

证券代码：000676

证券简称：智度股份

公告编号：2022-013

# 智度科技股份有限公司 2021 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。

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股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	孙静	毛勃	
办公地址	北京市西城区西绒线胡同 51 号（北门）	北京市西城区西绒线胡同 51 号（北门）	
传真	010-66237715	010-66237715	
电话	010-66237897	010-66237897	
电子信箱	zhidugufen@genimous.com	maoqing@genimous.com	

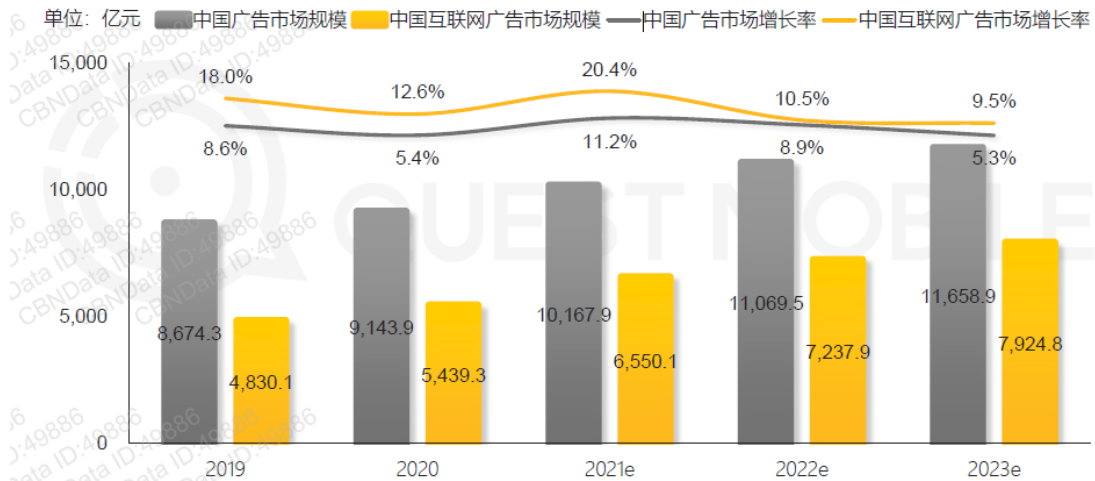
### 2、报告期主要业务或产品简介

#### 一、报告期内公司所处的行业情况

##### （一）国内互联网数字营销行业的发展阶段

2021年我国互联网广告市场发展态势良好，规模持续增长。根据QuestMobile发布的《2021中国互联网广告市场洞察》相关数据显示，2021年中国互联网广告市场规模预计达6,550.10亿元，同比增长20.4%。

### 2019年-2023年 中国互联网广告市场规模变化

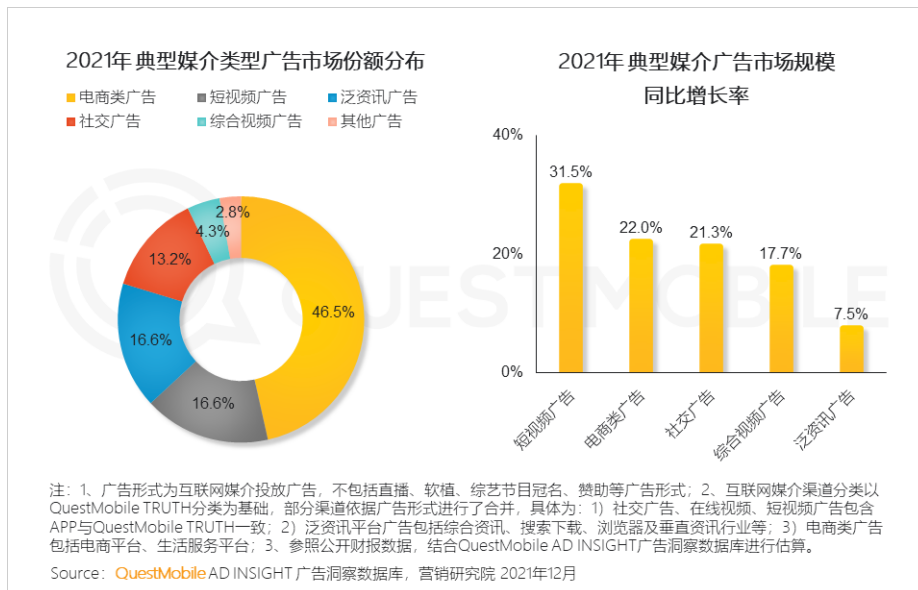


注：参照公开财报数据，结合QuestMobile AD INSIGHT广告洞察数据库进行估算。广告形式为互联网媒介投放广告，不包括直播、软植、综艺节目冠名、赞助等广告形式。

