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。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因

声明

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

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以966,710,782为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.30元（含税），送红股0股（含税），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	李凌霄	彭芬
办公地址	北京市西城区西城线胡同5号（北门）	北京市西城区西城线胡同5号（北门）
传真	010-66237715	010-66237715/6371-66139621
电话	010-66237897	010-66237897/6371-66139620
电子信箱	zhidugufen@genimousu.com	pengfen@genimousu.com

2.报告期主要业务或产品简介

（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

公司是一家以互联网媒体业务和数字营销业务为主的互联网企业。报告期内，公司主营业务未发生重大变化，主要为互联网媒体业务和数字营销业务。两大核心业务板块协同发展，盈利能力显著增长，主要业务和经营模式如下：

1、互联网媒体业务：主要包括移动平台Spigot和地产媒体平台PMOBI，方舟客户端等应用工具的相关业务。报告期内，互联网媒体业务实现营业收入人民币139,194.86万元，占公司营业总收入的21.83%，与去年同期相比增长207.37%；互联网媒体业务实现营业利润人民币37,972.52万元，占公司整体营业利润的69.13%，与去年同期相比增长57.83%。

（1）境外媒体平台

Spigot是拥有互联网产品矩阵，以算法和大数据技术为驱动的互联网科技企业。Spigot拥有安全软件、邮件管理软件、浏览器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进行多维度分析，从用户低成本获取高质量的用户。Spigot保持了对市场以及用户需求变化的高度敏感性，凭借其强大的研发能力，快速迭代应用产品并对应用产品的分发策略进行调整，提高用户体验，增加用户粘性。基于出色的媒体优化经验，出众的分析能力和高质量的用户基础，Spigot能高效地帮助谷歌、雅虎、美国在线等合作伙伴提升广告业务效果，从而获得可观的商业变现收入。

报告期内，Spigot单日收入最高超过100万美元，全年实现营业收入16,527.97万美元，占公司营业总收入的17.52%，与去年同期相比增长305.15%；实现营业利润4,276.09万美元，占公司整体营业利润的26.11%，与去年同期相比增长68.22%。

（2）地产媒体平台

PMOBI平台和万商客作为公司地产媒体平台，具有国内领先的SSP等技术处理能力，聚合并承载庞大的优质中长尾流量/精品流量，基于大数据分析技术进行实时信息处理，提供丰富的用户画像标签和精准定向，为广告主提供高效、快捷、安全精准的一站式数字营销服务，帮助客户实现广告投放到交易平台上，平台根据媒体的需求智能填充广告位。目前，平台上有众多在线进行交易的广告位，分别来自各大门户网站、视频网站、电商网站、垂直类网站以及各类中小网站媒体的库存广告位，帮助媒体以更加高效的形式实现流量变现最大化。

蒙汇天下旗下的应用汇为国内最早的知名第三方安卓应用商店之一，2017年应用汇获得了由中国互联网协会颁发的“优秀应用商店”称号，应用汇是公司得除市场部门自有流量媒体，通过开发者上传，聚拢海量零零万元，不断上架，更新手机软件产品，从而为移动互联网用户提供优质、便利的应用服务。报告期内，应用汇聚合了大量移动互联网网页视频应用产流量，逐渐演变为国内移动互联网市场上知名的流量入口，应用汇手机客户端已独立出用户数已破亿，在具有粘性的视频应用产流量基础上，蒙汇天下通过广告和游戏来实现商业变现。

2.数字营销业务：主要包括整合营销、实效营销和信息流业务。公司是腾讯广点通、百度、阿里神马、360和搜狗搜索的核心代理商，并取得了VIVO、小米、三星讯游硬核媒体广商的核心代理资质，为快消、家电、汽车、游戏和金融等行业的品牌广告主提供营销服务，服务的品牌包括联合利华、松下、法拉利、东风日产、三七互娱、机械猫等。

报告期内，数字营销业务作为公司基础业务，实现营业收入人民币484,451.78万元，占公司营业总收入的76.99%，与去年同期相比增长192.25%；实现营业利润人民币10,589.69万元，占公司整体营业利润的19.30%，与去年同期相比增长179.36%。

