（上接A27版）

据零壹智库不完全统计，2019年，中国区块链领域融资数量最多，共计发生175笔，占全年融资总量的32.3%；美国融资数量稍低于中国，共发生162笔融资，占比29.9%。

资料来源：零壹智库

综上所述，本次募集资金投资项目符合国家产业政策导向，受到地方政府的支持，是各类风险投资的追逐热点，受到政府和市场的双重肯定。

（2）公司技术基础雄厚，具备执行项目的技术条件

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。

智度区块链目前已经能够运行在复杂网络条件下，支持上万级别大规模节点，是可控可信的联盟链。它能够支持复杂网络环境部署，支持企业内网、企业专网、公有云网络、公开互联网和家庭网络的混合部署。能够支持大规模应用，理论设计节点数100万，可以对全网状态实时监控，实时跟踪。在可信方面，所有入网节点全部需要完成身份验证，完成机构认证和身份认证才许可接入。在备受关注的区块链性能方面，智链在上千节点部署规模情况下性能可以达到单链TPS1000。智链实现了图灵完备的智能合约，支持多种高级语言编写。

综上，公司已有产品的技术水平已具备市场领先优势，有进一步提升优化的技术基础。

（3）公司拥有从事区块链底层技术平台与数字货币研发的高科技研发团队，具备执行项目的人员条件

公司在打造技术领先的区块链底层技术平台产品的过程中，构建了技术水平高、经验丰富的研发队伍。其中公司区块链技术合伙人和底层组负责人均具有近20年的丰富从业经验，其他各细分模块应用前后端、运维组、底层合约、底层跨链、底层虚拟机、应用浏览器、数字货币钱包的技术负责人，平均具有8年以上的相关细分领域从业经验。

以这支高水平的研发团队为核心，同时以高标准新招聘研发人员作为有益补充，本项目具备顺利执行的人员基础。

4、项目投资概算

本项目投资金额总量为49,422.47万元，投资明细主要包括场地购置及装修费用、设备购置费用、软件购置费用、数据库费用和人员费用，具体投资金额如下：

序号	项目	金额（万元）	占比	是否属于资本性支出
1	场地购置及装修费用	11,000.00	22.26%	是
2	设备购置费用	24,764.00	50.11%	是
3	软件和数据库购置费用	4,206.18	8.51%	是
4	人员费用	9,453.29	19.13%	否
	合计	49,422.47	100.00%	-

5、项目实施主体及实施计划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为公司全资子公司深圳智度信息技术有限公司。

（2）项目实施计划

本项目建设期3年，具体进度安排如下表：

注：Y1、Y2、Y3代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4代表季度。

6、项目经济效益评价

本项目投资金额49,422.47万元，经保守测算，税后内部收益率为12.20%，动态投资回收期（含建设期三年）为7.98年，经济效益良好。

7、项目批准情况

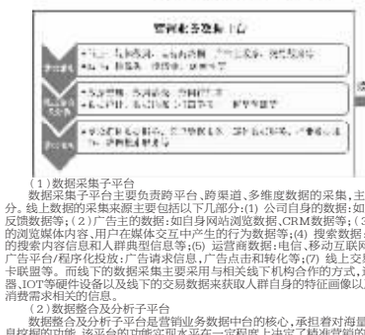
截至本预案公告日，本项目相关备案、环评（如需）等事项尚未办理完毕，公司将根据相关要求尽快履行完毕审批或备案程序。

（四）营销业务数据中台建设项目

1、项目基本情况

本项目计划投资12,645.35万元（其中拟使用募集资金6,964.60万元），营销业务数据中台是对公司核心数据资产的整合、清洗、分类、共享，是数据资产的治理和应用平台。营销业务数据中台是公司实现数字精准营销的关键技术支撑，平台通过大数据技术、人工智能技术将自身积累的营销数据、合作媒体的开放数据以及外部的第三方数据进行统一的管理、分析，按照不同的维度进行深度建模和测分，以数据服务的形式，以广告场景为驱动，提供全面深入的数据洞察和智能管理，实现广告内容、投放人群、投放场景、投放形式的自动化匹配，建立自动化人群策略，指导广告主进行广告优化和投放决策。营销业务数据中台是公司跨场景、跨媒介、跨人群实现精准营销的决策大脑，是公司实现数字营销升级的重要保障。

