

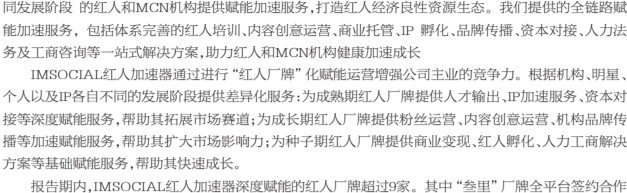
天下秀数字科技(集团)股份有限公司

2021年度报告摘要

第一节 重要提示
1 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http://www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。
2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。
3 公司全体董事出席董事会会议。
4 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
公司本届董事会第十五次会议审议通过2021年度利润分配预案,公司2021年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润,向全体股东每10股派发现金红利0.20元(含税),合计派发现金红利36,154,952.84元(含税)。

第二节 公司基本情况
一、公司简介
1 公司概况
2 报告期公司主要业务简介
(一) 行业概况
第二次全球化浪潮发展到后期,世界开始进入数字化时代,信息技术加速创新,以数字化的知识和信息作为关键生产要素的数字经济发展,新的经济形态形成并开始进入全面商业运用阶段。在我国,总书记提出要“不断做强做优做大我国数字经济”,“十四五”规划纲要提出要以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式的变革,发展数字经济已成为国家战略。

4.4 报告期未公司优先股股东总数及前10名股东情况
1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响且预计未来会有重大影响的事项。
2 报告期内,公司实现营业收入人民币45.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币3.62亿元,同比增长19.9%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币为4.2亿元,同比增长12.7%。截至报告期末,天下秀近五年收入的复合增长率达到57.7%,扣非净利润的复合增长率达到43.2%。公司业务快速增长,验证了公司对于网红经济行业发展趋势的准确判断,更得益于公司常年不断对WUEIO平台大数据产品的技术研发投入,巩固战略地位,使得平台处理能力逐年增强,叠加全方位的商业服务能力,高效的连接了近18万个商家客户及超过192万个个人(内容创业者)。
造成2021年度净利润低于营业收入的主要原因是公司在新媒体商业主营业务上的大数据产品升级改造和公司围绕红人经济产业链的创新业务布局尚有成效,在报告期内加大了投入力度所致。报告期内,公司新增净利润1.3亿元,同时创新业务收入2.2亿元,同比增长123.6%。创新业务成果的初步显现,验证了公司对于行业发展趋势的把握,坚定了持续投入的信心。
3 2021年度业绩预告披露后存在市场风险提示终止上市情形,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。



3 新媒体商业创新服务——IMSOCIAL红人加速器
IMSOCIAL红人加速器是红人(内容创业者)的成长加速平台。IMSOCIAL红人加速器致力于为不同发展阶段的红人和MCN机构提供赋能加速服务,打造红人经济良性资源生态。我们提供的全链路赋能加速服务,包括体系完善的红人培训,内容创意运营、商业运营、IP孵化、品牌传播、资本对接、人力法务及工商咨询等一站式解决方案,助力红人和MCN机构健康加速成长。
IMSOCIAL红人加速器通过进行“红人厂”赋能运营增强公司主业的竞争力。根据机构、明星、个人以及IP各自不同的发展阶段提供差异化服务;为成熟期红人厂提供人才输出,IP加速服务,资本对接等深度赋能服务,帮助其拓展市场赛道;为成长期红人厂提供粉丝运营、内容创意运营、机构品牌传播等加速赋能服务,帮助其扩大市场影响力;为种子期红人厂提供商业变现、IP孵化、人工工商解决方案等基础赋能服务,帮助其快速成长。
报告期内,IMSOCIAL红人加速器深度赋能的红人厂超过9家,其中“叁伍”厂牌全平台签约合作KOL超过600人,李咪、五月互动等明星厂牌,合作200+头部艺人,独家全平台运营艺人杨师、李纯、许飞、张雨、李俊贤、吴悦、符龙飞等;在个人厂牌方面,以@天小熊猫 为代表的“七扬创想”厂牌,赋能@天小熊猫、川美逻辑短视频等7条视频全平台播放量突破6亿;在IP厂牌方面,专注二次元IP和虚拟IP的Aha-新内容实验室代表IP@爱迪生小姐、@生日日记(食神只只猫)、IP @鱼夫网,数次霸榜抖音热门视频,总播放量破20亿。与此同时,IMSOCIAL红人加速器定向赋能MCN机构数量超650家,较2020年增加250%。

4.4 报告期未公司优先股股东总数及前10名股东情况
1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响且预计未来会有重大影响的事项。
2 报告期内,公司实现营业收入人民币45.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币3.62亿元,同比增长19.9%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币为4.2亿元,同比增长12.7%。截至报告期末,天下秀近五年收入的复合增长率达到57.7%,扣非净利润的复合增长率达到43.2%。公司业务快速增长,验证了公司对于网红经济行业发展趋势的准确判断,更得益于公司常年不断对WUEIO平台大数据产品的技术研发投入,巩固战略地位,使得平台处理能力逐年增强,叠加全方位的商业服务能力,高效的连接了近18万个商家客户及超过192万个个人(内容创业者)。
造成2021年度净利润低于营业收入的主要原因是公司在新媒体商业主营业务上的大数据产品升级改造和公司围绕红人经济产业链的创新业务布局尚有成效,在报告期内加大了投入力度所致。报告期内,公司新增净利润1.3亿元,同时创新业务收入2.2亿元,同比增长123.6%。创新业务成果的初步显现,验证了公司对于行业发展趋势的把握,坚定了持续投入的信心。
3 2021年度业绩预告披露后存在市场风险提示终止上市情形,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

