

证券代码：300766

证券简称：每日互动

公告编号：2021-034

# 每日互动股份有限公司 2020 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。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所仍为天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以截至 2021 年 3 月 31 日的总股本 400,100,000 股扣除公司回购专用证券账户中 8,238,593 股后的股份总数 391,861,407 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.5 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	每日互动	股票代码	300766
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		
姓名	李浩川		
办公地址	浙江省杭州市西湖区西斗门路 7 号千岛湖智谷大厦 A 座		
传真	0571-86473223		
电话	0571-81061638		
电子信箱	info@getui.com		

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）主要业务及经营模式

公司作为专业的数据智能服务商，致力于用数据让产业更智能。公司深耕开发者服务，并以海量的数据积累和创新的技术理念，构建了面向企业的用户增长、品牌营销、风控与增能服务，以及面向政府的公共服务。

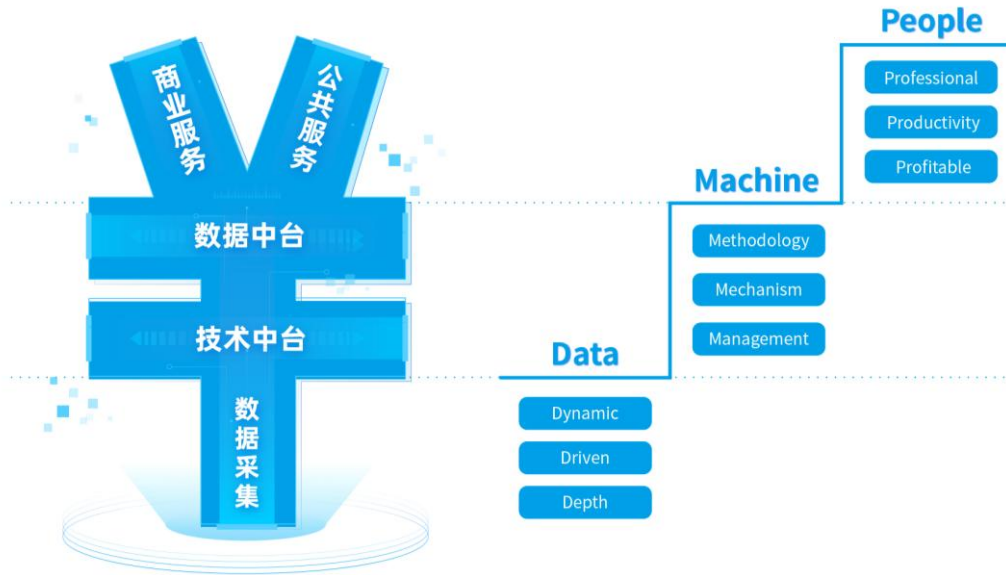
公司的业务逻辑分三层（D-M-P, Data-Machine-People）：

底层“D”是指数据采集，基于公司在开发者服务中积累的数据以及对海量动态数据的深入洞察，源源不断地为顶层业务提供数据支撑。

中层“M”是指数据治理，包括对数据的归集汇聚、资产化管理、精细加工，然后提供给上层业务系统以数据服务的能力，包括技术中台和数据中台。

上层“P”是指数据应用，结合数据模型与行业专家知识，在商业服务、公共服务领域打造了产品化的、规模化盈利的数据智能应用平台。

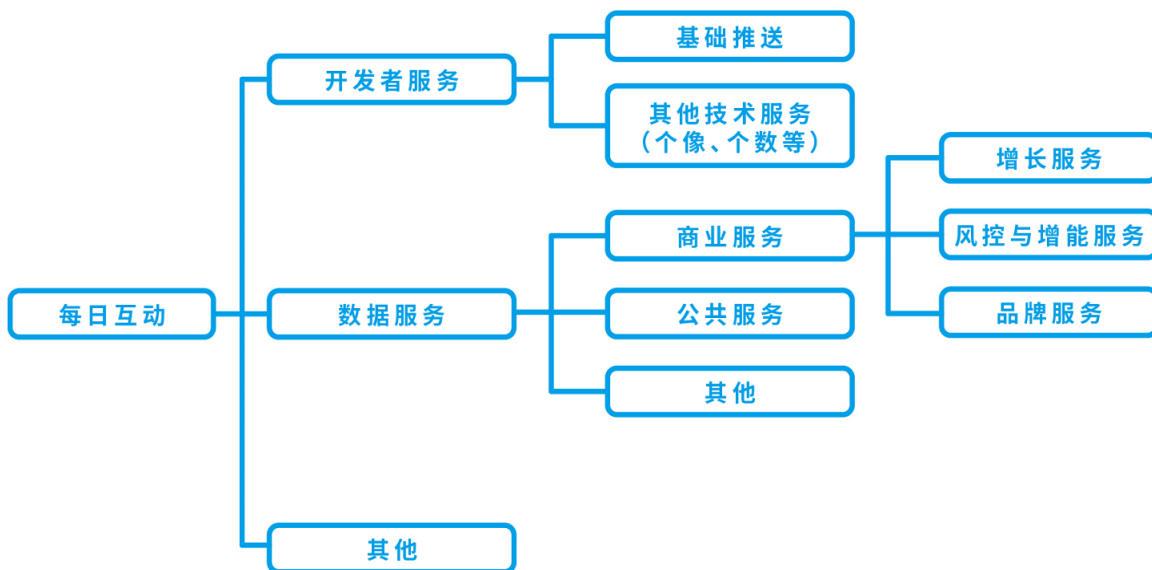
“D-M-P”三层的关系，就是数据智能的“马-鞍-人”，人凭借丰富的经验和上乘的马鞍才能驾驭好千里马。（图表1）



图表 1

公司各板块业务聚焦深耕，核心产品创新迭代，服务体系日臻成熟，市场拓展成效显著。公司将持续巩固大数据基础，并通过构建“每日治数平台”强化数据治理能力，以驱动业务向上和场景落地。公司业务进一步实现结构性优化，业务成长更有韧性，持续盈利基础也更加扎实，公司长期可持续发展已进入新阶段。

为更简明清晰地展示公司业务逻辑，更好地实现组织聚焦与资源协同，公司将“P”层垂直应用划分为“商业服务”与“公共服务”两大领域，“商业服务”包含“增长服务”、“风控与增能服务”、“品牌服务”，与“公共服务”共同构成“数据服务”赋能垂直领域。（详见图表2）



图表 2

## （二）主要业绩驱动因素

报告期内，公司抵抗住疫情影响，实现营业收入50,144.15万元，同比基本稳定，业务结构优化成效显著，业务成长更有韧性，经营性现金流极大优化，持续盈利基础更加夯实，对新技术、新产品研发投入持续增强、优秀人才储备力度继续加大。

2020年，公司围绕年初制定的经营计划有序推动各项业务协同发展，增长服务自年中完成业务形态切换，收入同比略有下降，其他业务均实现同比增长。其中开发者服务依然稳健，数据底盘更加扎实；公共服务上半年面临疫情极大压力仍保持稳定增长，下半年疫情控制之后，重回快速通道，四季度环比增长45.01%；风控与增能服务实现营业收入5,406.95万元，同比增长68.99%；品牌服务持续取得突破，实现收入2,052.71万元，同比增长96.33%，为品牌广告主驱动数字化投放的金额达到37,269.58万元，同比增长441.63%，有望成为公司重要的业绩支撑点。

作为一家交叉融合了互联网、大数据、人工智能和云计算等多个新兴产业的新经济体，报告期内，公司人工及研发投入同比增加1250万元，主要致力于人工智能、大数据处理、治数平台研发等领域的科研工作和技术储备。公司秉承“科技改变每日生活”的初心，以数据和科技的力量践行技术公益。在国家卫健委首次披露疫情当日，公司便组建了全国第一支大数据防疫团队——“个医”，作为“数字义勇军”志愿参与疫情防控，践行一个“数据智能”企业应有的社会责任。疫情期间公司先后投入人员300多名，调动数百台服务器，累计无偿投入折合金额超过1000万元，通过“判态势、做预测、推密接、溯源头、助复工、防输入”，实现新冠肺炎疫情的可追溯、可预测、可视化和可量化，在政府相关部门开展疫情精准防控的工作中发挥了重要作用。

## （三）公司所属行业发展情况

近年来，数字经济成为全球经济发展的新引擎，我国数字经济发展成绩斐然。在相关政策的大力推动下，我国大数据产业生态日趋成熟。大数据推动产业升级、治理创新，催生新模式、新业态，引领技术创新等，为社会主义市场经济注入新活力。数字经济的蓬勃发展，已成为推动我国经济实现高质量发展的助推器，也为我国“加快构建以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局”奠定了基础。