Source: QuestMobile AD INSIGHT广告洞察数据库，营销研究院 2021年12月

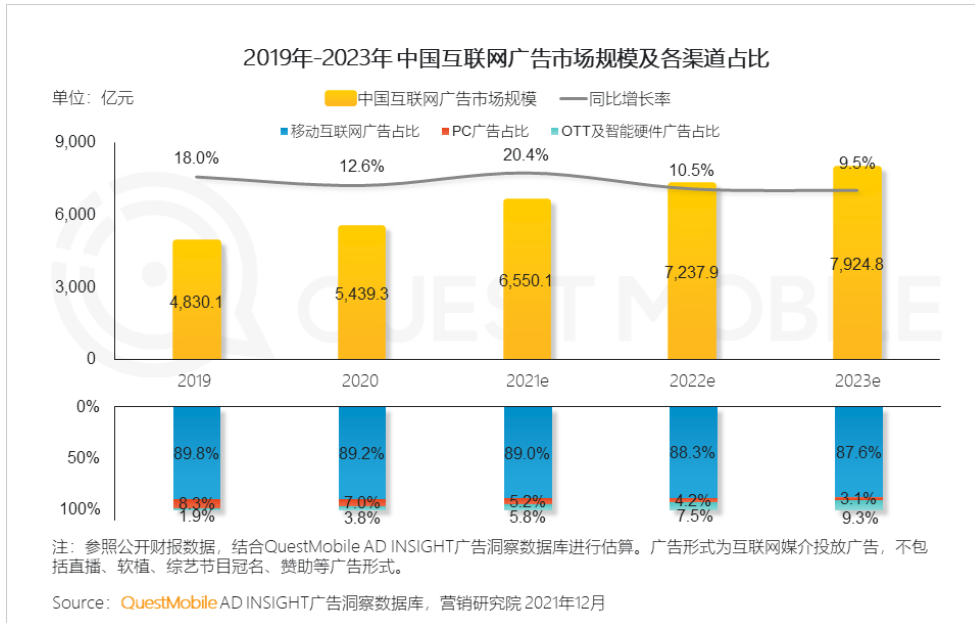
数据来源：QuestMobile, 《2021中国互联网广告市场洞察》

从媒介类型上看，近交易特征的电商类广告仍是广告主主要投放选择，具内容互动属性的短视频广告增长最快。短视频、社交和信息流广告为2021年投放重点广告形式。



数据来源：QuestMobile, 《2021中国互联网广告市场洞察》

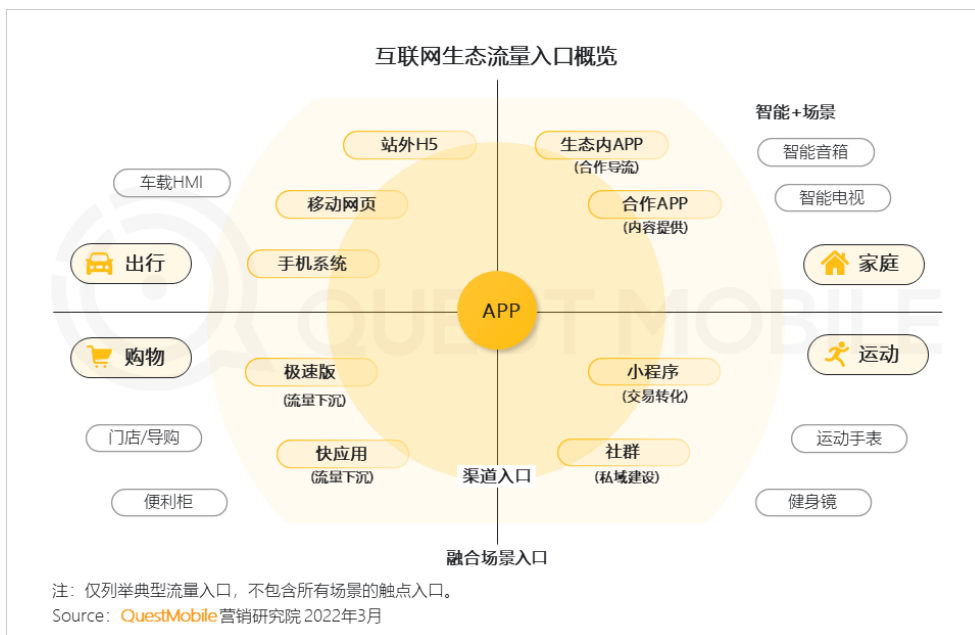
OTT及其他形式广告继续抢占PC份额，智能应用及交互场景增加广告触点，并为巨头流量生态拓展边界。



数据来源：QuestMobile, 《2021中国互联网广告市场洞察》

消费场景迁移，带动颜值场景等“自我满足型”和餐饮家庭场景中“自我享受型”消费需求增长，为相关行业带来增长契机。娱乐场景和聚会场景向家庭迁移；2021年体育赛事（奥运会、欧洲杯、NBA等）带来短期聚会和娱乐效应；自我学习和提升场景增加；同时，新增消费需求为新销售渠道（短视频、直播等）带来新机会。

移动互联网用户规模增长放缓，但粘性不断加深，新入口的挖掘成为广告价值推动力。屏仍是操作和交互中心，手机和APP为当下主流入口，且形成跨屏、链接线下的融合生态流量。同时，APP之间的相互合作，如通过嵌入合作APP的内容，促进了双方流量的增长。后续，在智能+推动下，多屏+语音将形成入口矩阵。

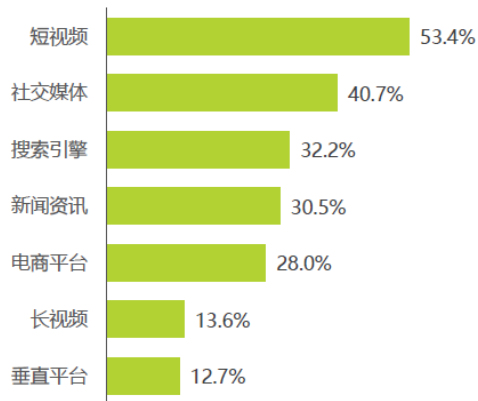


数据来源：QuestMobile, 《2021中国互联网广告市场洞察》

从广告主对网络广告投放预算的规划来看，内容营销策略成重点，短视频与社交平台备受青睐。根据艾瑞咨询发布的《2021年中国网络广告年度洞察报告——产业篇》，对于不同网络媒体和平台的投放预算体现了广告主对于不同媒体和平台的偏好。短视频平台在最近一年获得最多青睐，超过五成的广告主增加了相应的广告投放预算。其次是社交媒体，也吸引了四成左右的广告主增加了广告投放预算。这两类平台最大的特点是消费者偏好标签清晰、用户运营效果明显，近年来用户规模和活跃时长持续增长，同时数据技术的升级使得平台用户的数据价值得到深入挖掘，让越来越多的广告主看到平台的营销价值和潜力。在网络营销形式上，内容营销成为了最多广告主选择的策略，内容营销强调内容的互动性和可复制性，通过内

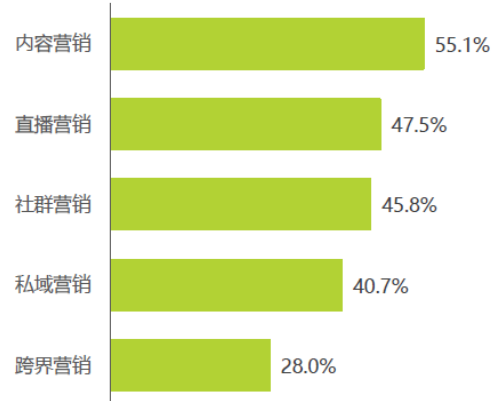
容触达用户，再驱动用户之间的再生产与传播，契合了深度互联网时代“去中心化”的特征，能实现高效的传播效果。

