

股票代码：600556

股票简称：天下秀



天下秀数字科技（集团）股份有限公司

公开发行可转换公司债券募集资金使用的

可行性分析报告

二〇二二年八月

目 录

释 义	3
一、本次募集资金的使用计划	5
二、本次募集资金投资项目的背景和目的	5
（一）本次募集资金投资项目的背景.....	5
（二）本次募集资金投资项目的目的.....	9
三、募集资金投资项目的具体情况	9
（一）新媒体营销培训基地项目.....	9
（二）标准场景化营销服务平台建设项目.....	16
（三）“西五街”内容营销平台升级项目	24
（四）补充流动资金.....	34
四、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响	35
（一）本次发行对公司经营管理的影响.....	35
（二）本次发行对公司财务状况的影响.....	35
五、可行性分析结论	35

释 义

一、一般性释义

天下秀、公司、本公司	指	天下秀数字科技（集团）股份有限公司
本次发行	指	本次公开发行 A 股可转换公司债券的行为
董事会	指	天下秀数字科技（集团）股份有限公司董事会
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业释义

新媒体	指	新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统媒体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊杂志等
新媒体营销	指	利用新媒体平台进行营销的模式
社交媒体	指	允许公众撰写、分享、评价、讨论、相互沟通的网站和技术，是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台。社交媒体的产生依赖的是 Web2.0 的发展，现阶段主要包括社交网站、微博、微信、博客、论坛、播客等
社交营销	指	利用社会化网络，在线社区、博客、百科或者其他互联网协作平台媒体来进行营销、公共关系和客户服务维护开拓的一种方式。又称社会媒体营销、社交媒体营销、社交媒体整合营销、大众弱关系营销
互联网营销	指	基于互联网平台，利用信息技术与工具满足公司与客户之间交换概念、产品及服务的过程，通过在线活动创造、宣传、传递客户价值，并对客户关系进行管理，以达到一定营销目的的新型营销活动。其实质是将产品信息广告化与信息化，并以数字的形式呈现在网上
互联网广告、网络广告	指	广告主基于互联网所投放的广告
精准营销	指	充分利用各种新媒体，将营销信息推送到比较准确的受众群体中，从而既节省营销成本，又能起到最大化的营销效果
数字营销	指	以互联网、移动互联网为实施载体并采用数字技术手段开展的营销活动，涵盖了包括营销策略制定、创意内容制作、媒体投放、营销效果监测和优化提升、流量整合与导入等内容的完整营销服务链条
Web2.0	指	用户在互联网不仅可读而且可写，还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

Web3.0	指	在 5G、云计算、区块链、AI、VR 等技术的驱动下，以用户为中心，强调用户拥有自主权，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、普惠和安全的下一代互联网生态
广告主	指	为推销自身的商品或服务，自行或者委托他人设计、制作、投放广告的企业、其他经济组织或个人
自媒体	指	自媒体（We Media）又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指私人化、平民化、普泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。自媒体平台包括：博客、微博、微信、百度官方贴吧、论坛/BBS 等网络社区
KOL	指	关键意见领袖（Key Opinion Leader，简称 KOL）是营销学上的概念，通常被定义为：拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人
MCN	指	Multi-Channel Network 的简称，MCN 模式源于国外成熟的网络达人经济运作，其本质是一个多频道网络的产品形态，将 PGC（专业内容生产）内容联合起来，在资本的有力支持下，保障内容的持续输出，从而最终实现商业的稳定变现
去中心化	指	以个人为中心，以个性化消费为特征的新型传播生态圈
网络流量	指	网站或网页被浏览用户访问的量，通常以用户访问量或页面访问量衡量
私域流量	指	品牌或个人自主拥有的、可以自由控制、免费的、多次利用的流量，私域通常的呈现形式是个人微信号、微信群、小程序或自主 APP，是具有一定封闭性的空间
私域营销	指	通过经营用户关系，对公域流量的运营，把部分用户转为个人或品牌的用户，针对性的对这部分用户进行营销策划和执行
数字经济	指	直接或间接利用数据来引导资源发挥作用，推动生产力发展的经济形态
AR	指	Augmented Reality 的简称，即增强现实技术
VR	指	Virtual Reality 的简称，即虚拟现实技术
场景营销	指	为品牌和用户构建特定场景，为用户提供实时、定向、创意的信息和内容服务，在此基础上进行营销的行为
Z 世代	指	新时代人群，通常是指 1995 年至 2009 年出生的一代人，其受数字信息技术、即时通信设备、智能手机产品等影响较大

本报告中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，是由于四舍五入造成。

一、本次募集资金的使用计划

本次公开发行可转债募集资金总额（含发行费用）预计不超过 140,000.00 万元，扣除发行费用后的募集资金将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金
1	新媒体营销培训基地项目	54,525.87	48,000.00
2	标准场景化营销服务平台项目	41,839.84	27,000.00
3	“西五街”内容营销平台升级项目	38,928.19	23,000.00
4	补充流动资金项目	42,000.00	42,000.00
合计		177,293.90	140,000.00

若本次扣除发行费用后的实际募集资金净额少于投资项目的募集资金拟投入金额，公司董事会可根据项目的实际需求，在不改变本次募投项目的前提下，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整，不足部分由公司自有或自筹资金方式解决。

在本次发行可转换公司债券募集资金到位之前，如公司以自筹资金先行投入上述项目建设，公司将在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

二、本次募集资金投资项目的背景和目的

（一）本次募集资金投资项目的背景

1、新媒体营销成为新的经济增长点，市场空间广阔

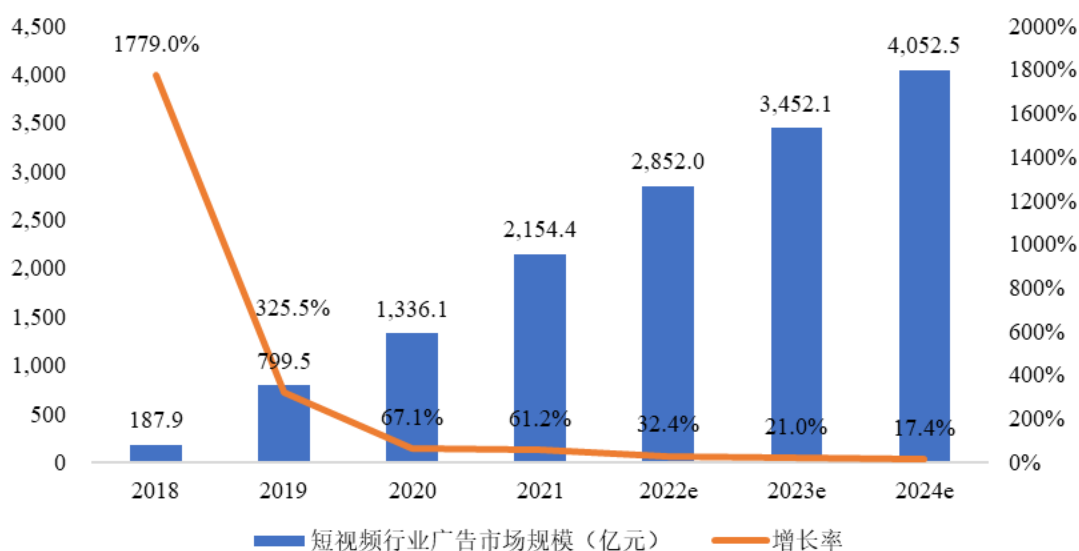
从互联网到移动互联网、从电子商务到社交媒体、从传统媒体到媒体融合、从数字化生活到数字化生产，互联网引发了整个产业的变革。在全新互联网新媒体时代背景下，当下的信息传播主要以微博、微信、抖音、快手、小红书等社交平台作为传播工具，实现用户之间的双向互动。而社交平台的兴起，逐渐应用在市场营销领域，成为我国主要的新媒体营销渠道。目前，新媒体行业的参与者以广告品牌商、品牌营销服务商、MCN/自媒体、媒体平台和消费者等为主，其中品牌营销服务商包括广告代理公司、交易撮合平台以及电商代运营公司等。

近年来，自媒体平台中短视频平台和直播电商快速发展，促成了大量新媒体从业者的诞生和自媒体的繁荣，新媒体营销业务需求不断提升。根据第 49 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据，截至 2021 年 12 月，我国网络视频（含短视频）用户规模达 9.75 亿，占网民整体的 94.5%，较 2020 年 12 月增长 4,794 万。其中短视频用户规模为 9.34 亿，占网民整体的 90.5%，较 2020 年 12 月增长 6,080 万；在直播方面，截至 2021 年 12 月，我国网络直播用户规模达 7.03 亿，占网民整体的 68.2%，较 2020 年 12 月增长 8,652 万。其中，电商直播用户规模为 4.64 亿，较 2020 年 12 月增长 7,579 万，电商直播呈现出主体多元化，商品本土化和运营规范化的发展趋势。

随着短视频和直播内容对网络用户的渗透率持续加深，相应的广告市场规模也在持续扩大，短视频平台和直播平台已成为新媒体营销的主阵地之一，近年来用户规模和活跃时长持续增长，同时数据技术的升级使得平台用户的数据价值得到深入挖掘，越来越多的广告主发现平台的营销价值和潜力。

根据艾瑞咨询，我国 2021 年短视频平台广告市场规模达到 2,154.4 亿元，同比增长 61.2%。随着短视频平台的不断规范、内容生态的持续优化和商业业务的全面拓展，短视频平台逐渐成为广告主们营销的主要阵地之一，预计在 2024 年市场规模突破 4,000 亿元。

