

智度科技股份有限公司

2022 年度董事会工作报告



智度股份基于在互联网搜索、大数据、AI、IOT、区块链等领域的技术沉淀，致力于开发与提供优质的互联网产品与服务。报告期内，公司主营业务未发生重大变化，在发展主营业务的基础上进一步加强了各业务板块间及与战略伙伴的协同发展。公司董事会严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规以及《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》、《公司章程》、《董事会议事规则》等相关规定，规范运作、科学决策，严格按照各项法律法规的规定履行相关事项的审议披露程序，认真贯彻执行股东大会通过的各项决议，积极推动公司各项业务的发展。

一、2022 年度公司经营情况

2022 年，在国内外复杂的形势下，我国经济发展遇到多重超预期因素冲击，需求收缩、供给冲击、预期转弱，国内宏观经济增速放缓，市场下行压力增大，客户在营销预算和营销计划持续放缓和收缩等均对公司的数字营销业务等业务带来了负面影响。同时，结合公司下游客户回款放缓、坏账风险增加，应收款项回款账期增长且部分客户信用状况恶化的情况，公司对应收账款、商誉等资产计提减值准备，导致利润指标下滑，归属于上市公司股东的净利润为-40,479.29 万元。

报告期内，公司管理层紧密围绕董事会的战略安排，夯实第一曲线互联网媒体和数字营销业务的基本盘，努力发展第二曲线的自有声学品牌业务，同时推进第三曲线元宇宙、数据科技业务、区块链技术及应用场景，稳定开展各项经营管理工作，积极优化资源配置，提升核心竞争力、经营能力和综合实力。公司牢牢树立“现金流第一、利润第二、收入第三”的经营策略，持续、主动收缩低毛利业务、新零售等业务板块，加强现金流的管控及风险控制等相关工作并择机优化业务结构，优化资源配置，在提升整体毛利率、控制费用提升经营效率等方面取得一定成效，并在降低资产负债率，提升利润质量和资金实力以抵御风险等方面继续加强。

报告期内，公司实现营业总收入 272,851.63 万元，较上年同期 584,433.65 万元同比减少 53.31%，实现归属于上市公司股东的净利润为-40,479.29 万元，公司整体毛利率 23.12%，较上年同期 12.54%提升 10.58 个百分点；经营活动产生的现金流量净额 7.86 亿元（较 2021 年大幅度增加 333%），货币资金 9.19 亿元，加上持有的低风险、高流动性的现金资产理财产品 5.81 亿元，公司的有息负债现金覆盖率为 20.74，流动比率 3.74。其中，毛利率较高的互联网媒体业务实现了“营收毛利双增加”，实现营业收入 102,865.76 万元，占公司营业总收入的 37.70%（占公司营业总收入的比例从 2021 年 15.59%上升到 37.70%），实现毛利 42,493.25 万元，占毛利的 67.36%；毛利率较低的数字营销业务顺利实现了“收缩低毛利业务、提高毛利率”的战略，实现营业收入 156,829.09 万元，占公司营业总收入的 57.48%（占公司营业总收入的比例从 79.59%下降到 57.48%），实现毛利 14,201.06 万元，占毛利的 22.51%，毛利率从 2021 年 5.62%提高到

9.06%。报告期内，公司进一步严控各项费用类支出，销售费用和管理费用与去年同期相比下降 23.48%和 10.17%、财务费用与去年同期相比大幅下降 85.44%。公司资产负债率连续三年下降，由 2021 年末的 25%继续下降至 17.59%。公司经营性盈利能力进一步得到加强、资产负债情况及资产质量等基本面持续优化改善，具有充裕的资金实力和较强的抗风险能力。

2022 年，在国内外复杂的形势下，我国经济发展遇到多重超预期因素冲击，需求收缩、供给冲击、预期转弱，国内宏观经济增速放缓，市场下行压力增大，客户在营销预算和营销计划持续放缓和收缩等均对公司的数字营销业务等业务带来了暂时性负面影响。同时，结合公司下游客户回款放缓、坏账风险增加，应收款项回款账期增长且部分客户信用状况恶化的情况，公司对应收账款、商誉等资产计提减值准备合计 5.87 亿元。通过前述减值的计提，公司商誉净额下降 44.9%，从报告期初 6.14 亿元下降至报告期末 3.38 亿元，商誉占公司资产的比重从报告期初 12.1%下降至报告期末 7.88%；且剩余商誉价值中近 90%的价值为海外互联网媒体业务的资产组，未来减值风险相对较小。因此，预计未来商誉不会成为公司财务表现的重大影响因素，公司资产质量以及盈利能力得以进一步得到优化，有利于公司在 2023 年轻装上阵。

1、稳步发展互联网媒体业务，产品多样化的策略成果显著

公司互联网媒体业务主要包括 PC 端流量入口和移动端流量入口业务，海外子公司 SPE 公司主要从事 PC 端流量入口业务，PM 公司主要从事移动端流量入口业务。报告期内，公司海外子公司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，产品多样化的策略成果显著，互联网媒体业务营业收入实现多样化构成，取得了良好的成绩。报告期内，互联网媒

体业务实现收入 102,865.76 万元，占营业总收入比重由去年同期 15.59%提升至 37.70%，实现毛利 42,493.25 万元，毛利占比由去年同期的 47.64%提升至 67.36%。

