

江西时刻互动科技股份有限公司

关于年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵司于2024年8月14日下发的《关于对江西时刻互动科技股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第387号）已收悉，江西时刻互动科技股份有限公司（以下简称：“公司”或“本公司”）根据年报问询函中的内容，及时组织相关人员进行认真分析和核查，现就相关事项逐项回复如下：

注：本回复的内容字体设置如下所示：

内容	字体
年报问询函所列问题	黑体
对问询函所列问题的回复	宋体

1、关于营业收入

2023年你公司营业收入为512,955,163.31元，同比增长74.68%，你公司解释营业收入增加的主要原因系“公司开拓业务渠道，开发新的大客户，同时加强老客户的服务和管理，为客户提供个性化全案服务，同时积极开拓江西省内外市场”。按照业务类型区分，2023年你公司网络营销服务收入316,210,979.44元，同比增长74.65%，媒介代理服务收入196,492,645.07元，同比增长74.52%。

请你公司：

（1）结合业务渠道开拓方式、客户拓展情况、交易内容、交易价格等说明报告期内收入大幅增长的原因，并结合你公司在手订单数量、金额等情况说明你公司业务增长的可持续性；

（2）说明网络营销服务、媒介代理服务两种服务的具体服务内容、运营模式、收入和成本构成情况，结合你公司收入确认政策说明相关收入是否均已取得收入确认凭证。

回复：

（一）结合业务渠道开拓方式、客户拓展情况、交易内容、交易价格等说明报告期内收入大幅增长的原因，并结合你公司在手订单数量、金额等情况说明你公司业务增长的可持续性；

公司立足于成熟的互联网平台加强内部资源整合与优化，提升用户服务与价值；灵活运用大数据分析、机器学习、精准算法等技术，优化信息流推广和个性化推荐，促进流量价值的商业化变现；完善智能运营平台，实现资源的统一调用与配置，促进业务精细化运营；加强数据安全管理及防护，建立健全信息保护机制，赋能公司业务长远发展。

公司具备专业的整合营销服务能力，满足客户在全国范围内媒体渠道的品牌曝光和产品或服务推广多元化、个性化的营销需求。了解客户的品牌市场定位、发掘客户的产品营销亮点，结合自身在数字营销优势，为客户提供广告创意营销方案、营销活动策划、深度内容推广、精准广告投放等互联网营销服务。以技术创新为动力，营销服务以深入解读广告主品牌内涵为导向，以解决应用领域的问题（例如：实现目标群体的互动、将目标群体的特征最大化利用，提供有吸引力的话题）为服务核心，提供广告创意设计、营销活动策划、深度内容推广、精准广告投放等互联网营销服务。

公司通常通过客户介绍、参与展会、线下沙龙、参与招投标等方式开拓客户，运用“整合营销”概念在行业中积累了大量高效、高质的项目案例。以围绕大品牌客户为核心、中型客户为支撑、扶持其他类型客户为营销开发战略。

公司 2023 年度前五大客户交易内容、交易价格、订单数量、金额等情况列示如下：

客户名称	开拓方式	订单数量	金额	交易内容	交易价格	是否存在关联关系
客户 A	介绍、参加线下沙龙	16	52,543,168.48	信息流推广服务	一般根据采购产品的价格乘以一定的系数	否
客户 B	介绍、参加线下沙龙	16	28,907,721.89	信息流推广服务	一般根据采购产品的价格乘以一定的系数	否

客户 C	介绍、参加 线下沙龙	12	25,099,056.60	信息流 推广服 务	一般根 据采购 产品的 价格乘 以一定 的系数	否
客户 D	介绍、参加 线下沙龙	9	19,742,553.58	信息流 推广服 务	一般根 据采购 产品的 价格乘 以一定 的系数	否
客户 E	介绍、参加 线下沙龙	9	17,773,584.91	信息流 推广服 务	一般根 据采购 产品的 价格乘 以一定 的系数	否
合计			144,066,085.46			

综上，公司 2023 年营业收入大幅增长主要系：公司开拓业务渠道，为客户提供个性化全案服务；公司拥有自己的竞争优势，可以不断提升客户粘性并吸引新的客户；公司营销开发战略能够在维护好原有客户的基础上不断开拓新的客户群体，稳步提升公司业绩。公司 2023 年与 2022 年相比新增的大客户有：客户 A、客户 C、客户 D、客户 E 等，助力公司营业收入的增长。