3 新媒体商业创新服务——自媒体排行及版权管理机构:TOPKLOUT克劳锐
TOPKLOUT克劳锐作为红人及经济生态的第三方权威评价机构,是国内领先的权威自媒体价值排行及版权经纪管理第三方数据监测机构,依托强大数据体系及评价平台数据整合能力,提供自媒体价值评估体系、自媒体数据溯源工具、内容传播矩阵、行业观察研究报告及高效的版权经纪管理等一站式综合服务。旨在发现红人价值,维护红人价值市场。
1 自媒体平台排行分析:榜单依托强大的数据库体系,通过科学的独家算法及丰富的数据维度,全面评估平台账号价值,实时呈现新媒体行业发展现状,捕捉KOL新动态,社交排名精准定位,为品牌方了解KOL提供价值参考意见。



2) 行业研究报告:围绕红人经济、行业发展、竞争分析、粉丝画像等多个研究方向,不断推出新媒体行业深度洞察内容,为行业发展和企业持续迭代进化赋能。旨在为新媒体行业各方输出专业、权威、客观的内容,提供建设性参考意见。
1 克劳锐数据产品:
1. 克劳锐数据小程序:覆盖微博、抖音、快手、小红书等多个平台的KOL数据表现,免费查询榜单、账号,可以一键掌握KOL动态,建立属于自己的KOL资源包。
2. 红管家:企业私有化的KOL数据管理系统,为企业提供选号、效果追踪、数据监测应用等一站式新媒体营销管理服务,旨在解决企业在投放前、中、后期遇到的一系列问题。(产品亮点:短视频+短视频+短视频监控系统,为品牌、产品提供实时监控系统,了解品牌的本品、竞品在短视频环境中每天被提及频率、被讨论次数等,展示本品在整个行业中所处位置。
3. 克劳锐新媒体传播平台:结合克劳锐自身平台数据整合及分析能力,通过不同角度对行业现状进行深度洞察,始终坚持输出优质原创内容,涵盖行业热点事件,前瞻行业新闻,行业研究报告解读,榜单等。深度影响新媒体行业各方。
2021年,克劳锐共发布榜单700+个,累积曝光3.6亿人次;制作行业报告50+份,累积阅读量400万次;旗下产品“红管家”、“克劳锐数据小程序”、“克劳锐新作品”获得了国家软件著作权认证,且克劳锐数据小程序用户突破10万;红管家及声量系统KA品牌客户数新增200+;克劳锐新媒体传播平台累积粉丝突破30万。

3 新媒体商业创新服务——WUEIO平台
WUEIO平台作为红人(内容创业者)的成长加速平台,在努力夯实新媒体商业竞争力的同时,一直积极探索红人(内容创业者)的价值洼地和商业边界,将平台多年积累的网红资源、品牌溢价、大数据体系和数据能力应用到红人经济的各个领域并不断向上下游探索延伸,布局了新零售场景、红人职业教育、游游内容等西五街等新业态,构建了“WUEIO时代”的“探索生态”,其中:
1.红人职业教育品牌“天下秀教育”,已深度触达全国213所高校,签约合作40所,自研15本专业课程配套教材,累计惠及学员2.1万人,疫情期间组织开展了专业的线上课堂,课时超过1000小时。
2.新消费品牌“猫日记”。自3月1月启动组织工作,2021年累计销售超过亿,猫日记破圈,全网粉丝超200万,打造短视频量级爆款超3亿;
3.潮牌内容营销西五街品牌,助力于Z世代人群个性化圈层的社群生活属性,倡导“让兴趣环环相连”,探索新的横评评测板块,优化评测生态,累计试用商品件数658万。
同时,公司积极布局区块链赛道,并积极探索基于区块链技术,面向Web3.0时代的创新产品和商业模式,以3D虚拟生活社区“虹宇宙”和同类数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”为代表。其中:
1.3D虚拟生活社区“虹宇宙”,自上线以来累计签约预约用户已超过40万,虹宇宙IP火遍全网,天才小熊猫等IP入驻社区并活跃,并与拉拜集团、龙游集团等著名品牌开展合作,探索数字化技术赋能实体经济。
2.自媒体数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”已正式接入虹宇宙开放应用平台,为虹宇宙引入全网内容创作者的优质数字作品,丰富平台内UGC内容生态建设,并与微博达成战略合作,为微博创作者提供数字藏品服务。
经过不断的完善升级,各创新业务初具规模,形成体系,因此公司也加大了投入力度,希望能够与公司的核心业务新媒体商业平台形成彼此协同,相互推动的飞轮效应,进一步构建去中心化的创作者经济商业生态体系,探索未来增长点。创新业务体系的布局与探索,目前盈利方式与业务模式仍具有较大的不确定性,敬请广大投资者注意投资风险。

