证券代码：000676　　证券简称：智度股份　　公告编号：

智度科技股份有限公司 2024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。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 ☑不适用

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

□适用 ☑不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	智度股份	股票代码	000676
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	杨燕芳	许晓青	
办公地址	广州市花都区新雅街凤凰南路56之三404室	广州市花都区新雅街凤凰南路56之三404室	
传真	020-28616560	020-28616560	
电话	020-28616560	020-28616560	
电子信箱	zhidugufen@genimous.com	xuxiaoqing@genimous.com	

2、报告期主要业务或产品简介

一、报告期内公司所处行业情况

（一）海外互联网媒体行业的发展阶段

1、海外互联网媒体行业的发展阶段

全球广告市场取得强劲增长。2024年，全球经济在多重挑战下持续缓慢复苏，总体趋于稳定，广告市场在创新推动下加速增长。根据We Are Social和Meltwater联合发布的《DIGITAL 2025 GLOBAL OVERVIEW REPORT》，2024年全球广告支出增长7.3%，达到1.09万亿美元。其中，2024年全球数字广告支出增长10.3%，达到7,903亿美元，在全球广告总支出中占比高达72.7%。根据Statista数据，全球移动端广告支出在数字广告支出中占比持续提升，由2017年的47%增长至2024年的65%。美国广告市场保持高度活力。根据eMarketer发布的《Worldwide Ad Spending Forecast 2025》，2024年美国数字广告支出同比增长15.1%。同时，美国广告市场也面临全球最为激烈的竞争形势。根据MAGNA盟诺2024年12月发布的《Global Advertising Forecast》显示，以人均广告销售额衡量，2024年美国广告商触达每位消费者的平均成本高达1,129美元，是全球平均水平（161美元）的七倍。

资料来源：We Are Social & Meltwater《DIGITAL 2025 GLOBAL OVERVIEW REPORT》

全球搜索市场正经历传统搜索引擎到AI搜索范式的转变。相较于传统搜索引擎，AI搜索以用户而非广告商为核心，有效规避搜索引擎优化策略的影响，去除广告及冗余信息，高效精准反馈内容，提升用户体验。AI搜索范式下，广告形态和变现路径也将面临转变。根据美国咨询公司Gartner预测，到2026年，传统搜索引擎的使用量将下降25%。新的营销模式应运而生，营销内容融入搜索问答，精准反馈深度影响用户决策，在此基础上，通过平台整合搭建服务闭环，用户在获取答案后一站式完成浏览、咨询、下单等操作，极大地缩短营销转化链路。人工智能监管力度加大。随着人工智能的快速发展和应用，各国政府意识到人工智能的风险并开始进行监管，强化人工智能安全治理预计将成为大势所趋。

2、我国数字营销行业的发展阶段

2024年国内经济发展符合预期，但内需不足等压力依然存在。国家统计局数据显示，2024年全年，我国国内生产总值（GDP）达134.9万亿元，同比增长5.0%，符合增长目标。全年经济面临的主要问题是有效需求不足，其中消费需求不足更为明显。互联网广告承压增长。根据中关村互动营销实验室发布的《2024中国互联网广告数据报告》，2024年互联网广告规模预计为6,509亿元，同比增长13.56%，在整体市场压力较大的背景下保持稳健的增长态势。受当前全球经济增速放缓、国内消费需求不振等影响，消费者更偏向于注重商品的性价比。在此背景下，营销关注点向带货流量转化，此外，新广告形式的快速迭代和竞争的加剧，流量过度依赖平台导流，媒体平台集中度愈发明显。

资料来源：中关村互动营销实验室《2024中国互联网广告数据报告》

2024年，中国数字营销行业生态发生显著变化，主要包括：（1）AI保持高热度，应用上更加普及，AI在营销行业的应用明显趋向常态化和多模态，应用效果由单一的业务提效升级为全面的组织赋能，AI深度融入广告营销各个环节，对广告收入的影响渗透程度加速扩大；（2）代理服务数量和竞争程度双双上升，代理商不断拓宽能力边界，强化对客户全面服务的能力，行业竞争日益激烈，媒体平台集中度的提升加剧了代理商的竞争；（3）中国品牌出海热或将为营销服务开拓增长空间，相比国内激烈的存量竞争，海外增量市场更具想象力，大量中国制造业企业、品牌以及媒体内容出海，带动营销出海服务的发展。

3、数据科技行业发展阶段

自2023年中央金融工作会议首次提出要做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融"五篇大文章"的任务要求以来，顶层设计逐渐清晰，2024年，关于做好金融"五篇大文章"的系列配套政策陆续发布，支持金融强国目标。艾瑞咨询在《2025年中国金融科技（FinTech）行业发展洞察报告》中预测，金融市场的繁荣与科技行业的飞速发展共同推动国内金融科技市场规模持续走高，预计将以约13.3%的复合增长率于2028年突破6,500亿元。

