（上接B69版）

4.项目投资概算

本项目投资金额总量为72,033.46万元，投资明细主要包括场地购置及装修费用、设备购置费用、软件购置费用、流量采购和人员费用，具体投资金额如下：

序号	项目	金额（万元）	占比	是否属于资本性支出
1	场地购置及装修	8,904.40	12.36%	是
2	设备购置费用	18,906.00	26.25%	是
3	软件购置费用	9,108.48	12.64%	是
4	流量采购费	28,000.00	38.87%	否
5	人员费用	7,114.58	9.88%	否
合计		72,033.46	100.00%	

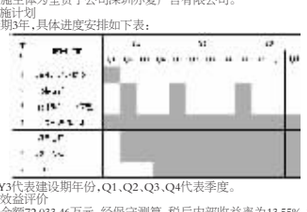
5.项目实施主体及实施计划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为全资子公司深圳亦复广告有限公司。

（2）项目实施计划

本项目建设期3年，具体进度安排如下表：



注：Y1、Y2、Y3代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4代表季度。

6.项目经济效益评价

本项目投资金额84,586.67万元，经保守测算，税后内部收益率为13.55%，税后投资回收期（含建设期）为7.90年，经济效益良好。

7.项目批准情况

截至本预案公告日，公司已完成本项目备案，环评（如需）等相关手续正在办理中，公司将根据相关要求尽快办理其他相关手续。

（二）直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台建设项目

1.项目基本情况

本项目计划投资84,586.67万元（其中拟使用募集资金35,354.87万元），建设直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台，包含MCN创意设计和内容生产基地、直播电商及IP生态平台，涵盖营销分析管理和统筹运营职能，实现精品内容批量化生产、内容运营专业化指导、运营后台建立与完善等目标。

智度股份直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台功能架构图

（1）MCN内容设计生产基地建设

MCN内容设计生产基地建设主要围绕内容生产流程的各环节和节点，进行厂房购置、软硬件设备购置、基地建设，内容生产和整合涵盖UGC（User Generated Content，用户生产内容）、PGC（Professional Generated Content，专业生产内容）、PUGC（Professional User Generated Content，专业用户生产内容／专家生产内容），内容输出端涵盖移动短视频APP、内容分发平台、传统视频平台等多平台，建成后的MCN内容设计生产基地没有；内容创意设计中心、内容素材扫描中心、内容剪辑与制作中心、统筹运营中心、培训中心。此外，项目基于大数据、AI等技术，通过一系列模型对内容精准度、实效性、合规性进行分析，对设计方案进行价值预判，在规解人力成本困境的基础上，释放专业团队的价值，提升设计方案质量。项目相关成果亦可服务于第三方的内容生产需求，提升行业的整体产业效率。

（2）直播电商及IP生态平台建设

直播电商及IP生态平台建设能为客户个性化的需求提供多样化互联网营销服务，涵盖内容广告、整合营销、内容电商等。直播电商及IP生态平台包括两个子平台：IP孵化子平台、直播电商生态及IP合作子平台。

1）IP孵化子平台建设

IP孵化子平台涵盖IP培训、IP资源池运营、IP转化等功能方向，部分职能依托MCN内容设计生产基地的培训中心进行展开。IP孵化子平台对IP培训及孵化采用层级机制，明确成长路径，提供资源支持；IP培训的输出为IP资源池，资源池采取矩阵式运营与管理，避免单一结构或单一方向的IP资源大量聚集，导致复用度降低；IP转化基于IP资源池运营涉及的IP定位和内容运营、粉丝等指标，结合数据挖掘与分析技术，制定多元化变现模式和多维度贡献度考核机制，确保IP转化效率提升。

2）直播电商生态及IP合作子平台建设

直播电商生态及IP合作子平台涵盖直播电商生态管理、合作渠道及需求管理、营销分析管理、产品管理、项目管理、合同管理等功能方向，实现直播电商生态上下游的打通、融合及管理，支撑资源对接，能够基于客户需求和用户需求的资源聚合和精准匹配，对执行流程进行精细化管理，对营销方案进行全生命周期把控，形成反馈机制和持续优化机制，对营销效果数据进行闭环抓取和分析，对资源推荐与组合模型进行维度和精准度等内容的持续迭代和优化，支撑对营销策略的完善和改进。直播电商生态及IP合作子平台可有效支撑公司打通产业链上下游，进一步扩大直播电商生态融合能力、渠道管理能力、资源掌控能力，巨有流量影响力、商业话语权等。

