证券代码:000676　　证券简称:智度股份　　公告编号:2022-013

智度科技股份有限公司 2021年年度报告摘要

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。

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

公司计划不派发现金红利,不送红股,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		

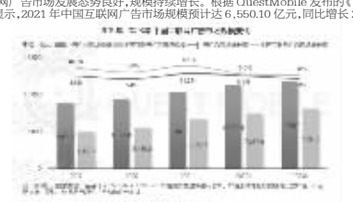
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	孙静	毛勋
办公地址	北京市西城区西绒线胡同51号(北门)	北京市西城区西绒线胡同51号(北门)
传真	010-66237715	010-66237715
电话	010-66237897	010-66237897
电子信箱	zhidugufen@genimous.com	maoqing@genimous.com

2、报告期主要业务或产品简介

一、报告期内公司所处的行业情况

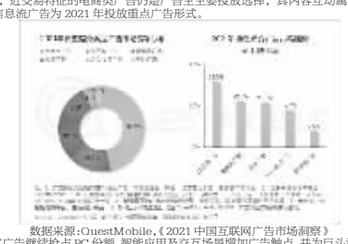
(一)国内互联网数字营销行业的发展阶段

2021年我国互联网广告市场发展态势良好,规模持续增长。根据QuestMobile发布的《2021中国互联网广告市场洞察》相关数据显示,2021年中国互联网广告市场规模预计达6,550.10亿元,同比增长20.4%。



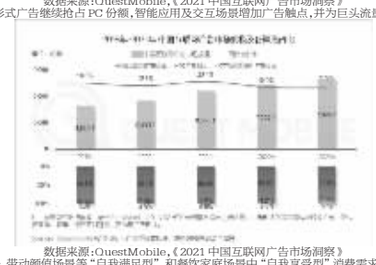
数据来源:QuestMobile,《2021中国互联网广告市场洞察》

从媒介类型上看,近交易特征的电商类广告仍是广告主主要投放选择,具内容互动属性的短视频广告增长最快。短视频、社交和信息流广告为2021年投放重点广告形式。



数据来源:QuestMobile,《2021中国互联网广告市场洞察》

OTT及其他形式广告继续抢占PC份额,智能应用及交互场景增加广告触点,并为巨头流量生态拓展边界。



数据来源:QuestMobile,《2021中国互联网广告市场洞察》

消费场景迁移,带动颜值场景等“自我满足型”和餐饮家庭场景中“自我享受型”消费需求增长,为相关行业带来增长契机。娱乐场景和聚会场景向家庭迁移;2021年体育赛事(奥运会、欧洲杯、NBA等)带来短期聚会和娱乐效应;自我学习和提升场景增加;同时,新增消费需求为新销售渠道(短视频、直播等)带来新机会。

移动互联网用户规模增长放缓,但粘性不断加深,新人口的挖掘成为广告价值推动力。厂仍是操作和交互中心,手机和APP为当下主流量入口,且形成跨屏、链接线下的媒介生态流量。同时,APP之间的相互合作,如通过嵌入合作APP的内容,促进了双方流量的增长。后续,在智能+推动下,多屏+语音将形成入口矩阵。

数据来源:QuestMobile,《2021中国互联网广告市场洞察》

从广告主对网络广告投放预算的规划来看,内容营销策略成重点,短视频与社交平台备受青睐。根据艾瑞咨询发布的《2021年中国网络广告年度洞察报告——产业篇》,对于不同网络媒体和平台的投放预算体现了广告主对于不同媒体和平台的偏好。短视频平台在最近一年获得最多青睐,超过五成的广告主增加了相应的广告投放预算。其次是社交媒体,也吸引了四成左右的广告主增加了广告投放预算。这两类平台最大的特点是消费者偏好标签清晰、用户运营效果明显,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,让越来越多的广告主看到平台的营销价值和潜力。在网络营销形式上,内容营销成为了最多广告主选择的策略,内容营销强调内容的互动性和可复制性,通过内容触达用户,再驱动用户之间的再生产与传播,契合了深度互联网时代“去中心化”的特征,能实现高效的传播效果。

