（上接C154 版）

（2）项目的建设是践行公司“技术驱动业务”战略的重要举措

第一，基于人工智能、大数据等技术的广告内容生产将大大提高公司的数字内容制作能力。

公司是国内头部的数字营销公司，一直以来非常重视内容的制作，依托其技术优势，将产品和服务相结合、内容和创意相融合，为广告主提供定制化的从广告内容制作到广告媒体选择、广告投放的全流程服务。随着市场环境的变化，受众者对广告的展示内容、展示形式也发生着变化，特别是随着 5G 时代的到来，社会进入视频时代，也推动短视频、AR 等形式的广告内容需求出现爆发式增长，能否快速响应市场的需求将成为影响数字营销公司竞争力的关键。本项目的建设充分利用人工智能、大数据等前沿技术，将其与平面广告、短视频广告、AR 广告等广告内容的生产紧密结合起来，无论是从数量上还是创意形态上，都大大提高了广告内容的制作能力，从而也提高了对客户的服务能力，增强了客户的粘性。

第二，基于人工智能、5G 等技术的场景精准营销将大大丰富公司的数字营销媒体资源。

随着数字营销场景化、精准化的发展趋势越来越明显，无论是线上的视频内容，还是线下的视频终端，与场景相关的可开发媒体资源都将成为各个公司拓宽媒体渠道、加强媒体覆盖的重要方向。本项目的建设可充分发挥公司在头部视频媒体资源领域的优势，通过人工智能技术协助视频媒体资源对海量的视频内容进行处理，发掘出大量的与场景相关的广告位资源，共同为广告主提供更精准的广告投放服务。此外，针对 5G 商用后进入的屏幕时代，线下场景和线上视频广告内容的融合也将成为主流，本项目在线下场景视频广告营销领域的布局，也可大大拓宽公司的数字营销媒体资源，为客户提供从线上到线下的全方位广告营销服务。

第三，本项目的建设也将进一步提高公司的技术实力，为未来进一步推动公司的技术驱动战略奠定深厚的基础。

本项目的建设将在人工智能、大数据、5G 等技术领域进行大力的投入，充分推动这些新技术与数字营销业务的深度融合，提高公司数字营销业务的技术竞争力、产品竞争力和市场竞争力，奠定公司在行业的领先地位。此外，对于这些前沿技术、新技术的投入，也使得公司的底层技术能力得到大力的提升，这些技术除了在数字营销领域发挥作用以外，也可以同步推动在其他业务领域的应用，从而整体提升公司的技术实力，真正实现技术对公司全业务的驱动，为公司未来的发展奠定深厚的技术基础。

（3）项目的建设是公司做大做强数字营销业务的有力抓手

第一，本项目实施可以进一步提高对广告主的服务能力

作为国内头部的数字营销公司，多年来为金融、游戏、快消、汽车、旅游、家电等行业的品牌广告主提供营销服务，服务的品牌包括联合利华、松下、法拉利、东风日产、三七互娱、招商银行、太平洋保险等。但随着移动互联网、5G、物联网、人工智能、大数据等技术和行业的发展，广告主对广告投放的内容、场景、实效等都有了新的要求。在为客户提供现有数字营销服务的基础上，通过本项目的实施可以进一步提升为客户制作广告内容的能力、丰富客户的广告投放渠道、提高广告投放的精准性，为客户提供更加全面、更加有效的数字营销服务，这将有助于公司增加与现有客户的合作深度、拓展更多的新客户，进一步提高公司数字营销业务的规模和竞争力。

第二，本项目实施可进一步提高与媒体资源的合作粘性

媒体资源的获取能力和合作连续性是保证公司可持续发展的关键，特别是对于头部的媒体资源的获取对公司的发展至关重要。公司目前拥有丰富的传统媒体资源，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、一点资讯等硬核媒体厂商的核心代理资质，在行业内处于领先地位。但随着市场竞争的加剧，对头部媒体资源的争夺也更加激烈。本项目的实施是针对网络视频媒体的海量视频内容资源，通过技术手段释放更多的与视频场景相关的广告位资源，这可有效解决目前网络视频媒体面临的传统广告对用户体验造成的影响，在不影响体验的情况下实现广告的营收。因此，本项目的实施是公司借助在技术方面的积累，契合了视频媒体的需求，与视频媒体可实现共赢。对于公司来说，既获取了更多的媒体资源，也增加了与这些视频媒体的合作粘性，有利于公司进一步壮大数字营销业务。

