

## 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、监事会及监事、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 董事会会议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司本届董事会第十七次会议审议通过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

公司基本情况			
股票简称	股票上市地	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	600566	377999
股票上市地点	上市地交易所	上市地	上市地交易所
股票上市日期	股票上市日期	股票上市日期	股票上市日期
公司住所	公司住所	公司住所	公司住所
办公地址	办公地址	办公地址	办公地址
电话	050-80227749	050-80227749	050-80227749
电子邮箱	377999@ttxw.com	377999@ttxw.com	377999@ttxw.com

2 报告期公司主要业务简介

(一) 行业概况

第二次全球浪潮发展到后期,世界开始进入数字化时代,信息网络技术加速创新,以数字化的知识和信息作为关键生产要素的数据经济蓬勃发展,新的经济形态形成并开始进入全面商业运用阶段。在我国,企业提出要“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。

伴随着社会各界的数字化转型,数字化理念不断深入,各行各业对于互联网营销的精细化越来越看重,传统消费类的营销渠道均发生重大变化,逐渐从传统渠道转向基于新媒体的红人营销、分销渠道,对营销、分销全流程的信息化、智能化、数字化要求不断提高,使得平台技术步入数据化深水区,红人经济基于天然的供需双方“多而散”的商业环境,是社会数字化转型下诞生的新商业模式。

根据中指研究院《2021中国红人新经济发展报告》,综合红人新经济主要关联市场规模,2017-2020年红人新经济整体市场规模为786亿元,2,491亿元,188亿元,13,572亿元,年平均增速超过150%,在新经济中的占比也从2017年的0.6%上涨到2020年的0.9%。根据中指研究院新经济在新经济中的占比预测,到2025年红人新经济规模将超67亿元,占新经济比重超20%。同时,红人新经济作为数字经济的一个环,持续促进个体经济转型。据国家统计局数据披露,截至2021年底,中国灵活从业人员已经达到1亿人,其中从事主播及相关从业人员160多万人,较2020年增加近10%。越来越多的头部创作者通过红人新经济获益。

在数字经济背景下,红人经济融合了个体经济、粉丝经济、体验经济、共享经济等诸多要素,行业正迎来黄金发展期,各行业的接入也使红人新经济在市场容量不断扩张;国家各级、各地政府部门出台的支持政策,也将红人新经济培育为区域经济增长点。红人新经济已演变为一股不可忽视的经济新增长力量。

(二) 互联网迭代升级

互联网是人类通信技术的重大革命,对人类社会产生了极其深远的影响。随着当前各类信息技术的迭代更新,互联网正在向下一代互联网演进的趋势。Web1.0是早年的互联网,用户只能被动地浏览文本、图片等简单的视觉内容,是内容的发布平台。在Web1.0时代,用户不仅可读而且可写,尤其是随着移动互联网以及YouTube、Facebook、微信等网络平台的发展,用户可以在平台上创造和传播自己的内容(包括文字、图片、视频等),并与其他用户交流互动。

经过30多年的发展,如今互联网正在向Web2.0演进的重要时期。在G、云计算、区块链、AI、VR等技术的驱动下,Web2.0正在全世界的共同努力下开始基础设施的搭建和完善,以用户为中心,强调用户拥有自主权,希望改进现有的互联网生态系统,有效解决Web2.0时代存在的垄断、隐私保护缺失、算法作恶等问题,使互联网更加开放、普惠和安全,向更高阶的可信互联网、价值互联网、智能互联网、全息互联网创新发展。

参考《中国金融》2022年第6期《Web3.0:渐行渐近的新一代互联网》。



(三) 红人营销

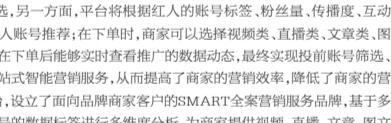
随着红人的影响力不断扩大,以及信息技术逐渐渗透到更多的生活和消费场景,为红人经济带来了更大的发展空间,同时也影响着消费者的日常生活习惯、决策方式、购物心智。红人成为了连接品牌方、平台和粉丝消费者三方的核心角色。2021年互联网广告市场发展态势良好,规模保持增长,根据QuestMobile数据报告显示,2021年互联网广告市场规模达6,560.2亿元,同比增长16.3%;红人营销成为互联网广告的行业风向,具备互动性强、投放费用低、方式灵活、变现能力强等特点,在近几年迅速发展为互联网广告中增长最迅速的形式之一。

