

浙文互联集团股份有限公司
2021 年度非公开发行股票募集资金使用的
可行性分析报告（修订稿）

为提升公司核心竞争力，增强公司盈利能力，浙文互联集团股份有限公司（以下简称“公司”或“浙文互联”）拟以非公开发行方式向 1 名符合中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）规定的特定投资者发行 **164,948,453 股 A 股股票**，**拟募集资金人民币 80,000 万元**（以下简称“本次发行”）。公司董事会对本次发行募集资金运用的可行性分析如下：

一、本次募集资金运用计划

本次非公开发行股票拟**募集资金总额为 80,000 万元**（含发行费用），募集资金扣除发行费用后，用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金金额
1	AI 智能营销系统项目	20,768.45	20,768.45
2	直播及短视频智慧营销生态平台项目	30,180.55	30,180.55
3	偿还银行借款及补充流动资金	29,051.00	29,051.00
合计		80,000.00	80,000.00

若实际募集资金不能满足上述募集资金用途需要，公司董事会将根据实际募集资金净额，在符合相关法律法规的前提下，在上述募集资金投资项目范围内，可根据募集资金投资项目进度以及资金需求等实际情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自有资金或通过其他融资方式解决。

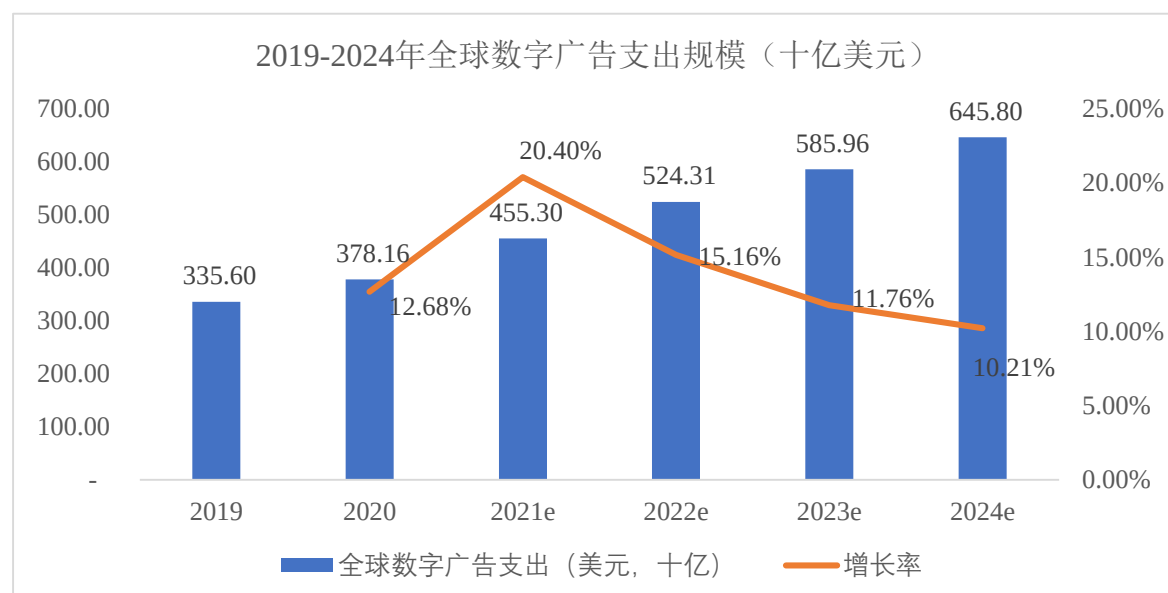
若公司在本次发行的募集资金到位前，根据公司经营状况和发展规划，利用自筹资金对募集资金项目进行先行投入，则先行投入部分将在本次发行募集资金到位后按照相关规定程序予以置换。

二、本次募集资金投资项目的背景和目的

（一）本次非公开发行股票的背景

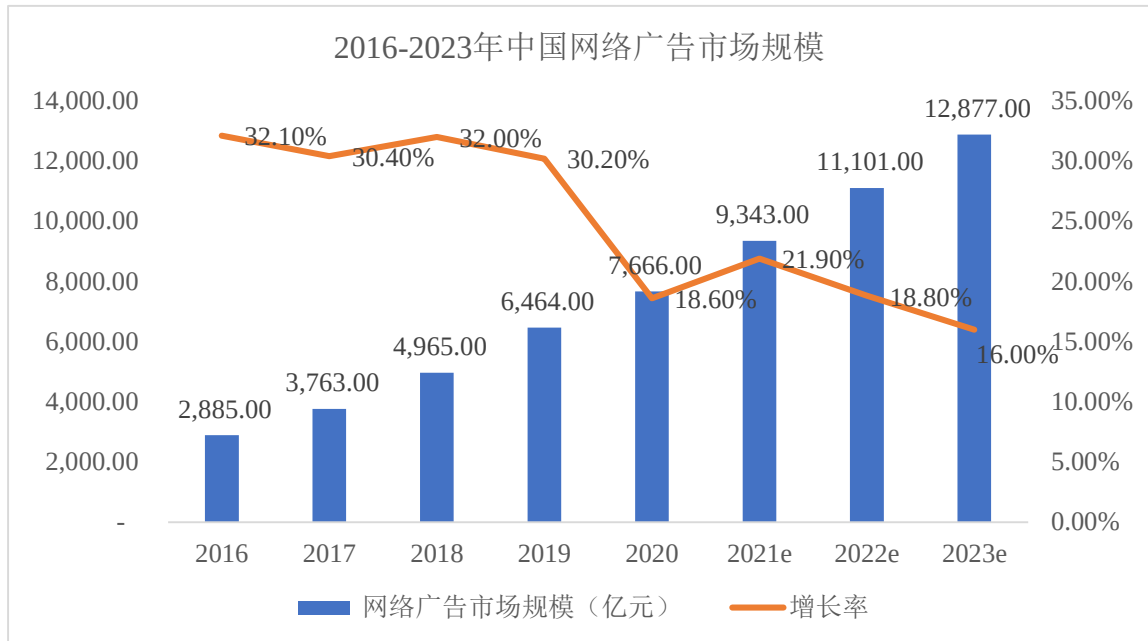
1、数字营销行业发展迅速，市场潜力持续释放

当前互联网技术已深入影响全球广告行业，包含广告策划、广告创意、广告制作以及媒体投放等一系列业务环节和运作流程已发生深刻变革，数字营销逐步成为整合营销传播服务行业的重要手段。根据eMarketer预测，全球数字广告支出将从2020年的3,781.60亿美元增长至2024年的6,458.00亿美元，各年增长率保持在10%以上。



