2019年
年度报告摘要

公司代码：600556 公司简称：ST 慧球

天下秀数字科技（集团）股份有限公司

一重要提示

1 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，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 中汇会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司本届董事会第三次会议审议通过的利润分配方案为：以 2019 年 12 月 31 日的公司总股本 1,680,420,315 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.154 元（含税），合计派发现金红利 25,878,472.85 元（含税）。

二公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A 股	上海证券交易所	ST 慧球	600556	慧球科技

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	于悦	李红静
办公地址	北京市朝阳区三里屯西五街 5 号院 D 座	北京市朝阳区三里屯西五街 5 号院 D 座
电话	010-86227749	010-86227749
电子信箱	ir@inmyshow.com	ir@inmyshow.com

2 报告期公司主要业务简介

天下秀奋战在一个以粉丝经济为依托的崭新行业。在互联网技术持续升级迭代的趋势下，人（明星、红人）、物、虚拟形象等均可拥有自己专属的粉丝受众，而且粉丝参与内容观看、话题讨论、广告阅读、直播带货、直播打赏、知识学习等新媒体互动形式不再受到空间和时间的制约。粉丝经济便是基于这种新型粉丝互动关系下产生的内容制作、购物消费、娱乐体验、广告营销、数据服务等瞄准粉丝个性需求的商业经济体系。目前，中国的粉丝经济发展处于以“人”为核心的红人经济时代。

经过十年的发展，天下秀已经成为国内领先的红人新经济公司，并在 B2B 业务端形成了以下四个较为成熟的业务线：

（一）红人广告大数据云投放平台—WEIQ

WEIQ 平台是天下秀自主研发的红人广告大数据云投放平台，为有广告需求的商家用户和红人建立链接，依托大数据模型，通过分析企业画像及红人画像为二者实现精准匹配，红人在线接单为企业制定智能化广告投放方案，降低企业的投放成本、提升企业的投放效率。目前，WEIQ 已经整合了全网超过 100 万红人，覆盖微信、抖音、小红书、快手等平台的红人资源，涵盖图文、短视频、直播、音频等全形态红人营销及销售模式。

（二）为品牌企业提供基于新媒体及粉丝经济综合解决方案—SMART

SMART 基于粉丝经济关系下的消费者洞察，帮助各个行业的大型企业应对新媒体数字化不断加快所带来的复杂挑战，提供从市场调研、策略制定、资源整合到技术开发等综合解决方案。目前，这些大型企业客户主要分布于快消、美妆、互联网、3C 数码、汽车、金融等领域。

（三）红人价值排行及版权管理机构--TOPKLOUT 克劳锐

TOPKLOUT 克劳锐作为红人经济生态的第三方权威评价机构，提供专业红人价值评估体系、多维度商业价值判定、深度行业观察报告及高效的版权经济管理等一站式综合服务，旨在发现红人价值、维护红人价值市场。

（四）红人创业加速孵化品牌--IMsocial 红人加速器

IMsocial 红人加速器为入驻的红人和 MCN 提供体系完善的红人培训、商业托管、IP 孵化、品牌传播、资本对接、人力法务及工商咨询等一站式解决方案，赋能不同发展阶段的红人、MCN，帮助他们健康加速成长。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2019 年	2018 年	本年比上年增减(%)	2017 年
总资产	1,953,573,052.17	1,042,784,403.01	87.34	885,926,007.73
营业收入	1,977,308,254.83	1,209,578,305.50	63.47	725,419,197.97
归属于上市公司股东的净利润	258,596,890.19	157,883,913.50	63.79	101,368,474.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	252,536,107.85	156,776,590.46	61.08	101,057,947.02
归属于上市公司股东的净资产	963,454,541.69	833,798,382.61	15.55	680,619,562.97
经营活动产生的现金流量净额	-137,462,057.96	-47,611,453.33	-188.72	101,233,671.38
基本每股收益(元/股)	0.19	0.13	46.15	0.09
稀释每股收益(元/股)	0.19	0.13	46.15	0.09
加权平均净资产收益率(%)	18.45	20.85	减少 2.40 个百分点	19.68