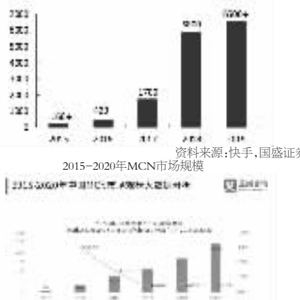
通过直播电商及IP生态平台的建设，公司一方面可以使IP孵化、培养变现的生态；同时提升对直播电商生态的融合能力，以及针对广告主全域流量需求的整合营销能力，和对潜在消费群体的精准触达能力，通过全方位分析，为广告主提供最优化的资源矩阵组合；此外，基于对平台、用户和数据等的分析，完善优胜劣汰机制，有效扩大公司自有流量的影响力、IP资源的掌控力、电商网红及内容网红的创造力、商业化变现能力。

2.项目建设必要性

（1）项目建设是引领行业发展趋势的必然选择

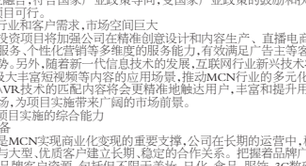
MCN机构自2016年起发展迅猛，截至2019年机构数量累计已达到6500家以上，变现渠道也从以广告营销为主转为多元化的变现方式。依据艾媒咨询相关数据，在2019年的直播电商带货效益不断展现后，预计到2020年中国MCN市场规模将进一步扩展，达到245.0亿元。

中国互联网MCN机构数量



资料来源：快手，国盛证券研究所，2020

2015-2020年MCN市场规模



资料来源：艾媒数据中心，2020

2019年，MCN变现方式更加成熟，优质MCN机构的核心壁垒，在于内容生产环节的KOL（Key Opinion Leader，关键意见领袖）管理能力及商业变现环节的渠道管理能力。目前，MCN内容占据主流社交平台的流量约为60%以上，高质高量的内容成为MCN企业快速发展的催化剂，内容制作工业化成为头部内容类MCN的基础要素。根据Admaster调研，超过一半的数字营销从业人员认为2019年的社会化营销重点为KOL推广和短视频直播，KOL直播带货成为行业营销重点之一。MCN机构深耕垂直电商供应链或是内容生产能力强的机构，积极打通产业链上下游，都有机会在直播电商风口受益。未来几年，流量竞争将愈加激烈，规模化发展将成为必然，MCN机构将持续增加，内容生产平台也将进一步进化，从而推动MCN机构不断革新。

本次募集资金投资项目建设的基地和平台，将内容生产者、平台、广告主、C端进行高效对接，有助于支撑推进IP经营及多元内容生产的流程化、工业化、规模化，增强直播电商生态的融合能力，提升内容质量和变现效率，减少行业内信息不对称的困境，是公司推动行业加速发展的有效手段，引领行业发展趋势的必然选择。

（2）项目建设是支撑公司业务升级和可持续发展的切实需要

对MCN机构而言，议价能力及盈利空间在住受平台及头部红人影响，长期核心能力由流量、内容、商业资源等要素综合决定。优质内容生产与网红IP持续孵化是MCN的核心优势，优质内容催生流量，网红IP持续孵化能够为MCN提供更大的空间，而这也是目前众多MCN机构面临的痛点。作为数字营销领域的领军企业，智度股份一直积极进行内容布局、维护内容生态，努力扩大自有流量的影响力，拓宽商业化变现的空间。

直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台建设项目包含MCN创意设计和内容生产基地的建设、直播电商及IP生态平台的建设，其中：MCN创意设计和内容生产基地涵盖内容创意设计中心、内容素材扫描中心、内容剪辑与制作中心、统筹运营中心、培训中心，聚焦优质内容生产的流程化和规模化；直播电商及IP生态平台包括IP孵化子平台、直播电商生态及IP合作子平台，实现IP培训、IP资源池运营、IP转化、直播电商生态管理、合作渠道及需求管理、营销分析管理、产品管理、项目管理、合同管理等功能，聚焦网红IP持续孵化能力、直播电商生态融合能力和基于多方需求的整合营销能力提升。

本次募集资金投资项目将支撑公司打造和构建短视频、直播矩阵，提升优质内容制作能力、扩充渠道方发资源及运作经验，满足公司业务升级和可持续满足的切实需要，帮助公司现产业链上下游的纵向打通和生态融合。

（3）项目建设是公司保持主营业务竞争优势的重要举措

随着行业的发展，内容与变现生态的构建成为MCN机构保持领域竞争优势的核心，这种核心能力的长期持续发展，要求MCN机构必须要从单个KOL的内容生产向集成式生产转变，实现KOL资源储备的丰富化和内容运营平台的成熟化，实现流量聚合和经营。