数据来源：eMarketer

同时，随着我国互联网网民基数的不断扩大、更加年轻的互联网用户的消费习惯演变，以及数字营销所具有的精准度高、互动性强以及营销成本相对较低等显著特性，互联网广告对于广告主的吸引力也快速增强，普及率大幅提升，成为主要的广告营销投放方式。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》显示，2020年中国网络广告市场规模达到7,666.00亿元。随着疫情逐步得到控制，国内品牌方市场的信心进一步恢复，预计未来三年中国网络广告市场将继续以17%左右的年复合增长率保持稳定增长态势，仍有较大的发展空间。



数据来源：艾瑞咨询《2021年中国网络广告年度洞察报告-产业篇》

2、5G 时代下大数据及人工智能技术加快推动数字营销行业变革

我国高度重视5G技术研究和产业发展，2019年中央经济工作会议提出要加快5G商用步伐；2020年3月，中央政治局常委会会议突出强调，要加快5G网络、数据中心等新型基础设施建设进度；《国家“十四五”规划纲要》明确“新技术”“新基建”“新要素”关键作用，提出建设现代基础设施体系，激活数据要素潜能，加快推动数字产业化，推进产业数字化转型。而随着国家“新基建”的加快建设，5G网络将进一步促进移动互联网应用领域的拓展、用户体验的提升，成为推动数字营销行业增长的新动能。

根据《中国移动互联网发展报告（2021）》显示，我国互联网用户稳步增长，2020年我国4G用户总数达到12.89亿户，同时5G用户规模快速扩大，终端连接数突破2亿户。随着移动终端的普及和广泛应用、移动广告产业链的不断完善，移动端数字营销市场规模也在快速增长。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》，2020年我国移动广告市场规模达到6,725.00亿元，同比增长24.20%，同时在整体网络广告市场规模中的占比进一步提升至87.70%。未来，受益于品牌方对网络广告预算的不断投入和数字营销产业的持续创新，预计2023年移动广告市场规模将增长至11,741.00亿元。

在未来5G技术逐步实现商用以及国家大力推动人工智能、大数据、区块链等新兴科技产业融合发展的背景下，数字营销行业创新迭代速度将不断加快。数字

营销公司需在数据整合与沉淀、数据分析与处理、数据智能应用等方面持续加强投入，实现营销的数字化和智能化，不断增强精准营销的业务能力，提升效率及效果，方能进一步抢占市场份额。

3、营销中台有效赋能数据驱动价值，重要性凸显

在移动互联、大数据等技术的持续推动下，当前大众媒体内容愈发丰富、媒体形式和传播方式愈发多样，这使得整体行业进一步往时间碎片化、阅读移动化及品牌体验化趋势发展，并对数字营销行业广告投放的效率、精准程度等方面提出了更高要求。

数据中台作为连接枢纽，实现了数据采集、整合、管理、分析、应用、驱动的完整数据赋能体系，能够解决数字营销企业系统间“数据孤岛”问题，满足企业数据资产化需求。同时，数据中台能够有效发掘海量业务数据中蕴含的价值，为智能化营销提供有效的数据基础，实现更为精细的消费者区分，透彻洞察其个性化需求，从而针对性搭建数字化场景，并以此激发消费者情感共鸣，强化其品牌记忆与忠诚度，扩大消费者参与度，提升消费者的购买意愿，进而帮助广告主更高效地触达消费者需求。

此外，企业也可根据自身实际情况在数据中台进行服务扩展，拓展技术平台架构，提升数字营销企业的运营效率 and 创新能力，助力数字营销智能化深化发展，推动数字营销行业实现进一步创新。

4、AI 技术推动虚拟数字人实现场景应用，商业潜力可期

虚拟数字人指存在于非物理世界中，由计算机图形学、图形渲染、动作捕捉、深度学习、语音合成等计算机手段创造及使用，并具有多重人类特征的综合产物。目前，虚拟数字人的生成主要依靠前端CG建模及后端AI驱动。在此驱动模式下，虚拟数字人的呈现效果受到仿真人体模型、三维重建、语音识别、自然语言处理、语音合成、语音驱动面部动画、深度学习等技术的共同影响。

随着AI技术的日渐成熟以及深入应用，虚拟数字人在自然交互等方面的难点有望持续突破。同时AI技术可大幅降低制作工作量和边际成本，促使更多创新性应用成为可能，进而加速虚拟数字人产业落地并广泛应用于多元化的场景，如虚拟主播、虚拟助手、虚拟教师、VR演唱会、广告代言、周边衍生等。其中，虚拟主播因具备高可塑性、强可控性、高性价比、永恒存在等优势，正成为一种新兴