通过多年的实践，公司逐渐了产生爆款内容并行之有效的营销模式，基于优质的内容IP，以创意整合媒介资源，和品牌主一起用契合的方法把品牌融入内容，以创意赋动媒体，为客户提供个性化的服务。在报告期内，公司海彩案例频出，公司方东风日产进行效果投放，使东风日产实现销量同比提升超过30%。文娱资本地位优势的集聚成本下降20%，PMO在市场端实现36%，PC端集聚成本达到同业优于天键词，全字符策略帮助东风日产突破了流量瓶颈，实现了品牌和效果双赢；另外，在和品牌客户合作过程中，公司通过采用线上线下相结合的方式，最终实现其过程的综艺节目《中国有嘻哈》累计播放量超过27亿，微博话题阅读量超过67亿，热搜超过250次，品牌曝光参与自数峰值达10亿，远超行业同期的5倍。

3.其他业务：主要包括互联网游戏和互联网金融。

（二）主要的业绩驱动因素

1.互联网媒体业务业绩驱动

报告期内，公司互联网媒体业务业绩增长显著，特别是境外媒体平台Spigot，单日收入创新高，超过100万美元，全年实现营业收入16,527.97万美元，占公司营业总收入的17.52%，与去年同期相比增长305.15%；实现营业利润4,276.09万美元，占公司整体营业利润的26.11%，与去年同期相比增长68.22%。

2.技术驱动优势显现

公司通过将大数据技术、算法和媒体优化经验、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，使得从底层流量入口一直延伸至平台一商业变现渠道的移动互联网流量聚合和经营的产业链协同效应更加明显。

3.核心竞争力的凸显

公司主要核心竞争力之一在于全产业链各节点的协同。报告期内，公司对产业链各业务板块进行深度整合，对各项业务进行进一步升级，加强各业务板块的互动，实现资源共享，运营效率不断提升，充分发挥了各业务主体在不同业务层面的优势，同时，公司还进行核心数据能力的自主研发以及进一步完善产品体验。

4.互联网广告市场高速发展

根据iResearch数据，互联网广告规模大幅增长，2017年互联网广告收入达3884亿元，同比增长33.8%。移动广告市场规模预计将达到2948亿元，同比增长率高达51.2%。可以预计，未来几年，包括移动广告、PC端广告在内的互联网广告业务将是公司业务持续创造价值的一个主要动力。

5.品牌效应的提升

上市公司各业务主体在各自经营的移动互联网细分领域均具有较强的影响力，在移动互联网业务领域中具有多年业务经验，具有稳定的优质客户资源，在深度整合后，依托于算法、大数据等技术优势，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、整体一站式的营销服务，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。

6.运营效率的提升

为提低公司整体运营管理成本，提升工作效率，公司推除“人、财、物”三线压年对业务主体的办公流、财务资金流、业务数据流三方面进行梳理整合，实现以了财务中心、人事中心、行政中心、信息化中心为核心的高效业务主体的相关事务，公司管理精细、职责明确、流程目主，通过互联网广告市场，很大程度减少了人员和概性，大幅度提升了运营效率。

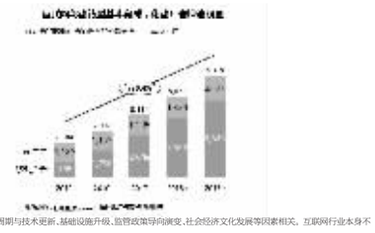
（二）报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

1.互联网行业的发展阶段、周期性特点

经过20多年的高速发展，中国的互联网行业逐渐走向成熟，国内用户的快速普及，推进了互联网与各个传统行业进行深度融合，通过信息化不断提升资讯传播、商品流通及资金融通的效率和速度，互联网服务已经成为中国社会经济活动的重要组成部分。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）的数据报告，截至2017年，中国网民规模达5.7亿，互联网普及率达到55.8%，人口网上时长达27小时。在此背景下，人口红利带来的渗透率增长已不再是行业媒体增长和发展的主要驱动力，未来3-5年或前代之的将是技术革新、模式创新、跨领域服务以及服务质量的提升，未来媒体移动化趋势及和垂直领域应用的深度融合将成为行业新增长驱动力。

