果营销业务中逾 2 亿元的业务收入按净额法确认，导致公司收入增长不显著。

报告期内，公司的主要经营情况如下：

（一）主要客户合作关系保持稳定，品牌营销汽车客户持续拓展，战略咨询业务稳健增长

2023 年，虽然大环境不利等因素的对公司业务经营的影响持续，但公司与主要战略客户(如腾讯、阿里巴巴、上汽通用、东风汽车、吉利汽车、中国银联、伊利、欧派、联合利华、香奈儿、维沃移动等)的合作关系保持稳定。

公司进一步巩固自身在汽车品牌营销领域的专业领先优势。报告期内及截至目前，在与多家同行的比稿角逐当中，公司赢下小鹏汽车、一汽红旗、上汽名爵、东风标致、东风雪铁龙、东风纳米等品牌年度代理、东风汽车集团品牌年度战略代理以及捷途汽车海外市场营销策略代理，更加体现了公司在汽车营销业务方面的强劲综合专业服务实力。公司已累计为华晨、奇瑞、比亚迪、雪佛兰、别克、

凯迪拉克、荣威、飞凡汽车、一汽红旗、吉利、领克、几何、英伦、零跑、东风小康、东风风神、东风岚图、广汽传祺、广汽丰田、小鹏汽车、哪吒汽车等 21 个汽车品牌的 50 余款车型，提供可持续的全链路、全方位营销推广服务。

报告期内，公司不断提升战略咨询业务的转化能力，挖掘更多盈利触点，推动战略咨询业务保持稳定增长。公司的战略咨询子公司及团队为香奈儿、路易威登、阿里巴巴、维沃移动、联合利华、百威、蒙牛、美的、瑞安等客户提供多方面的高价值战略咨询服务。2023 年，公司战略咨询业务收入较去年同期增长近 40%。

（二）数字整合营销和效果营销业务快速增长，出海营销布局持续完善

1、数字整合营销业务和效果营销业务发展迅速

公司于 2023 年 5 月并表收购了品牌内容电商营销全案服务商影行天下，进一步提升了数字整合营销和效果营销业务能力。影行天下是行业内同时拥有品牌策划、内容制作、达人孵化、直播电商、KOC 采买投放能力的综合型内容电商营销全案服务商，是抖音星图认证 MCN 机构、抖音星图服务商、抖音蓝 V 生态服务商、抖音购物车功能运营服务商等。报告期内，影行天下营业收入近 1.6 亿元，同比增长近 90%。

同时，公司积极拓展国内及出海效果营销业务，进一步满足客户对效果转化的业务需求，完善公司营销业务链条，持续提升公司业务体量。

2、出海营销业务布局日趋完善

品牌营销领域，公司于 2023 年底中标捷途汽车海外市场营销策略及创意代理项目，面向全球市场，金额数百万元人民币，正在整合资源推动项目落地。效果营销领域，公司积极拓展出海营销业务，品牌方通过公司最终主要在 Google 和 Meta 两大平台投放广告，全年涉及流水近 2 亿元人民币；2024 年 2 月，公司与知名出海营销服务商试玩互动设立合资公司，加速助力品牌出海。

（三）营销 AIGC 应用大模型多项功能与产品逐步落地，商业化进程加速

InsightGPT 自 2023 年 10 月正式发布内测版以来，已进行了多轮优化和迭代，上线并发布了多项功能与产品：

1、2023 年 11 月初，上线创意平面、电商图、模特图智能生成功能，用户只需要输入产品名称、产品类别、产品特点、产品图片等信息，InsightGPT 即可对

其营销创意进行洞察分析，自动生成多种营销创意主题供用户选择，并根据该主题及产品特征卖点生成相关营销物料。

2、2024年1月初，上线“视频智剪”功能供特定合作伙伴试用体验，该功能整合了智能视频切片、智能视频检索、智能视频创作和智能视频合成功能，能够独立处理视频素材并一键成片，能够满足品牌在不同场景的视频营销传播高频需求，高效吸引目标受众，助力品牌的商业化应用。