在金融科技的浪潮中，人工智能的发展正在推动金融行业从数字化向数智化转型。在数字化阶段，金融机构通过云计算、大数据、物联网等技术手段实现业务的自动化和标准化，而进入数智化阶段，金融机构通过引入生成式AI等先进的AI技术，实现市场分析、客户需求预测、风险管理控制等更为复杂的系统性任务。未来，随着数据的积淀和迭代的推进，大模型逐步向细分专业领域的深度及精度聚焦，有望促进生产力的提升。例如，在信贷领域，大模型推动探索数据价值的释放路径，助力建设新型贷款授信评估体系，持续提高小微企业、科技企业等社会各类主体的融资效率。

4、AI音箱行业的发展阶段

AI大模型为智能音箱注入了全新动能，在语音交互、内容生成和智能家居控制等方面显著增强了其智能化水平，为智能音箱行业开拓了更多高价值应用场景，未来在AI大模型的赋能下或将向全场景化应用、高端化转型和智能生态整合的方向发展。但近年来，受整体消费环境、产品自身迭代缓慢及其他智能音视频多媒体终端竞品冲击等因素的影响，智能音箱行业的发展受到一定制约，且行业持续保持较高的集中度，洛图科技的数据显示，2024年百度、小米、天猫精灵在中国智能音箱的市场份额合计增长至96.2%，主流品牌的竞争力持续增强，其他品牌则面临着较为严峻的挑战。

5、元宇宙行业的发展阶段

当前元宇宙行业发展所依赖的5G网络、云计算、虚拟仿真等底层技术水平的发展仍无法满足元宇宙的需求，VR/AR设备等硬件端，用户体验仍然不够理想，且内容生态不足导致用户粘性低，商业模式仍有待探索，行业仍面临一定的发展困境。

二、报告期内公司从事的主要业务

公司基于在互联网搜索、大数据、AI、IOT、区块链等领域的技术沉淀，长期优质服务凝聚的优质客户及媒体端资源，致力于开发与提供优质的互联网产品与服务。公司的主营业务为互联网媒体业务和数字营销业务，并发展自有品牌、数据科技、区块链、元宇宙等相关业务。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，在发展主营业务的基础上进一步加强了各业务板块间及与战略伙伴的协同发展。同时，在国内外生成式AI迅猛发展并加速与各行各业融合的背景下，公司密切关注新技术、新趋势的发展，积极探索AI大模型或工具与现有业务的结合，提升对前沿技术的应用能力，在垂直领域、应用领域探索新的商业和业务模式。

主要业务和经营模式如下：

1、互联网媒体业务

公司互联网媒体业务主要面向北美地区，包括PC端流量入口（以Eightpoint集团中的Eightpoint Interactive为主）和移动端流量入口（以PM、Eightpoint集团中的EET为主）业务。

PC端流量入口业务主要围绕搜索这一PC端互联网流量重要入口开展。Eightpoint Interactive拥有多款自研的PC端付费应用，包括Vuze Torrent Downloader、AdGone Ad Blocker以及YTD Video Downloader，在应用分发平台评分名列前茅，深受用户喜爱。与此同时，Eightpoint Interactive通过自研的浏览器Wave Browser以及Chrome插件等多种产品为用户提供丰富多样的互联网服务，并凭借大数据和算法对投放渠道、用户画像和获客效果进行多维度分析，在低成本获取高质量的用户的基础上将搜索请求分发给雅虎、谷歌等互联网企业，从而获得可观的商业变现收入。Eightpoint Interactive在多平台、多垂直赛道和多设备上都具有广泛的国际影响力，横跨30多个内容领域，日搜索量超百万，月活用户近两百万，能为客户提供优质时效、大规模的精准受众触达。

（PC端自研应用）

移动端流量入口业务主要围绕移动端产品矩阵开展。移动端在各个垂类赛道开发多样化的移动应用并不断优化，如天气、娱乐、新闻、文件扫描、航班追踪、健身、AI聊天、数学计算等，为用户提供优质的内容和良好的使用体验。通过广告展示、搜索、应用聚合等形式，向谷歌、Meta、雅虎等全球知名企业提供精准流量变现服务，目前拥有超四百万的月活用户。

（移动端产品矩阵）

2、数字营销业务

公司自2021年9月起正式成为华为鲸鸿动能（原HUAWEI Ads）广告代理商。2024年，公司继续为鲸鸿动能的铂金服务商，国内非独家代理范围扩大到整个N1、N2、N3行业，除此前的游戏、工具、社交、旅游外，公司在影音、生活服务等行业的业务规模也逐步扩大，并为拼多多等KA客户提供广告运营服务，同时，依托优质的客户、媒体服务以及公司海内外媒体营销网络，公司也为鲸鸿动能在海外广告代理业务的广告代理，为国内广告主的出海业务提供跨境广告代理服务。同时也为海外广告主提供入海广告代理服务。鲸鸿动能汇聚华为1+8+N全场景生态布局下的媒体流量，是超7亿用户的数字化营销平台。公司所代理的广告业务主要接入华为浏览器、华为视频、华为音乐等多个APP，并在锁屏、开屏、信息流等多个展示位进行投放。基于公司与鲸鸿动能前期的良好合作，自2023年起公司为国内广告主在华为海外终端的营销活动提供优质服务，目前服务范围已覆盖欧洲、中东、非洲、拉美及亚太地区，后续，公司也将进一步探索鲸鸿动能海外业务与公司的互联网媒体业务之间的战略协同，以实现最大程度为国内优质产品出海保驾护航。除鲸鸿动能外，公司积极探索拓展与其他海外媒体的合作，如互联网企业Yandex和社交网络平台VKontakte，助力国内广告主出海营销。