### （1）顶层设计推动大数据产业快速、健康发展

2015年8月，国务院颁布《促进大数据发展行动纲要》，大数据正式上升为国家基础性战略资源。2017年10月，党的十九大报告中指出，要推动大数据、人工智能等与实体经济深度融合。2019年10月，党的十九届四中全会首次提出，大数据作为生产要素参与收益分配。2020年4月，国务院发布《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》，提出“加快培育数据要素市场”。2021年3月，经十三届全国人大四次会议审核通过，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》（以下简称“十四五”规划）正式颁布，对大数据今后五年的发展做出系统性部署。此外，各部委、各地区也加快完善大数据产业发展相关立法，进一步提供丰沃的政策土壤，行业标准与技术体系持续完善，打通产业链条各环节发展桎梏，大数据产业将迈向新发展阶段。

同时，作为行业健康有序发展的保障，包括用户隐私在内的数据安全，也越来越受到关注与重视。如何在数据价值挖掘的过程中保护好个人隐私，国家有关立法不断完善，行业安全监管进一步升级，这些都对大数据行业市场参与者提出了更高的要求。2020年，可谓我国数据安全立法之元年，《中华人民共和国数据安全法（草案）》《中华人民共和国个人信息保护法（草案）》等相继面世，相关立法问题向社会公开征求意见。立法层面进一步明确了大数据市场规则，增强了个人信息保护的法律规范系统性和可操作性，有效缓解数据安全与开放应用之间的矛盾，促进互联网时代数字经济健康发展。

## （2）数字化升级需求迸发，大数据行业规模扩容

2020年，我国数字经济核心产业增加值占GDP比重为7.8%，“十四五”规划将这一比重提升至10%。我国将加快“数字中国”建设，协同数字产业化和产业数字化转型，赋能企事业数字化、智能化升级，完善政府数字治理体系，构建更具活力的数字生态，推动数字经济发展走深、走实。大数据与各行业业务场景有机结合，尤其在数据应用、数据治理等领域展现出巨大潜力，助力垂直领域提质增效，驱动相关行业创新变革。“十三五”期间，我国产业数字化规模占数字经济总量比重持续增大，对数字经济贡献进一步提升，其在数字经济中的引擎地位进一步凸显。在社会治理方面，数字化趋势势不可挡。面对后疫情时代，政府将在更多治理领域加大数字化应用与管理，全面提升现代化治理水平。未来，随着各领域数字化升级需求不断增长以及生态体系不断完善，客户需求更加多元化、复杂化，拥有深厚技术积累、领先数据治理能力及丰富行业经验，且能够提供整体化解决方案的大数据公司将迎来更广阔的发展空间。

## （3）信息技术创新迭代，打造增量蓝海市场

前沿信息技术融合创新日益活跃，与大数据产业形成共振加快发展。如云计算大大提高了数据传输、存储的效率；人工智能通过大数据训练变得更加“智能”，反哺大数据实现深度分析与挖掘；物联网、5G让“万物互联”成为可能，在拓宽数据来源获取路径的同时，进一步丰富了大数据应用变现的落地场景。而针对大数据行业如何破解数据安全、权属、垄断等资产化难题时，隐私计算等数据安全流通技术正在登上行业发展的舞台。大数据行业在自身发展过程中，需要不断地技术创新来攻克不同阶段的痛点问题，以实现可持续发展。科技创新已在路上，大数据产业增量蓝海市场正在打开。

面对日趋复杂多变的宏观经济形势，大数据行业担负着经济增长新动能的重要使命，数字经济发展既有机遇也有挑战。国内大数据产业近年来实现跨越式发展，体量规模大幅增长，并在关键领域取得持续性的突破。未来，我国大数据产业将进一步释放中国数字经济发展之红利，加强国际合作，与全球大数据产业形成协同发展，在推动全球经济增长方面扮演更加重要的角色。

## （四）公司所处行业地位

公司经过十多年发展，于所在行业与优秀的市场参与者同台竞技，凭借独特优势铸就核心竞争力，已成为国内数据智能赛道的领跑者之一。公司作为专业的数据智能服务商，致力于用数据让产业更智能，以海量的数据积累和创新的技术理念，为商业主体和政府部门提供数据智能服务，促进客户效率的提升。

### （1）夯实已有数据底盘，拓展更多触达领域

公司具备庞大的数据规模，覆盖面广、实时性强。公司领先的推送技术为自身带来了强大的数据收集能力，在合法合规的前提下，不断巩固提高移动端热数据的获取能力。持续的动态数据积累，对于数据的深度洞察，源源不断地为上层业务提供言之“有据”的支持。除推送产品外，公司已形成包括用户画像、数据统计、一键认证等在内的完整产品矩阵，全方位满足开发者的多样化需求。公司不仅在移动设备上实现全量覆盖，也在智能设备领域开启更多全新触点。智能电视、智能汽车等场景下，以智能触达为连接点，推动数据智能与相关领域进一步融合。截至报告期末，开发者服务SDK累计安装量突破680亿，日活跃独立设备数（去重）超4亿，其中智能IoT设备日活跃数超2400万。

### （2）打造领先治数能力，开拓创新治数方向

公司对线上线下行为特征等数据拥有深度的理解，对数据进行萃取和洞察的能力处于行业领先。公司经过多年的研发和实践，不断提高数据处理的精细度，通过进行多维度深入萃取数据间隐蔽联系，并经深度挖掘后建模，不断探索数据的应用

潜力，数据治理与挖掘能力持续增强。目前，公司每日实时处理数据量超过30TB，已形成2500余种数据标签，广泛应用于相关垂直领域。同时，公司积极研发及沉淀产品化数据治理的创新技术，致力将其转化为商业成果，推出“每日治数平台”。公司希望能够提供一套易于上手、使用门槛低的数据治理工具，除对内强力提升工作效率之外，借助这一工具，可帮助政府和行业客户实现自主的管理和使用数据，解决其自身数据孤岛、数据治理、数据应用等痛点问题。日前，公司已在相关领域进行了实战探索，为客户数字化升级提供了强有力的支撑。

### （3）沉淀丰富行业经验，融合场景更快落地

公司聚焦深耕垂直领域的的数据应用，积累了丰富的垂直行业经验，并转化为深厚的行业知识储备，不断打磨、复用，相较于纯粹提供技术支持的服务商，能够更好地理解客户、赋能客户。公司将数据、能力与场景深度融合，以数据智能产品和解决方案为企业和政府从业务洞察、科学决策到产业实践的全链路创新持续增能。公司打造了一支来自于相关垂直行业的资深专家队伍，将行业的“Know-How”与公司的数据能力有机结合，为各垂直领域提供了产品化的、规模化盈利的数据智能平台，并在垂直领域不断探索深化数据智能的落地应用。同时，在面对新领域、新挑战时，公司能够快速结合在已有业务中沉淀的经验优势，与新领域专家知识高效融合，迅速汲取并实战应用。

### （4）潜心基础技术研究，推进前沿领域探索

公司多年来坚持对基础技术的研发投入，致力成为引领行业技术发展的重要动力，也为公司“数据智能”业务线奠定坚实的技术基础。公司设立了“杭州西湖数据智能研究院”，并以“成为数智研究领域的领头雁”为愿景，深耕数据智能最前沿的领域，布局数字化治理、安全计算、动态本体、数字健康、智能风控等几大方向。此外，公司还与各类顶尖科研机构、高等学府成立多个数据智能联合实验室，共同推进大数据、人工智能等尖端技术的飞速发展。相关实验室已在研究领域取得良好进展，研究成果已被提交申请专利以形成技术防御墙，知识图谱、步态识别等前沿技术已落地应用到公共服务、智能安防等具体业务场景中。

### （5）树立行业合规典范，推动行业健康发展

公司积极牵头行业规范和标准的研究与制定，引领行业健康、持续发展。2020年，公司成功主办“西溪论数”数据智能行业高峰论坛。此次论坛中，经由政府相关部门指导和支持，公司联合数十家产业代表发起了数据智能领域首份行业宣言——《西溪数据宣言》，倡议技术向善、强化底线意识、固守安全之本，一同推动行业的健康发展。2020年，公司牵头起草、参与编写了《信息安全技术移动互联网应用程序（App）SDK安全指南》《网络安全标准实践指南移动互联网应用程序（APP）使用软件开发工具包（SDK）安全指引》《信息安全技术移动互联网应用程序（APP）个人信息安全测评规范》等多个国家标准和指引规范。其中，《信息安全技术移动互联网应用程序（App）SDK安全指南》为国内首份关于SDK安全的国家标准。