在 PC 端，公司继续实施产品多样化策略，在稳定发展插件业务和付费应用业务的同时，不断提升浏览器和数字媒体业务在 PC 端业务收入中的占比。SPE 公司自有浏览器团队致力于提升获客规模和质量，并持续进行了产品优化，提升用户体验和留存。该策略成功带来了用户增长，日搜索量超过 100 万，月活用户超过 200 万，实现营业收入 32,818.97 万元，较上年同期增加 132.28%，占 PC 端业务总收入近 50%，为 PC 端核心业务的增长驱动力，实现毛利 15,399.03 万元，较上年同期增加 393.69%。PC 端数字媒体业务继续执行产品多样化策略，实现营业收入 17,074.14 万元，实现毛利 2,535.63 万元。

在移动端，全力加速产品布局并增强用户体验。现有工具类广告变现 App 和客户付费订阅类 App40 余个，全部通过谷歌合规审核上架，其中天气类、新闻类 App 在 Google Play Store 和 App Store 应用商店长期同类别排名前十。PM 公司通过丰富产品类目、拓展投放渠道、优化用户体验与持续精准投放的战略实施，不断为移动端用户提供优质、便利的服务，带来了移动端业务的快速增长，使得商业变现能力不断增强。报告期内，移动端业务实现收入 27,526.20 万元，实现营业毛利 9,972.87 万元，营业毛利较上年同期增长 42.69%。

2、优化整合数字营销业务，全力发展新媒体社会化营销业务

报告期内，受国内宏观经济放缓和行业市场环境等因素导致广告主预算需求降低投放减少，以及公司进一步优化数字营销板块业务结构，将毛利率较低同时坏账风险比较高的实效营销业务进行大幅收缩的影响，数字营销业务营业收入有所下降，但同时公司根据市场变化，优先选择信誉较好、实力较强的客户作为合作伙伴，数字营销业务毛利率创新高。数字营销业务实现营业收入 156,829.09 万元，较上年同期下降 308,333.24 万元；实现毛利 14,201.06 万元，较上年同期下降 11,938.60 万元，毛利率 9.06%，较上年同期上升 3.44 个百分点。

随着国家刺激内需消费、促进经济发展的宏观政策的陆续出台，国内经济活力进一步释放，广告市场需求明显得到修复，影响国内数字媒体业务的负面因素预计将得到明显的缓解（详见“十一、公司未来发展的展望”）。

3、加快对音响等自有声学品牌业务孵化

广州威发是公司开展自有品牌业务的重要子公司。广州威发开拓海外线上直营 D2C 亚马逊店铺及独立站，稳步经营欧洲、北美地区的业务，优化线下重点渠道，并在国内布局主流电商平台自营旗舰店、逐步开拓一二线重点城市线下顶级数码集合店渠道；采用精细化运营方式逐渐树立品牌知名度；Vifa 品牌与其他 5 个品牌（爱浪、Aura Sound、K-V2、珠江、爱威）定位为全球声学产品消费者提供品牌服务及不同人群需求的产品，完善产品细分矩阵，完成新款耳机产品开发及 App 产品的迭代工作；与头部电脑设备生产厂商联想等多家头部公司签订合作协议，为其提供投影仪、智能音箱的 Vifa SOUND 声学调试服务，实现品牌的跨界合作。

4、持续加码以区块链为主的技术投入，不断推进应用项目落地

报告期内，公司继续大力拓展区块链业务，积极推动智度区块链底层技术赋能产业升级和智慧治理。在区块链底层技术研发方面，优化技术性能，建设底层配套设施，不断提升智度区块链底层技术的适用性和应用能力，保持关键技术领先，并完成软件示范平台智链 2.0 区块链开放底层基础及配套设施建设，满足公司的业务发展需求。

在区块链供应链金融业务方面，公司基于“智链宝”供应链金融服务平台，与中国银行、建设银行、浦发银行、中信银行、广州银行等金融机构达成业务合作，面向国光电器（002045.SZ）、瀛通通讯股份有限公司

（002861.SZ）、深圳市名家汇科技股份有限公司（300506.SZ）等 17 家核心企业及其产业链上超 400 家中小企业提供高质量、低成本的科技金融服务，其中，依托与建设银行、中信银行、广州银行的“总对总”级别的系统直连，报告期内，公司成功一站式高效对接中小企业银行融资超过 7000 万元。截至报告期末，累计助力中小微企业完成融资 8.55 亿元，有效解决中小企业“融资难、融资贵”的问题。同时，公司积极在数字人民币应用领域进行探索与尝试，公司下属开展供应链金融业务的子公司智度保理已开通中国人民银行的数字人民币钱包，并通过供应链金融试点平台“智链宝”，成功落地首笔基于央行数字人民币的供应链金融保理融资业务投放。公司后续也将继续在解决中小企业融资难的供应链金融以及包括各地方政府的政务处理及数据流转等方向上发力。

在区块链技术应用落地方面，参与广州区块链国际贸易平台“粤易通”，实现了区块链技术在现代贸易业务领域的应用落地；完成了蒙牛集团“智牛链”一期项目建设，积极开放共享智度区块链技术及产品服务价值，通过优势互补的合作模式，孵化培育智度区块链分支产业；中标广州市政府下属集团公司企业定制管理系统项目，将输出供应链管理、融资管理和 OA 协同办公等一体化的信息数字化经营管理平台解决方案，助力企业快速开启全流程精细化运营、构建数字化生态链条。目前公司已经完成区块链技术在供应链、保险、物联网、广告、食品药品溯源、数字艺术等十多个行业应用的解决方案。未来，公司在区块链等核心技术领域将持续探索与投入，加快推动区块链技术和产业创新发展。

