

股票代码：600986

股票简称：科达股份

科达集团股份有限公司  
非公开发行股票募集资金使用的  
可行性分析报告



二〇二〇年九月

## 一、募集资金使用计划

科达集团股份有限公司（以下简称“公司”）本次非公开发行股票募集资金总额为不超过 150,000.00 万元（含 150,000.00 万元），在扣除发行费用后，募集资金净额将用于投资智能营销中台项目、短视频智慧营销生态平台项目，剩余资金用于偿还银行借款及补充流动资金。具体金额如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额
1	智能营销中台项目	30,305.40	30,305.40
2	短视频智慧营销生态平台项目	83,401.65	76,812.00
3	偿还银行借款及补充流动资金	42,882.60	42,882.60
合计		<b>156,589.65</b>	<b>150,000.00</b>

若实际募集资金不能满足上述募集资金用途需要，公司董事会将根据实际募集资金净额，在符合相关法律法规的前提下，在上述募集资金投资项目范围内，可根据募集资金投资项目进度以及资金需求等实际情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司以自有资金或通过其他融资方式解决。

若公司在本次发行的募集资金到位前，根据公司经营状况和发展规划，利用自筹资金对募集资金项目进行先行投入，则先行投入部分将在本次发行募集资金到位后以募集资金予以置换。

## 二、本次募集资金的必要性分析

### （一）智能营销中台项目必要性分析

#### （1）整合与升级系统平台，打通信息孤岛，实现数据赋能

随着数据处理技术的快速发展，近年来公司亦不断加强营销数据应用和处理能力，目前已搭建 DMP 数据管理平台、智能投放系统、SCRM 用户管理工具等营销技术产品，能够为客户提供优质、高效的营销技术解决方案。但在平台、系统开发的过程中不可避免会出现重复建设现象，从而引起公司资源的极大浪费；同时，公司的各个平台系统之间目前较为独立，难以实现链接和数据相互交换，

信息“孤岛”态势显现，不利于公司内部快速实现数据整合、分析与处理，从而实现最大化借助数据来提升公司的营销能力。

因此，公司将通过此次项目对现有系统平台进行整合与升级改造，避免系统的重复建设，并保持系统的长期先进性，从而实现资源的有效利用。同时，数字中台将打通公司内部信息孤岛，助力公司内部实现客户信息、财务、人事、采购、OA 等全业务链全管理系统的自动关联，实现各独立子公司共享客户和数据，从而形成更高效更科学的经营管理，提升公司运营效率。此外，数字中台将支持多维度的数据分析，对数据进行标准化和细分，且能与媒体提供数据相结合，加强数据分析的精准性和全面性，有效实现数据赋能。

### **(2) 提升数据计算和处理能力，提高数字资产积累能力**

物联网、AI 等新一代信息技术的快速发展，使得实现线上和线下数据之间以及不同业务板块间的数据连通的重要性日渐凸显，也促使数字营销行业通过 AI 智能分析数据，为客户提供实时高效的智慧营销解决方案成为大势所趋。公司已深耕数字营销行业多年，依靠自身专业的营销策划能力、数据整合能力和优质的服务能力，与互联网、汽车、快速消费品、教育、游戏、金融等行业头部客户建立牢固合作关系，打造了强大的行业头部客户资源矩阵，共建大数据营销新生态。

在公司数字营销业务发展过程中，公司积累了大量的客户资源、流量资源和业务资源，并产生和收集了多维度的非标准数据，是未来公司实现进一步发展的重要基础与保障。然而，公司现有的数据计算和处理能力已无法同步满足快速增长的业务处理需要，且现阶段网络设备、服务器及存储设备等也无法有力支撑公司对现有业务过程中海量数据的高效收集、处理和利用。随着行业与公司的不断发展，此问题将日益凸显，因此，公司亟需通过本次智能营销中台项目的实施，加快技术中台、数据中台和业务中台的建设和成熟应用，从而有效提升公司的数据计算和处理能力，提高数字资产积累能力，支撑公司数字营销业务的进一步发展。