公司全资子公司智度智麦专注数字品牌广告业务，目前重点发展品牌新媒体社会化营销业务以及家庭客厅经济大屏端媒体品牌广告的代理，同时为品牌提供电商业务，是一家综合性的涵盖"品、心、效、销"全链路的社会化媒体整合营销服务商。智度智麦持续在视频类（含短视频类）、社交类媒体以及系统化营销方案的品牌业务端发力，同时，智度智麦的新媒体社会化营销业务拥有抖音、小红书等新媒体平台的营销代理权；家庭客厅经济大屏端业务，拥有芒果TV-OTT的代理权，是中国电信全国IPTV核心代理商及创维、海信、康佳、欢网、小米等OTT厂商的合作伙伴，为品牌提供智能大屏的整合营销服务；与虎扑、骑士卡、懂球帝等垂类媒体紧密合作，为头部品牌在细分市场的营销与推广提供精细化的品牌推广服务。智度智麦通过内部业务能力的提升、人员配置优化，并从外部吸收具备多年细分领域行业经验的核心团队，在创意策划、内容制作、媒介策略及媒体资源等专业领域进行人才储备，搭建了完善的前中后台新媒体团队，壮大了社会化媒体整合营销团队的核心竞争力，并储备了丰富的媒体资源。

其中，新媒体社会化营销业务方面，智度智麦直接作为抖音、小红书、B站等媒体端与广告主的桥梁，向广告主提供创意策划、短视频优质内容传播、媒介资源采买等核心服务，重点关注汽车、日化美妆、消费品、平台级客户。凭借优异的服务和优质的营销效果，2024年，智度智麦再度成为芒果IP宣发年度服务商，为湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司提供2024年芒果超媒及芒果TV综艺、剧集、纪录片、品牌推广等项目的内容推广服务。

公司全资子公司智度亦复是行业领先的营销服务供应商，拥有众多媒体渠道代理的核心资质。其中包括百度核心分销商、爱奇艺效果广告代理、优酷核心代理和巨量引擎代理授权等，全面覆盖互联网主流优质媒体。

此外，智度智麦、智度亦复不断开拓包括新能源汽车在内的汽车行业的客户。报告期内，智度智麦、智度亦复陆续中标长城、林肯、福特、捷途、捷豹路虎等品牌，汽车行业客户基础不断扩大。

长城汽车坦克500 Hi4-T

3、数据科技业务

公司的数据科技业务由子公司避雷针公司开展。避雷针公司通过独立研发整套机器学习建模算法，使用传统线性模型和人工智能算法相结合的方法，实现了自有的独特算法，并结合多年的数据洞察和行业理解，利用大数据思路分析信贷风险，解决风控痛点，提供智能决策。目前，主要服务于B端，涵盖银行、消费金融公司、保险、汽车金融、互联网金融等。

避雷针公司是全国第二家同时持有个人征信业务牌照和完成企业征信业务经营备案的市场化征信机构朴道征信有限公司（以下简称"朴道征信"）的首批签约服务商及核心技术服务商，与朴道征信形成了长期良好的合作；与全国第三家持有个人征信业务牌照的市场化征信机构的钱塘征信有限公司的合作已签约且业务已正式开展。

目前，已与数百家机构达成合作。其中，银行客户方面，旗下自主研发的图赫、图智、图灵、图宏、图源等风险预测产品已进入朴道征信以及中国银行、建设银行、微众银行、宁波银行、众邦银行、亿联银行、广州农商银行、红塔银行等多家银行总行层面的银行风控评分产品的采购清单，具有较高的市场认可度和竞争力；因应用效果等方面的优异表现，公司的风险预测产品中标中国银行总行、建设银行总行等银行的单一采购，成为其单一风控评分采购来源；微众银行是国内首家互联网银行，面对的客户小额、分散，查询需求量大，调用风险模型服务的需求相对较多，后续有望提升产品的应用率。