公司通常与客户签订框架协议后，客户根据自身需求实时下达订单，每月根据与客户对账结算的情况确定具体的收入金额，框架协议中通常不对订单金额进行具体约定。公司 2024 年 1-7 月份获取在手订单数量有 472 个，订单金额为 212,486,085.17 元。公司收入增长一方面依靠行业整体的健康发展，同时也依赖于自身竞争力的不断提升，因此公司业务增长具有一定的可持续性。

（二）说明网络营销服务、媒介代理服务两种服务的具体服务内容、运营模式、收入和成本构成情况，结合你公司收入确认政策说明相关收入是否均已取得收入确认凭证。

1、网络营销服务的具体服务内容、运营模式、收入和成本构成情况

（1）具体服务内容

网络营销服务是公司把客户的产品或服务广告投放在互联网、移动互联网媒体上，通过网络用户在浏览、使用相关媒体资源过程中发生的点击、下载等行为，

来实现客户对产品或服务的宣传目的。具体服务内容主要包括以下几个环节：1) 获取用户需求：根据客户产品的目标用户进行分析，通过分析媒介、人群、地域、历史行为等限制条件，获取与客户目标人群关联度较高的广告用户；2) 创意策划：基于产品特性和用户需求，结合营销场景、明星网红特性等，聚焦热点话题，策划“创意+事件内容”的广告推广方案；3) 匹配媒体资源：根据用户喜好和客户的预算情况，为其推荐适合的媒体资源，进而引发点击及后续行为。效果及数据监测；4) 广告投放及优化的过程后，市场会出现具体的量化效果和行为数据统计，公司会收集整理该部分信息，为客户及未来类似业务提供数据的积累。

（2）运营模式

1) 销售模式：公司网络营销服务的销售模式以直客销售为主、渠道销售为辅。直客销售，就是公司的销售人员直接面向广告主，通过与广告主的接触和沟通，掌握广告主的具体需求，包括广告的推广目标、目标人群、投放市场、投放时期、广告预算等需求要素，制定与广告主需求相匹配的营销推广方案。渠道销售指的是公司通过其他广告公司获取广告主的广告需求，进而将其广告发布至公司的合作平台上。

2) 采购模式：公司建立了完善的采购规范和制度，采取预先采购媒体资源的采购模式。公司与主流优质互联网、移动互联网媒体签订框架协议，根据实际广告投放计划需求向媒体提出广告位采购需求、下达采购订单。在与媒体签订合作协议前，公司会进行媒体调研，收集媒体基本情况信息，与媒体洽谈合作方式、代理级别等合作政策，进而达成合作意向并签订合作协议。在广告投放期间，公司登录媒体的账户，进行广告素材上传、账户充值、广告竞价、广告排期等工作。公司广告竞价的主要依据是媒体公布的广告位价格，同时根据经验判断，一般按广告预计投放效果（如点击量、下载量）或预计投放天数向媒体预付广告投放费用；广告投放完成后，公司与广告主确认广告投放效果数据，形成广告投放结案报告，向广告主收取广告推广费用，完成广告结算。部分媒介平台会根据公司全年的广告投放金额，给予公司一定比例的返利奖励。公司与腾讯新闻客户端、今日头条、磁力金牛快手、阿里 UD 等网络媒体平台建立良好的合作关系。

（3）收入和成本构成情况

公司通过为广告主、广告代理商提供广告创意设计、营销活动策划、深度内容推广、精准广告投放等互联网营销服务实现盈利。收入主要为公司向广告主、广告代理商收取的广告策划费用、推广费用及代理服务费等，成本主要为向媒体支付的广告投放费用，广告营销推广费用与广告投放费用之间的价差及代理服务费为公司的利润来源。广告营销推广费用、广告投放费用一般按广告实际效果（如点击量、下载量）或按投放天数收取。

2、媒介代理服务的具体服务内容、运营模式、收入和成本构成情况

（1）具体服务内容

公司为优质媒体客户提供媒介代理服务，通过整合媒体资源，帮助客户实现采购的规模效应，获得高质量的广告策略、执行以及广告监测评估服务。公司为广告主客户在大型媒体平台上采购资源，提供精准广告投放策略与媒体选择策略，同时，基于对精准广告投放的分析来为广告主制定竞价策略与人群定向策略，以实现更好地广告效果。

（2）运营模式

1) 销售模式:公司媒介代理服务的销售模式为直客销售。公司的销售人员直接面向下级经销商，将采购的媒介资源分发给下级经销商。

2) 采购模式:公司建立了完善的采购规范和制度，采取预先采购媒体资源的采购模式，公司与主流优质互联网移动互联网媒体或者其区域经销商签订框架协议，主要采购的媒介平台包括腾讯、今日头条、磁力金牛快手等。