公司发展多年，持续深耕开发者服务并获取海量合规实时数据，对数据进行精细化萃取等治理，并应用于垂直领域赋能商业和政府客户，已实现了“D-M-P”自身业务逻辑的闭环。未来，公司将携手更多的合作伙伴，创建数据智能共赢生态，助力建设数字中国。

## 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

	2020 年	2019 年		本年比上年增减	2018 年
		调整前	调整后	调整后	
营业收入	501,441,485.60	538,336,130.98	500,871,034.65	0.11%	539,308,689.46
归属于上市公司股东的净利润	71,980,424.67	108,983,846.57	75,969,785.15	-5.25%	248,786,599.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	67,456,121.15	101,664,117.99	68,650,056.57	-1.74%	227,690,583.74
经营活动产生的现金流量净额	44,925,383.13	-10,826,270.66	-10,826,270.66	514.97%	219,056,296.88
基本每股收益（元/股）	0.18	0.28	0.19	-5.26%	0.69
稀释每股收益（元/股）	0.18	0.28	0.19	-5.26%	0.69
加权平均净资产收益率	4.27%	7.16%	5.05%	-0.78%	24.74%
	2020 年末	2019 年末		本年末比上年末增减	2018 年末
		调整前	调整后	调整后	
资产总额	2,063,133,581.02	1,845,523,336.50	1,812,509,275.08	13.83%	1,222,241,672.50
归属于上市公司股东的净资产	1,677,612,035.16	1,699,944,953.62	1,666,930,892.20	0.64%	1,129,866,399.50

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

具体内容请见《每日互动股份有限公司 2020 年年度报告》“第十二节 财务报告”之“十六、其他重要事项”之“1、前期会计差错更正”。

## （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	102,201,670.29	129,522,475.23	115,849,032.54	153,868,307.54
归属于上市公司股东的净利润	28,195,985.29	26,746,902.39	10,202,445.00	6,835,091.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	21,704,161.39	26,940,345.85	7,514,795.10	11,296,818.81
经营活动产生的现金流量净额	-305,674.00	89,544,983.02	22,659,689.07	-66,973,614.96

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

## 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	24,259	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	26,129	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	质押或冻结情况		

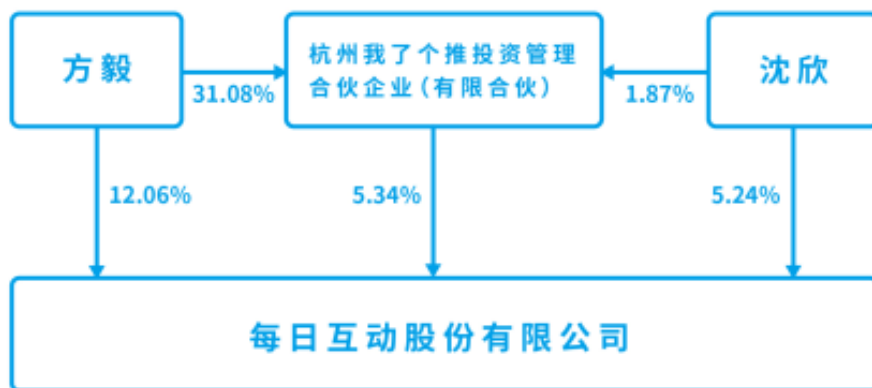
				的股份数量	股份状态	数量
方毅	境内自然人	12.06%	48,265,192	48,265,192		
北京鼎鹿中原科技有限公司	境内非国有法人	9.81%	39,261,596	0		
北京禾裕创业投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	7.91%	31,629,591	0		
杭州我了个推投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.34%	21,372,477	21,372,477		
沈欣	境内自然人	5.24%	20,959,197	20,959,197	质押	13,500,000
上海中民银孚投资管理有限公司—上海鸿傲投资管理中心（有限合伙）	其他	3.01%	12,040,740	0		
桐乡伯乐锐金股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.20%	8,816,004	0		
刘炳海	境内自然人	2.18%	8,712,720	0		
桐乡万汇金轩股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	1.98%	7,934,999	0		
陈丽军	境内自然人	1.88%	7,522,200	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明			沈欣、杭州我了个推投资管理合伙企业（有限合伙）为方毅的一致行动人。公司无法得知其余股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。			

## （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、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券  
否

### 三、经营情况讨论与分析

#### 1、报告期经营情况简介

2020年，公司深耕数据智能，精炼治数<sup>1</sup>能力，致力于“数据让产业更智能”，不断强化新技术研发与新产品开发，继续加大优秀人才的储备力度，深度打造专业领域高水平的专家人才队伍，持续完善销售和服务体系，实现核心领域的重大突破与持续成长。面对新冠疫情，公司的大数据精准抗疫影响深远，在疫情带来的严峻外部环境和复杂经济形势下，公司围绕年初制定的经营计划仍有序推动各项业务协同发展。公司业务进一步实现结构性优化，业务成长更有韧性，持续盈利基础也更加扎实。

世界经济数字化转型是大势所趋，数据也已成为重要的生产要素。2021年3月，我国“十四五”规划中单列篇章重点规划数字化发展内容，对“加快数字化发展，建设数字中国”提出了明确目标要求，大数据产业迈入高速发展快车道。公司坚持专业的数据智能服务商这一战略定位，围绕Data-Machine-People的理念，持续巩固大数据基础，深耕垂直领域数据应用，并致力打造“每日治数平台”，进一步强化数据的治理能力和输出能力，通过将治数能力以SaaS服务等形式对外输出，实现公司由治数产品输出向治数能力输出的战略升级。

报告期内，公司实现营业收入501,441,485.60元，同比保持稳定；公司实现归属于母公司净利润71,980,424.67元，受疫情下复杂宏观经济形势、公司加大研发投入等因素影响，较上年同期减少5.25%。公司各板块业务聚焦深耕，核心产品创新迭代，服务体系日臻成熟，市场拓展成效显著，公司长期可持续发展进入新阶段。

**底层 D：数据采集** 基于公司在开发者服务中积累的数据以及对海量动态数据的深入洞察，源源不断地为顶层业务提供数据支撑

#### （一）开发者服务多点突破，业务模式开拓创新

报告期内，公司对开发者服务一方面完善已有的产品矩阵，持续深化消息推送、用户画像等产品能力，另一方面积极探索新的产品服务模式，将单一产品“局部服务、局部盈利”的模式，升级为“多能力、多场景全方位服务”的模式，为客户快速、高效提供更多服务和解决方案，夯实和做大公司数据基础。报告期内，公司产品的终端覆盖数量和SDK安装量再创新高，开发者服务的SDK日活跃独立设备数（去重）超4亿，其中智能IoT设备日活跃数超2400万。截止报告期末，开发者服务SDK累计安装量突破680亿，其中智能IoT设备SDK累计安装量超1亿，继续保持行业领先地位。

#### 1、夯实存量，深挖精细化产品能力

公司的消息推送产品“个推”，在报告期内精益求精，不但及时跟进设备厂商最新特性，升级渠道推送策略，强化精细化推送能力，同时更加贴近推送业务场景，支持A/B分组，后效分析，消息补发等功能，帮助客户及时反馈其在推送路径中存在的问题，可视化展示分析数据，助力客户优化推送策略，进而扩宽触达渠道，提升送达率和点击率，深化推送业务场景。基于个推的推送系统，公司获得多家国际和国内领先的手机厂商认可并完成了私有化战略合作，产品可内置到厂商的设备操作系统中，提升设备覆盖的同时，进一步开拓与手机厂商未来在用户洞察、智慧营销等数据智能场景的应用创新。

公司的用户画像产品“个像”，更精准贴合客户所在的行业，开放了标签自选超市，允许客户自行定义其所需标签的生产规则，并可自行选择需要的标签集进行增补。此举不仅让客户获得的标签更符合行业特性，也大大提升了客户获得定制化标签的效率，助力其在精细化运营时代获取更大推动力。

<sup>1</sup> “治数”是指治理数据的能力，包括将多源异构数据加工成可供业务使用的数据处理能力，以及通过知识挖掘等技术发掘数据间关联性的数据挖掘能力。

## 2、拓展增量，创新多触点服务模式

公司依托在互联网领域沉淀的产品能力，进一步拓展智能家电、智能汽车等IoT领域业务。报告期内，公司新增合作多家知名电视厂商、头部智能汽车制造商、汽车操作系统提供商，为其提供用户触达、用户数据沉淀和分析、精细化运营等能力，帮助客户实现更智能化、人性化的交互和服务体验，更高效完成精细化运营目标。

公司持续创新服务模式，通过整合开发者服务领域里众多单一领域优势服务商，以数据赋能、能力整合等方式，快速为互联网开发者提供更丰富、更深入的解决方案。公司目前已集成了多种形式的商业化变现，后续将集成更多的服务提供商和优质服务，逐步构建开发者服务生态。该模式可以帮助公司快速提升多样化服务能力，增强公司产品的覆盖广度和深度，还能为公司开拓更广阔的增值服务市场。