公司区块链业务经过多年积累，公司自主创新的区块链底层平台智链 2.0 目前已取得 2 项发明专利和 4 项软件著作权，新申请区块链发明专利 4 项，目前均已进入实审阶段。公司参与《信息技术区块链和分布式记账技术存证应用指南》、《信息技术区块链和分布式记账技术智能合约实施规范》2 项国家标准及《区块链企业级平台运维规范》、《区块链系统测试要求》等 7 项团体标准的制定，其中 5 项已经发布。公司已通过工信部电标院的区块链功能测试，入选广州市软件示范平台，获得“2020 中国产业区块链企业 50 强”、广州市区块链协会颁发的“2020 广州市区块链基础平台优秀提供商”、“2021 可信区块链生态潜力金融案例”、“2021 中国产业区块链优秀案例”等称号。

5、抓紧元宇宙发展机遇，大力发展元宇宙相关业务

报告期内，智度宇宙打造了国内首家元宇宙艺术社区“Meta 彼岸”，自上线以来，陆续完成 PICO VR、爱奇艺·奇遇 VR 的 VR 端产品发布及多次重大更新迭代，手机端的 Android 版和 iOS 版均已上线。“Meta 彼岸”主要采用 VR、AR、MR、区块链、云计算、人工智能等技术，突破传统艺术受时间、空间、成本等因素的限制，通过多维的呈现效果及沉浸式的交互体验，赋能艺术行业，以更便捷、快速、创新、有趣的形式在元宇宙里举办艺术展，为艺术提供新的打开方式。目前在“Meta 彼岸”艺术元宇宙社区中已建造多座元宇宙艺术展馆，并策划举办多项艺术展，发行了数百余款基于区块链技术的数字藏品；后续还将引入更多的艺术家、文创 IP、游戏 IP、传统工艺美术 IP、品牌 IP 等入驻，打造内容丰富的元宇宙艺术生态社区。

除举办艺术展之外，公司还在探索“Meta 彼岸”的其他应用：

（1）面向 C 端用户提供丰富的元宇宙场景和社交互动服务，包括通过在“Meta 彼岸”中打造诸如双 DAN 元宇宙魔法派对，月升彼岸元宇宙中秋派对，七夕元宇宙环游之旅等多场元宇宙互动主题活动、发行数字藏品等方式不断丰富艺术元宇宙社区，并先后与新媒股份（证券代码：300770.SZ）合作发行视频内容 IP 的数字藏品、与三七互娱（证券代码：002555.SZ）合作发行文创类数字藏品等；

（2）面向 B 端企业的场景搭建及品牌营销服务，如打造有三七互娱特色的“全国首个元宇宙游戏艺术馆”，定期举办三七互娱特色的元宇宙数字艺术展，并通过游戏元素植入、虚拟人物共建、活动联动等合作形式进行共创、共建、共享。

(3) 面向政府端的场景搭建及文化宣传服务，如建造“潮州工艺美术元宇宙精品馆”，打破时空限制，推广潮州文化和工艺品，实现元宇宙与潮州文化遗产的融合发展，该场馆入选广东省文化和旅游厅、广东省工业和信息化厅 2022 年文化和旅游领域数字化应用 10 大典型案例；联合三七互娱在 Meta 彼岸构建的“非遗广州红”元宇宙虚拟营地，用户可通过 VR 或者手机在虚拟露营场景中全天候体验由粤剧、广东音乐、粤语讲古等八个广州非遗项目组成的营地活动；与广州市税务局共同打造元宇宙办税大厅，这是全国率先建成并投入服务的“沉浸式”办税厅。

6、其他业务

凭借自主研发的图赫、图智、图灵等风险预测产品的良好效果、长期与持牌个人征信机构合作形成的技术积累以及服务覆盖互联网金融头部机构的服务能力，2022 年避雷针公司业务实现快速增长，营业收入同比增幅近 100%，毛利率约 30%，显示出强劲的增长潜力和盈利能力。未来避雷针公司将持续提升 AI 算法及大数据技术优势，持续赋能机构风险管控和降本增效，加速金融行业“智能+”升级与数字化转型。

智度小贷自主研发了基于 AI、大数据技术的互联网小贷系统、风控决策引擎、运营管理系统、智能引流平台，并通过互联网线上展业，开展小额分散的普惠金融业务。智度小贷在展业过程中严格按照相关金融监管机构要求，审慎展业，所有客户均是智度小贷依托智度股份在数字营销领域的行业经验及资源能力，通过互联网自主获取，贷款业务小额分散，坏账风险相对较小。

二、2022 年度公司治理情况

(一) 董事会下设专门委员会会议召开情况

公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会共四个专门委员会。报告期内，各专门委员会按照相关法律法规、规范性文件以及公司章程、各专门委员会工作细则等相关规定，有计划地开展工作，为提高公司治理水平和信息披露质量起到了积极作用。

1、审计委员会履行职责情况

公司审计委员会由三名董事组成，其中独立董事两名，且其中一名独立董事为会计专业人士。报告期内，审计委员会对审计工作进行监督，审核公司定期报告，并对公司财务报告发表意见；对公司对外担保等重大事项的合规性、合理性进行审查；对公司利润分配预案发表意见；评价、指导公司内部控制体系的完整性、安全性、有效性。报告期内，公司审计委员会共召开三次会议，具体情况如下：