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度（1-3 月份）	第二季度（4-6 月份）	第三季度（7-9 月份）	第四季度（10-12 月份）
营业收入	345,388,241.91	449,875,768.73	574,633,917.14	607,410,327.05
归属于上市公司股东的净利润	38,396,109.19	58,061,924.63	82,892,562.76	79,246,293.61
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	38,396,109.19	56,065,513.25	80,892,562.71	77,181,922.70
经营活动产生的现金流量净额	-41,848,693.74	-30,585,210.32	-30,095,745.95	-34,932,407.95

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

√适用 □不适用

由于报告期内公司实施并完成了重大资产重组，根据《企业会计准则》的相关规定，公司对 2019 年度各季度财务数据进行了重述，重述数据与公司 2019 年度实际公开披露的数据存在一定差异。

4 股本及股东情况

4.1 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

截止报告期末普通股股东总数(户)	27,733
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	25,538
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

前 10 名股东持股情况

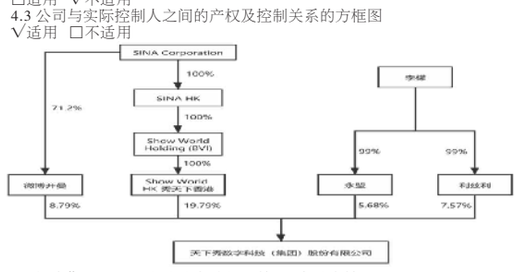
股东名称（全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况 股份状态	质押或冻结情况 数量	股东性质
ShowWorld HongKong Limited	332,615,750	332,615,750	19.79	332,615,750	无		境外法人
WB Online Investment Limited	147,726,614	147,726,614	8.79	147,726,614	无		境外法人
青岛利兹利投资合伙企业(有限合伙)	127,186,438	127,186,438	7.57	127,186,438	无		境内非国有法人
深圳麻隆金实投资管理中心(有限合伙)	100,387,904	100,387,904	5.97	100,387,904	无		境内非国有法人
嘉兴腾元投资合伙企业(有限合伙)	99,501,207	99,501,207	5.92	99,501,207	无		境内非国有法人
厦门赛富股权投资合伙企业(有限合伙)	99,501,207	99,501,207	5.92	99,501,207	无		境内非国有法人
青岛永盟投资合伙企业(有限合伙)	95,510,860	95,510,860	5.68	95,510,860	无		境内非国有法人
澄迈新升投资管理中心(有限合伙)	93,543,291	93,543,291	5.57	93,543,291	无		境内非国有法人
杭州长潘股权投资合伙企业(有限合伙)	65,905,768	65,905,768	3.92	65,905,768	无		境内非国有法人
海南金慧投资管理中心(有限合伙)	59,479,942	59,479,942	3.54	59,479,942	无		境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	新浪集团与李檬于 2017 年 12 月 15 日签署了《关于北京天下秀科技股份有限公司之一致行动协议》，新浪集团与李檬互为一致行动人，因此，WB Online、ShowWorld HK、永盟、利兹利构成一致行动人关系。另外，嘉兴腾元与厦门赛富构成一致行动人关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

□适用 √不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

三经营情况讨论与分析

1 报告期内主要经营情况

截至报告期末，公司总资产达人民币 19.54 亿元，同比增长 87.34%，其中归属于母公司所有者权益合计为人民币 9.63 亿元，同比增长 15.55%。

公司全年共实现营业收入人民币 19.77 亿元，同比增长 63.47%；营业成本为人民币 14.35 亿元，同比增长 72.79%。报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润人民币 2.59 亿元，同比增长 63.79%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币 2.53 亿元，超额完成 2019 年度业绩承诺。

2 导致暂停上市的原因

□适用 √不适用

3 面临终止上市的情况和原因

□适用 √不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

√适用 □不适用

1.公司于 2019 年 3 月 19 日召开第九届董事会第八次会议、第九届监事会第六次会议，分别审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

2018 年 6 月 15 日，财政部印发了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。按照上述通知的规定和要求，公司对财务报表列报的调整，不存在追溯调整事项，本次报表项目列报的调整不会对公司总资产、净资产、负债总额、净利润产生影响。

