



**北京全时天地在线网络信息股份有限公司**  
**2021 年度公开发行可转换公司债券**  
**募集资金使用的可行性分析报告**

二〇二一年七月

## 一、本次募集资金使用计划

本次公开发行可转换公司债券募集资金总额不超过 40,000.00 万元（含 40,000.00 万元），扣除发行费用后，拟用于以下项目的投资：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资额	拟以募集资金投入
1	数智内容生态中心项目	29,847.80	23,036.80
2	企业数字化管理平台项目	7,747.36	4,963.86
3	补充流动资金	11,999.34	11,999.34
合计		<b>49,594.50</b>	<b>40,000.00</b>

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金低于本次募集资金拟投资金额，公司董事会将按照项目的轻重缓急投入募集资金投资项目，不足部分由公司自筹解决。在本次发行募集资金到位之前，如公司以自有资金先行投入上述项目建设，公司将在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

## 二、本次募集资金投资项目的具体情况

### （一）数智内容生态中心项目

#### 1、项目基本情况

本项目计划建设全链路数字化智能内容生产营销中心。一方面，本项目计划构建新营销时代下的数字内容生产中心，丰富和改善公司短视频及直播等内容生产的场地条件，提高公司新媒体内容的生产能力；另一方面，本项目集合公司现有的内容制作、网络流量运营能力，搭建内容素材中心，并基于星云 Astar 平台增加营销内容的管理、交易和服务系统，为客户提供内容的增值服务，并通过智能任务分发、智能内容数据评估等技术提高内容生产协作效率。本项目将构建具有数字内容生产、KOL 推广、电商带货、代运营等全链路内容营销服务能力的生态中心，进一步巩固和提升公司的服务优势和行业地位。

#### 2、项目实施的必要性

（1）公司需要顺应新媒体的发展趋势，拓展全链路数字化智能营销服务能力

近年来，随着互联网、移动互联网的建设进程加快，应用场景更加丰富，诞

生了如短视频、直播等多种新形式的互联网媒体，互联网营销媒体亦向以短视频、直播为主要媒体形式的新媒体延伸。新媒体营销以内容为中心，通过优质的媒体内容、粉丝运营等方式，能够快速锁定消费者注意力、激励消费者完成最终消费的价值转化，还可以打造品牌特有的私域营销模式，有效将广告受众转化为长期、稳定的消费价值。

在新媒体内容营销发展的背景下，客户亦提出了以消费价值转化为目标的营销需求。公司的搜索类和展示类广告营销服务，能够有效解决营销链路中吸引广告受众的前链路的问题。而以消费价值转化为目标的营销需要通过全链路营销服务，即从消费者第一次与品牌接触、产生认知开始，吸引消费者了解产品，促进消费者完成消费，再到消费者认可品牌形成品牌资产的全过程中，通过广告营销手段引导消费者进入下一阶段，达到营销目标。

因此，公司顺应行业发展趋势，需要以搜索类和展示类广告营销业务为基础，通过本项目的实施，建设数字内容生产中心和星云 Astar 平台，加强公司新媒体内容生产能力，同时为客户提供 KOL 推广、电商带货、代运营等新形式的内容营销服务，拓展公司全链路数字化智能营销服务的能力。

## **(2) 公司需要提高内容生产能力，满足客户对内容质量逐步提高的需求**

由于互联网越来越深入消费者日常生活，信息碎片化程度逐渐加大，造成广告受众注意力降低、关注广告时间变短、营销转化效率降低等问题，广告主需要创意更加新颖、场景更加丰富、质量更加精美的内容吸引广告受众。而公司服务的客户以中小企业为主，并不具备专业的内容制作能力，对高质量内容制作的需求更加迫切。

因此，公司有必要通过本项目建设数字内容生产中心，通过建设环形数字化影棚、数字虚拟摄影棚和激光数字影棚，搭建内容素材中心，进一步提升公司整体的数字化媒体内容生产能力，为客户提供从内容创意、生产、交易的一体化内容营销服务，满足不同领域客户的多样化需求。

## **(3) 公司需要丰富自身业务模式，提高盈利水平**

公司目前的互联网营销商业模式是通过与媒体平台供应商签订合作协议获

取互联网媒体资源，向客户提供专业的互联网综合营销服务获取利润。公司通过扩大服务客户的范围，保持自身持续增长的盈利能力。

在该种模式下，公司对服务客户的品牌或产品介入深度相对有限。随着业务规模的扩大，公司面临的市场竞争也更为激烈，公司有必要为客户提供更加深入的互联网营销服务。公司一方面通过星云 Astar 平台，深化与客户的合作关系，在公司当前搜索类和展示类互联网营销服务的基础上，为客户提供 KOL 推广、电商带货等新形式的互联网营销服务；另一方面依托数字内容生产中心，在深入了解客户品牌或产品的基础上，通过分析客户产品特点，设计并制作营销内容，从选品、引流、推广到销售的各个环节，为客户提供线上电商的整体代运营服务。通过业务模式的多样化，公司将加强与客户的合作深度，进一步提高盈利水平。

