

# 浙江每日互动网络科技有限公司 2019 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 2019 年 12 月 31 日总股本 400100000 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 9 号福地创业园二期 1 号楼 4 层		
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，构建了移动开发、用户增长、品牌营销、公共管理和智能风控等多领域的数据智能服务生态。

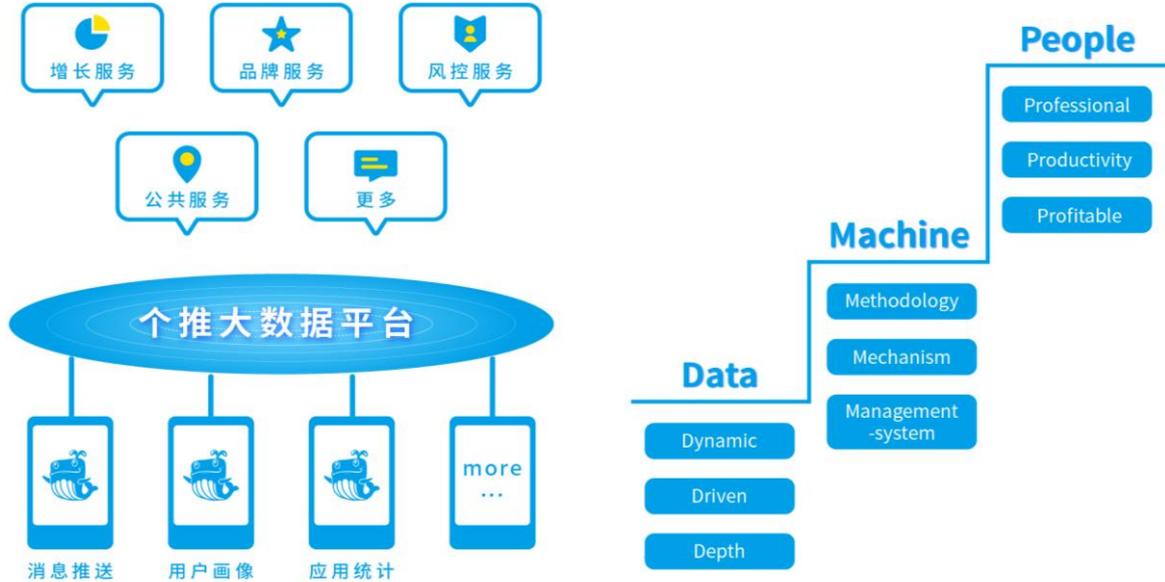
公司的业务逻辑分三层（D-M-P，Data-Machine-People）：

底层“D”是指大数据沉淀，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，源源不断的为顶层业务提供数据支撑。

中间层“M”是指基于大数据集群，通过深度神经网络等算法多维度深入萃取数据间联系，以联邦学习和中立国技术保障数据安全，以针对性的数据策略、基于实践的方法论，驱动顶层业务的管理系统。

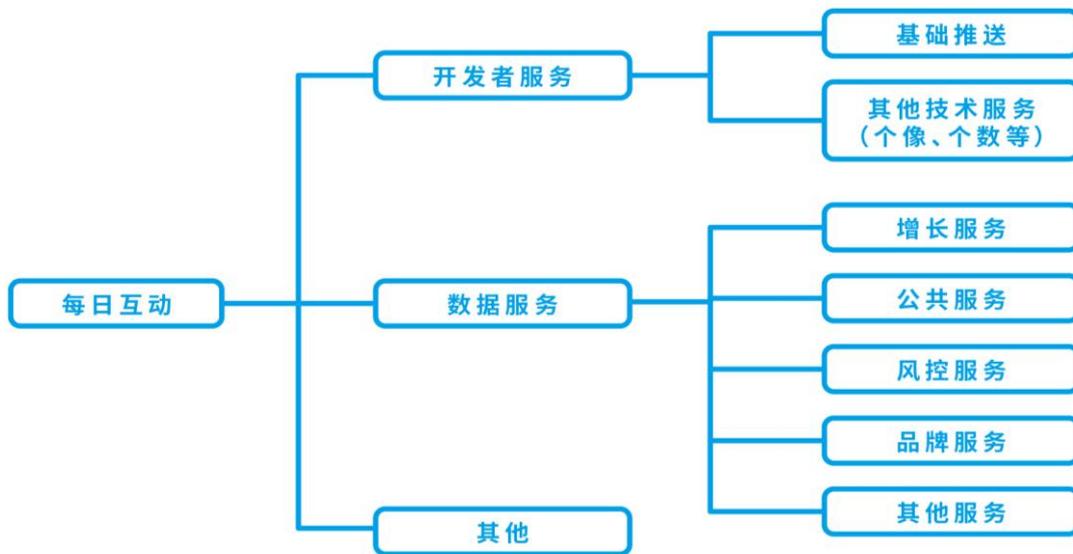
上层“P”是指结合数据模型与行业专家知识，在多个垂直领域打造了产品化的、规模化盈利的数据智能应用平台，并将继续在更多垂直领域不断探索数据智能落地的新场景。

“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

2019年上半年，公司在充分研究与讨论各业务模块的底层商业本质等因素之后，对公司业务分类进行了调整，新业务分类具体如下（图表2）：



图表 2

## （二）主要业绩驱动因素

报告期内，公司营业收入同比基本稳定，收入进一步实现结构性优化，新技术与产品的研发投入持续加强，优秀人才储备力度继续加大。公司依据年初制定的经营计划，致力于“数据让产业更智能”，并在公共服务、风控服务等多个垂直领域

取得了突破性的进展。报告期，公共服务与风控服务分别实现营业收入11,135.83万元与**3,199.57万元**，较上年同期分别增长106.94%与**15.57%**。