本次会计政策变更符合相关规定和要求，不存在损害公司及中小股东利益的情况，不影响当期损益，不涉及以前年度的追溯调整，不会对公司的财务报表产生重大影响，属于合理变更。具体情况请见公司 2019 年 3 月 21 日披露的《关于会计政策变更的公告》（临 2019-014）。

2.公司于 2019 年 4 月 25 日召开第九届董事会第十次会议、第九届监事会第七次会议，分别审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

根据财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》（财会[2017]7 号）、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》（财会[2017]8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计》（财会[2017]9 号）及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（财会[2017]14 号）（上述会计准则以下统称“新金融工具准则”），要求境内上市公司应于 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。根据上述会计准则的修订及执行期限要求，公司自 2019 年 1 月 1 日起开始执行新金融工具准则。

本次会计政策变更根据财政部修订的会计准则进行的合理变更，无需重述 2018 年度及以往报告期可比财务报表数据，不涉及以前年度的追溯调整，不会对公司的财务报表产生重大影响。具体情况请见公司 2019 年 4 月 26 日披露的《关于会计政策变更的公告》（临 2019-025）。

3.公司于 2020 年 3 月 23 日召开第十届董事会第二次会议、第十届监事会第二次会议，分别审议通过了《关于公司会计政策、会计估计变更的议案》。

根据财政部《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会[2019]16 号）相关要求编制 2019 年度合并财务报表及以后期间的合并财务报表。

本次会计变更根据财政部相关规定进行的合理变更，仅对公司合并财务报表格式和部分科目列示产生影响，对公司净资产、净利润等相关财务指标均无实质性影响，不存在损害公司及股东利益的情形。

鉴于公司 2019 年重大资产重组已实施完毕，公司的资产、主营业务及股权结构等均发生变更。为真实、准确地反映重组完成后公司财务状况，公司拟变更原有的会计政策与会计估计，采取被合并方北京天下秀科技股份有限公司使用的会计政策与会计估计。

由于公司 2019 年重大资产重组构成反向收购，重组完成后，合并财务报表参照反向收购原则进行编制，公司会计政策与会计估计将延续实质购买方天下秀的相关会计政策及会计估计，因此本次会计政策与会计估计变更不会对公司的财务状况和经营成果造成影响。具体情况请见公司 2020 年 3 月 24 日披露的《关于公司会计政策、会计估计变更的公告》（临 2020-027）。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

□适用 √不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

√适用□不适用

本公司 2019 年度纳入合并范围的子公司共 8 家，详见本节之九“在其他主体中的权益”。与上年度相比，本公司本年度合并范围增加 3 家，注销 1 家，无转让子公司，详见本节之八“合并范围的变更”。

证券代码：600556 证券简称：ST 慧球 公告编号：临 2020-043

天下秀数字科技（集团）股份有限公司
关于非公开发行股票后摊薄即期回报的风险提示及填补措施的公告（修订稿）

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发 [2013]110 号）以及中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）发布的《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）的有关规定，为保障中小投资者知情权，维护中小投资者权益，天下秀数字科技（集团）股份有限公司（以下简称“上市公司”或“公司”）就本次非公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响、风险提示及公司拟采取的措施公告如下：

一、本次发行对公司每股收益的影响

（一）假设前提

1、假设宏观经济环境、证券市场情况没有发生重大不利变化，公司经营环境未发生重大不利变化；

2、假设本次非公开发行于 2020 年 9 月完成；

3、假设本次非公开发行股票数量为不超过公司发行前总股本的 30%，即不超过 504,126,094 股（最终发行的股份数量以经中国证监会核准发行的股份数量为准），若公司在本次非公开发行 A 股股票的定价基准日至发行日期间发生送股、回购、资本公积金转增股本等股本变动事项，本次非公开发行 A 股股票的发行数量将进行相应调整；

4、根据公司 2019 年年度报告，公司 2019 年度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 25,253.61 万元；