**广告主在最近一年增加了在哪种网络广告媒体上的投放预算**



注释：118个广告主参与调研获得。  
样本：N=118；于2021年7月通过多方调研平台获得。

**广告主在最近一年增加了在哪种网络营销形式上的投放预算**



注释：118个广告主参与调研获得。  
样本：N=118；于2021年7月通过多方调研平台获得。

资料来源：艾瑞咨询，《2021年中国网络广告年度洞察报告——产业篇》

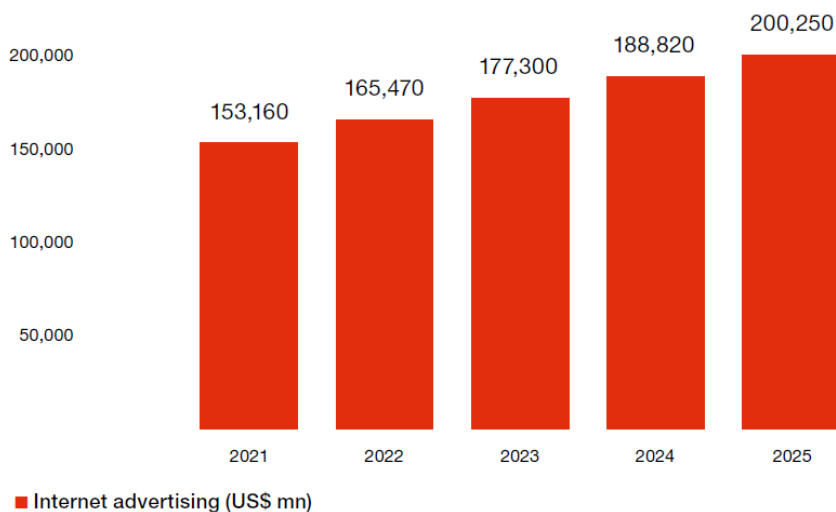
互联网的发展促使新经济形式不断涌现，也使得广告与营销的模式发生着巨大的变化，广告主的偏好从传统4A创意与制作转向精细化运营的流量思维，更加看重广告投放的精准度和量化效果。随着广告技术在未来的迭代与升级，广告主对于效果导向的营销诉求得到满足后，很大程度上转向技术与内容高度融合的广告形式，近来逐渐发力的内容营销策略因承载更加深度与丰富的营销信息，更易结合内容产生更强的情感共鸣等特点，越来越得到广告主的关注。

伴随数字化对于各行业的深度渗透、线上线下渠道日渐多元化、消费者需求不断升级以及零售场景的不断拓展，单一媒介在未来信息超载的环境下，越来越难以满足广告主的营销需求和消费者的信息需求，因此加强各类媒介的互联网属性，打通不同媒介之间的壁垒，通过媒体矩阵实现消费场景全面覆盖和用户体系的深度交互成为未来营销发展的主流。广告主更加期待建立完善和丰富的全渠道体系，通过智能化决策，实现在线上、线下全触点和消费者的连接，实施有针对性的营销策略。

**（二）海外互联网媒体行业发展情况**

经历了2020年的动荡之后，随着新冠疫情各项限制缓解、消费者的广告需求增长，美国互联网媒体行业在2021年逐渐复苏。根据美国互动广告局和普华永道联合发布的《Outlook 2022:The US Digital Advertising Ecosystem》报告显示，美国互联网广告市场在2021年增长近10%，预计在2025年市场规模将超过2,000亿美元。

## Internet advertising in US



Source: PwC Entertainment and Media Outlook

资料来源：《Outlook 2022:The US Digital Advertising Ecosystem》

### 二、报告期内公司从事的主要业务

#### (一) 报告期内公司所从事的主要业务、主要产品及其用途、经营模式

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。报告期内，公司主营业务未发生重大变化，各业务板块协同发展。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包括PC端流量入口（以SPE公司为主）和移动端流量入口（以PM公司为主）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，SPE拥有自研浏览器、安全软件、邮件管理软件、内容网站等系列自主研发的应用产品，通过大数据和算法对发行渠道和产品用户进行多维度分析，从而以低成本获取高质量的用户，同时为用户提供搜索入口服务，并将搜索请求分发给雅虎、谷歌、必应等互联网企业，从而获得可观的商业变现收入。SPE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，拥有百万日活，能为客户提供优质时效、大规模的精准受众触达。移动端流量入口业务主要围绕移动端产品矩阵开展，PM公司在各个垂类赛道开发多样化的移动应用，如天气、娱乐、新闻、文件扫描等，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、沃尔玛、亚马逊等全球知名企业提供精准流量变现服务，目前拥有超过400万的月活用户。

##### 2、数字营销业务

公司数字营销业务主要包括整合营销、实效营销、信息流、OTT大屏、社会化营销等业务。

公司是华为HUAWEI Ads游戏、社交及工具行业的独家广告代理，同时也是其影音娱乐、旅游、阅读、金融等互联网行业，以及电子电器、食品饮料、日化美妆等非互联网行业的广告代理商，代理范围包括华为（包括荣耀）的安卓和鸿蒙操作系统。HUAWEI Ads汇聚华为1+8+N全场景生态布局下的媒介流量，超4亿用户的数字化营销平台，目前已开放锁屏、开屏、信息流等多个展示位，已接入华为浏览器、华为视频、华为音乐等多个媒体。

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资质的牌照，其中包括腾讯广告代理商、百度核心分销商、搜狗行业核心代理商、阿里KA核心代理、爱奇艺效果广告代理和巨量引擎代理授权等，全面覆盖互联网优质媒体。