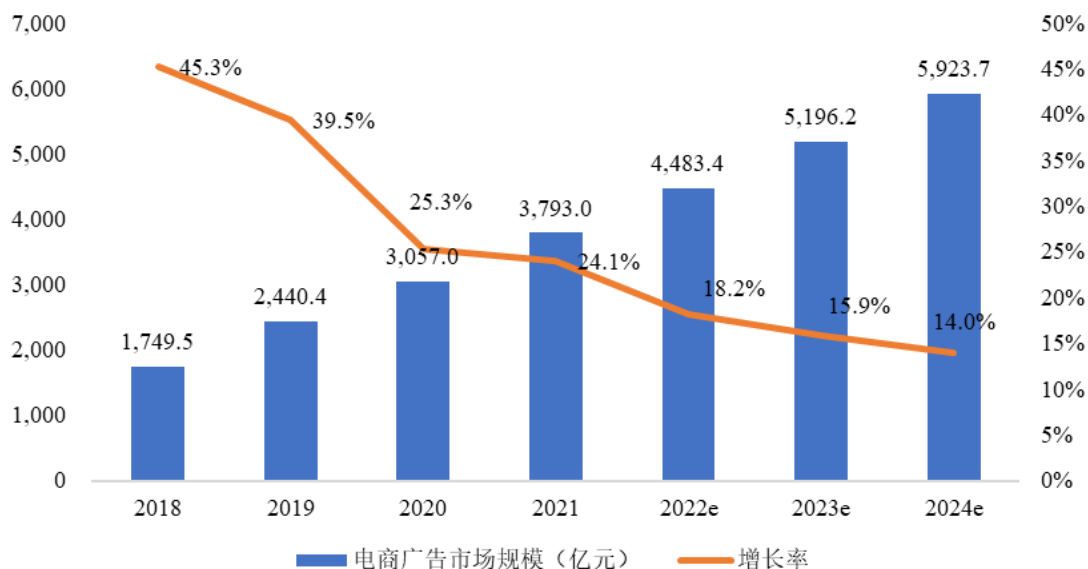
图：2018-2024 年中国短视频行业广告市场规模及预测



数据来源：艾瑞咨询

在电商广告方面，根据艾瑞咨询的数据，近两年我国电商广告市场步向平稳增长阶段，在 2021 年规模达到 3,793.0 亿，2024 年规模将达到 5,923.7 亿，对我国经济拉动作用显著。

图：2018-2024 年中国电商广告市场规模及预测



数据来源：艾瑞咨询

新媒体营销是信息时代不断发展的产物。在互联网支持力强化和技术驱动下，新媒体营销产业将持续整合行业渠道和资源，强化内容创意和优化数据分析等核心竞争力，以精细化管理促进市场规模不断扩展。未来，随着我国的新媒体营销发展速度持续提升，其影响力对我国经济效益的影响不容忽视。

2、数字经济快速发展，推动私域营销兴起

得益于消费者收入水平提升、消费特征的演变等带来的消费升级及技术手段的进步，我国数字经济发展迅速，国人的生活和消费方式逐步发生改变。根据中国信息通信研究院发布的《中国数字经济发展报告（2022 年）》，我国数字经济规模已稳居全球第二。2021 年，我国数字经济发展取得新突破，数字经济规模达到 45.5 万亿元，占 GDP 比重达到 39.8%，数字经济在国民经济中的地位更加稳固、支撑作用更加明显。

数字经济的发展为数字营销行业带来了新的机遇，品牌方通过运用数字化技

术了解消费者日益变化的需求和痛点，及时准确地做出商品规划和市场营销方案，实现流量聚集，为消费者带来更高水准的服务和更个性化的购物体验，根据国家统计局数据，2021 年我国网上零售额达 13.1 万亿元，同比增长 14.1%，增速比上年加快 3.2%，数字营销市场空间广阔。

但随着营销的获客成本逐渐提高、线上用户趋于饱和、消费群体多元化等趋势，如何保持客户粘性，通过优化存量用户的消费体验实现降本增效成为数字营销需要关注的重要命题，也促使品牌方越来越注重品牌私域用户的培养。私域是一种相对于公域更加深层次的、全方位的客户关系，是消费者和经营者共同建立的、可以进行沟通互动的商业空间。对于经营者，私域营销建立在信任的情感连接上，经营者、创作者借助关注页等内容消费场景及社交场景下的平台经营能力获得稳定的流量来源，实现高效、精准的粉丝引流、触达、沉淀与裂变，形成自有的核心用户圈层，通过持续的品牌宣传、产品曝光影响客户的购买决策，提高产品流通效率和用户粘性。根据亿欧智库的数据，2021 年私域流量管理市场规模为 3,247.5 亿元，预测 2022 年将超过 4,000 亿元，2018 年至 2022 年的复合增长率将达到 24.52%。

随着品牌私域流量的构建和运营，内容社区的产品推广成为品牌营销和销售的重要方式，因此抖音、小红书等内容社区的受众群体成为流量存量和增量的主要来源，这要求平台不断加大对研发技术的投入，进一步提升数字化水平，完善平台架构建设。

3、数字技术的发展推动新媒体营销行业变革

在移动互联网、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，基于场景的互动营销正在崛起。以场景触发为基础，加深互动体验，通过深入挖掘用户的需求和痛点，达到品牌营销的目的的场景化互动营销已成为当下主流的营销方式。随着品牌营销场景的不断变化，市场对品牌营销的数字化和智能化，对精准营销的业务能力和效率提出了更高的要求。

而随着技术的变革，大数据、5G、AI 和 AR/VR/MR 等新兴技术的发展也为互联网营销也提供了更多机会，互联网向 Web3.0 演进，更大程度地驱动创作者的价值提升，通过创新的营销技术更大程度的赋能商业价值。在未来 5G 技术逐

步实现商用以及国家大力推动人工智能、大数据等新兴科技产业融合发展的背景下，新媒体营销行业也在不断变革，创新与迭代。

（二）本次募集资金投资项目的目的

1、扩大公司业务规模，进一步提升核心竞争力

本次募集资金投资项目是在现有业务的基础上结合公司业务发展需求和未来行业发展趋势确定，相关募集资金投资项目是公司迎合红人经济产业发展趋势，增强红人经济产业链覆盖、拓展自身营销服务能力、增强研发实力、强化技术平台优势的重要举措，符合国家有关产业政策，有利于进一步提升公司的核心竞争力，进一步扩大公司在红人经济领域的份额，巩固行业领先地位，为公司带来长期和稳定的收益，增加新的利润增长点，产生更大的经济效益和社会效益。

2、加强创新业务布局，挖掘公司长远业绩增长点

本次募集资金投资项目在公司创新业务板块重点布局，在原有红人营销业务的基础上，顺应数字经济和数字技术的发展，持续拓展公司“红人经济生态圈”的边界，扩大公司在新媒体营销教育领域的布局，构建公司新的 3D 标准场景化营销服务平台，全面升级公司现有的“西五街”内容营销平台。公司希望通过本次募投项目的实施进一步巩固公司核心业务与创新业务双轮驱动的局面，进一步构建去中心化的创作者经济商业生态体系，挖掘公司未来长远的业绩增长点。

3、增强公司的资金实力，优化公司资本结构

本次募集资金部分资金用于补充公司流动资金，有利于增强公司抵御风险能力、财务安全性和财务灵活性，同时改善公司的资本结构，夯实公司的资金实力，进一步满足公司核心业务发展与战略布局的资金需求，为公司的后续稳定发展提供有力保障。

三、募集资金投资项目的具体情况

（一）新媒体营销培训基地项目

1、项目概况

公司拟在成都、上海和广州建设多元化、实景化的新媒体营销培训基地，搭建新媒体营销教学与实训服务平台，并分别以 TO C 岗前培训服务、院校专业共建项目和院校合作的教学方式，为学员提供互联网营销师、直播销售员、社交电商运营师等新兴职业工种从业人员的岗位培训。本项目实施后，一方面，将提高公司新媒体营销专业人才的培训水平，为新媒体营销产业发展输送更多高质量的新媒体营销从业人员；另一方面，有利于公司深化新媒体营销布局，提高公司的核心竞争力，巩固公司的行业地位。

2、项目建设的必要性

（1）顺应行业发展趋势，提高公司核心竞争力

目前，抖音、快手等短视频平台与淘宝直播等直播电商平台快速发展，用户数量持续增长，用户黏性不断增强，同时促成了大量新媒体从业者的诞生和自媒体的繁荣，新媒体营销需求逐渐提升，业务模式不断变革。新业务模式下，行业对新媒体营销所需的运营、商务、直播间管理员、选品员及设计师、剪辑等方面人才的需求快速增长。作为国内领先的新媒体营销服务公司，公司在深耕红人营销平台业务的同时致力于加强新媒体营销人才的培训体系建设，为行业输送所需人才，巩固公司的行业地位。

本项目实施后，公司将在成都、上海和广州建立培训基地，提供标准化、创新化的新媒体营销专业课程，培养高素质、专业化的新媒体营销人才，同时为公司新媒体营销业务模式的变革与优质营销内容的创作奠定坚实的人才基础，进一步落实完善公司红人经济产业链的发展战略。

（2）扩大公司培训规模，提升公司市场占有率

目前公司的新媒体营销培训场地较少，主要采用远程培训的方式为学员提供培训服务，虽然基于公司的数据平台和优质的课程设置吸引了较多学员，但远程培训模式培训效果受限，导致课程的培训效果参差不齐，不利于行业的良性发展。因此，公司亟需通过本次新媒体营销培训基地项目拓展线下培训规模，进一步提升公司新媒体营销培训质量。