营销业务数据中台包括3个子平台，分别为数据采集子平台、数据整合及分析子平台、数据服务子平台，通过3个子平台的独立运行与有机衔接实现对营销数据从采集、整合到分析、应用的全链条管理，实时高效的为广告的投放提供智力支撑。



（1）数据采集子平台

数据采集子平台主要负责跨平台、跨渠道、多维度数据的采集，主要包括线上和线下两部分。线上数据的采集来源主要包括以下几部分：(1) 公司自身的数据：如广告投放监测数据、客户反馈数据等；(2）广告主的数据：如自身网站浏览数据、CRM数据等；(3）媒体数据：主要是人群的浏览媒体内容、用户在媒体交互中产生的行为数据等；(4) 搜索数据：主要是搜索引擎入口下的搜索内容信息和人群典型信息等；(5) 运营商数据：电信、移动互联网等运营商的数据等；(6) 广告平台/程序化投放：广告请求信息，广告点击和转化等；(7) 线上交易数据：电商，银行，信用卡联盟等。而线下的数据采集主要采用与相关线下机构合作的方式，通过线下的摄像头、传感器、IOT等硬件设备以及线下的交易数据来获取人群自身的特征画像以及在时间、空间等维度与消费需求相关的信息。

（2）数据整合及分析子平台

数据整合及分析子平台是营销业务数据中台的核心，承担着对海量数据的整合以及深度信息挖掘的功能，该平台的功能实现水平在一定程度上决定了精准营销的能力。首先，该子平台一方面把不同渠道的海量数据纳入统一管理体系，依据统一的数据标准化规范和流程，对数据进行有效的关联、清洗、整合；另一方面，采用标签管理的方式，对人群、产品、媒体属性等信息进行标签化管理和分类。其次，该子平台通过数据建模、机器算法等技术，对前期已经分类完成的人群、媒体、内容等标签进行数据分析，从获得的某一领域的用户画像中寻找共性和规律，实现多维度信息的匹配，为下一步数据的应用和广告的精准投放奠定基础。

（3）数据服务子平台

数据服务子平台是营销业务数据中台与前台业务的衔接平台，是实现数据应用以及数据价值化的重要承载平台，主要承担前期完成的数据分析成果的存储、分类、操作界面可视化等功能，并与后续的广告投放平台进行对接。在数据服务子平台中，将根据数据的属性以及作用进行清晰的分类，划分出受众群体数据服务、客户数据服务、媒体数据服务、行业数据服务、数据搜索服务等不同的功能模块，以更好的适应数据调用的速度和准确性。在得到广告主的广告投放需求后，将需求信息按照各个维度进行量化（包括产品属性、目标客户属性等），在数据服务子平台输入后可自动实现与平台中相应属性的人群、媒体等数据匹配，从而为广告的精准投放锁定方向。

2、项目建设必要性

（1）本项目建设是公司顺应数字营销与大数据深度融合趋势的必然选择

随着大数据技术的日趋成熟，应用领域越来越广泛，大数据技术已经与数字营销产生深度的融合，在某种程度上大数据已经成为数字营销的风魂。大数据技术的应用已经渗透到广告投放对象的选择（利用大数据分析出用户画像）、广告内容的制作（利用大数据进行素材的搜索和选择）、广告效果的监测（利用大数据获取广告的精准性）等数字营销的各个环节，只有利用大数据才能帮助广告主找出目标受众，以此对广告投放的内容、时间、形式等进行预判与调配，并最终完成广告投放，实现广告的精准营销。数字营销作为公司的主营业务之一，进行大数据平台的建设，提升数据的分析和决策能力，是公司立足数字营销市场的必然选择。