3) 收入和成本构成情况

公司为优质网络媒体资源提供媒介代理服务，其盈利主要来源于采购优质媒介资源与分销优质媒介资源之间的价差，因此媒介代理服务的主要收入为优质媒介资源的分销收入，主要成本为向媒介平台采购媒介服务产生的服务成本。公司2023年实现媒介代理服务收入196,492,645.07元，媒介代理服务成本186,093,256.90元。公司2023年采购成本均为采购的媒体资源。

3、公司收入确认政策说明

本公司网络营销服务和媒介代理服务确认收入的收入确认政策为完成客户的广告投放并消耗相应的广告币时确认收入，公司为其开具了发票，并均已取得了双方签字盖章的服务确认书作为收入确认凭证。

2、关于预付款项

你公司 2023 年末预付款项余额为 61,631,281.29 元，同比增长 42.96%。预付款项前五名金额合计 60,850,770.61 元，占预付款项总额的 98.73%。其中，你公司预付金额第一名为深圳市有量悦动科技有限公司，预付款项余额为 28,988,288.00 元，占预付款项总额的 47.03%，经公开信息查询，该公司注册资本 1,000,000 元，实缴资本 0 元，参保人员 0 人；第二名淮安快手快联信息技术有限公司预付款项余额为 16,300,000.00 元，占预付款项总额的 26.45%，经公开信息查询，该公司注册资本 10,000,000 元，实缴资本 0 元。

请你公司分别说明对预付款项第一名、第二名供应商业务往来的具体情况，包括但不限于业务开始时间、规模、价格、资金往来等情况，并结合其成立时间、员工规模、主营业务和财务情况等，说明上述供应商规模与你公司采购规模是否匹配，上述供应商是否具备相应履约能力，相关交易是否具备商业实质。

回复：

（一）预付款项第一名、第二名供应商业务往来的具体情况，包括但不限于业务开始时间、规模、价格、资金往来等情况列示如下：

客户名称	开始时间	规模（2023年采购总额）	期末预付账款余额	交易内容	交易价格	是否存在关联关系	2024年1-5月业务执行金额
深圳市有量悦动科技有限公司	2021.4	44,920,245.24	28,988,288.00	信息流推广服务	一般根据采购产品的价格乘以一定的系数	否	28,988,288.00
淮安快手快联信息	2022.12	34,556,192.00	16,300,000.00	信息流推	一般根据采购	否	16,300,000.00

技术有限公司				广服 务	产品的 价格乘 以一定 的系数		
合计		79,476,437 .24	45,288,288 .00				45,288,288 .00

(二) 供应商深圳市有量悦动科技有限公司具体信息如下:

法定代表人: 顾成博

类型: 有限责任公司

成立日期: 2020年12月31日

注册资本: 100.00万元人民币

住所: 深圳市宝安区西乡街道麻布社区海城路5号前城商业中心1901F1

员工人数: 32人(工商上显示的参保人员0人,是因为没更新所致)

经营范围: 一般经营项目是: 计算机软硬件技术开发、技术咨询、技术转让与技术服务; 文化艺术咨询; 策划创意服务; 设计、制作、发布代理国内各类广告; 企业形象策划; 会议、会展及相关服务; 动漫及衍生产品设计服务; 票务代理; 礼仪服务; 旅游咨询; 企业管理咨询; 贸易咨询服务; 工艺美术品(象牙及制品除外)、办公用品、家具、家居用品、服装服饰、纺织品、箱包、电子产品、家用电器、日用百货、化妆品、农产品、陶瓷制品销售; 网络文化技术服务; 知识产权代理。许可经营项目是: 出版物零售; 食品销售。

执行董事、总经理: 顾成博

股东:

名称	认缴金额(万元)	持股比例(%)
毕欣欣	60.00	60.00
王正飞	40.00	40.00
合计	100.00	100.00

深圳市有量悦动科技有限公司2023年末资产总额6,221.93万元,营业收入32,674.41万元,该公司规模与公司采购规模匹配,该公司具备相应履约能力。公司与深圳市有量悦动科技有限公司的交易内容真实,双方签订业务合同、公司有支付其采购款、获取了其开具的发票,其为公司提供了相应的信息流推广服务,综上公司与深圳市有量悦动科技有限公司的相关交易是真实的,具有商业实质。