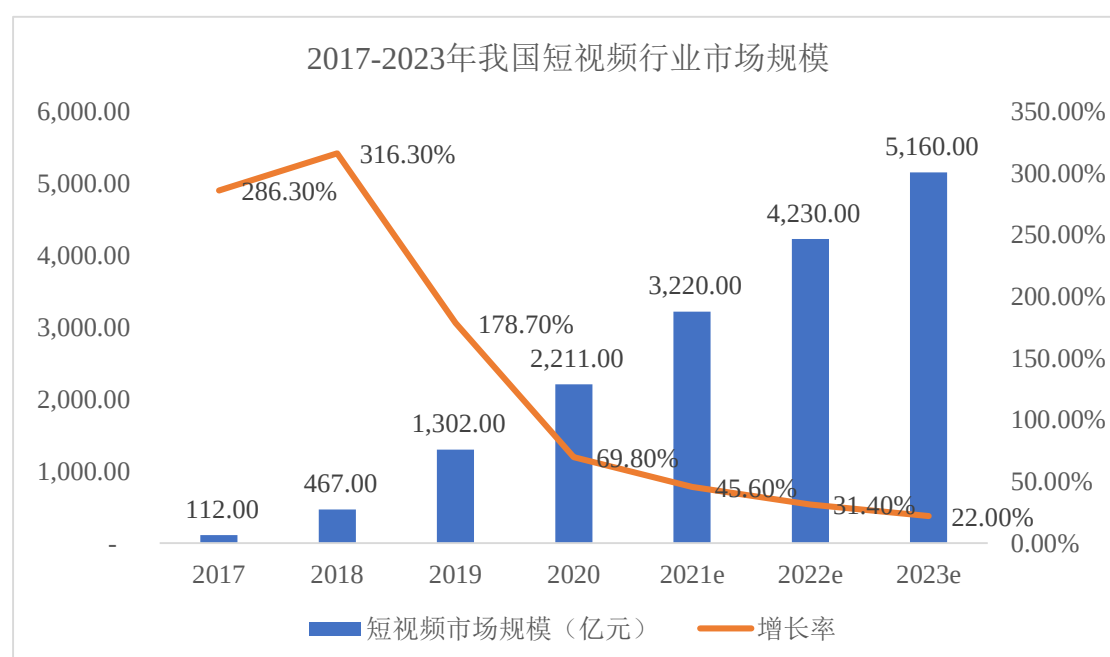
大众文化，拥有着吸引不同受众群体并获取流量的潜力。艾媒咨询数据显示，2020年中国虚拟偶像核心产业规模为34.60亿元，同比增长68.80%，预计2021年有望达到62.20亿元。

未来，随着AI技术的持续升级，虚拟数字人可广泛与各行业领域相结合，丰富立体化营销内容，共同拓展新的数字营销空间，促进产业进一步升级。

5、直播及短视频已成为内容消费新风口和主流数字营销模式

依托在表现力及传播力等方面的优势，短视频营销方式受到各大平台和资本的青睐，微博、秒拍、快手、今日头条等纷纷入局短视频行业。根据第47次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据，2020年我国短视频用户规模达到8.73亿，用户对短视频内容依赖度持续加深，短视频平台已然成为数字营销的主阵地之一。

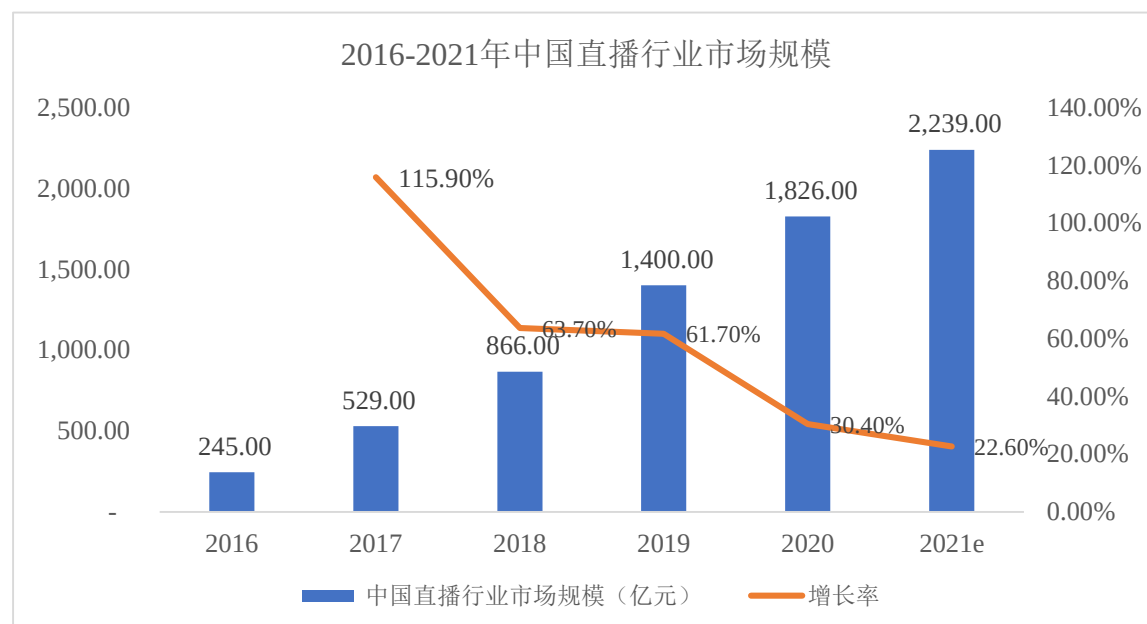
短视频具备可利用碎片化的时间、吸睛的视频内容、适应性广、承载量大、传播力强等特征，同时可通过手机屏幕下方的链接导入电商平台或平台小店实现销售转化，达到商业变现目的。根据艾媒咨询数据，在头部短视频平台不断推进商业化变现行为的驱动下，2020年我国短视频行业规模达到2,211.00亿元，增长率达69.80%。未来，随着用户对短视频内容的依赖度加深以及短视频平台变现方式的多样化，短视频行业市场空间将持续增长，预计2023年行业市场规模将超过5,000亿元。



数据来源：艾媒咨询

同时，直播凭借其丰富的内容表达形式、广泛的行业覆盖领域，也逐渐被更

多人所接受，渗透率不断加深，用户规模快速增长。CNNIC数据显示，2020年中国网络直播用户规模达到了6.17亿，占整体网民规模的62.40%，直播已成为用户娱乐生活的重要内容形式。根据艾瑞咨询数据，2020年中国直播行业市场规模增长至1,826.00亿元，同比增长30.40%，并预计2021年将进一步增长至2,239.00亿元。未来随着用户对直播内容依赖程度的加深，叠加5G等技术的助力，直播行业市场规模也将进一步扩张，成为驱动数字营销市场发展的重要模式。



