

引力传媒股份有限公司
2019 年非公开发行股票募集资金使用的可行性分析报告
(修订稿二)

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行募集资金总额（含发行费用）不超过人民币 54,465.72 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将全部投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金额
1	基于 AI 的内容生产及视频场景商业平台建设项目	40,649.87	35,411.32
2	大数据管理平台建设项目	8,427.45	5,054.40
3	补充流动资金	14,000.00	14,000.00
合计		63,077.32	54,465.72

如本次非公开发行实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司以自筹资金方式解决。在本次非公开发行募集资金到位之前，公司可能根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后按照相关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

（一）人工智能、大数据推动产业升级和变革

国家支持并推动人工智能、大数据与实体产业深度融合，人工智能、大数据在各行业应用广泛并不断深化，成为各行业产业升级和变革的驱动力。

2017 年 7 月，国务院印发《新一代人工智能发展规划》，提出要推动人工智能与各行业融合创新，全面提升产业发展智能化水平。2018 年 10 月，中共中央

政治局就人工智能发展现状和趋势举行第九次集体学习，中共中央总书记习近平强调：要发挥人工智能在产业升级、产品开发、服务创新等方面的技术优势，促进人工智能同一、二、三产业深度融合，以人工智能技术推动各产业变革。2019年3月，中央全面深化改革委员会第七次会议审议通过了《关于促进人工智能和实体经济深度融合的指导意见》。会议指出，要把握新一代人工智能发展的特点，坚持以市场需求为导向，以产业应用为目标，深化改革创新，优化制度环境，激发企业创新活力和内生动力，结合不同行业、不同区域特点，探索创新成果应用转化的路径和方法，构建数据驱动、人机协同、跨界融合、共创分享的智能经济形态。

另一方面，大数据已成为各行业基础性战略资源，大数据正日益对全球经济运行机制、社会生活方式和各行业发展产生重要影响。国家高度重视大数据发展及创新应用，2014年3月，大数据首次写入中国中央政府工作报告；2015年8月，国务院颁布《促进大数据发展行动纲要》；2015年10月，党的十八届五中全会正式提出“实施国家大数据战略，推进数据资源开放共享”，大数据上升为国家战略。2017年12月，中共中央政治局就实施国家大数据战略进行第二次集体学习，中共中央总书记习近平在主持学习时强调：大数据发展日新月异，我们应该审时度势、精心谋划、超前布局、力争主动，深入了解大数据发展现状和趋势及其对经济社会发展的影响，推动实施国家大数据战略；推动互联网、大数据、人工智能同实体经济深度融合。国家不断出台新政支持大数据行业发展，大数据已经成为各行业发展的基础。

人工智能、大数据等新兴科技正在深刻变革各个产业，从大文娱产业链的各个主要环节来看，“内容、营销、电商”等细分领域正在快速实现产业智能化和数据化，产业运营效率获得极大提升。

（二）智能化创意、影像生产和智能化商业服务是大文娱和传媒产业升级、高质量发展的重要方向

根据清科研究中心报告，2017年智能影像在文娱、零售等七大领域的市场规模约为1,374亿元，预计到2020年智能影像在上述领域的市场规模将突破万亿元，年均复合增长率为97.4%。预计未来3-5年，智能影像行业与大文娱行业

这两个万亿级市场的结合将会催生大量新产品、新模式。随着 58% 的全球用户时长聚焦于视频媒介，智能影像将成为继图像识别后的又一大计算机视觉应用爆发点。

文娱行业是智能化创意、影像生产技术最佳的落地场景，应用主要包括内容生产和智能营销等商业服务。主要有以下三个原因：第一，文娱行业积累了海量的视频数据，有非常深厚的数据基础；第二，文娱行业拥有多元化的落地场景，包括广告、动漫等，并且在个别垂直领域已经形成了相对成熟的商业模式；第三，行业内主要智能化创意、影像生产企业已经在文娱行业视频识别、植入及内容生产技术方面实现了质的突破，技术的不断成熟将会催化行业迅速进入爆发期。

智能化创意、影像生产技术正在提升大文娱行业的批量自动化生产水平，从长期来看，智能化创意、影像生产和智能化商业服务成为大文娱和传媒行业升级的重要方向。

（三）智能场景成为未来智能商业服务的核心价值环节

根据工信部发布的《2018 年中国泛娱乐产业白皮书》显示，2017 年全国泛娱乐核心产业产值为 5,484 亿元，占数字经济的比重超过 1/5，预计到 2021 年中国文娱及媒体产业规模将突破两万亿。随着 5G 时代到来，视频影像作为信息传播的媒介地位越来越突出。根据思科公司评估，2021 年网络视频流量将占据全球所有网络用户流量的 81.44%。海量的视频数据蕴含着巨大的营销价值，其中基于视频场景的智能商业服务市场空间巨大。

以用户为中心，并与内容、产品、技术、服务深度融合的智能场景是未来智能商业服务的主要趋势。场景重构用户体验，正在多维度地颠覆传统商业世界。基于 AI 的视频场景商业平台基于计算机视觉技术，对视频场景进行识别、结构化、标注和应用，基于场景可实现“情感共鸣”式的创新营销服务。同时场景电商等新型消费方式因为和用户的高关联度孕育着巨大的市场空间。未来大文娱产业基于智能场景这一核心价值环节，以用户体验为中心，以大数据驱动，连接内容、产品、技术和服务，基于用户所在的时间、空间和环境，实现高效智能商业服务，将成为行业发展的重要趋势。

（四）引力传媒未来业务发展方向

引力传媒成立伊始，就始终坚持创意、设计和数据驱动的发展理念，并十分重视科技创新和内容营销，为客户提供趋势性专业化服务。

自 2011 年起，引力传媒就稳健布局影视剧、电视和网络节目内容的研发、制作、后期、发行和营销，已参与投资或独家商务运营影视剧 20 多部；近两年，公司与爱奇艺、腾讯、优酷、芒果 TV 等视频平台深度合作影视剧、综艺娱乐营销，累计创意、设计 400 多条原生广告、创意内容，覆盖了各大视频媒体的爆款影视剧。2018 年，公司基于长视频内容的营销规模突破 20 亿。

2015 年至今，公司投资、制作并运营了近 10 档电视及网络综艺、生活服务和传统文化节目，均在一线卫视或主流视频网站播出；2015 年底，公司还投资了国内头部后期制作公司，该公司每年为中央电视台、湖南卫视、浙江卫视、爱奇艺、优酷、腾讯、芒果 TV 等二十多家主流媒体后期制作近百档节目，包括《跑男》、《爸爸去哪儿》、《国家宝藏》等多款热门节目。