5、2019 年，上市公司与北京天下秀科技股份有限公司原股东（以下简称“业绩承诺人”）签署《盈利预测补偿协议》。根据上述协议，业绩承诺人承诺前次重大资产重组实施完毕后，业绩承诺资产（指上市公司通过吸收合并取得的北京天下秀科技股份有限公司 100%股份对应的全部资产与业务）在 2019 年、2020 年、2021 年实现的合并报表扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别不低于人民币 24,500 万元、人民币 33,500 万元、人民币 43,500 万元。

考虑到业绩承诺人对公司利润的补偿义务，公司 2020 年度的利润实现情况具有一定的保障。因此，本次测算过程中，对于公司 2020 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润，按照以下三种情形进行假设测算：

情形一：公司 2020 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润与 2020 年度业绩承诺值持平；

情形二：公司 2020 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较 2020 年度业绩承诺值上升 10%；

情形三：公司 2020 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较 2020 年度业绩承诺值上升 20%；

6、不考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响，不考虑利润分配的影响；

7、在预测 2020 年末发行后总股本和计算每股收益时，仅考虑本次非公开发行股票对总股本的影响，未考虑期间可能发生的其他可能产生的股份变动事宜；

8、本次非公开发行股票的数量、募集资金数额、发行时间仅为基于测算目的假设，最终以中国证监会核准发行的股份数量、发行结果和实际日期为准。

上述假设仅为测算本次非公开发行股份对公司即期回报主要财务指标的摊薄影响，不代表公司对 2020 年经营情况及财务状况的判断，亦不构成盈利预测。2020 年度公司收益的实现取决于国家宏观经济政策、行业发展状况、市场竞争情况、公司业务发展状况等诸多因素，存在较大不确定性。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

（二）对主要财务指标的影响

基于上述假设前提，本次非公开发行摊薄即期回报的影响如下：

项目	2019 年/2019-12-31	2020 年/2020-12-31 本次发行前	2020 年/2020-12-31 本次发行后
总股本(万股)	168,042.03	168,042.03	218,454.64
假设情形一：公司 2020 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润与 2020 年度业绩承诺值持平			
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润(万元)	25,253.61	33,500.00	33,500.00
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.1898	0.1994	0.1854
扣除非经常性损益后的稀释每股收益(元/股)	0.1898	0.1994	0.1854
假设情形二：公司 2020 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较 2020 年度业绩承诺值上升 10%			
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润(万元)	25,253.61	36,850.00	36,850.00
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.1898	0.2193	0.2040
扣除非经常性损益后的稀释每股收益(元/股)	0.1898	0.2193	0.2040
假设情形三：公司 2020 年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较 2020 年度业绩承诺值上升 20%			
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润(万元)	25,253.61	40,200.00	40,200.00
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.1898	0.2392	0.2225
扣除非经常性损益后的稀释每股收益(元/股)	0.1898	0.2392	0.2225

注 1：上述指标按照《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）规定计算；

注 2：2019 年的指标取自上市公司 2019 年度审计报告。

二、对本次非公开发行摊薄即期回报的风险提示

本次非公开发行完成后，公司总股本和净资产规模均相应增加，由于募投项目的建设和实施需要一定的时间周期，因此公司的净资产收益率和每股收益等财务指标在短期内可能出现一定幅度下降，股东即期回报存在被摊薄的风险，特此提醒投资者关注。

从中长期来看，随着项目陆续建成并产生效益，公司持续盈利能力得以进一步提高，预计公司每股收益和净资产收益率等指标将会逐步上升。

三、本次非公开发行的必要性、合理性

（一）本次非公开发行的必要性

1、更好地满足客户需求，完善公司业务布局

作为一家基于大数据的技术驱动型新媒体营销服务公司，天下秀致力于为广告主提供智能化的新媒体营销解决方案，实现产品与用户的精准匹配，帮助广告主低成本获取客户以及带动产品销售和口碑转化；同时帮助海量文化创意产业、数字内容产业的新媒体从业者实现高效便捷的价值变现。上市公司拟通过本次非公开发行募集资金投入 WEIQ 新媒体营销云平台升级项目，为广告主提供更加高效的个性化广告精准投放服务，同时也可为 MCN 机构及自媒体平台增信、增流量，促进平台活跃度和交易量的提升，实现双方的合作共赢。此外，通过 SaaS 智能营销云平台的建立，能够有效满足不同客户在资源管理、投前资源分析、投中交易跟踪以及交易达成结案报告生成等方面的差异化需求，进一步提高客户粘性，增强上市公司在新媒体营销服务领域的竞争力。