互联网技术不断迭代,互联网用户的体量也随之不断增长,用户基于内容平台的行為已经渗透入生活、居住以及个人标签的精神文化需求,促使商家更加重视内容运营。商家根据自身品牌特征制定品牌推广和广告营销的核心策略,通过数据驱动精准对接目标红人并输出广告需求,红人团队制作内容并向不同平台进行分发,依托红人IP,通过平台向消费者传播内容,提高知名品牌知名度,引发消费者认同,激活购买行为,在原有品牌、平台、消费者三者可实现的商业模式基础上,增加了红人环节,基于消费者和红人的粉丝关系,更广泛的刺激消费,促进了红人新经济生态链的丰富与发展。

同时,红人新经济领域相关法律体系、配套措施以及行业规范经营标准的也在持续发展和完善。随着红人与商家或MCN之间的合作愈加频繁,市场规模也已出现了显著的虚假造假、虚假违规等乱象,在行业背景下赋能平台顺利崛起,与媒体、电商内容输出平台不同,以WEIO为代表的赋能平台,在节目的取向和元宇宙的进程中,逐步形成多元主体的共生共荣,降低成本的内驱力将大大促进红人经济的标准化、效率化、系统化建设,从而最终以数据化、智能化解决行业发展过程中的痛点,对推动行业向高透明、健康、稳定的发展起到不可替代的作用。作为粉丝与粉丝、互联网消费者而言,克劳锐的数据产品,基于WEIO的数据平台,帮助商家将红人IP、短视频、直播、图文、类文类等红人营销内容形成生态,并最终实现精准投放,帮助商家提高经营效益,进而以技术和服务驱动中心化的人新经济的新基础设施建设。

天下秀是一直立足于红人新经济的平台型企业,核心服务红人(内容创业者)、MCN(红人经纪公司)、品牌商家、中小商家,致力于通过大数据、区块链、AI应用型前沿技术及全方位的商业服务帮助每一个红人(内容创业者)实现商业变现,帮助企业提高经营效益,进而以技术和服务驱动中心化的人新经济的新基础设施建设。

WEIO平台的商家用户作为平台的需求方,WEIO平台(www.weiqi.com)是基于大数据技术为红人(内容创业者)与企业搭建线上营销服务平台,核心业务逻辑是:将有营销需求的企业与有营销服务的红人直接连接,并依托大数据技术、分析企业的营销需求,精准匹配相对应的红人账号,一端帮助商家完成红人账号匹配、一键直连沟通、生成订单、实时绩效追踪、营销总反馈、数据沉淀等服务。与此同时,我们基于WEIO平台,设计了面向品牌商家客户的SMART全链营销服务产品,基于多年沉淀的订单数据及模型,对红人账号的数据标签进行多维度分析,为商家提供视频、直播、图文、类文类等红人营销内容服务,并在下阶段能够实现查看推广的数据动态,最终实现精准投放账号,提升红人营销效果。同时,我们基于WEIO平台,设计了面向品牌商家客户的SMART全链营销服务产品,基于多年沉淀的订单数据及模型,对红人账号的数据标签进行多维度分析,为商家提供视频、直播、图文、类文类等红人营销服务,策不同类型的红人承担不同的任务的矩阵式营销解决方案。同时基于丰富的新媒体营销经验和WEIO大数据匹配与检测系统,为客户提供策略制定、方案策划、投放策略、投放实施、效果监测、效果反馈等一站式新媒体营销服务。



WEIO平台的红人用户作为平台的供给端,通过在线接单完成商家派发的营销任务进而获得收入回报,WEIO平台通过对分析红人账号的性价比、创作能力、发布频次、互动能力、粉丝画像、增长趋势、历史传播效果、客户口碑评价等多维属性,为精准匹配商家的业务订单,红人通过WEIO平台领取任务,并且可以在与商家客户进行沟通,最终完成内容创作及发布。同时,WEIO平台通过对商家进行资质认证、信用评级,以及独立第三方平台支付系统,担保每笔交易,保障商家与红人双边的资金安全。