报告期内，受宏观经济影响，互联网行业广告预算缩减，公司增长服务收入较上年同比有较大幅度减少，但在第四季度触底反弹，收入大幅度回升。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，公司人工及研发投入同比增加了6,394.45万元，主要致力于人工智能、大数据处理等领域的科研工作和技术储备，通过“两院”+“事业部技术创新”相结合的方式，除了帮助公司在公共服务、风控服务等多个垂直领域取得了突破性的进展并实现相应模块业务的大幅度增长之外，在多模态步态特征研究、自然语言处理(NLP)内容精准筛选、利用知识图谱及图计算进行洞察、数据智能中台、大数据可视化、海量数据秒级聚集提取等方面的技术研究也取得了较大进展，这些成果将为公司“数据智能”新业务线的不断拓展奠定坚实的技术基础。

2019年12月，公司全资孙公司杭州云盟的代理业务客户上海欢兽经营严重恶化，杭州云盟根据预期信用损失对上海欢兽应收账款7300多万元全额计提减值损失，经审计机构审定确认，该事项对公司净利润影响为5,507.47万元。

综合上述原因，公司2019年营业利润、利润总额、实现归属于上市公司股东的净利润同比下降，剔除上海欢兽孤立事件影响后，2019年归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降**47.33%**；另外，2019年全年降幅最大的增长服务在四季度也开始出现反弹，这也使得公司在四季度实现归属于上市公司股东的净利润**3,502.33万元**，同比降幅收窄到**40.55%**，环比增长近**75.15%**。

报告期内详细经营情况请见“三、经营情况讨论与分析”中“(一) 报告期经营情况简介”的相关内容。

### (三) 公司所属行业发展情况

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。2019年10月，党的十九届四中全会提出“健全劳动、资本、土地、知识、技术、管理、数据等生产要素由市场评价贡献、按贡献决定报酬的机制”，首次提出将大数据作为生产要素参与收益分配。在近年来国家与地方政策的大力推动下，大数据产业生态日趋成熟。大数据推动的产业升级与治理创新、催生的新模式和新业态发展、引领的信息技术更新迭代等，为市场经济注入新活力。以大数据为核心的“数字经济”蓬勃发展，有效助推我国供给侧改革，加快实现经济结构性优化，全面提升国际竞争力。

#### 1、顶层设计推动大数据产业快速、健康发展

近几年，国家与地方相继颁布多项指导、促进大数据产业发展的政策法规，为产业发展提供了丰沃土壤，行业标准和体系持续完善，打通产业链各环节发展桎梏，大数据行业迎来新机遇。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。2019年，国家针对数据隐私安全陆续推出多个征求意见，并开展各类专项治理活动，行业安全监管进一步升级，对大数据行业市场参与者提出了更高的要求。

#### 2、行业规模持续扩容，垂直应用凸显巨大潜力

大数据产业链图谱包括数据源层、技术服务层、应用层等多个层次<sup>1</sup>，涉及数据生产、采集、存储、加工、分析、服务等多环节经济活动<sup>2</sup>，各层、各环节生态相互促进与协同发展。根据中国信息通信研究院《中国大数据发展调查报告》，我国大数据产业总体规模有望在2020年突破一万亿元人民币。尤其在垂直细分行业的大数据应用展现出巨大潜力，大数据与各行业业务场景有机结合，推动细分行业实现数字化转型升级，助力社会治理创新发展，同时催生出大批新模式与新业态。未来，随着各领域应用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，能够提供整体化解决方案的大数据公司将迎来更大市场机遇<sup>3</sup>。

<sup>1</sup> 来源：艾瑞咨询

<sup>2</sup> 来源：工信部

<sup>3</sup> 来源：爱分析

### 3、信息技术创新迭代，打造增量蓝海市场

前沿信息技术创新迭代爆发在即，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。此外，大数据行业在自身发展过程中，仍存在共享难、打通难、安全性低等制约产业快速健康发展的市场痛点，需要更多具有针对性的大数据技术创新来解决。科技创新还在路上，大数据产业增量蓝海市场正在逐步打开。

#### （四）公司所处行业地位

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，构建了移动开发、用户增长、品牌营销、公共管理和智能风控等多领域的的数据智能服务生态。公司于2019年3月登陆创业板，成为国内率先在A股上市的“数据智能”企业。

公司具备海量的数据规模，截至报告期末，开发者服务SDK累计安装量超520亿，日活独立设备数达4.3亿。通过运用大规模机器学习、云计算、边缘计算等前沿技术，公司构建了强大的数据中台，以中立、安全、可信赖的数据服务，为合作伙伴的数字化升级提供了强有力的支撑。

通过将技术与场景深度融合，公司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。

目前，公司设立了数据技术研究院、产品创新研究院等研发和创新中心，并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。未来，公司将持续用数据的力量，携手更多的行业伙伴，创建数据智能共赢生态！

### 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

单位：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入（元）	<b>500,871,034.65</b>	539,308,689.46	<b>-7.13%</b>	332,970,763.55
归属于上市公司股东的净利润（元）	<b>75,969,785.15</b>	248,786,599.32	<b>-69.46%</b>	146,848,394.99
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	<b>68,650,056.57</b>	227,690,583.74	<b>-69.85%</b>	129,178,226.52
经营活动产生的现金流量净额（元）	-10,826,270.66	219,056,296.88	-104.94%	121,767,442.15
基本每股收益（元/股）	<b>0.19</b>	0.69	<b>-72.46%</b>	0.41
稀释每股收益（元/股）	<b>0.19</b>	0.69	<b>-72.46%</b>	0.41
加权平均净资产收益率	<b>5.05%</b>	24.74%	<b>-19.69%</b>	18.18%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额（元）	<b>1,812,509,275.08</b>	1,222,241,672.50	<b>48.29%</b>	940,143,209.02
归属于上市公司股东的净资产	<b>1,666,930,892.20</b>	1,129,866,399.50	<b>47.53%</b>	881,079,800.18