3 公司主要会计数据和财务指标
3.1近3年的主要会计数据和财务指标
单位:元 币种:人民币

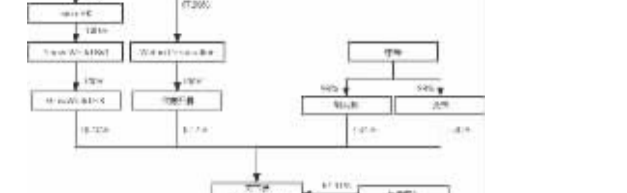
Table with 5 columns: Item, 2021, 2020, 2019, and 2018. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

3.2 报告期末分季度的主要会计数据
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, Q1, Q2, Q3, Q4. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用
4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用

4.4 报告期未公司优先股股东总数及前10名股东情况
1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响且预计未来会有重大影响的事项。
2 报告期内,公司实现营业收入人民币45.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币3.62亿元,同比增长19.9%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币为4.2亿元,同比增长12.7%。截至报告期末,天下秀近五年收入的复合增长率达到57.7%,扣非净利润的复合增长率达到43.2%。公司业务快速增长,验证了公司对于网红经济行业发展趋势的准确判断,更得益于公司常年不断对WUEIO平台大数据产品的技术研发投入,巩固战略地位,使得平台处理能力逐年增强,叠加全方位的商业服务能力,高效的连接了近18万个商家客户及超过192万个个人(内容创业者)。
造成2021年度净利润低于营业收入的主要原因是公司在新媒体商业主营业务上的大数据产品升级改造和公司围绕红人经济产业链的创新业务布局尚有成效,在报告期内加大了投入力度所致。报告期内,公司新增净利润1.3亿元,同时创新业务收入2.2亿元,同比增长123.6%。创新业务成果的初步显现,验证了公司对于行业发展趋势的把握,坚定了持续投入的信心。
3 2021年度业绩预告披露后存在市场风险提示终止上市情形,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。



3 新媒体商业创新服务——自媒体排行及版权管理机构:TOPKLOUT克劳锐
TOPKLOUT克劳锐作为红人及经济生态的第三方权威评价机构,是国内领先的权威自媒体价值排行及版权经纪管理第三方数据监测机构,依托强大数据体系及评价平台数据整合能力,提供自媒体价值评估体系、自媒体数据溯源工具、内容传播矩阵、行业观察研究报告及高效的版权经纪管理等一站式综合服务。旨在发现红人价值,维护红人价值市场。
1 自媒体平台排行分析:榜单依托强大的数据库体系,通过科学的独家算法及丰富的数据维度,全面评估平台账号价值,实时呈现新媒体行业发展现状,捕捉KOL新动态,社交排名精准定位,为品牌方了解KOL提供价值参考意见。

2) 行业研究报告:围绕红人经济、行业发展、竞争分析、粉丝画像等多个研究方向,不断推出新媒体行业深度洞察内容,为行业发展和企业持续迭代进化赋能。旨在为新媒体行业各方输出专业、权威、客观的内容,提供建设性参考意见。

1 克劳锐数据产品:
1. 克劳锐数据小程序:覆盖微博、抖音、快手、小红书等多个平台的KOL数据表现,免费查询榜单、账号,可以一键掌握KOL动态,建立属于自己的KOL资源包。
2. 红管家:企业私有化的KOL数据管理系统,为企业提供选号、效果追踪、数据监测应用等一站式新媒体营销管理服务,旨在解决企业在投放前、中、后期遇到的一系列问题。(产品亮点:短视频+短视频+短视频监控系统,为品牌、产品提供实时监控系统,了解品牌的本品、竞品在短视频环境中每天被提及频率、被讨论次数等,展示本品在整个行业中所处位置。
3. 克劳锐新媒体传播平台:结合克劳锐自身平台数据整合及分析能力,通过不同角度对行业现状进行深度洞察,始终坚持输出优质原创内容,涵盖行业热点事件,前瞻行业新闻,行业研究报告解读,榜单等。深度影响新媒体行业各方。
2021年,克劳锐共发布榜单700+个,累积曝光3.6亿人次;制作行业报告50+份,累积阅读量400万次;旗下产品“红管家”、“克劳锐数据小程序”、“克劳锐新作品”获得了国家软件著作权认证,且克劳锐数据小程序用户突破10万;红管家及声量系统KA品牌客户数新增200+;克劳锐新媒体传播平台累积粉丝突破30万。

3 新媒体商业创新服务——WUEIO平台
WUEIO平台作为红人(内容创业者)的成长加速平台,在努力夯实新媒体商业竞争力的同时,一直积极探索红人(内容创业者)的价值洼地和商业边界,将平台多年积累的网红资源、品牌溢价、大数据体系和数据能力应用到红人经济的各个领域并不断向上下游探索延伸,布局了新零售场景、红人职业教育、游游内容等西五街等新业态,构建了“WUEIO时代”的“探索生态”,其中:
1.红人职业教育品牌“天下秀教育”,已深度触达全国213所高校,签约合作40所,自研15本专业课程配套教材,累计惠及学员2.1万人,疫情期间组织开展了专业的线上课堂,课时超过1000小时。
2.新消费品牌“猫日记”。自3月1月启动组织工作,2021年累计销售超过亿,猫日记破圈,全网粉丝超200万,打造短视频量级爆款超3亿;
3.潮牌内容营销西五街品牌,助力于Z世代人群个性化圈层的社群生活属性,倡导“让兴趣环环相连”,探索新的横评评测板块,优化评测生态,累计试用商品件数658万。
同时,公司积极布局区块链赛道,并积极探索基于区块链技术,面向Web3.0时代的创新产品和商业模式,以3D虚拟生活社区“虹宇宙”和同类数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”为代表。其中:
1.3D虚拟生活社区“虹宇宙”,自上线以来累计签约预约用户已超过40万,虹宇宙IP火遍全网,天才小熊猫等IP入驻社区并活跃,并与拉拜集团、龙游集团等著名品牌开展合作,探索数字化技术赋能实体经济。
2.自媒体数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”已正式接入虹宇宙开放应用平台,为虹宇宙引入全网内容创作者的优质数字作品,丰富平台内UGC内容生态建设,并与微博达成战略合作,为微博创作者提供数字藏品服务。
经过不断的完善升级,各创新业务初具规模,形成体系,因此公司也加大了投入力度,希望能够与公司的核心业务新媒体商业平台形成彼此协同,相互推动的飞轮效应,进一步构建去中心化的创作者经济商业生态体系,探索未来增长点。创新业务体系的布局与探索,目前盈利方式与业务模式仍具有较大的不确定性,敬请广大投资者注意投资风险。