2 新媒体商业创新产品及商业服务

(1) 新媒体商业创新产品——热浪数据

热浪数据(www.welingdata.com)是公司独家运营的短视频直播电商一站式数据服务平台,依托专业的人工数据挖掘分析能力,为品牌方、红人、MCN、专家学者等各类型用户提供数据参考、数据监测和多维度红人价值评估。

热浪数据2021年目前已实现日均数据处理量平均1亿+,数据响应速度0.001秒,累计收录热门素材11亿+,拥有智能分析画像数据2000万+,实现深度洞察客流、小红书、快手、B站、视频号大数据,可可视化数据分析工具已帮助诸多用户实现精准数据分析需求。



(2) 新媒体商业创新产品——WEIO-SAAS

WEIO-SaaS系统致力于赋能广大代理商户在自媒体采买服务中实现降本增效。为客户提供全方位的支持,打造专属资源池,WEIO大数据平台数据支撑,工具类可溯源的商品产品,专业服务团队及响应,覆盖策略制定、号段报价、下单等全链路,并协助客户优化选号策略能力。结合规范化标准化的工具流程管理,打造客户服务质量。

WEIO-SaaS系统旨在赋能中小型企业,经过年的运营和使用,已经帮助多个客户大幅提升效率,提高人效比。截止报告期,已经服务超70客户,未来将继续以价格最优、服务最好的产品赋能客户,回馈社会。



公司代码:600566

公司简称:天下秀

# 天下秀数字科技(集团)股份有限公司

## 2021 年度报告摘要

(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(内容创作者)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,包括体系完善的达人培训、内容运营、商业模式、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“红人厂房”化赋能运营增强公司主业的竞争力,根据机构、明星、个人以及各自不同的发展阶段提供差异化服务;为成熟期红人厂房提供人才输出、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;为成长期红人厂房提供粉丝运营、内容运营、机构品牌传播等加速赋能服务,帮助其扩大市场影响力;为种子期红人厂房提供商业变现、红人孵化、人工工商解决方案等加速赋能服务,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房超过9家。其中“叁里”厂房全平台签约合作KOL已超600人,抖音、五一互动等明星厂房,合作200+头部艺人,独家全平台运营艺人杨柳、李纯、许飞、张瑶、李俊、吴优、符龙飞等;在“大小厂房”方面,以“大小熊猫”为代表的“七扬创想”厂房,赋能@大小熊猫 从图文海报转型短视频赛道,7条视频全网播放量突破亿级;在“IP厂房”方面,专注二次元IP和虚拟IP的Alab新内容实验室代表IP有@爱迪生小姐、@宅猫日记(食神是只猫)、IP @鱼太舟,数次抖音榜单热歌登顶,视频总播放量破20亿。与此同时,IMSOCIAL红人加速器赋能MCN机构数量超650家,较2020年增加250家。

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

□ 适用 □ 不适用

5 公司债券情况

□ 适用 □ 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

□ 适用 □ 不适用

5 公司债券情况

□ 适用 □ 不适用

### 第三节 重要事项

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和预计未来将有重大影响的事项。

报告期内,公司实现营业收入人民币6.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币0.5亿元,同比增长19.0%,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,天下秀近五年收入的复合增长率达67.7%,扣除非经常性损益的复合增长率达43.2%。公司业绩的快速增长,得益于公司对人才的重视,以及对行业发展趋势的准确判断,更是得益于公司不断增强的综合竞争实力,使得管理水平逐步提升,增强了公司综合竞争实力。

造成2021年度净利润同比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,导致2021年营业收入同比下滑,同时公司对新媒体商业主营业务的投入增加,使得公司净利润同比下滑,但公司净利润同比仍保持增长,主要原因在于行业发展趋势的准确判断,使得公司盈利能力的持续性和稳定性得到了更高的要求。