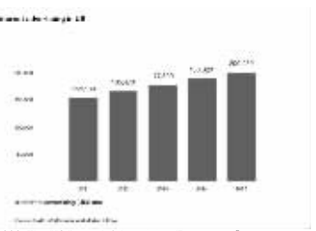
资料来源:艾瑞咨询,《2021年中国网络广告年度洞察报告——产业篇》

互联网的发展促使新经济形式不断涌现,也使得广告与营销的模式发生着巨大的变化,广告主的偏好从传统4A创意与制作转向精细化运营的流量思维,更加看重广告投放的精准度和量化效果。随着广告技术在未来的迭代与升级,广告主对于效果导向的营销诉求得到满足后,很大程度上转向技术与内容高度融合的广告形式,近来逐渐发力的内容营销策略因承载更加深度与丰富的营销信息,更易结合内容产生更强的情感共鸣等特点,越来越得到广告主的关注。

伴随数字化对于各行业的深度渗透、线上线下渠道日渐多元化、消费者需求不断升级以及零售场景的不断拓展,单一媒介在未来信息超载的环境下,越来越难以满足广告主的营销需求和消费者的信息需求,因此加强各类媒介的互联网属性,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成为未来营销发展的主流。广告主更加期待建立完善和丰富的全渠道体系,通过智能化决策,实现在线上、线下全触点和消费者的连接,实施有针对性的营销策略。

(二)海外互联网媒体行业发展情况

经历了2020年的动荡之后,随着新冠疫情各项限制缓解、消费者的广告需求增长,美国互联网媒体行业在2021年逐渐复苏。根据美国互动广告局和普华永道联合发布的《Outlook 2022:The US Digital Advertising Ecosystem》报告显示,美国互联网广告市场在2021年增长近10%,预计在2025年市场规模将超过2,000亿美元。



资料来源:《Outlook 2022:The US Digital Advertising Ecosystem》

二、报告期内从事的主要业务

(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

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,各业务板块协同发展。主要业务和经营模式如下:

1、互联网媒体业务

公司互联网媒体业务主要包括PC端流量入口(以SPE公司为主)和移动端流量入口(以PM公司为主)业务,PC端流量入口业务主要围绕搜索这一PC端互联网流量重要入口开展,SPE拥有目研浏览器、安全软件、邮件管理软件、内容网站等系列自主研发的应用产品,通过大数据和算法对软件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,同时为用户提供搜索入口服务,并将搜索请求分发给雅虎、谷歌、必应等互联网企业,从而获得可观的商业变现收入。SPE在多平台、多垂直赛道和多设备上都具有广泛的国际影响力,横跨30多个内容领域,拥有百万日活,能为客户提供优质时效、大规模的精准受众触达。移动端流量入口业务主要围绕移动端产品矩阵开展,PM公司在各个垂类赛道开发多样化的移动应用,如天气、娱乐、新闻、文件扫描等,为用户提供优质的内容和良好的使用体验,通过广告展示、搜索、应用聚合等形式,向谷歌、Meta、雅虎、沃尔玛、亚马逊等全球知名企业提供精准流量变现服务,目前拥有超过400万的月活用户。

2、数字营销业务

公司数字营销业务主要包括整合营销、实效营销、信息流、OTT大屏、社会化营销等业务。

公司是华为HUAWEI Ads游戏、社交及工具行业的独家广告代理,同时也是其影音娱乐、旅游、阅读、金融等互联网行业,以及电子电器、食品饮料、日化美妆等非互联网行业的广告代理商,代理范围包括华为(包括荣耀)的安卓和鸿蒙操作系统。HUAWEI Ads汇聚华为1+8+N全场景生态布局下的媒介流量,超4亿用户的数字化营销平台,目前已开放锁屏、开屏、信息流等多个展示位,已接入华为浏览器、华为视频、华为音乐等多个媒体。

