

# 广东因赛品牌营销集团股份有限公司

## 2020 年度财务预算报告

### 特别说明

2020 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 2020 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 2019 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 2020 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力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、2020 年度主要财务预算指标

- 1、营业收入：2020 年度公司计划实现营业收入较 2019 年增长 15%-30%；
- 2、归属于母公司所有者的净利润：2020 年度公司计划实现归属于母公司所有者的净利润较 2019 年增长 20%-40%。

#### 五、确保财务预算完成的措施

1、2020 年公司将优化升级公司的专业服务体系和运营管理体系，持续强化公司在“品牌管理业务”的专业服务能力并提升相应的业务规模；通过实施“品牌管理+”业务拓展策略，以品牌管理业务带动数字营销、公关传播和媒介代理业务的提升；通过实施“潜力高价值战略客户开拓计划”，持续吸引开拓更多优质客户的业务合作；通过吸纳培养更多的优秀人才和团队并配合相应的激励机制，持续扩大公司专业服务经营团队的数量和容量，持续扩大公司为客户提供专业服务的产能；通过推进公司业务经营的数字化和智能化转型，提升公司业务的技术应用水平，提升专业出品的效能和效率，助力公司实现新的高质量增长。

同时，2020 年公司将通过合资合并的方式，整合外部优秀人才和团队的专业服务能力和资源。公司将选择一批在营销服务行业各个细分领域和不同地域的优秀人才和优秀团队，通过合资经营与吸收合并的方式，支持整合更多行业内的优秀人才和团队，一起共同创业、共生发展。

2020 年公司也将选择一些在营销服务行业各个细分领域相对比较成熟的优秀标的公司（优先考虑选择在数字营销、电商内容营销、网红营销及直播营销、电商运营、大数据营销等细分领域的优秀标的公司）进行控股并购，通过充分的协同整合，相互赋能，长期共生发展。

2、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。

3、以经济效益为中心，挖潜降耗，把降低成本作为首要目标。

4、合理安排、使用资金，提高资金利用率。

5、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

2020年4月24日