公司主营业务包括数字营销业务、互联网媒体业务等，主要聚焦移动互联网流量的聚合和经营，拥有移动互联网流量入口、流量经营平台以及高质量流量。随着用户对移动互联网内容收赖程度的逐步加深，直播场景与商业业务场景结合愈发紧密，逐渐演变为基础的业务工具，促使服务场景高度依赖线下的行业展开线上转型。短视频及直播等新兴媒体形式助推网红经济规模式增长，流量方式迎来变迁，全渠道营销成为必需，内容生产和KOL控制能力成为业务突破和发展的关键。本次募集资金投资项目聚焦内容产业化的精品内容集成式生产、IP孵化等能力的提升，巩固和完善，其中涉及KOL梯队的培养/运营/留存和批量粘性管理、模板化、流程化的短视频制作体系建设，可复用、可定制的个性化内容生产，成熟的IP运营等，结合相关基础设施环境建设，支撑公司进一步扩大目有专业团队，进一步打造精品营销内容，进一步夯实全流程优质服务，进一步优化合作生态、聚合资源，从而保持主营业务竞争优势，持续扩大影响力。

3.项目建设可行性

（1）项目符合国家政策导向，政策环境良好

近年来，国务院及相关部委、协会相继发布《"十三五"国家战略性新兴产业发展规划》、《网络短视频平台管理规范》、《网络短视频内容审核标准细则》100条等政策，提出要形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局，全面支持数字文化创意内容和形式的丰富与发展，鼓励创作当代数字创意内容精品，强化高新技术支撑文化产品创作的力度，提高数字创意内容产品原创水平，鼓励多业态联动的创意开发模式，提高不同内容形式之间的融合程度和转换效率，努力形成具有世界影响力的数字创意品牌，同时加强对内容的管理。

本次募集资金投资项目的建设内容围绕国家政策明确提倡和重点发展的方向，聚焦精品内容产出、生态产业融合，符合国家产业政策导向，受国家产业政策的鼓励和扶持，具备良好的政策环境，因此项目可行。

（2）项目满足行业和客户需求，市场空间巨大

本次募集资金投资项目将加强公司在精准创意设计和内容生产、直播电商生态融合、IP生态搭建及全方位服务、个性化营销等多维度的服务能力，有效满足广告主等客户的需求，顺应行业创新发展趋势。另外，随着新一代信息技术的发展，互联网行业新兴技术将会贯穿生态链各环节，5G技术极大丰富短视频等内容的应用场景，推动MCN行业的多元化发展，基于挖掘与分析技术、AR/VR技术的匹配内容将会更精准地触达用户，丰富和提升用户体验，从而创造行业的增量市场，为项目实施带来广阔的市场前景。

（3）公司具备项目实施的综合能力

1）客户资源储备

品牌客户资源是MCN实现商业化变现的重要支撑，公司在长期的运营中，积累了大量的大型、优质客户，并与大型、优质客户建立长期、稳定的合作关系。把握品牌广告相关资源。公司拥有各行业的品牌客户资源，包括但不限于美妆、日化、食品、服饰、3C数码、游戏、网络服务、旅游等多个主流行业。

公司主重在巩固既有核心客户合作基础上深度挖掘需求潜能，将产品和服务相结合、内容和创意相融合，为客户提供定制化、整合、一站式的服务，随着公司技术优势的不断显现和服务水平的持续提高，客户黏性不断增强，同时提升公司品牌影响力，充分掌握了行业市场的主导权，对行业需求把握精准，因此能够为项目的顺利实施保驾护航。

2）人才储备

公司拥有服务品牌客户的综合能力，储备了优质的内容服务团队，能全方位地满足客户个性化需求。公司在IP孵化及IP合作方面也有一定经验，智度亦复及掌汇都有在短视频领域做尝试。掌汇从2019年3月开始试水，组建了小规模的IP孵化团队，在抖音及快手等平台上进行IP孵化和内容发布。智度亦复于2019年7月组建了短视频广告拍摄团队，团队成员能力覆盖拍摄编导、运营等细分专业方向，核心成员拥有运营百万级账号经验，团队在短视频广告拍摄的基础上开始IP孵化相关工作，曾孵化出IP"戏精营地"，最高单条播放量破20万，该团队计划在2020年继续孵化目有IP。此外，智度亦复在IP合作上有成熟模式，积累了在营销过程中通过与网红/明星进行内容的传播和种草经验。

公司在相关领域积累了大量人才和资源，以及营销和运营经验，能够为项目的顺利实施提供有力支撑，为项目创收打造雄厚基础。

3）流量运营优势

智度股份行业地位不断提升，拥有完善的移动互联网流量经营生态体系，为项目的顺利实施提供坚实保障。智度股份拥有境内和境外两个完整的移动互联网流量经营生态体系。

公司在KOL流量运营、流量数据分析方面有天然优势，熟悉各媒体平台的运作方式，能够支撑优质媒体资源采购的成本收益最大化实现；此外，能够对KOL粉丝数据进行有效分析，筛选优势的KOL资源，确保项目的顺利实施。