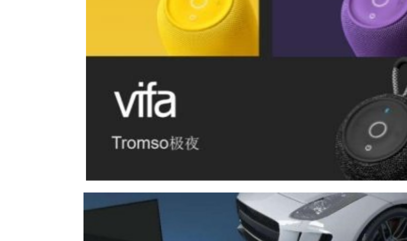
消费金融客户方面，已与蚂蚁消金、中银消金、建信消金、中信消金、平安消金、宁银消金、中原消金、海尔消金、中邮消金、小米消金等获准从事消费金融业务的持牌机构合作；互联网金融客户方面，避雷针公司已基本覆盖乐信、滴滴金融、嘉银金科、维信金科、小赢科技、信也科技、洋钱罐等互联网金融的头部机构；开拓了保险和汽车金融客户，产品已在众安保险等客户上线投入使用。

此外，凭借自身能力及优质服务，避雷针公司与蓝海银行、微众银行、宁银消金、中银消金、中信消金、蚂蚁消金、信也科技等客户进行联合建模，开发定制化的产品满足客户的个性化需求，进一步提升了与客户的合作；在巩固和提升智能风控业务的基础上，积极开拓营销等新业务，目前营销类产品线已有多家合作方上线。发展至今，避雷针公司已积累了丰富的行业知识和行业数据，获得包括字节、腾讯、阿里、京东、百度等多元化、稳定可持续的数据来源，丰富了客户的画像维度和精准度，能更好地满足合作机构的需要。

4、自有品牌业务

公司自有品牌业务主要为自行研发、推广的电声品牌。广州威发是公司开展自有品牌业务的重要子公司，广州威发结合公司在数字营销领域多年深耕积累的经验，以及消费品市场领域的专业化人才队伍建设，在中国、美国、欧洲等国家及地区均广泛布局。广州威发已加入中国电子音响行业协会（CAIA），并参与中国电子音响行业协会标准化技术委员会，致力于为电子音响行业标准化贡献技术和品牌力量。

广州威发旗下拥有Vifa、爱浪、珠江、爱威等品牌，其中，Vifa是拥有92年历史的丹麦国宝级声学品牌，专注于音频技术的研究开发与产品应用，用精湛的电声技术，精良的制造工艺，科技与艺术结合的独特调性打动消费者；结合Vifa声学引领制造标准的成熟加工工艺打造了自有电声品牌矩阵，产品涵盖家庭影院类产品、便携式户外音响、蓝牙耳机等声学品类；全业态专业声学解决方案Vifa SOUND已覆盖音响、显示器、手机、平板电脑、智能穿戴、家庭影院及汽车座舱调音等领域，作为专业的声学服务产品向国内外知名品牌输出，形成联合品牌效益。



5、区块链业务

公司区块链业务包括区块链底层技术创新研发及基于区块链技术的行业升级解决方案的创新性研究与落地。

在区块链技术应用层，公司已完成较为领先的区块链底层技术平台的搭建，并在供应链金融、智慧政务、溯源防伪、元宇宙等领域完成了区块链解决方案设计与应用建设，公司参与广州区块链国际贸易平台"粤易通"，实现了区块链技术在现代贸易业务领域的应用落地；完成了蒙牛集团"智牛链"一期项目建设，积极开放共享智度区块链技术及产品服务价值，通过优势互补的合作模式，孵化培育智度区块链分支产业。未来，公司在区块链等核心技术领域将持续探索与投入，加快推动区块链技术和产业创新发展。

在区块链的商业应用层，公司控股子公司已取得广东省金融局的许可，从事区块链+供应链金融科技服务业务，目前，与建设银行、中信银行、广州银行等银行已实现"总对总"级别的系统直连合作并陆续开展业务，其中，公司的"智链宝"是建设银行接入的首家第三方供应链金融平台；公司下属开展供应链金融业务的子公司智度保理已获准接入人民银行征信系统（中国人民银行征信中心全国首批地方金融组织11家创新试点单位之一）。智度供应链金融依托自身研发的供应链金融试点平台"智链宝"，充分利用"区块链+供应链金融"的平台优势向金融机构、核心企业及其供应商提供融资支持服务、资金结算支持服务、信用咨询及融资管理服务、信息化解决方案等。公司后续将继续在解决中小企业融资难的供应链金融以及包括各地方政府的政务处理及数据流转等方向上发力。

同时，公司区块链业务加强产学研融合，并参与多项国家和团体标准的研究和发布。公司下属的区块链企业是首批区块链信息服务备案企业之一、"可信区块链推进计划"理事单位、中国电子技术标准化研究院理事单位、中国互联网金融协会会员单位、中国食品药品质量安全促进会区块链专业委员会会长单位、广州市区块链协会常务副会长单位、广州市商业保理行业协会会员单位，公司自主研发的智链2.0系统已通过工信部电标院的区块链功能测试，入选广州市软件示范平台，获得"2020中国产业区块链企业50强"、广州市区块链协会颁发的"2020广州市区块链基础平台优秀提供商"、"2021可信区块链生态潜力金融案例"、"2021中国产业区块链优秀案例"等称号。

