

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 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 2024 年的主要工作情况报告如下：

一、2024 年度公司经营情况

面对当前营销服务行业的变局和挑战，2024 年公司在持续夯实核心品牌营销主业的基础上，大力发展效果营销业务，不断构建垂直行业领域的领先优势，积极推动因赛 AI 实现技术突破、产品上线及商业化落地，适时启动发行股份及支付现金收购优质资产，通过内生增长与外部延展相结合的策略，加速构建 AI 驱动的“品效销全面发展”的全链路营销服务体系。

报告期内，公司实现营业收入 88,338.83 万元，同比增长 64.68%；归属于上市公司股东的净利润亏损-4,504.29 万元，主要系公司收购的品牌营销策划创意子公司经营业绩下滑而导致公司需计提商誉减值准备 7,788.43 万元所致。

报告期内，公司主要经营情况如下：

（一）品牌营销专业实力持续获得认可，战略咨询业务保持稳健

基于行业领先的营销洞察和专业能力，公司持续获得汽车、游戏、科技、快消等行业龙头企业的认可。

（1）作为国内最早服务智能驾驶品牌的营销服务商之一，公司目前已陆续为国内多家新能源智能汽车厂商如小鹏、极氪、东风岚图、吉利银河等提供营销全案服务，包括多款以智驾为核心卖点的热门车型，涉及小鹏 G6/G9/M03/x9、东风岚图梦想家、极氪 7X 等，以及近期为地平线高阶智驾产品提供营销服务等。公司长期服务一汽、东风、吉利、奇瑞等汽车集团品牌策略，已连续多年荣获吉利集团优秀供应商称号。

（2）公司持续深耕游戏赛道，有近百人服务团队，获得腾讯年度优秀合作伙伴等多项荣誉，为《PUBG MOBILE》《荒野乱斗》《无畏契约》《王者荣耀》

《和平精英》《地下城与勇士：起源》《火影忍者》《三角洲行动》《金铲铲之战》《穿越火线：枪战王者》等多款游戏产品提供营销策划/创意/媒介投放/设计制作等服务。除腾讯游戏外，公司目前还有服务国内的网易、莉莉丝、沐瞳、儒意景秀、锦鹏、玉米树以及海外的 Krafton、Miniclip 等知名游戏厂商。

（3）公司控股子公司天与空持续多年服务阿里巴巴、蚂蚁金服、京东、华为、中国银联、星巴克、联合利华等头部客户，并在 2024 年赢得了沃尔玛、VIVO、快手、沙宣、拍拍贷、必胜客等知名客户的重要项目，交付了《饿了么-支持饺子申遗》《中国银联-低头捡星光》《闲鱼-面包会有的》《拍拍贷-举起生活的轻》《支付宝-郑钦文遇见少年郑钦文》《饿了么-人生处处吃得开》等经典案例。天与空还为华为、荣耀、IQOO 手机的 AI 功能提供营销策划服务。

（4）公司控股子公司睿丛因赛持续多年服务香奈儿、LVMH、VIVO、小红书、COLMO、联合利华、百威、百事可乐、瑞安地产、万科、太古、淘宝、美团等头部客户，并在 2024 年新增赢得了香奈儿（国际）、迪士尼、星巴克、毛戈平等行业头部客户的重要项目。睿丛因赛与小红书、美团闪购等战略客户深度合作，联手发布了多份行业白皮书，在业内引发广泛反响。

通过与行业龙头企业的深度合作，公司不断提升服务质量，为更多品牌提供高质量的营销解决方案，推动品牌价值提升和业绩增长。

（二）效果营销业务稳步增长，持续构建垂直行业领域优势

公司一方面基于抖音、快手、小红书、Google、Meta、TikTok 等国内外主流媒体平台，开拓效果营销业务，另一方面以微信小店为起点，探索在电商生态构建垂直行业领域的差异化营销优势。