新媒体营销培训基地的培训模式可以有效弥补远程培训模式的不足，通过针对性较强的面对面授课、现场实践等良好的线下体验方式，提高培训服务质量，

为学员创造稳定、一流的教学及实训环境，提供满足多样化和个性化需求的一站式产学研创服务，从而提升公司的市场竞争力，扩大市场份额。

本项目实施后，一方面将拓展公司的新媒体营销培训业务规模，完善公司业务生态布局，通过完善的培训模式提升学员的专业能力，实现公司培训能力的快速提高，容纳学员多样化的培训需求，为公司未来主营业务持续良好发展奠定坚实基础；另一方面，公司将通过搭建新媒体营销培训基地，保障学员的培训质量与学习效果，有利于塑造良好的公司形象，提升公司品牌知名度。

（3）加速高质量人才培养进程，为行业提供优质服务

传统的高校职业教育更加注重理论知识传授，对行业分析和实践经验的关注度较低，对于在校大学生或试图转岗的人员而言，用人单位通常需对其进行二次培训，导致企业的用人成本增加。公司关注并把握这一发展趋势，加大实践培训的力度，通过高效率、高质量、贴近实战的新媒体营销培训课程提高培训效果，加速专业人才的培训进程，为行业内输送更多优质人才，为新媒体营销行业提供优质服务，同时也可以帮助大学生尽快掌握工作技能、更快适应工作节奏，促进大学生实现高质量就业。

本项目实施后，公司将基于新媒体营销培训基地，建设包含课程培训、虚拟仿真实训、实战任务分发、就业创业功能在内的一体化平台，打通院校—学员—企业的“最后一公里”，依托公司的新媒体大数据企业技术优势及基础设施服务资源，强化平台培训服务功能，有利于公司未来业务发展的良性循环和行业内优秀人才的持续输出。

3、项目建设的可行性

（1）新媒体营销培训业务发展符合国家政策导向

随着经济社会发展，人民受教育程度不断提高，保障我国职业教育的持续稳定增长将是促进推动社会发展的重要力量。近年来，我国政府出台了多项政策推动新媒体营销培训业务的规范、快速发展。2021年3月，教育部依据“十四五”国家经济社会发展规划和对2035年职业教育目标的要求，印发了《职业教育专业目录（2021年）》，将网络营销与直播电商服务均列入电子商务类，进一步完善现代职业教育专业目录体系，明确就业导向的同时实现职业教育专业升级。2021年

3月，国家发改委会同27个部门发布《加快培育新型消费实施方案》，提出加快新型服务保障能力基础设施的建设，鼓励政企合作建设直播基地，加强直播人才培养培训。

此外，我国政府鼓励开展面向社会的职业培训。2020年9月，教育部等九部门颁布《职业教育提质培优行动计划（2020—2023年）》，提出为保障经济社会持续发展和提高我国教育竞争力，亟需加大高质量技术技能人才培养；2019年2月，国务院发布《加快推进教育现代化实施方案（2018—2022年）》，指出现代职业教育体系中，完善学历教育与职业培训同等重要；2019年11月，教育部发布《关于成立国家职业教育指导咨询委员会的通知》，强调需进一步提高职业教育科学化决策水平，推动我国的职业教育快速发展。

综上，我国政府出台多项政策推动职业化教育的发展，鼓励企业、学校开展职业培训，深入职业教育的发展与改革进程。本项目属于国家鼓励开展的职业教育培训项目，符合国家政策导向。

（2）完善的人才体系，为本项目实施提供充足的人员储备

为确保培训效果有效性，培训课程内容应贴近实战，这使得新媒体营销培训相关教学人员需要具有较高的综合素养、敏锐的行业洞察力，并能时刻关注互联网及新媒体营销行业的发展动向。

公司自成立以来一直重视人才的引进和培养，目前已形成一支专业背景深厚、市场经验丰富、对新媒体营销的行业特征和发展趋势有深刻理解的教育事业部团队。团队相关管理人员对行业的发展趋势、市场需求、消费者结构和习惯有较深刻理解，具备较强的专业能力、领导能力和敏锐的行业洞察力；同时具有多年数字文化创意产业的教育工作经验，拥有丰富的课程研发及培训经历。截至目前，公司部分团队成员曾分别参与过全国电子商务进农村综合示范项目湖南地区培训、新媒体营销培训课程的研发、《<互联网从业人员培训与技能评价规范>团体标准》起草等项目，覆盖直播电商、公关媒体、内容创意营销与IP孵化等多个领域。

综上，公司专业、经验丰富的教育事业部团队将保证新媒体营销培训服务业务的顺利开展，为此次项目提供了充足的人才储备。

（3）丰富的运营经验，为本项目实施提供了教材内容的保障

公司深耕新媒体营销领域多年，获得业内的广泛认可，同时基于公司对 WEIQ 平台和数据产品的持续技术研发投入，使得平台处理能力逐年增强，叠加全方位的商业服务赋能，公司已高效连接了近 18 万个商家客户及超过 192 万个红人（内容创业者）。得益于平台逐步完善与良好的口碑，截至 2022 年 6 月末，WEIQ 平台累计注册商家客户数达到 184,949 个，注册红人账户数累积达到 203.9 万，入驻 WEIQ 平台的 MCN 机构的数量达到 11,617 家。2021 年，平台活跃商家客户数为 7,918 个，其中品牌客户 799 个。

公司丰富的新媒体营销运营经验，为培训课程内容的设置提供了充足的创作素材。目前，公司的课程研发团队自主研发了一系列专业课的课程教材，并已成功应用于公司位于天津的新媒体基地项目中，对应课程包括专业基础课、专业核心课和专业选修课。其中，专业基础课和专业核心课的课程教材包括《电子商务与直播营销》《直播选品与运营》《直播营销法律法规解析》《项目运营与管理》《用户分析与运营》《社会化传播学》《直播营销数据分析》等 15 门课程，覆盖电子商务（市场营销）、网络运营与直播电商和播音主持等多个专业；专业选修课的课程包括《播音主持心理学》《演讲礼仪与辩论》《现代社交礼仪》《妆容设计及服饰搭配》以及营销策划案例解析等 10 门课程。公司研发的课程教材均按照行业入门标准，结合产业经验，形成高质量、专业化、体系化的培训教材。此外，相关新媒体营销理论课搭配实操演练，有针对性地进行实训教学，从技能知识点、互动营销标准、创造型思维等多角度，为有意愿进入新媒体营销行业的学员赋能。

综上，公司通过自主研发形成的专业、完善的教学体系和教学内容，可确保本次项目的有序推进。具有丰富运营经验的研发团队，也为教材内容持续的更新迭代提供了基础的保障。

（4）多方合作渠道，为本项目实施提供广泛的教学及学员资源

公司的新媒体营销培训包括 TO C 岗前培训服务、院校专业共建项目和院校合作的教学方式。其中，院校专业共建项目和院校合作模式是将自主研发的教学内容嵌入到已达成合作关系的高校教育体系内，通过与院校的合作关系对学员进行培训教学；TO C 岗前培训服务模式是通过社会渠道招生，通过培训基地为学员提供理论及实训的培训服务。

公司通过丰富的合作渠道，积极在实施地及周边区域开拓院校资源。一方面，有利于更加广泛的吸引学员加入，加快新媒体基地对新媒体产业复合型人才的挖掘、孵化和培育，向社会输出更多新媒体营销产业相关人才。另一方面，公司与院校建立了稳定的合作关系，有利于推动本次新媒体培训基地与校企人才的共建合作，打造以教助产的人才培养模式，助力传统产业升级。

截至 2021 年 12 月，天下秀已深度触达 213 所院校，签约合作 40 所院校、2 家头部教育企业，累计培养在校专业学生 2,000 余人。公司与高校专业教学的结合，将发挥产业领军企业的优势，打造产教融合新生态，为社会培养符合产业需求的创新型、应用型、复合型人才。

4、项目建设规划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为公司的全资子公司成都甯秀科技有限公司、上海甯麦秀教育科技有限公司，及拟设立的全资子公司广州昉天秀起科技有限公司（暂定名，最终以工商行政管理部门的核准名称为准），实施地点分别为成都市、上海市及广州市。

（2）项目投资额

本项目总投资金额为 54,525.87 万元，拟使用募集资金投入 48,000.00 万元，主要用于场地投入及设备购置等。

（3）项目建设内容

本项目主要建设内容包括：新媒体营销培训基地建设、新媒体营销培训教学与仿真实训平台建设、专业课程体系及标准化内容建设。本项目将系统地开展专

业合格的新媒体营销从业人员培养，打造完善的教学体系，实现院校人才输出与市场需求的匹配。

1) 新媒体营销培训基地

新媒体营销培训基地作为运营实体，承载区域招生推广、院校师生实训教学、认证培训与考核、新媒体营销商业项目运营、创新创业孵化服务等业务，采取“自建基地、自主运营”的方式保障培训业务高质量可持续发展，为学员提供稳定、一流的教学、实训环境，满足多样化和个性化的一站式产学研创服务。成都、上海和广州基地将立足建设城市并覆盖周边区域，场地划分培训教室、多功能活动厅、大数据展示区、实训直播间、选品区、办公区域等。