4）平台合作与技术驱动优势

公司与各大平台如快手、抖音等良好合作关系，后续在平台政策、流量扶持倾斜等方面有优势，为项目创造收益提供条件。此外，公司注重技术驱动和品牌提升，大力发展核心竞争力，为项目的顺利实施创造协同效应。公司通过将产品研发、大数据技术、AI算法和媒体优化经验、出众的分析能力相结合，不断研究并逐步运用到业务中，通过已承载数据优势，提升服务效率和质量，降低运营成本，打造差异化竞争优势。

在移动广告联盟业务方面，猎鹰移动广告联盟（FMOBI）具有国内领先的SSP等技术处理能力，通过自有产品和第三方产品聚合并承载庞大的优质中长尾流量／精品流量，基于大数据分析技术进行实时信息处理，提供丰富的用户画像标签和精准定向，为客户提供高效、快捷、受众精准的一站式服务，同时帮助媒体以更加高效的形式实现流量变现最大化。我国的移动广告联盟，除了第一梯队的阿里巴巴、百度、腾讯、头条以外，FMOBI处于国内移动广告联盟第二梯队的领先地位。

公司在数字营销方面形成了大量的技术储备。国内头部数字营销公司1FusionDigital亦复数字隶属智度股份，亦复致力于全数字整合营销，旗下拥有1Fusion亦复广告、Admath精准营销、TBS络信社交、Searchwin佑迎搜索、ValueMaker万流客网络科技、DigitalSight游视娱乐营销等多家不同的互联网营销及技术公司，为品牌及企业提供从品牌沟通策略、媒介策略到媒介购买、社会化营销、搜索引擎及信息流营销、流量对接、娱乐及内容营销的一体化、电子商务及新零售等各方面数字营销及技术解决方案。亦复旗下的游视娱乐了主流的娱乐内容源，通过精细化的资源分类和客观的资源评估，挖掘合作商机，整合电影作品、电视剧作品、综艺节目、音乐作品、视频网站自制节目、娱乐明星等娱乐资源，为娱乐资源的出品方及宣传方提供互联网娱乐营销解决方案，同时提供各种娱乐跨界营销方式。智度亦复荣获阿里文娱智能营销平台2019年度KA核心代理商、KA金融行业和B/L1、B/L2行业代理商殊荣授权，腾讯广告授予的金牌服务商，并斩获腾讯广告最佳新锐奖、腾讯社交广告KA服务商最佳贡献奖、爱奇艺内容贡献奖、爱奇艺内容营销大奖、360MASTER营销大奖金奖等。

综上所述，公司在的大数据分析、用户画像标签和精准定向、数字营销等方面形成的技术储备，是支撑项目直播电商生态及IP合作子平台建设，实现直播电商生态管理、合作渠道及需求管理、营销分析管理、产品管理等平台功能的基础，更能直接为IP资源合作模型的研发和完善提供技术支持。

公司基于在移动广告、数字营销等领域积累的行业优势，前期在内容制作和流量运营方面的大量投入，以及在平台合作优势和品牌效应加强方面的持续努力，形成了客户资源优势、人才储备优势、流量运营优势、平台合作与技术驱动优势，具备项目实施的综合能力，因此项目可行。

4.项目投资概算

本项目投资金额总量为84,586.67万元，投资明细主要包括场地购置及装修费用、设备购置费用、软件购置费用、IP购置、KOL签约费、流量采购和人员费用，具体投资金额如下：

序号	项目	金额（万元）	占比	是否属于资本性支出
1	场地购置及装修	17,617.12	20.83%	是
2	设备购置费用	4,481.70	5.30%	是
3	软件购置费用	3,442.72	4.07%	是
4	IP购置费	630.00	0.74%	是
5	KOL签约费	31,140.00	36.81%	否
6	流量采购费	23,934.68	28.30%	否
7	人员费用	3,340.46	3.95%	否
合计		84,586.67	100.00%	

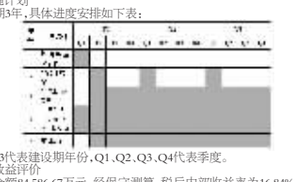
5.项目实施主体及实施计划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为全资子公司广州市智度智麦科技有限公司。