数据来源：艾瑞咨询

（二）本次非公开发行股票的目的

1、打造先进 AI 智能营销系统，形成数据和技术营销驱动，推动业务优化发展

鉴于现阶段数字营销行业多元化发展趋势显著，数据资产化诉求日益凸显，AI智能营销系统建设已成为企业发展必不可少的一部分，其可在多个营销关键环节进行赋能，助力企业降低营销成本，提高营销效率，挖掘更多创新营销模式，实现营销多元化、数据化和智能化的长期发展目标。公司拟利用非公开发行股票募集资金投资建设AI智能营销系统，其中包含涵盖先进AI算法模型和智能营销系统在内的SPS（Smart Platform System）智能营销中台开发以及虚拟数字人领域技术开发两个子方向。

其中，通过智能营销中台研发，公司将打通集团内各部门、子公司之间的信息“孤岛”，助力内部快速实现数据整合、分析与处理，形成科学高效的经营管

理模式。智能营销中台可避免系统升级的“复健”，并可依据业务需求进行针对性模块开发，在保持系统长期稳定、节约开发时间和成本的同时灵活应对瞬息万变的市场需求，这对公司业务开拓、效率提升和系统及资源整合等方面都将产生明显的积极作用。同时智能营销中台也可通过灵活且完备的API数据接口对接各类结构化或非结构化数据源，极大提升海量数据的存储、高效处理和转化分析能力，提高数据资产积累效率。

此外，通过虚拟数字人领域技术研发，公司将对虚拟人开发路径的“生人”、“养人”和“育人”阶段进行进一步探索，重点推动虚拟数字人实时交互技术的突破与落地，直击现有多元化业务开展痛点，为公司AI技术营销相关业务的商业化变现及业态建设提供坚实的技术支撑，加速推动公司朝向技术优先型发展模式转型升级，助力公司实现成为数字营销领军集团的长期发展目标。

2、构建“全链路”、“跨渠道”、“多场景”、“数据化”的智慧内容营销生态系统

现阶段，公司制作或购买的短视频类内容素材主要用于抖音、微信、今日头条、西瓜等主流APP。而随着市场竞争不断加剧，马太效应不断显现，公司需要紧跟市场和客户营销需求变化趋势，不断拓展业务边界以进一步强化独特竞争优势。

对此，公司拟利用非公开发行股票募集资金投资建设直播及短视频智慧营销生态平台项目，旨在集合公司现有的短视频内容制作能力、流量运营能力、网络优质主播培养挖掘能力以及KOL资源运营能力，并辅以数据化工具，打造包括自运营及KOL资源运营账号价值创造、直播及短视频创意及效果优化综合服务、新媒体营销矩阵客户代理运营服务等功能的直播及短视频智慧营销生态平台。

该项目的实施可大幅提高公司在直播营销及短视频内容创意、制作方面的竞争力，强化公司在数字营销领域的竞争优势，进一步提升公司在广告内容及流量精细化运营、效果营销等方面的效率，提升公司盈利能力和行业竞争力。

3、增强公司资本实力

本次非公开发行的部分募集资金用于偿还银行借款及补充流动资金，有利于增强公司资本实力，缓解公司营运资金压力，为公司各项经营活动的开展提供资金支持，增强公司的抗风险能力、财务安全水平和财务灵活性，支持公司稳定发

展。

三、本次募集资金投资项目的情况

（一）AI 智能营销系统项目

1、项目概况

本项目建设分为两个子方向。其一为在公司现有DMP（Data Management Platform）数据管理平台、智能投放系统、SCRM（Social Customer Relationship Management）用户管理工具等平台基础上，结合公司互联网广告业务发展情况和中台架构理念进行，研发包含先进AI算法模型和智能营销系统在内的SPS（Smart Platform System）智能营销中台。其二为基于AI智能营销技术，围绕虚拟数字人领域展开技术研发，在虚拟人初期形态建设上，通过搭建面部捕捉、动作捕捉和内容制作工作室，配备全面的软硬件设备，并引入高水平的技术开发人才等方式实现进一步突破，逐步建立虚拟人思考和行为模型基础，实现虚拟人实时交互技术的突破与落地，从而使虚拟人可应用于综艺、影视剧、舞台、媒体、直播、培训等广泛场景。

2、项目建设必要性

（1）整合与升级系统平台，打通信息孤岛，实现数据赋能

近年来随着大数据分析处理技术的快速发展，公司不断加强营销数据应用和处理能力，目前已形成DMP数据管理平台、智能投放系统、SCRM用户管理工具等营销技术产品，能够为客户提供优质、高效的整体营销解决方案。但相关平台、系统开发的过程中不可避免会出现重复建设现象，从而引起公司资源的极大浪费。同时，公司的各个平台系统之间也较为独立，难以实现链接和数据交互，信息“孤岛”态势显现，不利于内部数据整合、分析与处理，阻碍营销能力的进一步提升。

公司将通过本项目对现有系统平台进行整合升级改造，避免重复建设，实现资源有效利用。同时，项目将打通数据壁垒，支撑公司不同业务场景的精细化运营，通过应用端实现快速创新和需求响应，并支持多维度、高准度、全方位的数据分析，实现数据业务化，提升公司运营效率，有效进行数据赋能。

（2）提升数据计算和处理能力，实现营销数据化和智能化的整合

公司深耕数字营销行业多年，依靠自身专业的营销策划能力、数据整合能力和优质的服务能力，与互联网、汽车、快速消费品、游戏、金融等行业头部客户建立牢固合作关系，打造了强大的行业头部客户资源矩阵，积累了大量的客户资源、流量资源和业务资源。然而，公司现有的数据计算和处理能力已无法同步满足快速增长的业务处理需要，现阶段网络设备、服务器及存储设备等也无法有力支撑公司对现有业务过程中海量数据的高效收集、处理和利用。此外，在信息过载、流量红利削弱和互联网流量成本渐增的背景下，公司需实时对自身所积累的内外数据及多渠道资源进行实时整合、分析、处理，并运用AI智能算法模型挖掘数据背后业务活动的驱动价值，做到营销解决方案前置化，提升客户满意度，增强客户粘性。

