证券代码：002995　　证券简称：天地在线　　公告编号：2021-017

北京全时天地在线网络信息股份有限公司 2020 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

√ 是 □ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 64,670,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	天地在线	股票代码	002995
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李旭	刘立娟	
办公地址	北京市朝阳区五里桥一街 1 号院（非中心）9 号楼 1 层	北京市朝阳区五里桥一街 1 号院（非中心）9 号楼 1 层	
电话	010-52343588	010-52343588	
电子信箱	investors@372163.com	investors@372163.com	

2、报告期主要业务或产品简介

天地在线自 2005 年成立以来，一直专注于为企业客户提供互联网综合营销服务及企业级 SaaS 服务，目前已经发展成为国内互联网营销服务领域具有品牌影响力的互联网综合化服务提供商，累计服务企业客户数量超过 10 万家。公司凭借优质的互联网媒体资源、丰富的互联网营销经验，结合对客户营销需求的精准把握，依靠专业高效的营销服务团队及自主研发的服务平台，为客户提供“一站式”综合营销解决方案，从而提升企业的互联网营销效果及管理效率。

公司总部位于北京，并在天津、广东、安徽、河北、山东、四川、陕西、山西等地成立分、子公司，初步建立了全国性的综合服务网；公司分别与腾讯、爱奇艺、今日头条、360、百度、搜狐、网易有道等知名企业、集团建立长期友好合作关系，构建了多元化的互联网媒体与产品体系；公司具有经验丰富的互联网营销及运营服务团队，凭借对互联网、客户需求的深刻理解及十余年的专业服务经验，以大数据为依托，不断为客户提供更加精准专业的互联网综合营销服务及企业级 SaaS 服务。

2020 年 8 月 5 日，公司成功登陆深圳证券交易所中小板，进一步提升了在行业内的知名度和影响力。未来，公司将继续专注于后移动互联网时代数字化转型，为客户提供全域全链路的数字化整体解决方案。

1、公司主营业务

公司主营业务是围绕客户需求为其提供互联网综合营销的全案服务解决方案及企业级 SaaS 服务。深入了解客户业务与品牌发展战略，为客户提供互联网营销、品牌代运营、传播内容策划、品牌推广等全案服务内容，形成全链路综合服务策略建议，为企业主提供全域持续增效的数字化服务。

公司的互联网综合营销服务业务，主要是通过互联网媒体平台，为客户提供精准的广告投放服务。其内容主要为通过数据挖掘和分析，帮助客户寻找信息传播的网络目标受众群，并为客户提供互联网广告从数据挖掘、策略制定、媒体资源采购、创意设计和素材制作、投放测试和策略优化以及最终投放效果跟踪评估的整体解决方案，以提高客户的广告营销效果。公司互联网综合营销服务主要包括展示类和搜索引擎类营销服务。

企业级 SaaS 服务主要是为客户提供针对 SaaS 产品的咨询、培训、购买和维护等全方位服务，通过 SaaS 产品的全方位应用结合营销服务的推广，赋能企业的运营管理，实现数字化升级。目前，公司提供的 SaaS 产品主要涵盖即时沟通、销售管理、协同办公三大领域类别，包括腾讯 SaaS 产品（企业 QQ、营销 QQ、腾讯企点、企业微信等）、爱客 SaaS 产品、有道云协作等产品。

2、公司经营模式

公司是链接互联网媒体资源、SaaS 产品与企业客户的桥梁，通过为客户提供多元化的互联网产品与服务、充分挖掘客户需求、提供综合化互联网营销方案等增值服务来降低客户营销成本和提升营销效果，同时持续积累行业和客户数据，为客户后续服务提供更好的数据和策略支持，最终增强客户与公司的“黏性”。