2018 年，根据市场、媒体环境的变化和客户传播的创新需求，引力传媒开始积极布局短视频内容的研发、创意、制作与营销，开始为客户提供基于短视频的内容创意传播解决方案，与头条、抖音等建立起良好合作关系并荣获“头条系”2018 年度优秀合作伙伴。

近年来，引力传媒逐步建立了成套大剧、综艺评估工具及完善的评估体系，公司自主研发的植入广告大数据监测系统，实时监测品牌广告植入表现，优化投放环节，提升效能。引力传媒正在由创意、设计和内容驱动发展，逐步升级为内容、技术、大数据驱动的智能营销服务平台。

基于上述国家政策、行业趋势及公司现有业务积累，公司未来业务发展方向为：

一是人工智能内容场景商业平台，包括基于 AI 的影视剧、综艺等长视频结构化处理及后期植入的内容营销；基于 AI 的以图文、短视频为主的创意设计及其内容自动化生产；基于 AI 的视频场景互动电子商务。

二是大数据平台，包括线上数据整合、线下数据采集、智能数据处理和应用。

通过本次募投项目的投资建设，一方面将逐步实现智能化创意、影像生产和智能植入，提升公司原有内容业务的效率和产能；另一方面将提升公司对媒体和客户的服务能力，升级现有业务模式，实现业务转型。

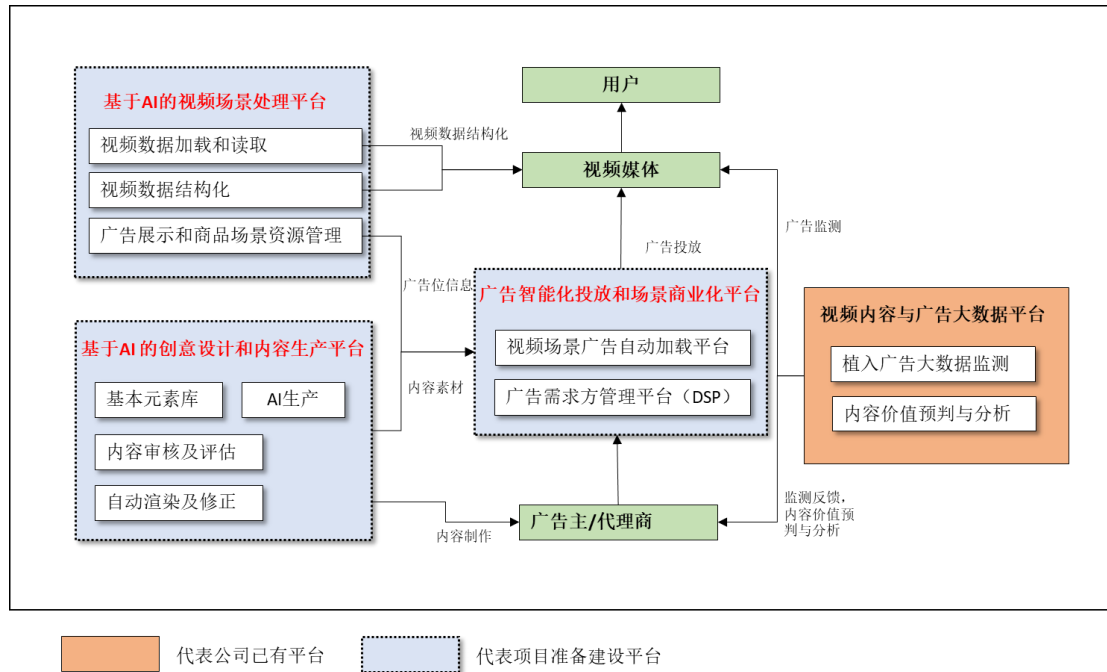
三、本次募集资金投资项目具体情况

(一) 基于 AI 的内容生产及视频场景商业平台建设项目

1、项目基本情况

本项目计划投资 40,649.87 万元（其中拟使用募集资金 35,411.32 万元），建设基于 AI 的内容生产及视频场景商业平台，包含基于 AI 的创意设计和内容生产平台、基于 AI 的视频场景处理平台、广告智能化投放和场景商业化平台三个子平台。平台建成后，引力传媒将具备从智能化创意设计和内容生产、智能化媒体资源开发与连接、智能化广告植入与营销等全链条的商业服务能力。

图 引力传媒基于 AI 的内容生产及视频场景商业平台整体架构图



(1) 基于 AI 的创意设计和内容生产平台

基于 AI 的创意设计和内容生产平台主要通过 AI 技术赋能创意设计与视频

内容产业链各环节。创意与内容生产是大文娱产业链的核心环节，基于 AI 的创意设计和内容生产平台可大幅度提升生产效率，并且在内容精准度、时效性等方面质量更优，同时可降低生产成本，解决传统人工生产方式成本过高问题。平台主要利用视频结构化、神经网络学习、自动渲染等技术实现内容的智能化生产，生产的内容包括文本、图片、视频等不同形态，应用于文案、海报、短视频生成等具体的业务场景。平台通过批量化、规模化的内容自动生产，可提升公司自身的内容生产、创意辅助、素材积累等方面的运营效率并降低成本，同时亦可服务于第三方的内容生产需求，提升行业的整体产业效率。

基于 AI 的创意设计和内容生产平台主要包括四大模块：基本元素库、AI 生产、内容审核及评估和自动渲染及修正。基本元素库是利用图像分割技术对海量的文本、图像、视频等素材进行结构化处理，并进行标注、归类和存储，汇集成未来机器可学习以及可用的元素库；AI 生产是根据拟生产产品的需求，通过提炼出其主要特征，然后将特征与元素库中的元素进行多维度、多层次的匹配，建立模型，完成图片创意设计、视频内容的生产；内容审核是对生产的图像、视频等进行自动检测，及时发现风险内容，在元素素材中剔除，同时对生产的内容质量进行判断，并反馈给自动生成器，不断提高自动创意设计的水平。最后，对生成内容进行自动渲染和后期人工修正，达到最终使用效果。

(2) 基于 AI 的视频场景处理平台

基于 AI 的视频场景处理平台通过 AI 技术赋能互联网视频平台，以视频中“场景”这一更为细分的媒介颗粒度为入口，基于计算机视觉技术对公司合作视频平台拥有的海量视频内容进行结构化处理并形成视频可多次商业化资产，一是为公司的客户提供基于场景化、定制化的创新商业服务，二是为合作视频平台带来广告等增量变现价值，三是对“内容到电商即看即买”实现一键转化，不仅可以极大提高内容的商业化效率，更为重要的是 AI 可以让内容与商业无违和的人性化融合。