公司全资子公司智度尔曼是行业领先的营销服务供应商,拥有众多媒体渠道代理资质的牌照,其中包括腾讯广告代理商、百度核心分销商、搜狗行业核心代理商、阿里KA核心代理、爱奇艺效果广告代理和巨量引擎代理授权等,全面覆盖互联网优质媒体。

公司全资子公司智度智麦专注数字品牌广告业务,目前重点以家庭客厅经济大屏端媒体品牌广告和品牌新媒体social营销业务为主,为客户提供相应的品牌整合营销服务。家庭场景智慧屏幕业务方面,智度智麦拥有芒果TV-OTT 2020-2022年3年独代身份,同时与芒果及湖南卫视综艺热剧招商、小芒电商等多次合作;2021年获得中国电信全国IPTV核心代理身份,帮助品牌实现人群全覆盖;2021年获得小度智能屏及天猫精灵的核心代理身份,在AI智能语音互动上帮助客户提高品牌曝光度,实现品效合一;2021年成为创维、海信、康佳、欢网、小米五大OTT厂商的核心媒体伙伴,为品牌提供智能大屏的整合营销服务。在垂类媒体中,智度智麦与虎扑、花椒直播、蜻蜓出行紧密合作,成为其重要核心媒体代理。社会化营销业务方面,智度智麦准确把握新媒体营销领域的发展趋势和客户对互联网营销需求的变化,报告期间成功服务了多个行业品类和国际知名品牌,如帝亚吉欧、雀巢、牛夫人等,帮助广告主提升其商业价值。此外,智度智麦大力探索红人新经济与新消费市场的融合发展,不断完善公司产业布局,实现公司主营业务与创业业务的深度融合与协同效应。

3、其他业务

报告期内,公司进一步加大互联网产业服务业务的布局,包括对自有品牌、新零售、区块链等业务的投入。

公司自有品牌业务为结合公司在数字营销领域多年深耕积累的经验,以及对消费品市场领域的专业化人才队伍建设,依托国光电器在声学领域强大的产业链基础,打造目有电声品牌矩阵,广州威发拥有Vina、爱国以及珠江三大品牌/品牌授权,产品涵盖家庭影院类产品、便携式户外音响、蓝牙耳机等声学品类。广州威发专注于音频技术的研究开发与产品应用,用精湛的电声技术,精良的制造工艺,优质的产品质量打动消费者;在营销策略上,不同于传统企业,广州威发构建全产品矩阵,明确品牌各自定位及受众,以精准的数字营销能力及礼实的跨境营销体系,使其产品远销海内外。

公司新零售业务为以大数据为基础、直播平台为渠道,提供品牌方和流量端智能匹配,落实到“货找人”的新零售平台;同时,与知名MCN机构、文化传媒公司、罗永浩等达人进行合作,凭借优质的服务能力和产品资源,在行业逐渐形成良好的口碑和品牌知名度。

公司区块链业务包括区块链底层技术创新研发及基于区块链技术的行业升级解决方案的创新性研究与落地。目前公司已完成较为领先的区块链底层技术平台的搭建,并在供应链金融、溯源防伪、智慧政务、元宇宙等领域完成了区块链解决方案设计与应用建设;在区块链应用层已开展业务并取得一定的实质进展,积累了丰富的资源和经验。公司控股子公司广州智度供应链金融有限责任公司已取得广东省金融局的许可,从事区块链+供应链金融科技服务业务。“区块链+供应链金融”平台向金融机构、核心企业及其供应商提供融资支持服务、资金结算支持服务、信用咨询及融资管理服务等。

(二)主要的业绩驱动因素

1、技术驱动优势是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、AI算法等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,加强流量入口的布局,同时积极拓展新零售、自有品牌、区块链等新业务,以技术为驱动力的协同效应逐渐成熟。公司境外移动端媒体矩阵凭借其技术优势以及与公司其他业务的协同发展迅速。