2) 新媒体营销培训教学与仿真实训平台

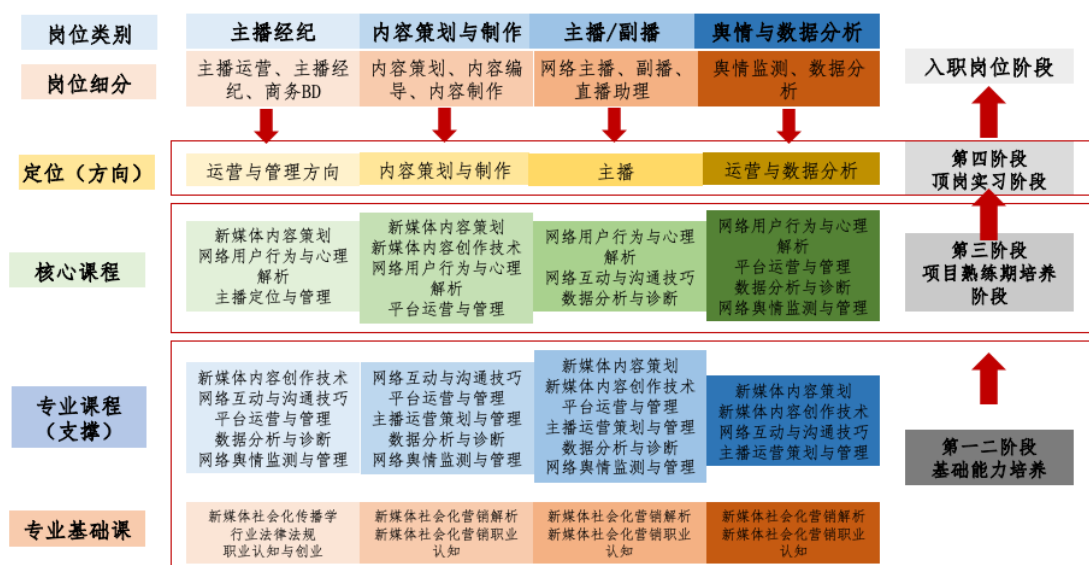
本项目将搭建综合性、实景化的新媒体营销培训教学与仿真实训平台，整合课程培训、虚拟仿真实训、实战任务分发、就业创业功能，服务于新媒体营销专业教学、岗位培训，打通院校—学员—企业的“最后一公里”，同时依托公司新媒体营销大数据技术优势及新媒体营销新型基础设施服务商产业资源，集成全国合作院校大数据监控管理体系，建设覆盖分中心/分校管理模块、在线学习模块、学务教务管理模块、仿真实训模块、认证考核模块、就业模块、新媒体营销任务派单模块、创业孵化服务模块及数据管理等功能模块的综合性平台，着力于提升对学员的培训服务能力，优化营销推广、教学服务及管理费用等单位成本。

新媒体营销教学与仿真实训平台，将基于新媒体营销培训业务的发展，从授课对象、授课内容、授课过程和授课成果四个方面提供教学服务，促进教学体系、课程研发的核心知识成果的落地，满足人才培养、促进新媒体营销发展的需求。

3) 课程体系及标准化内容建设

本项目将通过新媒体营销专业培训课程的研发及实践，促进新媒体营销教学体系及服务的标准化、创新化与时效化，其内容包括：专业体系建设、人才培养模式研究、教学内容研发、课程资源积累、师资队伍建设、教材出版等。教学内容研发中，公司将深度结合产业经验，以真实案例为引导，从基础素质、技能知识点、创新思维、商业能力、职场素养等多角度，为新媒体营销行业人才赋能。

图：课程结构示意图



（4）项目建设周期

本项目建设周期为3年。

5、项目预期效益

经测算，本项目税后财务内部收益率为18.11%，税后投资回收期（含建设期）为7.21年，具有良好的经济效益。

6、项目的批复文件

截至本报告公告日，本项目备案、环评（如有）事项正在办理过程中。

（二）标准场景化营销服务平台建设项目

1、项目概况

公司拟利用3D引擎、AR/VR等技术，对传统营销模式和数字化场景营销方式进行变革升级，打造全新的3D标准场景化营销服务平台，帮助品牌构建更生动的线上营销场景及模式，为广告主提供品牌独立展台、品牌定制化门店、品牌标准化门店入驻、品牌独栋建筑和品牌专属定制的场景化电商综合服务一站式解决方案，在消费者获得沉浸式消费体验的同时，实现品牌运营和营销服务。

本项目的实施，一方面能够实现公司营销模式的升级，实现新场景营销模式对品牌、红人和IP的有效赋能，另一方面有助于实现公司营销能力的提升和品

牌客户数量的拓展，为公司提升行业影响力和在场景化营销领域中做好战略布局奠定坚实基础。

2、项目建设的必要性

（1）场景化营销模式升级，有利于紧跟公司战略发展步伐

品牌营销对企业发展具有重要意义，成功的品牌营销可以让企业收获更高的知名度，有效刺激产品销量，为企业带来更多经济效益。随着新媒体及网络技术的发展和移动终端智能设备的普及，品牌营销手段逐渐多元化，行业竞争日趋激烈，新的场景化营销迎来蓬勃发展。场景营销是为品牌和用户构建的特定场景，为用户提供实时、定向、创意的信息和内容服务，在此基础上开展营销的行为。在这一过程中，技术将创造场景的体验感，使得用户对品牌传递的价值产生共鸣，增强用户与品牌的联系与互动，树立良好的品牌形象，从而提升品牌产品的转化率，实现精准营销的目的。

2020年，5G正式进入规模商用时期，5G技术的应用推动了虚拟现实技术进一步发展。虚拟现实技术的应用不再停留在虚拟形象的个性装扮，而是在游戏、教育、服务等多个领域均得到广泛应用，并逐渐向商业化方向发展，境内外互联网公司均在积极探索商业化场景。

场景化营销模式不断升级，3D、AR/VR等技术的发展为线上品牌场景营销提供了新的模式。基于上述变化，公司制定了“以品牌为核心、技术为载体、场景为驱动力”战略，对现有营销方式进行升级，为品牌方打造全新的线上标准场景化营销服务平台。本项目将利用3D、AR/VR等技术，为品牌、红人、IP等搭建模拟真实的全新虚拟营销场景和服务，真实还原线下的场景和产品，实现品牌内容的场景化营销。丰富的营销场景模式将大幅提升品牌的营销效果，为品牌实现精准营销提供新的营销环境，引领品牌进入场景营销新时代。

本项目的实施有助于公司把握行业变革机遇，公司将进一步顺应营销行业发展趋势，打造全新的3D标准场景化营销服务平台，帮助品牌构建更生动的线上营销场景及模式。一方面，有利于丰富公司业务种类，增强用户粘性，提升公司营销业务规模和拓展品牌客户的数量，增强公司市场竞争力，巩固公司行业地位。另一方面，公司将紧跟行业发展步伐，有利于提升公司长期的盈利水平及综合竞

争力，进一步实现公司的可持续发展战略目标。

（2）场景化营销的差异化、定制化，有利于公司挖掘新的盈利增长点

随着移动互联网的迅速发展，传统的广告营销方式效率低下的弊端逐渐凸显。而基于场景的互动营销正在崛起，以场景触发为基础，加深互动体验，通过深入挖掘用户的需求和痛点，实现品牌营销目的的场景化互动营销，已成为当下重要的营销方式。本项目将通过场景化营销服务平台为品牌方构建超越现实的 3D 品牌营销空间，相较于线下营销场景搭建具有明显的成本优势，并可针对不同广告主的个性化需求提供差异化及定制化的营销解决方案，更加具像化地向用户展现品牌的核心价值与理念。同时，用户在品牌空间中的趣味互动，如实时试衣，可以使用户拥有更真实有趣的消费体验，从而引发更多的消费活动。强互动的营销场景，让双方使用者承载更多沉浸式互动体验，将有效提升品牌的营销能力和用户的粘性，促进交易达成。

标准场景化营销服务平台为品牌构建了全新的营销空间，不仅加深了品牌与用户的互动体验，提升品牌的 IP 变现能力，实现未来用户群体的商业触达，更为品牌提供了触及用户的新机会，实现了品牌快速推广。

3、项目建设的可行性

（1）互联网营销产业快速发展，为本项目提供广阔的市场空间

互联网营销服务是依托互联网实现营销目标的市场营销方式，品牌通过互联网线上平台建立产品与红人、终端消费者的联系，扩展新的消费渠道，构建“互联网+”的新型消费生态，进一步释放“新消费”潜力。近年来，我国网民个人移动网络使用市场逐步加长，推动移动互联网广告市场规模快速增长。

在此基础上，品牌方对营销精细化、效率化和数智化的转型和追求，互联网营销服务产业链条中各方共同努力的方向，也是推动未来互联网营销服务市场持续增长的核心驱动力，互联网营销服务将继续跟随互联网产业发展，进入以互联网作为连接点，以技术为驱动，打通多种渠道和资源进行精细化管理，以内容创意和基于数据分析的优化能力作为核心竞争力的阶段。根据 QuestMobile 发布的《2021 中国互联网广告市场洞察》，2021 年我国互联网广告市场规模达到 6,550.1

亿元，同比增长率达到了 20.4%，互联网营销产业快速发展，为本项目的实施提供了广阔的市场空间。

（2）丰富的客户资源与服务经验为本项目提供坚实保障

随着互联网的快速发展，去中心化趋势逐渐凸显，内容不再是由专业网站或特定人群产生，而是形成以个人为中心，以个性化消费为特征的新型传播生态圈，同时，抖音、微博、微信等新型的营销平台为中小型客户提供了低成本的营销推广渠道。相关客户在选择营销服务提供商时，营销服务能力及服务质量是客户重视的关键因素。