3、2024年2月初，上线“龙年营销裂变”活动，发布面向C端用户的基于微信H5的应用产品“龙年祈福产品”。除具备真人换装、卡通人像、龙图拜年、萌宠拜年等四种图像生成的玩法之外，该产品基于InsightGPT具备的角色动画一致且可控的图生视频技术，具备将真人照片转换为动态的拜年舞蹈视频功能，为用户提供多组拜年视频动作。

4、2024年3月初，上线“图生视频”相关营销应用产品“AI卖点视频”和“AI动效海报”；其中，“AI卖点视频”可生成20秒内的商品卖点创意视频，应用于商品卖点展示、内容化引流等场景；“AI动效海报”可生成8秒以内的动态创意平面，应用于新品上市、品牌推广、活动促销等场景，为品牌方提供高效智能化的视频创作解决方案。

5、2024年3月底，上线“文生视频”营销应用产品“AI营销视频”。公司文生视频技术深度融合了公司营销智慧资产以及多模态算法应用，涵盖文本生成、视频镜头生成、视频质量优化、音视频合成等多个子任务，并为每个子任务指派专门的智能体；通过洞察用户输入的文字信息，自动生成多个视频创意主题，并根据用户指定主题先自动生成具有完整故事感的创意脚本，再根据脚本自动生成创意视频，以及同步完成音乐生成、人声生成及字幕生成等子任务，最终输出完整度较高的营销创意视频。

6、此外，公司正在研发短剧AIGC应用大模型产品，预计将于近期发布数段基本全部由AI生成的基于不同题材剧本的微短剧预告片。

截至目前，公司已进行了一系列的商业化探索和尝试，包括：利用视频智剪功能辅助业务团队向国内某头部游戏公司交付了一批效果广告视频；积极参与汽车、大消费、大健康等行业知名品牌方相关AIGC营销项目的比稿及应标，有关“爆款视频”解决方案已于近期向某3C数码领域知名客户进行交付；为部分出海

营销服务商生成文案、图像、视频等投流素材，提升出海合作伙伴精准营销及效果转化的能力等。

（四）积极探索短剧等新业务，拓宽公司变现场景

公司践行“内容生态”战略，积极尝试布局短剧等新业务，主要是看好其长期内容价值，一是能够与公司现有营销业务产生强协同，探索基于短剧场景下的营销服务体系，覆盖投流、广告植入、品牌定制剧、达人营销、账号代运营等环节；二是为公司目前掌握的 AIGC 等数智化技术提供影视娱乐相关训练素材、内容补充以及可落地的场景和数据积累；三是构筑公司内容生态竞争壁垒，探索优质影视内容在未来进行多元化、可持续变现的可能性。

公司子公司影行天下曾于 2023 年参与出品短剧《进击的金秘书》，市场反响较佳，预计 2024 年至少有《恋恋花颜御捕》、《我的机器人男友》等 4 部其参与出品的短剧将陆续上映。

二、董事会日常工作情况

（一）2023 年，董事会共召开 11 次董事会会议，会议情况及决议内容如下：

会议届次	召开日期	会议决议
第三届董事会第七次会议决议	2023-01-11	审议通过《关于向激励对象首次授予股票期权的议案》《关于向银行申请综合授信额度的议案》《关于使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》《关于聘任公司高级管理人员的议案》
第三届董事会第八次会议决议	2023-02-20	审议通过《关于调整 2021 年限制性股票激励计划预留授予价格的议案》《关于 2021 年限制性股票激励计划预留授予第一个归属期归属条件成就的议案》《关于作废部分已授予尚未归属的限制性股票的议案》
第三届董事会第九次会议决议	2023-04-21	审议通过《关于 2022 年年度报告及其摘要的议案》《关于变更注册资本并修订<公司章程>的议案》等十七项议案
第三届董事会第十次会议决议	2023-04-27	审议通过《关于 2023 年第一季度报告及的议案》
第三届董事会第十一次会议决议	2023-06-21	审议通过《关于公司符合向特定对象发行股票条件的议案》《关于续聘会计师事务所的议案》《关于补选第三届董事会非独立董事的议案》等十四项议案
第三届董事会第十二次会议决议	2023-07-28	审议通过《关于变更董事会秘书的议案》
第三届董事会第十三次会议决议	2023-08-04	审议通过《关于 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案（修订稿）的议案》《关于公司向特定对象发行股票募集资金使用可行性分析报告（修订稿）的议案》
第三届董事会第十四次会议决议	2023-08-11	审议通过《关于使用自有资金进行现金管理的议案》《关