2、提升数据服务能力，保障公司业务发展需求

随着 5G、大数据和人工智能等新一代技术的快速演进，互联网营销企业的研发投入和技术积累水平决定了其营销能力的精准程度。在当下的碎片化数据传播中，传统的“消费者画像”流于表面，已经难以真正实现认知消费者。为实现对消费者更为精准的营销触达，需要充分利用大数据管理工具和技术对消费者做到全方位、多层次的立体洞察。上市公司拟通过本次非公开发行投入新媒体商业大数据平台底层软硬件设施及新媒体商业大数据分析平台建设，通过对大量广告主、新媒体、消费者行为数据收集及深度分析挖掘，进一步增强上市公司对新媒体营销、消费者特征及习惯的深刻理解，提高上市公司应对多样化广告媒体类型及新兴广告形式的能力，增强智能化精准营销服务效果。

3、改善资本结构，促进上市公司的可持续发展

本次非公开发行将缓解上市公司的资金压力，优化资产负债结构，降低上市公司的资产负债率水平，提升盈利能力。上市公司属于轻资产公司，银行债务融资能力较为有限。随着上市公司业务规模的不断扩张，仅依靠自有资金已经较难满足上市公司快速发展的资金需求，本次非公开发行的募集资金将有效缓解上市公司的资金缺口。上市公司拟利用本次非公开发行的契机，改善财务结构，降低资产负债比率，拓展后续融资空间，为上市公司业务的可持续发展提供有效支持。

（二）本次非公开发行的合理性

1、中国互联网营销行业持续快速发展，发展不断成熟

随着通信基础设施的完善、网民规模的增长，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，已成为广告的主要投放方式之一，市场规模持续高速增长。目前，中国是仅次于美国的全球第二大互联网广告市场。根据艾瑞咨询数据，2018 年中国网络广告市场规模为 4,844 亿元，同比增长 29.2%，预计在 2021 年市场规模将达到 9,682 亿元，国内互联网广告市场仍有较大的发展空间。

互联网广告市场中，移动广告已占据市场主流的地位。根据易观数据，2019 年移动互联网用户规模突破 10 亿，日人均活跃用户达到 9.8 亿。与 2013 年相比，通过互联网渠道获取内容的用户占比显著提升，超过半数的用户以互联网为主要内容获取渠道，超过六成用户以移动互联网为主要内容获取渠道，随着生活方式的不断变化，此比例将进一步上升。移动终端已经成为当前人们生活不可缺少的一部分，与此同时，移动广告产业链不断完善，推动着互联网广告市场规模的快速增长。根据艾瑞咨询数据，2018 年中国移动广告市场规模达 3,663 亿元，占互联网广告市场规模的比例为 75.6%，预计 2021 年这一比例将达到 85.2%，未来仍将持续引领互联网广告市场发展。

2016 年 7 月，国家工商总局发布的《广告产业发展“十三五”规划》提出，支持广告业与互联网产业融合发展，规范数字广告程序化交易管理，建立新的数字广告生态；鼓励广告业以“互联网+广告”为核心，实现跨媒介、跨平台、跨终端整合服务。2019 年，《政府工作报告》进一步提出，要深化大数据、人工智能等研发应用，培育新一代信息技术、高端装备、生物医药、新能源汽车、新材料等新兴产业集群，壮大数字经济，加快在各行业各领域推进“互联网+”。促进互联网和移动互联网行业的发展，已上升为国家战略，政策的大力支持为互联网营销行业的发展提供了良好的环境。