### **(3) 实现营销智能化和数据化的整合，强化公司市场竞争力**

公司数字营销以技术和数据驱动流量运营为主，深挖流量价值。经过多年业

务拓展，公司营销服务能力的市场认可度持续提升，具有良好的品牌形象。但在信息过载、流量红利削弱和互联网流量成本渐增的背景下，公司多行业、多业态的品牌方客户对数字营销升级和营销效果的重视程度愈发强烈，因此公司需对自身所积累的内外数据及多渠道资源进行不断整合、分析与处理，并运用 AI 算法、模型，挖掘数据背后业务活动的驱动价值，从而领先一步为客户提供更优化的营销解决方案，以此提升客户满意度，增强客户粘性。

因此，本次项目将能够为公司更好地助力客户快速实现“数据化”、“自动化”、“智能化”的营销升级，增强智能化精准营销服务效率与效果，进一步夯实公司技术领先地位，从而助力业务扩张。同时，通过对 AI 智能算法的打磨与智能营销的实际应用，将推动公司引领智能营销最新趋势，全面增强公司在数字营销领域的影响力和竞争力。

#### **（4）探索多元化营销能力，增强客户粘性**

当前，随着互联网广告规模的不断扩大，其行业呈现出竞争持续加剧、集中度上升的趋势，促使企业持续探索更多元化服务类型，为客户提供个性化、差异化的服务，从而满足客户对营销目标、营销策略、营销创意、营销效果到销量的量化、方案优劣对比和投放数据、监控数据等自动反馈等需求，以此提升品牌的认知度和美誉度。

因此本次智能营销平台项目将结合公司互联网广告业务发展情况和先进的中台架构理念，建设包含先进的 AI 算法模型和智能营销系统在内的智能营销中台；以此形成可持续利用数据的机制，将不断积累的数据转化为资产并服务于业务，助力公司探索多元化营销能力，为客户和品牌商提供更丰富、精准、高效的服务，从而进一步增强客户黏性。

## **（二）短视频智慧营销生态平台项目必要性分析**

### **（1）顺应行业发展趋势的要求**

随着互联网流量红利消减，互联网广告市场进入存量市场的结构化调整阶段。一方面强势媒介挤压代理商的趋势逐步明朗，另一方面广告主在经济压力之下或者削减预算或者提出更高效果要求。而随着数据与技术的发展，数字营销方式不断多样化，消费者需求呈现更加个性化、碎片化的趋势，短视频、直播电商、

MCN 等创新业态异军突起，行业竞争愈加激烈。

近年来广告主线上营销预算进一步向短视频/直播等新兴营销形式的资源倾斜，2019 年直播电商整体成交额达 4,512.9 亿元，同比增长 200.4%，占网购整体规模的 4.5%，成长空间较大，预计未来两年仍会保持较高的增长态势。抖音、快手、西瓜视频、淘宝直播等这些融入电商因素的娱乐方式，具有实时性和互动性特点，能提升真实性和趣味性，已成为当代年轻人最受欢迎的社交传播方式；且易充分调动用户碎片化时间，聚集用户流量，同时伴随着明星、网络达人的入驻，这些平台拥有极高的影响力和巨大的用户数，能够为广告主带来直接的效果转化及销量落地。

公司拟通过短视频智慧营销生态平台项目建设，促进公司业务的持续发展，为客户营销赋能。

## **(2) 整合营销资源，拓展业务边界，强化竞争优势**

随着信息技术的深入发展，新的营销媒体形式不断涌现，单一媒体形式的广告营销或场景活动已难以满足客户持续提升的要求，各种媒体形式呈现融合趋势。而这一发展趋势将对公司在各板块业务的服务能力，以及整合营销策划水平提出更高要求。