(1) 2022 年 4 月 26 日，第九届董事会审计委员会 2022 年第一次会议召开，审议通过了《<智度科技股份有限公司 2021 年度报告>全文及摘要》、《智度科技股份有限公司 2022 年第一季度报告》、《智度科技股份有限公司 2021 年度财务决算报告》《智度科技股份有限公司 2021 年度利润分配预案》《智度科技股份有限公司 2021 年度内部控制自我评价报告》、《智度科技股份有限公司关于前期会计差错更正及追溯调整的议案》；

(2) 2022 年 8 月 26 日，第九届董事会审计委员会 2022 年第二次会议召开，审议通过了《<智度科技股份有限公司 2022 年半年度报告>全文及摘要》；

(3) 2022 年 10 月 25 日，第九届董事会审计委员会 2022 年第三次会议召开，审议通过了《智度科技股份有限公司 2022 年第三季度报告》、《智度科技股份有限公司关于续聘 2022 年度审计机构的议案》。

2、提名委员会履行职责情况

公司提名委员会由三名董事组成，其中独立董事两名。报告期内，提名委员会对公司董事、监事、高级管理人员 2021 年配置及 2022 年需求发表了意见；同时对公司高级管理人员候选人任职资格和任职条件进行审查，对拟任人员的提名、聘任程序进行严格的审核并发表审查意见，保证了上述人员任职的合法合规。报告期内，公司提名委员会共召开两次会议，具体情况如下：

(1) 2022 年 4 月 26 日，第八届董事会提名委员会 2022 年第一次会议召开，审议通过了《智度科技股份有限公司关于公司董事、监事、高级管理人员 2021 年度配置及 2022 年需求的议案》；

(2) 2022 年 8 月 26 日，第九届董事会提名委员会 2022 年第二次会议召开，审议通过了《智度科技股份有限公司关于聘任公司董事会秘书的议案》；

3、薪酬与考核委员会履行职责情况

公司薪酬与考核委员会由三名董事组成，其中独立董事两名。报告期内，薪酬与考核委员会切实履行职责，审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；根据董事及高级管理人员管理岗位的范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案等。报告期内，公司薪酬与考核委员会共召开一次会议，具体情况如下：

(1) 2022 年 4 月 26 日，第九届董事会薪酬与考核委员会 2022 年第一次会议召开，审议通过了《智度科技股份有限公司 2022 年度董事、监事及高级管理人员薪酬方案》。

4、战略委员会履行职责情况

公司战略委员会由三名董事组成，其中独立董事两名。报告期内，战略委员

会对公司 2022 年发展战略发表意见。公司战略委员会共召开一次会议，具体情况如下：

(1) 2022 年 4 月 26 日，第九届董事会战略委员会 2022 年第一次会议召开，审议通过了《2022 年公司发展战略》。

(二) 董事会会议召开情况

报告期内，公司董事会严格遵守《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》等规定，对公司相关事项做出决策，程序合法合规，全年董事会共召开八次会议，具体如下：

1、2022 年 1 月 16 日，公司召开第九届董事会第八次会议，审议通过了《关于对外投资暨关联交易的议案》、《关于修订〈智度科技股份有限公司内幕信息知情人登记管理制度〉的议案》，共两项议案；

2、2022 年 4 月 26 日，公司召开第九届董事会第九次会议，审议通过了《智度科技股份有限公司 2021 年度董事会工作报告》、《〈智度科技股份有限公司 2021 年度报告〉全文及摘要》、《智度科技股份有限公司 2022 年第一季度报告》、《智度科技股份有限公司 2021 年度财务决算报告》、《智度科技股份有限公司 2021 年度利润分配预案》、《智度科技股份有限公司 2021 年度内部控制自我评价报告》、《关于非经营性资金占用及其他关联资金往来情况说明的议案》、《智度科技股份有限公司关于 2021 年度证券投资情况的专项说明》、《智度科技股份有限公司 2022 年度董事、监事及高级管理人员薪酬方案》、《智度科技股份有限公司关于前期会计差错更正及追溯调整的议案》、《智度科技股份有限公司关于 2021 年度计提资产减值准备的议案》、《智度科技股份有限公司关于 2022 年度日常关联交易预计的议案》、《智度科技股份有

限公司关于使用暂时闲置的自有资金进行委托理财的议案》、《智度科技股份有限公司关于召开 2021 年年度股东大会的议案》，共十四项议案；

3、2022 年 5 月 23 日，公司召开第九届董事会第十次会议，审议通过了《智度科技股份有限公司关于向银行申请授信的议案》，共一项议案；

4、2022 年 6 月 2 日，公司召开第九届董事会第十一次会议，审议通过了《智度科技股份有限公司关于调整使用暂时闲置自有资金进行委托理财额度的议案》，共一项议案；

5、2022 年 8 月 26 日，公司召开第九届董事会第十二次会议，审议通过了《<智度科技股份有限公司 2022 年半年度报告>全文及摘要》、《智度科技股份有限公司关于聘任公司董事会秘书的议案》，共两项议案；

6、2022 年 10 月 14 日，公司召开第九届董事会第十三次会议，审议通过了《智度科技股份有限公司关于调整使用暂时闲置自有资金进行委托理财额度的议案》，共一项议案；

7、2022 年 10 月 25 日，公司召开第九届董事会第十四次会议，审议通过了《智度科技股份有限公司 2022 年第三季度报告》、《智度科技股份有限公司关于续聘 2022 年度审计机构的议案》、《智度科技股份有限公司关于召开 2022 年第一次临时股东大会的议案》，共三项议案；