（2）本项目建设是整合公司现有数据资源、发挥数据协同价值的迫切需要

公司从事数字营销业务多年，在线上线下媒体端、客户端、消费者端、数字内容端、广告投放与监测端等各个层面都积累了大量的数据，例如目前已经完成的以大数据技术作为支撑的竞品追踪系统、流量管控系统、DMP数据系统、SSP平台系统等。但目前这些数据普遍存在相互独立、整合力度不够的情况，没有对数据之间的关联性进行深度的挖掘，没有发挥出数据的协同价值，无法更加高效的服务于精准营销。因此，整合现有数据资源，进行深度挖掘，充分发挥数据的协同效应是公司目前面临的迫切需要。本项目的建设将在数据采集层面打通数据链条，集合目前公司内外部的所有数据，包括自身的数据、广告主的数据、媒体的数据、运营商的数据等等，另外还要将未来5G时代有可能产生的新的数据资源纳入进来，对这些数据进行充分的整合，充分发挥这些数据的协同价值，为公司的数字精准营销服务。

（3）本项目建设是公司践行技术驱动战略、推动技术升级的重要手段

公司一直以来都将技术驱动优势作为公司业务发展的核心竞争力，公司通过将产品研发、大数据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。但随着数字营销市场的快速变化，大数据在数字营销领域的应用广度和深度不断加强，如5G时代到来后数据量的快速增长、数据终端类型的更加丰富、数据来源的更加广泛，都会对数据的采集提出了新的要求；另外，人工智能技术和大数据技术的融合发展，使得对数据的分析和应用能力显著提高，需要对公司现有的数据进行更加充分的挖掘，服务于精准营销。因此，未来的数字营销将朝更加精准、更具时效、更加智能等方向发展，这对公司的数据支撑系统也提出了更高的要求。因此，本项目的建设将在数据的采集、数据的整合及分析、数据的应用等方面做全方位的升级，进一步巩固公司在技术方面的领先优势。

3、项目建设可行性

（1）项目符合国家政策导向和行业发展需要

国家一直以来非常重视大数据产业的发展，制定了一系列大数据的相关政策。2015年9月5日，国务院正式印发《促进大数据发展行动纲要》，意味着大数据发展正式成为国家战略；2017年1月，工业和信息化部正式印发《大数据产业发展规划（2016--2020年）》，加快建设数据强国，为实现制造强国和网络强国提供强大的产业支撑。在国家政策的引导下，大数据技术自身快速发展的背景下，大数据正在与各行各业进行深度融合，利用大数据技术提升产业的升级。同样对于数字营销产业，大数据在其中发挥着重要的作用，在某种程度上说大数据就是数字营销别是精准营销的灵魂，因此，本项目的建设是符合国家政策导向和行业本身发展需求的。

（2）公司拥有广泛的数据渠道和丰富的数据资源

本项目的建设是利用大数据技术对海量的数据进行整合分析，服务于数字营销，提升数字营销的精准性、智能性、时效性，数据量越大，数据分析的结果越准确，对数字营销的应用价值越大，因此数据的获取能力是决定数据管理平台能否发挥应有作用的关键所在。公司深耕数字营销领域多年，业务布局比较广泛，公司子公司Spigot发展迅猛，成为全球领先的第三方搜索流量入口公司；公司子公司FMOBI处于国内移动广告旗舰第二梯队的领先地位，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；此外，公司还与国内头部的媒体拥有深厚的合作基础，是腾讯广点通、百度、阿里妈妈、爱奇艺、360和搜狗搜索的核心代理商，并取得了VIVO、小米、一点资讯等硬核媒体厂商的核心代理资质。因此，公司业务的广泛布局以及在数字营销领域的领先地位，为公司获取大量的数据资源提供了先天的优势，更有利于聚合海量的数据信息，为本项目的建设提供丰富的数据资源。

（3）公司拥有雄厚的大数据技术实力和人才储备

无论是公司的第三方搜索流量入口业务、移动广告联盟业务，还是数字营销业务，都需要大数据技术的支撑，因此，在业务的发展过程中，经过多年的积累，公司已经在大数据、人工智能等前沿技术领域拥有了雄厚的基础。如公司的第三方搜索流量业务，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；公司的移动广告联盟业务，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，为客户提供高效、快捷、受众精准的一站式服务。这些都为大数据技术在数字营销领域的应用奠定了深厚的技术基础，并培养了一大批优秀的技术人才，为本项目的实施提供了有力的技术保障。