基于 AI 的视频场景处理平台包括三大功能模块：视频数据加载和读取模块、视频数据结构化模块以及广告展示和商品场景资源管理模块。视频数据加载和读取模块主要是通过智能扫描技术，将视频文件分解为可识别的图像文件和语音文件等基础数据；视频数据结构化模块主要是通过图像分析、语音分析、自然语言

理解等技术，对视频中的目标物体、人物、品牌等信息等进行识别、特征描述和跟踪，并将分析结果以标签形式结构化输出；广告展示和商品场景资源管理模块是对标签化的视频信息进行分析，筛选出适合进行广告植入的后期融合位置和产品推送的商业场景，并对这些广告、商业场景进行自动化、人性化的分类管理和存储。

(3) 广告智能化投放和场景商业化平台

广告智能化投放和场景商业化平台基于公司大数据管理平台支撑的用户精准数据画像，实现跨媒介、跨平台、跨终端的快速、规模化的广告智能投放，并结合公司自主研发的植入广告大数据监测平台对广告投放效果进行实时监测。同时基于 AI 技术实现渠道推荐优化、投放策略优化、投放效果优化和内容广告后期植入。AI 后期广告植入技术是对公司现有前期、即时广告投放模式的有益补充，更是对自身生产内容商业化以及长尾价值的巨大升级。

广告智能化投放和场景商业化平台主要包括两个功能模块：视频场景广告自动加载平台和需求方管理平台。视频场景广告自动加载平台是根据广告主的需求，通过拟真技术、播放器插件技术、像素分析与替换技术、三维视觉技术等前沿技术，将广告内容加载到播放的视频中或者视频播放器上；需求方管理平台主要是借助竞价交易、策略分析、资源管理等技术实现定制化的视频场景营销广告投放，或者是常规性的程序化广告投放。

2、项目建设必要性

(1) 项目建设是顺应国家和产业发展政策，引领行业发展趋势的必然选择

近年来，网络视频产业出现了爆发式的增长，各种新的视频形式层出不穷。随着未来 5G 时代的来临，5G 的高速率特性将使用户能够在无网速限制的情况下观看各类视频内容，还将随时随地体验 4K 以上的超高清视频，同时催生出更多 5G 音视频新业务。根据思科的数据显示，2017 年视频占到了全球互联网流量的 69%。随着 5G 时代的到来，网络视频内容还会出现快速的增长，预计 2021 年单月上传至全球网络的视频总时长将超过 500 万年，每秒将产生 1 百万分钟的网络视频内容，网络视频流量将占据全球所有网络用户流量的 81.44%。英特尔在 2018 年 10 月发布的报告中显示，未来 5G 网络数据流量中，视频影像将占到

90%。在 5G 时代下，原有视频行业将被重构，无处不在的高清视频将获取更多潜在用户，同时催生出面向行业应用的视频，在多个领域中构建 5G 大视频产业的新格局。

近年来，国务院及相关部委相继发布《“十三五”国家战略性新兴产业规划》、《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划（2018-2020 年）》、《广告产业发展“十三五”规划》等政策，全面支持利用人工智能等新技术在内容创意、视频及数字营销等领域的应用。



资料来源：艾瑞咨询，2019

目前，网络视频行业的商业模式主要包括商业广告和用户付费两大类，并以商业广告为主，而商业广告主要包括传统贴片广告、植入广告等形式。随着视频网站付费率加速提升，贴片广告市场份额的逐年降低，而植入广告由于出现的不规律性以及情节的高度相关性，很少会遭到受众的抵触与拒绝，市场空间有望获得持续增长。随着人工智能技术的引入，网络视频行业的商业模式也在发生深刻的变革，极大的促进了网络视频行业内容制作、植入广告的发展。

对于内容制作方而言，传统广告植入方式通常在拍摄过程中完成，需要真实的道具配合拍摄，耗费人力财力，并且传统广告植入通常是一次性的，若开播之后内容热度超预期，制作方也难以再提高广告价格，而人工智能技术可以使其克服对道具的依赖。同时，在传统的内容制作过程中大量的创意和素材均通过人工制作，制作周期较长，由于生产力的限制，创意数量无法满足不同用户的需求。随着人工智能技术逐步在创意设计和内容生产领域应用，可以实现内容的自动化生产，将极大推动创意设计和内容生产产业的发展。

对于广告主而言，国内影视内容实行审核制，审核周期较长，存在无法通过审核的风险，并且传统广告植入成本较高，在播放的时效性、市场效果方面均存在一定的不确定性。人工智能技术使得植入广告无需在拍摄阶段完成，通过扫描视频内容，可自动识别多种标准化广告位，广告主仅需提供产品素材，即可在拍摄完成后、播出前实时植入广告，使广告主减少投放风险，并通过互动方式，创造内容电商变现场景，提升广告效果转化。

对于平台方而言，传统广告植入通常在拍摄过程中就已完成，平台方在拍摄完成后购买版权，无法获得植入广告收入。人工智能技术开发了视频内容中的增量广告位，可以进行二次、多次植入广告等。同时，人工智能技术将视频内的广告位标准化后，植入广告将可以实现程序化购买，在提升效率的同时，降低了植入的门槛，实现视频内每个广告位的价值最大化。

参与方	现有模式的缺点或不足	募投项目解决方案
内容制作方	大量的创意和素材均通过人工制作，效率低、成本高	实现内容的自动化生产，提升制作效率、降低成本
	使用真实道具，耗费人力财力	不使用道具，后期智能化方式制作
	广告费一次性收取，无后期收费	可以在拍摄完成后，根据市场热度，实时植入
广告主	内容审核制且周期较长，存在审核风险和播放时效的不确定性	可以在拍摄完成后，实时植入，并增加内容电商变现机会
	传统植入成本较高，播放效果存在不确定性	广告投放成本较低，标准化广告位，与场景相关，可以进行精准投放
平台方	传统植入广告已经完成，无法取得基于场景的广告收入	产生增量广告位，可以多次投放植入广告或浮层广告，实现精准营销

综上所述，本次募集资金投资项目符合国家和产业发展政策，是公司引领行业发展趋势，深入布局内容生产、视频场景营销等细分领域的必然选择。

(2) 项目建设是实现公司业务升级，实现可持续发展的切实需要

公司致力于成为面向大文娱产业的智能商业服务商，综合运用人工智能、大数据等技术，积极赋能内容、营销、电商等细分领域，积极为客户、渠道、消费者及相关合作方提供价值创新。