#### （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	133,606,010.49	98,260,706.89	109,713,922.48	159,290,394.79
归属于上市公司股东的净利润	53,191,001.08	22,833,535.14	19,996,608.02	-20,051,359.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	49,081,259.58	14,894,499.52	12,916,328.68	-8,242,031.21
经营活动产生的现金流量净额	15,916,709.13	-43,680,028.98	-57,782,315.63	74,719,364.82

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

#### 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

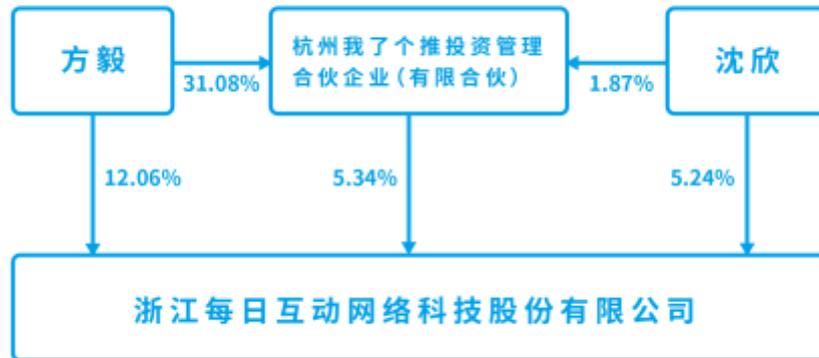
报告期末普通股股东总数	16,301	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	16,436	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
方毅	境内自然人	12.06%	48,265,192	48,265,192			
北京禾裕创业投资中心(有限合伙)	境内非国有法人	10.30%	41,229,591	41,229,591			
北京鼎鹿中原科技有限公司	境内非国有法人	9.81%	39,261,596	39,261,596			
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	4.51%	18,040,000	18,040,000			
厦门赛富股权投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	4.43%	17,711,996	17,711,996			
北京信天商务服务有限公司	境内非国有法人	2.36%	9,446,400	9,446,400			
刘炳海	境内自然人	2.29%	9,180,720	9,180,720			
北京伯乐锐金股权投资基金管理中心(有限合伙)	境内非国有法人	2.21%	8,856,004	8,856,004			
西藏唯品会创业投资有限公司	境内非国有法人	2.21%	8,856,004	8,856,004			
上海凯石股权投资管理中心(有限合伙)—上海凯峰投资合伙企业(有限合伙)	其他	2.21%	8,856,004	8,856,004			
上述股东关联关系或一致行动的说明	方毅、杭州我了个推投资管理合伙企业(有限合伙)、沈欣为一致行动人。公司无法得知其余股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

### (一) 报告期经营情况简介

2019年，公司继续坚持专业的“数据智能”服务商这一战略定位，致力于“数据让产业更智能”。公司依据年初制定的经营计划，推动各项业务协同发展，收入进一步实现结构性优化，并在公共服务、风控服务等多个垂直领域取得了突破性的进展，新技术与产品的研发投入持续加强，优秀人才储备力度继续加大，在专业领域打造了高水平的专家人才队伍、建立了完善的销售和服务体系。报告期内，公司实现营业收入**500,871,034.65元**，同比基本稳定，较上年同期减少**7.13%**；公司实现归属于母公司净利润**75,969,785.15元**，受宏观经济形势下互联网行业预算收紧、公司加大研发投入等因素影响，较上年同期减少**69.46%**。

### 1、开发者服务持续夯实数据基础，产品扩容开拓全新触点

报告期内，公司开发者服务在继续强化已有的消息推送、用户画像、数据统计分析等服务的基础上，不断开拓更多新型服务产品，如一键认证、IoT设备管理系统等。报告期内，公司产品的终端覆盖数量和SDK安装量不断攀升，开发者服务SDK日活独立设备数（已去重）达4.3亿，其中智能IoT设备日活跃数超1800万。截至报告期末，开发者服务SDK累计安装量突破520亿，其中智能IoT设备上开发者服务SDK累计安装量达5000万，处于行业绝对领先地位。

消息推送产品“个推SDK”功能进一步强化，推送服务不断升级和完善；完成多个国际前列和国内领先的手机厂商的私有化推送系统建设，系统将实现个推SDK在厂商手机出厂预置，提升公司产品设备覆盖的深度和广度；公司推送业务存量头部客户粘合力持续增强，全年新增头部客户近百个。

用户画像产品“个像SDK”，更加贴合客户的业务运营场景，开发了自助画像系统和相似性画像系统。客户可以通过自助画像系统，自行定义符合其行业特点的标签集，帮助其进行精细化运营，一方面提升其用户运营的精准度，另一方面也大大缩短了其获得定制化标签服务的时间，提升运营效率。客户也可以通过相似性画像系统，基于少量样本获得更大量的精准目标客群，快速扩大其运营效果。不断增强的个像SDK，已成为行业精细化运营场景中极其重要的工具。

统计分析产品“个数SDK”产品，已具备APP、H5、微信小程序等主流用户端产品数据采集能力，为客户提供全渠道的数

据统计和分析服务。报告期内，个数SDK凭借其定制化私有云服务，成功合作多家银行，开辟了公司统计分析服务的新应用场景。

安全工具型产品“一键认证SDK”，是2019年新开拓的产品线，致力于为客户提供简单权威的实名认证手段，服务的稳定性和性能在业内领先，报告期内已拓展数家头部客户。

报告期内，公司持续拓展全新触点产品，在智能汽车、智能电视、智慧大屏等新兴智能IoT终端上实现消息推送、用户画像等服务，拓宽数据获取的渠道和平台。IoT设备管理系统，实现了IoT设备之间的互联互通和典型业务运营模型，助力广大IoT业务运营商以极低成本快速开展业务运营。

报告期内，公司开发者服务业务实现营业收入47,691,472.10元，较上年同期增长7.57%。

## 2、增长服务四季度触底反弹，市场拓展持续提速

报告期内，增长服务凭借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。尤其在当前移动端用户增速放缓且获客成本大幅上升的态势下，移动互联网竞争已经从关注用户规模全面转向对用户使用时长的关注，头部客户进入深耕细作阶段，更加注重对存量用户的精细化运营需求，通过特有数据增能客户提升运营资源转化率成为公司核心竞争优势。