4、项目投资概算

本项目投资总额为12,645.35万元，投资明细主要包括场地购置及装修费用、设备购置费用、软件购置费用、数据库费用和人员费用，具体投资金额如下：

序号	项目	金额（万元）	占比	是否属于资本性支出
1	场地购置及装修费用	3,123.20	24.70%	是
2	设备购置费用	2,076.20	16.42%	是
3	软件购置费用	1,768.20	13.96%	是
4	数据费用	3,000.00	23.72%	否
5	人员费用	2,680.75	21.20%	否
	合计	12,645.35	100.00%	-

5、项目实施主体及实施计划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为公司全资子公司深圳智度信息技术有限公司。

（2）项目实施计划

本项目建设期2年，具体进度安排如下表：

注：Y1、Y2代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4代表季度。

6、项目经济效益评价

本项目不直接产生效益，项目建成后主要用来为公司的数字营销业务提供技术支撑，将显著提升公司数字营销业务的针对性。

7、项目批准情况

截至本预案公告日，本项目相关备案、环评（如需）等事项尚未办理完毕，公司将根据相关要求尽快履行完毕审批或备案程序。

三、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

本次募集资金投资项目围绕公司长期发展战略布局，围绕公司目前数字营销业务进行优化升级，同时扩展新兴MCN业务，挖掘新的盈利增长点，并基于现有区块链技术进行深入探索，为未来业务发展打下坚实的基础。

本次募集资金投资项目符合国家相关产业政策和行业发展前景，有利于增强公司的核心竞争力和抵御风险的能力，实现公司的长期可持续发展，维护股东的长远利益。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司资产总额与净资产将同步增加，公司资金实力将得到增强，可进一步降低财务风险，增强持续经营能力。随着公司募投项目效益的逐步释放，将会提高公司经营效率，带来新的利润增长点，提升整体盈利水平。

（三）对现金流量的影响

本次非公开发行将加大公司筹资活动产生的现金流入，增强公司偿债能力，降低财务风险；随着募投项目建设逐步推进，公司投资活动现金流出将有所增加；随着募投项目完工和产生效益，经营活动产生的现金流入将有所增加。

三、本次发行对公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等的影响

公司管理制度完善、业务体系完整、人员机构配置齐全，具有独立自主的经营能力，在业务、人员、资产、机构、财务等方面均独立于控股股东及其关联人。本次非公开发行不会改变公司与控股股东及其关联人之间在业务和管理关系上的独立性。

本次发行完成后，公司与主要股东及其关联人之间的关联关系不会发生重大变化。本次发行不会导致公司与控股股东及其关联人产生其他的关联交易。

本次发行完成后，控股股东及其关联人与公司的业务关系、管理关系不会发生变化，亦不会因为本次发行导致同业竞争或者潜在同业竞争。

四、本次发行后，公司不存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，不存在为控股股东及其关联人提供担保的情形

截至本预案公告日，公司不存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，亦不存在公司为控股股东、实际控制人及其关联人违规提供担保的情形。

本次发行完成后，公司与控股股东及其关联人之间不会因本次发行产生违规占用资金、资产的情况，亦不会产生公司为控股股东及其关联方进行违规担保的情形。

五、本次发行对公司负债情况的影响

本次募集资金主要用于项目建设及研发支出，本次发行完成后，公司资产规模将有所增加，资产负债结构将更加稳健，抗风险能力进一步增强。公司不存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，公司财务风险将进一步降低。

六、本次发行的相关风险

（一）募集资金投资项目实施风险

公司本次非公开发行股票募集资金投资项目为智能化广告内容生产和场景精准营销平台建设项目，直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台建设项目，区块链基础设施、应用平台与央行数字货币（DC/EP）场景化开发建设项目和营销业务数据中台建设项目，上述募投项目的顺利实施将进一步巩固公司市场地位，提升公司主营业务盈利空间。尽管公司对上述募投项目进行了审慎的可行性研究论证，但上述项目在实施过程中，如果行业政策、市场环境等不确定性因素发生重大变化，则可能导致公司无法按原计划顺利实施上述募集资金投资项目，或上述项目无法实现预期效益。

（二）宏观经济波动、宏观政策变化及行业监管的风险

互联网营销行业与宏观经济的波动呈现明显的正相关性，其市场容量和发展速度很大程度上取决于国家或地区宏观经济的发展水平和发展速度。如果未来宏观经济出现周期性波动，广告主缩减广告投放量，导致行业经营环境发生变化，将对公司业务发展产生较大影响。