公司深耕新媒体营销领域多年，获得业内的广泛认可，同时基于公司对 WEIQ 平台和数据产品的持续技术研发投入，使得平台处理能力逐年增强，叠加全方位的商业服务赋能。截至 2022 年上半年末，公司已高效连接了超过 18 万个商家客户及超过 204 万个红人（内容创业者）。公司的商家客户资源中既包括世界 500 强的品牌客户，也覆盖了信息技术、快速消费品等多个领域的中小客户，积累了较为丰富的客户资源与客户营销服务经验，为此次标准场景化营销服务平台项目提供了充足的品牌商家基础，满足平台的可持续运营需求，为公司实现体系完整的新媒体营销产业布局提供了可行性。

（3）专业化技术团队为本项目提供技术支撑

标准场景化营销服务平台是对现实世界的虚拟化、数字化过程，需要对内容生产、用户体验以及实体世界内容等进行基础呈现，平台的技术实力尤为重要。公司作为国内领先的新媒体营销服务公司，拥有较强的前瞻性意识，始终重视核心人员的培养与储备，并不断引进掌握最新行业技术的人才。公司已在行业经验、人才、技术、大数据积累、分析及监测等方面占据独特的优势，并拥有一支由高素质专业人才组成的技术团队。

公司的专业化技术团队具有实现平台基础架构建设、网络规划、系统部署、后期监控、维护管理等各环节的专业能力，同时在数据整合、数据建模分析、数据挖掘优化、数据管理应用、数据安全防护等方面也有丰富经验积累。公司专业的技术团队将为标准场景化营销服务平台建设提供充足的技术支撑，保证平台系

统的正常运转、系统升级，提升用户的体验。同时，在平台长期的良好运营下，平台用户的留存量及市场渗透率或将有望进一步提升，夯实公司在业内的市场竞争力。

4、项目建设规划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为公司的全资子公司北京五街科技有限公司，实施地点为北京市。

（2）项目投资额

本项目总投资金额为 41,839.84 万元，拟使用募集资金投入 27,000.00 万元，主要用于场地投入、设备购置及部分研发人员薪酬。

（3）项目建设内容

标准场景化营销服务平台项目拟通过购置研发场地、购置平台所需软件及硬件设备的方式，搭建本项目所需的研发和运营环境，组建专业的产品研发及技术研发团队，实现标准场景化营销服务平台的核心功能研发及平台整体建设。

本项目建设内容包括：

1) 在北京购置并建设标准场景化营销服务平台的研发及运营基地，并搭建虚拟品牌场景展示区；

2) 购置标准场景化营销服务平台所需要的硬件设备及软件设备，搭建本项目所需的研发和运营环境。设备包括：XR 虚拟主播+场景定制系统、虚拟人语音交互系统、虚拟人行为系统、AR 识别及显示系统，并配备 3D 测试机、VR/AR 设备等先进的系统及设备；

3) 聘用产品研发及技术研发人员，在研发及运营基地、软硬件设备的基础上，运用 3D、VR/AR 等前沿技术，完成标准场景化营销服务平台核心功能的研发及平台整体建设，在为用户提供基于 web3.0 的新场景化营销服务的同时为客户提供基础资源层的租用服务。

标准场景化营销服务平台由营销服务层、生态工具层及基础服务层组成。

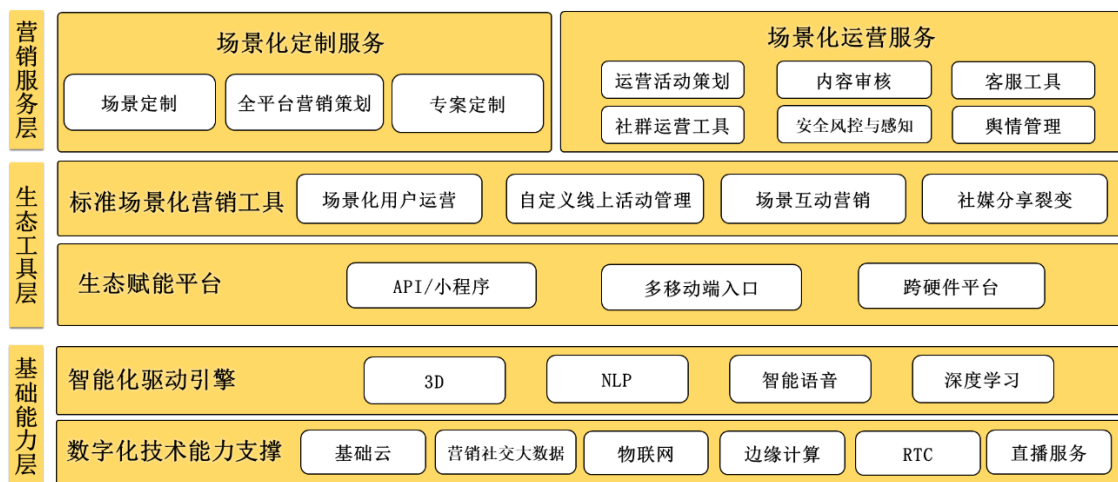
1) 营销服务层：结合 3D 技术与为用户提供 web3.0 时代下的场景化营销的运营支持；

2) 生态工具层：由标准场景化营销工具及生态赋能平台组成，为实现用户营销模式标准化及快速上线交付提供能力支撑；

3) 基础服务层：包括数字化技术能力及智能化驱动引擎，基于完整的基础云、ARM 云的底层技术及智能化的 NLP、人机交互等为生态工具层以及用户单位的其他应用提供基础资源池。

标准场景化营销服务平台的具体结构如下：

图：标准场景化营销服务平台架构



① 营销服务层

营销服务层提供场景化定制服务及场景化运营服务。

a) 场景化定制服务：场景化定制服务包含针对营销场景的场景定制能力、全平台营销策划能力、场景营销专案定制；在提供标准化服务的同时，满足品牌的个性化与定制化需求，打造能够同时符合品牌调性，达到营销效果目标的专属场景。从而实现与用户的基于场景的深度营销互动。提升品牌营销的用户体验效果。

- b) 场景化运营服务：场景化运营服务包含运营活动策划、内容审核能力、客服工具、社群运营工具、安全风控与感知、舆情管理等专属能力。运营活动策划能够为品牌提供场景持续化运营的能力，实现营销效果的可持续性；客服工具帮助品牌更好的为消费者提供服务；社群运营工具实现品牌场景的私域转化和用户持续活跃；安全风控与感知能力及舆情管理能力、内容审核能力为品牌提供动态的管控能力，保障用户在场景内的互动与发言符合相关法律法规，降低运营的舆论与法律风险。为品牌带来和用户趣味互动的营销场景的同时，实现用户运营的安全可靠。

② 生态工具层

生态工具层包括：标准场景化营销工具及生态赋能平台。

a) 标准场景化营销提供的工具包括：

- 场景化用户运营工具：提供用户管理运营工具，促进用户持续参与品牌的场景化营销活动，提升品牌与用户的粘性及用户忠诚度。
- 自定义线上活动管理工具：基于实时语音及场景自定义功能，帮助品牌快速构建线上活动，如品牌渠道会议、线上发布会等。
- 标准化场景互动营销工具：整合了常见的线上线下活动营销策略，如打卡、签到、抽奖等，能够快速满足品牌的营销需求。
- 分享传播能力：支持微博、微信、QQ 等社交媒体的一键图文、卡片、链接分享和分享的完整闭环，帮助品牌实现用户间的传播，提升营销效果。

b) 生态赋能平台包含：

- 专属 API/小程序：通过专属的微博接口，实现微博小程序的快速定制，打通微博的媒体社交能力，实现营销内容在社交媒体的快速传播与裂变。
- 多移动端入口：为品牌提供 App、网页端、嵌入式云渲染 web、微博端营销入口 H5 多种入口方案，降低用户进入场景的门槛，简化

用户进入的路径，同时增加用户进入的渠道，减少因下载、等待导致的营销流失，提升营销触达的效果，缩短用户进入品牌营销场景的时间，提升用户体验。

- 跨硬件平台：构建除移动 PC 端外的 AR/VR、裸眼 3D，实现跨硬件平台的场景一致、体验一致，通过多种硬件入口，触达用户，同时通过 AR/VR、裸眼 3D 的高沉浸特性，增强用户在品牌营销场景的体验沉浸感，从而实现更好的营销体验。

③ 基础能力层

基础能力层包括：智能化驱动引擎及数字化技术能力支撑。

- a) 智能化驱动引擎包括智能语音、NLP、深度学习、3D 为上层软件提供基础能力及标准化 API 接口。

- 基于人工智能的能力（智能语音、NLP、深度学习）：通过集成 AI 人工智能技术为软件赋能，实现了软件功能的人工智能化，能够对文本、语音进行智能识别和标记，通过 AI 赋能对用户数据进行更精确的归类；同时 AI 赋能也能在营销场景上带来更加智能和有趣的体验。
- 基于 3D 引擎和建模的能力：通过制定 3D 标准和 3D 引擎的自动化开发，实现了软件能够接受一切遵循制定标准的 3D 模型，将 3D 制作作为开放平台的基础，从而获得大量 3D 内容。

- b) 数字化技术能力支撑提供基础云、营销社交大数据、物联网、边缘计算、RTC、直播服务。

对于品牌方，本项目将赋能品牌基于 web3.0 技术路线下的数字内容研发、虚拟空间建设、互动营销策划及传统社交化营销推广到客户体验的全链路、多场景的品牌营销及用户运营需求，助力品牌依靠内容、场景、互动产生的品牌私域链接用户，提升用户的消费体验，实现商业触达；对于 IP 和红人方，本项目将作为生态合作伙伴，促进其共同成长发展。通过硬件开放平台，有效帮助生态内的技术合作伙伴实现技术的快速应用落地与普及，同时，平台将通过底层技术提供直接面向消费者的运营能力，并基于消费者数据精准、及时、灵活调整运营策