2、社交网络和短视频营销增长强劲，未来仍有较大的发展空间

互联网时代下，新技术开发速度明显加快，层出不穷，推动媒体平台升级以及新媒体诞生。新兴媒体平台上内容的优化升级和广告技术的进步，使得广告形式不断创新，广告投放方式和投放效果也发生改变。在这一趋势下，传统媒体受众规模持续下滑，且呈现出明显老龄化的趋势，投放规模和投放质量都难以满足当前广告主需求。在传统媒体下滑的同时，新兴媒体的用户规模覆盖快速上升，根据易观数据，2019 年移动互联网用户规模突破 10 亿，日人均活跃用户达到 9.8 亿，其中社交领域用户规模约 10.1 亿、短视频领域用户规模约 8.8 亿，远远超过传统媒体覆盖用户规模。广告主逐渐将广告预算从传统媒体转移至网络媒体，尤其是社交网络和短视频媒体。此外，社交平台和短视频在展现营销创意、建立品牌共鸣、产生互动和转化方面具有明显优势，更受广告主青睐。上述驱动因素带动社交网络和短视频广告市场迅速发展。

根据艾瑞咨询数据，2018 年中国社交广告市场规模为 509.6 亿元，同比增长 45.2%，预计到 2021 年将达到 1,259.6 亿元，同比增速仍保持在 33%以上；2018 年，短视频广告市场规模为 187.9 亿元，同比增速达 732.8%，预计到 2021 年将达到 1,047.8 亿元，同比增速仍保持 42.8%；中国社交广告和短视频广告市场规模占互联网广告整体规模的比例将由 2018 年的 14.4%提升至 2021 年的 23.8%。

目前新兴媒体的市场营销价值尚没有开发完全，随着移动互联网进一步渗透下沉、社交媒体平台不断涌现，用户数和用户粘性持续增长以及社交形式的不断创新，广告资源将不断丰富。在新媒体平台海量用户规模的支持下，未来随着广告主预算分配比重持续加大，再加上技术进步推动和服务商的深入挖掘，预计社交网络和短视频营销市场仍将保持较快发展。

3、技术和数据是互联网营销行业的核心驱动力，大数据和人工智能推动产业升级和变革

以大数据、人工智能为代表的新一代信息通信技术逐步与社会各领域全面深度融合，催生出了众多新产品、新业务和新模式。国家不断出台政策支持并推动大数据、人工智能与实体产业深度融合，大数据、人工智能在各行业应用广泛并不断深化，成为各行业产业升级和变革的驱动力。

2015 年 9 月，国务院发布《促进大数据发展行动纲要》，鼓励深化大数据在各行业创新应用，促进大数据产业健康发展。2016 年 5 月，国家发改委、科技部、工信部、中央网信办发布《“互联网+”人工智能三年行动实施方案》，引导互联网企业通过发展人机交互、深度学习、自然语言理解、机器人等核心技术，使互联网与人工智能进行深度融合，促进互联网行业进一步发展。2020 年 3 月 4 日，中共中央政治局常务委员会指出，“要加快 5G 网络、数据中心等新型基础设施建设进度”。

在移动互联网时代，用户个性化和分布渠道碎片化使得单一渠道投放难以形成有效触达；同时，高密度、碎片化的数据信息亦增加了广告主数据管理及营销管理的难度。在此背景下，大数据、人工智能与营销相结合，能够全面提升投放效率，使营销更为精准，推动移动互联网营销进入智能化阶段。

四、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（一）本次募投项目与公司现有业务的关系

1、公司现有主营业务

公司是一家基于大数据的技术驱动型新媒体营销服务公司，致力于为广告主提供智能化的新媒体营销解决方案，实现产品与用户的精准匹配，帮助广告主低成本获取客户以及带动产品销售和口碑转化；同时帮助海量文化创意产业、数字内容产业的新媒体从业者实现高效便捷的价值变现。公司提供的主要服务包括新媒体营销客户代理服务、新媒体广告交易系统服务。