## 3、深耕场景，打造一站式运营平台

为助力更多客户实现精细化运营与创新发展，公司面向移动互联网领域专门打造了一整套的精细化数据运营解决方案，并创新性地提出了“6R模型”（图表3），为客户实现从“获客”到“激活”再到“变现”的用户全生命周期管理闭环。



图表 3

注：“6R”分别是Recruitment（拉）、Reproduction（推）、Retargeting（回）、Retention（忆）、Revenue（收）、Reservation（留），共同构成从获客到激活再到变现的App用户全生命周期管理闭环。**获客**：全渠道获得新用户，并促使和激励新用户进行口碑传播与社交分享，从而再获取新的用户、分摊获客成本；**激活**：面临用户沉默、卸载等情况，进行沉默用户激活或流失用户召回，并通过提供个性化的内容等方式促使用户主动记起并再次登录和使用App；**变现**：解决App在获得流量之后的变现问题，即如何更高效地定位人群，进行精准投放，获得高收益，同时避免用户体验承压，让用户始终愿意留存在App。

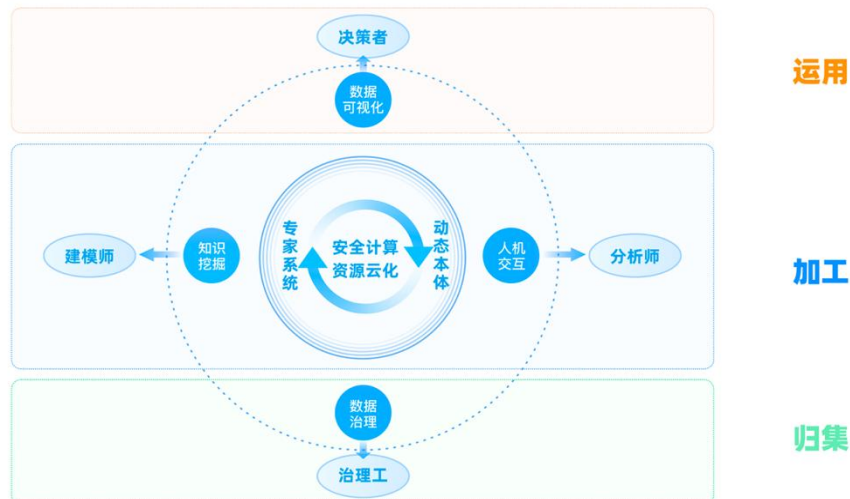
报告期内，公司基于多年沉淀的消息推送技术与经验，面向金融行业客户、融媒体中心等，打造智能推送管理系统，帮助客户形成内部的统一消息管理平台，管理各个业务环节的消息发送需求，快速接入消息推送全渠道，提升其用户覆盖能力和触达效率，最终形成用户精细化运营闭环。同时，通过持续的系统优化和功能升级，满足数据化、智能化的更高要求，提升消息触达的实时性、送达率，提高工作效率，降低人为出错概率，实现从“业务消息管理”向“数据化消息运营”进化。该管理系统目前已成为多家银行、券商等合作客户信息化建设体系中的核心基础系统。

报告期内，公司开发者服务业务实现营业收入48,689,261.55元，依旧保持稳定增长，数据地盘更加扎实。

**中层 M：数据治理** 包括对数据的归集汇聚、资产化管理、精细加工，然后提供给上层业务系统以数据服务的能力，包括技术中台和数据中台

## （二）治数能力持续强化，“治数平台”内外赋能

多年来，公司深耕开发者服务并获取海量合规实时数据，对数据进行精细化萃取等治理后，应用于垂直领域赋能商业和政府客户，已实现了自身业务从数据采集、加工、运用的闭环。在这一过程中，公司的数据治理及挖掘能力得到持续强化，沉淀了打造专业治数平台的能力。企业随着规模的增大、业务更多的互联网化、越来越复杂化，同时出现有判断的人（一线人员）往往没有数据，有数据的人（计划部门、数据部门等因为离市场和客户较远）往往没有判断，导致很多真相无法呈现，而真相就在数据中。数据作为生产要素的作用越来越被认可。但是大数据技术复杂度、方法论缺乏等又存在比较高的要求和挑战，因此我们希望能够提供一套易于上手、使用门槛低的数据治理工具，类似于形成一套数据时代的操作系统，对数据进行统一的数据归集汇聚、资产化管理和加工、然后提供给业务系统以数据服务的能力，最终形成各种业务的数据应用，贡献于业务成功。我们的目标是数据让产业更成功。报告期内，公司积极研发及沉淀产品化数据治理的创新技术，致力将其转化为商业成果，推出“每日治数平台”（图表4）。



图表4

### 1、解决痛点，实现数字化能力输出

每日治数平台是公司致力打造的具有治数能力的数字智能操作系统，包括基础设施模块、应用支撑模块和核心平台模块，拟通过对人机交互、数据可视化、知识挖掘、数据治理等技术进行研发，提升数据治理能力，实现安全、智能、实时、可视的数据管理和使用，形成数据、算法、算力和可视的完整能力。数字经济发展大趋势下，数字产业化与产业数字化进程协同推进，无论企业还是政府都积累了大量数据，但如何更有效地管理或使用这些数据、如何更深度地挖掘数据的价值，每日治数平台能够解决这些痛点。

### 2、提升盈利，打通多模式变现途径

通过提供针对行业的业务数据智能化的咨询服务，在输出治数平台产品的基础上，提供针对核心业务痛点的完整业务产品，譬如产品的闭环运营（产品指标设计、数据采集和分析、推荐、效果评估、需求预测和库存计划等），提升公司的规模化盈利能力，从 SaaS 形态提升到 DaaS “数据即服务”。

公司根据客户需求提供 SaaS 服务或混合云服务，客户据此自主治理数据，最终实现精细运营、业务风控等治理目标，

为客户提供决策支撑。而每日治数平台带来的公司内部数据治理能力的提升，可以帮助公司落地新应用场景，或为对数据处理实时性、安全性等要求极高的客户提供更极致的服务，增能公司现有垂直领域业务。此外，客户数据经过每日治数平台治理后，结合行业知识库，或搭载公司的数据智能产品，还可以帮助客户自身数据实现各场景的应用变现等。

### 3、拓展市场，形成差异化核心优势

每日治数平台不仅具备安全、智能、实时、可视交互、云原生等特性，还能够匹配不同行业客户的业务成熟度，以及通过载入基于行业经验形成的行业知识，形成知识共享，赋能客户业务系统，有效降低客户使用和操作的门槛。未来，“数据不流转，数据的价值流转”，将是最大程度挖掘数据价值的方式。我们期待每日治数平台经过不断发展，积累大量客户挖掘加工后的自身数据，帮助客户在判断加工后数据的敏感性的基础上，通过我们的合规性指导，建立“数据价值”流转市场，最大程度实现数据价值的挖掘。

报告期内，每日治数平台已在智慧交通、公共安全等领域进行了实战探索，为客户数字化升级提供了强有力的支撑。

**上层 P：数据应用** | 结合数据模型与行业专家知识，在商业服务领域打造了产品化的、规模化盈利的数据智能应用平台

### （三）增长服务技术升级，资源整合模式优化

报告期内，公司增长服务基于投放平台，持续打造流量平台与提升运营能力，充分发挥公司强大的数据萃取、分析挖掘能力，为客户提供App全渠道拉新与促活服务，智能高效拓展新用户，针对性提升老用户活跃度。

#### 1、增强功能，进一步完善系统能力

增长服务投放平台持续提升投放能力，不断完善动态出价系统和效果归因分析系统。公司依托全网大数据和后效数据，帮助客户进行广告效果归因分析，基于归因分析和流量端的用户画像等多个因素，进行动态广告出价，为客户寻找到出价和广告效果的最佳平衡关系，更多满足客户精细化运营需求。

#### 2、提升转化，多元化扩建流量平台

公司持续打造多元化流量平台，流量资源合作模式更加灵活。除腾讯广点通、头条巨量引擎等流量外，公司新增接入多个国内领先的手机厂商流量、视频平台流量，对接百亿级流量资源，同时开放RTA（Real Time API）实时询价功能等，通过特有数据增能客户提升运营转化率。