3 公司主要会计数据和财务指标
3.1近3年的主要会计数据和财务指标
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, 2021, 2020, 2019, and 2018. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

3.2 报告期末分季度的主要会计数据
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, Q1, Q2, Q3, Q4. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用
4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用

4.4 报告期未公司优先股股东总数及前10名股东情况
1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响且预计未来会有重大影响的事项。
2 报告期内,公司实现营业收入人民币45.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币3.62亿元,同比增长19.9%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币为4.2亿元,同比增长12.7%。截至报告期末,天下秀近五年收入的复合增长率达到57.7%,扣非净利润的复合增长率达到43.2%。公司业务快速增长,验证了公司对于网红经济行业发展趋势的准确判断,更得益于公司常年不断对WUEIO平台大数据产品的技术研发投入,巩固战略地位,使得平台处理能力逐年增强,叠加全方位的商业服务能力,高效的连接了近18万个商家客户及超过192万个个人(内容创业者)。
造成2021年度净利润低于营业收入的主要原因是公司在新媒体商业主营业务上的大数据产品升级改造和公司围绕红人经济产业链的创新业务布局尚有成效,在报告期内加大了投入力度所致。报告期内,公司新增净利润1.3亿元,同时创新业务收入2.2亿元,同比增长123.6%。创新业务成果的初步显现,验证了公司对于行业发展趋势的把握,坚定了持续投入的信心。
3 2021年度业绩预告披露后存在市场风险提示终止上市情形,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

3 新媒体商业创新服务——WUEIO平台
WUEIO平台作为红人(内容创业者)的成长加速平台,在努力夯实新媒体商业竞争力的同时,一直积极探索红人(内容创业者)的价值洼地和商业边界,将平台多年积累的网红资源、品牌溢价、大数据体系和数据能力应用到红人经济的各个领域并不断向上下游探索延伸,布局了新零售场景、红人职业教育、游游内容等西五街等新业态,构建了“WUEIO时代”的“探索生态”,其中:
1.红人职业教育品牌“天下秀教育”,已深度触达全国213所高校,签约合作40所,自研15本专业课程配套教材,累计惠及学员2.1万人,疫情期间组织开展了专业的线上课堂,课时超过1000小时。
2.新消费品牌“猫日记”。自3月1月启动组织工作,2021年累计销售超过亿,猫日记破圈,全网粉丝超200万,打造短视频量级爆款超3亿;
3.潮牌内容营销西五街品牌,助力于Z世代人群个性化圈层的社群生活属性,倡导“让兴趣环环相连”,探索新的横评评测板块,优化评测生态,累计试用商品件数658万。
同时,公司积极布局区块链赛道,并积极探索基于区块链技术,面向Web3.0时代的创新产品和商业模式,以3D虚拟生活社区“虹宇宙”和同类数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”为代表。其中:
1.3D虚拟生活社区“虹宇宙”,自上线以来累计签约预约用户已超过40万,虹宇宙IP火遍全网,天才小熊猫等IP入驻社区并活跃,并与拉拜集团、龙游集团等著名品牌开展合作,探索数字化技术赋能实体经济。
2.自媒体数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”已正式接入虹宇宙开放应用平台,为虹宇宙引入全网内容创作者的优质数字作品,丰富平台内UGC内容生态建设,并与微博达成战略合作,为微博创作者提供数字藏品服务。
经过不断的完善升级,各创新业务初具规模,形成体系,因此公司也加大了投入力度,希望能够与公司的核心业务新媒体商业平台形成彼此协同,相互推动的飞轮效应,进一步构建去中心化的创作者经济商业生态体系,探索未来增长点。创新业务体系的布局与探索,目前盈利方式与业务模式仍具有较大的不确定性,敬请广大投资者注意投资风险。

3 公司主要会计数据和财务指标
3.1近3年的主要会计数据和财务指标
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, 2021, 2020, 2019, and 2018. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

3.2 报告期末分季度的主要会计数据
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, Q1, Q2, Q3, Q4. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用
4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用