略规划及优化运营各环节服务。

标准场景化营销服务平台将基于场景构建、内容创意、红人运营、私域运营、数据支持、内容生态开放、销售链路打通等关键环节的产品创新及技术研发，通过品牌独立展台、品牌独立门店、品牌门店入驻、品牌独栋建筑和品牌专属定制的场景化电商综合服务一站式解决方案，提供品牌线上空间构建、营销推广、数据技术等服务，有效赋能品牌方及消费者。

(4) 项目建设周期

本项目建设周期为 3 年。

5、项目预期效益

经测算，本项目税后财务内部收益率为 18.47%，税后投资回收期（含建设期）为 7.12 年，具有良好的经济效益。

6、项目的批复文件

截至本报告公告日，本项目备案、环评（如有）事项正在办理过程中。

(三) “西五街”内容营销平台升级项目

1、项目概况

本项目拟在上海购置办公场地及软硬件设备，通过引进产品、技术、运营及销售人员，实现西五街内容营销平台的升级建设，将原西五街内容营销平台覆盖领域由美妆拓展至服装、食品、家居用品、小家电、游戏、动漫等领域。公司将完善西五街内容营销平台大数据与 AI 体系建设，搭建基于 AI 的智能内容推送服务与广告推送服务，包括用户实时特征引擎、智能推荐系统、智能搜索系统、智能广告系统。

本项目建成后，一方面，西五街将成为国内领先的 Z 世代用户兴趣内容社区，切实满足 Z 世代用户的圈层兴趣内容、测评内容、个性榜单内容等内容消费需求，吸引用户留存，提升平台影响力。另一方面，西五街可以通过与品牌方合作，实现流量变现，进一步提升公司盈利水平。同时本平台建设可协同公司红人

经济的生态链，形成公司特色的新媒体营销服务新经济生态系统，夯实公司持续稳定的经营能力。

2、项目建设的必要性

（1）有利于进一步提升西五街平台技术水平与用户体验，增强用户粘性

互联网平台对存量用户时间的争夺日趋激烈，契合用户偏好成为各大平台吸引用户、增强用户粘性的有效途径。承载各种内容交流的内容社区成为近年来各类互联网媒体平台积极布局与搭建的对象。内容社区的搭建可以降低互联网媒体的内容生产成本、提升用户黏性，同时提高变现能力。内容社区的搭建过程中，充足的技术支持、对内容的精准把握及投放将成为行业内公司的核心竞争力。

公司西五街 APP 作为解决 Z 世代用户内容消费需求的社区平台，在推荐、搜索、广告等系统方面，虽然具备了有效的推荐、推送、投放等服务，但平台服务能力仍存在较大升级空间。面对激烈的行业竞争，公司需要提升相应的技术能力及技术储备，一方面，公司需要提升数据采集和应用水平，深度挖掘用户个性化需求，提高精准推送的营销效果，更精准渗透核心圈层；另一方面，基于公司 AI 技术创建的广告数据产品矩阵，公司将为广告主提供投放策略优化、投放效果优化和内容广告再营销方案推荐等效果优化服务。

本项目将打造先进的社区平台，通过大数据及 AI 技术，挖掘用户长短期兴趣、挖掘社区不同场景的用户需求，以精细化运营提升用户依赖度，增强用户粘性。同时，通过本项目的建设，公司将借助平台技术的优化，提高品牌服务水平，提升用户满意度。此外，公司将进一步增强 APP 页面的用户浏览舒适度，完善使用功能，提升用户体验。本项目对研发技术的投入有助于公司增强技术能力，有利于各业务模块间形成合力，推动公司红人经济生态链创新业务的协同发展。

（2）有利于公司强化品牌合作，提升盈利水平

消费市场需求的细分化、多样化，使得更多品牌获得机会，但行业竞争也变得愈发激烈。品牌运营成为众多商家重视的问题，商家期望通过高效的营销方式获得更高的用户触达率和更好的品牌传播效果，因此私域流量等新兴营销方式逐渐受到商家欢迎。随着品牌商家对品牌故事、广告助攻、真实口碑、私域流量等

营销方式的需求提升，行业内企业逐渐加大品牌服务的投入。

公司西五街 APP 针对品牌服务构建了三大营销矩阵，包含广告矩阵、产品矩阵、活动矩阵，通过优质广告资源引流、定制话题页等方式为御泥坊、橘朵、海信电视等品牌提供了多元化的优质服务。随着西五街 APP 的逐步成熟，平台的用户留存以及活跃度越来越高，公司需要拓展与品牌合作的方式，通过智能广告系统设计方案优化，增强品牌运营效力，实现流量变现。

在本项目的建设过程中，公司一方面将原西五街内容营销平台覆盖范围由美妆拓展至服装、食品、家居用品、小家电、游戏、动漫等领域，吸引更多的用户群体；另一方面公司将增加智能广告系统人力资源与硬件设备的投入，引入商业化产品高级产品经理、广告高级算法工程师、商业化服务平台开发工程师等；公司将加大硬件设备的投入，进一步提升公司品牌服务的能力与效率，提升客户合作深度与广度。本项目的建设有利于公司拓展品牌合作资源，不断完善品牌营销推广能力，增加公司品牌合作收入，提升盈利水平，完善公司的红人经济业务布局。

3、项目建设的可行性

(1) 广阔的社交广告市场空间为本项目提供市场支持

社交媒体营销是一种使用数字营销方式，在社交网络或平台推广产品或服务的营销方式，随着小红书、抖音等为代表的社交平台的发展，消费者网络购物模式发生转变，除软文推广外，达人种草、达人推荐等为代表的社交媒体营销方式开始影响消费者的购买决策。根据艾瑞咨询的数据，2020 年中国社交广告市场规模为 790 亿元，预计到 2023 年将接近 1,250 亿元。公司提供的互联网营销服务主要聚焦于新媒体、媒介平台，以社交广告为主，随着社交媒体平台的不断发展繁荣，公司业务将迎来新的增长。

Z 世代人群在品牌选择上有一定见解，喜欢分享、互动，倾向于根据用户真实使用评价进行消费，随着 Z 世代年轻消费者经济主动权的掌握，针对年轻消费者的品牌将不断诞生、扩容，品牌方对内容营销的需求将大大增长，为本项目的实施提供了广阔的市场空间。公司西五街 APP 连接品牌方与 Z 世代年轻消费者，一方面针对 Z 世代打造了更下沉、更年轻、更个性的西五街 APP，以“测评试”等

方式吸引 Z 世代用户的加入。另一方面，公司为品牌方提供品牌故事、真实口碑、升级私域能力、广告助攻、持续广告引流等高效服务，助力新兴品牌的崛起以及老品牌的价值重塑。

红人新经济依托于互联网，并在其基础上衍生出多样化的商业模式，已经成为当前中国社会和经济领域一个重要的、不可忽视的现象。随着移动互联网技术的不断升级以及消费者生活方式的深化改变，红人新经济将加速向各类行业渗透融合，市场规模将迎来爆发式增长，这将为公司在红人经济领域的发展，提供良好的市场机会，助力公司实现战略发展。

（2）丰富的人才储备为本项目提供人才保障

公司作为国内较早进入新媒体营销服务行业的企业，在长期发展过程中持续完善组织架构，践行战略发展规划，培养和储备了丰富的管理人才和专业人才。公司创始团队专注于社会化营销领域，在行业内较早意识到中国媒体去中心化趋势，创造性地将社交平台嫁接到社交营销中，带领公司逐渐形成了现有的核心业务体系，能保证该项目所需人才等资源按规划投入。公司西五街事业部的各业务模块负责人具有多年广告、互联网行业经验，具有非常丰富的实践经验及优质的行业资源。此外，西五街事业部拥有产品、技术、运营等部门，在设计优化、程序开发、系统架构、内容运营、商务运营等方面有着丰富的经验和优异的表现，能够为本项目的实施提供人才保障。在未来发展中，公司职能类部门的独立运作和业务类部门的详细划分有助于公司运作层面调配资源、统筹合作，推动西五街业务的顺利展开。

公司丰富的人才储备可以助力西五街平台的进一步优化，完善公司在红人经济领域的业务布局。未来，随着项目的持续推进，公司将加大人才培养力度，结合公司在行业中、尤其是服务国际知名大品牌客户的业务经验，打造内生的培训体系，扩充销售团队及数据工程师，提升公司业务的运营效率。

（3）公司丰富的产业资源为本项目提供资源支持

公司自成立以来始终坚持为客户提供优质、专业的服务，当前公司已与微博、抖音、快手、小红书等平台建立起了良好的业务合作关系。在品牌端，公司通过

高效的平台优势，积累了众多客户资源，既包括世界 500 强的品牌客户，也覆盖信息技术（含互联网）、快速消费品等多领域的中小客户，涵盖了护肤品、网服电商、食品饮料、化妆品、日用品、3C 数码等多个行业。在红人端，公司致力于帮助红人实现流量价值变现，专注于为红人与企业建立连接。通过十余年的发展，公司积累了广泛的红人资源，涵盖了短视频类红人、直播类红人、图文类红人、文章类红人等全内容形态的红人类型，汇集了纳米红人、尾部红人、腰部红人、头部红人等不同发展阶段的红人，来自各平台的红人均可以通过公司的大数据平台实现流量变现。公司也通过丰富的红人资源、更细化的标签识别和积累个性化推荐能力，不断提高平台内商家营销需求与红人账号的精准匹配度。