2、优质的客户资源是公司业绩提升的有力保障

公司在多年的经营中,积累了大量优质客户,并与客户快伴们建立了长期信任的稳定合作关系。公司的大客户覆盖快消、金融、网服、娱乐、母婴、美妆等,其中包括快手、B站、字节跳动、大众点评、三七互娱、招商银行、贪玩、惠氏、雅诗兰黛、宝洁、联合利华、百事、亿滋、戴森、三金、费列罗、金佰利、GSK、京东、尤妮佳等。知名度高的优质客户具有较强的实力、信誉和抗风险能力,预算规模也相对持续稳定。公司在巩固既有核心客户合作的基础上,不断深度挖掘需求潜能,随着技术优势的不断显现和服务水平的持续提高,为业绩提升提供有力保障。

3、品牌效应的提升为公司业务发展提供了强劲动力

公司各业务主体不断夯实自身影响力,在互联网业务领域中具有多年业务经验,具备稳定的优质客户资源。依托于算法、大数据、区块链等技术优势,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、整合、一站式的服务,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。公司凭借多年累积的行业经验和全面的服务能力,在行业内逐渐形成了良好的口碑和极高的品牌知名度。报告期内,智度亦复荣获百度聚力攻坚奖、百度领创开拓奖、百度品牌突破奖、百度营销A1营销创想奖、百度品牌招商项目优秀合作伙伴奖、百度视频优化业务优先合作伙伴奖、百度新客开拓项目优秀合作伙伴奖、搜狗纵横整合奖、搜狐视频第十三届中国广告主金远奖等众多行业大奖,作为行业的头部企业,公司在业内拥有良好口碑,得到客户的普遍认可。

4、自主研发的区块链技术得到业界一致认可

公司区块链业务快速发展,不断加强产学研融合,加强对市场的教育,参与多项国家和团体标准的研究和发布。智度股份下属的区块链企业是首批区块链信息服务备案企业、“可信区块链推进计划”理事单位、中国电子技术标准化研究院理事单位、中国互联网金融协会会员单位、中国食品药品质量安全促进会区块链专业委员会会长单位、广州市区块链协会常务副会长单位。随着公司区块链的底层技术研究突破以及应用场景落地,将有望促进公司业绩成长。

(三)公司所处的行业地位

目前公司两块主营业务中,互联网媒体业务围绕PC/移动两端升级迭代,在多平台、多垂直赛道和多设备上都具有广泛的国际影响力。SPE是世界领先的数字业务提供商之一,在互联网营销、应用研发、数据分析技术方面拥有一流的专业水平,PC端互联网媒体横跨30多个内容领域,拥有百万日活,能为客户提供优质时效、大规模的精准受众触达。互联网数字营销行业机遇与挑战并存,行业整合、差异化发展、技术革新层面进步、私域营销、内容营销等将是互联网数字营销行业发展重点。公司数字营销业务在为广告主提供全方位、一站式的综合性服务的基础上不断升级商业模式,增强客户粘性,实现营销价值最大化,在行业竞争中占据头部地位。

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。公司区块链相关业务获得了国家相关单位及区块链专业机构的一致认可,目前已成长为国内头部区块链企业。

三、核心竞争力分析

(一)全球化发展模式

公司积极推进国际化业务、坚持全球化战略,在中国、美国、开曼群岛、塞浦路斯设有办公场所。以SPE+PM公司为境外业务发展的核心平台,通过丰富的海外变现经验、用户基础、产品矩阵以及具有竞争力的大数据、算法、区块链技术经验,海内外业务协同,充分发挥各方优势,提升流量经营平台质量及商业变现效率,推动公司业务全球化发展。