4.4 报告期未公司优先股股东总数及前10名股东情况
1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响且预计未来会有重大影响的事项。
2 报告期内,公司实现营业收入人民币45.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币3.62亿元,同比增长19.9%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币为4.2亿元,同比增长12.7%。截至报告期末,天下秀近五年收入的复合增长率达到57.7%,扣非净利润的复合增长率达到43.2%。公司业务快速增长,验证了公司对于网红经济行业发展趋势的准确判断,更得益于公司常年不断对WUEIO平台大数据产品的技术研发投入,巩固战略地位,使得平台处理能力逐年增强,叠加全方位的商业服务能力,高效的连接了近18万个商家客户及超过192万个个人(内容创业者)。
造成2021年度净利润低于营业收入的主要原因是公司在新媒体商业主营业务上的大数据产品升级改造和公司围绕红人经济产业链的创新业务布局尚有成效,在报告期内加大了投入力度所致。报告期内,公司新增净利润1.3亿元,同时创新业务收入2.2亿元,同比增长123.6%。创新业务成果的初步显现,验证了公司对于行业发展趋势的把握,坚定了持续投入的信心。
3 2021年度业绩预告披露后存在市场风险提示终止上市情形,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

3 新媒体商业创新服务——WUEIO平台
WUEIO平台作为红人(内容创业者)的成长加速平台,在努力夯实新媒体商业竞争力的同时,一直积极探索红人(内容创业者)的价值洼地和商业边界,将平台多年积累的网红资源、品牌溢价、大数据体系和数据能力应用到红人经济的各个领域并不断向上下游探索延伸,布局了新零售场景、红人职业教育、游游内容等西五街等新业态,构建了“WUEIO时代”的“探索生态”,其中:
1.红人职业教育品牌“天下秀教育”,已深度触达全国213所高校,签约合作40所,自研15本专业课程配套教材,累计惠及学员2.1万人,疫情期间组织开展了专业的线上课堂,课时超过1000小时。
2.新消费品牌“猫日记”。自3月1月启动组织工作,2021年累计销售超过亿,猫日记破圈,全网粉丝超200万,打造短视频量级爆款超3亿;
3.潮牌内容营销西五街品牌,助力于Z世代人群个性化圈层的社群生活属性,倡导“让兴趣环环相连”,探索新的横评评测板块,优化评测生态,累计试用商品件数658万。
同时,公司积极布局区块链赛道,并积极探索基于区块链技术,面向Web3.0时代的创新产品和商业模式,以3D虚拟生活社区“虹宇宙”和同类数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”为代表。其中:
1.3D虚拟生活社区“虹宇宙”,自上线以来累计签约预约用户已超过40万,虹宇宙IP火遍全网,天才小熊猫等IP入驻社区并活跃,并与拉拜集团、龙游集团等著名品牌开展合作,探索数字化技术赋能实体经济。
2.自媒体数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”已正式接入虹宇宙开放应用平台,为虹宇宙引入全网内容创作者的优质数字作品,丰富平台内UGC内容生态建设,并与微博达成战略合作,为微博创作者提供数字藏品服务。
经过不断的完善升级,各创新业务初具规模,形成体系,因此公司也加大了投入力度,希望能够与公司的核心业务新媒体商业平台形成彼此协同,相互推动的飞轮效应,进一步构建去中心化的创作者经济商业生态体系,探索未来增长点。创新业务体系的布局与探索,目前盈利方式与业务模式仍具有较大的不确定性,敬请广大投资者注意投资风险。