因此，本项目实施将有助于公司有效提升数据计算和处理能力，加速数据资产的形成，提高数据资产积累能力，为客户提供优质“数据化”、“自动化”、“智能化”营销服务，增强智能化精准营销的效率与效果，进一步夯实公司技术领先地位，引领智能营销新趋势，支撑公司数字营销业务的进一步发展。

（3）突破实时交互技术壁垒，打造差异化竞争优势

虚拟数字人属于典型的多技术综合产物，核心技术主要为多模态技术与深度学习等，涉及计算机图形学、图形渲染、动作捕捉、深度学习与语音合成等诸多技术。近年来，随着人工智能技术的发展，静态下高仿真的行业瓶颈已得到突破，但如何实现虚拟数字人的自然实时交互仍是行业主要攻关点。

当前，营销行业内的虚拟数字人仍多以平面或短视频视觉形式呈现。为打造差异化竞争优势，公司计划通过本次项目建设重点开发和突破虚拟数字人实时交互技术，通过深化应用表情捕捉、动作捕捉、高效映射等技术手段创造出高精度的数字化虚拟人物形象，并针对虚拟数字人开发所需应用的CG艺术制作、AI表演动画技术、角色智能建模与绑定技术、智能动画与语音合成技术等人工智能技术进一步深化开发，最后通过互动引擎技术实现虚拟数字人与虚拟场景、真实场景结合、实时交互，突破行业技术壁垒，增强公司在虚拟数字人开发领域上的技术实力，通过科技赋予的全新玩法与创新增加用户留存率，抢占市场先机，为公司广域数字营销业务注入新活力。

（4）增强虚拟数字人开发成熟度，为商业化应用场景延伸提供技术支撑

受技术成熟度的影响，当前虚拟数字人行业应用主要集中在影视娱乐行业。同样受限于项目周期和资本投入，公司虚拟数字人开发仍处于相对较为初期阶段。未来随着5G、云计算逐渐解放带宽与算力限制，叠加AI大数据、计算机学习、人脸识别、机械语音语义等技术的支持，虚拟数字人的开发及制作水平将可进一步升级。

公司将通过本次AI智能营销系统建设进一步加大技术研发投入，搭建面部捕捉、动作捕捉和内容制作工作室，配备全面的软硬件设备，从而提高虚拟人的实时交互能力，并自建数据库，配合AI算法提高虚拟数字人在肢体动作、面部表情、唇形口腔与发音匹配、眼神及微表情等方面的高度拟人化，不断优化虚拟人形象和内涵，增强虚拟数字人开发成熟度。同时，公司将针对不同的商业化应用场景，对虚拟人物的声线、预期、行为动机与逻辑等人设性格进行针对性的设定开发，为应用于综艺、影视剧、舞台、媒体、直播、教育培训、工业等全域商业和泛化场景提供技术支撑，满足客户营销升级诉求。

3、项目建设可行性

（1）顺应数字营销技术发展趋势

近年来，人工智能、云计算、移动互联等领域不断完善和突破新应用高度，广告形式与投放策略加速创新。但同时流量红利日渐削弱以及市场竞争加剧，推动广告主对营销的“精准”、“转化”以及搭建营销闭环的重视程度逐步上升，希望通过更加精细化的用户经营管理模式以获得性价比更高的营销解决方案，推动数字营销行业从依靠服务向依靠技术和数据能力转变。为充分满足客户的需要，数字营销服务商不断加码“技术+数据”体系建设，通过数据整合与沉淀、数据分析与处理、数据应用等方面建立大数据生态，实现营销的智能化和数据化，通过有效发掘海量业务数据中蕴含的价值，帮助营销客户更精细的区分不同特性的消费者，透彻洞察其个性化需求，并有针对性满足消费者，从而更低成本、更高效地达成营销目的。

数据中台可以满足公司内外部不同平台间数据整合的诉求，其在营销自动化的协作下能够实现营销闭环，并最大化借助数据以提升营销效率。因此，本次AI智能营销系统项目符合数字营销技术发展趋势，具备良好的市场环境，将进一步

提升公司市场竞争优势。

（2）公司拥有深厚的系统开发技术底蕴，具备丰富的业务经验和人才资源

近年来，公司不断增强技术开发和数据处理能力，通过海量数据沉淀及技术升级助力智能营销，从数据集成与沉淀、数据分析与处理、数据应用三个维度赋能标签体系和投放效率，建立大数据生态进而实现营销效能最大化。同时，公司基于数据管理平台，深度洞察运营痛点，高效精准定向客户人群，打造AI智能优化闭环，多维度全方位拆解数据，高效提升营销效能，构建多元化的营销技术产品和技术矩阵，具有深厚的系统开发技术底蕴。

同时，公司构建了覆盖数据洞察、效果营销、品牌管理、媒介规划投放、体验营销、公关、内容营销、自媒体以及营销技术产品的数字营销全链条服务，通过技术和数据提升用户转化效果，为网络服务、汽车、电商、游戏、金融、旅游、快速消费品等行业客户提供具有商业价值的一体化营销解决方案，拥有丰富的数字营销业务经验。公司也凭借广泛的品牌影响力吸引了来自营销技术、品牌管理、媒介规划、组织管理、大数据分析与应用等方面的专业人才，培养了一批在客户开拓、营销策划、流量资源整合、数据分析等方面拥有较高专业素养及丰富经验的团队和人员。

（3）公司构建了完整的虚拟人开发路径，保障技术成果落地实现

当前，虚拟数字人的技术开发主要依靠前端CG建模及后端AI驱动，而在实际应用中，不同应用场景下虚拟数字人的技术开发路径也不尽相同。基于行业主流技术路径，公司已根据自身业务实际情况制定了相应的开发路径规划，将开发流程划分为“生人、养人、育人”三个阶段，并据此积累了虚拟数字人孵化经验。