公司凭借多年来的行业经验积累，与腾讯、爱奇艺、今日头条、360、百度、搜狐、网易有道等多个知名企业、集团建立长期合作关系，同时报告期内与分众、小红书、知乎等新媒体建立合作，已经形成多元化的媒体资源矩阵。可以为客户提供微信朋友圈、公众号、小程序、视频号，腾讯 QQ、腾讯新闻、腾讯视频、QQ 浏览器，爱奇艺视频、今日头条、抖音，360 搜索、百度、小红书等多种流量通道，满足客户从媒体、内容、电商到私域等各种场景的品效联动转换，为各行业客户提供全域的营销解决方案和工具。同时公司通过多年来的行业经验积累，形成了较强的综合营销服务优势，可以为客户提供营销数据挖掘、策略制定、媒体资源采购、创意设计和素材制作、投放测试和策略优化以及最终投放效果跟踪评估等全方位、高质量的服务，提高客户的营销效果。

3、公司所处行业分析

（1）全球及国内互联网广告市场规模与发展趋势

目前，全球范围内的互联网广告市场仍处于快速发展阶段，新的媒体类型、营销模式、技术手段不断涌现，相比传统广告营销方式更有活力，增幅相对更快。根据 PwC 统计数据，2018 年至 2023 年全球互联网广告市场复合增长率将达到 9.5%的，2023 年预计达到 4,248 亿美元的市场规模。

在国内市场方面，随着我国互联网行业的高速发展，互联网渗透率不断提升，互联网广告市场规模也随之高速增长。我国互联网广告发展态势良好，拥有广阔的市场空间。根据中国互联网信息中心发布的第 47 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，2020 年我国网络广告市场规模达 4,966 亿元，虽然在新冠肺炎疫情等因素的影响下增速进一步放缓，但仍保持同比 14.4%的增长。根据 PwC 的预测，预计 2023 年互联网广告的总收入将达到 1,092 亿美元。

《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》显示，未来，要坚持创新驱动发展战略，发展现代产业体系，加快数字化发展，打造数字经济新优势，协同推进数字产业化和产业数字化转型，加快数字社会建设步伐，营造良好数字生态，建设数字中国。

进入“十四五”时期，我国广告产业发展体系的支柱逐步转由以数据资源为支撑的数字媒体来担当。全面建设数字化创新型广告产业体系，成为“十四五”广告产业规划的重点发展目标。随着 5G 的全面落地和人工智能广泛应用，即将对广告产业的运营生态产生广泛而深刻的影响，催生更多广告产业新业态。由此，加强产业管理，需要推动广告产品品和服务的生产、消费的数字化、网络化进程，形成与数字经济同步推进、相辅相成的格局。

（2）互联网广告市场规模持续增长，技术驱动产业变革

我国互联网广告营销市场仍处于高速增长阶段，随着通信基础设施的完善，网民规模的持续增长，互联网带动了传统产业的变革和创新，广告和互联网相结合的互联网广告行业也在快速发展。互联网广告以其精准度高、互动性强以及营销成本相对较低等显著特性，吸引了越来越多的广告主。互联网广告已成为广告客户的主要投放方式之一，市场规模也在持续高速增长。

此外，目前互联网广告主的类型已经由互联网多领域逐渐扩展到传统行业，包括金融、制造、教育和文化传媒等。长期来看，智能手机的普及以及 5G 技术的商用落地将进一步巩固互联网广告的优势，互联网广告市场或将进入新一轮高速持续增长期。

随着中国经济结构的调整和消费升级，国内市场竞争日益激烈，广告主越来越强调营销的“精准”和“转化”。突如其来的疫情切断了广告主与消费者的线下连接，也加快了品牌的数字化转型进程。互联网广告作为新经济信息服务的重要载体之一，有效推动了线上和线下资源整合、丰富了消费场景和新技术应用范围，数字营销正在从用户的单次展现价值向挖掘用户的多次交易价值变迁。在存量竞争时代，传统的数字营销公司最早的优势是更接近广告主与预算，因此向上可拓展更多营销模式如切换预算至高毛利率的 MCN 营销等，向下可渗透入广告主与销售环节如电商代运营等，从而拓展新的业务形态、提高公司的盈利能力。

伴随着流量红利逐渐消失，获客成本越来越高，广告主越来越重视整个营销闭环的搭建，希望通过更加精细化的用户经营管理，获得性价比更高的营销解决方案。在此背景下，数字营销服务商也开始越来越重视自身产品和能力的升级迭代，一方面依靠技术创新为广告主创造更大的营销价值，增强自身竞争力。另一方面数字营销服务商通过拓展内容营销、线下广告数字化、电商代运营等业务形态获得新增优质流量，实现流量的精细化运营，从而扩大营收规模和提升毛利率。