(二)多样化产品矩阵以及高效的分发运营能力

通过先进的大数据技术和获客策略,公司自主研发和运营的多样化移动端、PC端产品矩阵,帮助品牌主更加高效地触达用户。目前海外子公司自行研发了100余款应用,形成多样化的产品组合,覆盖所有主流平台;多个产品在Google Play Store和App Store应用商店进入排行榜前十;所有应用均通过谷歌和雅虎严格合规审查,并通过AppEsteem认证,长期在Yahoo流量质量排名中获得最高分,SPE系CleanApps商业协会成员。全公司范围的KPI汇报系统可追踪各组织的实时表现,以实现团队的自主运作,围绕管理目标做出基于数据的明智决策;直达用户的分发策略能够带来可盈利的获客,从而持续产生利润;精简化的运营模式能够跟踪市场变化,实现实时资源再调配。

(三)优质的媒体/品牌合作伙伴

经过多年的发展与合作,公司形成了极具竞争力的互联网流量经营平台,媒体拓展能力不断加强,与国内外知名媒体均有良好的合作关系,如:Meta、谷歌、雅虎、必应、亚马逊、华为、百度、腾讯、阿里、字节跳动、快手、B站、搜狗、爱奇艺、芒果、中国电信、乐播、虎扑、咪咕、创维、海信、小红书等。公司依托技术优势,将产品和服务相结合、内容和创意相融合,为客户提供优质整合的营销服务,并以领先的区块链底层技术为支撑提定制化的区块链转型升级解决方案,在增强产业链上下游客户粘性的同时,吸引不同行业的合作伙伴。报告期内,与公司合作的客户多来自于各行业的领先品牌及世界500强企业。随着公司业务的稳步发展和快速升级,公司将继续扩大并深度发掘客户需求,增强公司竞争力,实现业绩持续增长。

(四)专业化和国际化人才

公司本科及以上学历的员工占比约70%,且引入了较多的海外互联网行业相关人才,核心技术团队来自全球知名高校及一线互联网企业,对全球互联网市场有深入的了解和研究。公司管理团队有着丰富的行业经验,对行业有着深刻理解,在移动互联网行业趋势判断、资源整合运营、流量变现、广告商务合作、区块链技术研发等领域积累了丰富的经验并形成了自己的方法论。公司的核心人员均具有多年的行业工作经验,曾就职于IBM、谷歌、华为、百度、腾讯、阿里、蚂蚁金服、快手等知名企业,对行业发展及竞争情况把握精准,对商业机会和市场态势分析敏锐。

公司内部不断完善优秀人才培育体系,通过入职及内外部在职培训等多阶段分层次定向培养机制,增强员工的专业能力及专业服务精神,提高员工对公司的认可度和忠诚度。

(五)前沿技术开发能力及应用

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。区块链业务板块自主研发大型开放许可链,实现“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,完善灵活的主侧链架构部署,打造了拥有自主知识产权的大型联盟链底层区块链技术在供应链金融、食药品溯源、智慧政务、元宇宙等领域领先的落地应用解决方案,并持续对区块链在征信、物联网、广告、智慧政务、元宇宙等众多场景应用进行新的探索。

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

追溯调整或重述原因

会计差错更正

单位:元

	2021年末	2020年末		本年末比上年末增减	2019年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	5,083,663,848.57	5,993,810,486.37	6,019,388,832.56	-15.55%	9,258,769,774.51	9,258,769,774.51
归属于上市公司股东的净资产	3,850,908,479.46	3,694,923,733.85	3,718,415,417.50	3.56%	6,666,824,468.68	6,666,824,468.68

	2021年	2020年		本年比上年增减	2019年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	5,682,085,939.37	10,716,328,383.04	10,716,328,383.04	-46.98%	10,853,215,610.03	10,853,215,610.03
归属于上市公司股东的净利润	133,491,478.84	-2,923,301,112.60	-2,901,648,971.61	104.60%	619,697,152.88	619,697,152.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	58,330,700.96	-2,525,861,712.40	-2,501,122,857.92	102.33%	391,524,986.91	391,524,986.91
经营活动产生的现金流量净额	181,437,903.95	-221,105,114.81	-221,105,114.81	182.06%	129,280,873.41	129,280,873.41
基本每股收益(元/股)	0.1046	-2.3059	-2.2889	104.57%	0.4936	0.4936
稀释每股收益(元/股)	0.1046	-2.3059	-2.2889	104.57%	0.4772	0.4772
加权平均净资产收益率	3.53%	-56.39%	-55.86%	59.92%	9.90%	9.90%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