在“生人”阶段，若是真人复刻则利用AI技术并通过图形识别快速建立基础CG模型和皮肤贴图，后续再进行人工微调；若是凭空塑造虚拟形象，则利用AI技术进行基础建模工作，并通过运营设计团队打造角色外在形象。在“养人”阶段，公司利用数字人AI生产平台快速创建不同的人体，通过AI技术进行面容绑定，采用人工制作方式创作妆容和发型等元素，使用专业设计软件打造虚拟角色的服装和配饰等。在“育人”阶段，公司针对不同应用场景，使用AI语音语义转换工作、惯性/光学或综合捕捉方案、CG渲染、游戏引擎等方案解决在AI动画、动画

捕捉、渲染与特效等多维度的技术问题。

公司现有清晰、完整的虚拟数字人开发路径及既有经验将为本项目建设提供坚实的路径保障，助力项目的技术成果顺利落地实现。

（4）公司拥有深厚的汽车直播运营经验和专业的技术团队，掌握丰富的虚拟元素底层素材

公司在汽车营销领域深耕多年，掌握了成熟的汽车客户3D建模技术，搭建了完善的汽车直播全流程营销推广链路，可为汽车品牌客户提供包括全数字化资产供应、虚拟直播解决方案、视觉互动助销系统在内的新形态数字化解决方案，积累了“数字孪生”、“全虚拟化直播-无界”等技术。同时，公司储备了大量的AI虚拟元素，可本项目孵化及开发虚拟数字人提供技术经验保障以及底层素材基础。

此外，公司核心团队引进了高阶数字渲染培训师，由其逐步推动搭建内部培训与成长体系，实现适应行业发展需求且具备创新性的新AI虚拟技术人才的快速孵化。由此，将为本项目开发打下坚实的技术基础和经验及人才保障。

4、项目投资概算和融资安排

本项目投资总额20,768.45万元，拟投入募集资金金额20,768.45万元，具体投资内容包括基础投资、软硬件费用、开发费用等。

5、项目实施主体、建设地点和建设期

本项目实施主体为杭州浙文互联科技有限公司，建设地点位于杭州。项目整体建设期为36个月。

（二）直播及短视频智慧营销生态平台项目

1、项目概况

直播及短视频智慧营销生态平台项目旨在集合公司现有短视频内容制作能力、流量运营能力、网络优质主播培养挖掘能力以及 KOL 资源运营能力，构建包括 SaaS 前端技术工具产品，打造具备自运营及 KOL 资源运营账号价值创造、直播及短视频创意及效果优化综合服务、新媒体营销矩阵客户代理运营服务等功能的直播及短视频智慧营销生态平台，从而进一步提升公司在广告内容及流量精细化运营、效果营销等方面的效率，提升公司客户粘性和市场竞争力。项目建设

完成后，公司将具备“全链路”、“跨渠道”、“多场景”、“数据化”的短视频生态业务和运营能力。

本项目收入构成包括自运营账号、签约KOL账号、电商等账号内容广告收入，直播及短视频内容制作及效果优化综合服务收入，以及企业级账号综合服务代运营服务收入。

2、项目建设必要性

（1）紧跟行业主流营销模式，实现业务衍化升级

随着数据与技术的发展，数字营销方式不断多样化，消费者需求呈现更加个性化、碎片化的趋势，直播、短视频等创新业态异军突起，并且伴随着互联网流量红利削减，互联网广告存量市场正处于结构化调整阶段。一方面强势媒介挤压代理商的趋势逐步明朗，另一方面广告主在经济压力之下提出削减预算或更高效效果要求，行业竞争愈加激烈。

根据第47次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据，2020年我国短视频用户规模达到8.73亿，占网民整体的88.30%；网络直播用户规模达到6.17亿，占网民整体62.40%。近年来广告主线上营销预算正进一步向直播/短视频等新兴营销形式的资源倾斜。例如抖音、快手、西瓜视频、淘宝直播等融入电商因素的娱乐方式，具有实时性、互动性等特点，提升真实性和趣味性，已成为当代年轻人最受欢迎的社交传播方式。该类方式易充分调动用户碎片化时间，聚集用户流量，伴随着明星、网络达人的入驻，其凭借极高的影响力和巨大的用户数能为广告主带来显著的效果转化及销量落地。

公司拟通过直播及短视频智慧营销生态平台项目建设，实现营销模式的衍化及升级，促进公司业务的持续发展，为客户营销赋能。

（2）整合营销资源，拓展业务边界提升转化率

随着信息技术的深入发展，新兴营销媒体形式不断涌现，单一媒体形式的广告营销或场景活动已难以满足客户持续提升的需要，各种媒体形式呈现融合趋势。这一发展趋势将对公司在各板块业务的服务能力，以及整合营销策划水平提出更高要求。当前，随着营销技术和客户需求的不断变化，公司数字营销形式的深度和广度仍存在多维度的拓展空间。

公司拟通过直播及短视频智慧营销生态平台项目建设，可加快整合媒体、平台、供应链资源，实现创作力、资源、社会孵化项目的融合，在满足客户日益提高的营销效果要求的同时降低获客成本，进一步提升内在生产力及效益。公司将集合现有强大的短视频内容制作能力、流量运营能力、网络优质主播培养挖掘能力以及KOL资源运营能力于一体，搭建多元化的内容创意平台，提升优质内容生产投入以吸引更多优质流量提升营销转化率。同时公司创造自运营账号长期价值及KOL资源池，拓展新媒体营销矩阵客户代理业务，并应用数据化SaaS技术产品形成线上线下全域、全链路的直播及短视频智慧生态平台，进一步拓展公司的业务边界，深化公司竞争优势。

（3）抢抓直播市场机会，提升流量变现效率

随着互联网、5G、VR/AR等新兴技术的发展和驱动，中国网民规模持续扩大，网络直播产业市场规模呈现高速增长态势。根据艾瑞咨询显示，2020年中国直播行业市场规模增长至1,826亿元，同比增长30.40%，并预计2021年将进一步增长至2,239亿元。由于直播营销在获取流量的成本、提升品牌价值与销量、对消费者互动性吸引等方面具备独特优势，其对品牌主具有极高的吸引力，并逐渐成为品牌广告主最愿增加的线上媒体模块之一。