深圳市有量悦动科技有限公司注册资本虽然是 100.00 万元，实收资本为 0 元，由于信息流推广服务行业都是预收预付款的操作，故与实收资本和注册资本没有太大关系。深圳市有量悦动科技有限公司 2023 年取得了巨量引擎综合代理商资质（详见下图），公司采购深圳市有量悦动科技有限公司的 KA 产品，故双方交易是真实的，具有商业实质。



（三）供应商淮安快手快联信息技术有限公司具体信息如下：

法定代表人：董宇

类型：有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）

成立日期：2022 年 07 月 13 日

注册资本：1,000.00 万元人民币

住所：淮安市洪泽区高良涧街道渤海北路 15 号电子商务产业园内 A02 幢 402 室

员工人数：257 人

经营范围：一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；数据处理服务；数据处理和存储支持服务；专业设计服务；企业管理咨询；企业管理；信息技术咨询服务；社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；会议及展览服务；咨询策划服务；软件销售；软件开发；广告制作；广告设计、代理；广告发布；物业管理；动漫游戏开发（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

执行董事：杨远熙 总经理：董宇 监事：银鑫

股东：

名称	认缴金额	持股比例（%）
----	------	---------

	(万元)	
北京达佳互联信息技术有限公司	1,000.00	100.00
合计	1,000.00	100.00

淮安快手快联信息技术有限公司 2023 年末资产总额 10,629,600.00 万元，营业收入 11,347,000.00 万元，该公司规模与公司采购规模匹配，该公司具备相应履约能力。公司与淮安快手快联信息技术有限公司的交易内容真实，双方签订业务合同、公司有支付其采购款、获取了其开具的发票，其为公司提供了相应的信息流推广服务，综上公司与淮安快手快联信息技术有限公司的相关交易是真实的，具有商业实质。

淮安快手快联信息技术有限公司注册资本虽然是 1,000.00 万元，实收资本为 0 元，由于信息流推广服务行业都是预收预付款的操作，故与实收资本和注册资本没有直接关联，淮安快手快联信息技术有限公司属于“快手”的下属子公司，在互联网媒体平台方面具有较强的业务资源和影响力。

3、关于员工变动

根据 2023 年年报，你公司初期在职员工 40 人，期末在职员工 96 人。期初销售人员 11 人，本期增加 128 人、减少 86 人，期末销售人员共 53 人；期初研发人员 13 人，本期增加 24 人、减少 17 人，期末研发人员共 20 人。2022 年、2023 年你公司研发人员职工薪酬分别为 1,272,503.96 元、4,307,081.57 元。

请你公司：

(1) 结合销售地区拓展、销售模式、人员分配情况说明本期销售人员变动较频繁、期末人数较期初增加较多的原因及合理性；(2) 结合研发项目内容、研发进度、已取得或拟取得的研发成果说明本期研发人员数量、人均薪酬变动较大的原因及合理性，是否建立完善的研发支出管理制度，是否按照研发项目设立台账归集核算研发支出，并准确记录员工工时、核算研发人员薪酬。

回复：

(一) 结合销售地区拓展、销售模式、人员分配情况说明本期销售人员变动较频繁、期末人数较期初增加较多的原因及合理性；

公司所处的互联网广告服务行业属于完全竞争性行业，尤其在 PC 端、移动互联网广告市场，近两年不同规模的企业纷纷加入，竞争对手较多。虽然公司近

年来不断加大研发投入，努力提高服务和技术的先进性，在网络营销服务和媒介代理服务细分市场上已经具备一定的竞争优势，但随着竞争对手增多，行业竞争激烈状况会愈发激烈。为此企业不断提高服务质量和创新能力，提供更优质的服务，增强市场竞争力，降低风险。为此，企业要想保持竞争优势，就必须不断拓展销售区域，公司 2023 年江西省内客户实现营业收入 142,479,457.27 元，营业收入比上年同期上涨 245.58%，江西省外客户实现营业收入 370,224,167.24 元，营业收入比上年同期上涨 46.67%，通过公司加大营销投入，省内、省外收入均实现了上涨。

