

证券代码：300781

证券简称：因赛集团

广东因赛品牌营销集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）
参与单位名称及人员姓名	<b>18家机构，共计19人，具体名单如下（排名不分先后）：</b> King tower Asset Wise Lui 鹏华基金 陈大焯 万家基金 丁玉杰 国联安基金 苗瑜 中信保诚 王优草 太平资产 窦萍华 北京信托 陈凯南 平安资管 李竹君 中银资管 张岩松 招商证券 顾佳 招商证券 刘晓珊 东吴证券 张良卫 名禹资产 刘宝军 领颐资产 刘奥 三鑫资产 王棋 天猊投资 曹国军 循远投资 田超平 诚盛投资 吴畏 益和源投资 魏炜
时间	2024年10月31日 17:00-17:25、11月1日 10:00-10:45
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书 张达霖
投资者关系活动主要内容介绍	<b>一、本次并购重组的背景</b> 答： 由于一是基于公司战略，二是基于在IPO放缓的背景下预判并购重组会逐步放开审核，公司自去年下半年即开始寻找合适的并购标的，至今投资部门已沟通过的项目数十个，撮合双方实控人见面沟通的项目超20个，中介机构进场尽调的项目3-4个，经各方严格把关最终仅确定智者品牌为推进本次并购的唯一项目。 智者品牌目前在新三板挂牌，在国内公关传播领域非常知名，且已筹备北交所IPO逾2年，故其合规性、规范性、财务水平、经营可持续性等相关市面大部分标的而言更为优质，且其业务能完善公司营销链路，其AIGC商业化应用经验能拓宽公司AIGC大模型在营销领域的应用场景，同时双方的部分客户及其行业领域存在重合等，与公司具备较强的业务协同效应，因此

我们判断公司本次并购的审核通过率较高。

## 二、后续是否有并购计划

答：

公司正在积极寻找合适的并购标的，作为下一轮发股并购的储备项目。公司力争在明年 Q3 前能够锁定新的并购项目并就方案条款基本达成一致。

下一轮并购标的画像：一是数据科技类，有较强的数据分析或智能化技术能力；二是电商营销类，深耕美妆、食品饮料、3C 电子、服饰等垂类；三是自主品牌类，特别是在公司深度服务的行业领域中有较高知名度的品牌。无论哪个方向，并购标的需同时具备业务协同价值、更大利润规模以及可持续增长能力等条件。

以上方向并非唯一的关系，即若三个方向均有合适标的，或同一方向有超过一个合适标的，只要能通过中介机构尽调且不构成借壳，公司可以一次全部收购。公司近期正在跟几家年净利润规模较大的标的接触。

## 三、本次并购标的基本情况

答：

### （一）业务方面

智者品牌为国内知名的公关传播服务商，服务客户的行业领域主要涵盖汽车、科技消费品、云计算、互联网等，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，其中华为是其第一大客户。

### （二）AI 应用方面

智者品牌目前已有若干家 AIGC 公关传播项目客户，商业化应用经验较为成熟，粗略统计其商业化收入在千万级左右。

### （三）财务方面

智者品牌近年来业绩保持较快增长，2021 至 2023 年分别实现营收 2.91 亿元、4.11 亿元、5.17 亿元，归母净利润分别为 1,660.57 万元、3,443.75 万元、4,165.69 万元；今年上半年实现营收 3.55 亿元，同比增长 74.36%；归母净利润 2,993.88 万元，同比增长 75.4%，预计今年净利润将超过 5,000 万元，主要系华为等客户订单量的稳定增长。结合内外部实际情况判断，预计其未来业绩将继续保持增长。

## 四、2024 年三季度业绩情况

答：

今年前三季度，公司实现营业收入 7 亿，同比增长超 80%；归母净利润 0.36 亿，同比增长超 10%；经营性现金流净额 0.37 亿，同比增长超 238%。公司业绩持续提升的原因主要系：1、公司与品牌管理和战略咨询业务主要客户的战略合作关系保持

稳定；2、公司国内及出海效果营销业务快速扩张。公司于 Q3 与行业优秀团队新设了赛成数科、因赛河南等公司，强化国内信息流投放业务，预计该部分业务的收入将在 Q4 有明显体现。赛成数科目前已取得字节 AD 和快手的一级代理商资质，为智谱 AI 等 AI 应用以及京东、爱奇艺、猿辅导、作业帮等知名品牌提供国内投流服务。