### **3、项目实施的可行性**

#### **(1) 本项目建设符合国家产业规划和政策导向**

为鼓励和支持多样化、创新性的互联网营销模式持续高质量发展，国家陆续出台了多项政策。为引领加快新型消费发展，持续激发消费活力，2020 年 9 月国务院发布了《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》指出，要“进一步培育壮大各类消费新业态新模式，推动线上线下融合消费双向提速。鼓励实体商业通过直播电子商务、社交营销开启‘云逛街’等新模式”；为规范和促进新媒体互联网营销的高质量发展，2020 年 12 月国家广播电视总局发布了《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》，进一步明确了要“坚持社会效益优先的正确方向，积极传播正能量”的传播理念，创造以“强化导向和价值引领，营造行业健康生态”为目标的行业环境。2021 年 3 月发布的《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》中也提到，鼓励企业开放搜索、电商、社交等数据，发展第三方大数据服务产业；推动购物消费、居家生活、旅游休闲、交通出行等各类场景数字化。

本项目的建设符合国家产业规划和政策导向，国家政策的鼓励、引导和规范亦为数字化营销高质量发展提供了良好的发展环境，为本项目的顺利实施奠定了基础。

#### **(2) 本项目建设符合行业发展趋势，具有广阔的市场空间**

互联网营销正在向以内容为主导，以短视频、直播为主要媒体形式的新媒体内容营销转型升级，新媒体内容营销的市场规模、客户需求增长迅速。

在短视频内容营销方面，根据《2020-2021 年中国短视频头部市场竞争状况专题研究报告》，短视频市场规模达到 1,408.3 亿元，同比增长 70.0%，预计到 2021 年将增长至 1,944.5 亿元。在直播内容营销方面，根据《2020-2021 中国在线直播行业年度研究报告》，直播电商市场规模达到了 9,610 亿元，同比增长 121.5%。根据《2021 年中国数字营销趋势报告》调查显示，2021 年，分别有 78%、53% 的广告主选择在短视频媒体、电商直播方面加大广告投入。同时，分别有 65%、62% 和 51% 的广告主将短视频、KOL 推广和直播等方式作为 2021 年社会化营销重点，基于新媒体的内容营销具有广阔的市场发展空间。

在我国企业数字化转型发展浪潮下，短视频、网络直播等新媒体内容营销模式已成为最符合当代社会发展的营销手段，也是各行业广告主重点关注的领域，其良好的发展前景是本项目实施的有利条件。

### **(3) 公司积累的客户资源、专业经验和人才团队是本项目实施的保证**

公司自成立以来，始终专注于互联网营销服务领域，致力于为客户提供一站式、多元化的互联网综合营销解决方案。公司多年来积累了丰富的客户、媒体资源以及专业经验，已经成为具有一定市场地位的互联网营销服务商；凭借专业的互联网营销行业经验，赢得了广大企业客户的信赖和认可，并与世纪佳缘、网易有道、全友家私等知名品牌建立了长期合作关系，奠定了公司的市场地位。

同时，公司凭借强大的互联网资源整合和营销能力，与腾讯、爱奇艺、今日头条等国内知名的互联网公司进一步加强合作关系，建立了较为完善的互联网媒体资源矩阵。公司曾连续三年荣获 360、腾讯和爱奇艺等平台颁发的“最佳合作伙伴”和“最佳运营团队”等奖项，公司还荣获了小红书颁发的“2020 年度生态营销最佳新锐奖”以及知乎颁发的“2020 年度最佳贡献奖”等多个奖项，在业内树立了良好的口碑形象。

此外，公司自 2019 年即开始为客户提供短视频生产服务，并于 2020 年组建了一支专业的新媒体营销团队，业务延伸到新媒体内容营销领域。公司在客户资源、媒体资源以及人才团队方面的积累，能够保证本项目的顺利实施。

#### 4、项目投资估算及预期经济效益

本项目计划总投资额为 29,847.80 万元，拟以募集资金投入金额为 23,036.80 万元。本项目建成后，内部收益率（税后）为 13.93%，投资回收期为 5.83 年（税后，含建设期），经济效益良好。