公司网络营销服务的销售模式为：以直客销售为主、渠道销售为辅。直客销售，就是公司的销售人员直接面向广告主，通过与广告主的接触和沟通，掌握广告主的具体需求，包括广告的推广目标、目标人群、投放市场、投放时期、广告预算等需求要素，制定与广告主需求相匹配的营销推广方案。渠道销售指的是公司通过其他广告公司获取广告主的广告需求，进而将其广告发布至公司的合作平台上。公司媒介代理服务的销售模式为：销售人员直接面向下级经销商，将采购的媒介资源分发给下级经销商。这两个方面的发展都需要相应的人力资源支持，即销售人员的增长。故公司通过招聘策略、培训与发展、激励机制等多个方面措施，以吸引和保留优秀的销售人员，同时提高他们的专业能力，以适应不断变化的市场需求。公司作为腾讯的一级代理商，2023 年大力发展腾讯业务，2022 年公司从北京腾讯文化传媒有限公司采购金额 13,087,241.93 元，2023 年采购金额 96,719,108.70 元，采购金额比上年同期上涨 693.03%，涉及腾讯品牌业务，腾讯本地业务，腾讯渠道业务等，业务部门划分更加精细化。为此公司招聘了大量的相关销售人员来开拓腾讯业务市场，由于新增销售人员有较多应届毕业生或者没有行业经验的人员，销售业绩压力及自身等原因，导致公司销售人员变动较频繁。

综上，公司销售费用及销售人员增长较多，主要是因为随着公司营业收入的增长，公司招聘了大量的销售人员以满足销售地区业务拓展，这些销售人员所具备的专业素质和业务能力是互联网广告营销公司取得竞争优势的关键所在，但也有些销售人员因经验不足、销售业绩压力及自身等原因最后选择从公司离职，导

致公司销售人员变动较频繁。故本期销售人员变动较频繁、期末人数较期初增加较多具有合理性。

(二) 结合研发项目内容、研发进度、已取得或拟取得的研发成果说明本期研发人员数量、人均薪酬变动较大的原因及合理性，是否建立完善的研发支出管理制度，是否按照研发项目设立台账归集核算研发支出，并准确记录员工工时、核算研发人员薪酬。

1、结合研发项目内容、研发进度、已取得或拟取得的研发成果说明本期研发人员数量、人均薪酬变动较大的原因及合理性

公司属于互联网信息服务业，以为广告主、广告代理商提供包括但不限于广告创意设计、营销活动策划、深度内容推广、精准广告投放等互联网营销服务。优秀的技术研发人才能够开发先进的广告运营平台，为连接广告主和媒体终端、创新广告运营模式提供技术保证。这些行业优秀人才所具备的专业素质和业务能力是互联网广告营销公司取得竞争优势的关键所在。随着移动广告行业市场规模高速增长，开展业务所需要的专业人才，尤其是高素质的优秀人才可能出现短缺。为此企业建立完善的人才培养和留住机制，提供良好的职业发展和晋升机会，吸引和留住优秀人才，降低人才流失带来的风险。由于行业竞争激烈、劳动力市场供需关系改变、保持员工的竞争力和工作积极性等因素导致企业需要提高工资薪金、福利待遇等，以找到符合要求的有经验的人员。在这种情况下，企业需要支付较高的薪酬以吸引外来人才和留住核心员工。

公司 2023 年度开展研发项目 9 个，具体情况如下：

序号	研发项目名称	研发项目主要内容	研发进度	已取得或拟取得的研发成果
1	基于广告点击数据的用户偏好识别方法及系统	伴随着移动互联网技术的不断进步和发展，使用智能手机等移动终端设备连接到网络中的用户日益增多，随之而来的是在移动网络上出现了许多社交类的网站和应用。移动互联网时代，从用户的角度出发，越来越多的碎片化时间都消耗在移动终端上，移动终端已经参与到用户生	已完成	通过标签关系模型及基于图的排序算法分别对资讯标签集及兴趣标签集进行提取得到两组兴趣向量；采用协调关系算法针对两