因此，公司有必要通过本次项目的建设，加快整合媒体、平台和供应链资源，实现创作力、资源、社会孵化项目的融合，从而进一步提升生产力以及效益，降低获客成本，同时满足客户日益提高的营销效果要求。此外，在本次项目中，公司将集现有强大的短视频内容制作能力、流量运营能力、网络优质主播培养挖掘能力以及 KOL 资源运营能力于一体，搭建短视频内容创意平台，提升优质内容生产投入以吸引更多优质流量，进而提升营销转化率，打造多平台流量运用和数据化 SaaS 产品的线上线下全域、全链路短视频智慧生态平台，进一步拓展公司的业务边界，深化公司竞争优势。

## **(3) 深化短视频创意营销生态体系，提升流量变现效果**

近年来，短视频行业开始崛起，以视频为主要载体的内容营销迎来快速发展，催生出广告等大量变现需求。据 CTR（央视市场研究股份有限公司）数据显示，

截至 2019 年上半年，短视频月活跃用户数量同比增长 32%，其月人均使用时长是在线视频的近 2 倍，时长占总上网市场时长的 11.4%，成为仅次于即时通讯的第二大应用类型。公司及时把握短视频行业快速发展的机遇，积极采购和制作短视频，2019 年，公司全年制作及购买的短视频类内容素材约 2.8 万条，主要用于抖音、微信、今日头条、西瓜等主流 app。

为进一步强化公司在短视频业务板块的竞争实力，公司亟需通过本项目的实施，全力加大短视频营销业务开拓力度，构建短视频内容创意制作平台，大幅提升创意制作方面的竞争力；同时，加强与综艺栏目的短视频合作，有效扩大公司短视频受众范围；并进一步吸收短视频创意、制作、运营专业人才，以此持续完善短视频创意营销生态体系建设，培育“全链路”、“跨渠道”、“多场景”、“数据化”的短视频生态能力。此外，公司将进一步深化新兴媒体合作，进一步带动短视频利润增长，从而推动公司实现长期持续健康发展。

### **（三）优化资产负债结构，提高风险抵抗能力**

2017年末、2018年末、2019年末和2020年6月末，公司合并报表资产负债率分别为42.15%、39.35%、55.99%和49.83%。2019年营销服务上市公司资产负债率的均值为45.51%，2020年6月末营销服务上市公司的资产负债率为44.71%；公司资产负债率高于同期同行业上市公司均值。

本次非公开发行完成后，公司财务状况将得以较大改善，通过进一步优化资本结构，增强公司的风险抵御能力，为公司未来业务发展提供保障和动力，符合公司及全体股东的利益。

### **（四）降低公司财务费用，改善盈利水平**

近年来，通过银行借款的方式筹集资金为公司扩大经营规模、提升市场竞争力提供了资金支持和保障，但由此产生的财务费用也相应降低了公司的盈利水平。2017年、2018年、2019年及2020年1-6月，公司利息费用/支出金额分别为4,016.18万元、3,686.07万元、7,833.70万元和1,945.34万元，2020年1-6月公司利息费用占净利润的比重为34.11%。

本次非公开发行股票募集资金部分将用于偿还银行借款，将有效降低公司债务融资规模，减轻公司财务负担，进而提高公司持续盈利能力。

## **（五）补充营运资金，满足业务需求，强化公司战略实施**

随着公司业务的发展，公司需要投入更多的资金，以满足研发、生产和经营活动的需要。通过本次非公开发行，募集部分资金用于偿还银行借款及补充流动资金，有利于增强公司资本实力，缓解公司营运资金压力，为公司各项经营活动的开展提供资金支持，增强公司的抗风险能力。