#### 5、项目备案及审批情况

截至本预案出具日，本项目涉及的备案、环评等相关手续正在办理过程中。

##### （二）企业数字化管理平台项目

##### 1、项目基本情况

本项目通过软硬件投入，建设并升级公司统一的内部数字化信息管理系统，主要包括以下方面：

（1）搭建数字化底层基础架构：通过采购服务器、存储、网络等软硬件设备，建设公司信息化系统数据中心，并在该数据中心的基础上搭建各数据应用系统；

（2）搭建数字化人力资源系统：开发智慧招聘入职、薪酬与绩效管理、人才库、员工关怀、智能人事决策与分析等 5 个模块，逐步展开数字化人力转型；

（3）搭建数字化财税系统：升级营收管理、发票管理、合同管理、订单管理、资金管理等模块，并新增支付结算、预算管理、经营绩效管理、印章管理、风险管理与预警等模块；

（4）搭建营销管理系统：通过社会化客户管理、业务管理、销售管理、渠道管理，将客户、商品、渠道、销售、营销及售后进行数字化管理，实现公司数字化营销服务转型；

（5）搭建数字化决策系统：收集关键业务数据、组织效率数据、市场数据等，并进行定制化、可视化的分析，帮助公司管理层从业务管理向战略管理转型；

（6）搭建升级内部办公沟通协作系统：通过升级内部 OA 系统，打通企业内部各个业务单元及各子系统模块之间的内部连接协作，实现办公协作、数据共享、消息协同等数字化场景功能。

##### 2、项目实施的必要性

### **(1) 本项目有利于深化公司数字化转型，助力公司全链路数字化营销体系升级**

公司具有客户类型全行业、线上线下全场景的互联网综合营销服务能力，并紧跟行业发展趋势，不断延伸业务服务范围。随着业务的增长，公司的客户数量和规模更大，公司需要更高效的积累客户和运营数据，进行数字化转型升级，为公司业务发展提供数据支撑。此外，随着新媒体内容营销的发展，在客户提出的以消费价值转化为目标的多样化营销需求下，公司需要整合自身客户和媒体资源，建设全链路数字化营销服务体系。

因此，公司有必要通过本项目，建设统一的数字化底层架构，结合数字化人力资源系统和数字化财税系统，为公司的全链路营销服务提供管理和运营的技术、数据、人才支撑；建设营销管理系统，实现公司业务的数字化转型，助力公司完成全链路营销服务体系的建设。

### **(2) 本项目有利于提升公司数字化管理能力和经营效率**

近年来，公司的业务规模快速增长，客户数据、业务数据的增长亦对公司的管理决策、经营效率提出了更高的要求。公司迫切需要升级目前的信息化系统，汇集和管理不同业务、不同系统的数据，加快企业内部流程流转效率，促进数据共享，进一步降低运营成本，提高生产效率。

公司基于发展战略和内部管理的需求，通过实施本项目，搭建数字化决策系统，将关键业务数据、组织效率数据、市场数据进行定制化、可视化分析，提高公司管理与决策能力；升级内部办公沟通协作系统，实现跨系统、跨场景、跨层级的数据贯通，解决内部系统间“数据孤岛”问题，提高经营效率。

## **3、项目实施的可行性**

### **(1) 国家政策推动企业数字化转型，为项目实施提供了良好的宏观环境**

党的十九大以来，国家大力推动互联网、大数据、人工智能与实体经济融合，陆续推出多项政策深入推进企业数字化转型，以加快产业的数字化。2019 年政府工作报告及中央经济工作会议中提出要大力发展数字经济，推动企业数字化转型，明确企业数字化发展方向；国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、

国务院等相关部门发布了《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》《关于推进“上云用数赋智”行动培育新经济发展实施方案》《中小企业数字化赋能专项行动方案》等，强调要加快产业数字化发展，大力培育数字经济新业态，深入推进企业数字化转型，推动以数字化网络化智能化赋能中小企业，夯实数字化平台功能，促进中小企业生产要素数字化、生产过程柔性化及系统服务集成化。

本项目建立公司的数字化管理平台，提升公司的数字化管理水平和业务数据资源的运用，符合国家政策推动企业数字化转型，全面实现企业数字化管理和运营的发展方向。因此，国家政策推动企业数字化转型，为公司数字化管理平台项目的建设提供了良好的宏观环境。