在内容营销领域，公司与优酷、爱奇艺、腾讯视频、头条系、网易云音乐等

主流互联网媒体建立了长期良好的合作关系，2018 年合作规模超过 20 亿元。同时，公司还为客户提供以创意中插、明星播报等创新特色的内容营销服务，深获客户及媒体认可。截至 2018 年底，公司内容营销业务共计服务了上百家品牌广告主，累计运营了 400 多条创意中插营销案例，覆盖了各大长视频媒体的头部 IP，如《老九门》、《白夜追凶》、《军师联盟》、《如懿传》、《延禧攻略》、《创造 101》、《奔跑吧 2》、《吐槽大会》等热门节目。

作为内容营销行业的领军企业，公司一直积极探索通过技术手段创新营销方式，解决内容营销领域普遍存在的行业痛点，包括：1) 创意素材匮乏、占用大量人工。目前，行业内基本上都是通过人工方式完成创意素材的构思、制作，该作业环节一直属于劳动密集型产业。信息流广告、千人千面传播方式的到来，对于创意素材提出了巨量、快速的行业需求。以机器替代人工，快速、精准匹配受众的传播需求倒逼创意环节具备批量、快速地创作能力。2) 现有广告植入方式存在一定的弊端。目前，行业内的广告植入方式均是采用人工拍摄、人工创意策划、人工植入方式，这种模式对于广告主、内容制作方和平台方而言，均存在一定的弊端，因此改变现有植入方式、创造内容电商变现场景、降低成本和风险、扩充广告营收，成为广告主、制作方、平台方亟待解决的现实问题。

本次募集资金投资项目中，基于 AI 的内容生产及视频场景商业平台建设项目包括三个子平台，其中基于 AI 的创意设计和内容生产平台主要承担图文、短视频等数字内容的创意设计和智能化生产，通过技术的赋能可以大大提高公司的数字内容生产能力；基于 AI 的视频场景处理平台主要为广告主提供基于场景化、定制化的创新商业服务，同时为视频平台带来广告增量变现价值；广告智能化投放和场景商业化平台基于用户精准数据画像，实现跨媒介、跨平台、跨终端的快速、规模化的广告智能投放，并对广告投放效果进行实时监测，实现为客户提供更多样性、更精准化的广告投放服务，实现商业化变现。

综上所述，本次募集资金投资项目将给公司现有业务进行赋能，加强了内容制作、视频场景营销及智能商业服务能力，是深化现有业务线条、保持竞争优势、巩固行业领先地位的重要战略措施，是实现公司业务升级及可持续发展的切实需要。

(3) 项目建设有利于形成“AI+内容+营销”的核心能力，是保持竞争优势的重要举措

在内容制作方面，近年来，公司投资制作并运营了《壮志凌云》、《看见你的声音》、《向上吧！诗词》等多档电视网络综艺节目，并在江苏卫视、浙江卫视、优酷、腾讯视频等主流平台播出，节目质量及社会反响良好，受到人民日报等多家主流媒体的肯定。

在视频内容营销方面，公司业务已经覆盖互联网主流视频媒体，包括爱奇艺、腾讯视频、优酷等。通过收购珠海视通，公司将进一步加强在网络视频及数字营销领域的竞争优势。珠海视通专注于互联网视频的内容营销，向客户提供以互联网视频为主的整合营销传播服务，拥有丰富的互联网视频媒体资源，且在内容营销等新兴业务方面也积累了丰富的资源，与公司现有业务具有较高的契合度，有效增强了公司互联网视频等数字营销业务竞争力。

基于 AI 的创意设计和内容生成已经成为内容制作公司利用新技术、提升内容制作效率的重要途径。AI 技术可以通过大数据分析、深度学习来更加清晰描述用户的画像和广告的应用场景，从而自动制作差异化的内容，实现不同的用户获取不同的广告信息，实现精准营销。另外，内容制作通过引入 AI 技术，可以大大提高内容的生产能力，特别是在图片广告、视频广告等方面的加工能力，可以有效的降低内容的生产成本，提升运营效率。同时，将基于 AI 的内容生产技术引入到公司的内容营销业务当中，可大大提高公司的内容制作能力，提升公司的内容营销价值，从而更加丰富公司的内容营销链条，进一步形成内容研发、制作与营销的产业优势，提高市场竞争力。

综上所述，本次募集资金投资项目的实施，通过 AI 技术的应用，有利于公司形成“AI+内容+营销”的核心能力，是保持竞争优势的重要举措。

3、项目建设可行性

(1) 符合国家及产业政策导向，政策环境良好

近年来，国务院及相关部委相继发布《“十三五”国家战略性新兴产业规划》、《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划（2018-2020 年）》、《广告产业发展

“十三五”规划》等政策，全面支持利用人工智能等新技术在内容创意、视频及数字营销等领域的应用。

2016年7月，国家工商总局印发了《广告产业发展“十三五”规划》，提出加快广告业技术创新，鼓励广告企业加强科技研发，提高运用广告新设备、新技术、新材料的水平，促进人工智能、虚拟现实、全息投影等以数字、网络为支撑的各种新技术在广告服务领域的应用，研发用于广告业的硬件和软件。支持广告业与互联网产业融合发展，规范数字广告程序化交易管理，建立新的数字广告生态。鼓励广告业以“互联网+广告”为核心，实现跨媒介、跨平台、跨终端整合服务。

2016年11月，国务院发布了《“十三五”国家战略性新兴产业规划》，到2020年，战略性新兴产业增加值占国内生产总值比重达到15%，形成新一代信息技术、高端制造、生物、绿色低碳、数字创意等5个产值规模10万亿元级的新支柱，并在更广领域形成大批跨界融合的新增长点。数字技术与文化创意、设计服务深度融合，数字创意产业逐渐成为促进优质产品和服务有效供给的智力密集型产业，创意经济作为一种新的发展模式正在兴起。

2017年12月，工业和信息化部发布了《促进新一代人工智能产业发展三年行动计划（2018-2020年）》，提出培育智能理解产品，加快模式识别、智能语义理解、智能分析决策等核心技术研发和产业化，支持设计一批智能化水平和可靠性较高的智能理解产品或模块，优化智能系统与服务的供给结构。在视频图像身份识别系统领域，支持生物特征识别、视频理解、跨媒体融合等技术创新，发展人证合一、视频监控、图像搜索、视频摘要等典型应用。到2020年，复杂动态场景下人脸识别有效检出率超过97%，正确识别率超过90%，支持不同地域人脸特征识别。