公司全资子公司智度智麦专注数字品牌广告业务，目前重点以家庭客厅经济大屏端媒体品牌广告和品牌新媒体social营销业务为主，为客户提供相应的品牌整合营销服务。家庭场景智慧屏幕业务方面，智度智麦拥有芒果TV-OTT 2020-2022年3年独代身份，同时与芒果及湖南卫视综艺热剧招商、小芒电商等多次合作；2021年获得中国电信全国IPTV核心代理身份，帮助品牌实现人群全覆盖；2021年获得小度智能屏及天猫精灵的核心代理身份，在AI智能语音互动上帮助客户提高品牌曝

光度，实现品效合一；2021年成为创维、海信、康佳、欢网、小米五大OTT厂商的核心媒体伙伴，为品牌提供智能大屏的整合营销服务。在垂类媒体中，智度智麦与虎扑、花椒直播、嘀嗒出行紧密合作，成为其重要核心媒体代理。社会化营销业务方面，智度智麦准确把握新媒体营销领域的发展趋势和客户对互联网营销需求的变化，报告期间成功服务了多个行业品类和国际知名品牌，如帝亚吉欧、雀巢、牛夫人等，帮助广告主提升其商业价值。此外，智度智麦大力探索红人新经济与新消费市场的融合发展，不断完善公司产业布局，实现公司主营业务与创业业务的深度融合与协同效应。

### 3、其他业务

报告期内，公司进一步加大互联网产业服务业务的布局，包括对自有品牌、新零售、区块链等业务的投入。

公司自有品牌业务为结合公司在数字营销领域多年深耕积累的经验，以及对消费品市场领域的专业化人才队伍建设，依托国光电器在声学领域强大的产业链基础，打造自有电声品牌矩阵。广州威发拥有Vifa、爱浪以及珠江三大品牌/品牌授权，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。广州威发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，优质的产品质量打动消费者；在营销策略上，不同于传统企业，广州威发构建全产品矩阵，明确品牌各自定位及受众，以精准的数字营销能力及扎实的跨境营销体系，使其产品远销海内外。

公司新零售业务为以大数据为基础、直播平台为渠道，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；同时，与知名MCN机构、文化传媒公司、罗永浩等达人进行合作，凭借优质的服务能力和产品资源，在行业逐渐形成良好的口碑和品牌知名度。

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。目前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、智慧政务、元宇宙等领域完成了区块链解决方案设计与应用建设；在区块链应用层已开展业务并取得一定的实质进展，积累了丰富的资源和经验。公司控股子公司广州智度供应链金融有限责任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。“区块链+供应链金融”平台向金融机构、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等。

## （二）主要的业绩驱动因素

### 1、技术驱动优势是公司业务发展的核心竞争力

公司将产品研发、大数据技术、AI算法等技术和媒体优化经验、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，加强流量入口的布局，同时积极拓展新零售、自有品牌、区块链等新业务，以技术为驱动力的协同效应逐渐成熟。公司境外移动端媒体矩阵凭借其技术优势以及与公司其他业务的协同发展迅速。

### 2、优质的客户资源是公司业绩提升的有力保障

公司在多年的经营中，积累了大量优质客户，并与客户伙伴们建立了长期信任的稳定合作关系。公司的大客户覆盖快消、金融、网服、娱乐、母婴、美妆等，其中包括快手、B站、字节跳动、大众点评、三七互娱、招商银行、贪玩、惠氏、雅诗兰黛、宝洁、联合利华、百事、亿滋、戴森、三金、费列罗、金佰利、GSK、京东、尤妮佳等。知名度高的优质客户具有较强的实力、信誉和抗风险能力，预算规模也相对持续稳定。公司在巩固既有核心客户合作的基础上，不断深度挖掘需求潜能，随着技术优势的不断显现和服务水平的持续提高，为业绩提升提供有力保障。

### 3、品牌效应的提升为公司业务发展提供了强劲动力

公司各业务主体不断夯实自身影响力，在互联网业务领域中具有多年业务经验，具备稳定的优质客户资源。依托于算法、大数据、区块链等技术优势，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，进一步提升公司品牌影响力，提高公司核心竞争力，同时推动公司业绩不断增长。公司凭借多年累积的行业经验和全面的服务能力，在行业内逐渐形成了良好的口碑和极高的品牌知名度。报告期内，智度亦复荣获百度聚力攻坚奖、百度领创开拓奖、百度品牌突破奖、百度营销AI营销创想奖、百度品牌招商项目优秀合作伙伴奖、百度视频优化业务优先合作伙伴奖、百度新客开拓项目优秀合作伙伴奖、搜狗纵横整合奖、搜狐视频第十三届中国广告主金远奖等众多行业大奖，作为行业的头部企业，公司在业内拥有良好口碑，得到客户的普遍认可。

### 4、自主研发的区块链技术得到业界一致认可

公司区块链业务快速发展，不断加强产学研融合，加强对市场的教育，参与多项国家和团体标准的研究和发布。智度股份下属的区块链企业是首批区块链信息服务备案企业、“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。随着公司区块链的底层技术研究突破以及应用场景落地，将有望促进公司业绩成长。

## （三）公司所处的行业地位

目前公司两块主营业务中，互联网媒体业务围绕PC/移动两端升级迭代，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。SPE是世界领先的数字业务提供商之一，在互联网营销、应用研发、数据分析技术方面拥有一流的专业水平，PC端互联网媒体横跨30多个内容领域，拥有百万日活，能为客户提供优质时效、大规模的精准受众触达。互联网数字营销行业机遇与挑战并存，行业整合、差异化发展、技术革新层面进步、私域营销、内容营销等将是互联网数字营销行业发展重点。公司数字营销业务在为广告主提供全方位、一站式的综合性服务的基础上不断升级商业模式，增强客户粘性，实现营销价值最大化，在行业竞争中占据头部地位。

区块链业务经过多年积累，公司自主创新的区块链底层平台智链2.0目前已取得2项发明专利和4项软件著作权，新申请区块链发明专利4项，目前均已进入实审阶段。公司参与《信息技术区块链和分布式记账技术存证应用指南》、《信息技术区块链和分布式记账技术智能合约实施规范》2项国家标准及《区块链企业级平台运维规范》、《区块链系统测试要求》等7项团体标准的制定，其中5项已经发布。公司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。公司区块链相关业务获得了国家相关单位及区块链专业机构的一致认可，目前已成长为国内头部区块链企业。