（2）项目实施计划

本项目建设期3年，具体进度安排如下表：



注：Y1、Y2、Y3代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4代表季度。

6.项目经济效益评价

本项目投资金额42,602.47万元，经保守测算，税后内部收益率为13.78%，动态投资回收期（含建设期三年）为7.83年，经济效益良好。

7.项目批准情况

截至本预案公告日，公司已完成本项目备案，环评（如需）等相关手续正在办理中，公司将根据相关要求尽快办理其他相关手续。

（四）营销业务数据中台建设项目

1.项目基本情况

本项目计划投资12,645.35万元（其中拟使用募集资金6,964.60万元），营销业务数据中台是对公司核心数据资产的整合、清洗、分类、共享，是数据资产的治理和应用平台。营销业务数据中台是公司实现数字精准营销的关键技术支撑，平台通过大数据技术、人工智能技术将目身积累的营销数据、合作媒体的开放数据以及外部的第三方数据进行统一的管理、分析、按照不同的维度进行深度建模和细分，以数据服务的形式，以广告场景为驱动，提供全面深入的数据洞察和智能管理，实现广告内容、投放人群、投放场景、投放形式的自动化匹配，建立自动化人群策略，指导广告主进行广告优化和投放决策。营销业务数据中台是公司跨场景、跨媒介、跨人群实现精准营销的决策大脑，是公司实现数字营销升级的重要保障。

营销业务数据中台包括3个子平台，分别为数据采集子平台、数据整合及分析子平台、数据服务子平台，通过3个子平台的独立运行与有机衔接实现对营销数据从采集、整合到分析、应用的全链条管理，实时高效的为广告的投放提供智力支撑。

营销业务数据中台建设功能示意图

（1）数据采集子平台

数据采集子平台主要负责跨平台、跨渠道、多维度数据的采集，主要包括线上和线下两部分，线上数据的采集来源主要包括以下几部分：(1) 公司目身的数据：如广告投放监测数据，客户反馈数据等；(2)广告主的数据：如目身网站浏览数据、CRM数据等；(3)媒体数据：主要是人群的浏览媒体内容、用户在媒体交互中产生的行为数据等；(4) 搜索数据：主要是搜索引擎入口下的搜索内容信息和人群典型信息等；(5) 运营商数据：电信、移动互联网等运营商的数据等；(6) 广告平台/程序化投放：广告请求信息，广告点击和转化等；(7) 线上交易数据：电商、银行、信用卡联盟等。而线下的数据采集主要采用与相关线下机构合作的方式，通过线下的摄像头、传感器、IOT等硬件设备以及线下的交易数据来获取人群目身的特征画像以及在时间、空间等维度与消费需求相关的信息。

（2）数据整合及分析子平台

数据整合及分析子平台是营销业务数据中台的核心，承担着对海量数据的整合以及深度信息挖掘的功能，该平台的功能实现水平在一定程度上决定了精准营销的能力。首先，该子平台一方面把不同渠道的海量数据纳入统一管理体系，依据统一的数据标准化规范和流程，对数据进行有效的关联、清洗、整合；另一方面，采用标签管理的方式，对人群、产品、媒体属性等信息进行标签化管理和分类。其次，该子平台通过数据建模、机器算法等技术，对前期已经分类完成的人群、媒体、内容等标签进行数据分析，从获得的某一领域的用户画像中寻找共性和规律，实现多维度信息的匹配，为下一步数据的应用和广告的精准投放奠定基础。

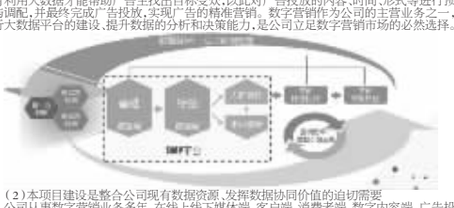
（3）数据服务子平台

数据服务子平台是营销业务数据中台与前台业务的衔接平台，是实现数据应用以及数据价值化的重要承载平台，主要承担前期完成的数据分析成果的存储、分类、操作界面可视化等功能，并与后续的广告投放平台进行对接。在数据服务子平台中，将根据数据的属性以及使用进行清晰的分类，划分出受众群体数据服务、客户数据服务、媒体数据服务、行业数据服务、数据搜索服务等不同的功能模块，以更好的适应数据调用的速度和准确性。在得到广告主的广告投放需求后，将需求信息按照各个维度进行量化（包括产品属性、目标客户属性等），在数据服务子平台输入后可自动实现与平台中相应属性的人群、媒体等数据匹配，从而为广告的精准投放锁定方向。

2.项目建设必要性

（1）本项目建设是公司顺应数字营销与大数据深度融合趋势的必然选择

随着大数据技术的日趋成熟，应用领域越来越广泛，大数据技术已经与数字营销产生深度的融合，在某种程度上大数据已经成为数字营销的灵魂。大数据技术的应用已经渗透到广告投放对象的选择（利用大数据分析的应用产画像）、广告内容的制作（利用大数据进行素材的搜索和选择）、广告效果的监测（利用大数据获取广告的精准性）等数字营销的各个环节，只有利用大数据才能帮助广告主找出目标受众，以此对广告投放的内容、时间、形式等进行预判与调配，并最终完成广告投放，实现广告的精准营销。数字营销作为公司的主营业务之一，进行大数据平台的建设、提升数据的分析和决策能力，是公司立足数字营销市场的必然选择。