3、项目建设可行性

（1）本项目建设符合政策要求和行业发展趋势，未来市场空间巨大

无论是广告业的发展，还是人工智能技术、大数据技术、5G 技术的发展，都得到了国家政策的大力鼓励，国家先后出台了《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划（2018-2020 年）》、《广告产业发展“十三五”规划》等相关政策，以及完成了 5G 商用牌照的发放。本项目是人工智能、大数据等前沿技术在广告营销行业中的应用，是与广告营销的深度融合，所以符合国家的政策导向。

随着移动互联网、5G 等技术的持续发展，视频时代已经来临，以网络视频、移动短视频等为主的视频内容产业出现爆发式增长，视频内容在广告营销领域所体现出的商业化价值巨大，易观咨询的研究数据显示，预计到 2022 年，中国网络视频广告市场规模将达到 982 亿元，仍将保持平均 10%以上的增长速度。网络视频广告已成为广告主重要的营销方式之一，而且随着网络技术的提升，这一趋势将加快推进。同时，伴随着大数据、人工智能等新技术的不断涌现，也给视频营销产业带来了新的机遇。人工智能技术在广告内容制作领域的应用，改变了广告内容制作传统完全靠人工的方式，提升了广告内容制作的效率；人工智能技术在线上线下场景营销领域中的应用，既为视频营销行业带来了增量市场，又进一步提高了广告的精准投放效果。因此，本项目建设正值数字营销产业生态被 AI 技术进行变革的初期，可以充分迎合未来行业的发展趋势，提前建立自己的核心竞争力，赢得未来更大的市场。

（2）公司拥有强大的客户资源和媒体资源，为本项目建设奠定了市场基础

智度股份作为国内头部的数字营销公司，在上游拥有非常丰富的媒体资源，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、一点资讯等硬核媒体厂商的核心代理资质。智度先后荣获阿里文娱智能营销平台 2019 年度 KA 核心代理商、KA 金融行业和软件行业代理商牌照授权，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。本项目的场景精准营销平台特别是其中的视频场景营销平台，本身就是利用人工智能技术与视频媒体一起对其海量的视频内容进行技术革新，提炼出与场景相关的广告位资源，因此丰富的视频媒体资源为公司进行场景精准营销奠定了良好的资源基础。

另外，公司长期为金融、游戏、快消、汽车、旅游、家电等行业的品牌广告主提供营销服务，服务的品牌包括联合利华、松下、法拉利、东风日产、三七互娱、招商银行、太平洋保险等。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。大型、优质客户往往实力强、信誉好、知名度高、抗风险能力强，客户预算规模较大且持续、稳定增加。本项目建设的智能化广告内容生产平台可以为这些客户提供更加丰富、更加及时的广告内容，场景精准营销平台可以为客户提供更加精准的广告投放渠道，不断的巩固与客户的合作基础，并对客户的需求进行深度挖掘，是公司业绩提升的有力保障。

（3）公司以技术驱动为重要战略，拥有深厚的技术沉淀和人才储备

公司始终坚持以技术创新推动公司整体业务的持续发展，塑造技术核心竞争力，进一步扩大公司产品市场份额。随着大数据、AI 算法等技术的发展和完善，公司一直尝试将该等技术运用到公司业务中，充分发挥其核心禀赋提升服务效率，提高客户满意度，打造差异化竞争优势，建立坚实的技术壁垒。经过过多的发展，已经积累一大批成熟的技术，如搜索技术、大数据分析技术、信息安全技术等，建设了包括竞品追踪系统、moniter 流量管控系统，DMP 数据系统、SSP 平台系统、嵌入式 SDK 系统、猎鹰胜效通反作弊核心算法软件等产品。雄厚的技术沉淀将为本项目的实施奠定良好的技术保障。