#### 3、强化运营，个性化实现精准投放

公司为客户提供更好地符合目标受众的广告策略，用数据驱动个性化创意实现精准投放，即为不同组别人群提供不同的广告模板和策略，个性化定向展示，触动不同用户的特定需求和喜好，帮助客户打破增长瓶颈，提高营销效率，提升转化率。公司通过帮助互联网头部客户打造商业化变现模型，持续扩大互联网业务版图，并打造针对符合行业特性的数据解决方案。公司代理业务更多维度优化商业诉求的评判标准和风险控制的评价体系，客户结构持续优化，覆盖更高比例优质长尾客户，为增长服务进一步增能。

报告期内，公司多维度打造增长服务业务能力，持续深挖市场，新增多家优质的电商平台客户、游戏短视频客户。基于业务结构调整，以及宏观经济形势和新冠疫情影响，公司增长服务实现营业收入241,700,563.54元，较上年同期下降15.34%。增长服务业务结构已调整到位，未来成长将更具韧性。

#### (四) 风控服务有机发展，增能业务强势赋能

报告期内，金融风控业务结合合作伙伴的渠道开拓能力以及全周期产品研发能力，为合作伙伴输出“数据中间件”，延伸打造金融服务领域的精细化运营服务平台。增能业务通过大数据增能媒体平台提升其商业化变现能力，助力打造良性广告营销生态。

##### 1、金融风控，提供“中间件”合作发展

基于公司海量的数据资源积累、成熟的数据建模能力，公司联手行业合作伙伴进一步创新服务产品、拓展服务场景，利用大数据、人工智能、云计算等前沿技术为金融行业提供智能分析决策服务和全周期整体化产品解决方案。报告期内，相关服务和解决方案已在多家大型国有银行、商业银行以及大型持牌消金机构等落地应用，打造了客户信赖的产品服务体系，并于所在市场积累了优质的渠道资源，树立了可靠的品牌形象，帮助金融机构的普惠金融业务提升转化、控制风险。

##### 2、增能服务，赋能媒体商业化变现

公司深厚的技术积淀与出色的创新实力为媒体平台等客户的商业化强势增能，有效提升媒体平台的广告转化率，助力塑造了更加高效、良性的广告营销生态。

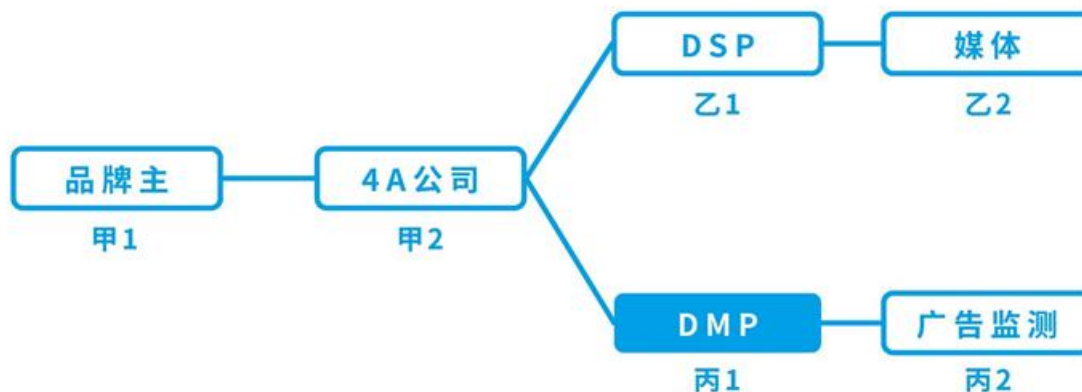
**用户画像增强：**依托于公司海量脱敏大数据积淀及机器学习算法，打造了行业覆盖广、时效性强的标签能力，并可根据媒体平台需求定制用户标签，助力其广告主精准定向潜在客户，降低无效广告匹配，提升其广告投放计划触达率和成效，为媒体平台大幅提升整体收入。

**特色人群精选：**公司助力程序化广告营销生态建设，为媒体平台提供精准特色目标人群，大大提升媒体平台的流量精准程度及商业化变现能力。当广告主在其平台进行广告投放时，通过选择公司提供的精准目标人群服务，能够触达更加精准的潜在客户，媒体平台将该等广告主在平台消耗的广告费用的固定比例结算给公司。

报告期内，风控与增能服务实现快速增长，实现营业收入54,069,492.58元，较上年同期增长68.99%。

#### (五) 品牌服务厚积薄发，数据价值行业公认

报告期内，数据驱动的品牌营销市场日趋成熟、行业分工进一步清晰（图表5），公司专注于以第三方DMP为核心的数据服务体系，“品牌数盘”更好地服务于广告主，提升业务运营效率，以“人”为核心，驱动营销决策创新升级。



图表 5

注：目前整个数字营销生态图谱中，主要有六方参与者：品牌主（甲1）、代理商（甲2）、DSP供应商（乙1）、媒体方（乙2）、第三方DMP（丙1）、监测方（丙2）。品牌主是整个广告投放的需求方，代理商为品牌主提供广告服务，DSP是为广告主和代理商提供多渠道流量来源管理的平台，媒体

是整个链条中的流量供应方。投后监测虽然能对整个营销闭环起到非常重要的作用，但DMP前验才是当今数字营销行业中最稀缺的角色，只有找到第三方做好投放前期的数据验证，品牌主才能实现更加完整的用户洞察，从而筛选更加优质的广告流量，避免营销预算的浪费。为了给品牌主提供专业的数据服务，公司品牌数盘以第三方DMP能力为立足点，为品牌主提供数据前验服务。

### 1、品牌增效，持续打磨经典方法论

公司在业务开展过程中重视大数据应用方法论的打磨与复用，“**炼造五步法**”（详见图表6）日臻成熟。报告期内，公司充分发挥自身数据和技术优势，赋能品牌广告主全面洞察目标消费者，激发品牌新的营销思路和创意，助力品牌客户持续优化投放策略和提升ROI（Return on Investment，投资回报率）。



图表 6

案例：使用“炼造五步法”，公司与某国际日化品牌进行联合建模，对全库人群的TGI（Target Group Index，目标群体指数）进行分值预测，根据此分值将头部5亿人人群分为5组，通过将5组人群和实际购买消费者数据进行匹配，证实分值最高的第1组比分值最低的第5组购买概率高23倍，最优人群包的转化率优势显著，大大提升品牌客户的ROI，实现降本增效。

### 2、品牌数盘，支撑资源精细化分配

“品牌数盘”作为支撑营销资源精细化分配的数据分析工具，为品牌主提供市场研判、数据洞察、媒介分析等几大功能，为品牌广告主打造营销闭环。“品牌数盘”人手一盘，全面提升品牌营销价值，加快驱动营销全链路升级。此外，公司在大数据抗疫过程中提炼出了可追溯、可预测、可视化和可量化的“密接”创新方法论，公司将其用在品牌营销领域，用全新的视角重塑品牌传播理论。

### 3、市场突破，报告期实现量价双收

报告期内，品牌营销市场因疫情原因受到一定冲击，但公司品牌服务客户一直保持稳定合作，且公司在新客户的覆盖上仍然保持增长，合作金额超百万的客户增长至十余家，并与快消、母婴等行业头部客户实现全面深入合作，由公司大数据驱动的单客户广告投放金额已突破一亿。随着公司品牌服务数据产品给客户带来的价值被越来越广泛的认可，公司有望在服务定价上进一步提升单价。

报告期内，品牌服务实现营业收入20,527,115.60元，较上年同比大幅增长96.33%，为品牌广告主驱动数字化投放的金额达到37,269.58万元，较上年同比大幅增长441.63%，有望成为公司重要的业绩支撑点。

上层 P：数据应用 | 结合数据模型与行业专家知识，在公共服务领域打造了产品化的、规模化盈利的数据智能应用平台

## （六）公共服务快速拓展，数据智能推动治理

社会治理持续拥抱数字化浪潮。尤其2020年以来，我国政府部门运用大数据助力疫情防控、复工复产、资源调配等，体现了政府治理数字化水平的长足进步，然而，也存在例如各地区数字化水平严重不均衡等问题。我国社会治理体系和治理能力有着巨大的提升空间。2020年3月，习近平总书记在杭州考察时说，“推进国家治理体系和治理能力现代化，必须抓好城市治理体系和治理能力现代化。运用大数据、云计算、区块链、人工智能等前沿技术推动城市管理手段、管理模式、管理理念创新，从数字化到智能化再到智慧化，让城市更聪明一些、更智慧一些，是推动城市治理体系和治理能力现代化的必由之路，前景广阔。”

报告期内，公司积极探索数据智能与公共服务的结合点，为政府相关部门和各级企事业单位在应急管理、抗震减灾、公共安全、智慧文旅、人口与空间规划等公共领域提供数据智能的“标准化”组件和系统性解决方案，助力社会治理的数字化转型。