（2）本项目建设是整合公司现有数据资源、发挥数据协同价值的迫切需要

公司从事数字营销业务多年，在线上线下媒体端、客户端、消费者端、数字内容端、广告投放与监测端等各个层面都积累了大量的数据，例如目前已经完成的以大数据技术作为支撑的竞品追踪系统、流量管控系统、DMP数据系统、SSP平台系统等。但目前这些数据普遍存在相互独立、整合力度不够的情况，没有对数据之间的关联性进行深度的挖掘，没有发挥出数据的协同价值，无法更加高效的服务于精准营销。因此，整合现有数据资源，进行深度挖掘，充分发挥数据的协同效应是公司目前面临的迫切需要。本项目的建设将在数据采集层面打通数据链条，集目前公司内外部的所有数据，包括目身的数据、广告主的数据、媒体的数据、运营商的数据等等，另外还要将未来5G时代有可能产生的新的数据资源导入进来，对这些数据进行充分的整合，充分发挥这些数据的协同价值，为公司的数字精准营销服务。

（3）本项目建设是公司践行技术驱动战略、推动技术升级的重要手段

公司一直以来都将技术驱动优势作为公司业务发展的核心竞争力，公司通过将产品研发、大数据技术和媒体优化经验、出众的分析能力相结合，不断研究并逐步运用到业务中，通过已承载数据优势，提升服务效率和质量，降低运营成本，打造差异化竞争优势。但随着数字营销市场的快速变化，大数据在数字营销领域的应用广度和深度不断加强，加5G时代到来后数据量的快速增长、数据终端类型的更加丰富、数据来源的更加广泛，都会对数据的采集提出了新的要求；另外，人工智能技术和大数据技术的融合发展，使得对数据的分析和应用能力显著提高，需要对公司现有的数据进行更加充分的挖掘，服务于精准营销。因此，未来的数字营销将朝更加精准、更具时效、更加智能等方向发展，这对公司的数据支撑系统也提出了更高的要求。因此，本项目的建设将在数据采集、数据整合及分析、数据的应用等方面做全方位的升级，进一步巩固公司在技术方面的领先优势。

3.项目建设可行性

（1）项目符合国家政策导向和行业发展需要

国家一直以来非常重视大数据产业的发展，制定了一系列大数据的相关政策。2015年9月5日，国务院正式印发《促进大数据发展行动纲要》，意味着大数据发展正式成为国家战略；2017年1月，工业和信息化部正式印发《大数据产业发展规划（2016-2020年）》，加快建设数据强国，为实现制造强国和网络强国提供强大的产业支撑。在国家政策的引导下，大数据技术目身快速发展的背景下，大数据正在与各行各业进行深度融合，利用大数据技术来提升产业的升级。同样对于数字营销产业，大数据在其中发挥着重要的作用，在某种程度上说大数据就是数字营销特别是精准营销的灵魂，因此，本项目的建设是符合国家政策导向和行业本身发展需求的。

（2）公司拥有广泛的数据渠道和丰富的数据资源

本项目的建设是利用大数据技术对海量的数据进行整合分析，服务于数字营销，提升数字营销的精准性、智能性、时效性，数据量越大，数据分析的结果越准确，对数字营销的应用价值越大，因此数据的获取能力是决定数据管理平台能否发挥应有作用的关键所在。公司深耕数字营销领域多年，业务布局比较广泛，公司子公司Spigot发现流量，成为全球领先的第三方搜索流量入口公司；公司子公司FMOBI处于国内移动广告联盟第二梯队的领先地位，具有国内领先的SSP等技术处理能力，聚合并承载庞大的优质中长尾流量/精品流量；此外，公司还与国内头部的媒体拥有深厚的合作基础，是腾讯广点通、百度、阿里神马、爱奇艺、360和搜狗搜索的核心代理商，并取得了VIVO、小米、一点资讯等硬件媒体厂商的核心代理资质。因此，公司业务的广泛布局以及在数字营销领域的领先地位，为公司获取大量的数据资源提供了先天的优势，更有利于聚合海量的数据信息，为本项目的建设提供丰富的数据资源。

（3）公司拥有雄厚的大数据技术实力和人才储备

无论是公司的第三方搜索流量入口业务、移动广告联盟业务，还是数字营销业务，都需要大数据技术的支撑，因此，在业务的发展过程中，经过多年的积累，公司已经在大数据、人工智能等前沿技术领域拥有了雄厚的基础。如公司的第三方搜索流量业务，通过大数据和算法对发行渠道和产品用户进行多维度分析，从而以低成本获取高质量的用户，公司的移动广告联盟业务，基于大数据分析技术进行实时信息处理，提供丰富的用户画像标签和精准定向，为客户提供高效、快捷、受众精准的一站式服务。这些都为大数据技术在数字营销领域的应用奠定了深厚的技术基础，并培养了一大批优秀的技术人才，为本项目的实施提供了有力的技术保障。

