

## 因赛集团 2020 年业绩说明会：砥砺前行，转型向上

5月14日因赛集团2020年业绩说明会以及5月19日广东辖区上市公司投资者集体接待日上，因赛集团董监高团队说明了公司在2020年、2021年第一季度的经营业绩、中长期的发展战略落地阶段性成果以及未来推进方向，本文摘取了其中关注度较高的一些焦点话题：

### 一、中长期发展战略稳步推进并有效落地

#### Q1：经过疫情，公司的发展战略是否会有所调整？

公司于2020年发布了“因赛集团中长期发展2030愿景目标及335发展战略规划”，通过实施三个阶段的发展战略，逐步实现公司的2030远景发展战略目标。

面对疫情对于公司经营的影响和挑战，公司会有一些新的布局，主要侧重于资源化、智能化、数字化的团队引入，公司2020年通过收购营销传播创意热店龙头企业“天与空”，进一步加强在品牌内容和互联网数字营销传播方面的能力和资源；通过收购广州无问文化开拓基于海外KOL资源的整合传播与媒介投放业务；在武汉新成立了控股合资公司“橙盟奇点”，布局华中地区优化公司的客户服务网络。公司紧抓线上营销传播的时代红利，持续打造“全链条营销智慧服务生态体系”的业务发展战略不变。

#### Q2：请问集团今年的战略重点是什么？

公司今年的战略重点包括：1、深耕现有高价值战略客户，持续开拓优质新客户；2、大力推动外延式发展，逐步构建全链条品牌营销智慧服务生态体系；3、大力推进内生发展与外延发展的业务融合与协同整合；4、大力推动营销技术研发和创新应用；5、筹备构建“因赛集团互联网营销产业生态基地”。

#### Q3：公司在数字化和智能化转型过程中，具体做了哪些投入？

公司从2020年开始大力投入建设基于大数据技术和AI人工智能技术的智能化数字营销技术平台，包括智能化营销大数据管理系统DMP、智能化营销洞察分析系统AIS、智能化营销内容创意系统CCS、智能化营销内容精准投放系统CDM以及智能化营销转化系统MST。此外，公司将进一步推动公司及子公司平台和业务服务能力的数字化和智能化转型升级。2021年，因赛集团将建立INSIGHT MarTech营销科技研发中心，以智能内容营销为突破口，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。

## **二、内生性发展动力强劲，持续聚焦战略性客户和开拓新客户**

### **Q4：公司如何定位并选择合作的客户，2020年以来新增了哪些客户？**

公司一致聚焦于服务各个行业的龙头企业客户，并与其形成长期战略合作伙伴关系，例如腾讯、某知名高科技企业、欧派、美的等。2020年公司在汽车营销业务板块的开拓取得了较大的成功，获得比亚迪、吉利等汽车大客户较多车型品牌的营销传播全案代理业务，2021年第一季度又陆续获得东风风光、风神和上海通用汽车品牌旗下车型的营销传播代理业务。2020年公司在家电、大家居、日化、快消等行业也成功开拓了一批优质新客户，包括：王老吉、金龙鱼、蒙牛、雅士利、奥马冰箱、皮阿诺、可思美、中顺洁柔、东阿阿胶、辰美学院、白云国际商旅等。未来公司计划继续在健康类、食品类领域去进行客户类型的扩充。公司将更加聚焦服务高价值战略客户和积极开拓优质新客户。

### **Q5：公司的汽车板块客户涵盖哪些品牌，是否有新能源汽车的广告业务？**

截止到2021年第一季度末，公司的汽车营销服务团队总共为七个汽车客户的31个车型品牌提供营销传播全案代理服务，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新崛起的新能源汽车客户。

## **三、稳步推进外延式发展，强化资源整合协同效应**

### **Q6：公司后续的并购计划是如何计划的？**

公司持续关注行业动态，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，2021年，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、网红营销、直播电商营销、电商内容营销、IP营销、大数据精准营销、智能化技术营销等。

截止2021年一季报，公司完成了对三极字库、紫气东来影视、深圳纷来电商和广州绚石数码科技的股权投资，进一步构建公司全链条品牌营销智慧服务生态体系。公司依旧致力于发展成为“能够为各行业的龙头企业客户提供从品牌与

营销战略咨询到全方位整合营销传播、全渠道销售推动以及顾客价值体验与关系管理等全链条品牌营销服务的智慧服务企业”。