6、元宇宙业务

公司充分利用在互联网领域的技术储备、渠道优势及运营能力，结合战略合作伙伴国光电器在VR硬件设备制造业的产业链优势，打造了国内首家元宇宙艺术社区"Meta彼岸"，目前已在"Meta彼岸"中建造多座元宇宙艺术展馆，策划举办多场艺术展，发行了数百余款基于区块链技术的数字藏品，不断丰富元宇宙生态。随着AI技术突飞猛进的发展，公司在元宇宙社区中引入了可互动的进行过大模型微调训练的AI虚拟人角色，增强用户的互动体验。

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

追溯调整或重述原因

会计差错更正

元

	2024年末	2023年末		本年末比上年末增减	2022年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	5,027,709,511.10	4,613,520,415.58	4,660,753,888.18	7.87%	4,297,252,853.24	4,320,626,315.10
归属于上市公司股东的净资产	4,161,546,975.63	3,889,699,912.46	3,936,933,385.06	5.71%	3,564,225,104.25	3,587,598,566.11

	2024年	2023年		本年比上年增减	2022年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	3,307,051,678.25	2,885,970,678.40	2,885,970,678.40	14.59%	2,658,319,572.79	2,658,319,572.79
归属于上市公司股东的净利润	212,674,972.37	298,332,489.46	322,245,528.88	-34.00%	-403,025,756.25	-368,132,376.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	82,730,928.75	122,083,357.86	145,996,397.28	-43.33%	-417,983,080.87	-383,089,700.72
经营活动产生的现金流量净额	17,748,143.31	-259,391,131.57	-259,391,131.57	106.84%	785,966,745.92	785,966,745.92
基本每股收益（元/股）	0.1692	0.2337	0.2541	-33.41%	-0.3157	-0.2884
稀释每股收益（元/股）	0.1692	0.2337	0.2541	-33.41%	-0.3157	-0.2884
加权平均净资产收益率	5.24%	8.11%	8.68%	-3.44%	-10.87%	-9.91%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

1、重要会计政策变更

1）财政部于2023年11月发布《企业会计准则解释第17号》，涉及①流动负债与非流动负债的划分；②供应商融资安排的披露；③售后租回交易的会计处理；其中①、②自2024年1月1日起施行，③自2024年1月1日起施行，也可以选择自发布年度起施行。

本公司自2024年1月1日起开始执行前述规定。本公司管理层认为，前述规定未对本公司财务报告产生重大影响。

2）财政部于2024年12月发布《企业会计准则解释第18号》，涉及不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理，于印发之日起施行，允许企业自发布年度提前执行。

本公司自2024年1月1日起开始执行前述规定。本公司管理层认为，前述规定未对本公司财务报告产生重大影响。

2、会计差错更正

为切实保障公司以及全体股东的合法权益，剥离不良资产、改善公司基本面及盈利能力，有效降低经营风险，也为保证符合上市公司不得持有、代管自身股票，且不能接受自身股票作为抵押物的相关规定，为确保交易顺利履约，公司控股股东的一致行动人智度集团有限公司（以下简称"智度集团"）于2020年9月，与汤政（JOHN ZHENG TANG）、汤克云（汤政父亲）及其控制的相关主体，就处置智度股份所持深圳市范特西科技有限公司（以下简称"范特西"）股权的整体安排，签署了《股权转让框架协议》（以下简称"框架协议"）。智度股份并非前述框架协议的签署方，智度股份不享有该框架协议项下各项权利，也不承担该框架协议项下各项义务（关于范特西的股权处置详见公司于2020年12月23日在巨潮资讯网上披露的《关于出售全资子公司100%股权暨关联交易公告》（2020-144））。

公司现审慎评估了框架协议的签署方、内容以及截止目前的履行情况，根据实质重于形式的原则，在进行北京奇酷相关的会计处理时，综合考虑框架协议的影响，重新进行了会计判断。

基于2020年框架协议这一特定单一事件的重新会计判断，及其对后续年度延伸的会计影响，公司重新评估框架协议的内容，根据协议中约定的北京奇酷的确定的回购金额，将回购北京奇酷的款项确认为一项债权，并调减长期股权投资金额，调增其他应收款金额。

综合考虑汤氏父子质押的公司股票作为担保之情形，结合当时的公司股票的可变现价值、北京奇酷评估值等因素，公司重新计算2020年至2023年各年末转让北京奇酷债权的预计可回收金额，并调整其他应收款坏账准备。

公司对2020年至2023年末汤氏父子或其指定主体财务状况和资信情况以及未来还款能力重新评估，根据重新评估的结果，调减对出售范特西形成的其他应收款计提的坏账准备。

具体详见公司在巨潮资讯网上披露的《智度科技股份有限公司关于前期会计差错更正及追溯调整的公告》（2025-011）

（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	730,067,463.61	696,873,161.55	872,895,305.03	1,007,215,748.06
归属于上市公司股东的净利润	55,234,476.63	46,349,232.19	53,670,941.39	57,420,322.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	27,655,710.81	13,528,549.18	23,730,833.25	17,815,835.51
经营活动产生的现金流量净额	167,498,767.51	-3,964,787.67	-214,612,993.91	68,827,157.38