（3）互联网渗透线下场景，短视频、直播爆发增长成为流量突破口

疫情推动了中国数字化社会发展的脚步，国家加快 5G 网络、数据中心、工业互联网等新型基础设施的建设，进一步加强互联网与居民生活的融合。5G 背景下带来的大带宽、低延时、广覆盖、多连接等特性，加速迭代原有媒体及内容形式并催生新消费场景，而视频消费亦对内容及服务能力提出更高要求，这给予了视频内容服务商，在视频之外更为广阔的潜在市场。

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）数据，截至 2020 年 12 月，移动互联网用户规模达 9.27 亿，其中短视频用户规模达到 8.73 亿，较 2020 年 3 月增长 1 亿，占网民整体的 88.3%。除图文外，视频与直播成为传递信息的主要路径，视频营销、电商直播等成为流量变现的新模式。

根据 Mob《2020 中国短视频行业洞察报告》统计，短视频广告分为信息流广告、App 开屏广告、创意互动广告等多种类型，广告营收在短视频中占比高达 44%，搜索引擎广告投放等传统数字营销手段已无法满足广告主对营销效果的要求，为了提升流量质量，大部分广告主开始倾向投放 DSP 平台及抖音、腾讯视频等新型流量为代表的大媒体，以短视频、直播为代表的新型信息流媒体正逐步成为数字营销服务商的新增长点。

随着大数据、5G、AI 技术的应用落地，数字营销服务商也将走向流量转化全链路的功能整合，通过发挥线上线下媒体优势、整合网红经济、短视频、直播电商等新媒体服务形式，为品牌提供品效合一的综合营销服务。在这一过程中，对前端流量力掌控力、同时有后端供应链管理能力的服务商将有更好的竞争力。

天地在线多年来，致力于帮助企业客户数字化转型，以专业综合式的互联网营销方案服务于客户，同时不断关注行业发展变化，以完善的流量渠道、丰富的营销方式，使公司在行业中持续处于较高的地位。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	3,270,120,931.50	2,392,881,269.93	36.66%	2,344,726,949.46
归属于上市公司股东的净利润	104,933,938.83	99,046,529.25	5.94%	85,872,704.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	100,068,754.22	95,185,786.07	5.13%	76,804,916.25
经营活动产生的现金流量净额	−12,194,191.53	114,516,922.02	−110.65%	13,299,938.31
基本每股收益（元／股）	1.9472	2.0422	−4.65%	1.8960
稀释每股收益（元／股）	1.9472	2.0422	−4.65%	1.8960
加权平均净资产收益率	15.83%	25.63%	−9.80%	41.68%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	1,633,328,105.03	806,567,680.52	102.50%	708,797,772.56
归属于上市公司股东的净资产	1,035,955,712.35	437,875,469.02	136.59%	336,894,212.47

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	531,443,115.66	683,235,069.49	966,445,855.30	1,088,996,891.05
归属于上市公司股东的净利润	7,207,455.27	26,236,003.48	38,411,024.68	33,079,455.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,127,566.69	24,657,347.24	37,819,116.08	30,464,724.21
经营活动产生的现金流量净额	−21,875,635.53	95,136,906.66	−120,092,670.78	34,637,208.12