丰富的红人资源能够为西五街内容营销平台提供更多商业合作资源，促进公司发挥规模效应，不断夯实竞争实力，红人资源也可以对西五街平台更好地宣传和推广，进一步推进平台的发展。丰富的客户资源也可以为项目的实施提供良好的资源支持，扩大西五街平台的影响力，进一步夯实公司红人经济产业链创新业务基础，助力公司实现发展战略。

4、项目建设规划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为公司全资子公司上海吾秀吾街科技有限公司，实施地点为上海市。

（2）项目投资额

本项目总投资金额为 38,928.19 万元，拟使用募集资金投入 23,000.00 万元，主要用于场地投入、设备购置及研发人员支出等。

（3）项目建设内容

“西五街”内容营销平台升级项目拟通过购置研发场地、购置平台所需软件及硬件方式，搭建本项目所需的研发和运营环境，组建专业的产品研发及技术研发团队，完成“西五街”内容营销平台升级的升级建设。

本项目建设内容包括：

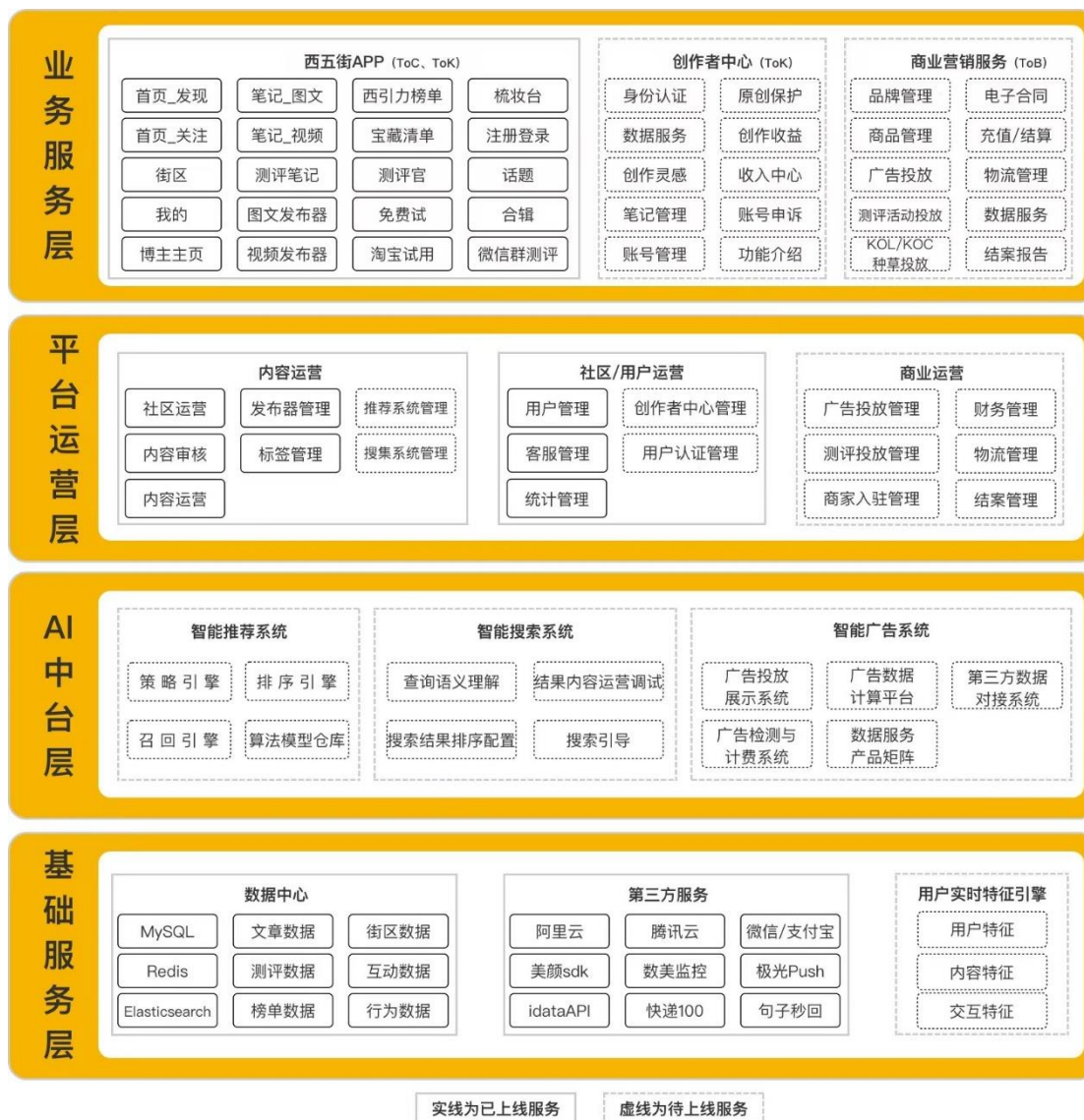
1) 在上海购置并建设“西五街”内容营销平台升级项目所需的研发及运营基地，同时租赁展馆场地用于线下体验馆建设；

2) 购置“西五街”内容营销平台升级所需要的硬件设备及软件，搭建本项目所需的研发和运营环境，包括购置数据库服务器、搜索服务器等硬件设备，数据平台、用户画像系统、运营系统、私域管理等软件系统，进一步完善西五街内容营销平台社区大数据与 AI 体系建设；

3) 聘用产品研发及技术研发人员，通过研发及运营基地、软硬件设备的购置，在原有西五街平台的基础上，搭建基于 AI 的智能内容推送服务与广告推送服务，完善用户实时特征引擎、智能推荐系统、智能搜索系统、智能广告系统等社区底层服务，优化西五街内容生态闭环体系，提升西五街内容营销平台对 Z 世代用户提供兴趣内容社区的核心竞争力。

“西五街”内容营销平台升级后的具体结构如下：

图：西五街内容营销平台架构



- 1) 基础服务层：为“西五街”内容营销平台提供数据中心、用户实施特征引擎、支付及物流等基础服务。
- 2) AI 中台层：搭建基于 AI 的智能内容推送服务与广告推送服务，构建智能推荐系统、智能搜索系统、智能广告系统等社区 AI 中台服务。
- 3) 平台运营层：通过内容运营、社区/用户运营、商业运营等板块为“西五街”内容营销平台的平稳运营提供支撑。
- 4) 业务服务层：基于基础服务层、AI 中台层、平台运营层相关架构，为平台用户、KOL 提供西五街 APP 整体服务，为 KOL 提供内容创作者中心服务，

为品牌客户提供商业营销服务。

上述基础服务层、AI 中台层、平台运营层、业务服务层共同构建了“西五街”内容营销平台的完整架构。通过本次募投项目，主要实现用户实时特征引擎、智能推荐系统、智能搜索系统、智能广告系统的构建升级，并嵌入人机交互、边缘计算等技术支撑。

①用户实时特征引擎升级

目前西五街 APP 用户实时特征引擎基础架构已经完成，建立了特征信息引擎的数据仓库，现在核心应用于西五街 APP 的自建推荐系统。本项目需要对三部分功能进行升级：一是将用户实时特征引擎独立服务化，应用于搜索与广告系统；二是持续扩充一级、二级兴趣品类信息、持续升级用户特型服务中用户兴趣知识图谱、增加用户关系及 LBS 服务；三是升级内容特征服务中，图片、文字、音频、视频的 NLP 自学习服务，实现文本实体抽取、文本分类、关键短语抽取、情感分析、关系抽取等 NLP 定制化算法能力。

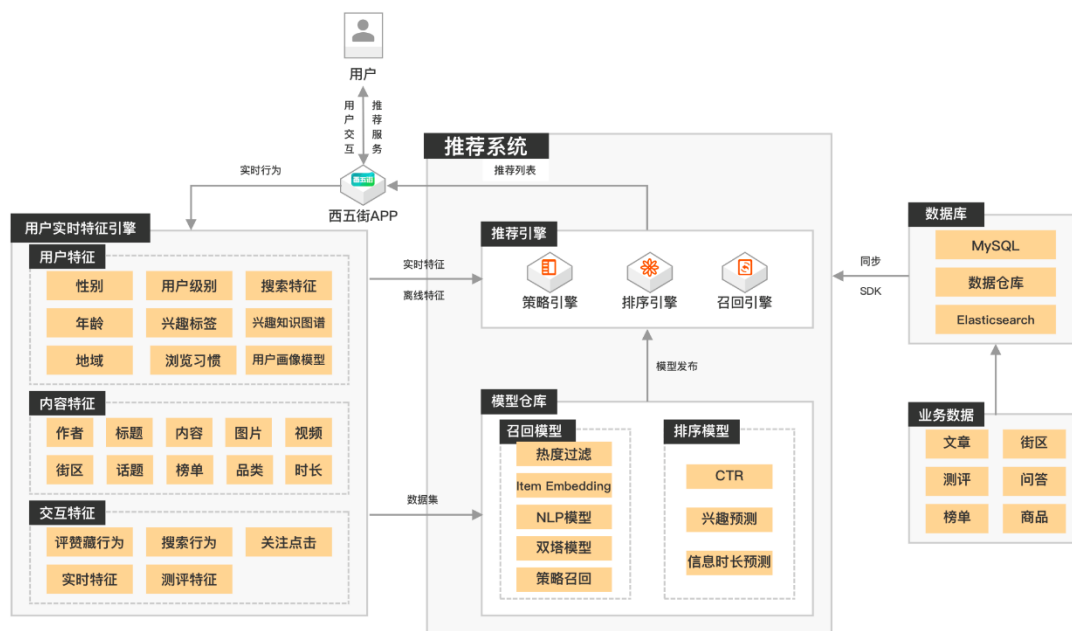
图：用户实时特征引擎架构



②智能推荐系统升级

西五街 APP 推荐系统早期通过简单策略实现推荐服务，已实现第三方智能推荐与自主研发智能推荐双引擎推荐服务。目前自主研发的智能推荐系统整体架构已构建完成，本项目计划全面替换已采购的第三方智能推荐系统，同时扩充模型仓库中召回模型与排序模型的 AI 算法模型，并进行模型构建、模型自学习实验、模型线上测试调优。