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	144,185	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	135,104	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（不含通过转融通出借股份）

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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
北京智度德普股权投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	16.52%	208,966,338	0	不适用	0
智度集团有限公司	境内非国有法人	6.57%	83,088,573	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	1.83%	23,162,857	0	不适用	0
拉萨经济技术开发区智恒咨询有限公司	境内非国有法人	1.76%	22,245,967	0	不适用	0
招商银行股份有限公司－南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.66%	8,360,339	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司－广发中证传媒交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.39%	4,900,900	0	不适用	0
招商银行股份有限公司－华夏中证1000交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.35%	4,483,500	0	不适用	0
陈玉青	境内自然人	0.31%	3,884,100	0	不适用	0
林正友	境内自然人	0.30%	3,780,805	0	不适用	0
中国工商银行股份有限公司－广发中证1000交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.27%	3,463,400	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、智度集团有限公司、拉萨经济技术开发区智恒咨询有限公司是公司控股股东北京智度德普股权投资中心（有限合伙）的一致行动人。2、除此之外，未知其他前10名股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	智度集团有限公司截至2024年12月31日持有本公司股份为83,088,573股，持股比例为6.57%，其中通过广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有64,983,945股；陈玉青截至2024年12月31日持有本公司股份为3,884,100股，持股比例为0.31%，其中通过申万宏源证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有2,341,600股。					

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☑适用 □不适用

单位：股

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

股东名称（全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
招商银行股份有限公司－南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	1,226,439.00	0.10%	273,900.00	0.02%	8,360,339.00	0.66%	0.00	0.00%
招商银行股份有限公司－华夏中证1000交易型开放式指数证券投资基金	1,136,000.00	0.09%	104,000.00	0.01%	4,483,500.00	0.35%	0.00	0.00%
中国工商银行股份有限公司－广发中证1000交易型开放式指数证券投资基金	1,067,600.00	0.08%	323,800.00	0.03%	3,463,400.00	0.27%	0.00	0.00%

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

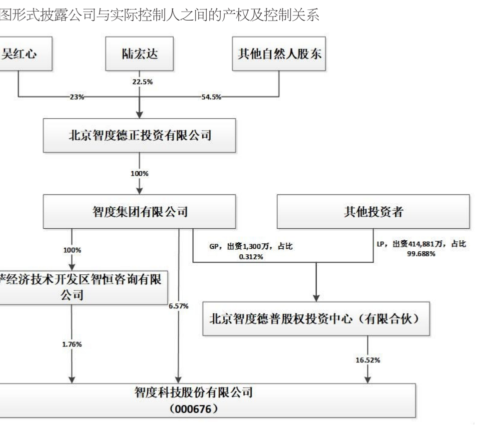
□适用 ☑不适用

（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、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 ☑不适用

三、重要事项

报告期内，美国等海外市场通胀率下降，但经济和消费者支出仍存在不确定性；国内经济运行总体平稳、稳中有进，数字营销行业表现活跃，但市场竞争激烈。公司管理层紧密围绕董事会的战略安排，夯实第一曲线互联网媒体和数字营销业务的基本盘，努力发展第二曲线的自有声学品牌业务，同时推进第三曲线元宇宙、数据科技业务、区块链技术及应用场景，稳定开展各项经营管理工作，积极优化资源配置，提升核心竞争力、经营能力和综合实力。公司牢牢树立"现金流第一、利润第二、收入第三"的经营策略，加强现金流的管控及风险控制等相关工作并择机优化业务结构，优化资源配置，在控制费用提升经营效率等方面取得一定成效，并在优化资产质量、维持较低的资产负债率、提升利润质量和资金实力以抵御风险等方面继续加强。

报告期内，公司实现营业收入330,705.17万元，较上年同期的288,597.07万元上升14.59%，归属于上市公司股东的净利润为21,267.50万元，较上年同期的32,224.55万元（调整后）下降34.00%，公司毛利率17.18%，比上年同期的19.97%下降2.79个百分点，毛利率下降主要在于数字营销行业竞争激烈，为拓展更优质客户资源，成本增加，此外，从长期发展考虑，公司在互联网媒体业务的移动端业务中推出更多样化、更智能化的产品，基于较好的ROI表现，为了扩大新产品的获客，增加了在相关平台上的投放及推广，但随着公司产品智能化水平的提高、功能的优化、用户规模的不断增长和用户黏性的增强，将有望提升用户全生命周期价值(LTV)。经营活动产生的现金流量净额1,774.81万元，现金及现金等价物合计16.05亿元（其中，货币资金10.93亿元，持有的低风险、高流动性的现金资产理财产品5.13亿元），银行有息贷款2.45亿元，公司的有息负债现金覆盖率为6.56，流动比率4.86，公司具备发展优势业务和拓展培育新业务的充沛现金基础和前提。