社交媒体、短视频、音频、直播等新媒体传播平台的快速发展促成了大量新媒体从业者的诞生和自媒体的繁荣，公司始终关注并紧紧把握这一营销发展趋势，为大量国内外品牌与中小企业广告主提供策略制定、方案策划、创意策划、投放策划和实施、社交媒体账户运营、营销效果监测等一系列新媒体营销客户代理服务。在广泛的新媒体营销实践中，公司积累了大量的客户资源和新媒体资源，并在服务过程中收集和产生了大量且多维度的新媒体数据，形成了丰富的新媒体营销经验及对新媒体营销的深刻理解。

2、本次募投项目与现有主营业务的联系及区别

（1）新媒体商业大数据平台建设项目

随着在微博、微信、抖音、映客、喜马拉雅等平台上新媒体营销业务的不断扩张，公司积累了大量的客户资源和新媒体资源，并在服务过程中收集和产生了大量且多维度的新媒体数据，对网络设备、服务器、存储设备、软件、流量带宽、网络安全和防护等软硬件需求亦大幅增长。公司在业务开发拓展过程中面临着网络基础设施瓶颈，现有服务器等软硬件设施与持续增长的公司业务处理需求难以匹配，且现有各程序服务组件间共用部分系统资源，无法满足公司业务连续、稳定、有序发展的需求。新媒体商业大数据平台建设项目可有效保障各程序服务单独部署，以提高系统稳定性、高可用性和可维护性，有助于为公司前端业务提供稳定数据支撑。同时，利用大数据分析对大量广告主、新媒体、消费者行为数据收集及深度分析挖掘，可进一步增强对新媒体营销、消费者特征及习惯的深刻理解，为公司持续扩张的新媒体营销服务提供数据支撑，提升公司运营效率，增强智能化精准营销服务效果。

因此，数据是公司未来开展各项业务的基础，新媒体商业大数据平台建设项目是公司进一步实现新媒体营销服务战略的重要载体。本项目建设完成后，公司可实现对 PB 级数据的采集、存储，具备百亿级规模数据的实时计算能力，实现与互联网行业数据方及主流广告平台数据映射连接，从而满足公司对自有数据安全存放管理的需求，有助于公司提供兼顾品牌与中小企业广告主的智能解决方案，为客户持续提供具有创新意义、引领时尚的广告策划、制作、投放及数据监测等服务，满足客户数据管理及定制化需求，增强客户粘性，进一步巩固和发展公司行业地位。

（2）WEIQ 新媒体营销云平台升级项目

WEIQ 新媒体营销云平台升级项目系对现有 WEIQ 新媒体营销云平台的升级，包括 SaaS 智能营销云平台、MCN 专业营销云平台两大平台。SaaS 智能营销云平台升级构建基于大数据平台和多维数据的可配置性高的服务平台，实现不同企业客户差异化的资源列表管理及展示、交易流程、投前资源分析、投中交易跟踪以及投后结案报告生成等功能，满足不同企业客户的定制化新媒体营销需求。同时，本项目的实施将有助于公司根据各客户与产品间的关系，实现等级差别定价策略，实现最大限度的优化定价，进一步提升公司盈利能力。

MCN 专业营销云平台升级可实现单个账号信息的完善及包装、多账号组合生成报价单等功能，并提供多种 MCN 辅助工具及特定 MCN 店铺配置功能，可满足 MCN 及自媒体主对自媒体账号运营管理、多维度数据分析、推广和包装的需求，助力自媒体主及 MCN 机构成长。同时，针对不同自媒体及 MCN 机构建立的差异化定价体系，在为 MCN 机构及自媒体平台增信、增流量的同时，有利于提升平台的交易数量，提高用户的使用粘性。

本项目建设有助于公司在激烈的新媒体营销服务行业竞争中占据优势地位，进一步提升公司在广告精准投放、内容及流量精细化运营等方面的效率，提升精准营销能力，提高公司客户粘性，进一步发展并巩固公司技术优势和先发优势。

（二）公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、数据及跨平台的自媒体资源

在广泛的新媒体营销实践中，公司积累了大量的客户资源和新媒体资源，并在服务过程中收集和产生了大量且多维度的新媒体数据，包括自媒体内容、“粉丝”多形式互动数据等，形成了丰富的新媒体营销经验及对新媒体营销的深刻理解。