4.项目投资概算

本项目投资总额为12,645.35万元，投资明细主要包括场地购置及装修费用、设备购置费用、软件购置费用、数据费用和人员费用，具体投资金额如下：

序号	项目	金额（万元）	占比	是否属于资本性支出
1	场地购置及装修	3,123.20	24.70%	是
2	设备购置费用	2,076.20	16.42%	是
3	软件购置费用	1,765.20	13.96%	是
4	数据费用	3,000.00	23.72%	否
5	人员费用	2,680.75	21.20%	否
合计		12,645.35	100.00%	

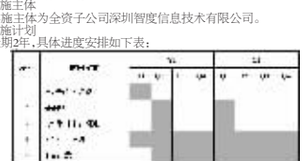
5.项目实施主体及实施计划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为全资子公司深圳智度信息技术有限公司。

（2）项目实施计划

本项目建设期2年，具体进度安排如下表：



注：Y1、Y2代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4代表季度。

6.项目经济效益评价

本项目不直接产生效益，项目建成后主要用来为公司的数字营销业务提供技术支撑，将显著提升公司数字营销业务的针对性。

7.项目批准情况

截至本预案公告日，公司已完成本项目备案，环评（如需）等相关手续正在办理中，公司将根据相关要求尽快办理其他相关手续。

二、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目围绕公司长期发展战略布局，围绕公司目前数字营销业务进行优化升级，同时扩展新兴MCN业务，挖掘新的盈利增长点，并基于现有区块链技术进行深入探索，为未来业务发展打下坚实的基础。

本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策和行业发展前景，有利于增强公司的核心竞争力和抵御风险的能力，实现公司的长期可持续发展，维护股东的长远利益。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司资产总额与净资产将同步增加，公司资金实力将得到增强，可进一步降低财务风险，增强持续经营能力。随着公司募投项目效益的逐步释放，将会提高公司经营效率，带来新的利润增长点，提升整体盈利水平。

第三章 董事会关于本次非公开发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行对公司业务及资产结构、章程、股东结构、高管人员结构的影响

（一）本次发行对公司业务及资产结构的影响

公司致力于互联网搜索、大数据、AI等技术领域，提供互联网流量的聚合和经营，是拥有互联网流量入口、互联网流量经营平台和商业变现渠道三位一体的互联网营销公司。本次非公开发行所募集的资金将用于现有主业的深度挖掘和效率提升以及主业相关技术的提前布局与拓展，符合国家产业政策、行业发展趋势以及公司的整体战略方向，对于提升公司的核心竞争力和综合实力具有积极的促进作用。

本次发行募集资金到位后，公司总资产和净资产规模将进一步扩大，随着募投项目的陆续完工和产生效益，公司财务状况和盈利能力将进一步提升。

（二）本次发行对公司章程的影响

本次发行完成后，公司总股本将增加，股东结构将发生一定的变化，公司董事会将根据股东大会的授权，按照相关规定对《公司章程》中与股本有关的条款进行相应修改，并办理工商变更登记。

（三）本次发行对股东结构的影响

本次发行完成后，公司股东结构将发生变化。本次非公开发行前，公司控股股东智度德普直接持有公司股份438,796,590股，占公司总股本的33.10%，其一致行动人智度集团和北萨智但分别持有公司股份83,088,573股和22,245,967股，分别占公司总股本的6.27%和1.68%，因此，公司控股股东智度德普及其一致行动人合计控制公司股份544,131,130股，占公司总股本的41.05%。

智度德普的执行事务合伙人为智度集团，智度集团的唯一股东为智度德正。由于智度德正股权较为分散，任何股东均无法通过其持有的表决权单独决定智度德正经营方针、投资计划等重大事项及执行董事的任命，且智度德正各股东之间无一致行动的安排，不存在共同控制的情形。因此智度德正不存在实际控制人，公司不存在实际控制人。

按照本次非公开发行股票数量上限281,250,000股测算，本次发行完成后，智度德普及其一致行动人合计控制公司股份比例为33.86%，仍为公司控股股东，公司仍不存在实际控制人。

因此，本次发行不会导致公司股东结构发生重大变化，不会导致公司控制权及实际控制人发生变化。

（四）本次发行对高管人员结构的影响

本次发行完成后，公司不会对高管人员进行调整，其结构不会发生变动。若公司未来拟调整高管人员结构，将根据有关规定，履行必要的法律程序和信息披露义务。

（五）本次发行对业务结构的影响

本次发行完成后，公司业务结构不会发生重大变化。本次募集资金运用符合国家产业政策、行业发展趋势以及公司的整体战略方向，有助于优化公司业务结构，提升公司的核心竞争力和综合实力。