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

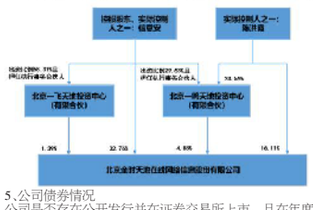
报告期末普通股股东总数	13,005	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,140	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
信意安	境内自然人	32.76%	21,184,312	21,184,312			
陈洪霞	境内自然人	16.11%	10,417,861	10,417,861			
汇智易德威宁股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	8.41%	5,440,000	5,440,000			
赵建光	境内自然人	4.78%	3,090,243	3,090,243			
北京一鸣天地投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	4.18%	2,700,099	2,700,099			
杜成城	境内自然人	2.25%	1,455,000	1,455,000			
北京一飞天地投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.39%	900,033	900,033			
北京建元泰昌股权投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	1.10%	712,000	712,000			
刘凤芹	境内自然人	1.08%	696,441	0			
北京富泉一期投资基金管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	0.83%	536,000	536,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前十名股东中，信意安与陈洪霞签订《一致行动协议》，双方一致行动的期限为自《一致行动协议》签订之日起至公司股票上市之日起 36 个月，信意安担任一飞投资和一鸣投资的执行事务合伙人。赵建光直接或通过其控股的建元天华、瑞兴富泉、建元时代担任富泉一期、建元泰昌的执行事务合伙人委派代表，参照《上市公司收购管理办法》的相关规定，认定赵建光与上述合伙企业互为一致行动人。						
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用						

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020 年，突如其来的新型冠状病毒疫情对全球经济造成了一定的影响，在以习近平总书记为核心的党中央的领导下，中国不仅防疫抗疫工作卓有成效，而且在面临错综复杂的国际形势，依旧保证了经济稳步发展态势，成功走出“V”型反转，成为全球唯一实现正增长的主要经济体。2020 年是中国互联网营销突破创新之年，面对新冠肺炎疫情的冲击和重重困难，我国互联网营销呈现出极大的韧性。2020 年互联网广告维持了 14.4%的增长态势，为实体经济复苏开启了本土时代的新路径。

2020 年上半年受疫情影响，公司部分客户复工较晚，前期营销策略较为谨慎，因此上半年经营业绩受到一定的影响。随着疫情得到控制，客户的互联网营销需求得到释放。在公司管理层领导和全体员工的共同努力下，公司全年业绩实现了稳定增长，2020 年度，公司实现营业收入 327,012.09 万元，同比增长 36.66%；营业利润 12,436.21 万元，同比增长 8.31%；归属于上市公司股东净利润 10,493.39 万元，同比增长 5.94%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 10,006.88 万元，同比增长 5.13%。

2020 年度，公司重点开展了以下工作：

（1）夯实传统互联网营销业务

报告期内，公司凭借优质的互联网媒体资源、丰富的互联网营销经验，结合对客户营销需求的精准把握，通过专业高效的营销服务团队及自主研发的服务平台，为客户提供“一站式”数字化综合营销解决方案，从而提升企业的互联网营销效果及管理效率。

在多元化的流量方面，公司与腾讯、爱奇艺、360、今日头条等大媒体平台保持持续良好的合作关系，在腾讯生态中，公司及公司河北、四川、陕西等地的分、子公司先后取得腾讯广告区域核心服务商、特定行业开发授权以及附近推生态服务商授权，并荣获腾讯广告 2020 年半年度杰出服务商、2020 下半年效果 KA 服务商-金牌服务商的称号。作为爱奇艺奇麟效果广告的最佳合作伙伴，公司以专业的拍摄团队、自建影棚场景，依托于爱奇艺优质内容、海量用户以及技术优势，根据不同企业主自身特点，从娱乐、资讯、社交等多领域提供“娱乐全触点营销”式的网络推广整体解决方案，满足企业主推广需求，并荣获爱奇艺 2020 年度最佳合作伙伴-金麒麟、优秀销售团队及优秀运营团队等多项大奖。同时，公司凭借对行业的熟悉和行业发展的判断，不断整合数据及媒体资源，在巩固原有业务的基础上积极开展抖音等前端新型主流媒体业务合作，并在 2020 年取得分众易直投北京、天津、上海、山西、河北区域的服务授权，使业务打通线上线下全方位触点，让线上流量与线下流量相互融合，针对客户现状及品牌诉求，为其提供多触点全场景的数字化综合营销价值增长方案，帮助客户快速适应市场新的营销模式，助力企业实现数字化转型。