（1）头部媒体平台

公司控股子公司影行天下通过孵化、投资等方式在抖音、快手等媒体平台形成累计过亿粉丝量的帐号矩阵，涉及剧情（代表帐号：小歪、梁猛等）、大健康（代表帐号：妇产科王主任、中医减肥专家李辉主任等）等领域。影行天下与沃尔玛、华润、美的、VIVO、长隆、比亚迪、吉利、欧派、微梦等知名客户在新媒体内容营销方面建立了长期合作关系。

公司与中原地区实力雄厚的合作方九牛电商集团等合资设立了因赛河南，协同公司总部、影行天下开展国内效果营销业务。目前公司及相关子公司已获得抖

音巨量星图代理商、巨量引擎综合代理商、巨量千川服务商、巨量本地推综合代理商、抖音优选服务商、快手品牌代理商等多项资质。

同时，公司进一步强化出海营销业务布局，与行业内知名公司及团队合资设立了因赛信息、因赛互动，为国内客户最终在 TikTok、Google、Meta 等媒体平台提供出海投流服务。近期，公司与知名出海营销服务商 CLICKSMOBI（点摩）签署了战略合作协议，双方一方面将共建 AI 驱动的出海程序化广告交易平台，另一方面将积极探索出海营销业务合作，推动出海效果营销业务进一步增长。

（2）小红书

1）红人营销

公司及相关子公司已取得小红书蒲公英代理商资质，深耕基于小红书平台的社交种草领域，为追觅、阿玛尼等知名品牌提供真实、有效、全面的种草整合营销及运营推广服务。

公司还与国内领先的社交新媒体营销服务商友友传媒战略合资设立了有益数字，助力公司完善红人营销业务布局，补强大健康赛道的客户资源及客户服务能力，提升 AIGC 大模型在红人营销领域和在视频营销方面的商业化落地能力，以及增强优质营销短剧内容的生产能力。

2）营销洞察

公司控股子公司睿丛因赛携手小红书发布了《小红书 CNY 行业趋势报告》《“慢”人生活趋势图鉴》等报告，并为小红书双旦趋势提供洞察。借助小红书海量用户数据，睿丛咨询深入剖析消费者的生活方式、价值观念、消费趋势等，为品牌和行业提供了有价值的参考，增强公司在市场洞察与策略制定方面的核心竞争力。

（3）微信小店

公司与国内知名的白酒双域电商运营专家九牛电商集团达成战略合作，公司将基于微信小店生态为九牛电商集团提供更全面的“品效销合一”的全链路营销服务，以及提供更深入的 AI 电商营销服务。

未来，公司将以 AI 技术为工具，以品效销全链路营销服务能力为抓手，为九牛电商集团乃至更多酒水品牌赋能，打造酒水赛道营销优势，以及以微信电商为起点，后续或拓展至抖音电商、淘宝、京东等更多电商生态。

（三）AIGC 大模型产品上线及商业化进展持续落地

因赛 AI 自正式发布以来，已为多个客户提供智能营销服务，并持续更新并迭代上线了多个 AI 智能体。

（1）客户合作情况

凭借在 AIGC 领域的研发突破及在营销行业的应用优势，因赛 AI 已为腾讯游戏、Krafton、魅族等大客户提供图片/视频的 AI 生成/剪辑等服务，以及与 DeepSeek、豆包、文心一言、Kimi 等知名大模型在 API 接口调用方面有合作。

（2）产品上线情况

公司紧密结合营销业务全流程，不断对因赛 AI 进行优化迭代，并上线了“电商营销”、“SOCceR 说可策划案”等 AI 智能体：

1) 因赛 AI “电商营销”智能体自 2024 年 10 月全面公测以来，AI 电商美图、AI 模特靓图、AI 电商海报等功能目前已服务了近万名电商用户，能够为微信小店、淘宝、京东等商家提供多样化的营销主图，目前已在阿里巴巴旗下的 1688 电商平台上线运营。