公司服务能力持续提升，增长服务投放平台不断迭代优化，以腾讯广点通、头条巨量引擎等流量为基础，新增接入国内领先手机厂商流量平台，同时依托公司精准大数据面向广告主提供全新的投放推广业务。公司在原有客户基础上，新增拓展多家头部电商平台、短视频平台，且合作深度成逐步递增的趋势。

广告代理业务将公司业务有效拓展至更多长尾客户，通过对接广点通等平台提供的程序化接口，我们可以实现九成以上自动化投放操作，自动化广告投放占比持续提高，在腾讯广告代理中处于第一阵营。公司还获得腾讯2019年度新锐奖和最佳技术奖，为持续深耕移动互联网广告行业奠定坚实的基础。

广告代理业务客户上海欢曾经营情况突发恶化，公司对其应收账款全额计提减值损失。该业务作为公司数据增能版图中的一部分，是帮助合作伙伴新客获取、老客活跃的一种新方式，是公司顺应产业格局、满足客户需求而做出的业务布局。该事件虽为孤立事件，但让我们进一步思考和探索。在后续业务开展的过程中，公司将更多维度优化商业诉求的评判标准和风险控制评估体系，我们对于业务的创新探索从未停止。

报告期内，受国内外复杂经济形势影响，整个互联网行业公司广告预算缩减，公司增长服务实现营业收入285,496,044.92元，较上年同期减少27.18%，增速短期承压，但在第四季度实现触底反弹，收入大幅度回升，同比降幅收窄至18.04%，环比增长92.40%。

## 3、公共服务强势增长，新场景落地成果显著

近年来，国家及地方政策多次明确大数据运用对提高政府服务能力和降低监管成本的必要意义。习总书记强调“善于获取数据、分析数据、运用数据，是领导干部做好工作的基本功。各级领导干部要加强学习，懂得大数据，用好大数据，增强利用数据推进各项工作的本领，不断提高对大数据发展规律的把握能力，使大数据在各项工作中发挥更大作用。”公共服务蓝海市场，成长潜力巨大。

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大数据服务，助力社会治理持续创新。

报告期内，公共服务相关业务在全国范围内快速拓展，覆盖千余个区县，公司提供的优质、高效且能满足各地精细化需求的数据智能解决方案，业务渗透率急速增长，客单价稳步提升。旅游大数据管理平台“个旅”，通过海量数据资源转化为智能化的数据分析和可视化系统，指导各地景区规划、推广营销等相关管理和决策，并进一步通过将成熟服务产品化的方式，大大提升了运营效率。

报告期内，公司进一步探索人口与空间大数据研究，推动数据智能在城市规划领域的应用，为城市管理、城市规划、商业规划与决策等领域提供全面客观的数据支持，助力城市治理数据化。

2019年为公司人口与空间规划业务的元年，在内求产品创新、外求打响品牌知名度的双重要求下，人口与空间规划业务顺利完成了业务落地和市场开拓的目标。人口与空间规划业务核心产品—“个口”，实现从0到1落地，期间经历多次版本迭代，不断优化面向客户提供标准化服务的能力。截至报告期末，个口试用初期累积覆盖全国各级政府部门等用户超过60家，涉及领域包括规划、文旅、统计等。经过一年的数据与技术沉淀，公司已建立较为成熟的多维空间统计指标，高效推进项目开展。报告期内，圆满完成济南市轨道集团交通规划项目、无锡市城市规划项目等多个合作项目，获得合作客户的高度肯定。

2019年7月,公司相继与国家发展和改革委员会城市和小城镇改革发展中心、浙江省城乡规划设计研究院签署战略合作协议,推动数据智能在城市规划方面的创新应用与探索,相关合作已全面启动;2019年11月,公司与温州市政府签署战略合作协议,双方在打造科技创新平台、推动数字产业发展、促进公共大数据智能应用等多个领域展开全方位、多层次的合作,助力温州数字经济核心产业加速发展,助推温州打造全国数字产业创新发展示范区;2019年12月,公司与中国城市规划设计研究院签约合作历史文化名城项目,共同开展项目课题研究,为2020年双方的全面战略合作打下坚实基础。

报告期内,公共服务规模大幅增长,实现营业收入111,358,251.64元,较上年同期增长106.94%。

#### 4、风控服务助力普惠金融,非金融领域蕴含潜力

报告期内,金融科技快速发展,金融结构迅速调整,传统金融下沉,行业的变化为公司业务的开展奠定了外部基础,公司凭借丰富的数据资产与强大的建模能力,为金融客户提供大数据智能风控与营销获客服务,以数据智能驱动风险管控与用户增长。

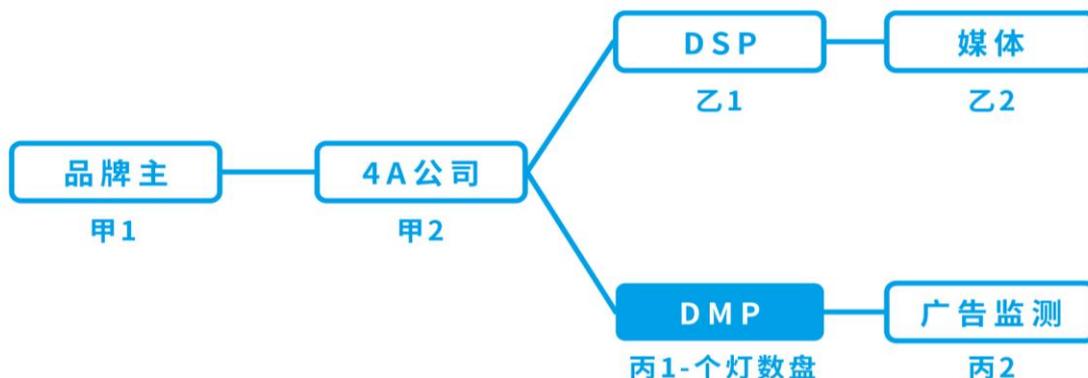
报告期内,公司金融风控产品模型数量进一步扩容,模型分持续优化;客户结构以银行、保险、消费金融等金融机构为主,优先选择规范、稳定的大型持牌机构进行合作,客户数量有效扩容,打造金融风控领域发展优势。2019年12月,公司通过旗下股权投资基金战略投资北京云真信科技有限公司(以下简称“云真信”),云真信是一家为金融行业提供智能分析决策服务的科技公司,拥有强大的数据挖掘与整合、提供优势的泛金融领域整体化解决方案的能力。通过此次投资,公司将加快自身风控业务领域的技术积累在更广泛的应用场景落地,结合云真信的渠道开拓能力以及全周期产品研发能力,延伸打造金融服务领域的精细化运营服务平台。未来,公司将专注于大数据基础能力的搭建,着力打造“数据中台”,为合作伙伴输出“数据中间件”。