### 三、核心竞争力分析

#### （一）全球化发展模式

公司积极推进国际化业务、坚持全球化战略，在中国、美国、开曼群岛、塞浦路斯设有办公场所。以SPE+PM公司为境外业务发展的核心平台，通过丰富的海外变现经验、用户基础、产品矩阵以及具有竞争力的大数据、算法、区块链技术经验，海内外业务协同，充分发挥各方优势，提升流量经营平台质量及商业变现效率，推动公司业务全球化发展。

#### （二）多样化产品矩阵以及高效的分发运营能力

通过先进的大数据技术和获客策略，公司自主研发和运营的多样化移动端、PC端产品矩阵，帮助品牌主更加高效地触达用户。目前海外子公司自行研发了100余款应用，形成多样化的产品组合，覆盖所有主流平台；多个产品在Google Play Store和App Store应用商店进入排行榜前十；所有应用均通过谷歌和雅虎严格合规审查，并通过AppEsteem认证，长期在Yahoo流量质量排名中获得最高分，SPE系CleanApps商业协会成员。全公司范围的KPI汇报系统可追踪各组织的实时表现，以实现团队的自主运作，围绕管理目标做出基于数据的明智决策；直达用户的分发策略能够带来可盈利的获客，从而持续产生利润；精简化的运营模式能够跟踪市场变化，实现实时资源再调配。

#### （三）优质的媒体/品牌合作伙伴

经过多年的发展与合作，公司形成了极具竞争力的互联网流量经营平台，媒体拓展能力不断加强，与国内外知名媒体均有良好的合作关系，如：Meta、谷歌、雅虎、必应、亚马逊、华为、百度、腾讯、阿里、字节跳动、快手、B站、搜狗、爱奇艺、芒果，中国电信，乐播，虎扑，咪咕，创维，海信，小红书等。公司依托技术优势，将产品和服务相结合、内容和创意相融合，为客户提供优质整合的营销服务，并以领先的区块链底层技术为支撑提供定制化的区块链转型升级解决方案，在增强产业链上下游客户粘性的同时，吸引不同行业的合作伙伴。报告期内，与公司合作的客户多来自于各行业的领先品牌及世界500强企业。随着公司业务的稳步发展和快速升级，公司将继续扩大并深度发掘客户需求，增强公司竞争力，实现业绩持续增长。

#### （四）专业化和国际化人才

公司本科及以上学历的员工占比约70%，且引入了较多的海外互联网行业相关人才，核心技术团队来自全球知名高校及一线互联网企业，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、区块链技术研发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IBM、谷歌、华为、百度、腾讯、阿里、蚂蚁金服、快手等知名企业，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。

公司内部不断完善优秀人才培育体系，通过入职及内外部在职培训等多阶段分层次定向培养机制，增强员工的专业能力及专业服务精神，提高员工对公司的认可度和忠诚度。

#### （五）前沿技术开发能力及应用

公司拥有智链底层区块链平台、多链动态委员会调度模块、节点监控套件及管理后台、智链区块链浏览器等19项区块链核心产品，覆盖了共识、密码、智能合约、跨链等所有区块链的核心模块。区块链业务板块自主研发大型开放许可链，实现“基于VRF和POS融合的共识算法系统”、“节点均衡动态调度系统”、“基于可信计算技术的数据隐私保护系统”这三大核心技术突破，在支持10,000个节点的同时，极大提升区块链的性能，完善灵活的主侧链架构部署，打造了拥有自主知识产权的



大型联盟链底层平台。目前，已经完成区块链技术在供应链金融、食品药品溯源、智慧政务、元宇宙等领域领先的落地应用解决方案，并持续对区块链在征信、物联网、广告、智慧政务、元宇宙等众多场景应用进行新的探索。

### 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

单位：元

	2021 年末	2020 年末		本年末比上年末增减 调整后	2019 年末	
		调整前	调整后		调整前	调整后
总资产	5,083,663,848.57	5,993,810,486.37	6,019,388,832.56	-15.55%	9,258,769,774.51	9,258,769,774.51
归属于上市公司股东的净资产	3,850,908,479.46	3,694,923,733.85	3,718,415,417.50	3.56%	6,666,824,468.68	6,666,824,468.68
	2021 年	2020 年		本年比上年增减 调整后	2019 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入	5,682,085,939.37	10,716,328,383.04	10,716,328,383.04	-46.98%	10,853,215,610.03	10,853,215,610.03
归属于上市公司股东的净利润	133,491,478.84	-2,923,301,112.60	-2,901,648,971.61	104.60%	619,697,152.88	619,697,152.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	58,330,700.96	-2,525,861,712.40	-2,501,122,857.92	102.33%	391,524,986.91	391,524,986.91
经营活动产生的现金流量净额	181,437,903.95	-221,105,114.81	-221,105,114.81	182.06%	129,280,873.41	129,280,873.41
基本每股收益（元/股）	0.1046	-2.3059	-2.2889	104.57%	0.4936	0.4936
稀释每股收益（元/股）	0.1046	-2.3059	-2.2889	104.57%	0.4772	0.4772
加权平均净资产收益率	3.53%	-56.39%	-55.86%	59.92%	9.90%	9.90%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

#### 1、前期差错更正

##### (1) 前期会计差错更正的原因

本公司 2020 年度对持有的国光电器 11.5%的股权、持有的惠信基金 23.07%的认缴出资份额判断为对被投资单位没有重大影响的权益性投资，作为自资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的以公允价值计量且其变动计入当期损益的非流动金融资产，在“其他非流动金融资产”项目反映。该等处理未考虑本公司对上述被投资单位存在的重大影响之情形，不符合企业会计准则相关的规定，本公司根据董事会决议，对相关事项进行了前期会计差错更正。

##### (2) 具体的会计处理

##### ① 对国光电器的权益性投资

截至 2020 年 12 月 31 日，本公司持有国光电器 11.5%的股权，认为系对被投资单位没有重大影响的权益性投资，在“其他非流动金融资产”项目反映。

根据被投资单位公司章程规定，本公司有权力向被投资单位委派董事、监事候选人，且国光电器的两位非独立董事（非本公司提名），于 2020 年 5 月 13 日被智度股份增补为非独立董事，并该等两位董事同时担任智度股份、国光电器的董事长、副董事长。鉴于此，本公司可以对被投资单位施加重大影响，对国光电器的权益性投资应作为长期股权投资采用权益法核算，本期采用追溯重述法调整。