2) 2025 年初上线的“SOCceR 说可策划案”是因赛 AI 基于专业的策略解决方案思考模型推出的一款策略功能智能体，具备形势洞察、机遇、挑战等多维度营销洞察能力，近期在深度融合 DeepSeek 后更加聚焦营销策划的应用场景，能够根据用户明确的目标需求快速生成各种类型的策划案，同时支持输出内容转化成 PPT、文档等功能。

3) 预计于 2025 年 4 月，因赛 AI 将上线“营销视频”智能体，有助于优化视频创作 workflows，为用户呈现高品质的视频创意作品，初期将主要聚焦游戏赛道。

DeepSeek 自 2024 年发布 V2 版本起，因赛 AI 就借助 V2 版本和自有数据，训练出 AI 网文大模型，可以根据提示词生成短篇小说，以及于 2024 年下半年在开发其它产品时，也有调用 DeepSeek V2/V3 版本作为开源基座大模型与自有行业数据和业务场景深度融合。目前因赛 AI 已完成 DeepSeek R1 最新版本私有化部署，部分场景已替换之前旧版本。

未来，因赛 AI 将紧跟 AI 技术的迭代和发展，结合用户和市场需求，打造多样化的能够深度商业化应用的 AI 智能体，以优化内容生成与场景匹配，提供更具灵活性与个性化的解决方案。

（四）持续输出精品微短剧，加速完善内容生态布局

自取得“短剧制作必备三证”以来，公司控股子公司影行天下等一方面积极整合资源，已成功为腾讯游戏、魅族、途游、iQOO、闲鱼等多个品牌客户分别定制出品了《辰光之巔》《重生之我是我上司》《完蛋！你要被包围了》《酷玩战队》《傅太太全程开挂》等多部微短剧，将短剧剧情与产品卖点有机结合，助力品牌方高效曝光及流量转化；另一方面陆续参与出品了在腾讯平台上映的古风甜宠题材《恋恋花颜御捕》（曾进入猫眼奇幻短剧热度榜 top3），在抖音平台上映的都市逆袭题材《我不是司机》（曾进入 DataEye、WETRUE 短剧热度榜/热力榜日榜 top20）、奇幻复仇题材《都市传说之暗夜将至》、都市爱情题材《万花开遍不及你归时》等多部付费微短剧。

未来，公司将积极整合自身的营销创意策划能力、业务资源以及 AIGC 技术等，与众多优秀创作者共建技术驱动的优质内容生态。

（五）重大资产重组事项有序推进

2024 年 10 月 29 日，公司发布重大资产重组预案，拟采用发行股份及支付现金的方式收购国内知名公关传播服务商智者品牌 80%的股权并募集配套资金。智者品牌服务客户主要涵盖汽车、科技消费品、云计算、互联网等行业，客户均为积淀深厚的全球知名品牌和迅速成长的科技品牌，如华为、荣耀、宝马、比亚迪、捷豹路虎、阿维塔、悦达起亚、东风汽车、广汽埃安、联发科、方太、字节、OPPO 等。

本次交易有利于公司完善营销链路，补强公关传播专业能力，进一步加强品牌管理与数字整合营销业务的经营实力，推动营销 AIGC 大模型持续迭代和升级以及拓宽在营销领域的应用场景，实现战略客户资源的复用与补充，提升业务体量、资产规模及盈利能力并优化资本结构。

本次交易预案披露后，公司分别于 2024 年 12 月 6 日、2024 年 12 月 27 日、2025 年 1 月 27 日、2025 年 2 月 28 日、2025 年 3 月 28 日在巨潮资讯网披露了《关于披露发行股份及支付现金购买资产预案后的进展公告》。