## **三、本次募集资金使用的可行性分析**

### **（一）智慧营销中台项目可行性分析**

#### **（1）顺应数字营销技术发展趋势**

近年来，人工智能、云计算和产业互联网等领域不断完善和突破新应用高度，广告形式与投放策略加速创新。但同时，流量红利日渐削弱以及市场竞争加剧，推动广告主对营销的“精准”和“转化”以及搭建营销闭环的重视程度逐步上升，希望通过更加精细化的用户经营管理，以获得性价比更高的营销解决方案，推动数字营销行业从依靠服务向依靠技术和数据能力转变。为充分满足客户的需要，数字营销服务商不断加码“技术+数据”体系建设，通过数据整合与沉淀、数据分析与处理、数据应用等方面建立大数据生态，实现营销的智能化和数据化，通过有效发掘海量业务数据中蕴含的价值，帮助营销客户更精细的区分不同特性的消费者，透彻洞察其个性化需求，并有针对性满足消费者，从而更低成本、更高效地达成营销目的。

数据中台可以满足企业内外部不同平台间数据整合的诉求，其在营销自动化的协作下能够实现营销闭环，并最大化借助数据以提升营销效率。因此，本次智慧营销中台建设项目符合数字营销技术发展趋势，具备良好的市场环境，将进一步提升公司市场竞争优势。

#### **（2）契合公司战略升级发展方向**

公司目前数字营销业务呈现多品牌、多领域、多行业的业务特点，公司根据数字营销业务结构组建了精准营销事业部、汽车营销事业部、互联网其他业务事业部，不断深耕各垂直领域。本募投项目拟构建以技术、数据为驱动的智能营销

中台，整合公司各业务部门系统，通过流量、数据的价值挖掘，逐步探索人工智能和多维流量整合，不断拓展公司数字营销业务边界。本项目的建设契合公司战略升级发展方向，可助力从流量运营的领先企业升级至智能营销领军集团。

### **(3) 公司拥有丰富的系统开发技术基础和建设经验**

近年来，公司不断增强技术和数据能力，通过海量数据沉淀及技术升级助力智能营销。目前，公司已搭建起 DMP 数据管理平台、智能投放系统、SCRM 用户管理工具、舆情管理工具及基于云计算的新媒体传播与分析管理运营工具 WeBox 等营销技术产品，同时整合大数据网络监测研究、线上调研、消费者调研社区、渠道检查等调研工具，构建形成多元化的营销技术产品和技术矩阵。

公司融合海量行业数据，从数据集成与沉淀、数据分析与处理、数据应用三个维度赋能标签体系和投放效率，建立了大数据生态，从而实现营销效能最大化。因此，公司具有的丰富数字建设经验将为此次项目的顺利实施提供保障。

### **(4) 公司拥有良好的业务经验和人力资源**

公司以实现各行业客户营销目标为导向，构建了覆盖数据洞察、效果营销、效果优化与管理、品牌管理、媒介规划与投放、体验营销、公关、内容营销、自媒体以及营销技术产品的数字营销全链条，通过技术和数据提升用户转化效果，为网络服务、汽车、电商、游戏、金融、旅游、教育、快速消费品等行业客户提供最具商业价值的一体化营销服务，拥有丰富的数字营销业务经验。

公司可在各细分领域强大的品牌影响力吸引了来自大数据分析与应用、营销技术、智能营销、组织管理等各方面的专业人才。公司不断完善专业人才的引进、培养、提升、激励管理体系和职业经理人制度，对各业务单元的专业人才进行培训及管理提升。公司会持续探索多元化的激励方式，使激励常态化，为吸纳和留住人才提供强有力的保障，鼓励员工与公司共同成长。

## **(二) 短视频智慧营销生态平台项目可行性分析**

### **(1) 国家政策的支持，提供良好外部政策环境**

近年来国家相继出台多项政策文件，鼓励支持互联网营销行业发展。2013



年，国务院先后发布了“宽带中国”战略实施方案和《关于促进信息消费 扩大内需的若干意见》，明确提出了支持移动互联网的国家战略规划以及支持信息消费的指导意见。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。