8、2022 年 12 月 24 日，公司召开第九届董事会第十五次会议，审议通过了《关于公司向中信银行申请综合授信及在综合授信额度内贷款的议案》，共一项议案。

（三）董事会召集股东大会及对股东大会决议执行的情况

报告期内，公司董事会依照《公司法》、《公司章程》所赋予的职责及国家

相关法律、法规的规定，本着对全体股东负责的宗旨，依法召集股东大会并认真行使股东大会授予的权力，全面贯彻执行了股东大会决议的全部事项。具体如下：

1、2022 年 5 月 20 日，公司召开 2021 年年度股东大会，会议审议通过了《智度科技股份有限公司 2021 年度董事会工作报告》、《智度科技股份有限公司 2021 年度监事会工作报告》、《<智度科技股份有限公司 2021 年度报告>全文及摘要》、《智度科技股份有限公司 2021 年度财务决算报告》、《智度科技股份有限公司 2021 年度利润分配预案》、《智度科技股份有限公司 2022 年度董事、监事及高级管理人员薪酬方案》，共六项议案；

2、2022 年 11 月 11 日，公司召开 2022 年第一次临时股东大会，会议审议通过了《智度科技股份有限公司关于续聘 2022 年度审计机构的议案》，共一项议案。

（四）独立董事履行职责情况

公司独立董事根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》和《上市公司独立董事规则》、《公司章程》、《独立董事工作制度》和相关法律法规的要求，恪尽职守，维护了公司的整体利益和中小投资者的合法权益。公司独立董事积极出席相关会议，认真审议各项议案，客观发表自己的看法和观点，积极深入公司现场调研，了解公司的经营情况，切实发挥了独立董事的作用。

报告期内，公司独立董事对公司的重大决策提供了宝贵的专业性建议和意见，提高了公司决策的科学性和客观性。同时，独立董事还不断督促公司完善法人治理结构，建立健全的内部管理制度，持续深入开展公司治理活动，规范公司运作，提高公司治理水平。

三、战略经营规划

（一）发展战略

1、第一曲线

1、第一曲线

夯实互联网媒体和数字营销业务的基本盘，在业务上形成品牌和效果并举的局面，进一步优化媒体和客户结构，整合体系内的营销资源，包括鲸鸿动能、芒果 OTT、IPTV、五大厂商等资源，加大内容营销、短视频营销在内的资源投入，打通不同媒介之间的壁垒，通过媒体矩阵实现消费场景全面覆盖和用户体系的深度交互，提高自身竞争力，保持行业头部地位。重点布局广告主投放预算充足的社交媒体平台作为开展社会化营销业务的载体，以高增长的 KOL 采买及信息流广告作为社会化营销业务的切入口，打造社会化营销的品牌知名度，寻求更高利润的社会化营销业务，努力发展成为行业前列的社会化营销业务全案公司。助力品牌和商家实现品牌策略、数据、创意、销售的合一，品牌宣传+全局营销+销售落地的营销价值最大化，提供“品效销三合一”整合解决方案。

2、第二曲线

发展声学品牌，打造多元化的自主品牌业务，在声学领域培育孵化 Vifa、爱浪、Aurasound 等一流音响品牌。聚焦孵化新 2B 品牌，将 Vifa SOUND 声学能力落地，依托 Vifa 品牌积淀和声学研发能力，在声学智造的优势结合上完成研发、生产到品牌输出的全链路布局，落地全业态声学应用场景。通过与国内外各大头部品牌的声学合作与市场聚合，为 Vifa 品牌增长提供新引擎。

3、第三曲线

以自主研发的大型开放许可链“智链 2.0”为核心，“基于 VRF 和 POS 融合的共识算法系统”、“节点均衡动态调度系统”、“基于可信计算技术的数据

隐私保护系统”这三大核心技术突破，在支持 10,000 个节点的同时，极大提升区块链的性能，实现灵活的主侧链架构部署，持续打造拥有自主知识产权的大型联盟链底层平台。

公司充分利用在互联网领域的技术储备、渠道优势及运营能力，结合战略合作伙伴在声学技术及 VR 硬件设备制造业的产业链优势，积极探索生成式大模型、AIGC 与虚拟现实技术，探索 AIGC+ VR、数字虚拟人和元宇宙虚拟空间的融合应用与发展，进一步研发和完善基于 VR 及区块链技术的元宇宙数字艺术社区、沉浸式社交等产品，深入把握市场和用户需求，最大限度地满足用户的沉浸式体验需求，营造更智能、更具沉浸感的交互环境，吸引用户通过多种方式参与建设和丰富元宇宙生态，不断探索应用场景和商业模式的创新。

（二）经营计划

数字经济已成为国民经济增长的关键支撑，AIGC 等新业态成为数字经济发展“加速器”。2023 年，公司将把握数字经济时代浪潮，继续为用户开发和提供优质的互联网产品与服务，积极利用人工智能赋能产品升级，在稳定基本盘的同时促进业务创新。在宏观经济进一步复苏的大环境下，市场经济活力提升，数字营销行业发展有望得到修复，公司管理层将紧密围绕董事会的战略安排，优化资源配置及业务结构，不断提升公司的盈利能力和综合竞争力。