截至目前，公司及相关各方一直在全力推进本次交易各项工作。

二、董事会日常工作情况

（一）2024 年，董事会共召开 8 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
第三届董事会第十八次会议决议	2024-01-11	审议通过《关于聘任高级管理人员的议案》《关于部分募投项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》等 12 项议案
第三届董事会第十九次会议决议	2024-04-26	审议通过《关于 2024 年度董事会工作报告的议案》《关于 2024 年度总经理工作报告的议案》等 18 项议案
第三届董事会第二十次会议决议	2024-04-30	审议通过《关于增加董事会成员人数并修订<公司章程>的议案》《关于修订<董事会议事规则>的议案》《关于增选第三届董事会非独立董事的议案》《关于增选第三届董事会独立董事的议案》
第三届董事会第二十一次会议决议	2024-08-07	审议通过《关于<2024 年限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》《关于<2024 年限制性股票激励计划实施考核管理办法>的议案》等 7 项议案
第三届董事会第二十二次会议决议	2024-08-19	审议通过《关于 2024 年半年度报告及其摘要的议案》《关于 2024 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告的议案》《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》
第三届董事会第二十三次会议决议	2024-08-23	审议通过《关于向激励对象首次授予限制性股票的议案》
第三届董事会第二十四次会议决议	2024-10-28	审议通过《关于 2024 年第三季度报告的议案》《关于拟变更会计师事务所的议案》等 21 项议案
第三届董事会第二十五次会议决议	2024-11-06	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》

（二）董事会对股东大会决议的执行情况

2024 年公司共召开 4 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。2024 年，各委员会依据各自职权范围运作，分别对公司财务情况、公司并购重组、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4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、2025年主要工作计划

1、巩固核心主业优势，持续提升业务规模，扩展垂直行业领域优势，完善出海营销业务布局

品牌管理及战略咨询领域，继续强化在汽车、游戏、互联网、快消、科技等行业的领先优势，继续巩固在创意、内容、洞察、策略等方面的专业实力；效果营销领域，寻求有实力的公司及团队合作，持续强化公司在红人营销、信息流投放等领域的业务布局，增强公司媒介投放和效果转化能力；同时，积极拓展母婴、大健康、食品饮料、金融等预算充足的行业的优质客户资源，加速构建“品效销合一”的全链路营销服务体系；此外，加速完善基于战略咨询、品牌管理、效果营销等各项主营业务的出海营销布局。

2、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因赛AI进行优化与迭代，保持因赛AI功能与产品的先进性。

（2）加速推动因赛AI的商业化进程，结合用户和市场需求，打造多样化的能够深度商业化应用的AI智能体和产品，以优化内容生成与场景匹配，明确切实可行的商业化拓客方案。

3、全力推动重大资产重组项目，力争年内尽早完成本次交易

公司已于2024年10月29日披露重大资产重组预案，力争尽快披露重大资产重组报告书草案，拟采用发行股份及支付现金的方式收购国内知名公关传播服务商智者品牌80%的股权并募集配套资金。公司将协同有关中介机构全力推动本次重大资产重组，力争于2025年内尽早完成本次交易。

本次交易完成后，公司将进一步完善营销链路和业务布局，补强公关传播专业能力，进一步加强品牌管理与数字整合营销业务的经营实力，推动营销AIGC大模型持续迭代和升级以及拓宽在营销领域的应用场景，实现战略客户资源的复

用与补充，提升业务体量、资产规模及盈利能力并优化资本结构。

4、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）继续积极寻找合适的大体量并购标的作为储备项目，并在合适时机启动下一轮发行股份购买资产事项，以继续提升公司的业务体量、盈利能力及综合竞争力。

（2）推动与知名公司或优秀团队战略合作或设立合资公司，各方置入、整合内外部优质资源共同做大做强；以及在成本和风险均可控的前提下，以现金投资或并购行业内优质项目，加速公司战略落地。

（3）结合最新监管动态适时推动非公开发行股票或可转债事项，以及择机启动为体系内优质项目引入股权融资，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、准确、完整、合规，与监管、投资人、券商等外部单位保持密切、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。

2025 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，坚定不移地落实公司“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董事会

2025 年 4 月 7 日