

证券代码：300766

证券简称：每日互动

每日互动股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2021-003

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（ ）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	1、银万资本 陈国宁 2、浙商证券 王宁 3、荟信源资产 王成 4、国金证券 伍兆丰 5、光大证券 姜国平 6、天风证券 梁健威 7、墨白资本 任鹏 8、方正证券 王煜童 9、初石投资 任伟泉 10、浙商证券 田杰华 11、东方证券 詹博 12、东方证券 徐宝龙 13、墨白资本 宿可 14、新时代证券 马笑 15、国金证券 许孟婕 16、国泰君安 张昱 17、健顺投资 邵伟 18、国信证券 张衡 19、群益证券 洪玉婷 20、九泰基金 方向 21、浩瑜恒投资 鹏飞 22、清和泉资本 马子轩 23、富利达资产 袁强 24、天弘基金 洪明华 25、中加基金 刘海彬 26、信银理财 宁宁 27、太平资产 阮文俊 28、茂源财富 钟华 29、中融基金 陈祖睿 30、天津信托 刘颖宜 31、墨白资本 刘葵 32、财通基金 苗瑜 33、华泰证券 吴晓宇 34、长盛基金 乔培涛 35、广发基金 王瑞冬 36、中欧基金 王颖 37、中海基金 姚晨曦 38、国信证券 高博文 39、工银瑞信 李剑峰 40、天风证券 冯翠婷 41、方正证券 方博云 42、九泰基金 何昕

	43、景顺长城 邓敬东 44、华夏基金 李湘杰 45、景顺长城 张晓南 46、中欧基金 尹为醇 47、长信基金 何增华 48、东方证券 浦俊懿 49、瑞华投资 陈浩 50、国海证券 朱珠 51、国联安基金 高兰君 52、国金证券 杨晓峰 53、复霈投资 韩守晖 54、海富通基金 陶意非 55、长江证券 凌润东 56、长城基金 鲁衡军 57、博时基金 吴渭 58、泰达宏利 吴华 59、诺德基金 杨霞辉 60、华宝基金 张奇 61、财通证券 潘宁河 等
<b>时间</b>	2021年8月30日
<b>地点</b>	每日互动会议室现场结合电话会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长兼总经理方毅 财务总监朱剑敏 董事会秘书李浩川
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、公司业绩概况</b></p> <p>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，上市后，公司围绕“D-M-P”（Data-Machine-People）三层业务逻辑对业务结构进行调整，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。</p> <p>2021年上半年，公司增长引擎迭代完成，业绩重回增长通道。实现营业收入2.68亿元，同比增长15.84%，归属于母公司净利润5,568.90万元，同比增长1.36%，研发费用6,219.76万元，同比增长10.26%。公司各板块业务聚焦深耕，其中，增长服务自去年年中业务形态切换完成后，长期发展韧性不断增强；风控与增能服务快速增长，实现营业收入3,301.51万元，较上年同期增长120.00%；品牌服务业务发展迈向正轨，品牌服务直客留存率提升28.98%，营业收入1,093.25万元，较上年同期大幅增长94.36%；公共服务重回高速增长通道，客户留存率保持在较高水平，实现营业收入8,901.75万元，较上年同期增长65.20%。</p> <p>在业务方面，公司秉承“D-M-P”（Data-Machine-People）三层业务逻辑实现快速发展。</p> <p>在D层数据获取。公司开发者服务SDK累计安装量突破760亿，日活跃独立设备数（去重）超4亿，再创新高；进一步拓展智能家电、智能汽车等IoT领域业务，智能IoT设备SDK累计安装量超1.5亿，智能IoT设备日活跃数超2500万，继续保持行业领先地位。公司数据底盘不断夯实。同时，公司面向金融行业客户、融媒体中心等客户，融合内外数据，洞察用户特征，打通运营链路闭环，打造覆盖核心运营场景的一站式精细化运营平台。</p> <p>在M层数据治理。公司打造的“每日治数平台”是对大数据进行挖掘、分析的工具性平台，数据分析师、数据建模师、数据治理工通过应用支撑模块的组合和简单二次开发，可实现针对不同行业数据的解决方案，助力决策者运营决策。“每日治数平台”将实现公司由输</p>

出治数产品向输出治数能力的战略升级，目前已在智慧交通、公共安全等领域已拓展天使客户，实现突破。

在 P 层数据应用。业务分为商业服务和公共服务两块。

在商业服务方面，其中，增长服务主要包括全渠道智能拉新和多场景用户促活，公司于 2020 年上半年完成业务形态切换，服务能力持续提升，长期发展韧性不断增强。

风控和增能服务中，在风控服务方面，公司于 2019 年参投云真信，为云真信输出数据中间件，云真信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。2021 年，与多家大型国有银行、股份制银行实现合作，与朴道征信签署战略合作协议。在增能业务方面，公司为百度、微博、爱奇艺等平台提供标签增补、用户画像增强功能，提升平台 ROI。

品牌服务中，公司通过“炼造五步法”打造营销闭环，与快消、母婴、美妆等行业头部客户合作，通过机器学习模型学习正负样本特征，大幅提升预测模型精确性，助力品牌广告主提升营销价值。2021 年上半年公司品牌服务新增客户 30 余家，直客留存率从 43.75% 上升至 72.73%。