的其他形式的分配。
本次利润分配以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数,具体日期将在权益分派实施公告中明确,并将另行公告具体调整情况。
在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的,拟维持分配总额不变,相应调整每股分配比例,并将另行公告具体调整情况。
本年度现金分红比例低于30%,主要原因为公司正处于加速提升、扩充和发展的阶段,需要投入大量资金用于研发、平台建设等方面。
一、2021年度利润分配预案主要内容
根据中汇会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2021年度母公司实现净利润人民币6,567.58万元,提取法定盈余公积人民币0元,加上年初未分配利润人民币40,988.08万元,减去2020年度分配的现金股利人民币2,964.73万元,截至2021年12月31日,可供股东分配的利润为人民币31,400.68万元。经综合考虑股东的合理回报和公司的长远发展,在保证公司正常经营所需资金的前提下,作出如下利润分配方案:
公司2021年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数分配利润,向全体股东每10股派发现金红利0.20元(含税),合计派发现金红利36,154,952.84元(含税)。本年度不实施包括资本公积金转增股本,送红股在内的其他形式的分配。本年度公司现金分红总额占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比例为10.21%。
如在本次公告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间,因可转债转股/回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等导致公司总股本发生变动的,公司拟维持分配总额不变,相应调整每股分配比例,如后续总股本发生变动,公司将另行公告具体调整情况。
本次利润分配方案尚需提交股东大会审议。
二、关于2021年度利润分配预案的说明
公司2021年度拟分配的现金红利金额与当年归属于上市公司股东净利润之比低于30%,是结合行业发展情况、公司现阶段经营、长可持续发展以及未来资金投入的综合考虑,主要情况如下:
(一)行业及公司经营情况
公司已发展的行业为互联网营销行业,我国新媒体营销领域的行业集中度相对较低,竞争较为激烈,尽管公司已发展成为我国新媒体营销领域内具有一定综合竞争优势的企业,但互联网技术和模式的发展日新月异,移动互联网迅猛发展,基于互联网的营销形式也日趋丰富多样,客户对于互联网营销的认可程度也在不断提升,未来如果随着行业发展,行业的竞争格局发生变化,对公司盈利能力的连续性和稳定性提出了更高的要求。
(二)留存未分配利润的主要用途
公司目前正处于发展的关键阶段,为大力拓展业务空间,挖掘业务提升潜力,巩固并持续提升公司的行业地位影响力,公司对流动资金的需求较大。公司2021年度利润分配预案主要是从公司当前资金需求与未来发展的角度考虑,公司留存适量的现金用于业务拓展,降低资产负债率和财务成本,有利于公司长期稳健发展,不会损害投资者利益。
此外,公司所属互联网营销行业发展迅速,为及时有效把握未来市场机遇,增强客户粘性和转化率,公司需提交股东大会审议。
三、公司履行的决策程序
(一)董事会会议的召开、审议和表决情况
公司于2022年4月18日召开公司第十届董事会第十五次会议审议通过了此次利润分配方案,尚需提交公司董事会审议。
(二)独立董事意见
独立董事认为:公司制定的股东回报规划符合相关法律法规、法规及《公司章程》的规定,充分考虑了公司可持续发展的要求及股东取得合理回报的意见;完善了对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制,保持了利润分配政策的一致性、合理性和稳定性,有利于保障投资者的合法权益,不存在损害公司或小股东利益的情况。我们同意公司制定的《2021年度利润分配预案》,并同意将该议案提交股东大会进行审议。
(三)监事会意见
公司于2022年4月18日召开公司第十届监事会第十四次会议审议通过了此次利润分配方案,尚需提交公司董事会股东大会审议。监事会认为:本次利润分配方案兼顾了公司现阶段发展情况和公司对股东的回报,保障了公司股东尤其是中小股东的权益,同时不会对公司的正常经营造成不利影响,符合有关法律、法规和《公司章程》关于利润分配的相关规定,不存在损害中小股东利益的情形,同意公司制定的《2021年度利润分配预案》。
四、风险提示
本次利润分配方案结合了公司发展阶段、未来的资金需求等因素,不会对公司经营现金流产生重大影响,不会影响公司正常经营和长期发展。
本次利润分配方案尚需提交公司董事会审议通过后方可实施,敬请广大投资者谨慎判断,并注意投资风险。
特此公告。

4.4 报告期未公司优先股股东总数及前10名股东情况
1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响且预计未来会有重大影响的事项。
2 报告期内,公司实现营业收入人民币45.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币3.62亿元,同比增长19.9%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币为4.2亿元,同比增长12.7%。截至报告期末,天下秀近五年收入的复合增长率达到57.7%,扣非净利润的复合增长率达到43.2%。公司业务快速增长,验证了公司对于网红经济行业发展趋势的准确判断,更得益于公司常年不断对WUEIO平台大数据产品的技术研发投入,巩固战略地位,使得平台处理能力逐年增强,叠加全方位的商业服务能力,高效的连接了近18万个商家客户及超过192万个个人(内容创业者)。
造成2021年度净利润低于营业收入的主要原因是公司在新媒体商业主营业务上的大数据产品升级改造和公司围绕红人经济产业链的创新业务布局尚有成效,在报告期内加大了投入力度所致。报告期内,公司新增净利润1.3亿元,同时创新业务收入2.2亿元,同比增长123.6%。创新业务成果的初步显现,验证了公司对于行业发展趋势的把握,坚定了持续投入的信心。
3 2021年度业绩预告披露后存在市场风险提示终止上市情形,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

3 新媒体商业创新服务——自媒体排行及版权管理机构:TOPKLOUT克劳锐
TOPKLOUT克劳锐作为红人及经济生态的第三方权威评价机构,是国内领先的权威自媒体价值排行及版权经纪管理第三方数据监测机构,依托强大数据体系及评价平台数据整合能力,提供自媒体价值评估体系、自媒体数据溯源工具、内容传播矩阵、行业观察研究报告及高效的版权经纪管理等一站式综合服务。旨在发现红人价值,维护红人价值市场。
1 自媒体平台排行分析:榜单依托强大的数据库体系,通过科学的独家算法及丰富的数据维度,全面评估平台账号价值,实时呈现新媒体行业发展现状,捕捉KOL新动态,社交排名精准定位,为品牌方了解KOL提供价值参考意见。

2) 行业研究报告:围绕红人经济、行业发展、竞争分析、粉丝画像等多个研究方向,不断推出新媒体行业深度洞察内容,为行业发展和企业持续迭代进化赋能。旨在为新媒体行业各方输出专业、权威、客观的内容,提供建设性参考意见。

1 克劳锐数据产品:
1. 克劳锐数据小程序:覆盖微博、抖音、快手、小红书等多个平台的KOL数据表现,免费查询榜单、账号,可以一键掌握KOL动态,建立属于自己的KOL资源包。
2. 红管家:企业私有化的KOL数据管理系统,为企业提供选号、效果追踪、数据监测应用等一站式新媒体营销管理服务,旨在解决企业在投放前、中、后期遇到的一系列问题。(产品亮点:短视频+短视频+短视频监控系统,为品牌、产品提供实时监控系统,了解品牌的本品、竞品在短视频环境中每天被提及频率、被讨论次数等,展示本品在整个行业中所处位置。
3. 克劳锐新媒体传播平台:结合克劳锐自身平台数据整合及分析能力,通过不同角度对行业现状进行深度洞察,始终坚持输出优质原创内容,涵盖行业热点事件,前瞻行业新闻,行业研究报告解读,榜单等。深度影响新媒体行业各方。
2021年,克劳锐共发布榜单700+个,累积曝光3.6亿人次;制作行业报告50+份,累积阅读量400万次;旗下产品“红管家”、“克劳锐数据小程序”、“克劳锐新作品”获得了国家软件著作权认证,且克劳锐数据小程序用户突破10万;红管家及声量系统KA品牌客户数新增200+;克劳锐新媒体传播平台累积粉丝突破30万。