在人才方面，公司本科及以上学历的员工占 70%以上，且引入了较多的海外互联网行业相关人才，对全球互联网市场有深入的了解和研究。公司管理团队有着丰富的行业经验，对行业有着深刻理解，在移动互联网行业趋势判断、资源整合运营、流量变现、广告商务合作等领域积累了丰富的经验并形成了自己的方法论。公司的核心人员均具有多年的行业工作经验，曾就职于百度、腾讯、阿里、好耶等知名企业，对行业发展及竞争情况把握精准，对商业机会和市场态势分析敏锐。另外公司持续吸纳有资源的外部优秀技术人才团队，在自身研发孵化的同时进行投资布局，通过产业并购的方式吸纳外部优秀技术公司，实现公司内生外延式的技术沉淀。因此，无论是在管理人才方面，还是技术人才方面，公司都具备实施本项目的人才基础。

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：

序号	时间安排	Y1				Y2				Y3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	场地购置及装修												
2	设备购置												
3	硬件软件平台搭建												
4	人员引进与培训												
5	项目研发												
6	流量采购												
7	运行												

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 72,033.46 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

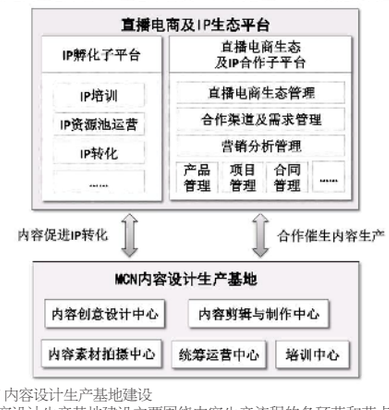
截至本预案公告日，公司已完成本项目备案，环评（如需）等相关手续正在办理中，公司将根据相关要求尽快办理其他相关手续。

（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 57,311.54 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 内容设计生产基地设有：内容创意设计中心、内容素材拍摄中心、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，在缓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即使抓取和分析，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、自有流量影响力、商业话语权等。

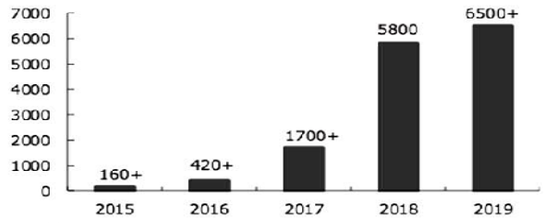
通过直播电商及 IP 生态平台的建设，公司一方面可提供 IP 孵化、培养变现的生态；同时提升对直播电商生态的融合能力，以及针对广告主全域流量需求的整合营销能力，和对潜在消费群体的精准触达能力，通过全方位分析，为广告主提供最优化的资源矩阵组合；此外，基于对平台、用户和数据等的分析，完善优胜劣汰机制，有效扩大公司自有流量的影响力、IP 资源的掌控力、电商网红及内容网红的创造力、商业化变现能力。

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

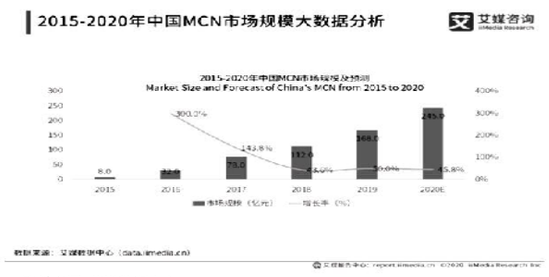
MCN 机构自 2016 年起发展迅猛，截至 2019 年机构数量累计已达到 6500 家以上，变现渠道也从以广告营销为主转为多元化的变现方式。依据艾媒咨询相关数据，在 2019 年的直播电商带货效益不断展现后，预计到 2020 年中国 MCN 市场规模将进一步扩展，达到 245.0 亿元。

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 业态快速发展的催化剂，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创作端，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往往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 提供更大的存活空间，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、内容素材拍摄中心、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，扩充渠道分发资源及运作经验，满足公司业务升级和可持续满足的切实需要，帮助公司实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、流量经营平台以及商业变现渠道。随着用户对移动互联网依赖程度的逐步加深，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/留存和批量账号管理，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自有专业团队，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。把握着品牌广告相关资源。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。

公司注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 年继续孵化自有 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 塔倍思社交、Searchwin 佑迎搜索、ValueMaker 万流客网络科技、DigitalSight 谛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。亦复旗下的谛视聚合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 金融行业和软件行业代理商牌照授权，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%	是
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：

序号	时间安排	Y1				Y2				Y3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	场地购置及装修												
2	设备购置												
3	硬件软件平台搭建												
4	人员引进与培训（KOL 签约）与培训												
5	项目运行												