目前，公司直播营销能力和布局尚不充足。本项目的实施有利于公司提前抢抓网络直播市场机会并抢占市场份额，通过系统化的流程要求和培训培育直播人员，持续积累流量和目标受众，从而创造内部直播账号长期价值。同时，公司意在持续拓展和加深与外部直播KOL的合作，持续扩大账号矩阵，形成内外部直播资源流量池，打造成熟完整的直播体系，大力开拓直播带货等领域业务，提升直播营销流量变现的效率，提高公司品牌影响力及盈利能力。

（4）深化短视频创意营销生态体系，增强创意制作竞争力

近年来，短视频行业开始崛起，以视频为主要载体的内容营销迎来快速发展期并催生广告等大量变现需求。根据Quest Mobile显示，截至2020年末，短视频月人均使用时长达到42.60小时，同比增长39.70%，是在线视频的3.08倍，并成为泛娱乐领域时长占比最大的细分行业。公司及时把握短视频行业快速发展的机遇，积极采购和制作短视频，并主要用于抖音、微信、今日头条、西瓜等主流APP，由此撬动可观的销售收入。

为进一步强化公司在短视频业务板块的竞争实力，公司亟需通过本项目的实施全面加大短视频营销业务开拓力度，构建短视频内容创意制作平台，大幅提升创意制作方面的竞争力。同时通过IP资源应用有效扩大公司短视频受众范围，并进一步吸收短视频创意、制作、运营专业人才，以此持续完善短视频创意营销生态体系建设，培育“全链路”、“跨渠道”、“多场景”、“数据化”的短视频生态能力。此外，公司也将进一步深化新兴媒体合作，进一步带动短视频利润增长，从而推动公司实现长期持续健康发展。

3、项目建设可行性

（1）符合国家政策导向，具备良好的外部政策环境

近年来国家相继出台多项政策文件，鼓励支持互联网营销行业发展。2013年，国务院先后发布了“宽带中国”战略实施方案和《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》，明确提出了支持移动互联网的国家战略规划以及支持信息消费的指导意见。2016年7月，国家工商总局印发了《广告产业发展“十三五”规划》，提出加快广告业技术创新，鼓励广告企业加强科技研发，提高运用广告新设备、新技术、新材料的水平，促进人工智能、虚拟现实、全息投影等以数字、网络为支撑的各种新技术在广告服务领域的应用，研发用于广告业的硬件和软件；支持广告业与互联网产业融合发展，规范数字广告程序化交易管理，建立新的数字广告生态；鼓励广告业以“互联网+广告”为核心，实现跨媒介、跨平台、跨终端整合服务。

2019年，全国两会《政府工作报告》中提出，要全面推进“互联网+”，运用新技术新模式改造传统产业，加快在各行业各领域推进“互联网+”。因此，随着促进互联网和移动互联网行业的发展上升为国家战略，政策的大力支持将为互联网营销行业的发展提供良好的环境，本项目建设符合国家产业政策发展方向。

（2）公司多维度布局，具备较强的服务能力和交付能力，客户基础广泛

公司以实现各行业客户营销目标为导向，构建了覆盖数据洞察、效果营销、品牌管理、媒介规划投放、体验营销、公关、内容营销、自媒体以及营销技术产品的数字营销全链条服务，进行多维度全方位布局。通过对网络服务、汽车、电商、游戏、金融、旅游、快速消费品等客户所处领域进行细致分析，精准发现行

业营销突破口，综合应用多个产品营销要素并借助已有技术和数据提供一体化营销服务，助力客户快速制定营销决策，实时优化投放效果。

公司各事业部内部已形成强大客户资源池，在营销方案、数据及技术方面实现协同效应，凭借精准的数据洞察分析能力、精湛的投放效果及优秀的全案营销服务能力实现客户的核心营销诉求，打造了强大的行业头部客户资源矩阵，互联网行业如腾讯、阿里、今日头条、京东、哔哩哔哩等，汽车行业客户包含如一汽系（红旗、奔腾、大众）、广汽三菱、奇瑞捷豹路虎、英菲尼迪、上汽通用、北京现代、沃尔沃、长城汽车、长安福特、东风日产、奇瑞新能源、北京新能源、长安新能源等，快速消费品行业如伊利、超威等，并深入布局游戏、金融等行业，如4399、贪玩、雷霆游戏、莉莉丝、心动游戏、360金融、平安集团等客户资源。公司以不断升级的营销服务能力及精准的数据洞察分析能力，为客户营销赋能。

（3）公司业务形态多样，拥有较高的流量变现和转化能力

公司以实现各行业客户营销目标为导向形成了多样化的业务形态，构建了覆盖数据分析与洞察、效果营销、效果优化与管理、品牌管理、媒介规划与投放、体验营销、公关、内容营销、自媒体以及营销技术产品的数字营销全链条。同时，鉴于流量获取能力是后续进行商业变现的基础，公司矩阵化媒体布局，与各媒体在新资源开拓、新技术应用、营销模式创新等方面保持紧密合作，在技术、数据的共同驱动下推动数字营销行业实现全面升级，共建大数据营销新生态。

经过多年的积累，公司合作方基本涵盖国内所有头部媒体，连续多年与腾讯、快手、今日头条等头部流量平台及爱奇艺、网易、新浪等龙头互联网媒体保持深度紧密合作，同时也不断深化与汽车类垂直媒体的合作关系。此外，公司亦拥有汽车头条、114啦网址导航等自有媒体平台，具备全方位、多市场的媒体资源覆盖。