2019年，全国两会《政府工作报告》中提出，要全面推进“互联网+”，运用新技术新模式改造传统产业；打造工业互联网平台，拓展“智能+”，为制造业转型升级赋能；加快在各行业各领域推进“互联网+”，持续推动网络提速降费。2020年3月4日，中共中央政治局常务委员会指出，“要加快5G网络、数据中心等新型基础设施建设进度”。

促进互联网和移动互联网行业的发展，已上升为国家战略，政策的大力支持为互联网营销行业的发展提供了良好的环境，本项目的建设符合国家产业政策发展方向。

## **(2) 短视频行业持续增长，潜力巨大**

中国的短视频行业起步较国外晚，发展速度快，当前正处于高速发展期，在用户数据、资本吸附力、平台竞争、内容发展、商业变现等环节表现不凡。在用户数量增长的同时，短视频使用时长也明显提升，QuestMobile 最新数据显示，2020年春节期间短视频人均每日使用时长达到105分钟，比2019年春节增长27分钟，而2020年平日短视频人均每日使用时长也已突破96分钟，短视频营销市场空间潜力巨大。

虽然短视频行业人口红利逐渐消失，短视频市场规模增速有所放缓，但随着短视频营销效应的显著提升，短视频的商业价值受关注度不断提高。根据中国网络协会数据显示，市场较为看好短视频未来的变现能力（44.7%受访人群比较看好），尤其是垂直内容领域，如汽车、教育、旅游、母婴和测评等领域的商业价

值与潜力巨大。随着5G等新兴技术的加速落地，加速了短视频与数字营销行业的融合，引领数字营销行业升级。

### **(3) 公司具备较强的服务能力和交付能力,拥有广泛的客户基础**

公司以数字营销为主营业务,通过技术和数据驱动流量运营,深挖流量价值。多年来,公司依托自身专业的营销策划能力、数据整合能力、优质的服务能力和及时的交付能力,获得客户的广泛认可,与腾讯、阿里、今日头条、京东、百度等互联网行业,一汽-大众奥迪、奇瑞捷豹路虎、英菲尼迪、一汽-大众、上汽通用、北京现代、沃尔沃、长城汽车、长安福特等汽车行业,伊利、三元食品、战马、红牛等快速消费品行业头部的客户建立了密切的合作关系。

为充分满足客户需求,进一步提升服务品质,公司根据数字营销业务结构组建了精准营销事业部、汽车营销事业部、互联网其他业务事业部,持续深耕各垂直领域,从而为各细分领域客户提供专业化服务,同时保持并进一步提升公司在细分领域的市场影响力。此外,公司始终重视专业服务能力的创新和积累,持续进行产品和技术的更新换代,从而为客户提供优质、高效的营销解决方案。同时,公司积极探索尝试前沿互联网技术,紧跟数字营销行业发展趋势,持续提升专业服务能力。因此,通过多年的经营活动,公司已具备了较强的服务能力和交付能力,有助于推动本次项目建设顺利实施。

### **(4) 公司业务形态多样, 拥有较高的流量变现和转化能力**

公司以实现各行业客户营销目标为导向,形成了多样化的业务形态,包括整合营销、大数据及调研、品牌与创意、数字营销、体验与互动营销、电子商务、公关传播、自有媒体等业务板块,可为客户提供专业且全面的营销方案。同时,通过各业务板块之间的相互协同,公司进一步强化了自身的流量变现及转化能力。

流量获取能力是后续进行商业变现的基础,因此具备较高的流量变现能力是公司在日益激烈的行业竞争中脱颖而出的关键。经过多年的积累,公司已具备差异化流量运营盈利能力,合作媒体基本涵盖国内所有头部媒体,包括与腾讯、今日头条等头部流量平台保持核心营销合作伙伴及深度合作关系;与爱奇艺、网易、新浪等互联网媒体保持长期深入合作;与中央广播电视总台、北京交通广播台等