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 16.84%，动态投资回收期（含建设期）为 7.66 年，经济效益良好。

7、项目批准情况

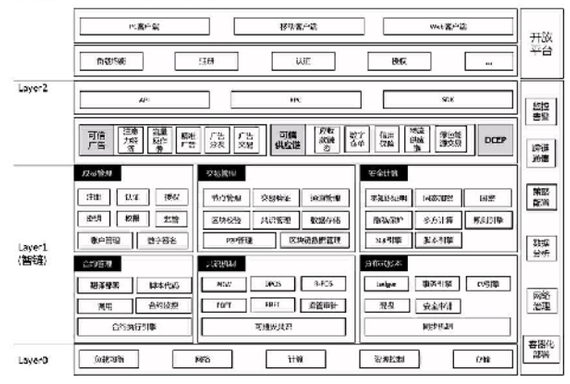
截至本预案公告日，公司已完成本项目备案，环评（如需）等相关手续正在办理中，公司将根据相关要求尽快办理其他相关手续。

（三）区块链基础设施、应用平台与央行数字货币（DC/EP）场景化应用开发建设项目

1、项目基本情况

本项目计划投资 42,602.47 万元（其中拟使用募集资金 33,149.18 万元），建设区块链基础设施、应用平台与央行数字货币（DC/EP）场景化应用开发项目，包含全国性大型区块链服务基础设施平台以及其基础之上的供应链和广告链两个区块链产业服务平台，未来计划在产业服务平台的场景化中接入央行数字货币（DC/EP）。平台建成后，智度股份将能够为供应链管理和广告投放两个典型场景的所有相关组织提供上链的咨询、实施和运维服务。为其他垂直行业的区块链联盟链运营方提供基础设施支持。

智链区块链平台整体技术架构图



（1）研发区块链底层技术平台软件“智链”

智链包括数据层、网络层、共识层和合约层四层，包括成员管理、交易管理、安全计算、合约管理、共识机制、分布式账本等基础组件。项目将在已有智链平台的基础上进一步研发基于深度置信网络的超级人工智能、边缘计算+物联网、海量的 IoT 设备互联互操作、安全多方计算、国密、审计、可信硬件等核心组件。以形成在区块链底层技术平台领域的技术优势。同时，项目将实现 DC/EP 的支付环境和智能化交易合约的开发，全面提升智链应用层的交易性能及安全性。

（2）研发可信广告链与可信供应链两条应用链及管理平台

应用层的产品有可信广告、可信供应链两大核心应用，其中可信广告链包括注意力经济、流量反作弊、精准广告、广告分发、基于智能合约的 DC/EP 自动化广告交易等模块。可信供应链包括应收款融资、数字仓单、信用保险、物流供应链、绿色能源交易等模块。

随着 DC/EP 智能合约功能完善、具有可编程性，并且满足对 DC/EP 的电子钱包进行差异化身份配置等前提条件，则可以前置设定 DC/EP 的交易对象（广告链中的各个参与主体）以及交易条件（满足广告主付款的条件），通过可信广告链实现 DC/EP 的智能交易，完成交易资金闭环，提升交易效率及安全性。

在应用层之上项目将研发平台基础能力接口供第三方接入，以提供开发平台能力。这个接入层负责客户端的接入、鉴权、负载均衡、协议转换等。在此基础上搭建智链开放平台，助力开发者快速开发、部署智能合约，企业或个人可以轻松将自己的产品和服务上链，更加便捷地开发区块链应用。

项目将研发贯穿整个区块链各层的管理平台及中间件服务，包括监控告警、跨链通信、策略和配置、网络治理、数据分析，容器化自动部署等功能模块。

（3）购买基础软硬件，部署智链，形成全国性区块链服务基础设施平台。部署两条应用链，形成供应链和广告链两个区块链产业服务平台。

项目将购置基础软硬件，部署智链平台，形成跨公网、跨地域、跨机构的全国性区块链服务基础设施平台。这个基础设施平台能够为各个垂直行业的各类区块链应用提供基础设施，包括节点、网络、以及包括共识、加密、账本等核心组件的区块链技术平台服务。从国家层面，基础设施平台能够促进区块链行业发展，打造区块链创新应用示范，激发区块链创新活力。