互联网营销行业属于新兴行业。国家出台了《广告产业发展“十三五”规划》等系列产业政策，鼓励互联网营销行业的发展。若未来产业政策发生重大变化，则可能影响行业的竞争格局，并对公司的业务发展产生较大影响。

互联网营销行业受到国家对广告行业和互联网行业的交叉监管。我国广告行业的主管部门为国家市场监督管理总局，互联网行业的主管部门是工业和信息化部。随着互联网营销行业的相关法律、法规及产业政策的不断完善，行业监管将更加严格，包括互联网营销相关应用程式设计制作、就违规或不合规事项受重大罚款或其他处罚等。适用法律、法规及产业政策的变更可能影响公司业务的开展或增加公司营运成本，进而对公司的财务状况或经营业绩构成不利影响。

（三）市场竞争加剧的风险

公司所属互联网营销行业存在轻资产、竞争充分、集中度较低等特点。公司是一家同时拥有移动互联网流量入口、流量经营平台以及商业变现渠道的三位一体的移动互联网公司。尽管公司已发展成为我国互联网营销行业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，移动互联网发展迅猛，基于互联网的营销形式也越来越丰富，客户对互联网营销的认识和要求也在不断提高，市场竞争不断加剧，公司如果不能持续提升技术水平、引进优秀人才、拓展优质客户、扩大业务规模、增强资本实力和抗风险能力、准确把握互联网营销行业的发展趋势和客户对互联网营销需求的变化，将无法继续保持行业竞争地位，进而对公司经营业绩产生重大不利影响。

（四）经营业绩波动风险

2017年至2019年，公司归属于母公司股东净利润分别为52,732.54万元、71,343.00万元和61,969.72万元，公司经营情况良好，但未来如出现宏观经济波动、市场环境发生不利变化导致客户减少广告支出，市场竞争加剧导致公司丢失或减少部分毛利率较高的业务，成本费用的加大投入等，可能会导致公司净利润水平下降、经营业绩波动的风险。

（五）公司规模扩大带来的管理风险

随着公司募集资金投资项目的建设、完成和运营，将使得公司经营规模不断扩大。如果公司管理水平不能适应规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随公司规模扩大及时完善，将削弱公司的市场竞争力，存在公司业务规模扩张导致的管理风险。

（六）应收账款回收的风险

2017年至2019年各期末，公司应收账款的账面价值分别为138,011.52万元、189,613.98万元和226,783.85万元，占公司各期末流动资产的比例分别为34.67%、43.44%和45.32%。若公司对应收账款催收不力，或客户资信、经营状况等出现问题，导致公司应收账款存在不能按合同规定如期收回的风险。

（七）商誉减值的风险

公司于2016年收购上海猎鹰网络有限公司100%股权、上海智度亦复信息技术有限公司100%股权、北京掌汇天下科技有限公司46.875%股权和Spigot，Inc.100%股权，形成了一定金额的商誉。截至2020年3月末，公司商誉账面价值为255，915.21万元。若上述公司在业务开展、内部管理等方面受不利因素影响，导致盈利持续下滑，则存在商誉减值的风险。

（八）股东违期回报被摊薄的风险

由于本次募集资金到位以后从投入使用至募投项目完成和产生效益需要一定时间，在募投项目产生效益之前，股东回报仍然依赖于公司现有的业务基础，由于公司总股本增加，本次非公开发行后将可能导致公司每股收益指标下降。本次非公开发行股票当年存在摊薄即期回报的风险。敬请广大投资者理性投资，并注意投资风险。

（九）股价波动风险

本次非公开发行股票将对公司的生产经营和财务状况产生影响，并将影响公司股票的价格。股票市场投资收益与投资风险并存，股票价格的波动不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，而且受国家宏观经济政策调整、金融政策的调控、股票市场的投机行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。公司本次发行需要有关部门审批且需要一定的时间才能完成，在此期间股票市场价格可能出现波动，从而给投资者带来一定的风险。

（十）审批风险

本次非公开发行股票方案需经公司股东大会审议批准，并报中国证监会核准。本次非公开发行股票方案能否取得相关批准或核准，以及最终取得核准的时间等均存在一定的不确定性。

第四章　公司利润分配政策的制定和执行情况

一、公司利润分配政策

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》及《上市公司章程指引》（2019年修订）的相关规定，公司利润分配政策如下：