传统媒体保持深度合作，同时公司还拥有汽车头条、114 啦网址导航等自有媒体平台。因此，公司多样化的业务形态，以及较强的流量变现能力、较高的流量转化率，将为本次项目建设打下坚实的流量运营盈利能力，助力项目建设顺利推进。

### **(5) 公司积累了丰富的优质资源和案例经验**

随着内容同质化的加剧，某一类别或形式大量集中涌现，内容严重过剩，内容创新与持续产出成为营销关键路径。公司始终高度重视优质资源的积累，通过外部采购短视频，以及利用公司旗下的大咖账号自主生产视频，以持续丰富自身资源储备。

基于丰富的优质资源，在技术和数据双重驱动下，公司持续为客户提供专业且全面的营销解决方案。例如，京东家电双十一项目中，公司通过整合营销对消费者产生立体式影响，精准覆盖京东家电人群。红牛赞助《极限挑战》第二季项目中，通过视频媒体投放广告素材为电商引流；EPR 于新浪微博开启互动活动，强化品牌形象；制作《极限作战联盟 H5》将节目元素转换成互动游戏，该项目获得了“蒲公英奖-整合营销类银奖”、“IAI 国际广告奖-整合营销类优秀奖”。伊利畅轻《我们相爱吧》IP 整合营销项目中，公司捆绑 IP 打造覆盖社会端、产品端、渠道端三端交互的整合营销。发展至今，公司已承接了大量的营销项目，拥有丰富的案例经验，将为本次项目建设提供充分的经验保障。

### **(三) 偿还银行借款及补充流动资金可行性分析**

本次非公开发行的部分募集资金用于偿还银行借款及补充流动资金，符合公司当前的实际发展情况，有利于增强公司的资本实力，满足公司经营的资金需求，实现公司健康可持续发展。本次非公开发行的募集资金用于偿还银行借款及补充流动资金符合法律法规关于募集资金运用的相关规定，具备可行性。

## **四、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响**

### **(一) 本次发行对公司经营管理的影响**

公司将使用本次非公开发行股票募集资金进行“智能营销中台项目”、“短视频智慧营销生态平台项目”以及补充流动资金与偿还银行贷款。投资项目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，具有良好的市场发展前景和

经济效益。项目完成后，能够进一步提升公司的竞争能力，提高公司的盈利水平，对促进公司业务的发展具有重要意义。

本次非公开发行募投项目的实施不会改变公司现有的主营业务，而是完善、升级优化公司的收入结构，延伸公司的产品和服务范围，有助于对现有业务进行升级，同时通过增强公司的资本实力，提升公司的整体竞争实力。

## **（二）本次发行对公司财务状况的影响**

本次发行募集资金到位后，公司总资产和净资产将有所增加，公司的资产负债率将有所降低，公司的资金实力将有效提升，增强公司抵御财务风险的能力，有利于降低公司的财务风险。

本次非公开发行募集资金用于智能营销中台项目、短视频智慧营销生态平台项目，其经营效益短期内不一定能得到完全体现。本次发行完成后，随着公司总股本和净资产的增加，公司每股收益和净资产收益率在短期内可能出现下降。但随着公司资金实力的增强，和对新客户的不断挖掘，预计公司盈利能力和经营业绩将得以提升。

## **五、结论**

综上，董事会认为本次非公开发行股票募集资金使用计划符合未来公司整体战略发展规划，以及相关政策和法律法规，具备必要性和可行性。此次通过非公开发行股票进行“智能营销中台项目”、“短视频智慧营销生态平台项目”以及补充流动资金与偿还银行贷款，有利于公司改善资本结构，提高经营安全性、降低财务风险，提高公司盈利水平，增强公司后续融资能力和可持续发展能力，为公司发展战略目标的实现奠定基础，符合公司及全体股东的利益。

（以下无正文）

（此页无正文，为《科达集团股份有限公司非公开发行股票募集资金使用的可行性分析报告》之签章页）



科达集团股份有限公司

2020年9月20日