根据eMarketer预测，谷歌和Facebook将在2018年美国网络广告收入方面大幅增长，两家公司将分别占到39.2亿美元，同比增长14.5%。互联网媒体作为互联网营销的创新力，主要包括搜索引擎、综合门户网站、垂直搜索网站、视频网站等各类网站，在互联网广告媒体各种流量资源中，根据艾瑞咨询，国内搜索引擎流量增长最快，在搜索引擎流量中，移动搜索广告的增长尤为显著，预计2018年移动搜索广告市场规模将达到2,000亿元，同比增长率高达51.1%。

艾瑞咨询《中国网络广告年度监测报告》相关数据显示，我国数字营销市场保持稳健快速增长趋势，2017年中国网络广告市场规模预计达到3884亿元，同比增长33.8%，移动广告市场规模预计将达到2948亿元，同比增长率高达51.1%。2018年中国网络市场规模预计将达到4224亿元，互联网的移动化特征基本完成，移动用户使用时长不断增长，移动媒体加多元化，移动广告市场进入了新的发展阶段，预计2018年移动广告市场将占据网络广告市场的73.6%。基于大数据和算法的应用工具性，地理位置等指标向开放的精准化投放技术，将进一步提高移动广告的投放效率；同时信息流广告和内容流广告，及与短视频、直播等新兴媒体的深度融合，将进一步拓展广告形式和广告位资源，促进移动广告市场规模的持续高速增长。随着移动媒体平台的成熟和广告技术的进一步完善，能够降低移动广告用户体验影响的形式和内容新生广告快速发展，区块链、广告植入、动态频道等广告技术不断优化，为移动广告市场的提升创造更多空间。



国潮性特点：互联网行业的周期与技术更新、基础设施升级、监管政策导向调变、社会经济文化发展等因素相关，互联网行业本身不存在明显的季节性特征。

2.公司所处的行业地位

报告期内，公司的行业地位不断得到突实与提升，具体如下：

（1）境外媒体业务发展迅猛

Spigot是拥有互联网产品矩阵，以算法和大数据技术为驱动的互联网科技企业。Spigot拥有安全软件、邮件管理软件、浏览器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。Spigot保持了对市场以及用户需求变化的高度敏感性，凭借其强大的研发能力，快速迭代应用产品并对应用产品的分发策略进行调整，提高用户体验，增加用户粘性。基于出色的媒体优化经验、出众的分析能力和高质量的用户基础，Spigot能高效地帮助谷歌、雅虎、美国在线等合作伙伴提升广告业务效果，从而获得可观的商业变现收入。Spigot单日收入最高超过100万美元，全年实现营业收入16,527.97万美元，占公司营业总收入的17.52%，与去年同期相比增长305.15%；实现营业利润4,276.09万美元，占公司整体营业利润的26.11%，与去年同期相比增长68.22%。

（2）地产媒体业务是中长尾媒体资源开拓过流量转换

PMOBI平台和万商客作为公司地产媒体平台，具有国内领先的SSP等技术处理能力，聚合并承载庞大的优质中长尾流量/精品流量，基于大数据分析技术进行实时信息处理，提供丰富的用户画像标签和精准定向，为广告主提供高效、快捷、安全精准的一站式数字营销服务，帮助客户实现广告投放到交易平台上，平台根据媒体的需求智能填充广告位。目前，平台上有众多在线进行交易的广告位，分别来自各大门户网站、视频网站、电商网站、垂直类网站以及各类中小网站媒体的库存广告位，帮助媒体以更加高效的形式实现流量变现最大化。