本次追溯调整，调增 2020 年末长期股权投资 49,590.39 万元，调减 2020 年末存货 1.11 万元，调减 2020 年末其他非流动金融资产 46,954.58 万元；调增 2020 年末递延所得税负债 228.85 万元。调增 2020 年度投资收益 1,526.34 万元，调增 2020



年度公允价值变动损益 915.40 万元，调增 2020 年度所得税费用 228.85 万元，调增 2020 年度净利润 2,212.89 万元，调增 2020 年度其他综合收益 192.96 万元。调增 2020 年末未分配利润 2,212.89 万元。

② 惠信基金的权益性投资

截至 2020 年 12 月 31 日，本公司作为有限合伙人认缴惠信基金出资比例为 23.07%，在“其他非流动金融资产”项目反映。

惠信基金投资决策委员会委员库两名成员，于 2020 年 5 月 13 日被智度股份增补为非独立董事。鉴于此，本公司可以对被投资单位施加重大影响，对惠信基金的权益性投资应作为长期股权投资采用权益法核算，本期采用追溯重述法调整。

本次追溯调整，调增 2020 年末长期股权投资 31,897.44 万元，调减 2020 年末其他非流动金融资产 32,285.86 万元，调增 2020 年末递延所得税资产 311.56 万元；调减 2020 年末递延所得税负债 20.18 万元；调增 2020 年度投资收益 947.54 万元，调减 2020 年度公允价值变动损益 1,326.96 万元，调减 2020 年度所得税费用 331.74 万元，调减 2020 年度净利润 47.68 万元，调增 2020 年度其他综合收益 54.95 万元。调减 2020 年末资本公积 63.95 万元，调减 2020 年末未分配利润 47.68 万元。

(3) 对财务状况和经营成果的影响

上述前期会计差错更正事项业经本公司第九届董事会第九次会议批准，调增 2020 年末资产总额 2,557.84 万元，调增 2020 年末负债总额 208.67 万元。调增 2020 年度净利润 2,165.21 万元，调增 2020 年度其他综合收益 247.91 万元。调减 2020 年末资本公积 63.95 万元，调增 2020 年末未分配利润 2,165.21 万元。

(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	1,857,166,484.80	1,604,335,608.47	1,305,637,439.53	914,946,406.57
归属于上市公司股东的净利润	63,329,276.40	26,130,069.16	66,880,816.31	-22,848,683.04
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	44,200,857.41	8,335,422.95	49,153,857.34	-43,359,436.74
经营活动产生的现金流量净额	-56,093,106.10	-49,918,028.98	78,584,680.21	208,864,358.82

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

本公司 2020 年度对持有的国光电器 11.5% 的股权、持有的惠信基金 23.07% 的认缴出资份额判断为对被投资单位没有重大影响的权益性投资，作为自资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的以公允价值计量且其变动计入当期损益的非流动金融资产，在“其他非流动金融资产”项目反映。该等处理未考虑本公司对上述被投资单位存在的重大影响之情形，不符合企业会计准则相关的规定，本公司根据董事会决议，对相关事项进行了前期会计差错更正。

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	81,877	年度报告披露日 前一个月末普通 股股东总数	85,706	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							
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	29.11%	371,579,062	0			
智度集团有限公司	境内非国有法人	6.51%	83,088,573	0			
新天世安（北京）科技有限公	境内非国有法人	2.88%	36,803,000	36,803,000			

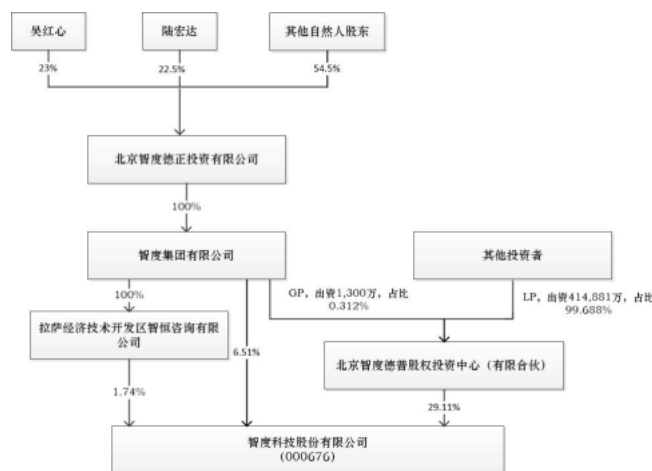
司						
杨方	境内自然人	2.47%	31,551,000	31,551,000		
拉萨经济技术开发区智恒咨询有限公司	境内非国有法人	1.74%	22,245,967	0		
上海易晋网络科技有限公司	境内非国有法人	1.51%	19,234,952	19,234,952	冻结	19,234,952
香港中央结算有限公司	境外法人	1.10%	14,060,828	0		
计宏铭	境内自然人	0.92%	11,747,381	0		
上海开思股权投资基金管理有限公司—开思月异 33 号私募证券投资基金	境内非国有法人	0.74%	9,402,673	0		
胡明兰	境内自然人	0.58%	7,431,200	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）	1、智度集团有限公司截至 2021 年 12 月 31 日持有本公司股份为 83,088,573 股，持股比例为 6.51%，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。 2、李向清先生截至 2021 年 12 月 31 日持有本公司股份为 7,320,000 股，持股比例为 0.31%，其中通过国泰君安证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 4,320,000 股。					

(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

2021年，随着国内疫情好转，品牌客户广告需求逐步回升，公司进一步优化业务结构，经营持续向好。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新零售和自有声学品牌业务，为公司未来业绩增长带来新引擎，同时推进第三曲线区块链技术及应用场景落地，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。