3 新媒体商业创新服务——WUEIO平台
WUEIO平台作为红人(内容创业者)的成长加速平台,在努力夯实新媒体商业竞争力的同时,一直积极探索红人(内容创业者)的价值洼地和商业边界,将平台多年积累的网红资源、品牌溢价、大数据体系和数据能力应用到红人经济的各个领域并不断向上下游探索延伸,布局了新零售场景、红人职业教育、游游内容等西五街等新业态,构建了“WUEIO时代”的“探索生态”,其中:
1.红人职业教育品牌“天下秀教育”,已深度触达全国213所高校,签约合作40所,自研15本专业课程配套教材,累计惠及学员2.1万人,疫情期间组织开展了专业的线上课堂,课时超过1000小时。
2.新消费品牌“猫日记”。自3月1月启动组织工作,2021年累计销售超过亿,猫日记破圈,全网粉丝超200万,打造短视频量级爆款超3亿;
3.潮牌内容营销西五街品牌,助力于Z世代人群个性化圈层的社群生活属性,倡导“让兴趣环环相连”,探索新的横评评测板块,优化评测生态,累计试用商品件数658万。
同时,公司积极布局区块链赛道,并积极探索基于区块链技术,面向Web3.0时代的创新产品和商业模式,以3D虚拟生活社区“虹宇宙”和同类数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”为代表。其中:
1.3D虚拟生活社区“虹宇宙”,自上线以来累计签约预约用户已超过40万,虹宇宙IP火遍全网,天才小熊猫等IP入驻社区并活跃,并与拉拜集团、龙游集团等著名品牌开展合作,探索数字化技术赋能实体经济。
2.自媒体数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”已正式接入虹宇宙开放应用平台,为虹宇宙引入全网内容创作者的优质数字作品,丰富平台内UGC内容生态建设,并与微博达成战略合作,为微博创作者提供数字藏品服务。
经过不断的完善升级,各创新业务初具规模,形成体系,因此公司也加大了投入力度,希望能够与公司的核心业务新媒体商业平台形成彼此协同,相互推动的飞轮效应,进一步构建去中心化的创作者经济商业生态体系,探索未来增长点。创新业务体系的布局与探索,目前盈利方式与业务模式仍具有较大的不确定性,敬请广大投资者注意投资风险。

3 公司主要会计数据和财务指标
3.1近3年的主要会计数据和财务指标
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, 2021, 2020, 2019, and 2018. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

3.2 报告期末分季度的主要会计数据
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, Q1, Q2, Q3, Q4. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用
4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用

4.4 报告期未公司优先股股东总数及前10名股东情况
1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响且预计未来会有重大影响的事项。
2 报告期内,公司实现营业收入人民币45.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币3.62亿元,同比增长19.9%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币为4.2亿元,同比增长12.7%。截至报告期末,天下秀近五年收入的复合增长率达到57.7%,扣非净利润的复合增长率达到43.2%。公司业务快速增长,验证了公司对于网红经济行业发展趋势的准确判断,更得益于公司常年不断对WUEIO平台大数据产品的技术研发投入,巩固战略地位,使得平台处理能力逐年增强,叠加全方位的商业服务能力,高效的连接了近18万个商家客户及超过192万个个人(内容创业者)。
造成2021年度净利润低于营业收入的主要原因是公司在新媒体商业主营业务上的大数据产品升级改造和公司围绕红人经济产业链的创新业务布局尚有成效,在报告期内加大了投入力度所致。报告期内,公司新增净利润1.3亿元,同时创新业务收入2.2亿元,同比增长123.6%。创新业务成果的初步显现,验证了公司对于行业发展趋势的把握,坚定了持续投入的信心。
3 2021年度业绩预告披露后存在市场风险提示终止上市情形,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

3 新媒体商业创新服务——自媒体排行及版权管理机构:TOPKLOUT克劳锐
TOPKLOUT克劳锐作为红人及经济生态的第三方权威评价机构,是国内领先的权威自媒体价值排行及版权经纪管理第三方数据监测机构,依托强大数据体系及评价平台数据整合能力,提供自媒体价值评估体系、自媒体数据溯源工具、内容传播矩阵、行业观察研究报告及高效的版权经纪管理等一站式综合服务。旨在发现红人价值,维护红人价值市场。
1 自媒体平台排行分析:榜单依托强大的数据库体系,通过科学的独家算法及丰富的数据维度,全面评估平台账号价值,实时呈现新媒体行业发展现状,捕捉KOL新动态,社交排名精准定位,为品牌方了解KOL提供价值参考意见。

2) 行业研究报告:围绕红人经济、行业发展、竞争分析、粉丝画像等多个研究方向,不断推出新媒体行业深度洞察内容,为行业发展和企业持续迭代进化赋能。旨在为新媒体行业各方输出专业、权威、客观的内容,提供建设性参考意见。