1、全面拥抱 AIGC 技术，基于生成式大模型打造垂直领域的小模型和应用，降低成本，提高客户、用户满意度

2022 年下半年以来，生成式大模型不断完善、开源模式的推动、商业化案例的落地，推动 AIGC 发展明显加速。在全新一代大语言模型的加持下，垂类场景的小模型和应用有望出现商业机会。公司将一如既往的积极、主动跟进以

ChatGPT 为代表的生成式大模型的技术和工具的发展，重点打造与公司现有业务的紧密结合的行业小模型模型以及特定应用层应用与创新。

目前，公司已接入 ChatGPT、百度文心一言等大模型，依托数字营销业务多年运营积累的丰富素材和行业经验、元宇宙业务等积累的产品数据、充沛的技术积累和对底层数据深刻理解的技术人才，公司将致力于在数字营销、政务服务、数据科技等领域锻炼并打造垂直领域的小模型和应用，赋能合作伙伴，提高客户、用户满意度，并通过推动应用创新，助力行业变革和升级，不断提升自身和合作伙伴的社会价值。

在数字营销领域，公司将着手打造基于生成式大模型的多平台营销文案领域的 AI 助手，根据不同品类、客户偏好、媒体受众和风格生成不同的定制化内容，降低成本并提高营销创意及效果，最终有望成为客户的个性化、专属智能助手；在政务服务领域，公司将尝试与“Meta 彼岸”现有产品及服务融合，通过垂直领域的大量语料训练，锻炼并打造该垂直领域的小模型及应用，实现智能咨询、政策解读、宣传辅导、报表分析等服务，大幅度提升智能拟人化交互体验；在数据科技领域，公司将基于百度文心一言等大模型，结合行业数据进行模型训练，积极探索在金融信贷等特定垂直领域的小模型的落地应用。

2、积极优化和丰富互联网媒体产品矩阵，更专注于未来建设

在互联网媒体业务上，2023 年将更专注于未来建设，战略方向为积极优化现有业务线以提升用户体验，并扩展新业务线，在业务稳步增长的基础上创造长期价值。根据不同业务线，分别拟定经营计划。其中，浏览器业务重点布局用户获取、增强用户体验、丰富产品功能，拓展新的战略合作伙伴和业务地区；数字

媒体业务将继续侧重、优化与公司现有合作伙伴的合作，同时扩展到其他平台，通过长内容的策略降低对平台依赖的风险，并借助于 ChatGPT 等技术生成文字、图像和语音等多种形式的内容，不断推进降本增效；插件及其他付费应用业务在保持已有收入水平的基础上，进一步探索新机会；移动端业务会结合需求，推出更多的产品，完善产品矩阵，改善用户体验，拓展垂类和分发渠道，并接入 ChatGPT 或类似技术，丰富交互功能及输出，以更加全面和高效地满足用户使用需求，增强用户粘性。

3、提升数字营销领域竞争优势，促进品牌客户销售效果转化

充分利用公司作为华为云鲸鸿动能旅游、游戏等行业的独家代理的优势，紧紧抓住旅游行业、游戏行业复苏的客观有利因素，倾斜资金、人力等公司资源，不断拓宽优质客户群体，为客户提供更优质的服务。

在国家扩内需促消费的政策环境下，充分利用所积累的媒体资源优势，加大对民生消费等重点聚焦行业的资源投入，进一步加强客户粘性并拓展新客户，巩固和提升市场竞争力。进一步提升数字营销服务能力，优化创意和营销策略；充分整合体系内的营销资源，实现资源的交叉销售和集中采购，提升利润空间。在信息流业务线上，充分发挥拥有众多媒体渠道代理的核心资质的优势，帮助客户品牌借助广告精准流量获得海量曝光，专注效果输出持续触达高潜客户，完成曝光、点击、转化、互动一系列链路行为，提升挖掘新兴流量池助力的业务能力，促进品牌业务不断成长。

在新媒体业务线上，在行业成长的机遇下，持续在视频类（含短视频）和社交类媒体端发力，充分利用在品牌、客户、渠道、资金的优势，逐步构建起以内

容为核心的全案整合营销服务，为品牌客户更好的实现从“品牌宣传—效果转化—销售转化”的全链路营销服务；持续推进直播电商业务的精细化运营，加速推进网红新经济与新消费市场的融合发展。

在智慧大屏媒体矩阵业务线上，继续不断拓展中国电信 IPTV、乐播投屏及五大厂商的核心代理业务，深入研究家庭场景营销，激活客厅经济，进一步成为客厅大屏经济为主的家庭场景营销专家。

数字营销业务还将积极探索借助 AIGC 工具，为客户提供多样化的广告创意作品、数字营销方案，提升创作能力，提升内容营销的质量和效率，并以此为基础，与元宇宙业务形成协同，逐步探索将 AIGC 工具应用到“广告创意-营销内容输出-触达消费者-完成消费转化”的营销全流程，在提升营销内容创新性和丰富度的同时，降本增效，带来更好的营销效果，推进营销服务的创新升级。

4、加快自有声学品牌业务孵化

在自有硬件产品方面，广州威发将秉承“品牌+科技驱动”的业务策略，研发符合市场需求的高品质新产品，将以 Vifa 音响、Soundbar 及耳机全线升级为契机，进一步提升产品品质，通过前沿技术为用户带来更优质的交互体验。在调音及品牌业务发展方向上，继续致力于将 Vifa 声学打造成全业态声学解决方案 Vifa SOUND，推进与更多的全场景知名消费电子品牌在产品与音效方面的合作。在市场拓展方向上，稳步进军北欧、北美地区家居市场及酒店市场，大力开拓当地经销商及客户，在新增土耳其市场的基础上，持续开拓布局如俄罗斯、西班牙、迪拜、泰国等国家。