报告期内,公司还为互联网公司提供风险管控的大数据解决方案,覆盖O2O、电商获客反黑产等应用场景。利用大数据洞察能力,通过机器学习挖掘目标人群在移动端和线下场景的行为特征,为客户风控部门提供安全系数标签,帮助此类客户完成相关模型搭建,提升运营安全水平。持续更新标签规则和算法,同时不断更新和优化场景相关信标数据,从而提升线下场景数据以及标签的覆盖度和准确性。报告期内,公司非金风控业务存量客户需求持续释放,并新拓展多个天使客户,同时加快探索数据智能在更多场景风控领域中的应用,如制造业、物流业等,不断开拓新的合作方向,引领数据风控行业发展。

报告期内,风控服务实现快速增长,实现营业收入31,995,695.30元,较上年同期增长15.57%。

#### 5、品牌服务厚积薄发,数据赋能精准营销回归本源

2019年7月,李克强总理在国务院常务会议上进一步明确:“要顺应商业变革和消费升级趋势,鼓励运用大数据等技术,促进定制消费、智能消费等商业新模式发展。”报告期内,随着数据驱动的精准营销行业逐步成熟、行业分工日趋清晰,公司更加专注于以第三方DMP为核心的数据服务体系,推出个灯数盘,更好地服务于广告主、提升业务运营效率,提供包括精准人群定向、媒体策略优化和智能流量评估等服务,以“人”为核心,驱动营销决策创新升级。同时,以由公司推动的客户广告投放金额为基数,按点数(百分比)计费,还原数据智能精准营销解决方案的真实价值。



图表 3

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，个灯数盘以第三方DMP能力为立足点，为品牌主提供数据前验服务。

数据驱动营销业务持续探索，成功推出新一代人群画像工具，可将品牌广告主的千万级用户数据，从原有的低维度利用（发短信等传统模式）转到利用公司大数据能力实现秒级全方位用户画像提供（图表4）。



图表 4

注：广告主的第一方DMP数据精准而具体，但实际用于广告投放时，因数据量过少而不能满足广告投放的需求，此时需要通过第三方DMP平台对数据进行相似人群扩量，在精准的前提下找到更多的潜在目标用户。

品牌行业拓展战略逐步清晰，日用快消、母婴等重头行业头部客户带动未来腰部客户拓展，汽车等新布局行业加速推进。个灯数盘作为品牌服务的核心产品，与欧莱雅、达能、尤妮佳、Boots等多家国内外知名品牌达成深度合作，在母婴、快消、美妆、汽车等领域发挥数据智能优势，不断创造数据营销价值。经过多年积累，品牌服务充分发挥自身数据和技术优势，帮助客户全面洞察目标消费者，激发品牌新的营销思路和创意，为客户深化所在行业市场数字化营销挖掘出更多可能性，品牌对于数字化营销的认知和需求在不断上升。

品牌服务因专注提供第三方DMP服务，原有业务中涉及“广告媒体流量的采购与投放”的相关业务流水不再体现，收入规模相应下降，但核心DMP业务仍保持稳健发展，实现营业收入10,455,586.08元，为品牌广告主驱动数字化投放的金额达到6,881万元，较上年同比增长552.56%，报告期内实现盈亏平衡，未来有望成为公司重要的业绩支撑点。

## 6、研发创新驱动发展，组织人才支撑体系优化

公司自设立以来，一直坚持“如果不难，要你干嘛”追求技术极致的研发文化，不断加大在开发者服务新产品研发、大数据平台、更多垂直领域的研发投入，持续打造与完善组织人才的体系建设。

公司组建“两院”，即“数据与技术研究院”和“产品与模式创新院”，聚焦垂直行业的数据智能应用探索与创新。公司自建“网络安全实验室”、“人工智能实验室”、“安全计算实验室”等，并陆续与浙江大学、浙江省城乡规划设计研究院等外部科研机构合作设立“浙江大学-每日互动数据智能研发中心”、“智慧城市大数据联合实验室”等，在多个领域开展合作和创新。“两院”与各实验室经过不断的模式探索与动态研究，运作机制持续完善，资源整合能力有效增强。通过“两院”+“事业部技术创新”相结合等方式，在多模态步态特征研究、自然语言处理(NLP)内容精准筛选、利用知识图谱及图计算进行洞察、数据智能中台、大数据可视化、海量数据秒级聚集提取等方面的技术研究均取得较大进展，这些成果将为公司“数据智能”新业务线的不断拓展奠定坚实的技术基础。公司与中国地震局、中科大等单位一起参与国家重点研发计划“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。