在 SaaS 业务方面，2020 年新冠疫情影响了宏观经济增速，传统的线下办公、零售、餐饮、采购等活动受阻，但企业对零售电商、协同办公、CRM、数字化采购等领域 SaaS 产品的需求显著增加，据艾媒咨询数据显示，预计 2021 年中国智能移动办公市场规模将达到 469 亿元。针对 SaaS 产品的需求显著增加，公司对 SaaS 部门架构进行了优化、整合，成立客户服务组、资源开发组、售后服务组，加强了对客户的线上培训。2020 年公司共为客户提供线上培训 220 余次，助力企业复工复产，赋能企业运营管理、提高企业整体效率。

（2）握行业未来方向，持续布局优势媒体

随着短视频、直播等行业的兴起，带动网络营销的需求攀升，公司紧随市场新环境变化，不断拓展新业务路径。面对新营销场景，公司本着为客户提供全方位服务的理念，在 2020 年即开始内部组建视频及直播团队，对外投资运营抖音千万粉丝账号“老饭骨”的 MCN 公司夏嫦娟，现已在短视频、直播电商、MCN 等当下新型营销领域布局，基于抖音、腾讯视频号、淘宝等主流流量入口，为客户提供视频创意、拍摄、投放、电商直播代运营、IP 孵化等新服务模式，搭建新型产业链，帮助企业快速触达新生代的网民用户。

（3）产品研发升级，打造营销科技实力

随着技术不断发展，如何利用人工智能、大数据等创新技术实现营销升级，是今天互联网服务提供商都在思考的问题。2020 年公司成立了商业产品中心，聚拢行业优秀人才，制定了星云 Astar 云服务平台基础建设规划，增强大数据加工与应用和程序化广告交易平台的技术研发和运营能力。在不断深化现有营销技术优势的同时，公司希望可以通过技术创新推动营销广告的投放效率提升，实现个性化、定制化创意文案的自动化投放。

（4）公司成功登陆资本市场，加强企业规范管理

2020 年公司成功登陆资本市场，成为一家公众公司，公司全面完善了管理制度体系，规范三会一层运作机制，对《公司章程》、《董事会议事规则》、《总经理工作细则》、《内部审计制度》等相关制度进行了修订，健全了公司内部控制体系，同时多次组织内部规范运营培训，在公司治理与规范管理方面实现了新的提升，内部管理继续朝着规范化、科学化的方向发展。

（5）软硬实力双驱动，加快推动业务转型

为了更好的完善自身业务体系，公司增加了直播间和摄影基地搭建等支持新媒体业务的硬件投入。同时，公司加大技术团队和产品研发的软实力投入，希望通过大数据平台将多年业务积累整合沉淀，放大自身资源优势，为公司之后发展做强有力的支撑。另外，公司还扩大了运营和内容策划团队的规模，以增强公司后链路服务能力，将营销能力作为我们的核心基建，未来公司将在巩固目有能力的同时，依靠合作能力推动业务转型，放大公司优势，借助资本力量快速接入市场新赛道，通过内容运营+技术研发+产品工具多点布局综合加强公司核心竞争力，成为以自有产品为主导的全域全链路数字化服务提供商。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
互联网综合营销服务	3,226,812,838.74	233,794,284.73	7.25%	37.74%	−9.94%	−5.22%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临退市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

（1）与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

1、会计政策的变更

本公司自 2020 年 1 月 1 日采用《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）相关规定，根据累积影响数，调整年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。2020 年 3 月 16 日，公司第二届董事会第九次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

会计政策变更导致影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
将“预收款项”列示在“合同负债”和“其他流动负债”	合并资产负债表：调增期初合同负债金额 260,342,639.11 元，调增期初其他流动负债金额 15,620,558.35 元，调减预收款项期初金额 275,963,197.46 元，调增期末合同负债 355,757,630.74 元，调增期末其他流动负债 21,345,457.84 元，调减期末预收款项 377,103,088.58 元； 母公司资产负债表：调增期初合同负债金额 120,322,890.52 元，调增期初其他流动负债金额 7,219,373.43 元，调减预收款项期初金额 127,542,263.95 元，调增期末合同负债 129,432,087.06 元，调增期末其他流动负债 7,765,925.22 元，调减期末预收账款 137,198,012.28 元。

2、会计估计的变更

公司本期无会计估计变更情况。

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

（3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

证券代码：002995　证券简称：天地在线　公告编号：2021-013

北京全时天地在线网络信息股份有限公司第二届董事会第十八次会议决议的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