1 克劳锐数据产品:
1. 克劳锐数据小程序:覆盖微博、抖音、快手、小红书等多个平台的KOL数据表现,免费查询榜单、账号,可以一键掌握KOL动态,建立属于自己的KOL资源包。
2. 红管家:企业私有化的KOL数据管理系统,为企业提供选号、效果追踪、数据监测应用等一站式新媒体营销管理服务,旨在解决企业在投放前、中、后期遇到的一系列问题。(产品亮点:短视频+短视频+短视频监控系统,为品牌、产品提供实时监控系统,了解品牌的本品、竞品在短视频环境中每天被提及频率、被讨论次数等,展示本品在整个行业中所处位置。
3. 克劳锐新媒体传播平台:结合克劳锐自身平台数据整合及分析能力,通过不同角度对行业现状进行深度洞察,始终坚持输出优质原创内容,涵盖行业热点事件,前瞻行业新闻,行业研究报告解读,榜单等。深度影响新媒体行业各方。
2021年,克劳锐共发布榜单700+个,累积曝光3.6亿人次;制作行业报告50+份,累积阅读量400万次;旗下产品“红管家”、“克劳锐数据小程序”、“克劳锐新作品”获得了国家软件著作权认证,且克劳锐数据小程序用户突破10万;红管家及声量系统KA品牌客户数新增200+;克劳锐新媒体传播平台累积粉丝突破30万。

3 新媒体商业创新服务——WUEIO平台
WUEIO平台作为红人(内容创业者)的成长加速平台,在努力夯实新媒体商业竞争力的同时,一直积极探索红人(内容创业者)的价值洼地和商业边界,将平台多年积累的网红资源、品牌溢价、大数据体系和数据能力应用到红人经济的各个领域并不断向上下游探索延伸,布局了新零售场景、红人职业教育、游游内容等西五街等新业态,构建了“WUEIO时代”的“探索生态”,其中:
1.红人职业教育品牌“天下秀教育”,已深度触达全国213所高校,签约合作40所,自研15本专业课程配套教材,累计惠及学员2.1万人,疫情期间组织开展了专业的线上课堂,课时超过1000小时。
2.新消费品牌“猫日记”。自3月1月启动组织工作,2021年累计销售超过亿,猫日记破圈,全网粉丝超200万,打造短视频量级爆款超3亿;
3.潮牌内容营销西五街品牌,助力于Z世代人群个性化圈层的社群生活属性,倡导“让兴趣环环相连”,探索新的横评评测板块,优化评测生态,累计试用商品件数658万。
同时,公司积极布局区块链赛道,并积极探索基于区块链技术,面向Web3.0时代的创新产品和商业模式,以3D虚拟生活社区“虹宇宙”和同类数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”为代表。其中:
1.3D虚拟生活社区“虹宇宙”,自上线以来累计签约预约用户已超过40万,虹宇宙IP火遍全网,天才小熊猫等IP入驻社区并活跃,并与拉拜集团、龙游集团等著名品牌开展合作,探索数字化技术赋能实体经济。
2.自媒体数字藏品工具集“TopHolder 头号藏品”已正式接入虹宇宙开放应用平台,为虹宇宙引入全网内容创作者的优质数字作品,丰富平台内UGC内容生态建设,并与微博达成战略合作,为微博创作者提供数字藏品服务。
经过不断的完善升级,各创新业务初具规模,形成体系,因此公司也加大了投入力度,希望能够与公司的核心业务新媒体商业平台形成彼此协同,相互推动的飞轮效应,进一步构建去中心化的创作者经济商业生态体系,探索未来增长点。创新业务体系的布局与探索,目前盈利方式与业务模式仍具有较大的不确定性,敬请广大投资者注意投资风险。

3 公司主要会计数据和财务指标
3.1近3年的主要会计数据和财务指标
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, 2021, 2020, 2019, and 2018. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

3.2 报告期末分季度的主要会计数据
单位:元 币种:人民币

Table with 5 columns: Item, Q1, Q2, Q3, Q4. Rows include Revenue, Net Profit, etc.

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用
4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
适用 不适用

4.4 报告期未公司优先股股东总数及前10名股东情况
1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响且预计未来会有重大影响的事项。
2 报告期内,公司实现营业收入人民币45.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币3.62亿元,同比增长19.9%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币为4.2亿元,同比增长12.7%。截至报告期末,天下秀近五年收入的复合增长率达到57.7%,扣非净利润的复合增长率达到43.2%。公司业务快速增长,验证了公司对于网红经济行业发展趋势的准确判断,更得益于公司常年不断对WUEIO平台大数据产品的技术研发投入,巩固战略地位,使得平台处理能力逐年增强,叠加全方位的商业服务能力,高效的连接了近18万个商家客户及超过192万个个人(内容创业者)。
造成2021年度净利润低于营业收入的主要原因是公司在新媒体商业主营业务上的大数据产品升级改造和公司围绕红人经济产业链的创新业务布局尚有成效,在报告期内加大了投入力度所致。报告期内,公司新增净利润1.3亿元,同时创新业务收入2.2亿元,同比增长123.6%。创新业务成果的初步显现,验证了公司对于行业发展趋势的把握,坚定了持续投入的信心。
3 2021年度业绩预告披露后存在市场风险提示终止上市情形,应当披露导致