公司持续加强对创新优秀人才的招募和培养，构建系统化的人才梯队建设。报告期内，公司陆续引入多名资深核心管理人员，也迎来了几十位来自于“985”、“211”等全国知名院校优秀毕业生，为更多垂直领域强化技术研发和产品创新储备了充足的战略人才，充分发挥优秀人才在各条线绩效优化方面的卓越引领作用；开展“头狼第四期精英训练营”，培养一批卓越的头狼骨干，为公司未来2-3年的关键人才梯队打好基础；针对公司技术人员及产品人员，组织“技术嘉年华”、“产品特种兵”、“测试特种兵”等各类专项培训；针对2019年入职的应届校招毕业生开展了“新兵训练营”的专项培养，为公司技术深入和业务开展提供了强大的新鲜人才血液储备；针对中高管开展了“个推高管虎鲸计划”和中高管“心智动力”的培养，深度打造高管团队的“打胜仗、守江山”的能力；设计“90后储备干部计划”，将公司管理层年轻化，确保年轻血液和创新

力进入管理层。

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，公司已申请发明专利80项，其中已授权15项；已申请软件著作权65件，其中已授权60件。

## 7、科技赋能社会公益，大数据战“疫”用心助力

公司怀抱“科技改变每日生活”的初心，践行“技术助力公益”的理念，不断在社会公益服务领域积极探索，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。

早在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6月17日，四川省宜宾市长宁县发生6.0级地震，在地震发生的第一时间，移动互联网公益推送联盟快速响应，基于个推精准的推送以及大数据分析技术，为宜宾、成都、重庆等多城区实现了地震预警。通过在大数据技术上的突破，公司帮助有关部门有效打通灾害预警信息传播的“最后一公里”，切实解决灾害信息发布受限的难题。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。

2020年新年伊始，新冠病毒肺炎疫情危机席卷祖国大地。早在2020年1月19日卫健委首次通报新冠病毒肺炎疫情的当日，公司就迅速组建了“个医”团队，通过“大数据+流行病学”的创新，实现新冠肺炎疫情的可追溯、可预测、可视化和可量化，在政府相关重要部门开展疫情精准防控的工作中发挥了重要作用。

在疫情初期，公司“个医”团队充分发挥自身大数据优势，联合李兰娟院士专家团队对疫情发展态势进行研判，成功析出与真实情况基本拟合的疫情趋势图。同时，双方团队还创新性地提出“无意识的密切接触者”这一概念，并基于对“大数据+网格化”的运用，帮助疫情防控部门找出工作重点区域、重点人群和重点场景。在整个防疫过程中，联合团队的数据分析成果成为了政府相关重要部门开展精准防控决策的重要科学依据。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参与其中，为多个省份的疫情联防联控与民生保障及复工复产的有序统筹提供了决策参考依据。

2020年2月23日，习总书记在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上提出：“要充分运用大数据分析等方法支撑疫情防控工作”。在本次疫情中，公司研发的新冠疫情监测防控大数据辅助决策系统，支撑多个国家部委、全国31个省、205个地市以及368个区县级地方政府，打赢这场新冠肺炎疫情防控阻击战。

## 8、资本助力实业跨越发展，投资带动产业多元布局

报告期内，公司成功登陆深圳证券交易所创业板，开启公司未来发展的新篇章，公司将进一步借助资本的力量，完善公司在数据获取、数据处理和数据变现上的战略性布局，推动产业协同与创新，增强公司可持续发展能力。公司先后与国家信息中心旗下投资管理平台北京国信中数投资管理有限公司、东方证券私募基金子公司上海东方证券资本投资有限公司等专业机构，共同发起设立北京国信云控科技股权投资合伙企业（有限合伙）、珠海横琴东证云启科创投资合伙企业（有限合伙）2家产业投资基金，拟扩大公司在大数据、金融风控、人工智能及信息安全、云计算、互联网等为代表的高新技术产业和战略新兴产业的投资布局。相关产业基金投资方向符合公司大数据产业发展战略，有利于加快公司产业整合步伐、加大技术资源储备与强化投资能力。

报告期内，引领数据智能快速发展同时，持续打造数据智能产业生态圈，通过直投、产业基金等方式，战略投资多家细分领域优秀企业。公司坚持“专得住、长得开”理念，持续专注于底层数据获取、数据中台能力搭建、部分垂直行业变现，未来，公司会把更多的数据能力开放给行业，让其在更深的领域内扎根，实现产业资源有效整合与协同，致力于为市场提供更加丰富的整体化解决方案。

### （1）整合多元数据，公共服务布局政府数据治理大赛道

2019年8月，公司领投浙江有数。浙江有数以企业征信、数字经济和数字政务为主营业务，是政府数字化转型的重要伙伴，积极服务“最多跑一次”、“亩均论英雄”、“郡县数治”的数据服务已覆盖浙江省多个地市并已开拓全国市场。通过此次投资，公司可以实现公共服务协同，在产品运营和数据服务中更好地体现价值增能。

### （2）打通生态闭环，品牌服务布局智能营销整体解决方案

2019年10月，公司领投上海宏路。上海宏路是国内营销云（DMP/CDP）领域的优秀公司，传统企业数字化转型升级进入快车道，以CDP/DMP为代表的营销云市场进入井喷发展阶段，服务于欧莱雅、达能、奔驰等众多全球500强企业。与公司在顶

部客户一致性、数据业务、数据治理等领域业务协同性好，平台+技术+数据强强联合有助于增强行业竞争力。通过此次投资，公司与上海宏路能够在系统和数据层面进行良好的互补协同。

### (3) 围绕安全合规，打造数据安全计算基础设施

2019年12月，公司与浙江省数字经济转型的排头兵杭州钢铁集团有限公司、国内领先的网络信息安全公司杭州安恒信息技术股份有限公司，共同发起成立浙江省数据安全服务有限公司。浙江数安服将通过整合各方优势资源，采用“中立国”模式建立一个合规、安全、可控的多方数据安全联合计算平台，旨在解决数字经济建设中数据安全和隐私保护问题，探索数据资源开放、流通、共享的制度创新、技术创新和应用创新。通过此次合作，浙江数安服将参与到行业基础设施的建设中，作为数据融合、流转、使用的数据中间枢纽，来实现数据“可用不可拥”，推动“数字产业化、产业数字化、城市数字化”的数字经济大发展。