“公司利润分配政策为：

（一）利润分配原则

1、公司实行持续稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展；

2、在公司盈利、现金流满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，公司优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性，保证现金分红信息披露的真实性。

3、公司利润分配不得超过当年累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。”

（二）利润分配形式及期间

1、公司采取现金、股票或其他符合法律法规规定的方式分配利润。

2、公司每一会计年度进行一次利润分配，通常由年度股东大会上审议上一年度的利润分配方案；根据公司经营情况，公司可以进行中期现金分红，由临时股东大会审议。

（三）利润分配的具体内容

1、利润分配顺序

公司优先选择现金分红的利润分配方式，如不符合现金分红条件，再选择股票股利的利润分配方式。

2、现金分红的条件及比例

21公司拟实施现金分红时应至少同时满足以下条件：

（1）公司每年度实现盈利；

（2）当年每股累计可供分配利润不低于0.01元；

（3）公司当年度现金流充裕，且实施现金分红不会影响公司后续正常生产经营对资金的需求；

（4）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（5）公司该年度经审计合并报表资产负债率不超过70%；

（6）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的10%。

（7）法律、行政法规、部门规章规定的或者中国证监会、证券交易所规定的其他情形。

2、现金分红的比例

公司董事会综合考虑公司利润分配时行业的平均利润分配水平、公司经营盈利情况、发展阶段以及是否有重大资金支出安排等因素区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的10%。

（五）股票股利分配条件

如不满足现金分红条件，公司可采取股票股利的利润分配方式。采用股票股利进行分配利润的，公司董事会综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄因素制定分配方案。

（六）规划的制定周期和相关决策机制

1、公司董事会至少每三年重新审阅一次本规划，并根据形势或政策变化进行及时、合理的修订，确保其内容不违反相关法律法规和《公司章程》确定的利润分配政策。

2、2020年至2022年，如因外部经营环境或自身经营状态发生变化而需要对规划进行调整的，新的股东回报规划应符合相关法律法规和《公司章程》的规定。

3、公司因外部经营环境或自身经营状态发生变化而根据《公司章程》重新制定或调整股东回报规划的，应由公司董事会制定议案并提交股东大会审议，公司独立董事应当对此发表独立意见。审议利润分配政策调整或者变更议案时，公司应当向股东提供网络投票平台，鼓励股东出席会议并行使表决权。利润分配政策调整或者变更议案需经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。

第五章　本次非公开发行摊薄即期回报情况及填补措施

一、本次非公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响

经公司第八届董事会第三十次会议通过，本次非公开发行募集资金不超过169,164.20万元，本次非公开发行股票数量不超过281,250,000股（含本数）。

（一）财务指标计算主要假设

1、宏观经济环境、产业政策、行业发展状况等方面没有发生重大变化；

2、假设本次非公开发行于2020年9月底实施完毕，该完成时间仅为测算本次非公开发行摊薄即期回报的假设时间，最终完成时间以经中国证监会核准后实际发行完成时间为准；

3、假设按照发行数量不超过281,250,000股，募集资金不超过169,164.20万元，且不考虑扣除发行费用因素，最终发行数量和募集资金以中国证监会核准为准；

4、根据公司于2019年9月16日召开董事会和监事会审议通过的《关于回购注销部分限制性股票的议案》，同意根据公司《2018年度限制性股票激励计划（草案）》的相关规定，回购注销离职激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票，合计299,562股。截至本预案披露日，该部分股份正在办理回购注销登记。此处假定该回购事项于2020年期初已完成，非公开发行前公股本以回购注销完成后的总股本1,325,700,535股为基数测算，仅考虑本次非公开发行股份的影响，不考虑其他因素导致的股本发生的变化；

5、根据公司2019年度审计报告，公司2019年度归属于母公司股东的净利润为61,969.72万元，归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为39,152.50万元；

6、假设2020年归属于母公司股东的净利润分别较2019年下降10%、持平和增长20%，该假设分析仅作为测算本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响之用，并不构成公司的盈利预测或利润承诺，投资者不应据此进行投资决策。