		<p>活的方方面面，越是用户感兴趣的产品或服务，用户的留存度才越高，才越愿意花时间来了解。对移动用户偏好识别的研究已经成为企业发展的必备能力，准确识别用户的喜好，可以帮助解决信息过载问题以及完成高质量的广告定向投放业务，为企业带来更大的收益。</p>		<p>组兴趣向量进行融合得到点击流数据所反馈的用户偏好集合，可以提高用户偏好识别的精确度。已取得发明专利证书，发明名称：基于广告点击数据的用户偏好识别方法及系统，专利号：ZL 2023 1 0376699.0</p>
2	<p>广告 投放效果 的归因方 法、系统及 计算机</p>	<p>随着科技的飞速发展和人们生活水平的提高，广告已经作为目前最流行的宣传手段之一，伴随着互联网时代的到来，多渠道营销已经逐渐成为广告的宣传手段。广告归因是一种较为特殊的业务场景，其定义为“用户旅程中所经历的不同营销渠道的不同接触点对达成转化目标的贡献价值评估”，即用户在不同的营销渠道中对广告转化的归属问题。现有技术中，广告的归因问题都是采用基于规则的启发式方法，在该方法中往往只考虑到第一个或最后一个的营销渠道，忽略了其他营销渠道所带来的影响及差异。</p>	已完成	<p>利用每一条用户的点击序列和历史点击数据补充广告的归因条件，并利用多个模型对广告的归因问题进行辅助处理，进一步提升广告归因的处理效率以及降低多渠道对归因结果的影响。已取得发明专利证书，发明名称：广告投放效果的归因方法、系统及计算机，专利号：ZL 2023 1 0417409.2</p>
3	<p>广告 投放方法、</p>	<p>随着社会的发展，各种形式的广告充斥着我们的生活。广告已经成为用户购买</p>	已完成	<p>按照预设的广告下发控制策略限</p>

	<p>装置、计算机可读存储介质及电子设备</p>	<p>商品的最好销售渠道之一，广告市场越来越繁荣，从实物广告到现在的网络广告，形式和渠道越来越多样化。竞价广告是常见的广告形式，在竞价广告系统中，交易平台（SSP）在接收到客户端的广告请求后，会主动向多方需求方平台（DemandSidePlatform, DSP）发起请求，DSP 会进行广告检索和确定出价，并在中标后会将其提供的广告发送给 SSP，由 SSP 将广告发送至客户端。当用户点击浏览或者点击时，埋点日志到达流平台（DMP），流平台进行计费，DSP 然后将资金打给 DMP。由于广告从 DSP 下发到用户浏览或者点击后上报给大数据，完成统计扣费，这个过程有延迟，通常会有用户账户中的钱已经消耗完了但是仍然在下发广告，或者，用户在知道账户余额不足的情况下突然把出价改高，使得该条广告在竞价中胜出，造成平台损失。</p>		<p>制候选广告的下发数量，以保障广告主投放广告收益最大化，以及保障平台利益，同时也为广告的投放提供精确保证。</p> <p>已取得发明专利证书，发明名称：广告投放方法、装置、计算机可读存储介质及电子设备，专利号：ZL 2023 1 0417408.8</p>
4	<p>一种广告点击率预测方法、系统、计算机及可读存储介质</p>	<p>广告点击率是在线广告营销的一个重要评价依据，但是广告点击数据随机性和环境原因，导致广告点击数据非常稀疏和不平衡，在提取广告数据的特征时，由于广告数据的随机性，使得提取出的特征之间的联系不紧密，无法准确获取特征之间的联系以及相应的特征信息，且由于广告数据的稀疏性，导致提取出的特征为高维的稀疏特征，使得在模型根据提取出的特征进行点击率预测时误差较大，无法根</p>	<p>已完成</p>	<p>1、将训练特征向量输入预设神经网络预测模型中进行训练，以得到训练神经网络预测模型，将测试特征向量输入训练神经网络预测模型中，以输出广告点击率的预测结果。2、提取特征之</p>

		据广告数据准确地预测出广告点击率。		间的联系与信息, 进一步提高模型预测的准确率以及预测速度。 已取得发明专利证书, 发明名称: 一种广告点击率预测方法、系统、计算机及可读存储介质, 专利号: ZL 2023 1 0667085. 8
5	广告效果评估方法、装置及可读存储介质	随着科技的飞速发展和人们生活水平的提高, 广告已经作为目前最流行的宣传手段之一, 企业根据自身服务内容或产品特性, 确定相关的广告关键词, 编排广告内容进行自主投放。目前, 互联网广告的表现形式越来越丰富, 广告的投放渠道也变得越来越, 因此针对各类广告的效果评估也成了人们研究的对象。现有技术中针对广告效果评估通常是采用最广泛的机器学习算法, 主要分为线性模型和非线性模型两大类。其中, 线性模型虽然结构简单, 运算速度快, 但是对于数据的准确性要求高, 只能对线性的问题进行规划约束, 而且计算量大, 不能对特征进行交叉组合; 非线性模型可以从数据中挖掘更多信息, 但其针对离散型的自变量数据所需要的运算量较大, 并且运算速度相对于线性模型较为缓慢。	已完成	利用用户信息和广告类型对广告进行印象指标计算得到印象数据, 并根据广告投放渠道的弹出概率分配渠道分析系数; 通过建立效果评估模型对待评估广告进行效果评估得到评估结果。 已取得发明专利证书, 发明名称: 广告效果评估方法、装置及可读存储介质, 专利号: ZL 2023 1 0664776. 2