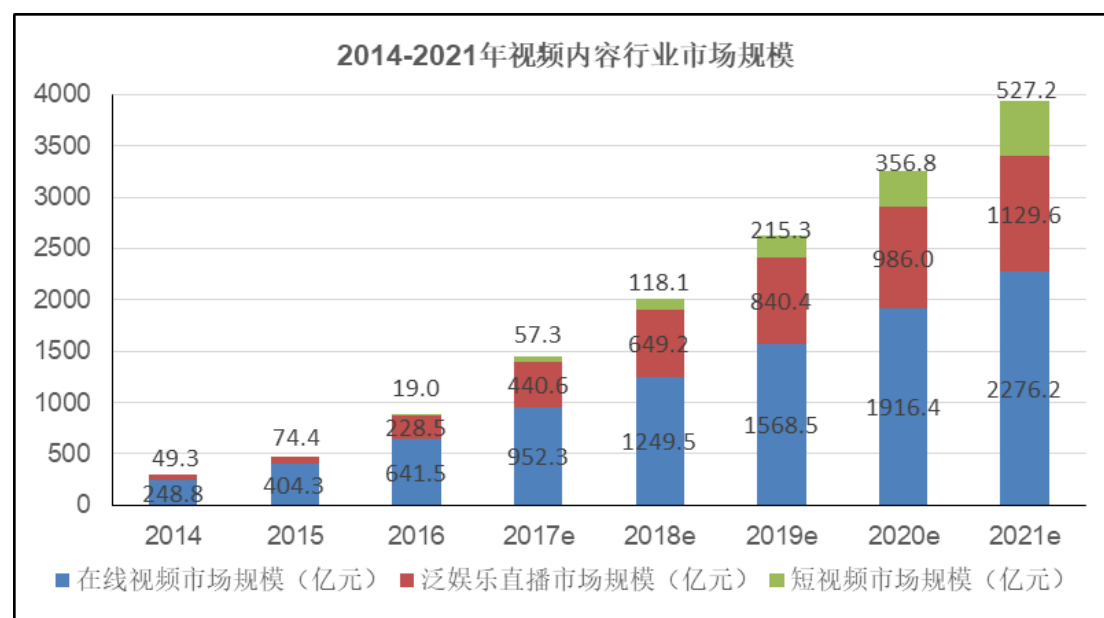
综上所述，本次募集资金投资项目符合国家产业政策导向，受国家产业政策的鼓励和扶持，项目建设有着良好的政策环境。

（2）目标市场发展迅速，市场空间巨大

近年来，随着互联网特别是移动互联网的持续发展，视频时代已经来临，网络视频内容产业出现爆发式增长，具有巨大的商业化价值。根据CNNIC发布的

第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》统计数据，截至 2018 年 12 月，我国网民规模为 8.29 亿，全年新增网民 5,653 万，互联网普及率达 59.6%，较 2017 年底提升 3.8%，其中网络视频用户数量为 6.12 亿，网民使用率高达 73.9%；短视频用户数量为 6.48 亿，网民使用率高达 78.2%；网络直播用户数量为 3.97 亿，网民使用率高达 47.9%。

随着网络视频的快速普及以及内容产业视频化趋势的发展，视频内容产业目前也已进入高速发展期，用户粘性处于较高水平，市场规模持续快速增长。据艾瑞咨询数据显示，预计到 2021 年，视频内容产业整体市场规模达 3,933.1 亿元，较 2017 年增长 171.2%。



数据来源：艾瑞咨询，2019

目前，网络视频行业的商业模式主要包括商业广告和用户付费两大类，并以商业广告为主。根据 Analysys 易观发布的《中国网络视频市场趋势预测 2018-2020》显示，2017 年中国网络视频广告市场规模达到 489 亿元人民币，相比 2016 年增长 37.8%，其中移动视频广告市场规模为 314 亿元人民币，占比达到 64.2%。预计到 2020 年中国网络视频广告市场规模将达到 863 亿元人民币，其中移动视频广告市场规模为 737 亿元人民币。

随着人工智能等新技术的不断涌现，也给内容生产、网络视频营销产业带来了新的机遇，特别是人工智能技术在视频场景营销领域的应用，使得视频场景营

销成为网络视频广告领域最有增长前景和增长速度最快的营销方式，视频场景营销将广告内容和视频内容本身进行了融合，这一创新性的变革实现了整个广告生态的共赢。

综上所述，本次募集资金投资项目将加强公司在内容生产、视频场景及数字营销等方面的能力，目标市场发展迅速、空间巨大。同时，随着人工智能技术不断深入变革视频内容生产和营销领域，创造了视频营销行业的增量市场，将为公司迎来广阔的市场前景。

(3) 公司竞争优势明显，具备项目实施的综合能力

1) 公司对视频内容的深度理解及综合运营经验，相较市场上的技术型公司形成竞争壁垒

科技推动下的商业模式创新，得以快速复制的前提取决于应用者对行业的深度理解及资源整合能力，是否可以精准把握行业趋势、快速形成商业化价值至关重要。

内容营销不同于搜索营销等其他营销方式，对内容作品的深度理解是确保营销效果的前提，一档视频节目即是一部文艺作品，从模式研发、剧本创作、选角、剧情节奏、内容分发、商务运营各个环节都有其专业性；一则广告创意也是一部文艺作品，需要综合考虑品牌的传播诉求、与内容的完美结合、受众的接受效果等因素。所以，内容营销及内容生产具有较高的行业门槛。

公司自成立至今，从传统电视时代的电视剧、综艺节目营销，到互联网时代的网剧网综营销，以及自 2018 年兴起的短视频营销，一直专注视频内容营销领域；自 2015 年起，更是投资制作并综合运营了《壮志凌云》、《看见你的声音》、《向上吧！诗词》等综艺视频节目。在多年业务实践中，公司逐步建立了成套大剧和综艺的评估工具及完善的评估体系，并自主研发了植入广告大数据监测平台，以数据支撑内容评估及营销。

公司对视频内容长达 14 年的营销及综合运营经验，是公司快速建立竞争壁垒的关键因素，具体体现在：

① 数据积累的先发优势

数据、算法、算力是人工智能的三大基础支撑，公司多年的内容营销案例及综艺节目运营经验，为 AI 内容生产、AI 视频场景创建、智能投放等方面积累了大量基础数据。

② 算法快速搭建优势

凭借对视频作品的深刻理解，确保了公司的 AI 内容生产及 AI 营销方面可以紧密贴合商业需求、快速搭建优质算法，减少试错成本，可有效保障本募投项目的实施效果。

2) 视频资源整合优势

公司在内容营销领域与爱奇艺、腾讯、优酷、头条、抖音、网易云音乐等主流互联网媒体建立了长期良好的合作关系，累计运营了 400 多条创意中插，公司的内容营销覆盖了各大长视频媒体的头部 IP；在百部以上综艺节目中，为客户运营、执行各种内容营销项目；2018 年，公司积极布局短视频领域，短视频营销规模近亿元。2018 年，公司与主流互联网媒体的合作规模超过 20 亿元。