1、前期差错更正

(1)前期会计差错更正的原因

本公司2020年度对持有的国光电器11.5%的股权、持有的惠信基金23.07%的认缴出资份额判断为对被投资单位没有重大影响的权益性投资,作为目资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的以公允价值计量且其变动计入当期损益的非流动金融资产,在“其他非流动金融资产”项目反映。该等处理未考虑本公司对上述被投资单位存在的重大影响之情形,不符合企业会计准则相关的规定,本公司根据董事会决议,对相关事项进行了前期会计差错更正。

(2)具体的会计处理

①对国光电器的权益性投资

截至2020年12月31日,本公司持有国光电器11.5%的股权,认为系对被投资单位没有重大影响的权益性投资,在“其他非流动金融资产”项目反映。

根据被投资单位公司章程规定,本公司有权力向被投资单位委派董事、监事候选人,且国光电器的两位非独立董事(非本公司提名),于2020年5月13日被智度股份增补为非独立董事,并该等两位董事同时担任智度股份、国光电器的董事长、副董事长。鉴于此,本公司可以对被投资单位施加重大影响,对国光电器的权益性投资应作为长期股权投资采用权益法核算,本期采用追溯重述法调整。

本次追溯调整,调增2020年末长期股权投资49,590.39万元,调减2020年末存货1.11万元,调减2020年末其他非流动金融资产46,954.58万元;调增2020年末递延所得税负债228.85万元。调增2020年度投资收益1,526.34万元,调增2020年度公允价值变动损益915.40万元,调增2020年度所得税费用228.85万元,调增2020年度净利润2,212.89万元,调增2020年度其他综合收益192.96万元。调增2020年末未分配利润2,212.89万元。

②惠信基金的权益性投资

截至2020年12月31日,本公司作为有限合伙人认缴惠信基金出资比例为23.07%,在“其他非流动金融资产”项目反映。

惠信基金投资决策委员会委员库两名成员,于2020年5月13日被智度股份增补为非独立董事。鉴于此,本公司可以对被投资单位施加重大影响,对惠信基金的权益性投资应作为长期股权投资采用权益法核算,本期采用追溯重述法调整。

本次追溯调整,调增2020年末长期股权投资31,897.44万元,调减2020年末其他非流动金融资产32,285.86万元,调增2020年末递延所得税资产311.56万元;调减2020年末递延所得税负债20.18万元;调增2020年度投资收益947.54万元,调减2020年度公允价值变动损益1,326.96万元,调减2020年度所得税费用331.74万元,调减2020年度净利润47.68万元,调增2020年度其他综合收益54.95万元。调减2020年末资本公积63.95万元,调减2020年末未分配利润47.68万元。

(3)对财务状况和经营成果的影响

上述前期会计差错更正事项业经本公司第九届董事会第九次会议批准,调增2020年末资产总额2,557.84万元,调增2020年末负债总额208.67万元。调增2020年度净利润2,165.21万元,调增2020年度其他综合收益247.91万元。调减2020年末资本公积63.95万元,调增2020年末未分配利润2,165.21万元。

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,857,166,484.80	1,604,335,608.47	1,305,637,439.53	914,946,406.57
归属于上市公司股东的净利润	63,329,276.40	26,130,069.16	66,880,816.31	-22,848,683.04
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	44,200,857.41	8,335,422.95	49,153,857.34	-43,359,436.74
经营活动产生的现金流量净额	-56,093,106.10	-49,918,028.98	78,584,680.21	208,864,358.82

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

√ 是 □ 否

本公司2020年度对持有的国光电器11.5%的股权、持有的惠信基金23.07%的认缴出资份额判断为对被投资单位没有重大影响的权益性投资,作为目资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的以公允价值计量且其变动计入当期损益的非流动金融资产,在“其他非流动金融资产”项目反映。该等处理未考虑本公司对上述被投资单位存在的重大影响之情形,不符合企业会计准则相关的规定,本公司根据董事会决议,对相关事项进行了前期会计差错更正。

