

2025年3月13日投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称及人员姓名	国富人寿资管 程勇；渤海人寿投资 赵硕；大家资产 石泰华；中再保险资管 孙浦哲；鹏扬基金 丁思林；大家集团 姜晶；大家集团 李岚娜；大家集团 杨新杰；缪斯基金 韩月；明世伙伴基金 郝向菊；中富资本 彭咸；贝嘉梧投资 罗振宇；风炎投资 韩广潇；浙商证券 姚逸云；国都证券 王梓楠；国都证券 周德友；国都证券 吕臻飏
时间	2025年3月13日 15:00-16:30
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 穆雅斌；投资者关系总监 陆意
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事会秘书穆雅斌简要介绍公司基本情况及行业发展情况。</p> <p>二、公司董事会秘书穆雅斌、投资者关系总监陆意就以下问题和参与者进行了交流：</p> <p>问：请问公司未来3年的发展规划怎么样的？</p> <p>答：引力传媒是少数成功穿越营销传播行业周期的公司。目前，公司基本面扎实、稳健，公司2024年前三季度营业收入同比增长28.43%。公司品牌营销、电商营销、社交营销业务近年均获得较好发展。</p> <p>未来，公司将围绕三大战略开展业务：</p> <p>一、内容创新：公司致力于成为内容创新驱动的顶级全域营销公司。长期以来，公司非常注重营销与内容的结合，通过将广告内容融入综艺内容、微短剧内，提升了广告内容的吸引力与社交裂变能力。例如，公司2024年与芒果TV在多个电视剧、综艺节目开展了广告营销合作。同时，为使公司的内容更好的迎合当代消费者，公司近年来通过重塑公司文化环境、提升新员工成长体验，吸引了更多年轻的、可以理解当前潮流的人才加入引力传媒。</p> <p>未来，公司希望跟随中国文化、内容出海的大趋势，通过融合了中国文化色彩的广告营销内容影响全世界消费者，辅助中国企业完成他们的出海业务目标。</p> <p>二、科技创新：我们始终认为营销科技是广告营销公司必备的核心能力。我们近年不断努力，推动公司营销业务全流程的程智能化、自动化。同时，作为字节跳动、阿里巴巴的深度合作伙伴，我们希望借助他们的AI能力，赋能引力传媒自身的科技化进程。</p> <p>公司积极拥抱AI，并认为熟练使用AI工具是未来员工必须要具备的核心能力之一。公司在DeepSeek模型推出后的第一时间就本地化部署了DeepSeek模</p>

型，并组织了公司员工进行了相关培训、研讨活动。

目前，我们已基于豆包、通义千问、DeepSeek 等 AI 模型，形成了一套包括文本生成、图文生成、智能视频剪辑等功能在内的工具集。同时，面向社交营销业务，我们自研了“核力系统”。该系统可通过 AI 智能体实现达人账号筛选、达人建联等功能。未来，在内部将本增效之外，公司也希望对外推出上述自研的 AI 工具，实现 AI 工具商业化。

三、国际化：我们希望在业务、客户、媒体，三个层面实现国际化。在业务层面，公司将聚焦国际市场，以丰富的网红流量矩阵及个性化定制内容创意为载体、通过深度数据洞察与整合生态营销策略为各行业客户提供一站式营销解决方案，助力品牌全球化经营实现确定性增长。在客户层面，社交营销出海业务是我们接触、服务海外客户的全新途径。在媒体层面，我们会与 Meta、Google、TikTok 等媒体合作，丰富自身的媒体矩阵。

问：AI 对公司的业务产生了什么影响？

答：公司近年积极开发面向广告营销业务的垂类 AI 工具（例如：文案生成、智能视频剪辑工具等），并在内部大力提倡员工使用上述 AI 工具。AI 工具在公司内部的渗透，为我们带来了客户服务效能提升。

虽然 AI 客观上为公司带来的提效，但相比提效，我们更关注 AI 为我们带来的客户服务质量提升。在 AI 的辅助下，我们对客户需求的响应速度、服务质量得到了大幅提升，因而带来了更高的客户满意度及客户留存率。同时，从媒体方角度出发，他们也希望我们能为客户提供更优质的服务，

问：公司在目前的发展进程中，遇到的最大挑战是什么？

答：广告营销行业是一个典型的轻资产行业，因此人才是广告营销行业最重要的资产。虽然，近期具有挑战性的消费环境为广告营销行业带来了更为激烈的竞争氛围，但公司依然坚定选择逆势业务扩张。在此扩张过程中，人才的争夺、留存是公司遇到的最大挑战。

应对人才挑战，公司不断迭代人力资源机制，通过更灵活的人才培养机制，吸引、建设了更符合当前业务形态、更能熟练应用 AI 能力的人才梯队。

问：公司将如何把握 AI 流量入口带来的新机遇？

答：公司非常关注 AI 时代可能产生的新型流量入口，以及其蕴含的广告营销业务机会。目前来看，AI 大模型、AI 智能体有可能会成为下一代流量入口，但我们目前还未看到市场上的大模型在广告营销领域开启大规模商业化。

公司与字节跳动、阿里巴巴具备较好的合作关系。如果未来他们在大模型领域开启广告营销商业化，我们希望、也会争取与他们合作。

风险提示：以上如涉及对行业洞察判断、公司发展战略规划和经营计划等相关内容，不能视作公司或公司管理层对于行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。

附件清单（如有）	无
日期	2025年03月13日