6	<p>广告转化率的预测方法、装置、可读存储介质</p>	<p>随着科技的飞速发展和人们生活水平的提高,广告已经作为目前最流行的宣传手段之一,企业根据自身服务内容或产品特性,确定相关的广告关键词,编排广告内容进行自主投放。广告转化是由广告的投放对象(用户)完成了一次广告商指定或期望的行动,例如注册用户、购买商品、下载应用等。然而,现有的转化率预测模型是利用层级贝叶斯模型来探究影响广告转化率的关键因素,从而实现广告的转化率预测,但是,采用该方式在算法上十分复杂,计算耗时较长,随着网络购物的兴起,大多数模型在处理广告数据的稀疏性与高维性都存在缺陷,因此,如何实现广告转化率的精准预测已经成为研究重点。</p>	<p>已完成</p>	<p>通过集成模型、预测函数以及转化概率计算出待预测数据的转化预测值,对数据划分、模型预测进行优化,以提升模型预测的整体效率。</p>
7	<p>CID 广告分布式投放方法、装置及系统</p>	<p>CID(clickid)是一种广告投放模式,主要针对的是电商平台的商家,使用的一种广告优化工具。比如在短视频平台,看视频的时候,可能会看到电商平台商家的广告,点击跳转到第三方电商平台去成交;用了 CID 投放以后,CID 投放系统会将电商平台的订单数据回传到广告投放系统,那么当商家投放以后,除了看到点击率,页面停留时间等没用 CID 情况下可以看到的数据以外,还可以看到了订单数据,这样商家就可以清楚的知道店铺里哪些订单是通过电商平台投放来的。可以更好地优化投放的广告策略。通过订单</p>	<p>已完成</p>	<p>数据投放数量控制以广告计算任务数据中的总任务为总数,在规定的投放时间和数据投放范围中对投放数据进行分类数量控制,通过对投放整合数据进行分类管理,能帮助投放使用者对数据进行准确定位,进而能够进一步地提升最终投放</p>

		回传，商家可以计算出每笔订单的广告费用，有了订单数据以后，商家可以更好地优化广告支出，提升转化率。		效果。
8	广告 投放时间 管理方法、 装置及其 计算装置	广告是一种用于商品或者其他事物的宣传的手段以及方式，在电视、户外直播以及电脑网页等领域，广告拥有巨大的使用市场，以方便人们对一个产品或者事物有一个最基础的了解，从而引起人们的兴趣，提升对产品的购买意向，也能提升产品的知名度。随着互联网的快速发展，特别是 5G 技术的出现，推动了万物互联，小屏端上的内容推动到大屏端来显示的应用越来越多，双端互动应用也逐步增加；例如，手机与电视之间的互联，来实现广告的推送，又如，手机与商场广告屏之间的互联，也可实现广告的推送。但是现有的广告投放方式在实际使用过程中，其对于人们的观看意愿以及广告类型的分类效率较差，因此会在一些不合时宜的时间播放了令人感到不适或者不感兴趣的广告，不仅对广告的效果造成影响，同时也会直接影响到广告带来的收益。	已完成	通过在广告投放时对广告的播放时长在广告总时长中的占比与播放时间区段之间建立四象限逻辑联系，使得广告投放过程中可以不断修正广告的最佳投放时间以及投放时间段，从而使广告可以达到最大的投放效果，提升广告的收益。
9	抖 音 弹 幕 小 游 戏 的 研 发	抖音小游戏都属于轻度休闲类游戏，花费较低的成本就能引导用户体验小游戏。若产生网红效应，将带动大量用户体验小游戏，也可实现流量变现。	已完成	本项目是一款简单有趣的直播弹幕小游戏，利用魔幻森林的场景，玩家扮演守护者，通过发送弹幕指令的方式，升级攻击力，从而完成

				游戏最终目标。
--	--	--	--	---------

如上表所示，2023 年度公司进行的研发项目数量较多，且上述研发项目均已完成研发并形成了相应的研发成果。公司目前已获得 7 个发明专利证书，赋能公司网络营销智能化、精准化。

公司坚持自主研发，并以技术创新为核心驱动力，始终将市场需求置于产品研发的导向位置。公司的研发团队拥有丰富的专业知识和创造力，不断推动软件产品的发展与完善。公司研发分为以下几个关键步骤：