### 1、市场深耕，原有业务可持续发展

报告期内，公共服务相关业务在全国范围内快速拓展，新增覆盖300多个区县客户，全国覆盖至近2000个区县客户，其中最终付费客户1400余个，客单价百万级别以上数十个，单产品销售额再创新高。公司提供优质、高效且标准化的数据智能产品，结合市场需求和行业经验累积不断迭代创新，客户留存率继续保持在较高水平，尤其2020年下半年，疫情得到控制之后，产品需求加速释放并实现业务高增长。

公司在服务客户、深耕行业过程中，发现客户新的痛点，快速研发新的SaaS产品，2020年10月推出产品后，市场反响强烈，两个月时间覆盖数十家客户，实现合同额近千万，客单价大幅提升，加之2021年政策要求，客户对于解决痛点的需求更为迫切，有望快速成为公共服务的又一拳头产品。

经过三年的市场宣教与实战考验，公共服务取得了全行业对公司治理数据能力的高度认可和信任。在“精密智控”成为行业新风向的新一年，公司为客户输出的基于数据治理的精密智控解决方案，将在政府预算恢复后加快落地，客单价百万级别产品蓄势待发。

### 2、场景创新，人时空数据支撑治理

如何合理运用数据、有效地进行数字治理，关键是要把数据管好、用好、梳理好。在整个数字治理过程中，可分为三个阶段：数字化、数智化和数治化。“数字、数智、数治”就是通过梳理数字化要素，找到关键数据，转化为可以合理地应用知识并进行正确判断决策的能力，并结合场景和管理要素落地。如果把城市治理比喻成人脑的运行，大脑、小脑和脑干各自扮演了不同的角色。在城市数字治理中，大脑发挥了指挥和思考作用，小脑则发挥了重要的协调和平衡作用，脑干则为城市数字化发展运行提供了机能保障和生命保障系统。精密的“数治小脑”是运动调节中枢，协调数治平衡，以其灵活、实用、高效的特点，创新性解决城市治理的场景痛点，让城市管理更加高效和精细。<sup>2</sup>

报告期内，公司从宏观到微观，多层分级，基于多源时空数据丰富的应用场景，从人口基本属性、社会属性和线上特征进行洞察，整合核心产品战略思维，在数字化智慧城市建设领域，针对不同场景提供相应的解决方案，助力智慧城市建设。公司为城市治理和资源配置提供关键参数的数据智能产品——“人口数盘”，基于人与时空能力，为城市和交通规划提供标准数据集服务——“规划数盘”。

<sup>2</sup> 来源：方毅，防疫语境下的“数字、数智、数治”——基于杭州的样本研究，光明日报，2020-04-21

**人口数盘：**基于网格级人口分布，支持定向管理与响应，其亮点在于能实时了解所在区域的人口数量，掌握人口变化趋势。此外，“人口数盘”还可以跨屏联动，随时查看当地人口的实时动态变化，为应急预警做好前期准备，提供及时的、定性的管理跟响应。

**规划数盘：**基于公司多源时空大数据丰富的应用场景，延伸出多维度分析体系，用以支撑各种人口、城市发展分析与城市管理需求。“规划数盘”从空间尺度上，把全国分为“三层九级”，其维度包含人口统计维度、空间流动维度、产业维度等。这些维度的有机结合，能够有效帮助有关部门进行城市发展的科学分析。

报告期内，“人口数盘”覆盖全国数据，精准触达百米级网格，实现6D城市数据空间，即“空间、时间、场景，人数、人速、人素”，新增服务70多个城市客户，服务于全国20多家政府合作单位，实现杭州、温州等区域的全覆盖，目前已接入杭州、呼和浩特、上海等多个城市的城市大脑指挥大屏，致力帮助全国多个区县的基层城市治理。“规划数盘”在全国范围内快速拓展，新增服务全国20多家知名规划单位，与深圳交通中心、浙江省发展规划研究院等单位就“基家出行链”行业研究、景区旅游人口分析等方面展开通力合作，业务核心实现多元化发展，用数据支撑城市规划科学研究。

报告期内，公共服务规模持续增长，实现营业收入127,403,313.08元，较上年同期增长14.41%。报告期内，公共服务业务虽受疫情压制，但仍保持不错增长，下半年随着疫情得到控制，产品需求加速释放，业务有望重回高速增长通道。

## （七）研发创新驱动发展，人才培育蓄力未来

公司自设立以来，始终坚持追求技术极致的文化与重视研发人才的培养，在“如果不难，要你干嘛”的奋斗精神的指导下，不断加大业务各环节的研发投入，持续打造组织与人才的体系建设。

### 1、技术创新，加快推动前瞻性布局

报告期内，“杭州西湖数据智能研究院”正式挂牌成立，该研究院由杭州市科技局、杭州市经济和信息化局联合指导，公司发起成立，承载了公司原有“两院”（释义）的职能，并以“成为数智研究领域的领头雁”为愿景，深耕数据智能最前沿的领域，布局数字化治理、安全计算、动态本体、数字健康、智能风控等几大方向，积蓄公司未来增长的新S型曲线。同时，西湖数据智能研究院下设管理动态本体实验室、人工智能联合实验室、人与时空联合实验室、网络安全联合实验室、安全计算实验室、智能风控实验室等。报告期内，上述实验室均在各自研究领域取得良好进展，研究成果已被提交申请专利以形成技术防御墙，且知识图谱等前沿技术已落地应用到公共服务等具体业务场景中。研究院的基础研究为公司“数据智能”新业务线的不断拓展奠定坚实的技术基础。

### 2、组织建设，加强人才引进与培养

报告期内，公司持续加强对优秀创新人才的招募和培养，进行系统化的人才梯队建设。人才引进方面，公司陆续引入多名资深管理人员，也迎来了几十位来自于“985”、“211”等全国知名院校优秀毕业生，为技术研发和产品创新储备了充足的战略人才，充分发挥了精英人才在各个领域的带头作用。人才培养方面，针对公司产研人员，组织“技术嘉年华”、“数据利刃计划”、“人人都是产品经理”等各类专业培训；开展“头狼精英训练营”，培养了几十位卓越骨干，为公司未来2-3年的发展储备了核心人才；实施“储备干部培养计划”，促进公司管理层年轻化，确保年轻血液和新锐力量逐步进入管理层；针对基、中、高层管理人员开展了“赢领绩效（初级）”、“赢领绩效（中级）”、“团队管理及领导力培训”的培养，提升管理团队的战略规划以及管理能力。

公司通过持续研发创新与组织人才建设，不断积累技术优势和商业变现能力。截至报告期末，公司已申请专利124项，其中发明专利119项，合计已授权专利32项，已授权软件著作权97件。

## （八）大数据精准抗疫，新科技助力公益

### 1、精准抗疫，“数字义勇军”主动出击

生命至上、举国同心、舍生忘死、尊重科学、命运与共。2020年新冠肺炎疫情爆发，每日互动主动承担社会责任，积极参与数字抗疫。每日互动是最早投入抗疫的科技型企业之一，公司内部号召极速组建了全国第一支大数据抗疫团队——“个医”，积极投身与新冠病毒的战斗中。在抗击新冠疫情期间，公司先后投入人员300多名、调动数百台服务器，累计无偿投入折合金额超过1000万元，通过“判态势、做预测、推密接、溯源头、助复工、防输入”，实现了新冠肺炎疫情的可追溯、可预测、可视化和可量化，支撑了多个国家部委、205个地市的疫情防控，为政府各部门开展的精准防疫和复工复产工作发挥了积极、重要的数据作用。

早在2020年1月19日，国家卫健委第一次披露新型肺炎情况的当日，公司火速组建了“个医”团队。随后个医团队与李兰娟院士专家团队联合作战，将大数据与流行病学相结合，创新性地提出“无意识密切接触者”这一概念用于精准防疫，并通过“大数据+网格化”的方式，有效实现“云流调”方案，为疫情防控提供科学决策的依据。

随着全国复工复产的有序推进，公司也充分发挥大数据能力积极参与其中。在政府有关部门领导下，公司个医团队加入了杭州市健康码专班，作为健康码“赋码引擎”的开发团队为项目提供强有力的技术支持。2020年9月，浙江省杭州市健康码平台开发运行专班荣获“全国抗击新冠肺炎疫情先进集体”表彰。2020年12月，每日互动创始人方毅荣获“全国抗击新冠肺炎疫情民营经济先进个人”表彰。此外，公司研发的“新冠防疫数据智能平台”被列入国家民政部“社区防控信息化产品清单”及工业和信息化部“支撑疫情防控和复工复产复课大数据产品和解决方案名单”。