蒙汇天下旗下的应用汇为国内最早的知名第三方安卓应用商店，2017年应用汇获得了由中国互联网协会颁发的“优秀应用商店”称号，应用汇是公司得除市场部门自有流量媒体，通过开发者上传，聚拢海量零零万元，不断上架，更新手机软件产品，从而为移动互联网用户提供优质、便利的应用服务。报告期内，应用汇聚合了大量移动互联网网页视频应用产流量，逐渐演变为国内移动互联网市场上知名的流量入口，应用汇手机客户端已独立出用户数已破亿，在具有粘性的视频应用产流量基础上，蒙汇天下通过广告和游戏来实现商业变现。

蒙汇天下旗下的应用汇为国内最早的知名第三方安卓应用商店，2017年应用汇获得了由中国互联网协会颁发的“优秀应用商店”称号，应用汇是公司得除市场部门自有流量媒体，通过开发者上传，聚拢海量零零万元，不断上架，更新手机软件产品，从而为移动互联网用户提供优质、便利的应用服务。报告期内，应用汇聚合了大量移动互联网网页视频应用产流量，逐渐演变为国内移动互联网市场上知名的流量入口，应用汇手机客户端已独立出用户数已破亿，在具有粘性的视频应用产流量基础上，蒙汇天下通过广告和游戏来实现商业变现。

（三）报告期内公司主要资产重大变动情况

报告期内，公司主要资产未发生重大变化。

（四）报告期内核心竞争力分析

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，主要为互联网媒体业务和数字营销业务。报告期内，公司主营业务及经营模式如下：

1、互联网媒体业务：主要包括移动平台Spigot和地产媒体平台PMOBI，方舟客户端等应用工具的相关业务。报告期内，互联网媒体业务实现营业收入人民币139,194.86万元，占公司营业总收入的21.83%，与去年同期相比增长207.37%；互联网媒体业务实现营业利润人民币37,972.52万元，占公司整体营业利润的69.13%，与去年同期相比增长57.83%。

（1）境外媒体平台

Spigot是拥有互联网产品矩阵，以算法和大数据技术为驱动的互联网科技企业。Spigot拥有安全软件、邮件管理软件、浏览器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，从用户低成本获取高质量的用户。Spigot保持了对市场以及用户需求变化的高度敏感性，凭借其强大的研发能力，快速迭代应用产品并对应用产品的分发策略进行调整，提高用户体验，增加用户粘性。基于出色的媒体优化经验、出众的分析能力和高质量的用户基础，Spigot能高效地帮助谷歌、雅虎、美国在线等合作伙伴提升广告业务效果，从而获得可观的商业变现收入。

报告期内，Spigot单日收入最高超过100万美元，全年实现营业收入16,527.97万美元，占公司营业总收入的17.52%，与去年同期相比增长305.15%；实现营业利润4,276.09万美元，占公司整体营业利润的26.11%，与去年同期相比增长68.22%。

（2）地产媒体业务是中长尾媒体资源开拓过流量转换

PMOBI平台和万商客作为公司地产媒体平台，具有国内领先的SSP等技术处理能力，聚合并承载庞大的优质中长尾流量/精品流量，基于大数据分析技术进行实时信息处理，提供丰富的用户画像标签和精准定向，为广告主提供高效、快捷、安全精准的一站式数字营销服务，帮助客户实现广告投放到交易平台上，平台根据媒体的需求智能填充广告位。目前，平台上有众多在线进行交易的广告位，分别来自各大门户网站、视频网站、电商网站、垂直类网站以及各类中小网站媒体的库存广告位，帮助媒体以更加高效的形式实现流量变现最大化。

蒙汇天下旗下的应用汇为国内最早的知名第三方安卓应用商店，2017年应用汇获得了由中国互联网协会颁发的“优秀应用商店”称号，应用汇是公司得除市场部门自有流量媒体，通过开发者上传，聚拢海量零零万元，不断上架，更新手机软件产品，从而为移动互联网用户提供优质、便利的应用服务。报告期内，应用汇聚合了大量移动互联网网页视频应用产流量，逐渐演变为国内移动互联网市场上知名的流量入口，应用汇手机客户端已独立出用户数已破亿，在具有粘性的视频应用产流量基础上，蒙汇天下通过广告和游戏来实现商业变现。