公司具备丰富的自媒体资源。公司专注于为客户提供社交网络广告推广服务，其推广中心包括微博、微信、短视频平台、直播平台等众多主流流量入口，实现了跨平台自媒体推广，并汇集了丰富的自媒体资源。各个平台的自媒体资源均可以通过公司的推广中心实现流量变现，公司也通过丰富的自媒体资源和积累的自媒体推荐能力，为不同投放需求的客户提供优质、专业的行业营销解决方案。

2、技术储备

公司在多年的新媒体营销服务实践中，不断积累新媒体营销经验和数据，为实现精准广告投放开发了“大数据挖掘智库系统”，包括：①数据获取方面：公司现有的分布式采集方案可获取大量且多维度的自媒体发布内容、“粉丝”多形式的互动数据等，可实现跨平台新媒体基础数据综合采集，满足公司各业务平台数据需求；②数据评估、分析及结果呈现方面：公司已建立的大数据生态系统，可快速计算、分析并输出多维度的自媒体数据分析结果，包括客户行业及细分业务领域、自媒体内容的传播影响力及受众喜好度、受众的年龄和性别以及内容传播效果等。

为适应互联网的高速发展，实现业务系统的快速迭代，公司产品研发中心从传统的“瀑布式”研发流程，转型为采用敏捷开发管理模式，把需求收集、需求拆解、需求分析、系统设计、代码编写、单元测试、持续集成等关键环节都有机地融入到一个良性循环中。对于跨部门及对外合作的研发需求，公司也已建立规范的项目管理流程。

3、人员储备

作为国内领先的新媒体营销服务公司，公司已拥有一支高素质、稳定的人才队伍。公司技术团队经验丰富，持续关注大数据前瞻性技术的跟踪，在数据整合、数据建模分析、数据挖掘优化、数据管理应用、数据安全防护等方面都可为本项目的实施提供强有力的技术支撑。公司重视核心技术人员的培养与储备，通过建立有竞争力的薪酬福利体系，保持核心人员的持续稳定；通过建立内外结合的人才培训体系和优秀人才培养模式，促进核心技术人员的成长和梯队建设，有效降低人才流失风险。同时，公司建立了专业、人性化的内部控制管理制度和良好的公司氛围，提升员工工作体验和办公环境舒适度，有助于增强团队凝聚力和员工归属感。

4、市场拓展能力

公司多年来深耕新媒体营销行业，具备强大的市场拓展能力和丰富的客户资源，主要服务的客户涵盖信息技术（含互联网）、金融、快速消费品、汽车、家电数码等行业。客户资源既包括宝洁、欧莱雅、京东、华为、伊利等品牌客户，同时覆盖信息技术（含互联网）、快速消费品等多领域的中小客户。随着近年来社交网络的繁荣发展，无论是品牌客户还是中小客户都越来越注重社交网络广告营销，这些客户为公司在社交网络广告领域持续快速发展奠定了基础。

五、对本次非公开发行摊薄即期回报采取的具体填补措施

考虑本次发行对普通股股东即期回报被摊薄的潜在影响，为保护公司普通股股东特别是中小股东利益，上市公司将采取以下具体措施，增强公司盈利能力和股东回报水平，以填补本次非公开发行对摊薄普通股股东即期回报的影响：

（一）加强募投项目推进力度，尽快实现项目预期收益

本次发行募集资金投资项目的实施，有利于扩大公司的市场影响力，进一步提升公司竞争优势，提升可持续发展能力，有利于实现并维护股东的长远利益。

公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目尽快完成，实现对提高公司经营业绩和盈利能力贡献，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。

（二）不断提升公司治理水平，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和《公司章程》的规定行使职权，作出科学、迅速和谨慎地决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

（三）加强募集资金管理，确保募集资金使用规范

公司已根据《公司法》、《证券法》、《管理办法》、《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》、《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规、规范性文件的要求和《公司章程》的规定制订了《募集资金管理制度》，对募集资金的专户存储、使用、用途变更、管理和监督等进行了明确的规定。为保障公司规范、有效使用募集资金，本次非公开发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督募集资金的存储和使用，定期