

附件一、投资者关系活动记录表格式

证券代码：000676

证券简称：智度股份

智度科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-01

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上投资者
时间	2021年4月30日
地点	通过微信小程序“智度股份投资者关系”，采用网络远程的方式举行
上市公司接待人员姓名	董事、总经理陈志峰先生 董事、副总经理、董事会秘书孙静女士 财务总监刘韡先生
投资者关系活动主要内容介绍	一、董事、总经理陈志峰先生介绍公司业务情况 智度股份基于在互联网搜索、大数据、AI、IOT、区块链等领域的技术沉淀，致力于开发与提供优质的互联网产品与服务。2020年，受新冠疫情及行业市场环境等因素影响，品牌客户广告需求降低，预算萎缩，使当期业务未达预期，导致部分子公司报告期内营业收入及毛利下滑，对业绩产生一定的影响。面临新冠疫情在内的外部风险的情况下，公司在经营过程中不断夯实基础，推进各业务板块协同发展。公司管理层紧密围绕董事会的战略安排，结合公司实际经营计划，全面推进各

项经营管理工作，积极优化公司资源配置，提升公司核心竞争力、经营能力和综合实力。

报告期内，公司实现营业总收入 1,077,849.15 万元，同比减少 0.88%，实现归属于上市公司股东的净利润-292,330.11 万元，较上年同期同口径减少 571.73%。其中，互联网媒体业务实现营业收入 110,911.25 万元，占公司营业总收入的 10.29%，实现毛利 32,150.00 万元，占公司毛利的 68.40%；数字营销业务实现营业收入 951,138.46 万元，占公司营业总收入的 88.24%，实现毛利 12,145.59 万元，占公司毛利的 25.84%。报告期内公司具体经营情况如下：

1、主营业务稳步发展

(1) 媒体业务

公司媒体业务主要包括 PC 端流量入口和移动端流量入口业务。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，2020 年 PC 端互联网产品矩阵收入受到疫情等因素影响，公司通过加大对移动端业务的拓展，对媒体业务进行整体升级，已初步搭建起以工具类 APP 和订阅类 APP 为主的移动端媒体矩阵，为广告主提供精准流量变现服务。报告期内，公司海外移动端业务持续稳健发展，将有望成为公司新的业绩增长点，进一步推动公司业务全球化发展，增强核心竞争力，提升综合盈利能力。

(2) 数字营销业务

数字营销业务保持稳健增长，通过对营销闭环的搭建，更加精细化的用户经营管理，在技术、数据驱动下对业务进行升级，市场份额不断提升。公司持续研究互联网新时代的发展趋势与新技术研究、新型媒体营销资源和表现形式，进行新业务的布局及拓展，继续深化与核心媒体、各行业头部客户的合作，目前处于数字营销领域领先地位。

2、持续加码以区块链为主的技术投入

公司在区块链等核心技术领域持续探索与投入，先后完成对比特大陆（全球领先的区块链算力提供商）、Matrixport（全球领先的区块链金融服务提供商）、比特小鹿（全球领先的矿场矿池运营商）等区块链行业知名企业的战略投资，并成立区块链业务团队，专注于区块链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。未来，公司将着力对可信供应链等应用链及区块链基础平台的研发，加快推动区块链技术和产业创新发展。

3、战略部署基于 IoT 的人工智能终端业务

随着 5G、物联网、人工智能时代到来，公司对基于 IoT 的人工智能终端业务进行了一系列的战略部署。公司以智能音箱为切入点，战略投资国内音响电声行业龙头，百度、亚马逊等全球领先智能音箱产品的核心供应商国光电器。凭借公司在人工智能、大数据、AI 技术领域的积累与国光电器智能终端制造能力相结合，整合后公司媒体业务将从 PC 端、移动端向自有品牌人工智能终端拓展并发展壮大，同时也将为公司的人工智能语音应用场景的营销提前进行战略布局。随着公司加大对基于 IoT 的人工智能终端业务投入，公司媒体业务范围进一步完善并丰富，为公司未来业绩增长打下基础。

二、问答

Q1：贵公司的数字货币主要技术是什么？有什么优势？

A：我公司未发行数字货币。我公司专注于区块链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。区块链技术是一个多种技术的集成创新，具有去中心化、不可篡改、全程留痕、可追溯、公开透明等特点，具有广泛的应用场景。我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、溯源防伪等领域完成了区块链解决方案设计与应用建设，我公司在区块链应用层已开展业务并取

得一定的实质进展，积累丰富的资源和经验。感谢您的关注！

Q2: 公司新零售业务主要是做什么？开展新业务的优势在哪里？

A: 公司新零售业务-“智度优选”：核心是在短视频/直播带货领域，通过大数据能力，智能匹配“人”和“货”，帮助品牌和网红、机构能够最高效的对称，让卖货的效率能够越来越好。同时聚焦珠宝饰品品类，以数据为基础，整合分散市场，打造适配直播市场的柔性供应链，以“优质好货”为基石，以直播场景为核心渠道，通过数据能力和投放优势，打造“珠宝饰品第一供应链”。

开展新业务的优势：

- 1、公司在数字营销领域积淀多年，拥有丰富的数据基础，与抖音、快手等平台有很好的合作。
- 2、团队拥有很强的数据和短视频直播的投放优化能力。
- 3、珠宝首饰供应链非常分散，上市公司可以发挥资金优势进行产业整合。