（三）报告期内公司主要资产重大变动情况

报告期内，公司主要资产未发生重大变化。

（四）报告期内核心竞争力分析

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，主要为互联网媒体业务和数字营销业务。报告期内，互联网媒体业务和数字营销业务作为公司的两大核心业务板块，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，取得了良好的业绩，2017年全年实现营业收入139,194.86万元，占公司营业总收入的21.83%，与去年同期相比收入增长207.37%；实现营业利润37,972.52万元，占公司整体营业利润的69.13%，与去年同期相比利润增长57.83%。

报告期内，公司主要核心竞争力之一在于全产业链各节点的协同。报告期内，公司对产业链各业务板块进行深度整合，对各项业务进行进一步升级，加强各业务板块的互动，实现资源共享，运营效率不断提升，充分发挥了各业务主体在不同业务层面的优势，同时，公司还进行核心数据能力的自主研发以及进一步完善产品体验。

4.互联网广告市场高速发展

根据iResearch数据，互联网广告规模大幅增长，2017年互联网广告收入达3884亿元，同比增长33.8%。移动广告市场规模预计将达到2948亿元，同比增长率高达51.2%。可以预计，未来几年，包括移动广告、PC端广告在内的互联网广告业务将是公司业务持续创造价值的一个主要动力。

5.品牌效应的提升

上市公司各业务主体在各自经营的移动互联网细分领域均具有较强的影响力，在移动互联网业务领域中具有多年业务经验，具有稳定的优质客户资源，在深度整合后，依托于算法、大数据等技术优势，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、整体一站式的营销服务，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。

6.运营效率的提升

为提低公司整体运营管理成本，提升工作效率，公司推除“人、财、物”三线压年对业务主体的办公流、财务资金流、业务数据流三方面进行梳理整合，实现以了财务中心、人事中心、行政中心、信息化中心为核心的高效业务主体的相关事务，公司管理精细、职责明确、流程目主，通过互联网广告市场，很大程度减少了人员和概性，大幅度提升了运营效率。

（二）报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

1.互联网行业的发展阶段、周期性特点

经过20多年的高速发展，中国的互联网行业逐渐走向成熟，国内用户的快速普及，推进了互联网与各个传统行业进行深度融合，通过信息化不断提升资讯传播、商品流通及资金融通的效率和速度，互联网服务已经成为中国社会经济活动的重要组成部分。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）的数据报告，截至2017年，中国网民规模达5.7亿，互联网普及率达到55.8%，人口网上时长达27小时。在此背景下，人口红利带来的渗透率增长已不再是行业媒体增长和发展的主要驱动力，未来3-5年或前代之的将是技术革新、模式创新、跨领域服务以及服务质量的提升，未来媒体移动化趋势及和垂直领域应用的深度融合将成为行业新增长驱动力。

根据eMarketer预测，谷歌和Facebook将在2018年美国网络广告收入方面大幅增长，两家公司将分别占到39.2亿美元，同比增长14.5%。互联网媒体作为互联网营销的创新力，主要包括搜索引擎、综合门户网站、垂直搜索网站、视频网站等各类网站，在互联网广告媒体各种流量资源中，根据艾瑞咨询，国内搜索引擎流量增长最快，在搜索引擎流量中，移动搜索广告的增长尤为显著，预计2018年移动搜索广告市场规模将达到2,000亿元，同比增长率高达51.1%。