长期稳定的业务合作基础、深度理解互联网平台的商业化需求，使公司具备与平台合作构建场景化视频营销资源、帮助平台挖潜商业价值、提升营业收入的资源基础。

3) 广泛的客户基础，是公司募投项目快速商业化的有力保障

公司多年来累计为五百余家客户提供营销服务，涵盖快消、化妆品、IT、汽车、电商、互联网等行业，并一直保持着长期稳定的深度合作关系，如唯品会、养元饮品、蒙牛乳业、君乐宝、美的集团、九阳电器、雅迪集团、亚宝药业等传统行业大客户均保持 5 年以上的稳定合作；并与携程、美团、优信二手车，VIPKid、快手、腾讯互娱、拼多多、天眼查、腾讯微视、即刻等一批独角兽企业和互联网行业龙头企业也建立了合作关系。2018 年，伴随着消费升级、互联网经济发展以及产业结构性调整，公司服务的客户新增了 ZARA、玛莎拉蒂、迪士尼、施华洛世奇等国际一线品牌，以及拼多多、天眼查等互联网科技型企业。

本募投项目是为公司现有客户在已有媒体平台开展广告投放的创新及补充，客户对已有合作媒体及内容的认可，为公司有效消化场景化视频广告资源打下了

坚实的客户基础。

综上所述，基于公司在内容制作、内容营销领域积累的综合运营优势，本募投项目有助于进一步提升公司在原有业务的竞争优势，具备项目实施的综合能力。

4、项目投资概算

本项目投资金额总量为 40,649.87 万元，投资明细主要包括场地购置及装修费用、设备购置费用、软件购置费用和人员费用，具体投资金额如下：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	场地购置及装修费用	7,635.60	18.78%
2	设备购置费用	18,854.00	46.38%
3	软件购置费用	8,921.72	21.95%
4	人员费用	5,238.55	12.89%
合计		40,649.87	100.00%

5、项目实施主体及实施计划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为引力传媒股份有限公司。

（2）项目实施计划

本项目建设期3年，具体进度安排如下表：

序号	时间安排	Y1				Y2				Y3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	场地购置及装修	■											
2	设备购置		■			■				■			
3	硬件软件平台搭建		■			■				■			
4	人员引进与培训	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	项目研发		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	运行				■	■	■	■	■	■	■	■	■

注：Y1、Y2、Y3 代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4 代表季度。

6、项目经济效益评价

本项目投资金额 40,649.87 万元，经保守测算，税后内部收益率为 18.78%，税后投资回收期（含建设期）为 5.24 年，经济效益良好。

上述测算不构成公司的盈利预测，测算结果不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，请投资者予以关注。

7、项目批准情况

2019 年 5 月 10 日，北京市朝阳区发展和改革委员会出具了《项目备案证明》（京朝阳发改（备）[2019]52 号）。

2019 年 5 月 14 日，北京市朝阳区环境保护局出具了《朝阳区环境保护局行政许可不予受理通知书》（编号：2019-006），认为基于 AI 的内容生产及视频场景商业平台建设项目未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录》，不需要取得行政许可。

（二）大数据管理平台建设项目

1、项目基本情况

本项目计划投资 8,427.45 万元（其中拟使用募集资金 5,054.40 万元），建设大数据管理平台。引力传媒大数据管理平台项目通过自有业务沉淀数据，并采购外部开放数据，未来自主搭建线下数据采集平台，形成以受众（消费者）特征为核心的、跨媒介、跨场景的全域大数据。通过数据的采集、分析处理，形成多维度、多标签的数据产品，应用于营销数据支撑，提供商业数据运营管理支持服务。

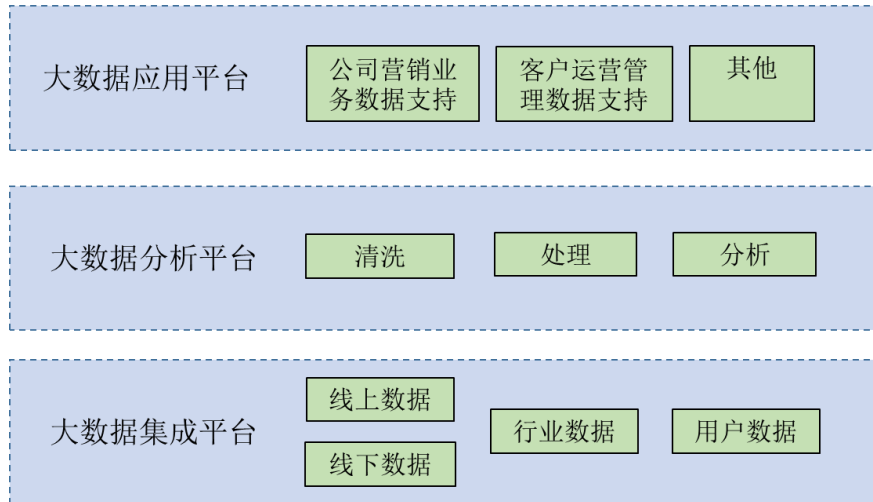
平台的线上数据来源主要包括：1）公司现有业务沉淀的营销数据；2）广告主授权使用的自有数据；3）现有合作的互联网媒体、移动互联网媒体开放的数据，包括 BAT 等；4）OTT、短视频等新兴媒介数据；5）其他第三方数据，如垂直行业数据等。