Q3: 2020 年公司业绩受新冠疫情影响较大，且公司年报数据显示 2020 年出现较大亏损，请问此因素后期对公司影响会延续么？

A: 感谢您的关注。2020 年，受新冠疫情及行业市场环境等因素影响，品牌客户广告需求降低，预算萎缩，公司业务未达预期，部分子公司营业收入及毛利下滑，对业绩产生一定的影响。同时全球疫情使得各行各业的生产经营都受到了不同程度的影响。疫情改变了人们的生活习惯，全球互联网活跃用户显著增加，并加速向移动端迁移，对于公司来说则既是挑战也是机遇。

公司将持续关注国内外疫情发展情况，强化对公司经营管

理，持续优化战略、资源、管理与协作方面能力，优化组织架构，提效降本，管控风险。继续依托公司的技术和数据资源，升级完善现有技术，提高内部运营效率，助力现有业务模式升级。目前公司业务已逐渐恢复，新冠疫情对公司的影响已逐步削弱。公司 2021 年第一季度报告数据显示，净利润已扭亏为盈，反弹趋势明显。

Q4: 请问: 1. 公司账龄一年以上的应收账款余额大幅增长的原因及合理性, 相关坏账准备计提是否充分; 2. 公司应收账款中的逾期款项金额、造成逾期的主要原因、是否存在回款风险, 公司采取的催款措施, 欠款方是否提供担保措施或回款安排; 3. 公司应收账款的期后回款情况。

A: 感谢您的关注! 受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响, 公司下游客户回款放缓, 应收款项回款账期增长且部分客户信用状况恶化, 公司结合客商回款情况及客商信用状况, 基于谨慎性原则, 根据《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定, 计提的信用减值损失同比增加, 2020 年度信用减值损失计提依据充分, 金额准确完整。

2020 年 1-7 月, 受新冠疫情爆发及后续国内各地疫情反复的影响, 公司更多的是由商务人员采用电话联系的方式同客户沟通, 了解客户公司运营情况、与我公司进一步合作的安排, 望其按照合同约定及时付款, 这段时间公司亦考虑到客户受疫情影响, 各方资金回笼都有压力, 主要以电话沟通为主, 并没有加大催款力度。第三季度, 随着国内疫情的有效控制, 公司加大催款力度, 主要为反复电话催收及结合年度内相关客户业务开展、回款情况走访, 陆续有资金回笼。第四季度, 公司管理层通过商务人员反馈的信息进行梳理, 并同时安排除商务人员外的法务、财务人员共同成立清收小组, 现场、电话加大力度推进, 过程中识别出部分客户信用状况恶化, 针对该情况同

时转变催收方式，采用发送律师函、提起诉讼、财产保全等强硬催收，并在年度财报出具中按照已识别风险计提相应的信用减值损失。

2021 年第一季度，如扣除互联网金融相关经营活动现金净流出 9863 万元，经营活动产生的现金流量净流入为 4253 万元，较上年同期同口径增加 64.15%，各业务有序经营，应收款项回款正常。

Q5：请说明一下今年的业务规划，如何提高公司业绩

A：感谢您的关注。公司管理层将紧密围绕董事会的战略安排，结合公司实际经营计划，全面推进各项经营管理工作，积极优化公司资源配置，提升公司核心竞争力、经营能力和综合实力。公司 2021 年经营计划如下：

1、提升在互联网广告领域竞争优势

在数字营销和互联网媒体业务上，进一步加强客户粘性并拓展新客户，同时拓展以 OTT 为主的大屏新媒体，及小度智能屏等物联网流量入口，促进公司数字营销业务升级进化；将数字营销服务能力进一步提升，优化创意和营销策略；充分整合体系内的营销资源，实现资源的交叉销售和集中采购，提升利润空间；在现有业务基础上加速海外移动端产品研发，提高市场占有率。

2、积极推进新零售业务发展

凭借公司在大数据、AI 算法、区块链等技术优势，打造提供品牌方和流量端智能匹配，落实到“货找人”的新零售平台。结合当前短视频/直播市场，聚焦在“货”上，为“主播”“机构”“品牌”“基地”输出强有力的品类供应链能力。同时通过珠宝首饰等核心品类的极致供应链的打造，形成品类优势。

3、加快对音响等自有品牌业务孵化

	<p>加强与国内音响电声行业龙头、百度及亚马逊等全球领先智能音箱产品核心供应商国光电器的合作，利用国光电器在音响领域强大的研发与制造能力，结合公司在数字营销领域多年深耕积累下的经验，以及对消费品市场领域的专业化人才队伍建设，打造自有音响消费品品牌矩阵，促进公司业务板块进一步升级，为公司未来业绩提供新的增长点。</p> <p>4、努力实现数字基础设施建设和应用落地</p> <p>服务数字经济，推动数字基础设施和技术发展，加大区块链技术方面的投入。在区块链底层技术方面，加大自主可控的大型许可链底层技术的研发投入，实现大规模组网、高交易处理性能、强数据隐私安全性、高可扩展性等方向的进一步技术突破，并深入融合多方产业标准，构建各地区政府数字经济综合服务平台的基础设施。在区块链应用方面，深耕基于区块链的供应链金融业务应用创新，一方面，推动建设银行、农业银行、交通银行、光大银行、中信银行、浦发银行、民生银行等银行合作由区域性合作向全国性合作升级，实现总行级别的系统直连合作；另一方面，推动制造行业、建筑行业、能源行业多家接入的核心企业的业务合作进一步扩展，由应收账款融资服务向订单融资、仓单融资等新型产品及服务拓展。同时，进一步拓展不动产登记及交易等其他领域的区块链应用创新，充分发挥区块链技术在提高公共治理透明度、降低市场交易信用成本等方面的优势。</p>
业务附件清单 (如有)	无
日期	2021年5月1日