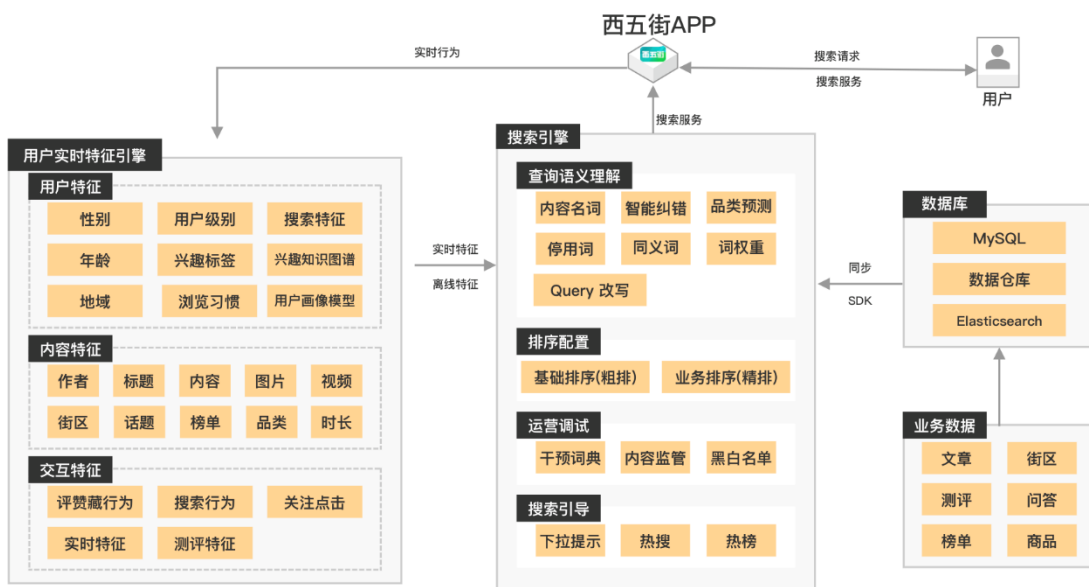
图：智能推荐系统架构



③智能搜索系统升级

智能搜索系统通过用户实时特征引擎，实现对 Z 世代用户的用户特征、用户兴趣标签、历史交互行为特征深度挖掘，更加准确的判断用户搜索所需的兴趣特征需求。同时通过 NLP 查询语言理解和产品搜索前、搜索中、搜索后的产品功能与算法优化，为用户提供精准度更优的搜索服务。降低 Z 世代用户获取多元化、圈层化兴趣内容的成本，提升西五街 APP 搜索服务质量与效率的同时，提升用户 NPS 满意度与对搜索服务的依赖度。

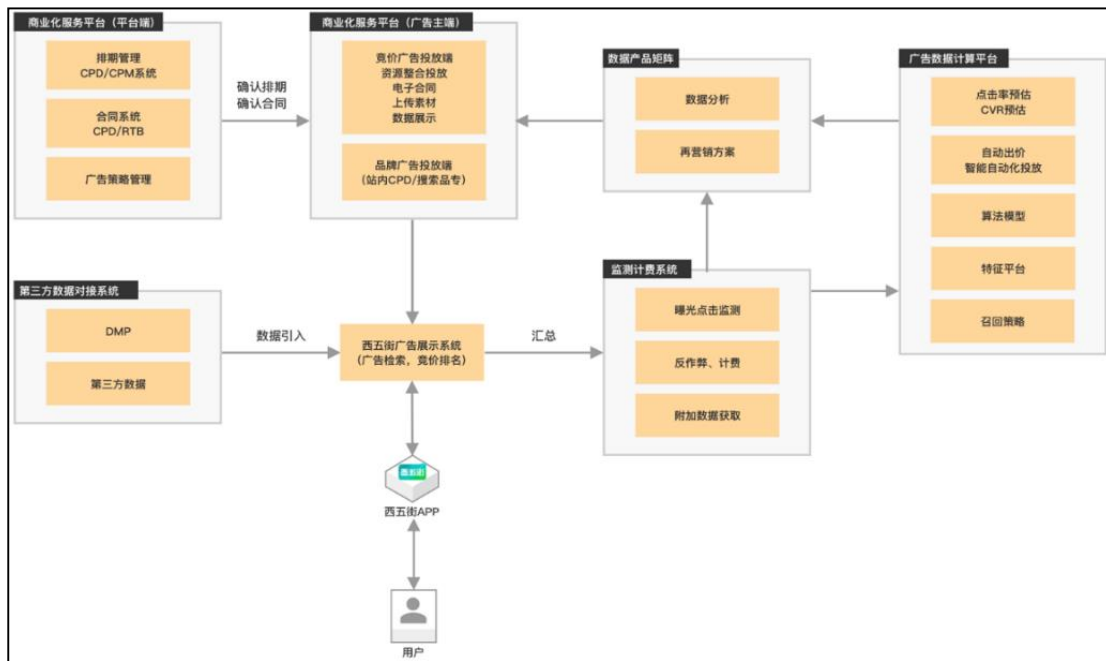
图：智能搜索系统架构



④智能广告系统升级

西五街 APP 目前的广告系统只能支持硬广类型的广告投放，还未实现智能广告系统的设计方案。本项目的建设，公司将继续加大西五街 APP 智能广告系统独立产品研发团队的建设，引入商业化产品高级产品经理、引入广告高级算法工程师、引入商业化服务平台开发工程师，增加智能广告系统人力资源与硬件设备的投入。

图：智能广告系统架构



本项目建成后，西五街内容营销平台将进一步提升公司盈利水平，同时协同公司红人经济的生态链，形成公司特色的新媒体营销服务新经济生态系统，夯实公司持续稳定的经营能力。此外西五街内容营销平台将成为国内领先的 Z 世代用户兴趣内容社区，切实满足 Z 世代用户的圈层兴趣内容、测评内容、个性榜单内容等内容消费需求。

（4）项目建设周期

本项目建设周期为 3 年。

5、项目预期效益

经测算，本项目税后财务内部收益率为 19.43%，税后投资回收期（含建设期）为 6.70 年，具有良好的经济效益。

6、项目的批复文件

截至本报告公告日，本项目备案、环评（如有）事项正在办理过程中。

（四）补充流动资金

1、补充流动资金概况

本次募集资金中 42,000.00 万元将用于补充流动资金。本次募集资金补充流动资金的规模综合考虑了公司现有的资金情况、实际运营资金需求缺口以及公司未来发展战略，整体规模适当。

2、补充流动资金的必要性

随着公司业务规模的持续增长，公司营运资金需求也随之提高。因此公司需要补充与业务经营相适应的流动资金，以满足公司持续、健康的业务发展，进一步增强公司资本实力，优化资产负债结构，提升公司的盈利能力和抗风险能力。

3、补充流动资金的合理性

本次使用部分募集资金补充流动资金，符合公司当前实际发展需要，符合法律法规和相关政策，具有可行性。公司拟使用募集资金补充流动资金，从而降低公司资产负债率水平，优化资本结构，提高公司的抵抗风险能力；节约公司利息

支出，降低财务费用水平，提高公司的盈利能力；同时增强公司资本实力，有效补充流动资金，有利于保障公司发展战略与具体工作的有效落实与推进。

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

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，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，有利于提升公司综合实力，对实现公司的发展战略具有积极作用。本次项目具有良好的市场发展前景和经济效益，能够优化公司产品结构，提升公司盈利水平，进一步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。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次公开发行可转债募集资金到位后，公司的总资产和总负债规模将相应增加，能够增强公司的资金实力，为公司的后续发展提供有力保障。可转债转股前，公司使用募集资金的财务成本较低。随着可转债持有人陆续转股，公司的资产负债率将逐步降低，有利于优化公司的资本结构、提升公司的抗风险能力。

本次募集资金投资项目具有良好的经济效益，虽然在建设期内可能导致净资产收益率、每股收益等财务指标出现一定程度的下降，但随着募投项目建设完毕并逐步释放效益，公司的经营规模和盈利能力将得到进一步提升，进一步增强公司综合实力，促进公司持续健康发展，为公司股东贡献回报。

五、可行性分析结论

综上所述，本次募集资金投资项目符合国家产业政策及公司发展战略，具有良好的市场前景，通过本次募投项目的实施，将进一步扩大公司业务规模，增强公司核心竞争力，有利于公司可持续发展，符合公司及全体股东的利益。

综上所述，公司本次公开发行可转换公司债券募集资金的使用具备必要性及可行性。

（以下无正文）

（本页无正文，为《天下秀数字科技（集团）股份有限公司公开发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告》之签章页）

天下秀数字科技（集团）股份有限公司董事会

二〇二二年八月三十一日