二、本次发行对公司财务状况、盈利能力及现金流量的影响

（一）对财务状况的影响

本次发行完成后，公司资产总额与净资产将同步增加，公司资金实力将得到增强，可进一步降低财务风险，增强持续经营能力。

（二）对盈利能力的影响

本次发行募集资金用于项目建设和研发，增强主营业务经营能力，布局公司长期发展战略。募集资金到位初期，由于公司股本总额相应增加，但募投项目的建设和达产需要一定周期，因此短期内每股收益存在摊薄的可能。但随着公司募投项目效益的逐步释放，将会提高公司经营效率，带来新的利润增长点，提升整体盈利水平。

（三）对现金流量的影响

本次非公开发行将加大公司筹资活动产生的现金流入，增强公司偿债能力，降低财务风险；随着募投项目建设逐步推进，公司投资活动现金流出将有所增加；随着募投项目完工和产生效益，经营活动产生的现金流入将有所增加。

三、本次发行对公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等的影响

公司管理制度完善、业务体系完整、人员机构配置齐全，具有独立目主的经营能力，在业务、人员、资产、机构、财务等方面均独立于控股股东及其关联人。本次非公开发行不会改变公司与控股股东及其关联人之间在业务和管理关系上的独立性。

本次发行完成后，公司与主要股东及其关联人之间的关联关系不会发生重大变化。本次发行不会导致公司与控股股东及其关联人产生其他的关联交易。

本次发行完成后，控股股东及其关联人与公司的业务关系、管理关系不会发生变化，亦不会因为本次发行导致同业竞争或者潜在同业竞争。

四、本次发行后，公司不存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，不存在为控股股东及其关联人提供担保的情形

截至本预案公告日，公司不存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，亦不存在公司为控股股东、实际控制人及其关联人违规提供担保的情形。

本次发行完成后，公司与控股股东及其关联人之间不会因本次发行产生违规占用资金、资产的情况，亦不会产生公司为控股股东及其关联方进行违规担保的情形。

五、本次发行对公司负债情况的影响

本次募集资金主要用于项目建设及研发支出，本次发行完成后，公司资产规模将有所增加，资产负债结构将更加稳健，抗风险能力进一步增强。公司不存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，公司财务风险将进一步降低。

六、本次发行的相关风险

（一）募集资金投资项目实施风险

公司本次非公开发行股票募集资金投资项目为智能化广告内容生产和场景精准营销平台建设项目，直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台建设项目、区块链基础设施、应用平台与央行数字货币（DC/EP）场景化开发建设项目和营销业务数据中台建设项目，上述募投项目的顺利实施将进一步巩固公司市场地位，提升公司主营业务盈利空间。尽管公司对上述募投项目进行了审慎的可行性研究论证，但上述项目在实施过程中，如果行业政策、市场环境等不确定性因素发生重大变化，则可能导致公司无法按原计划顺利实施上述募集资金投资项目，或上述项目无法实现预期效益。

（二）宏观经济波动、宏观政策变化及行业监管的风险

互联网营销行业与宏观经济的波动呈现明显的正相关性，其市场容量和发展速度很大程度上取决于国家或地区宏观经济的发展水平和发展速度。如果未来宏观经济出现周期性波动，广告主缩减广告投放量，导致行业经营环境发生变化，将对公司业务发展产生较大影响。

互联网营销行业属于新兴行业。国家出台了《广告产业发展"十三五"规划》等系列产业政策，鼓励互联网营销行业的发展。若未来产业政策发生重大变化，则可能影响行业的竞争格局，并对公司的业务发展产生较大影响。

互联网营销行业受到国家对广告行业和互联网行业的交叉监管。我国广告行业的主管部门为国家市场监督管理总局，互联网行业的主管部门是工业和信息化部。随着互联网营销行业的相关法律、法规及产业政策的不断完善，行业监管将更加严格，包括互联网营销相关应用程式设计制作、就违规或不合规事项承受重大罚款或其他处罚等。适用法律、法规及产业政策的变更可能影响公司业务的开展或增加公司营运成本，进而对公司的财务状况或经营业绩构成不利影响。

（二）市场竞争加剧的风险

公司所属互联网营销行业存在轻资产、竞争充分、集中度较低等特点。公司是一家同时拥有移动互联网流量入口、流量经营平台以及商业变现渠道的三位一体的移动互联网公司。尽管公司已发展成为我国互联网营销行业具有一定综合竞争优势的企业，但互联网技术和模式的发展日新月异，移动互联网发展迅猛，基于互联网的营销形式也越来越丰富