

天娱数科：

三大优势赋能数字科技双平台 助力稳经济新形势

本报记者 吴洁 / 徐光耀 郭树蛟

在2020年重生之后，天娱数科(002354.SZ)依托数据、算法、场景三大核心优势的持续积淀，围绕数字产业化和产业数字化，构筑了数字竞技平台与数据流量平台，面向虚

实融合的全真互联网不断推动业务布局纵深发展。并且围绕“品效销”逐步形成了“流量运营—品牌服务—产品开发”业务闭环，在保险销售、3C配件、美妆护肤等领域逐步打开新增长空间的同时，进一步推进了网络零售市场的稳步增长。

数据、算法、场景三大优势铸就强劲竞争力

在数字经济时代，数据即是核心资源。2020年4月，中共中央、国务院发布《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》，将数据作为一种新型生产要素，与土地、劳动力、资本、技术等传统要素并列。天娱数科数字竞技业务全球累计注册用户数超1.5亿人，数据流量平台总注册用户数达2.61亿人，实现了研发、生产、经营、运维等全过程数据挖掘，围绕数据生成、采集、存储、加工、分析、服务、安全等关键环节，打造了完整贯通的数据链，构建了高效能、高可靠、强实时的数据资源聚合管理体系，支持异构数据源兼容和高性能存算，为公司数字产业化和产业数字化业务创新发展构建了海量的数据资源优势。

其次，天娱数科基于产品形态、业务场景、机器学习、计算资源、用户规模、软件架构、开发环境等，依托海量数据不断开发、迭代适配算法，对数据实现更深刻的理解、更敏锐的洞察和更有效的运用，让数据跑起来、用起来、活起来，支撑智能决策、提升用户体验、创造商业价值。例如，公司通过

数字竞技算法实现精准人群寻找、爆款游戏挖掘、赛事体系完善和竞技生态优化；通过数字营销算法实现投放策略的优化和投放效果的提升；通过三维重建算法实现数字虚拟人短周期、低成本的批量化生产。公司不断将算法模块化、产品化、资产化，替代经验公式和人工投入，不断沉淀公司经验优势，夯实竞争壁垒。

此外，公司聚焦消费互联网、产业互联网领域不同的场景特点和应用需求，发挥数据库、算法库、知识库等资源优势，推动多模态数据管理、虚拟现实融合等研发和应用，实现产品、服务、模式在不同场景的创新应用。例如，公司打造的AI测肤平台可以满足功效护肤品牌推广、用户运营、新品研发指导等多个场景需求；数字虚拟人可以在电竞游戏和数据流量多个场景发挥作用。截至目前，公司投资运营的数据流量生态园吸引了包括数字物流、数字能源、数字零售等10余个数字经济细分领域逾215家企业入园，为公司推动数字经济业务快速发展聚合了丰富的应用场景资源。

数字竞技平台全方位赋能游戏业务

2021年，天娱数科聚焦休闲竞技赛道，整合在休闲游戏领域多年积累的开发、运营、数据等优势资源，打造出数字竞技平台“PK.NOW!”。该平台开创性地将休闲游戏与电子竞技相融合，聚合了动作、射击、棋牌、跑酷、竞速、节奏、消除、解谜等多元游戏组合与多维宣发渠道，通过低成本、高频次的数字竞技赛事赋能，显著提升了休闲游戏活跃度，为游戏开发者解决了休闲游戏竞技性不足、产品寿命短、收入来源单一的痛点问题，为玩家带来了低门槛、高黏性的数字竞技体验。

公司还通过与WCAA等电竞赛事平台的深度合作，将休闲游戏赛事常态化，并充分利用与虎牙等头部直播平台的合作，不断拓展平台覆盖面、提升影响力。到去年底，已经有60余款精品休闲游戏和“PK.

NOW!”平台合作，其中不乏《疯狂动物园》《滑雪大冒险》等头部产品。“PK.NOW!”注册用户数达58万人，其中43%为女性用户，基本达到了男女用户平衡，打破了电竞平台以男性用户为主的行业惯例。

与此同时，天娱数科正依托数字竞技平台在电竞驱动、用户洞察、数据挖掘、算法优化等方面赋能，其自研并运营的《傲剑》《飞升》《苍穹变》《Sunvy Poker》等游戏产品活跃度和生命周期获得了较好提升。其中，日本德州扑克竞技产品《Sunvy Poker》上线了具有本地市场特征的线上系列赛事，2021年全年自然新增用户数22万人，总注册用户数达到120万人，平均月活跃用户数达到6.5万人，全年稳居苹果应用商店(IOS)日本地区同类游戏下载第1名、畅销榜前10名。

数据流量平台聚集效应凸显

数据流量业务方面，天娱数科围绕数据“聚合—流通—应用”的产业链路，聚合了众多的品牌商家、中小商家、内容创作者与应用开发者，依托海量数据、多维算法以及虚拟数字人等前沿技术，提供涵盖数据分析、用户洞察、流量分发、投放优化、创意提效、品牌运营的全链路数字化解决方案，实现了数字营销与内容营销的协同、自有媒体与合作媒体的联动、自有品牌与合作品牌的并举。

数字效果营销方面，作为国内一线的移动应用市场与手机管理工具，天娱数科旗下的自有媒体平台爱思助手总注册用户数达2.61亿人，2021年新增注册用户数2842万人，月活用户数达1944万人，日活

跃用户数达178万人。并且爱思助手推出的海外平台3uTools已覆盖全球主要市场区域，各市场用户数持续攀升。2021年，3uTools及时推出验机报告、投屏、播放器等新功能，不断保持版本更新和优化。截至去年底，3uTools平台总注册用户数达2249万人，2021年内新增用户数765万人，月活跃用户数达170万人，日活跃用户数达16万人。与此同时，天娱数科聚焦抖音、快手两大媒体平台，在重庆、郑州、太原、北京等地建立了短视频基地。