未来公司将自主搭建线下数据采集平台，线下数据来源涵盖多元且高价值线下零售场景，如品牌连锁、购物中心、超级市场及其他新零售场景等，通过视频

采集及分析技术以及结合其他传感器技术，获取客户画像等多维基础数据。

大数据管理平台包括数据的集成、管理和运营等功能，包括 3 个子平台：大数据集成平台、大数据分析平台和大数据应用平台。

图 引力传媒大数据管理平台整体架构图

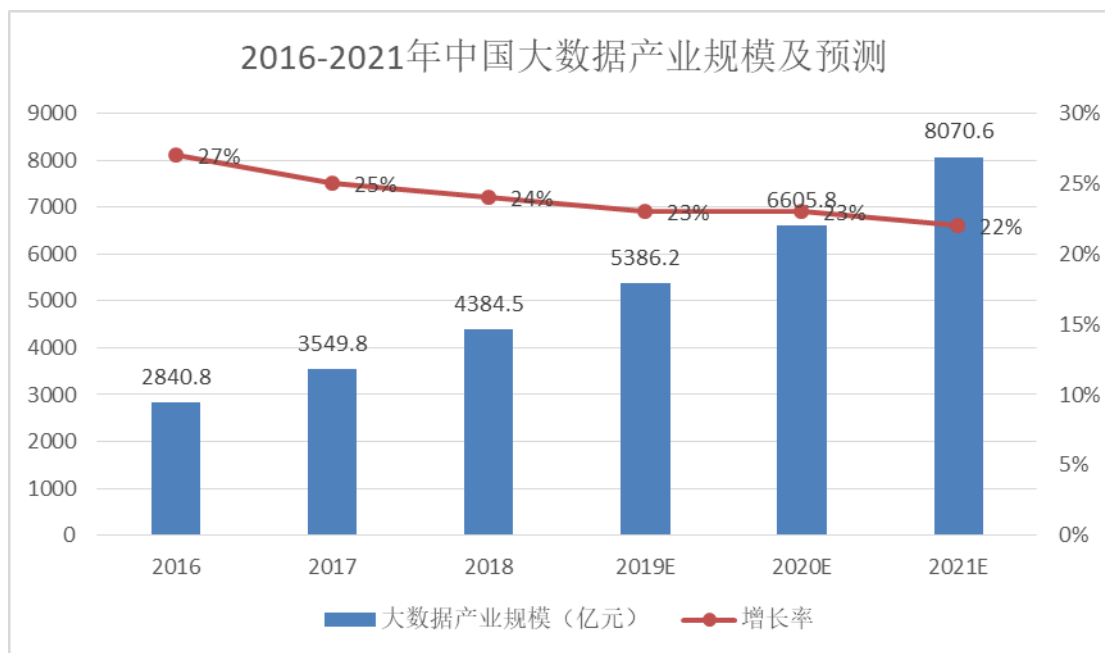


大数据集成平台主要将线下线上等多源数据进行整合，实现数据的统一和共享；大数据分析平台实现海量数据的清洗、处理与分析；大数据应用平台提供公司营销业务数据支持以及客户运营管理数据支持。

2、项目实施的必要性

(1) 大数据产业快速发展，已与各行各业形成深度融合

根据赛迪顾问的统计，中国大数据产业发展受宏观政策环境、技术进步与升级、数字应用普及渗透等众多利好因素的影响，2018 年整体规模达到 4,384.5 亿元，到 2021 年将达 8,070.6 亿元。“大数据+”将引爆多行业应用，推动传统产业转型升级和新兴产业发展，成为经济增长的新引擎。大数据+人工智能、大数据+5G、大数据+物联网等技术的深度融合，面向未来应用场景，将在文化、零售、教育、工业、农业、科技等行业广泛应用。



数据来源：赛迪顾问《2019 中国大数据产业发展白皮书》

（2）大数据深度应用背景下，公司各条业务线面临变革

营销领域，在消费升级的趋势下，消费者需求出现结构性的变化，消费者的消费场景不断增加，在当下的碎片化数据传播中，传统的“消费者画像”流于表面，已经难以真正实现认知消费者，精准触达。因此，融合性数据成为重要的生产要素和战略资产，而要发掘数据中的真正价值，对消费者做到全方位、多层次的立体洞察，就需要充分利用大数据管理工具和技术。

内容领域，大数据已经成为文娱产业的核心资产，大数据的应用给以电影、电视、综艺、短视频等为主的大文娱产业带来新的变革机会。在题材的创作、选角、制作、宣发、效益预测等环节，通过大数据技术的引入，来分析平台属性、用户行为数据、垂直行业数据、舆情数据、播放量（票房）等核心数据，可以协助内容制作者实现从创作思维向消费者思维的转变，可以助力营销实现从传统营销向精准营销的转变，可以协助产业投资者实现从经验判断到科学决策的转变。

（3）本项目建设为公司实现数据驱动战略提供有力支撑

公司致力于成为面向大文娱产业的智能商业服务商，而大数据是实现一切智能商业服务的基础。通过募投项目构建公司强大的大数据技术能力，能为公司在内容制作、媒体渠道拓展、营销和电商服务等业务上提供支撑。大数据技术能力

的构建涵盖数据采集、数据分析和数据应用等环节，需要企业在人力资源、软硬件环境和数据采集购买等方面加大投入。此外，随着物联网技术的日益发展，线下流量的采集、整合、应用逐步落地，具有广阔的市场空间。公司紧密关注线下数据整合的商业机会，适时整合线下流量资源、加大公司数据积累，提升公司数据沉淀能力。本项目建成后，公司未来将有能力接入线上线下的海量数据，搭建数据加工处理的系统平台，并能保障数据的安全，最终形成能够支撑公司智能商业服务发展的数据能力。

3、项目实施的可行性

(1) 国家政策大力支持，政策环境良好

近年来，我国大数据发展的宏观政策环境不断完善。2012年以来，发改委、科技部、工信部等部门在科技和产业化方面支持了一批大数据相关项目，推进技术研发取得积极效果。2014年3月，“大数据”第一次出现在《政府工作报告》中，并明确提出设立新兴产业创业创新平台，在大数据等方面赶超先进，引领未来产业发展；2015年6月，工信部发布《加快推进云计算与大数据标准体系建设》，将加快云计算与物联网、移动互联网、现代制造业的融合发展与创新应用，积极培育新业态、新产业，加快推进云计算与大数据标准体系建设；2015年9月，国务院发布《促进大数据发展行动纲要》，鼓励深化大数据在各行业创新应用，促进大数据产业健康发展；2016年12月，工业和信息化部《大数据产业发展规划（2016-2020年）》正式发布，全面部署“十三五”时期大数据产业发展重点工作，提出要强化大数据技术产品研发，促进行业大数据应用发展；2018年1月，中央网信办、发展改革委、工业和信息化部联合发布《公共信息资源开放试点工作方案》，将就建立统一开放平台、明确开放范围、提高数据质量、促进数据利用、建立完善制度规范和加强安全保障6方面开展试点，探索形成可复制的经验，逐步在全国范围加以推广。

随着各项国家政策的不断推出，大数据技术在我国商业、政府公共事业等领域得到广泛应用，大数据产业日益成为事关我国发展全局的战略性新兴产业，得到国家产业政策的大力支持。

(2) 符合现有客户需求，未来市场空间巨大

随着大数据技术的不断发展，包括文娱、零售、媒体广告、金融、电信、智慧城市各个领域都产生了深刻变局。大数据的采集、存储、挖掘与分析、应用与展现，释放出了大数据在精准营销、精细管理等多方向的价值。一方面大数据可以帮助企业提高决策效率、提升服务水平及改进营销方式，助力企业降低成本、提高经营效益，另一方面可以帮助企业进行商业模式创新及发现新的市场商机。目前，公司累计服务了五百余家国内外品牌客户，涵盖快消、化妆品、IT、汽车、电商、互联网等行业，以及众多品牌连锁客户和大型购物中心，这些重要战略客户对于应用大数据支撑自身业务发展和升级有着很大的需求。