公司长期专注于新媒体营销服务,提出媒体“去中心化”的新媒体营销概念,并秉承这一理念在行业深耕挖掘,具有行业领先地位。同时,公司紧跟新媒体营销行业发展趋势并引领行业前行,持续积累品牌口碑,为企业广告主的智能决策提供解决方案,为客户提供具有创意、引领时尚的广告策划、制作、投放及数据监测等服务。

公司自主研发的WEIO新媒体大数据系统是天下秀主营业务的基础。公司在新的新媒体营销服务实践中,不断积累新媒体营销经验,和数据,为行业提供精准的数据产品,进一步提升了公司盈利能力,增强了公司综合竞争实力。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的说明

□ 适用 □ 不适用

3 第三节 重要事项

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和预计未来将有重大影响的事项。

报告期内,公司实现营业收入人民币6.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币0.5亿元,同比增长19.0%,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,天下秀近五年收入的复合增长率达67.7%,扣除非经常性损益的复合增长率达43.2%。公司业绩的快速增长,得益于公司对人才的重视,以及对行业发展趋势的准确判断,更是得益于公司不断增强的综合竞争实力,使得管理水平逐步提升,增强了公司综合竞争实力。

造成2021年度净利润同比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,导致2021年营业收入同比下滑,同时公司对新媒体商业主营业务的投入增加,使得公司净利润同比下滑,但公司净利润同比仍保持增长,主要原因在于行业发展趋势的准确判断,使得公司盈利能力的持续性和稳定性得到了更高的要求。

公司长期专注于新媒体营销服务,提出媒体“去中心化”的新媒体营销概念,并秉承这一理念在行业深耕挖掘,具有行业领先地位。同时,公司紧跟新媒体营销行业发展趋势并引领行业前行,持续积累品牌口碑,为企业广告主的智能决策提供解决方案,为客户提供具有创意、引领时尚的广告策划、制作、投放及数据监测等服务。

公司自主研发的WEIO新媒体大数据系统是天下秀主营业务的基础。公司在新的新媒体营销服务实践中,不断积累新媒体营销经验,和数据,为行业提供精准的数据产品,进一步提升了公司盈利能力,增强了公司综合竞争实力。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的说明

□ 适用 □ 不适用

3 第三节 重要事项

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和预计未来将有重大影响的事项。

报告期内,公司实现营业收入人民币6.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币0.5亿元,同比增长19.0%,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,天下秀近五年收入的复合增长率达67.7%,扣除非经常性损益的复合增长率达43.2%。公司业绩的快速增长,得益于公司对人才的重视,以及对行业发展趋势的准确判断,更是得益于公司不断增强的综合竞争实力,使得管理水平逐步提升,增强了公司综合竞争实力。

造成2021年度净利润同比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,导致2021年营业收入同比下滑,同时公司对新媒体商业主营业务的投入增加,使得公司净利润同比下滑,但公司净利润同比仍保持增长,主要原因在于行业发展趋势的准确判断,使得公司盈利能力的持续性和稳定性得到了更高的要求。

公司长期专注于新媒体营销服务,提出媒体“去中心化”的新媒体营销概念,并秉承这一理念在行业深耕挖掘,具有行业领先地位。同时,公司紧跟新媒体营销行业发展趋势并引领行业前行,持续积累品牌口碑,为企业广告主的智能决策提供解决方案,为客户提供具有创意、引领时尚的广告策划、制作、投放及数据监测等服务。

公司自主研发的WEIO新媒体大数据系统是天下秀主营业务的基础。公司在新的新媒体营销服务实践中,不断积累新媒体营销经验,和数据,为行业提供精准的数据产品,进一步提升了公司盈利能力,增强了公司综合竞争实力。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的说明

□ 适用 □ 不适用

3 第三节 重要事项

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和预计未来将有重大影响的事项。

报告期内,公司实现营业收入人民币6.1亿元,同比增长47.4%;实现归属于上市公司股东的净利润人民币0.5亿元,同比增长19.0%,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,天下秀近五年收入的复合增长率达67.7%,扣除非经常性损益的复合增长率达43.2%。公司业绩的快速增长,得益于公司对人才的重视,以及对行业发展趋势的准确判断,更是得益于公司不断增强的综合竞争实力,使得管理水平逐步提升,增强了公司综合竞争实力。