议		于调整第三届董事会审计委员会委员的议案》《关于补充确认关联交易的议案》
第三届董事会第十五次会议决议	2023-08-11	审议通过《关于 2023 年半年度报告及其摘要的议案》《关于 2023 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告的议案》
第三届董事会第十六次会议决议	2023-10-25	审议通过《关于 2023 年第三季度报告的议案》《关于调整 2022 年股票期权激励计划行权价格的议案》《关于向激励对象授予预留股票期权的议案》《关于作废部分已授予尚未归属的限制性股票的议案》
第三届董事会第十七次会议决议	2023-12-01	审议通过《关于使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》《关于设立募集资金专项账户并签订募集资金三方监管协议的议案》

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

2023 年公司共召开 3 次股东大会，公司董事会根据《公司法》《证券法》等相关法律法规和《公司章程》的要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真执行公司股东大会通过的各项决议。

（三）董事会下设各委员会履职情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。2023 年，各委员会依据各自职权范围运作，分别对公司财务情况、公司股权激励情况、董事及高级管理人员聘任、董事及高级管理人员薪酬等事项进行了研究和审议，提出意见及建议，供董事会决策参考。

（四）独立董事履职情况

公司的 3 名独立董事根据《公司法》《证券法》《上市公司独立董事管理办法》《公司章程》的有关规定，认真履行独立董事的职责，勤勉尽责，积极出席股东大会、董事会等相关会议，参与公司重大事项的决策，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。报告期内，独立董事对董事会审议的议案以及公司其它事项均未提出反对意见。

三、2024 年主要工作计划

在公司“335 发展战略规划”的第二阶段（即 2023-2025 年），公司致力于构建智能营销科技平台体系，完善营销业务链路布局，建立出海营销服务能力。在该阶段发展战略规划中，公司以“技术升级”、“品效合一”、“出海营销”、“内容生态”为四大战略主线：

一是推动技术迭代升级，助力行业变革：加大对营销科技的研发投入，构建

基于人工智能等技术的智能营销科技平台体系，推动公司向以数智化技术、营销服务协同的“智慧 x 智能”的业务模式转型升级，建立在营销科技领域的专业领先优势；

二是注重品效合一，完善营销业务链路：通过业务扩张和资本合作等方式，积极拓展效果营销业务，加速行业内优质资源整合，实现“品效合一”，进一步满足客户需求，完善营销业务链条；

三是建立出海营销服务能力，助力品牌出海：积累全球优质流量及广告资源，建立全链路的出海营销服务能力，通过高效的获客、创意及变现解决方案，助力国内外品牌提升用户规模与变现收益；

四是构建内容生态，与相关内容行业有实力的公司或团队开展业务或资本合作，持续增强优质内容和产品的生产能力，共同打造以技术驱动的优质内容生态，不断加固公司核心竞争壁垒。

公司 2024 年的主要经营计划如下：

（一）持续提升业务规模，构建“品效销合一”的营销服务体系，完善出海营销业务布局

1、在巩固和强化现有主业的同时，继续发力拓展效果营销业务，并启动布局电商营销业务，构建完成“品效销合一”的营销业务链路闭环：

品牌管理领域，积极拓展母婴、酒水、大健康等行业的优质客户资源；效果营销领域，一方面陆续搭建达人营销团队，提升在社交媒体营销端的资源和影响力，另一方面寻找与有实力的代理商或优秀团队设立国内投流合资公司，增强公司媒介投放和效果转化能力；电商营销领域，寻找优质合作伙伴设立合资公司，以便进一步挖掘并满足更多品牌客户的电商端营销需求，同时为公司 AIGC 大模型更好地应用在电商场景提供训练数据和内容补充。