7、假设2020年不考虑利润分配的影响；

8、上述测算未考虑本次募集资金到账后对公司生产经营、财务状况等（如营业收入、财务费用、投资收益等）的影响；

9、在预测公司净资产时，未考虑除募集资金和净利润之外的其他因素对净资产的影响。

（二）对公司主要指标的影响

基于上述假设和说明，公司测算了本次非公开发行股票对公司每股收益的影响如下：

项目	2019年度	2020年度	
		发行前	发行后
总股本（万股）	132,600.01	132,570.06	160,695.06
本次募集资金总额（万元）	-	-	169,164.20
假设情形一：公司2020年度和除非经常性损益后归属于上市公司普通股股东的净利润较2019年度增长20%			
归属于母公司股东的净利润（万元）	61,969.72	74,363.66	74,363.66
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	39,152.50	46,983.00	46,983.00
基本每股收益（元/股）	0.4936	0.5609	0.5327
稀释每股收益（元/股）	0.4772	0.5609	0.5327
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	0.3119	0.3544	0.3366
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	0.2968	0.3544	0.3366
加权平均净资产收益率	9.90%	10.57%	9.97%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	6.25%	6.68%	6.30%
假设情形二：公司2020年度和除非经常性损益后归属于上市公司普通股股东的净利润较2019年度持平			
归属于母公司股东的净利润（万元）	61,969.72	61,969.72	61,969.72
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	39,152.50	39,152.50	39,152.50
基本每股收益（元/股）	0.4936	0.4674	0.4439
稀释每股收益（元/股）	0.4772	0.4674	0.4439
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	0.3119	0.2953	0.2805
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	0.2968	0.2953	0.2805
加权平均净资产收益率	9.90%	8.88%	8.37%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	6.25%	5.71%	5.29%
假设情形三：公司2020年度和除非经常性损益后归属于上市公司普通股股东的净利润较2019年度下降10%			
归属于母公司股东的净利润（万元）	61,969.72	55,772.75	55,772.75
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	39,152.50	35,237.25	35,237.25
基本每股收益（元/股）	0.4936	0.4207	0.3996
稀释每股收益（元/股）	0.4772	0.4207	0.3996
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	0.3119	0.2658	0.2524
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	0.2968	0.2658	0.2524
加权平均净资产收益率	9.90%	8.03%	7.57%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	6.25%	5.07%	4.78%

注：对每股收益和加权平均净资产收益率的计算按照中国证券监督管理委员会制定的《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》中的要求和《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》中的规定进行。

根据上述假设测算，在公司2020年度实现归属于母公司股东净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别较2019年度持平、增长20%、下降10%的情况下，本次发行完成后和比较发行前的每股收益和净资产收益率均有所下降。因此，本次发行将会摊薄公司的即期回报。

二、本次非公开发行摊薄即期回报的风险提示

本次非公开发行完成后，公司的净资产规模和总股本相应增加，但由于募集资金投资项目效益产生尚需一定时间，若短期内公司利润增长幅度小于净资产和股本数量的增长幅度，本次募集资金到位后公司即期回报（基本每股收益和稀释每股收益等财务指标）存在被摊薄的可能，特此提请投资者注意本次非公开发行可能摊薄即期回报的风险。

虽然公司为应对即期回报被摊薄风险而制定了填补回报措施，但所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。同时，公司在测算本次非公开发行股票对即期回报的摊薄影响过程中对2020年度归属于上市公司普通股股东的净利润及扣除非经常性损益后归属于上市公司普通股股东的净利润的假设分析亦不构成公司的盈利预测。投资者不应据此进行投资决策，提请广大投资者注意。

三、董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次募集资金运用符合国家产业政策、行业发展趋势以及公司的整体战略方向，有助于优化公司业务结构，提升公司的核心竞争力和综合实力。本次募集资金投资项目具备良好的市场发展前景和经济效益，有利于增强公司的盈利能力，符合公司及公司全体股东的利益。关于本次募投项目的必要性和合理性分析，详见本预案“第二章董事会关于本次募集资金运用的可行性分析”。