### (4) 专注数据中台，风控服务赋能金融风控行业

2019年12月，公司通过国信云控产业基金投资云真信。云真信是一家为金融行业提供智能分析决策服务的科技公司，拥有强大的数据挖掘与整合、提供优势的泛金融领域整体化解决问题的能力。通过此次投资，公司将加快自身风控业务领域的技术积累在更广泛的应用场景落地，结合云真信的渠道开拓能力以及全周期产品研发能力，延伸打造金融服务领域的精细化运营服务平台。未来，公司将专注于大数据基础能力的搭建，着力打造“数据中台”，为合作伙伴输出“数据中间件”。

### (5) 布局机器智能，探索数据智能赋能工业领域

2019年12月，公司投资杭州迦智。杭州迦智致力于用人工智能和机器人技术为智能制造和智慧生活提供室内外智能移动作业机器人产品与解决方案；专注于机器人感知与控制方向，拥有超大范围高精地图构建、动态环境精确可靠定位、复杂环境导航语义认知、多机协作高效调度等多项国际一流技术，设计打造包含内核、整机、云端的全产品线，形成了以自主核心技术、领先产品及系统解决方案为一体的自主移动作业机器人产业全价值链。已在3C、汽车、电力、医药、新能源等多行业龙头企业广泛应用。通过此次投资，有助于公司更深层次布局工业互联网/物联网领域的的数据服务，助推工业企业产业升级。

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

	2019 年		2018 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	285,496,044.92	100.00%	392,061,199.00	100.00%	-27.18%

#### (2) 广告主所处的主要行业领域（增长服务）

单位：元

行业领域	2019 年		2018 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	285,496,044.92	100.00%	392,061,199.00	100.00%	-27.18%

#### (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	2019 年			2018 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	90	240,688,792.10	52.75%	91	308,012,476.61	51.85%
代理类客户	20	44,807,252.82	48.15%	27	84,048,722.39	50.00%

#### (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)
2019年度	轻推送与效果广告	29,318,344,423	1,218,348,690	277,506,349.22	88.05%	4.16%	0.23

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。

**C. 营业成本构成:**

单位: 元

类别	金额
流量成本	78,130,913.54
IDC 费用	12,475,344.80
人工	8,288,183.86
折旧及摊销	5,688,633.43
数据成本	2,632,105.90
合计	107,215,181.53

**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	548,715,353.43	100.00%
包断计费	0.00	0.00%
合计	548,715,353.43	100.00%

注: 公司代理业务, 对应的广点通等平台的消耗金额为 47,156.81 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)	7,473,365.47	0.98%
需求方平台(DSP)	751,950,785.06	99.02%
供应方平台(SSP)	0.00	0.00%
合计	759,424,150.53	100.00%

注: 公司代理业务, 对应的广点通等平台的消耗金额为 48,191.78 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	2019 年			2018 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	518	47,691,472.10	80.05%	421	44,334,110.54	79.48%
代理类客户	0	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%

**B. 营业成本构成:**

单位: 元

类别	金额
----	----

IDC 费用	2,083,978.29
人工	1,384,522.46
折旧及摊销	950,273.42
数据成本	932,179.08
合计	5,350,953.25

### 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	2019 年			2018 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	728	74,121,471.52	90.16%	449	42,752,831.60	92.37%
代理类客户	91	37,236,780.12	82.69%	52	11,059,818.71	100.00%

#### B. 营业成本构成:

单位: 元

类别	金额
IDC 费用	4,866,030.93
人工	4,151,781.25
折旧及摊销	2,218,861.82
数据成本	1,424,752.01
合计	12,661,426.01

### 4) 风控服务相关数据

#### A. 直接类客户和代理类客户情况:

客户类型	2019 年			2018 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	78	<b>31,995,695.30</b>	50.85%	59	27,684,149.58	37.84%
代理类客户	0	0.00	0.00%	0	0.00	0.00%

#### B. 营业成本构成:

单位: 元

类别	金额
IDC 费用	<b>1,423,615.08</b>
人工	<b>928,788.86</b>
技术成本	1,808,451.47
折旧及摊销	<b>658,677.88</b>
数据成本	<b>430,630.03</b>
合计	<b>5,250,163.32</b>

### 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	2019 年			2018 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	16	8,250,781.12	15.38%	26	3,420,183.52	9.26%
代理类客户	9	2,204,804.96	6.00%	50	9,032,588.44	29.58%

**B. 营业成本构成:**

单位: 元

类别	金额
流量成本	772,505.67
IDC 费用	456,878.63
人工	303,534.22
折旧及摊销	208,332.12
数据成本	96,394.36
合计	1,837,645.00

**C. 广告主所处的主要行业领域**

行业领域	2019 年		2018 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	10,455,586.08	100.00%	12,452,771.96	100.00%	-16.04%
合计	10,455,586.08	100.00%	12,452,771.96	100.00%	-16.04%

**(二) 报告期内主营业务是否存在重大变化**
 是  否

**(三) 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

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
开发者服务	47,691,472.10	5,350,953.25	88.78%	7.57%	52.83%	-3.32%
数据服务	<b>447,982,464.75</b>	<b>127,848,354.22</b>	<b>71.46%</b>	<b>-8.15%</b>	<b>52.89%</b>	<b>-11.38%</b>
其中: 增长服务	285,496,044.92	107,215,181.53	62.45%	-27.18%	59.06%	-20.36%
公共服务	111,358,251.64	12,661,426.01	88.63%	106.94%	182.61%	-3.04%
风控服务	<b>31,995,695.30</b>	<b>5,250,163.32</b>	<b>83.59%</b>	<b>15.57%</b>	<b>159.69%</b>	<b>-9.11%</b>
品牌服务	10,455,586.08	1,837,645.01	82.42%	-16.04%	-80.94%	59.87%
其他服务	8,676,886.81	883,938.34	89.81%	410.22%	611.75%	-2.88%