5、大力打造数据科技业务

公司将充分利用不断演进的人工智能技术，利用大数据思路，并基于对底层数据的理解和运用的经验，不断提升市场竞争力。致力于构筑以信贷风控为核心的金融智能分析运营体系，从智能分析，到决策支持，再到业务赋能，与客户共同成长，助力金融领域数字化水平的提升。公司还将探索数据科技业务与公司其他业务如数字营销业务的战略协同，直接为大型国有银行等金融机构提供精准营销服务。

结合在数据、建模和行业经验方面的积累，以标准化和定制化的产品为客户提供长期价值，并积极推动通过联合建模等方式，进一步提升与合作的合作，增强客户粘性；深耕金融行业，利用人工智能技术不断优化模型数据和算法迭代，与金融机构共建生态，进而形成良性循环；提升客户覆盖率和核心客户留存率，并在现有的银行客户之外，积极拓展其他国有及股份制银行；拓宽数据来源并积累细分行业数据，进一步提升数据来源的多元化，不断提升客户画像的精准度，提升策略匹配和目标市场识别能力。

在巩固和提升智能风控业务的基础上，积极开拓营销等新业务，并探索与新的人工智能技术的融合发展。如在消费金融领域，利用人工智能+大数据实现对消费金融不同目标客群的个性化风险防范和营销；基于百度文心一言等大模型，结合行业数据进行模型训练，积极探索在金融信贷等特定垂直领域的落地应用。

6、努力实现数字基础设施建设和应用落地

结合公司具有自主知识产权的区块链底层技术，积极响应数字中国建设的国家战略规划，推动数字基础设施和技术发展，加大区块链技术方面的投入，不断

探索区块链应用场景，深度融入和服务实体经济。在区块链底层技术方面，加大自主可控的大型许可链底层技术的研发投入，实现大规模组网、高交易处理性能、强数据隐私安全性、高可扩展性等方向的进一步技术突破，并深入融合多方产业标准，构建各地区政府数字经济综合服务平台的基础设施。在区块链应用方面，深耕基于区块链的供应链金融业务应用创新，包括，在已实现与建设银行、中信银行、广州银行总行系统直连的基础上，推动农业银行、交通银行、光大银行、浦发银行、民生银行等银行合作由区域性合作向全国性合作升级，实现总行级别的系统直连合作，在更广范围内开展业务；推动制造行业、建筑行业、能源行业、零售业多家接入的核心企业的业务合作进一步扩展，由应收账款融资服务向订单融资、仓单融资等新型产品及服务拓展；与同业企业共同探索业务发展的新模式，促进应用创新，提升商业价值。在供应链金融业务之外，公司还将结合自主的区块链技术和平台，在区块链的其他应用试点持续探索应用场景落地，赋能数字经济。

7、积极拓展元宇宙业务

在国家政策的引导下，以及行业头部品牌引领 VR 等硬件持续升级、内容持续丰富、用户体验持续优化的行业趋势下，叠加 AI 等技术的进步和应用，元宇宙的商业化应用空间可期，有望加速、健康、可持续的发展。公司将以此为契机，打造内容丰富的元宇宙社区，并通过接入 AI 智能技术，聚焦细分领域的模型训练，赋能虚拟形象，提升用户的体验和服务价值，不断完善商业模式。

数字艺术元宇宙社区项目。智度宇宙从事数字艺术元宇宙社区的研发运营，打造了国内首家元宇宙艺术社区“Meta 彼岸”。目前在“Meta 彼岸”艺术元宇

元宇宙社区中已建设多座元宇宙艺术展馆，策划举办多场艺术展，并发行了数百余款基于区块链技术的数字藏品。后续还将引入更多的艺术家、文创 IP、游戏 IP、传统工艺美术 IP、品牌 IP 等入驻，打造内容丰富的元宇宙艺术生态社区。“Meta 彼岸”将不断优化迭代，实现更多社交功能和元宇宙艺术展、会议、在线教育承办服务艺术活动功能，面向更多艺术家和 IP 提供基于区块链技术的数字藏品发行服务，为数字艺术创作者提供数字艺术创作工具；在 AIGC 等工具的加持下，用户还可以通过多种方式参与到艺术元宇宙社区的共享、共建中。

聚焦细分领域的智能化应用。积极探索智能 AI 技术的应用，通过接入文心一言等模型，打造更加智能化的线上交互方式，并从税务服务、医疗健康等细分领域入手，将智能 AI 技术与虚拟形象的结合，聚焦细分领域的模型训练，提升虚拟形象的交互能力，营造更智能、更具沉浸感的交互环境，提升用户的交互体验。以此为基础，继续探索“Meta 彼岸”除举办艺术展之外的其他应用：面向 C 端用户提供丰富的元宇宙场景和社交互动服务，面向 B 端企业的场景搭建及品牌营销服务，面向政府端的场景搭建、文化宣传服务及其他政务服务。

（三）规范运作及健康发展

1、扎实做好董事会的日常工作

2023 年董事会将严格按照法律法规和规范性文件的有关要求，进一步建立和完善企业制度，规范公司运作，做好信息披露、投资者关系等工作。认真组织落实股东大会各项决议，在股东大会的授权范围内进行科学合理决策，对管理层工作进行有效及时的检查与督导，推进公司规范化运作水平更上一个新的台阶。