(1) 需求调研阶段：产品经理与客户及业务部门密切合作，收集和分析市场需求，明确产品的功能特性和用户期望。此外，技术团队也参与需求评审，确保技术可行性与项目可实施性的一致性；

(2) 项目立项阶段：经过需求调研确认后，项目经理牵头进行项目立项工作。这包括编制项目计划、资源评估、风险分析等工作，同时向上级主管提交项目立项申请，并进行审批；

(3) 产品设计阶段：在项目立项后，产品团队展开产品设计工作。负责产品的整体架构设计、UI/UX 设计等，确保产品具备良好的用户体验和可扩展性。产品团队与技术团队密切合作，确保设计方案的可实施性；

(4) 开发测试阶段：设计方案确定后，开发团队着手软件开发工作。开发团队根据着手需求规格，编写高质量的代码，并进行自测和代码审查。随后，测试团队进行全面的测试、性能测试、安全测试等，确保产品质量。

(5) 上线交付阶段：完成开发测试阶段的工作后，产品进入上线交付阶段。运维团队负责部署和配置产品环境，确保产品在线上运行稳定。同时，产品团队负责客户培训和售后支持，确保客户满意度和产品的持续优化。

在公司的研发团队中，涉及多个关键角色：

(1) 产品经理：负责与客户沟通，收集和分析市场需求，制定产品开发的整体策略和规划。

(2) 项目经理：负责项目管理和协调，确保项目按时交付、质量可控；

(3) 技术总监：负责制定技术发展方向和战略，指导研发团队的技术创新和实践；

(4) 开发团队：负责具体的软件开发工作，编写高质量的代码，确保产品的功能实现和稳定性；

(5) 测试团队：负责产品的全面测试工作，包括功能测试、性能测试、安全测试等，确保产品质量和稳定性；

(6) 运维团队：负责产品上线和运维工作，确保产品在线上稳定运行。

通过以上的研发模式和角色分工，公司研发团队能够高效协作，确保产品的质量和性能达到客户的期望，为公司的发展提供有力的技术支持。公司 2023 年加大了研发投入，新设了江西时刻互动科技股份有限公司长沙分公司、灵智深海（深圳）数字科技有限公司控股子公司及其灵智深海（深圳）数字科技有限公司南昌分公司，加入到公司的研发项目团队。故公司为更好地开展研发工作新增招聘了研发人员，公司新增招聘的研发人员均为有较高行业经验的员工，在这种情况下，企业需要支付较高的薪酬以找到符合要求有经验的人员。同时公司提高福利待遇等以吸引外来人才和留住核心员工。因此，公司 2023 年度的研发人员数量、人均薪酬均发生增长。

公司 2022 年度和 2023 年度营业收入、研发费用、研发人员增长情况列示如下：

年份	2022 年	2023 年	增长率
营业收入	293,651,551.66	512,955,163.31	74.68%
研发费用	1,663,698.21	5,096,528.32	206.34%
研发人均数	11 人	22 人	100.00%
研发人员职工薪酬	1,272,503.96	4,307,081.57	238.47%

注：以上研发人均数为按照研发人员当年在职月份数/12 计算，如某员工当年在职 6 个月，则按 0.5 人计算。

综上，公司研发费用及研发人员职工薪酬增长较多，主要是因为公司新设立了研发团队，增加了部分研发项目，新增招聘的研发人员均为有较高行业经验的员工，薪酬较高。上述因素对人员数量和薪酬会产生影响，故公司在一定时期内的研发投入和研发人员数量有所波动。这种波动是由于研发项目的进展、成果以及市场变化等因素影响引起的。同时，合理的研发投入和人员配置是确保研发活

动顺利进行的关键。如果一个研发项目取得了重大突破，可能会导致对更多人员的需求，从而影响人员数量和人均薪酬的变化。

2、是否建立完善的研发支出管理制度，是否按照研发项目设立台账归集核算研发支出，并准确记录员工工时、核算研发人员薪酬

公司目前已建立起系统的研发支出管理制度，根据企业会计准则和研发相关内部制度确认研发费用并进行会计核算，严格按照研发支出用途、性质据实列支研发费用，并根据已立项的研发项目进行归集核算。公司对参与项目的研发人员工时进行记录，并按照研发项目投入及开展情况分别计入相应研发项目的工时。故此，公司已建立完善的研发支出管理制度，已按照研发项目设立台账归集核算研发支出，并准确记录员工工时、核算研发人员薪酬。

江西时刻互动科技股份有限公司