品牌内容营销方面，天娱数科基于“数据智能+网络协同”，构建了涵盖影视剧、电梯媒体、综艺、栏目授权的全场景营销体系，实现了品牌内容营销的“千人千面”，长期服



务五粮液、习酒、京东、君乐宝、链家等一线企业。2021年，天娱数科成功操盘完成了热门影视剧《我们的新时代》与光良酒业，《你笑起来很美》与君乐宝、自然堂，《北辙南辕》与良品铺子、京东、郎酒、君乐宝，《你是我的荣耀》与君乐宝，《理想之城》与贝壳找房、君乐宝，《哪吒之魔童降世》与好彩头，

《中国医生》与爱玛、劲霸、周黑鸭、饿了么，《读懂中国》与洋河、立白、搜狗的内容整合营销。并且受益于国内疫情控制得当，行业回暖，公司的梯媒营销业务逐步回升。天娱数科还成功操盘完成了《辽视春晚》《嗨！辣妈》与辉山乳业等品牌的综艺内容营销。此外，公司还把握了国潮兴起机遇。

数据驱动“品效销”开拓新增长空间

品牌可以通过生产的内容去吸引客户，依托于互联网的强传播性，大大减少获客成本。目前，天娱数科正依托在短视频、直播、内容营销等领域的流量优势，在提供整合营销服务的同时，与同部分品牌商家深度绑定，通过直播销售分成、独家销售授权、品牌合作共创等模式，挖掘产品增长和品牌成长红利，围绕“品效销”逐步形成了“流量运营—品牌服务—产品开发”业务闭环，已在保险销售、3C配件、美妆护肤等领域初见成效，打开了新增长空间。

保险销售方面，天娱数科先后与众安保险、平安保险、泰康保险、中华保险、华农财产保险等机构达成合作，依托抖音平台提供保险直播运营与直播投流、短视频投流服务，迅速成为第一梯队的保险直播运营服务商。公司运营保险直播间最高实时在线人数突破2000人，单日成交保单超800单，单个直播间单日流量消耗最高达40万，形成了持续的利润贡献。

3C配件方面，天娱数科依托爱思助手海量用户资源优势，孵化了“i4”品牌手

机壳、手机贴膜、数据线、充电器、车载支架等3C配件，通过线上定制模式助力用户打造个性化的3C潮流配件与时尚单品，不断满足Z世代年轻群体的时尚、新潮需求。

美妆护肤方面，2021年，天娱数科获得日本拥有35年历史的美容院级准医美品牌FAITH妃颐思的中国线上独家销售授权，将FAITH妃颐思引入中国。天娱数科还与旷视科技等公司合作，打造了面向美妆护肤用户的AI测肤平台，实现用户多维皮肤特征(肤色、肤质、眼袋、黑眼圈、皱纹、痤疮、斑点等)全面覆盖，分析结论数值化，为用户生成专属的面部皮肤图像分析和全面的皮肤诊断肌肤报告，综合肌肤情况量身定制护肤方案，通过智能检测实现科学护肤。此外，“蔻之初”通过草本+科技的方式，将豆蔻天然植萃中提取的小豆蔻明(建立肌肤内部修护)、山姜素(抵御外部氧化损伤)等核心活性成分与冻干锁鲜、透皮吸收等前沿科技相结合，致力于实现“温和而高效”地解决国人肌肤问题。

布局虚拟数字人探索全真互联网

2021年，依托在电竞游戏和数据流量领域的丰富应用场景，公司虚拟数字人业务重心聚焦在智能数字人研发生产与虚拟IP孵化运营相关领域。研发生产方面，天娱数科以实现虚拟数字人“低成本、短周期、批量化”生产为目标，整合业内领先的动态光场扫描建模、三维重建算法、运动捕捉、AI驱动等技术，建设专业级虚拟数字人视觉捕捉基地，同步推进定制型数字人营销平台(To B)与消费型数字人生成系统(To C)研发，实现超写实、沉浸式实时互动。IP孵化运营方面，天娱数科则表示，将发挥数字虚拟人“人设好”“不塌房”“不会累”等优势，孵化虚拟数字人IP，为品牌代言、带货。

目前，天娱数科已陆续孵化出“天好”“之初”等虚拟数字人。特别是敦煌虚拟数字人“天好”，自4月22日正式发布以来，全网粉丝已突破200万人，全网视频播放量超过8000万次，抖音主话题“虚拟人天好”总播放量已超过1亿次。“天好”妆容造型还引发一

波仿妆热潮，吸引超百位抖音KOL及素人争相参与和海外美妆博主的竞相模仿。墙内开花墙外也香，除了在国内网络上引发的轰动，截至目前，“天好”tiktok账号粉丝也已突破10万人，海外总播放量突破100万次，并被海外网友交口称赞。见微知著，诞生仅一个月就“火”得“一塌糊涂”，“天好”的爆裂“出圈”，也可以看出公司在“数据、算法、算力”方面展现出的优异能力，同时也可以窥视公司坚定面向未来全真互联网的战略决心和所付出的不懈努力。凭借在虚拟数字IP方面的强劲优势，近日，天娱数科成功入围《2022胡润中国元宇宙潜力企业榜》TOP200。

未来，公司的虚拟数字人业务重心将聚焦在智能数字人研发生产与虚拟IP孵化运营相关领域会扎扎实实做下去，并且未来将在目前To B基础上，通过在数据、算法、算力方面的精进实现工业化流水线生产，从而实现To C，让人人都可以有数字虚拟形象。