公司在数字抗疫的过程中，团队上下一心，凝聚强大合力，取得了非常丰富的大数据实战经验。公司为国务院办公厅、中央网信办、国家卫健委、科技部等多个部委以及浙江、湖北、北京等31个省市、205个地市、368个区县地方政府的防疫工作提供了数据支撑和辅助决策系统，获得了中央及各地政府的广泛认可。未来，公司会将抗疫工作中的数字治理经验转变为长效机制，为打造“平时好用、战时管用”的现代化社会治理体系贡献力量。

### 2、抗震减灾，新科技应用不断拓展

公司秉承“每日生活 科技改变”的初心，用大数据和科技的力量持续升级智慧化公益，加快推进大数据与社会公益相结合的技术研究及应用落地。2013年，公司与中国地震台网中心合作推出了“地震速报”App，并至今承担地震速报App的全部运维工作。这是国内首款将App消息推送技术应用于防灾减灾领域的公益应用，可以第一时间为社会大众实时推送地震消息。基于大数据技术的不断创新和突破，公司积极与有关部门和机构合作，有效实现灾害预警信息的发布，打通了预警信息传播的“最后一公里”，切实解决灾害信息发布受限的难题。2017年，公司联合业内众多知名App共同成立移动互联网公益推送联盟，在国家有关部门的指导下开启了预警信息推送的公益服务，及时为社会公众传递各类灾害预警和公共突发事件信息。2019年12月，公司基于自身技术优势，自主研发推出了针对防灾减灾领域的公益服务小程序——防灾速报，为帮助用户第一时间掌握灾害信息以及提高防灾意识等提供了有效的帮助。

公司不断拓展科技公益的应用场景，为政府相关部门在突发事故灾难等应急管理中提供大数据辅助决策，覆盖灾情判断、资源调配、救援管理等多个环节，助力应急管理部门强化科学救援和处置、统筹协调与执行等相关能力。报告期内，公司与浙江省应急管理厅等在相关领域展开合作。另外，公司积极推动与中国地震局、中科院、浙江大学等单位共同参与的国家重点研发计划“重大自然灾害监测预警与防范”之“地震预警新技术研究与示范应用”项目，着力发展海量用户亚秒级信息发布技术、研制地震预警信息发布软件系统，开展地震预警系统整体示范应用。公司还助力中国地质研究所开展人口热力大数据相关研究，为2020年7月发生的唐山地震的抗震减灾工作提供了有效的技术和数据支撑。

## （九）投资布局数字新基建，协同打造数智大生态

报告期内，公司进一步借助资本的力量，完善公司在数据收集、数据加工和数据应用上的战略性布局，推动产业协同与创新，增强公司可持续发展能力。公司秉持“专得住、长得开”的投资布局理念，在引领数据智能快速发展的同时，持续打造数据智能产业大生态，推动协同创新。

## 1、生态延展，数据智能完成新布局

**智慧交通领域：**2020年6月，公司投资浙江省交通投资集团旗下浙江高速信息工程技术有限公司，并成为其在数据智能领域的唯一产业战略投资伙伴。浙江高速信息工程技术有限公司是智慧交通一站式服务商，业务涉及公路交通、轨道交通、城市交通、航空航运领域，提供解决方案、智能产品和数据应用等服务，拥有发展智慧交通产业较为完整的资质条件、业务体系与技术团队。

双方在投建管养数据服务、疏堵救援、智慧化服务区等多个领域开展深入合作，将交通智能服务与公司现有数据智能服务业态有机融合。借助“每日治数平台”，双方共同打造高速交通领域的数据中台，有效进行高速数据治理，实现差异化收费、定向信息发布等精细运营，致力构建大数据驱动的“超级高速公路”，有效提升高速公路运行速度，行车安全，实现人、车、路的智能交互。

**智慧家庭领域：**2020年9月，公司与深圳市酷开网络科技股份有限公司等股东共同发起围绕物联网和跨屏营销领域进行深入研究的合资公司——深圳市炆石数据有限公司。深圳市炆石数据有限公司专注于家庭场景营销数据和技术的研究，实现跨设备的用户画像打通，为广告主提供数据、投放、运营一站式的大小屏解决方案，探索“万物互联互通”时代内容和广告分发的新方式。

双方在品牌营销、内容推荐、用户增长等多个领域开展了深入合作，将智能电视OTT的终端能力与公司现有数据智能业态有机融合。围绕家庭使用场景，双方将进一步打通数据和资源，构建基于设备同源关系和大小屏画像的家庭数据中台，精准描绘家庭用户画像，帮助品牌广告主提高投放效率，扩大触达范围，帮助内容方提升精细化运营能力，实现“千人千面”的观看体验，共同推动OTT内容和广告向精准化、智能化方向发展。

**视觉智能领域：**2020年12月，为加强公司在视觉智能领域的工程化技术与应用能力，公司控股收购了杭州微禾迅科技有限公司。杭州微禾迅科技有限公司专注于视频图像处理的技术服务，除了研发美颜滤镜、智能贴纸等图像增强SDK外，还为各类直播平台、企业提供个性化的视频图像处理、分析服务。基于自研算法和深度神经网络开发，杭州微禾迅科技有限公司的图像检测、识别、跟踪、处理算法均已达到国际领先水平，服务了聚美优品、蘑菇街、天翼云盘等知名客户。

加入每日互动后，双方将在视觉智能技术方面深度合作，打通以往资源的共性优势，实现涉及人、车、手机、视频等多源数据的智能融合分析，进一步发展在数据智能、深度学习、视觉智能等领域的关键技术，从而更好地将新科技广泛应用于公共服务领域。

## 2、产业协同，三大领域共创新亮点

为构建数据智能生态体系，公司持续推动与生态伙伴在数据收集、数据加工和数据应用领域的有效协同。

**数据收集方面：**公司与数字天堂（北京）网络技术有限公司发挥开发者服务领域的各自核心技术能力，数字天堂（北京）网络技术有限公司导入公司的消息推送等产品模块，公司助力数字天堂（北京）网络技术有限公司的数亿独立终端日活提升场景应用变现的能力，双方共同打造开发者生态新体验。

**数据治理方面：**公司与上海嗨普智能信息科技股份有限公司充分协作，为更多全球500强和国内头部品牌客户提供一体化的营销服务；浙江省数据安全服务有限公司在公司对外合作过程中，为提供数据的各方提供算法加环境双重安全保障等，打造“中立国”数据安全联合计算平台，致力于创造更安全的数据服务环境。

**数据应用方面：**公司与浙江有数数字科技有限公司挖潜各自数据能力优势，实现资源共享，探索和启动深度服务于政府、金融等行业客户的产品与解决方案；公司为北京云真信科技有限公司输出数据中间件，北京云真信科技有限公司为公司拓展

业务场景的边界，双方联手创新金融风控产品与解决方案。

未来，公司将继续围绕“D-M-P”三层业务逻辑，引领数据智能快速发展。公司会把更多的数据能力开放给行业，投资布局和壮大生态核心价值创造能力，增进业务协同宽度和深度，推动产业和社会数字化改革，并与更多优秀的行业伙伴一起携手开拓创新、共创产业发展。

公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第 8 号——上市公司从事互联网营销及数据服务相关业务》的披露要求：

**(1) 互联网营销收入整体情况（增长服务）**

单位：元

	2020 年		2019 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
互联网营销收入合计	241,700,563.54	100.00%	285,496,044.92	100.00%	-15.34%

**(2) 广告主所处的主要行业领域（增长服务）**

单位：元

行业领域	2020 年		2019 年		同比增减
	收入金额	占营业收入比重	收入金额	占营业收入比重	
互联网行业	241,700,563.54	100.00%	285,496,044.92	100.00%	-15.34%

**(3) 直接类客户和代理类客户情况（增长服务）**

单位：元

客户类型	2020 年			2019 年		
	客户数量	收入金额	客户留存率(如适用)	客户数量	收入金额	客户留存率(如适用)
直接类客户	62	225,688,784.89	35.56%	90	240,688,792.10	52.75%
代理类客户	14	16,011,778.65	45.00%	20	44,807,252.82	48.15%

**(4) 其他需披露内容**

**1) 增长服务其他数据**

**A. 展示量、点击量等数据：**

报告期	业务名称	展示量	点击量	收入（元）	展示率	点击率	点击单价（元/个）
2020年度	轻推送与效果广告	15,440,889,413	852,370,792	233,698,765.39	87.94%	5.52%	0.27

注：点击率=点击量/展示量，点击单价=收入/点击量，展示率=展示量/下发量（部分平台未返回下发量、展示量参数，其数据未计算在内）。以上数据来自公司自有数据及合作平台返回数据统计。