其中，毛利率较高的互联网媒体业务实现营业收入115,838.45万元，占公司营业收入的35.03%，实现毛利39,405.33万元，占公司毛利的69.36%；毛利率相对较低的数字营销业务实现营业收入198,294.83万元，占公司营业收入的59.96%，实现毛利9,078.73万元，占公司毛利的15.98%。公司继续严控各项费用类支出，销售费用较上年同期下降4.25%、管理费用较上年同期下降15.01%、财务费用中的利息收入超过利息支出，财务费用较上年同期下降63.91%。公司资产负债率为14.64%，维持较低水平。公司盈利能力和应收款项管控能力进一步提升、资产负债情况及资产质量等基本面持续优化改善，具有充裕的资金实力和较强的抗风险能力。

1、稳步发展互联网媒体业务，产品多样化的策略成果显著，着力打造长期价值

报告期内，公司海外子公司凭借较强的技术壁垒、优质的品牌客户以及优秀的业务团队，不断开拓进取，产品多样化的策略成果显著，互联网媒体业务营业收入实现多样化构成，并在PC端和移动端上应用AI技术，以提高运营效率并提升客户体验。

在PC端，继续实施产品多样化策略，在稳定发展插件业务和付费应用业务的同时，不断提升浏览器和数字媒体业务在PC端业务收入中的占比，为应对日益激烈的竞争，2023年下半年在浏览器业务中实施的多项产品和获客策略增强措施在提高LTV、提升2024年的收入水平方面取得一定成效，2024年又推出了包括AI助理、广告拦截等付费订阅功能的浏览器Wave Pro（下载地址：https://wavebrowser.co/features/ai），在继续改善用户体验和加强价值实现的同时，维持浏览器的市场地位。其中，浏览器业务实现营业收入30,581.05万元，占PC端业务总收入近50%，受行业竞争成本提升的影响，实现毛利14,728.57万元，较上年同期下降30.45%；数字媒体业务在提升业务规模的同时，还通过扩大自动媒体采买技术提升毛利率，实现营业收入30,334.21万元，较上年同期大幅增长44.80%，占PC端业务总收入由上年的34.07%上升至44.95%，实现毛利5,509.07万元，较上年同期大幅增长155.70%。

在移动端，继续全力加速产品布局，增强用户体验，关注产品质量、稳定性和可持续增长。现有工具类广告变现App和客户付费订阅类App60余个，全部通过谷歌合规审核上架，其中天气类、新闻类、扫描类App在Google Play Store和App Store应用商店长期同类别排名前十。通过丰富产品类目、拓展投放渠道、优化用户体验与持续精准投放的战略实施，不断为移动端用户提供优质、便利的服务，带来了移动端业务的持续增长，商业变现能力不断增强。同时，基于长期发展的考虑，公司支持移动端结合新技术和新趋势研发新的APP产品。2024年推出工具类、生活方式、健康等11款App，产品组合继续扩大，产品自上线以来，iOS端平均活跃订阅用户数和Android端平均日活数保持增长趋势，多款App在Google Play Store和App Store应用商店中获得了用户的高度认可；在收入方面，移动端也展现了较好的成长趋势。报告期内，移动端业务实现收入46,524.76万元，同比增长95.21%，实现营业毛利13,225.56万元，同比增长70.39%，营业毛利大幅增加但毛利率较上年同比下降，主要在于公司在互联网媒体业务的移动端业务中推出更多样化、更智能化的产品，基于较好的ROI表现，为了扩大新产品的获客，增加了在相关平台上的投放及推广，但随着公司产品智能化水平的提高、功能的优化、用户规模的不断增长和用户黏性的增强，将有望提升LTV，且长期看，相对更完善、更智能化的产品功能将更满足用户需求，有助于提升用户体验和粘性，从而不断优化业务组合，提升市场竞争力，为公司带来长期价值。

公司已在互联网媒体业务的部分业务线中应用ChatGPT、Stable Diffusion等大模型，用于提升内容制作效率及质量，降低内容生成成本，丰富与用户的交互，从而提升用户的体验感和粘性。在移动端业务方面，Ai Math Solver Now等App已接入ChatGPT，丰富了与用户的交互功能及输出的内容，提升了用户体验以及留存，更好地满足了用户使用需求；在PC端的数字媒体业务中使用ChatGPT、Stable Diffusion等为内容网站生成文章和图像，包括生成高质量的文本、快速撰写商业文案、理解文本含义以及生成文字、图像和语音等多种形式的内容，在提升内容生产效率和用户留存方面初见成效；在自有浏览器Wave Browser的侧栏开发了快捷登陆功能，便于用户登录并使用ChatGPT，以吸引用户留存；使用AI技术确定和执行策略以扩大覆盖范围，优化搜索。报告期内，PC端业务上线了浏览器Wave Pro，可为用户提供AI助理、广告拦截等付费订阅功能，其中，AI助理功能集成ChatGPT模型，方便用户在浏览器侧边栏与AI助理交流，轻松进行多任务处理，提高工作效率。未来，互联网媒体业务将结合市场情况继续开发基于AI的产品并结合AI技术提升运营能力，不断提升市场竞争力。

$$

C:\Users\87116\Desktop\王 三整版 D725-D727 智度股份 中信特钢\000676 智度股份_F_12_S_57221\D725-D727-AR2024-06b27.jpg