**(四) 是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征**
 是  否

**(五) 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

报告期内, 公司营业收入同比基本稳定, 收入进一步实现结构性优化, 新技术与产品的研发投入持续加强, 优秀人才储备力度继续加大。公司依据年初制定的经营计划, 致力于“数据让产业更智能”, 并在公共服务、风控服务等多个垂直领域

取得了突破性的进展。报告期，公共服务与风控服务分别实现营业收入 11,135.83 万元与 **3,199.57** 万元，较上年同期分别增长 106.94%与 **15.57%**。

报告期内，受宏观经济影响，互联网行业广告预算缩减，公司增长服务收入较上年同比有较大幅度减少，但在第四季度触底反弹，收入大幅度回升。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，公司人工及研发投入同比增加了 6,394.45 万元，主要致力于人工智能、大数据处理等领域的科研工作和技术储备，通过“两院”+“事业部技术创新”相结合的方式，除了帮助公司在公共服务、风控服务等多个垂直领域取得了突破性的进展并实现相应模块业务的大幅度增长之外，在多模态步态特征研究、自然语言处理(NLP)内容精准筛选、利用知识图谱及图计算进行洞察、数据智能中台、大数据可视化、海量数据秒级聚集提取等方面的技术研究也取得了较大进展，这些成果将为公司“数据智能”新业务线的不断拓展奠定坚实的技术基础。

2019 年 12 月，公司全资孙公司杭州云盟的代理业务客户上海欢兽实业有限公司（以下简称“上海欢兽”，旗下主要产品为电商平台“淘集集”）经营严重恶化，杭州云盟根据预期信用损失对上海欢兽应收账款 7300 多万元全额计提减值损失，经审计机构审定确认，该事项对公司净利润影响为 5,507.47 万元。

综合上述原因，公司 2019 年营业利润、利润总额、实现归属于上市公司股东的净利润同比下降，但剔除上海欢兽孤立事件影响后，2019 年归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降 **47.33%**；另外，2019 年全年降幅最大的增长服务在四季度也开始出现反弹，这也使得公司在四季度实现归属于上市公司股东的净利润 **3,502.33** 万元，同比降幅收窄到 **40.55%**，环比增长近 **75.15%**。

## （六）面临暂停上市和终止上市情况

适用  不适用

## （七）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. 本公司根据财政部《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号）、《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》（财会〔2019〕16号）和企业会计准则的要求编制2019年度财务报表，此项会计政策变更采用追溯调整法。2018年度财务报表受重要影响的报表项目和金额如下：

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收票据及应收账款	110,190,424.30	应收票据	100,000.00
		应收账款	110,090,424.30
应付票据及应付账款	20,497,926.18	应付票据	
		应付账款	20,497,926.18

②. 本公司自2019年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号——金融资产转移》《企业会计准则第24号——套期保值》以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》（以下简称新金融工具准则）。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与原准则的差异追溯调整本报告期初留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个主要的计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益（处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益），且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款。

A. 执行新金融工具准则对公司2019年1月1日财务报表的主要影响如下：

项 目	资产负债表		
	2018年12月31日	新金融工具准则调整影响	2019年1月1日

应收账款	110,090,424.30	1,737,422.36	111,827,846.66
递延所得税资产	1,028,282.46	-341,290.37	686,992.09
未分配利润	337,444,407.58	1,331,816.15	338,776,223.73
盈余公积	42,359,561.43	41,370.25	42,400,931.68
少数股东权益	3,728,582.93	22,945.59	3,751,528.52

B. 2019年1月1日,公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表:

项 目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	贷款和应收款项	974,975,508.71	以摊余成本计量的金融资产	974,975,508.71
应收票据	贷款和应收款项	100,000.00	以摊余成本计量的金融资产	100,000.00
应收账款	贷款和应收款项	110,090,424.30	以摊余成本计量的金融资产	111,827,846.66
其他应收款	贷款和应收款项	16,744,221.34	以摊余成本计量的金融资产	16,744,221.34
应付账款	其他金融负债	20,497,926.18	以摊余成本计量的金融负债	20,497,926.18
其他应付款	其他金融负债	616,544.54	以摊余成本计量的金融负债	616,544.54

C. 2019年1月1日,公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表如下:

项 目	按原金融工具准则列示的账面价值 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值 (2019年1月1日)
A. 金融资产				
a. 摊余成本				
货币资金	974,975,508.71			974,975,508.71
应收票据	100,000.00			100,000.00
应收账款	110,090,424.30		1,737,422.36	111,827,846.66
其他应收款	16,744,221.34			16,744,221.34
以摊余成本计量的总金融资产	1,101,910,154.35		1,737,422.36	1,103,647,576.71
B. 金融负债				
a. 摊余成本				
应付账款	20,497,926.18			20,497,926.18
其他应付款	616,544.54			616,544.54
以摊余成本计量的总金融负债	21,114,470.72			21,114,470.72

D. 2019年1月1日,公司原金融资产减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备的调节表如下:

项 目	按原金融工具准则计提损失准备/按或有事项准则确认的预计负债 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则计提损失准备 (2019年1月1日)
应收账款	6,535,269.51		-1,737,422.36	4,797,847.15

③. 本公司自2019年6月10日起执行经修订的《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》,自2019年6月17日起执行经修订的《企业会计准则第12号——债务重组》。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

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

## 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

公司根据经营需要,由杭州应景、北京国信中数投资管理有限公司、自然人黄凯红和陈鑫于2019年11月1日投资设立国信云控产业基金,注册资本为10,000.00万元。其中,杭州应景认缴出资8,900.00万元,持有其89.00%的股权。国信云控产业基金于2019年11月1日办妥工商登记手续。截至2019年12月31日,国信云控产业基金实收资本为5,100.00万元,其中杭州应



景已出资4,500.00万元。

浙江每日互动网络科技股份有限公司

董事长：方毅

2020年4月13日