**B. 主要媒介资源合作情况：**

主要投放渠道	合作情况/签订合同情况
腾讯广点通	2019 年度，公司全资孙公司杭州云盟与北京腾讯文化传媒有限公司签订了《腾讯广告-服务商合作协议》，有效期限 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。期限届满前双方均未书面提出到期不续约的要求，现双方合作期限顺延 1 年。

**C. 营业成本构成：**

单位：元

类别	金额
流量成本	109,262,361.28
IDC 费用	13,690,136.80
人工	9,000,430.08
折旧及摊销	6,527,854.90
数据服务	1,578,156.27
合计	140,058,939.33

**D. 不同采购计费模式下的采购金额:**

计费模式	不含税采购金额 (元)	占采购总额的比例
流量计费	345,810,648.19	100.00%
包断计费	-	-
合计	345,810,648.19	100.00%

注: 公司代理业务, 对应的广点通等平台的消耗金额为 23,789.07 万元。

**E. 平台交易金额:**

平台名称	交易金额 (元)	占总额比例
广告交易平台 (ADX)	29,255,366.93	6.12%
需求方平台 (DSP)	448,917,277.14	93.88%
供应方平台 (SSP)	-	-
合计	478,172,644.07	100.00%

注: 公司代理业务, 对应的广点通等平台的消耗金额为 24,447.39 万元。

**2) 开发者服务相关数据**
**A. 直接类客户和代理类客户情况:**

客户类型	2020 年			2019 年		
	客户数量	收入金额 (元)	客户留存率 (如适用)	客户数量	收入金额 (元)	客户留存率 (如适用)
直接类客户	572	48,689,261.55	72.20%	518	47,691,472.10	80.05%
代理类客户	-	-	-	-	-	-

**B. 营业成本构成:**

单位: 元

类别	金额
IDC 费用	2,757,803.46
数据服务	2,747,331.17
人工	1,813,087.60
折旧及摊销	1,315,000.80
合计	8,633,223.04

**3) 公共服务相关数据**
**A. 直接类客户和代理类客户情况:**

客户类型	2020 年			2019 年		
	客户数量	收入金额 (元)	客户留存率 (如适用)	客户数量	收入金额 (元)	客户留存率 (如适用)
直接类客户	1067	98,289,970.44	85.44%	728	74,121,471.52	90.16%
代理类客户	124	29,113,342.64	64.84%	91	37,236,780.12	82.69%

**B. 营业成本构成:**

单位: 元

类别	金额
人工	8,058,903.67
IDC 费用	7,234,759.66
折旧及摊销	3,440,911.89

数据服务	1,603,672.22
合计	20,338,247.44

#### 4) 风控与增能服务相关数据

##### A. 直接类客户和代理类客户情况:

客户类型	2020 年			2019 年		
	客户数量	收入金额 (元)	客户留存率 (如适用)	客户数量	收入金额 (元)	客户留存率 (如适用)
直接类客户	87	54,069,492.58	44.87%	78	31,995,695.30	50.85%
代理类客户	-	-	-	-	-	-

##### B. 营业成本构成:

单位: 元

类别	金额
技术成本	4,867,903.57
IDC 费用	3,062,544.58
人工	2,013,436.30
折旧及摊销	1,460,310.22
数据服务	970,519.33
合计	12,374,714.00

#### 5) 品牌服务相关数据

##### A. 直接类客户和代理类客户情况:

客户类型	2020 年			2019 年		
	客户数量	收入金额 (元)	客户留存率 (如适用)	客户数量	收入金额 (元)	客户留存率 (如适用)
直接类客户	33	14,308,180.17	50.00%	16	8,250,781.12	15.38%
代理类客户	16	6,218,935.43	33.33%	9	2,204,804.96	6.00%

##### B. 营业成本构成:

单位: 元

类别	金额
IDC 费用	1,162,674.25
人工	1,156,869.41
折旧及摊销	554,396.85
数据服务	501,203.92
流量成本	424,528.30
合计	3,799,672.73

##### C. 广告主所处的主要行业领域

行业领域	2020 年		2019 年		同比增减
	收入金额 (元)	占营业收入比重	收入金额 (元)	占营业收入比重	
消费服务	17,015,286.42	82.89%	10,455,586.08	100.00%	62.74%
金融服务	757,038.16	3.69%	-	-	-
其他	2,754,791.02	13.42%	-	-	-
合计	20,527,115.60	100.00%	10,455,586.08	100.00%	96.33%

## 2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

## 3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用  不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
开发者服务	48,689,261.55	40,056,038.51	82.27%	2.09%	-5.40%	-6.51%
数据服务	443,700,484.80	267,128,911.31	60.20%	-0.96%	-16.56%	-11.26%
商业服务	316,297,171.72	160,063,845.67	50.61%	-6.04%	-27.72%	-15.18%
其中：增长服务	241,700,563.54	101,641,624.21	42.05%	-15.34%	-42.99%	-20.39%
风控与增能服务	54,069,492.58	41,694,778.59	77.11%	68.99%	55.89%	-6.48%
品牌服务	20,527,115.60	16,727,442.86	81.49%	96.33%	94.10%	-0.93%
公共服务	127,403,313.08	107,065,065.65	84.04%	14.41%	8.48%	-4.59%

## 4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是  否

## 5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用  不适用

## 6、面临退市情况

适用  不适用

## 7、涉及财务报告的相关事项

### (1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

1. 公司自2020年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第14号——收入》（以下简称新收入准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整本报告期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

执行新收入准则对公司2020年1月1日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项 目	资产负债表		
	2019年12月31日	新收入准则调整影响	2020年1月1日
应收账款	208,130,555.02	-693,554.40	207,437,000.62
合同资产		693,554.40	693,554.40

预收款项	47,311,398.03	-47,311,398.03	
合同负债		47,089,417.24	47,089,417.24
其他流动负债		221,980.79	221,980.79

2. 公司自2020年1月1日起执行财政部于2019年度颁布的《企业会计准则解释第13号》，该项会计政策变更采用未来适用法处理。

## (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

√ 适用 □ 不适用

单位：元

会计差错更正的内容	处理程序	受影响的2019年度比较报表项目名称	累积影响数
公司员工李某通过伪造客户印章、假冒客户有关人员身份、虚假确认对账单等一系列手段，虚增销售合同，导致本公司相关年度财务报表出现错报。	本项差错经公司第二届董事会第二十次会议审议通过，本期采用追溯重述法对该项差错进行了更正。	应收账款	-39,210,088.23
		其他流动资产	6,247,223.85
		递延所得税资产	-51,197.04
		盈余公积	-3,301,406.14
		未分配利润	-29,712,655.28
		营业收入	-37,465,096.33
		营业成本	-3,752,532.00
		税金及税加	-270,835.48
		销售费用	-3,123,703.55
		信用减值损失	511,970.39
		营业外支出	6,876,235.55
		所得税费用	-3,668,229.04
净利润	-33,014,061.42		

## (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

1、根据杭州应景科技有限公司2020年12月1日与杭州迭代夸克投资管理合伙企业（有限合伙）、杭州云易投资合伙企业（有限合伙）、杭州科发天使投资合伙企业（有限合伙）等八方签订股权转让协议，杭州应景科技有限公司以1,781.24万元受让浙江瓯盛创业投资有限公司、杭州立元天投壹号投资合伙企业（有限合伙）、杭州迭代创氦投资管理合伙企业（有限合伙）等六方合计持有的杭州微禾迅科技有限公司61.9562%股权。杭州微禾迅科技有限公司于2020年12月10日办妥工商变更登记手续。根据杭州应景科技有限公司2020年12月15日与杭州迭代夸克投资管理合伙企业（有限合伙）等八方签订增资及股东协议，杭州微禾迅科技有限公司注册资本由100.00万元，变更为108.6956万元，其中杭州应景科技有限公司追加投资250.00万元，变更后共持有杭州微禾迅科技有限公司65.00%股份。杭州微禾迅科技有限公司于2020年12月16日办妥工商变更登记手续。

2、浙江云合数据科技有限责任公司由杭州应景科技有限公司、平阳宜贝企业管理合伙企业（有限合伙）、平阳云贝企业管理合伙企业（有限合伙）于2020年1月16日投资设立，注册资本为1,000.00万元。其中，杭州应景科技有限公司认缴出资700.00万元，持有其70.00%的股权。浙江云合数据科技有限责任公司于2020年1月16日办妥工商登记手续。截至2020年12月31日浙江云合数据科技有限责任公司实收资本为500.00万元，其中杭州应景科技有限公司已出资500.00万元。

3、上海个灯科技有限公司由上海蓝豹数据科技有限公司于2020年9月投资设立，注册资本为500.00万元。截至2020年12月31日上海蓝豹数据科技有限公司实际尚未出资。



每日互动股份有限公司

董事长：方毅

2021年4月26日