## **(2) 公司强大的技术研发能力为本项目的实施提供良好的技术支撑**

互联网营销服务行业主要依托互联网营销技术为客户提供各项营销服务，技术水平体现公司的服务能力和核心优势。公司为不断提升服务水平和技术研发实力，专门成立了研发部门和产品部门，能够深入了解行业技术发展趋势，结合国内信息化建设进程，以创新思维方式为指导，以提高行业解决方案为目标，以重大软件技术创新为突破点，不断挖掘、提炼核心技术，提升公司的技术水平。同时，公司不断加大研发投入，2019年和2020年研发投入分别为5,441.77万元和6,651.61万元，为公司的技术研发提供充足的资源。2020年度，公司新增软件著作权30项；截至2020年末，公司（含控股子公司）已合计拥有166项计算机软件著作权。公司强大的技术研发能力为本项目的实施提供良好的技术支撑。

此外，公司拥有一支具有丰富经验的互联网营销专家、服务专家、IT咨询专家为首的高效的研发运营团队，具备丰富的研发及运营经验，能够有效形成业务与技术平台的协同，进一步提高公司整体的研发和运营能力，为公司管理数字化平台建设提供良好的人才基础。公司强大的技术研发能力和优秀的人才团队能够保障本项目的顺利实施。

## **4、项目投资估算及预期经济效益**

本项目计划总投资额为7,747.36万元，拟以募集资金投入金额为4,963.86万元。本项目不直接产生收益，项目建设完成后，将有助于公司提高全链路数字

化智能营销服务能力、提升管理能力和运营效率。

## **5、项目备案及审批情况**

截至本预案出具日，本项目涉及的备案、环评等相关手续正在办理过程中。

### **（三）补充流动资金项目**

#### **1、项目基本情况**

公司拟将本次募集资金中的 11,999.34 万元（含发行费用）用于补充流动资金，满足公司日常运营资金的需要，进一步提升公司资金实力，增强公司市场竞争力。

#### **2、项目实施的必要性**

##### **（1）增强资金实力，保障公司发展的资金需求**

公司 2018 年、2019 年及 2020 年的营业收入分别为 23.45 亿元、23.93 亿元及 32.70 亿元，年复合增长率为 18.10%。随着公司业务规模的持续扩大，公司对流动资金的需求规模将持续增长。

另外，公司为维持竞争优势和持续发展能力，需持续加大对研发和技术改进的投入，未来在研发和技术创新方面的支出亦存在较大需求，公司数智内容生态中心、企业数字化管理平台等作为重要战略发展方向，亦需要大量资金进行产品研发和市场拓展。

因此，补充流动资金不仅能够满足公司生产经营规模持续扩大以及业务升级催生的资金需求，募集资金到位后，还将有效缓解公司在市场开拓、研发支出方面的资金压力，有益于保障公司的持续发展。

##### **（2）优化资产结构，提高抗风险能力**

公司所处互联网营销行业，属于技术密集型企业，亦属于人才密集型企业，所属行业集中度日益提升，资本壁垒进一步提高。在行业快速发展的时代，公司面临着技术、人才、创新等多方面的挑战，伴随公司成熟业务的发展和创新业务的开拓，公司需要进一步投入资金，以满足研发、生产和经营活动的需要。通过本次公开发行可转换公司债券，公司流动资金得以补充，可以有效提升公司的长

期负债占比，降低财务压力。而且，随着可转债持有人陆续转股，可有效地减少公司财务费用的支出，有利于优化公司的资本结构和财务状况、提升公司的抗风险能力，促进公司业务的稳健发展，保持公司的行业地位，实现并维护股东的长远利益。

### **三、本次募集资金运用对公司经营管理和财务状况的影响**

#### **（一）本次公开发行可转换公司债券对公司经营业务的影响**

本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策以及公司战略发展的需要，项目完成后将扩大公司的经营规模，有利于公司通过拓展新的业务领域实现长期可持续发展，并强化公司主业、提高公司核心竞争能力，并促进经营业绩的提升，增加公司资产规模和抗风险能力，符合公司及公司全体股东的利益。

#### **（二）本次公开发行可转换公司债券对公司财务状况的影响**

本次可转换公司债券的发行将进一步扩大公司的资产规模，随着可转债逐渐实现转股，公司净资产规模得以增加，资本实力得以提升；公司的财务结构将进一步优化，抵御财务风险的能力得以增强。本次募集资金投资项目盈利能力良好，项目达产后，可有效提高公司利润水平，公司销售收入、利润总额规模均将在目前基础上实现较大突破，从而使公司的盈利能力进一步提升。

### **四、本次募集资金运用的可行性分析结论**

综上所述，本次公开发行可转换公司债券募集资金投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，符合本公司及全体股东的利益，符合国家相关产业政策和公司战略发展方向，市场前景良好，有利于满足公司持续稳定发展的资金需求，提高公司核心竞争实力，促进公司可持续发展，具备必要性和可行性。

北京全时天地在线网络信息股份有限公司

2021年7月16日