报告期内，公司实现营业总收入584,433.65万元，较上年同期1,077,849.15万元同比减少45.78%，实现归属于上市公司股东的净利润13,349.15万元，较上年同期-290,164.9万元实现扭亏为盈。报告期内，公司实现营业毛利73,284.13万元，较上年同期47,002.23万元增加26,281.9万元，增幅55.92%，毛利率12.54%，较上年同期4.36%提升8.18个百分点，主要系进一步优化业务结构，将数字营销业务中毛利率较低的实效营销、信息流业务进行收缩，更加聚焦核心品牌客户和优质客户，积极拓展市场，数字营销业务毛利率有所提升。其中，互联网媒体业务实现营业收入91,085.44万元，占公司营业总收入的15.59%，实现毛利3,4916.14万元，占营业毛利的47.64%；数字营销业务实现营业收入465,162.32万元，占公司营业总收入的79.59%，实现毛利26,139.65万元，占营业毛利的35.67%。

公司总体经营情况如下：

#### 1、稳步发展互联网媒体业务，产品多样化的策略成果显著

公司互联网媒体业务主要包括PC端流量入口和移动端流量入口业务，海外子公司SPE主要从事PC端流量入口业务，PM公司主要从事移动端流量入口业务。随着美国新冠疫情得到有效控制和疫苗逐步普及等影响，经济形式逐渐好转，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，取得了良好的成绩。其中，PC端实现收入57,207.84万元，移动端业务实现收入29,852.17万元，移动端业务收入及毛利在互联网媒体业务中的占比均显著提升，营业收入占比由16.16%提升至34.29%，营业毛利占比由0.45%提升至7.81%。

在PC端，公司管理层对SPE公司业务进行了战略升级，继续发展插件业务和付费应用业务，同时提升浏览器和数字媒体业务在PC端业务收入中的占比。SPE公司从2020年6月份开始推动的自研浏览器，用户数和收入均快速增长，报告期自研浏览器实现营业收入14,129.02万元，较上年同期增加333.60%，占浏览器业务总收入80%以上，成为PC端核心业务的主要增长驱动力。受益于新竞价策略以及及时跟踪掌握市场信息，PC端数字媒体业务实现营业收入15,978.52万元，较上年同期增长1,100.20%，实现营业毛利2,636.89万元，较上年同期增长2,049.04%。

在移动端，全力加速海外移动端的布局已取得明显成效，现有工具类广告变现App和客户付费订阅类App 40余个，全部通过谷歌合规审核上架，其中天气类、新闻类App在Google Play Store和App Store应用商店长期同类别排名前十。PM公司凭借强化垂类纵深及投放渠道的拓展以及通过优化用户体验与精确投放的战略实施，不断为移动端用户提供优质、便利的服务，以致移动端业务与日俱增，使得商业变现能力不断增强。移动端业务实现收入29,877.59万元，较上年同期增长99.37%，实现毛利6,989.34万元，较上年同期增长3,498.23%。PM公司于2019年设立，已在报告期内实现盈利。

公司互联网媒体业务的子公司SPE主要经营实体位于美国及开曼群岛，市场则位于世界各国，以美国为主。海外子公司是拥有互联网产品矩阵，以算法和大数据技术为驱动的第三方搜索流量入口公司，拥有千万级美国个人用户，掌握大量美国个人用户的数据，自被公司收购以来，一直备受美国政府关注，2018年美国贸易代表办公室的《301调查报告》专门点名Spigot所拥有的算法和数据能力，2020年美国财政部就美国个人数据安全问题陆续展开对Spigot的国家安全审查，这些严重影响了团队的士气和业务发展的方向。2021年10月1日（北京时间），公司及SPE等下属海外子公司（以下简称“公司方”）与由美国财政部和美国司法部代表的美国政府（统称“CFIUS Monitoring Agencies”，以下简称“CFIUS”）签署美国《国家安全协议》，就美国国家安全问题达成全面协议。与其他同样接受CFIUS调查并签署美国《国家安全协议》的一些公司（其公司及关联方等人员受到数据访问限制，或境外子公司应停止在中国境内的所有运营事项，或需在规定期限内出售境外子公司）不同，公司成功争取到公司对SPE的股权权益不受任何影响，且完全无需调整公司业务模式和规模，而是以遵守数据合规要求的方式解决了数据安全问题。SPE等下属海外子公司的董事会需要改组成由美国公民占多数，但该美国籍董事可以由海外子公司的员工兼任。本次就美国国家安全问题达成全面协议，排除海外子公司业务发展的不确定性，有利于公司海外业务稳步发展，不断为互联网用户提供优质、便利的服务，商业变现能力不断增强，提高公司持续经营能力。

#### 2、优化整合数字营销业务，布局拓展新型媒体营销资源

报告期内，公司数字营销板块进一步优化业务结构，将毛利率较低的实效营销业务进行大幅收缩，同时积极开拓华为等新兴媒体，并根据市场变化，优先选择信誉较好、实力较强的客户作为合作伙伴，数字营销业务营业收入降低但毛利率增高。

数字营销业务实现营业收入465,162.32万元，较上年同期下降485,976.14万元；实现营业毛利26,139.65万元，较上年同期增加13,994.06万元，毛利率5.62%，较上年同期1.28%提升4.34个百分点。公司深耕数字营销行业多年，积累了大量优质客户，并与客户伙伴们建立了长期信任的稳定合作关系，合作客户覆盖快消、金融、网服、娱乐、母婴、美妆、奢侈品等。同时，公司把握用户回归家庭大屏媒体的机会，借助行业报告和广告主认知，在家庭场景的媒体上集中资源优势进行布局，不断夯实基础，推进业务全面发展。公司持续研究互联网新时代的发展趋势与新技术研究、新兴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，目前处于整合营销领域领先地位。