一、董事会会议召开情况

北京全时天地在线网络信息股份有限公司（简称“公司”或“天地在线”）于 2021 年 4 月 16 日以电子邮件、电话及专人送达方式向全体董事发出召开第二届董事会第十八次会议的通知。2021 年 4 月 27 日在公司会议室以现场结合通讯表决的方式召开了第二届董事会第十八次会议。本次会议应参会董事 5 人，实际参会董事 5 人，公司全体监事、高级管理人员及保荐代表人于洋先生列席了本次会议。会议由董事长信意安先生召集并主持。会议符合《公司法》等法律、行政法规、部门规章、规范性文件及《公司章程》的有关规定，会议召开合法、有效。

二、董事会会议审议情况

1、审议通过《关于 2020 年度董事会工作报告的议案》

2020 年，公司董事会严格按照法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，贯彻落实股东大会决议、不断规范公司治理结构，全体董事勤勉尽责，致力于推进公司规范运作与科学决策，促进公司长远、稳健发展。

经审议，同意《2020 年度董事会工作报告》，独立董事魏爽女士、郑凌先生向董事会提交了《2020 年度独立董事述职报告》，并将在公司 2020 年年度股东大会上述职。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《2020 年度董事会工作报告》及《2020 年度独立董事述职报告》。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

2、审议通过《关于 2020 年度总经理工作报告的议案》

经审议，董事会认为 2020 年度公司以总经理为代表的管理层有效地执行了董事会的相关决议，该报告客观、真实地反映了管理层 2020 年度主要工作。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

3、审议通过《关于 2020 年度财务决算报告的议案》

2020 年度公司实现营业收入 327,012.09 万元，同比增长 36.66%；归属于母公司所有者的净利润 10,493.39 万元，同比增长 5.94%。上述财务指标已经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具审计报告确认。经审议，同意《2020 年度财务决算报告》。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《2020 年度财务决算报告》。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

4、审议通过《关于公司 2020 年年度报告全文及摘要的议案》

经审议，董事会认为，公司《2020 年年度报告全文》及《2020 年年度报告摘要》符合各项法律、法规相关规定，内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《2020 年年度报告全文》及《2020 年年度报告摘要》。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

5、审议通过《关于 2020 年度利润分配及资本公积转增股本预案的议案》

基于公司持续、稳健的盈利能力和良好的财务状况，结合公司实际经营情况、发展阶段和未来资金需求，并充分考虑广大投资者的合理诉求，在保证公司正常经营、长远发展的前提下，董事会制订了 2020 年度利润分配预案如下：

以公司总股本 64,670,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 5 元（含税），共计派发现金股利人民币 32,335,000 元（含税），剩余未分配利润结转以后年度分配。同时以资本公积转增股本，每 10 股转增 4 股，转增股本后公司总股本增加至 90,538,000 股。

独立董事已发表同意的独立意见。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《关于 2020 年度利润分配及资本公积转增股本预案的公告》。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

6、审议通过《关于<2020 年度内部控制评价报告>及<内部控制规则落实自查表>的议案》

根据《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》及《关于做好上市公司 2020 年年度报告披露工作的通知》等相关规定和其他内部控制监管要求，公司对截至 2020 年 12 月 31 日的内部控制有效性进行了评价，出具了《2020 年度内部控制评价报告》并填写了《内部控制规则落实自查表》。

独立董事对此发表了同意的独立意见，审计机构出具了《内部控制鉴证报告》，保荐机构出具了核查意见。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的相关文件。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

7、审议通过《关于续聘会计师事务所的议案》

经审议，董事会认为，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）作为公司 2020 年度审计机构，在为公司提供审计服务过程中，严谨、认真地完成公司委托的各项审计工作，出具的审计报告客观、真实、完整的反映公司的财务状况和经营成果。为了保持公司审计工作的连续性，公司同意续聘天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）为公司 2021 年审计机构，聘期一年。

独立董事发表了同意的事前认可意见及独立意见。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《关于续聘会计师事务所的公告》。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