## 五、公司 AIGC 大模型现状、商业化进展及后续计划

答：

### 1、大模型现状及商业化进展

公司自研多模态的营销 AIGC 应用大模型，目前已具备文生文、文生图、图生视频、视频剪辑、文生视频等功能，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，以及与文心一言、Kimi、豆包等知名大模型在 API 接口调用方面有合作。公司大模型相关功能及产品正在持续迭代和优化中，商业化进展正在持续推进。

### 2、后续计划

公司根据战略目标及内外部实际情况，深挖用户需求，聚焦细分赛道，持续打磨产品，持续验证 PMF（Product Market Fit）。目前，公司确定了以下 AI 产品和技术方向，预计在明年年初上线：

- （1）营销方案生成：初期赋能内部团队提效降本，成熟后面向外部客户辅以营销洞察工具生成核心策划方案。
- （2）视频智能剪辑：一是打造基于脚本的短视频垂类矩阵，二是构建聚焦游戏行业的一站式智能剪辑工具。
- （3）电商内容生成：聚焦酒水、美妆、食品、数码等大消费行业的细分赛道，进行贴图、海报、模特图相关功能的优化和迭代。

## 六、未来是否会加大对 AIGC 大模型的投入

答：

公司现阶段的战略目标是成为国内首家 AI 技术驱动的全链路营销服务集团。基于此，公司除了会持续完善营销链路、补强业务能力外，还将持续强化在营销 AIGC 领域的领先优势，持续加大对 AI 技术研发和商业化应用的投入，持续引入优秀人才，持续迭代和优化产品功能，持续推动大模型商业化取得突破。公司未来对 AIGC 大模型的投入将主要侧重在人才、算力及商业化推广三个方面。有别于通用大模型，公司自研的垂类大模型侧重在行业和应用层面，因此研发支出将相对谨慎和克制。

## 七、短剧业务发展情况

答：

自公司两家子公司率先完备行业准入资质以来，除了为腾讯游

	<p>戏、魅族、途游、iQOO 等客户出品了多部品牌定制微短剧外，还参与出品了都市逆袭题材《我不是司机》等多部付费微短剧，其中《我不是司机》连续多日荣登 DataEye、WETRUE 等权威机构的短剧热度榜/热力榜日榜的 top20。</p> <p>未来公司将聚焦自身主业，积极探索“营销+短剧”、“AI+短剧”等模式，以全链路营销服务和 AI 技术赋能短剧业务增长，降低对盈利能力不明确的纯短剧制作及运营业务的投入。</p> <p><b>八、最近减持情况说明</b></p> <p>答：</p> <p>公司于 2024 年 9 月 6 日披露了股东减持股份的预披露公告，橙盟投资计划减持公司股份合计不超过 65.98 万股（不超过本公司总股本的 0.6%）。</p> <p>公司于 2024 年 10 月 17 日披露了减持计划实施完成的公告，橙盟投资自 2024 年 10 月 9 日至 2024 年 10 月 17 日期间以集中竞价的方式减持公司股份 65.98 万股，减持比例为 0.6%。</p> <p>橙盟投资本次减持计划符合有关法律、法规、部门规章和规范性文件的规定，以及不存在违反承诺的情形。一是橙盟投资本次减持于去年即提起排队申请，于今年 9 月初才正式获准，所以并非突击式减持；二是本次减持操作完成在重组停牌前，而非在重组预案披露后，即不以通过重组拉升股价套利为目的，或者说停牌前减持的获利大概率低于复牌后的获利，因此本次减持的动机正当、合规；三是除同时在公司任职的董监高外，橙盟投资的合伙人大部分为已离职员工，其余为在职普通员工，均非本次重组的内幕信息知情人，且同时作为公司董监高/内幕信息知情人的橙盟投资合伙人本次均未进行减持操作；四是本次减持完成后，虽然橙盟投资不再是公司持股 5%以上股东，但根据规定，橙盟投资于本次减持完成后的 90 日内不得再次减持，因此其不存在在重组预案披露后即进行减持套利的情形。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 11 月 2 日