在公共服务方面，我们分为政法类和非政法类，政法类客户中，公司在 2021 年上半年新增 300 个区县客户，全国覆盖近 2300 个区县客户，客户的留存率超过 80%；同时，推出的新 SaaS 产品合同金额超 2000 万，客单价更高，有望快速成为公共服务的又一拳头产品。非政法类客户，公司人口数盘服务数十家城市客户，20 多家政府单位，规划数盘服务全国 20 多家知名规划单位。通过大数据助力解决城市治理工作中如人口流动管理等痛点。

在产业投资方面，公司部分参投公司（如 DCLOUD、嗨普智能、迦智科技、成都美幻等）持续获得多个头部机构后续投资，估值大幅提升。同时公司持续推动与生态伙伴在数据获取、数据加工和数据应用领域有效协同，共创数据智能的快速发展。

最后，我带领公司专班团队在千岛湖开展为期百日的封闭开发，封闭开发的效率很高，大家共同探索一些重要项目，部分项目也在此获得了重要突破，有望在未来实现商业化，为公司未来的发展提供强劲的动力。

## 二、交流互动情况

### 1、随着大数据行业监管更加严格，这对公司业务的影响怎么样？

答：公司作为在国内 A 股市场率先上市的“数据智能”企业，见证了《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等一系列法律法规的出台，公司也为相关法律法规提供了有建设性的意见，同时牵头起草了多个国家标准和指引规范。我们认为，随着社会的发展，个人的信息保护越来越重要，大数据监管也一定会越来越严格，但是监管的目的不是为了管死行业，而是让行业更加规范，进而更加健康的发展，充分发挥数据这一生产要素的作用。这对大数据行业市场参与者提出了更高的要求，公司作为合规企业的竞争力获得进一步提升。公司在开展大数据服务的过程中，公司均采取了严格的数据保护机制，同时与专业的律师团队一起及时梳理合规要求，用更高的标准充分保障用户的数据安全。

### 2、公司产业投资的业务协同和发展前景？

答：公司在智慧城市、智慧交通、应急减灾等领域拓展布局，持续推动与生态伙伴在数据获取、数据加工和数据应用领域的有效协同。

数据获取方面：公司与 DCLOUD 发挥开发者服务领域的各自核心技术能力，DCLOUD 导入公司的消息推送等产品模块，公司助力 DCLOUD 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：公司与嗨普智能充分协作，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；公司与国资企业合资成立数安服公司，为提供数据的各方提供算法加环

	<p>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。</p> <p>数据应用方面：公司与浙江有数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；公司为云真信输出数据中间件，云真信为公司拓展业务场景的边界。公司结合成都美幻的现有渠道以及产品体系，运用人时空数据，打造多灾种预警平台。</p> <p><b>3、“运营中心”正式推向市场，目前推广情况如何？</b></p> <p>答：运营中心致力于打造覆盖核心运营场景的一站式智能运营平台，为融媒体、银行等客户提供全方位的服务。在融媒体部分，已经和浙报集团深度合作，覆盖浙报旗下融媒体 APP。我们会基于浙报的服务运营经验，打造运营中心融媒体行业版本进行推广。同时，运营中心银行版积极对外开拓，公司通过参与银行营销系统，构建银行数字化营销完整链路。</p> <p><b>4、公共服务留存率处于较高水平的原因？公司公共服务新老 SaaS 差异和如何保持客户粘性？</b></p> <p>答：首先，公司公共服务产品能够解决客户痛点需求，提升了客户的工作效率，同时，公共服务拥有 2,300 个区县客户，渠道基本实现全覆盖，公司口碑效应体现明显，因此客户留存率较高。公司老 SaaS 产品为通用型产品，而新 SaaS 产品为专项产品，扩展了客户应用场景和使用群体，未来，公司依托现有的渠道资源积极推广新 SaaS 产品，2021 年上半年，新 SaaS 产品合同金额超 2,000 万，呈现良好发展态势。</p> <p><b>5、公司“每日治数平台”的定位和进展？</b></p> <p>答：首先，公司的“每日治数平台”定位在垂直领域具有治数能力的数字智能操作系统。该系统包括基础设施模块、应用支撑模块和核心平台模块。通过应用支撑模块的组合和简单二次开发，即可实现针对不同行业数据的解决方案，可通过 SaaS 服务和混合云部署方式对外输出，帮助企业以较低成本、安全、快捷地实现对数据资产的管理和应用。</p> <p>为打造公司“每日治数平台”，公司专门组建了一只百人研发团队，并由公司 CTO 叶新江亲自带队，进行技术攻关，公司从人力、财力方面给予全面支持。目前，基础支撑技术攻关已取得初步成果，大力推进应用层研发的技术条件已经成熟，同时已在智慧交通、公共安全等领域进行了实战探索。</p> <p><b>6、公司品牌业务客户直客留存率从 43.75%提升至 72.73%，大幅获取提升 28.98%，原因是？</b></p> <p>答：首先，公司“锻造五步法”逐渐成熟，通过充分发挥自身数据和技术优势，将“锻造五步法”赋能于美妆等多个行业及客户，优化投放策略和提升 ROI；</p> <p>其次，经过多年的推广，公司形成了完善的产品打法，通过人群深度洞察、精准投放定向和营销归因分析，提升客户满意度；</p> <p>最后，公司与快消、母婴、美妆等行业头部客户合作，基于消费者样本数据深入洞察，挖掘高潜客户，营销效果得到验证，品牌产品受到认可，客单价有望进一步提升。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 9 月 1 日