项目将对广告和供应链两个区块链产业服务平台进行规划设计，在智链平台上部署自主研发的两条应用链。两个区块链产业服务平台支持广告行业各参与方、供应链各参与方快速上链，降低其技术投入。

基础设施平台和两个区块链产业服务平台都具有安全可控可监管、完全自主创新、开放包容可持续等特点。

（4）形成区块链的运营体系，培育推广团队、咨询团队、实施团队、服务团队，形成服务规范

项目要实现区块链服务基础设施平台、两个区块链产业服务平台的运营体系。项目将基于在广告业、供应链、保险、溯源等领域的客户积累，形成有原有销售人员参与的三大平台的推广团队。在广告业向广告主、短视频平台、门户网站等推广。在供应链领域先行向国光电器及其上下游企业进行推广，同时延展到企业供应链上的各中角色。向其他行业用户推广区块链服务基础设施平台。

项目将招聘有经验的、相关专业的优秀人才形成咨询团队。培养咨询顾问的专业技能、人际协作技能和咨询技能。使咨询顾问成为区块链应用的专家，能够解决客户的各种咨询问题，制定实施计划。项目将基于已有的研发团队，招聘技术人员，对其进行三大平台的培训，形成现场实施团队和其他服务团队。在培育团队的同时，项目将不断总结应用的经验，形成服务规范并不断改进，以提升服务的能力。

2、项目建设必要性

（1）项目建设是顺应国家和产业发展政策，加快实现技术引领的必由之路

2019 年 10 月，习近平总书记的重要讲话，将区块链上升到国家战略高度。习近平强调，区块链技术的集成应用在新的技术革新和产业变革中起着重要作用。我们要把区块链作为核心技术自主创新的重要突破口，明确主攻方向，加大投入力度，着力攻克一批关键核心技术，加快推动区块链技术和产业创新发展。

2020 年 4 月，国家发改委首次明确新型基础设施的范围，新型基础设施是以新发展理念为引领，以技术创新为驱动，以信息网络为基础，面向高质量发展需要，提供数字转型、智能升级、融合创新等服务的基础设施体系。新型基础设施主要包括 3 个方面内容，信息基础设施、融合基础设施和创新基础设施。其中信息基础设施就包括以人工智能、云计算、区块链等为代表的新技术基础设施。本项目所建设的区块链基础设施属于新型基础设施的范围，是国家重点支持和鼓励的内容。

目前数字人民币 DC/EP 研发工作正在稳妥推进，将先行在深圳、苏州、雄安新区、成都及未来的冬奥场景进行内部封闭试点测试，以不断优化和完善功能。从 5 月 1 日起，央行数字货币 DC/EP 将正式在苏州等地开始试点，试点单位员工其工资中的交通补贴的 50%将通过央行数字货币的形式发放，数字货币走进现实。

DC/EP 作为货币数字化的改革，中国将建立更加安全、方便、快捷的金融支付体系，从而带动数字经济化的深入，并且渗透到更加广泛的领域。加快数字化转型，打造各个领域数据可相互支撑、相互促进、相互依赖、相互转化的数字经济体系，推动整个中国进入全新的数字时代。新型的虚拟银行、数字银行将来会有更多的玩法，诸如新的金融创新和新的金融规则的出现，未来将会发展出更多的竞争业态。从全球视角来看，中国 DC/EP 的落地是整个全球经济数字化进程中的一个组成。随着区块链赋能的逐步深入，新技术的突破，定会不断的加快整个数字经济的发展，更多的实体资产向数字资产转移，数字资产新时代会到来。

区块链底层环境的建设是实现区块链快速应用，同时反过来推动区块链进行技术革新的有效途径。当前，以太坊是国际上流行的区块链基础设施，应用以太坊存在几个问题。第一是安全性差，不满足我国央行内容可管可控的要求。第二效率低，速度慢。第三，价格高。目前，国内区块链行业内还缺少一致认可并共同使用的区块链底层环境。业界对于建立一个各方均认可的区块链公共基础设施呼声很高。各项公共服务需要海量的接入节点，小的联盟链难以满足需求。

项目研发的区块链底层技术平台，目前公司的现有平台在多节点环境下已经具备较好的效率，通过项目研发还将进一步提高，同时项目在深度置信网络人工智能、边缘计算+物联网、海量的 IoT