4、股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	81,877	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	85,706	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
北京智度德普股权投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	29.11%	371,579,062	0		
智度集团有限公司	境内非国有法人	6.51%	83,088,573	0		
新天世安(北京)科技有限公司	境内非国有法人	2.88%	36,803,000	36,803,000		
杨方	境内自然人	2.47%	31,551,000	31,551,000		
拉萨经济技术开发区智恒咨询有限公司	境内非国有法人	1.74%	22,245,967	0		
上海易晋网络科技有限公司	境内非国有法人	1.51%	19,234,952	19,234,952	冻结	19,234,952
香港中央结算有限公司	境外法人	1.10%	14,060,828	0		
计宏铭	境内自然人	0.92%	11,747,381	0		
上海开思股权投资基金管理有限公司-开思月异33号私募证券投资基金	境内非国有法人	0.74%	9,402,673	0		
胡明兰	境内自然人	0.58%	7,431,200	0		

上述股东关联关系或一致行动的说明	1、智度集团有限公司、拉萨经济技术开发区智恒咨询有限公司是公司控股股东北京智度德普股权投资中心(有限合伙)的一致行动人。2、除此之外,未知其他前10名股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	1、智度集团有限公司截至2021年12月31日持有本公司股份为83,088,573股,持股比例为6.51%,其中通过广发证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有64,983,945股。2、李向清先生截至2021年12月31日持有本公司股份为7,320,000股,持股比例为0.31%,其中通过国泰君安证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有4,320,000股。

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□ 适用 √ 不适用

三、重要事项

2021年,随着国内疫情好转,品牌客户广告需求逐步回升,公司进一步优化业务结构,经营持续向好。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新零售和自有声学品牌业务,为公司未来业绩增长带来新引擎,同时推进第三曲线区块链技术及应用场景落地,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。

(下转598版)

证券代码:000676　　证券简称:智度股份　　公告编号:2022-014

智度科技股份有限公司 2022年第一季度报告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

重要内容提示:

1.董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告的真实、准确、完整,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。

2.公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)声明:保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

3.第一季度报告是否经过审计

□ 是 √ 否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

追溯调整或重述原因

会计差错更正

	本报告期	上年同期		本报告期比上年同期增减
		调整前	调整后	调整后
营业收入(元)	818,587,305.12	1,857,166,484.80	1,857,166,484.80	-55.92%
归属于上市公司股东的净利润(元)	31,194,456.90	83,248,920.21	63,329,276.40	-50.74%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	24,242,904.43	37,062,384.22	44,200,857.41	-45.15%
经营活动产生的现金流量净额(元)	84,420,881.37	-56,093,106.10	-56,093,106.10	250.50%
基本每股收益(元/股)	0.0244	0.0652	0.0496	-50.81%
稀释每股收益(元/股)	0.0244	0.0652	0.0496	-50.81%
加权平均净资产收益率	0.81%	2.22%	1.69%	-0.88%

	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年度末增减
		调整前	调整后	调整后
总资产(元)	4,814,166,076.38	5,083,663,848.57	5,083,663,848.57	-5.30%
归属于上市公司股东的所有者权益(元)	3,865,899,565.02	3,850,908,479.46	3,850,908,479.46	0.39%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

公司2020年度对持有的国光电器股份有限公司(以下简称“国光电器”)11.5%的股权、持有的深圳智度惠信新兴产业股权投资基金合伙企业(有限合伙)(以下简称“惠信基金”)23.07%的认缴出资份额判断为对被投资单位没有重大影响的权益性投资,作为目资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的以公允价值计量且其变动计入当期损益的非流动金融资产,在“其他非流动金融资产”项目反映,2021年一季度仍按照该方法核算。该等处理未考虑公司对上述被投资单位存在的重大影响之情形,不符合企业会计准则相关的规定,公司根据公司董事会决议,对相关事项进行了前期会计差错更正。