根据赛迪顾问的预测数据，包括商业服务在内的大数据服务市场规模将由2019年的1,781.8亿元，增至2021年的3,188.3亿元，年均增长率在30%以上。大数据在各个行业的垂直特色化应用空间巨大，通过本项目的建设，公司将形成较强的大数据服务能力，未来可向零售、游戏、动漫、创意设计等行业深度拓展。

(3) 公司具备实施本项目的基础和技术实力

公司有数据分析平台工具开发的经验。公司自主开发了植入广告大数据监测平台和内容价值预判与分析平台，平台整合了央视索福瑞电视收视率数据、视频网站点击量数据、豆瓣评价数据等多维度数据，监测范围囊括综艺、电视剧、栏目及电影等主流内容，并为客户提供内容价值预判与分析服务。另外，公司全资子公司自主开发了“致效”、“致选”等移动端DSP、DMP平台，向市场上推出从移动端媒体投放决策到投放实施以及最终数据汇总与分析的全套解决方案，多次获得国内新锐技术营销公司的奖项。

公司有数据资源积累的基础。首先，公司多年来累计为五百余家各行业的品牌服务，沉淀了大量的营销数据和案例；其次，公司连续十几年采购行业领先的咨询智库及大数据公司的垂直行业数据，范围涉及大文娱行业的多个领域，如CTR的多媒体数据、索福瑞的电视收视数据、CNRS的消费者调查数据、艾瑞的广告投放监测/网民网络行为监测/第三方视频内容监测数据、艺恩的长视频平台剧/综艺前台播量统计数据、云合的视频有效播放/弹幕统计数据等。

公司拥有一支来自知名互联网和大数据企业的技术团队。公司技术团队一直注重大数据前瞻性技术的跟踪，在程序化和算法方面有着较深的积累；同时，公

司技术团队注重自身业务领域内科技成果的转化，目前已形成软件著作权 86 项。公司技术团队在数据吸纳整合、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都可为本项目提供强有力的技术支撑。

综上，公司在大数据领域已经具备了从数据采集、数据分析和数据应用的基础能力，本项目建设是在公司现有基础上的升级，可行性较强。

4、项目投资概算

本项目投资金额总量为 8,427.45 万元，投资明细主要包括场地购置及装修费用、设备购置费用、软件购置费用、数据费用和人员费用，具体投资金额如下：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	场地购置及装修费用	2,244.80	26.64%
2	设备购置费用	1,386.80	16.46%
3	软件购置费用	1,422.80	16.88%
4	数据费用	1,300.00	15.43%
5	人员费用	2,073.05	24.60%
合计		8,427.45	100.00%

5、项目实施主体及实施计划

（1）项目实施主体

本项目的实施主体为引力传媒股份有限公司。

（2）项目实施计划

本项目建设期2年，具体进度安排如下表：

序号	时间安排	Y1				Y2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	场地购置及装修								
2	设备购置								
3	硬件软件平台搭建								
4	人员引进与培训								
5	项目研发								

6	运行								
---	----	--	--	--	--	--	--	--	--

注：Y1、Y2 代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4 代表季度。

6、项目经济效益评价

本项目是公司落实发展战略，打造数据技术能力，为公司其他业务赋能的重要基础。本项目不直接产生效益，项目建成后所能提供的数据服务产品将有助于公司培育新的盈利增长点。

7、项目批准情况

2019 年 5 月 10 日，北京市朝阳区发展和改革委员会出具了《项目备案证明》（京朝阳发改（备）[2019]51 号）。

2019 年 5 月 14 日，北京市朝阳区环境保护局出具了《朝阳区环境保护局行政许可不予受理通知书》（编号：2019-007），认为大数据管理平台建设项目未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录》，不需要取得行政许可。

（三）补充流动资金项目

1、项目概况

为满足公司业务发展对流动资金的需求，公司拟使用本次非公开发行股票募集资金补充流动资金 14,000.00 万元。

2、项目实施的必要性

广告行业属于资金密集型行业，公司经营过程中对营运资金的需求较为明显，充足的营运资金可以满足优质客户对广告账款的需求，有助于公司扩大客户群体和业务规模，并可通过集中付款方式从媒体获得更为优惠的采购价格，节约媒介采购成本。公司具有行业普遍的应收账款占用资金较高的特点，并且随着公司业务的发展，未来将会维持在较高水平。在此种情况下，公司需贮备一定量的现金用于营运资金周转，以缓解公司营运资金紧张局面，保障公司业务经营的稳定性。未来，公司根据业务发展需要配备各类专业广告人才，将会逐步增加人力资源支出、相关研究开发及内容制作费用，以提升公司服务水平和核心竞争力、

推动业务模式不断创新，提升经营效益，促进公司业务的可持续发展，使得公司需要更多的营运资金。

本次募集资金补充流动资金项目的实施，一方面将有利于增强公司的运营能力和市场竞争力，有利于提高公司营业收入与利润水平，维持公司快速发展的良好状态，巩固公司现有市场地位；另一方面还将显著改善公司流动性指标，降低公司财务风险与经营风险，使公司财务与经营结构与业务经营更加稳健。

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，有利于提升公司的综合实力，对公司的发展战略具有积极作用。本次募集资金投资项目具有良好的市场发展前景和经济效益，有助于优化公司业务结构，提升公司经营管理能力，提高公司盈利水平，并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，维护股东的长远利益。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司资产总额与净资产额将同时增加，资金实力将大幅增强，资产负债率水平有所降低，财务结构更趋合理，偿债能力得到加强，有利于进一步优化资产结构，降低财务风险，增强未来的持续经营能力。同时，随着募投项目的陆续完工和产生效益，公司有望进一步提升业务规模和品牌影响力，不断增强核心竞争力，进一步巩固自身的行业地位。随着竞争优势的加强，公司的盈利能力和经营业绩将得到显著提升，进一步改善公司的财务状况。

五、本次募集资金投资项目可行性分析结论

综上所述，公司本次非公开发行的募集资金拟投资项目符合国家产业政策及行业发展趋势，有利于优化和拓宽公司的服务能力，提升公司的综合竞争力和整体价值，对公司的长远发展具有重要的战略意义，符合公司及全体股东的利益。

因此，本次非公开发行业股票的募集资金运用是必要且可行的。

引力传媒股份有限公司董事会

2019年10月23日