8、审议通过《关于制定 2021 年度董事薪酬方案的议案》

根据公司经营规模等实际情况并参照行业及周边地区薪酬水平，拟对董事薪酬提出以下方案：

在公司兼任其他岗位的非独立董事，按其所在岗位的薪酬标准领取薪酬，不再另行发放董事津贴。未在公司兼任其他岗位的非独立董事，公司不发放薪酬及董事津贴。独立董事津贴标准为人民币 6 万元/年（含税）。

独立董事已发表同意的独立意见。具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《2021 年度董事薪酬方案》。

表决情况：鉴于本议案涉及全体董事薪酬，基于谨慎性原则，全体董事对本议案回避表决，本议案直接提交公司 2020 年年度股东大会审议。

9、审议通过《关于制定 2021 年度高级管理人员薪酬方案的议案》

结合公司经营规模等实际情况并参照行业及周边地区薪酬水平，公司拟对高级管理人员薪酬提出以下方案：

公司高级管理人员薪酬由基本薪酬和绩效奖金两部分组成。具体薪酬根据职位重要性、所承担的责任、具体工作量、工作完成情况及市场薪资行情等因素确定。

独立董事发表了同意的独立意见。具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《独立董事关于第二届董事会第十八次会议相关事项的独立意见》。

表决情况：同意 3 票；反对 0 票；弃权 0 票，关联董事信意安、陈洪霞回避表决。

10、审议通过《关于公司组织架构调整的议案》

为进一步完善公司治理结构，提升公司管理水平和运营效率，经全体董事审议，同意根据公司实际情况，对公司组织架构进行调整。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

11、审议通过《关于 2020 年度募集资金存放与使用情况的专项报告的议案》

根据《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》、《深圳证券交易所上市公司业务办理指南第 2 号——定期报告披露相关事宜》等法律法规的规定，公司编制了《2020 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》。经审议，同意《2020 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》。

独立董事发表了同意的独立意见，审计机构出具了《2020 年度募集资金存放与使用情况专项审核报告》，保荐机构出具了核查报告。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《2020 年度募集资金存放与使用情况的专项报告》及其他相关文件。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

12、审议通过《关于 2021 年度日常关联交易预计的议案》

经审议，同意《关于 2021 年度日常关联交易预计的议案》。

独立董事发表了同意的事前认可意见及独立意见，保荐机构出具了核查意见。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《关于 2021 年度日常关联交易预计的公告》及其他相关文件。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

13、审议通过《关于修订公司制度的议案》

经审议，同意根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等相关规定，并结合公司实际情况，修订《对外投资管理制度》、《内部审计制度》、《反舞弊与举报制度》及《内幕信息知情人登记备案制度》。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的相关制度。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

《对外投资管理制度》尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

14、审议通过《关于调整公司使用闲置自有资金购买理财产品投资品种的议案》

经审议，同意对公司使用闲置自有资金购买理财产品的投资品种进行调整。

独立董事发表了同意的独立意见，保荐机构出具了核查意见。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《关于调整公司使用闲置自有资金购买理财产品投资品种的公告》及其他相关文件。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

15、审议通过《关于公司 2021 年第一季度报告全文及正文的议案》

经审议，董事会认为，公司《2021 年第一季度报告全文》及《2021 年第一季度报告正文》符合各项法律、法规相关规定，内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。同意公司编制的 2021 年第一季度报告全文及正文。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《2021 年第一季度报告全文》及《2021 年第一季度报告正文》。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

16、审议通过《关于为全资子公司提供担保的议案》

经审议，董事会认为；公司为全资子公司具有绝对的控制权，财务风险处于公司有效控制的范围之内，公司对其担保不会损害公司的利益，经审议，同意为全资子公司玄武时代及太古时代提供担保。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》、《证券时报》及巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露的《关于为全资子公司提供担保的公告》。

表决情况：同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票

本议案尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

17、审议通过《关于变更募投项目实施地点的议案》

经审议，同意变更公司首次公开发行股票募投项目“一体化营销服务网络项目”、“研发中心项目”“房产购置项目的”的实施地点。

具体内容详见公司于同日在指定信息披露媒体《中国证券