四、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（一）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司一直致力于通过技术的应用、资源的整合，不断开发新的互联网产品和服务、创新新的商业模式，建立完整的移动互联网生态。同时，利用移动互联网资源优势与数字营销业务的紧密结合、协同发展，进一步实现流量资源的价值释放。目前，公司已经在搜索流量入口、广告交易平台、数字整合营销等业务方面，实现了完整的布局，实现了互联网流量入口、流量经营平台、商业变现渠道三位一体的闭环。

通过智能化广告内容生产和场景精准营销平台建设，公司将利用人工智能、大数据等前沿技术对传统广告内容生产和场景数字营销方式进行变革升级，基于自动搜索、深入学习等人工智能技术，减少人力操作，真正实现广告内容的智能化生产，实现对线上视频场景广告资源和线下场景视频广告资源的挖掘，进一步提高场景精准营销能力。

通过直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台建设，公司将具备从精准创意设计和内容生产、直播电商及IP生态搭建及全方位服务、个性化营销等多维度的服务能力，持续打造内容生产环节的KOL管理能力及商业变现环节的渠道管理能力，夯实孵化红人的能力，从而推动公司内容制作、营销服务的工业化发展，使公司能够为客户提供更优质的营销服务，实现品效合一。

通过区块链基础设施、应用平台与央行数字货币（DC/EP）场景化开发项目建设，公司将设立智链平台，形成跨公网、跨地域、跨机构的全国性大型区块链服务基础设施平台，并计划在产业服务平台的区块链中接入央行数字货币（DC/EP），能够为供应链管理和广告投放两个典型场景的所有相关组织提供上链的咨询、实施和运维服务，为其他垂直行业的区块链联盟链运营方提供基础设施支持。

通过营销业务数据中台建设，公司将能够把自身积累的营销数据、合作媒体的开放数据以及外部的第三方数据进行统一的管理、分析，按照不同的维度进行深度建模和细分，提供全面深入的数据洞察和智能管理，实现广告内容、投放人群、投放场景、投放形式的自动化匹配，建立自动化人群策略，指导广告主进行广告优化和投放决策。

以上项目的实施，能够实现对现有主业的深度挖掘和效率提升以及主业相关技术的提前布局与拓展，符合国家产业政策、行业发展趋势以及公司的整体战略方向，对于提升公司的核心竞争力和综合实力具有积极的促进作用。

（二）公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、人员储备

针对直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台建设项目，公司全资子公司掌汇天下成立了小规模的IP孵化团队，智度亦复旭建了短视频广告拍摄团队，团队成员能力覆盖拍摄编导、运营等细分专业方向，核心成员拥有百万级账号经验。

针对区块链基础设施、应用平台与央行数字货币（DC/EP）场景化开发建设项目，公司在打造技术领先的区块链底层技术平台产品的过程中，构建了技术水平高、经验丰富的研发队伍。其中区块链技术合伙人负责公司实施重大技术决策和技术方案，底层组负责人负责底层技术平台总体规划和协议分层领域，均具有近20年的从业经验。其他各细分模块应用前后端、运维组、底层合约、底层跨链、底层虚拟机、应用浏览器、数字货币钱包的负责人，平均具有8年以上的相关细分领域从业经验。

针对智能化广告内容生产和场景精准营销平台建设项目和营销业务数据中台建设项目，与公司原有业务结合紧密，公司拥有重组的人员储备。

2、技术储备

针对直播电商生态平台、IP生态平台及MCN内容生产平台建设项目，公司在IP孵化及IP合作方面也有一定经验，智度亦复及掌汇都有在短视频领域做尝试。掌汇天下已于抖音及快手等平台上进行过IP孵化和内容发布；智度亦复团队曾孵化出IP“戏精营地”，最高单条播放量破20万，积累了在营销过程中通过与网红/明星进行内容创作推广和带货经验。

针对区块链基础设施、应用平台与央行数字货币（DC/EP）场景化开发建设项目，公司拥有智链底层区块链平台、R-POS 共识模块、基于投票的公司不可篡改的区块链共识机制、基于BLS的聚合签名模块、基于 snapshot 的快速世界状态存取和恢复模块、基于TypeScript的智能合约toolchain和类库、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。智度区块链目前已经能够运行在复杂网络条件下，支持上万级别大规模节点，是可控可信的联盟链。它能够支持复杂网络环境部署，支持企业内网、企业专网、公有云网络、公开互联网和家庭网络的混合部署。能够支持大规模