2021年9月，公司与华为签署了《HUAWEI Ads一级服务商合作协议》，正式成为华为HUAWEI Ads游戏、社交及工具行业的独家广告代理，同时也是其影音娱乐、旅游、阅读、金融等互联网行业，以及电子电器、食品饮料、日化美妆等非互联网行业的广告代理商，广告代理期为2021年7月份至2022年底，代理范围包括华为（包括荣耀）的安卓和鸿蒙操作系统。报告期内，公司华为广告代理业务实现营业收入24,642.31万元。随着未来将有更多的智能终端采用华为鸿蒙系统，公司广告代理覆盖范围将会进一步扩大。公司作为行业领先的数字营销服务供应商，拥有众多媒体渠道代理资质的牌照，本次与华为签署《HUAWEI Ads一级服务商合作协议》，是华为对于公司数字营销业务及团队的认可，有利于公司在数字营销和互联网媒体业务上进一步拓展新客户，充分整合体系内的营销资源，为客户提供优质的数字营销服务，吸引更多华为这样优秀的合作伙伴，提升公司的核心竞争力及经营业绩。

### 3、加快对音响等自有声学品牌业务孵化，积极推进新零售业务发展

报告期内，公司自有品牌业务团队重新梳理海内外销售渠道并制定规范的价格体系；同时，以智度集团有限公司（以下简称“智度集团”）旗下的另一家上市公司国光电器股份有限公司（002045.SZ）强大的供应链为基础，公司逐步建立了声学品牌自身以采购、物流、仓储三位一体的供应链体系。广州威发是公司开展自有品牌业务的重要子公司，开拓海外线上直营D2C亚马逊店铺及独立站，稳步经营欧洲、北美地区的业务，优化线下重点渠道；国内布局主流电商平台自营旗舰店，并逐步开拓国内一二线城市线下顶级数码集合店渠道，截至报告期末，国内新开拓300余家线下门店，主要覆盖国内主流电声产品经销商，买手店及高端音响合集店。营销方面，开展了国内外以线上为主的内容和媒体投放二合一的实时竞价投放模式，以ROI为导向，采用精细化运营方式逐渐树立品牌知名度；产品方面，重新定位自有品牌vifa、爱浪、珠江，Aurasound，完善产品细分矩阵，已经完成新款耳机产品开发及App产品的迭代工作；售后方面，完善全球范围内的售后机制，优化售后流程，重新建立了欧洲售后中心和美国售后中心。

报告期内，公司基于原有的数字营销优势，发展新零售业务，进一步强化与抖音、快手、社交电商等新零售渠道的合作深度，在短视频、直播、社交等新零售场景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；同时，与知名MCN机构、文化传媒公司、罗永浩等达人进行合作，凭借优质的服务能力和产品资源，在行业逐渐形成良好的口碑和品牌知名度。

### 4、持续加码以区块链为主的技术投入，不断推进应用项目落地

报告期内，公司继续大力拓展区块链业务，积极推动智度区块链底层技术赋能产业升级和智慧治理。在区块链底层技术研发方面，优化技术性能，建设底层配套设施，不断提升智度区块链底层技术的适用性和应用能力，保持关键技术领先，并完成软件示范平台智链2.0区块链开放底层基础及配套设施建设，满足公司的业务发展需求。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，与建设银行、浦发银行等金融机构达成业务合作，面向国光电器股份有限公司（002045.SZ）、瀛通通讯股份有限公司（002861.SZ）、深圳市名家汇科技股份有限公司（300506.SZ）等5家核心企业、300余家中小企业提供高质量、低成本的科技金融服务。报告期内，累计助力中小微企业完成融资3.15亿元，有效解决中小企业“融资难、融资贵”的问题。

在区块链技术应用落地方面，报告期内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。目前公司已经完成区块链技术在供应链、保险、物联网、广告、食品药品溯源、数字艺术等十多个行业应用的解决方案。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。

### 5、抓紧元宇宙发展机遇，筹划布局相关业务

2021年以来，元宇宙概念迅速兴起。公司拥有自行研发的区块链技术，而区块链是元宇宙的基础设施之一，区块链技术拥有去中心化、不可篡改、可扩展、公开透明、集体维护等众多优势，可以保障用户数字资产、数字身份安全，进行价值传递和激励，并保障元宇宙的规则透明，可以让元宇宙的生态变得更加丰富。此外，公司投资的国光电器（002045.SZ）凭借深厚的技术积淀吸引了行业顶级的品牌公司或平台类大型企业成为其客户，并建立良好的合作关系。国光电器目前为

VR/AR设备供应声学模组，并即将生产VR/AR整机；其为M客户A型号VR设备供应声学模组；并已中标M客户其他两个型号VR设备声学模组、一个型号VR设备配套声学配件，将分别于2022年及2023年实现投产。国光电器目前已经中标M客户B型号AR设备声学模组。国光电器已经为国内VR头部企业P客户开发声学模组，计划2022年下半年投产；为国内VR头部企业Q客户开发声学模组和整机生产业务，将于2022年上半年实现生产。VR设备是元宇宙的硬件入口，国光电器熟悉VR硬件的功能及技术趋势，例如VR设备的多人异地同空间定位功能、是否具备触感等等，将极大帮助软件应用项目的适配开发和超前开发。国光电器熟悉VR硬件厂商，这有助于帮助合作项目和VR硬件厂商建立更紧密合作，例如应用软件预装在VR眼镜上进行推广。

2021年四季度，公司开始筹备元宇宙项目，并于2022年1月21日与智度集团、国光电器共同投资设立了合资公司广州智度宇宙技术有限公司。公司本次设立合资公司旨在抓住元宇宙发展机遇，充分利用公司区块链底层技术和运营经验、多年数字营销渠道、互联网运营、游戏分发能力，智度集团的资金优势和资源整合能力以及国光电器在元宇宙入口端VR产业链中的地位和作用，最大限度地满足用户的沉浸式体验需求，初步聚焦于开发“Meta彼岸”元宇宙艺术社区项目和VR环境的社交游戏项目。

## 6、其他业务

智度小贷自主研发了基于AI、大数据技术的互联网小贷系统、风控决策引擎、运营管理系统、智能引流平台，并通过互联网线上展业，开展小额分散的普惠金融业务。智度小贷在展业过程中严格按照相关金融监管机构要求，审慎展业，所有客户均是智度小贷依托智度股份在数字营销领域的行业经验及资源能力，通过互联网自主获取，贷款业务小额分散，坏账率较低。2021年智度小贷累计发放贷款566.81万笔，放贷金额28.62亿元。本报告期，智度小贷实现营业收入16,225.06万元，同比增长161.01%。