艾瑞咨询《中国网络广告年度监测报告》相关数据显示，我国数字营销市场保持稳健快速增长趋势，2017年中国网络广告市场规模预计达到3884亿元，同比增长33.8%，移动广告市场规模预计将达到2948亿元，同比增长率高达51.1%。2018年中国网络市场规模预计将达到4224亿元，互联网的移动化特征基本完成，移动用户使用时长不断增长，移动媒体加多元化，移动广告市场进入了新的发展阶段，预计2018年移动广告市场将占据网络广告市场的73.6%。基于大数据和算法的应用工具性，地理位置等指标向开放的精准化投放技术，将进一步提高移动广告的投放效率；同时信息流广告和内容流广告，及与短视频、直播等新兴媒体的深度融合，将进一步拓展广告形式和广告位资源，促进移动广告市场规模的持续高速增长。随着移动媒体平台的成熟和广告技术的进一步完善，能够降低移动广告用户体验影响的形式和内容新生广告快速发展，区块链、广告植入、动态频道等广告技术不断优化，为移动广告市场的提升创造更多空间。

国潮性特点：互联网行业的周期与技术更新、基础设施升级、监管政策导向调变、社会经济文化发展等因素相关，互联网行业本身不存在明显的季节性特征。

2.公司所处的行业地位

报告期内，公司的行业地位不断得到突实与提升，具体如下：

（1）境外媒体业务发展迅猛

Spigot是拥有互联网产品矩阵，以算法和大数据技术为驱动的互联网科技企业。Spigot拥有安全软件、邮件管理软件、浏览器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，从用户低成本获取高质量的用户。Spigot保持了对市场以及用户需求变化的高度敏感性，凭借其强大的研发能力，快速迭代应用产品并对应用产品的分发策略进行调整，提高用户体验，增加用户粘性。基于出色的媒体优化经验、出众的分析能力和高质量的用户基础，Spigot能高效地帮助谷歌、雅虎、美国在线等合作伙伴提升广告业务效果，从而获得可观的商业变现收入。

报告期内，Spigot单日收入最高超过100万美元，全年实现营业收入16,527.97万美元，占公司营业总收入的17.52%，与去年同期相比增长305.15%；实现营业利润4,276.09万美元，占公司整体营业利润的26.11%，与去年同期相比增长68.22%。

（2）地产媒体业务是中长尾媒体资源开拓过流量转换

PMOBI平台和万商客作为公司地产媒体平台，具有国内领先的SSP等技术处理能力，聚合并承载庞大的优质中长尾流量/精品流量，基于大数据分析技术进行实时信息处理，提供丰富的用户画像标签和精准定向，为广告主提供高效、快捷、安全精准的一站式数字营销服务，帮助客户实现广告投放到交易平台上，平台根据媒体的需求智能填充广告位。目前，平台上有众多在线进行交易的广告位，分别来自各大门户网站、视频网站、电商网站、垂直类网站以及各类中小网站媒体的库存广告位，帮助媒体以更加高效的形式实现流量变现最大化。

蒙汇天下旗下的应用汇为国内最早的知名第三方安卓应用商店，2017年应用汇获得了由中国互联网协会颁发的“优秀应用商店”称号，应用汇是公司得除市场部门自有流量媒体，通过开发者上传，聚拢海量零零万元，不断上架，更新手机软件产品，从而为移动互联网用户提供优质、便利的应用服务。报告期内，应用汇聚合了大量移动互联网网页视频应用产流量，逐渐演变为国内移动互联网市场上知名的流量入口，应用汇手机客户端已独立出用户数已破亿，在具有粘性的视频应用产流量基础上，蒙汇天下通过广告和游戏来实现商业变现。

（三）报告期内公司主要资产重大变动情况

报告期内，公司主要资产未发生重大变化。

（四）报告期内核心竞争力分析

报告期内，公司主营业务未发生重大变化，主要为互联网媒体业务和数字营销业务。报告期内，互联网媒体业务和数字营销业务作为公司的两大核心业务板块协同发展，盈利能力显著增长，主要业务和经营模式如下：

1、互联网媒体业务：主要包括移动平台Spigot和地产媒体平台PMOBI，方舟客户端等应用工具的相关业务。报告期内，互联网媒体业务实现营业收入人民币139,194.86万元，占公司营业总收入的21.83%，与去年同期相比增长207.37%；互联网媒体业务实现营业利润人民币37,972.52万元，占公司整体营业利润的69.13%，与去年同期相比增长57.83%。

（1）境外媒体平台