2、切实保护中小投资者合法权益

公司将严格按照国务院办公厅《关于进一步加强资本市场中小投资者合法权

益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）等有关文件的要求，把保护中小投资者合法权益工作转为制度化、常态化、规范化的工作，并将加强与投资者的沟通联系，积极回应投资者的关注，切实保护投资者合法权益。

3、继续完善内控体系建设

公司将严格按照有关规定并结合实际情况，做好企业内部控制体系及风险管理的持续提升工作，优化公司业务流程，以提高公司的经营管理水平和管理效率，保障公司可持续发展。

2022年公司董事会圆满完成了职权范围内和股东大会授权办理的各项工。2023年，公司董事会和全体员工将共同努力，为保障公司和全体股东给的利益做出积极贡献。

（四）面临的风险和解决措施

1、市场竞争风险

移动互联网行业日新月异的发展吸引了越来越多的竞争者进入市场，市场竞争的不断加大，人口红利优势逐渐减弱，客户需求更多元化，要求更高。在此背景下，如果公司不能强化和巩固行业的领先地位，将错失商业机会，公司的经营可能受到影响。

公司将不断提高自身的核心竞争力，保持持续创新能力和业务开拓能力，立足于客户需求，在提升品牌知名度的同时，借助旗下各子公司的协同效应，实现产业链上下游的整体完善。

2、人员管理与人才流失的风险

互联网行业属于人才密集型行业，其更新换代速度远超其他行业，对人才要求高，公司如果不能留住现有的核心顶尖人才以及根据市场的快速发展引进新的

人才，公司的技术优势得不到良好的发挥，将面临竞争力降低的风险。

公司将不断完善提升员工薪酬福利，优化获取分享与责任结果导向的绩效考核机制，根据不同业务板块、不同发展阶段和不同人群，设计差异化的激励方案，让所有内外部优秀人才参与到价值创造和价值分配的过程中，驱动组织和员工进行更大、更好的价值创造。另外，公司将通过对企业文化的深入宣导和贯彻实施，提高员工的文化素养和道德水准，形成凝聚力、向心力和约束力，提升企业形象，提高企业综合竞争力。

3、宏观经济波动风险

面对国际形势变化、宏观经济下行，各行各业的生产经营都受到了不同程度的影响，且市场经济、生产消费等大环境需要一定时间恢复。公司两大主营业务为互联网媒体和数字营销，与宏观经济大环境相关性较强。随着国家刺激内需消费、促进经济发展的宏观政策下，国内经济活力进一步释放，广告市场需求有望逐步修复，修复进度有待进一步观察；海外市场方面，公司的互联网媒体业务主要面向北美地区，2023 年，北美市场尤其是美国市场存在普遍的通胀压力，经济存在不确定性，进而可能影响广告主对 2023 年的广告预算、媒体购买成本和新用户投资支出。此外，通胀增加了海外子公司的运营成本，影响了收益。

国内市场方面，公司将继续强化经营管理，持续优化战略、资源、管理与协作方面能力，优化组织架构，提效降本，管控风险。继续依托公司的技术和数据资源，升级完善现有技术，提高内部运营效率，助力现有业务模式升级；海外市场方面，公司将继续积极优化和丰富互联网媒体产品矩阵，提升用户体验，从而增强用户粘性，继续执行精简的运营模式，控制运营成本。

4、元宇宙相关概念引发市场波动的风险

元宇宙处于发展早期，涉及到诸多领域及概念，对应的虚拟与现实层面的链接和互动仍需要一定的时间去验证和实现，不排除未来经济或技术层面出现障碍，同时存在支撑元宇宙的基础设施建设、设备和技术的发展可能不及预期的风险。国内数字藏品平台腾讯幻核宣布停止数字藏品发行，并暂停了腾讯新闻 APP 数字藏品的售卖服务，幻核 App 也将于 2023 年 6 月 30 日下线。由此看来，元宇宙概念各环节格局存在较大不确定性，相关产业仍处于投资探索期，请广大投资者充分了解股票市场风险，审慎决策、理性投资。

公司持续关注元宇宙产业动态，借助国光电器在 VR 设备产业链中的地位和作用，结合公司在品牌营销、区块链、游戏开发等领域的经验，公司将兼具硬件和软件的先发优势和技术壁垒，抓住元宇宙发展机遇，大力发展元宇宙业务，并不断延伸应用场景，加速商业化进程。

5、政策变动风险

2022 年下半年以来，AIGC 技术得到快速发展，并在多个应用场景加速落地。公司已在部分业务中接入 ChatGPT（3.5 版本），并将持续探索最新的技术前沿与不同的相关产品与公司产品、商业模式的进一步结合。但鉴于 AIGC 技术的发展中可能面临的数据保护、版权等方面的风险，已经有国家对 ChatGPT 等 AI 技术的使用进行一定的限制。限制使用的政策有可能影响公司对 AIGC 技术的结合应用，从而为业务发展带来一定的不确定性。

公司将在遵守当地的法律法规的前提下开展应用，并制定内部管理规范，对 AI 技术应用场景的各个环节进行数据监督，确保数据来源合法、处理合法、输出合法，加大内容审核力度，从而保障自身的合规性；同时，公司将持续关注 AIGC 相关的政策要求，及时根据政策规定对公司使用 AIGC 等技术或工具作出调整。

智度科技股份有限公司董事会

2023 年 4 月 25 日