$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$=$$$

（Ai Math Solver Now APP）

$$

C:\Users\87116\Desktop\王 三整版 D725-D727 智度股份 中信特钢\000676 智度股份_F_12_S_57221\D725-D727-AR2024-06b2b.jpg

$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$$=$$$

（Wave AI Assistant）

2、倾斜资源发挥自身优势开展业务，优化整合数字营销业务，完善新媒体平台代理资质全力发展新媒体社会化营销业务

报告期内，数字营销行业保持活跃，但行业竞争加剧，对毛利率产生一定的影响。2024年，公司继续向鲸鸿动能广告代理业务倾斜资金、人力等公司资源，充分发挥自身优势，不断拓宽优质客户群体，增强客户基础，除此前的游戏、社交、工具、旅游外，公司在影音、生活服务等行业的业务规模也逐步扩大，并紧跟市场趋势及客户需求进一步开拓出海业务；逐步完善新媒体业务的主流新媒体平台代理商资质，同时，公司继续根据市场变化，优先选择信誉较好、实力较强的客户作为合作伙伴，数字营销业务结构持续优化。数字营销业务实现营业收入198,294.83万元，较上年同期上升9,574.00万元；实现毛利9,078.73万元，较上年同期下降3,995.22万元。此外，公司继续跟进并积极探索文生文、文生图、文生视频等不同的AI大模型或工具的最新进展及在数字营销业务的应用，提升创作能力以及内容营销的质量和效率，更好地满足客户需求。

3、应用项目落地取得新进展

区块链应用项目落地持续推进。报告期内，公司继续积极推动智度区块链底层技术赋能产业升级和智慧治理。在区块链供应链金融业务方面，公司基于"智链宝"供应链金融服务平台，与中国银行、建设银行、广发银行、中信银行、广州银行等金融机构达成业务合作，面向国光电器（002045.SZ）、瀛通通讯股份有限公司（002861.SZ）等超20家核心企业及其产业链上超500多家中小企业提供高质量、低成本的科技金融服务，其中，依托与建设银行、中信银行、广州银行的"总对总"级别的系统直连，截至2024年12月31日，累计助力中小微企业完成融资19.3亿元，有效解决中小企业"融资难、融资贵"的问题。

公司下属开展供应链金融业务的子公司智度保理已获准接入人民银行征信系统（中国人民银行征信中心全国首批地方金融组织11家创新试点单位之一），有助于进一步提升业务风险管控的效率与能力；同时，公司积极在数字人民币应用领域进行探索与尝试，智度保理已开通中国人民银行的数字人民币钱包，并通过供应链金融试点平台"智链宝"陆续开展基于央行数字人民币的供应链金融保理融资业务投放；在区块链技术应用落地方面，公司为广州市政府下属集团公司企业定制管理系统项目，输出供应链管理、融资管理和OA协同办公等一体化的信息数字化经营管理平台解决方案，助力企业快速开启全流程精细化运营、构建数字化生态链条，项目已完成并交付；与省属国资委下属企业保理公司签署战略合作，双方基于在数字化金融及产业生态各领域加强合作，高效且安全地推动保理公司内部数字化进程，协同服务链属企业，促进产业生态发展，目前继续协商并推进项目后续的具体实施方案；为白云电器子公司开发供应链服务管理系统。

持续探索与以ChatGPT为代表的AI技术相结合的应用研发。公司已在海外互联网媒体业务的部分业务中应用ChatGPT、Stable Diffusion等AI大模型，在数字营销业务中应用文心一言、DeepSeek等AI大模型并积极探索应用文生文、文生图、文生视频等不同的AI大模型或工具以提高数字营销活动的效果和效率，与国光电器共同研发的智能音箱Vifa ChatMini已于2023年8月正式发布，并已在京东等大型电商平台销售。报告期内，公司继续更新迭代Vifa Chatmini所用的大模型，目前已支持GPT-4o模型，此外，Vifa ChatMini持续优化和迭代AI功能，可支持AI定制声音服务。

报告期内，"Meta彼岸"在更新迭代过程中进一步丰富社交功能，提升用户参与感。如公司与广州市税务局共同打造的元宇宙办税大厅，公司将自身积累的3D虚拟人技术与ChatGPT和文心一言等AI大模型的AI能力相结合，并通过衔接语音转文字和文字转语音等技术，让用户可以通过手机或智能音箱等设备与AI虚拟人进行实时对话，同时纳税人可以选择不同的区域与AI虚拟人进行纳税事项实时咨询和沟通等，从而更好地满足纳税人的需求。