凭借差异化流量运营、快速挖掘客户产品的多样销售场景和潜在消费者等优势 and 品效结合的综合营销服务体系，公司具备较高的流量转化率。如汽车营销事业部创新汽车营销新形式，独家或授权代理包括SMG Live旗下多部沉浸式戏剧及音乐剧、迪斯尼XGames夏季赛、中国邮政“新邮享”等多个头部IP，为客户增强销售转化率。同时公司具备为不同业务和品牌客户创造良好营销价值的能力，如伊利畅轻《我们相爱吧》IP整合营销项目中，公司捆绑IP打造覆盖社会端、产

品端、渠道端三端交互的整合营销；英特尔天猫超级品牌日项目中，公司利用游戏、音乐、电影领域的3大热门IP赋能主题，活动当天站内累计触达超亿人次，形成超6亿曝光。

（4）公司积累了丰富的优质资源和案例经验

当前营销行业内容同质化持续加剧，某一类别或形式大量集中涌现，内容严重过剩，导致内容创新程度与持续产出能力逐渐成为营销关键路径。公司始终高度重视优质资源的积累，通过创意直播、短视频制作等自主生产内容，并利用体系内自有DMP在业务运营中积累的海量数据资源和智能投放系统进行数据标签、识别、分析、优化，在反哺技术的同时持续丰富自身资源储备。

基于上述丰富的优质资源，公司在技术和数据双重驱动下持续为客户提供专业且全面的营销解决方案，并已收获大量成功营销案例。相关经典营销案例在ILBC国际公益广告节等权威行业赛事中不断获得认可，已揽获包含蒲公英奖、IAI国际广告奖、金投赏奖、虎啸奖、金蜜蜂奖等百余项行业大奖。因此，公司积累的丰富优质资源和案例经验，将为本项目建设提供充分的经验保障。

4、项目投资概算和融资安排

本项目投资总额30,180.55万元，拟投入募集资金金额30,180.55万元，具体投资内容包括场地投入、软硬件费用、IP引进、流量采买、产业化费用等。

5、项目实施主体、建设地点和建设期

本项目实施主体为秀咔网络科技有限公司（杭州）有限公司，建设地点位于杭州。项目整体建设期为36个月。

（三）偿还银行借款及补充流动资金项目

1、项目概况

为满足公司业务发展对流动资金的需求，公司拟使用本次募集资金中的29,051.00万元偿还银行借款及补充流动资金。

2、项目必要性

(1) 降低资产负债率，优化资本结构，增强抗风险能力

2019 年末、2020 年末、2021 年末和 2022 年 3 月末，公司合并报表资产负债率分别为 55.99%、46.58%、47.17%和 48.07%，相比其他互联网和相关服务行业上市公司处于较高水平。

本次非公开发行募集资金将有效增强公司资本实力，提升公司短期偿债能力，有助于公司降低资产负债率，有效改善公司的资本结构，并为进一步稳固公司主营业务及实现长远发展目标提供保障和动力。

(2) 降低公司财务费用，提升盈利水平

近年来，为应对市场竞争的压力，满足公司生产经营对资金的需求，公司债务融资规模较大。截至2022年3月末，公司负债总额377,189.23万元，其中流动负债375,945.22万元，比例较高，偿债压力较大。此外，由此产生的财务费用也降低了公司的盈利水平。2019年、2020年、2021年及2022年1-3月，公司财务费用中的利息费用分别为7,833.70万元、3,663.46万元、4,752.31万元和1,838.89万元，2022年1-3月公司财务费用中的利息费用占净利润的比重为50.38%。

本次非公开发行股票募集资金部分将用于偿还银行借款，将有效降低公司债务融资规模，降低公司的财务风险，提高公司经营安全性和盈利能力。

(3) 补充营运资金，满足业务需求，强化公司战略实施

随着公司业务的发展，公司需要投入更多的资金以满足经营活动的需要。通过本次非公开发行，部分募集资金用于补充流动资金，有利于增强公司资本实力，缓解公司营运资金压力，为公司各项经营活动的开展提供资金支持，增强公司的抗风险能力、财务安全水平和财务灵活性，支持公司稳定发展。

3、项目可行性

本次非公开发行的部分募集资金用于偿还银行借款及补充流动资金，符合公司当前的实际发展情况，有利于增强公司的资本实力，满足公司经营的资金需求，实现公司健康可持续发展。公司本次董事会审议非公开发行方案时已明确具体的发行对象，将部分募集资金用于偿还银行借款及补充流动资金，符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》等法律法规关

于募集资金运用的相关规定，具备可行性。

四、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

公司将使用本次非公开发行股票募集资金进行 AI 智能营销系统项目、直播及短视频智慧营销生态平台项目、以及偿还银行借款及补充流动资金，投资项目符合国家相关的产业政策以及未来公司整体战略发展方向，具有良好的市场前景和经济效益。项目完成后，能够进一步提升公司的竞争能力，提高公司的盈利水平，为公司进一步做大做强提供资金保障，为后续发展空间创造了条件。

本次非公开发行募投项目的实施不会改变公司现有的主营业务，而是完善、升级优化公司的收入结构，延伸公司的产品和服务范围，有助于对现有业务、营销资源和技术储备进行升级。同时，公司也仍将具有完善的法人治理结构，保持公司在人员、财务、机构、业务等方面的独立性和资产完整性。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次募集资金投资项目具有良好的市场前景和经济效益，但因其经营效益短期内不一定能得到完全体现，故本次发行完成后短期内公司即期回报（每股收益、净资产收益率等财务指标）存在被摊薄的可能性。但随着项目逐步完成投产，募集资金投入运营，公司主营业务收入与净利润将有所提升，资本结构进一步优化，公司盈利能力和抗风险能力都将得到增强。

五、募集资金投资项目可行性分析结论

本次募集资金投资项目符合国家产业政策和公司发展需要，与公司现有主业紧密相关，具有良好的市场前景和经济效益，符合公司及全体股东的利益。同时，本次发行可以提升公司的盈利能力，降低公司的资产负债率，优化公司的资本结构，提升自身的抗风险能力，为后续业务发展提供保障。

综上所述，本次非公开发行的募集资金投资项目合理、可行。

浙文互联集团股份有限公司董事会

2022 年 7 月 25 日