根据被投资单位公司章程规定,公司有权力向被投资单位委派董事、监事候选人,且国光电器的两位非独立董事(非智度股份公司提名),于2020年5月13日被智度股份增补为非独立董事,并该等两位董事同时担任智度股份、国光电器的董事长、副董事长。鉴于此,公司可以对被投资单位施加重大影响,对国光电器的权益性投资应作为长期股权投资采用权益法核算。

惠信基金投资决策委员会委员库两名成员,于2020年5月13日被智度股份增补为非独立董事。鉴于此,公司可以对被投资单位施加重大影响,对惠信基金的权益性投资应作为长期股权投资采用权益法核算。

(二)非经常性损益项目和金额

√ 适用 □ 不适用

单位:元

项目	本报告期金额	说明
计入当期损益的政府补助(与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定,按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外)	1,787,900.05	
委托他人投资或管理资产的损益	92,342.56	
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	53,454.20	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-67,544.22	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	6,857,627.78	
减:所得税影响额	1,678,191.00	
少数股东权益影响额(税后)	94,036.90	
合计	6,951,552.47	--

其他符合非经常性损益定义的损益项目的具体情况:

□ 适用 √ 不适用

公司不存在其他符合非经常性损益定义的损益项目的具体情况。

将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益项目的情况说明

□ 适用 √ 不适用

公司不存在将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目的情况。

(三)主要会计数据和财务指标发生变动的情况及原因

√ 适用 □ 不适用

2022年一季度主要财务数据变动报表项目	期末数/本期	期初数/上年同期	变动金额	变动比率	分析说明
应收票据	0.00	99,930,493.00	-99,930,493.00	-100.00%	主要系报告期内公司银行承兑汇票到期承兑,相应减少所致。
应收款项融资	2,240,700.00	200,000.00	2,040,700.00	1020.35%	主要系本公司之子公司视其日常资金管理的需要将一部分应收账款办理保理业务,该子公司管理应收账款的业务模式既包括收取合同现金流量为目标又包括出售为目标,故将同类应收账款分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产核算,该类客户余额正常变动所致。
预付款项	58,386,247.46	61,490,465.71	-3,104,218.25	-5.05%	主要系报告期内随公司业务开展,相应媒介采购款向未消耗完成的部分减少所致。
长期应收款	0.00	478,799.80	-478,799.80	-100.00%	主要系报告期内公司开展互联网金融业务,一年以上到期的保理业务款项减少所致。
应付职工薪酬	37,027,426.96	64,893,886.42	-27,866,459.47	-42.94%	主要系报告期内发放了上年末预支金所致。
一年内到期的非流动负债	6,874,487.38	217,408,133.46	-210,533,646.08	-96.84%	主要系报告期内偿还了一年内到期的长期借款,余额为一年内到期的租赁负债。
营业收入	818,587,305.12	1,857,166,484.80	-1,038,579,179.68	-55.92%	报告期内公司优化业务结构,结合年度运营,资金策划,对数字营销业务进度收缩,聚焦核心媒体、品牌客户,优质客户;同时,公司海外业务下属的移动端业务、自研浏览器业务、数字媒体业务均较上年同期增长。
营业成本	682,396,389.92	1,678,265,308.46	-995,868,918.54	-59.34%	报告期内,公司整体营业额较上年同期减少,相应营业成本较上年同期减少,目营业成本降低比例大于营业收入降低比例,公司毛利率增加。
手续费及佣金支出	11,450,030.35	20,287,673.24	-8,837,642.99	-43.56%	主要系报告期内随互业,保理业务经营规模变化,相应手续费及佣金支出减少所致。
税金及附加	1,037,856.92	2,444,178.56	-1,406,321.64	-57.54%	主要系报告期内随营业收入减少,相应税费减少。
销售费用	34,218,625.04	51,318,443.47	-17,099,818.43	-33.32%	主要系报告期内随业务结构调整,营