2、继续完善基于战略咨询、品牌管理、效果营销等各项主营业务的出海营销布局：

战略咨询领域，子公司睿丛因赛筹备在东南亚及欧洲设立子公司，为国内品牌提供包括品牌海外定位与战略、品牌本土化策略，消费者研究与产品创新等一揽子服务；品牌营销领域，积极把握品牌出海营销需求持续增长的趋势，拓展汽车及非汽车行业客户的品牌出海项目；效果营销领域，已与知名出海营销服务商

试玩互动和其他优质团队设立合资公司，正在加速助力品牌出海，力争 2024 年出海营销业务流水突破 6 亿元人民币；短剧出海领域，已与短剧出海头部平台 FlexTV 达成战略合作，将共同开展欧美、东南亚等地区的短剧内容营销业务，打造立足于短剧出海场景的全链条营销服务平台。

（二）积极推动 AIGC 大模型技术及产品升级与商业化落地

1、继续加大技术研发投入力度，加强行业研究和竞对调研工作，跟进最新技术不断对 InsightGPT 进行优化与迭代，不断完善 InsightGPT 的功能与产品；根据内外部实际情况推进或调整工作计划，适时拓展如 3D 建模、数字人等新的产品方向，保持 InsightGPT 功能与产品的先进性。

2、加速推动 InsightGPT 的商业化进程，明确切实可行的商业化拓客方案，力争年内突破实现 AIGC 商业化收入超千万元的目标；目前规划的商业化路径包括：提供应用产品或开放大模型接口给用户使用，收取订阅费用或按次收费；协同业务部门向客户提供整体一站式服务，实现降本增效等。

（三）打造以技术驱动的优质内容生态，拓宽公司变现场景

1、短剧业务方面，已与具备丰富短剧业务运营经验的团队共同设立合资公司玖娱文化，筹拍地方文旅、励志逆袭等题材的微短剧，以及参与制作 AI 微短剧。子公司影行天下预计 2024 年至少有《恋恋花颜御捕》、《我的机器人男友》等 4 部其参与出品的短剧将陆续上映；2024 年 3 月，影行天下通过收购影游互娱取得短剧制作必备三证（广播电视节目制作经营许可证、网络文化经营许可证、增值电信业务经营许可证），正式切入微短剧赛道，在短剧和微短剧的内容端形成双轮布局。

2、XR 业务方面，子公司创意热店已在苹果 IOS 系统注册设立了开发者账号，正在开发 XR 相关应用程序，围绕公司基于 XR 技术拍摄的在不同场景下的经剪辑优化后的视频片段，与用户进行娱乐性交互；后期计划融入更多娱乐性玩法，为用户提供影视、游戏等多样化的可切换场景的虚拟现实沉浸式交互体验。

3、适时布局 AI 应用、流量产品、IP 联动品牌运营等领域。

（四）采取科学稳健的资本运作路径，提升合规化市值管理水平，为股东带来可观回报

1、充分理解监管规则，把握资本市场趋势，在可行的并购重组框架内，启

动发行股份及支付现金购买资产暨募集配套资金事宜，借此大幅提升公司的业务体量、盈利能力及综合竞争力，进一步完成构建“品效销合一”的全链路营销服务体系。

2、推动与知名公司或优秀团队设立合资公司，各方置入及整合内外部优质资源共同经营；以及在成本和风险均可控的前提下，适当以现金投资或并购行业内优质公司或团队，推动公司现有业务及新业务进一步做大做强，加速战略落地。

3、结合最新监管动态适时推动再融资方案，以及择机启动为体系内优质项目从一级市场引入战略融资事宜，满足业务与技术发展资金需求的同时，获得知名投资人背书与资源赋能。

4、确保公司信息流转机制畅通，信息披露及时完整合规，与监管、投资人、券商研究员、投行、咨询公司等外部机构保持密切、良性沟通，合规、准确传播并经营公司价值，推动公司市值水平和品牌形象再上一个新台阶，更好地回馈股东和社会。

2024 年公司董事会将本着对全体股东负责的态度，忠实与勤勉履行职责，严格执行股东大会各项决议，坚定不移地实行公司“335 发展战略规划”，发挥自身在公司治理中的核心作用，推动公司实现持续、健康的高质量发展，力争为全体股东带来长期良好回报。

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

2024 年 4 月 26 日