

江西时刻互动科技股份有限公司

关于半年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵司于 2024 年 11 月 22 日下发的《关于对江西时刻互动科技股份有限公司的半年报问询函》（公司一部半年报问询函【2024】第 038 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”）根据半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
半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

2024 年上半年你公司实现营业收入 168,108,864.45 元，同比减少 35.74%，其中，网络营销服务的收入为 103,803,474.48 元，同比减少 35.69%；媒介代理服务的收入为 51,663,706.24 元，同比减少 48.38%；微短剧服务为本期你公司新增业务，实现收入 12,510,549.79 元。你公司解释主要原因系“公司进军短剧微短剧行业开展新业务，处于转型中，侧重于公司业务的毛利率，且信息流广告业务竞争加剧，利润空间不大，所以减少信息流广告业务导致收入总额减少”。

请你公司：

（1）结合市场发展形势、行业利润水平、业务盈利模式、客户变动情况说明你公司信息流广告业务减少的原因与合理性，是否显著异于同行业可比公司水平；

（2）结合业务拓展、在手订单、主要客户储备、收入成本构成和毛利率水平等情况，详细说明公司在微短剧细分领域的发展空间和业务成长性，该部分业务收入是否具有稳定性。

回复：

（一）结合市场发展形势、行业利润水平、业务盈利模式、客户变动情况说明你公司信息流广告业务减少的原因与合理性，是否显著异于同行业可比公司水平；

1. 市场发展形势与行业利润水平：近年来，信息流广告市场呈现出高度竞争的态势。随着众多新进入者的涌入以及各大平台间的竞争加剧，广告投放价格逐渐透明化，流量获取成本不断攀升。行业整体利润空间被大幅压缩。在这种形势下，我公司若继续大规模投入信息流广告业务，将面临日益微薄的利润回报。

2. 业务盈利模式与挑战：我公司传统信息流广告业务主要依赖于与各大流量平台合作，为广告主提供广告投放服务并赚取差价。然而，随着流量成本上升，广告主对投放效果的要求愈发严苛，要求更高的转化率和更低的成本。这使得我公司在原盈利模式下，需要承担更多的成本风险，而利润却难以保障。

3. 客户变动情况：部分核心客户基于自身市场策略调整和成本控制需求，减少了在信息流广告方面的预算投入，并将资源转向其他新兴营销渠道。同时，新客户获取难度加大，由于市场竞争激烈，新客户在选择信息流广告服务商时更加谨慎，更倾向于选择具有规模优势和低价策略的大型平台或服务商。

4. 同行业可比公司 2024 年 1-6 月经营情况如下：

名称	时刻互动 (872857)	浙文互联 (8600986)	大江传媒 (8833072)	光音网络 (8835505)
营业收入（万元）	16,810.89	378,444.98	6,174.41	3,108.80
营业收入增长率（%）	-35.74	-33.86	-24.39	-43.85

与同行业可比公司相比，我公司信息流广告业务的减少趋势在一定程度上与行业整体趋势相符。许多同行业公司也在面临类似的利润压力和客户流失问题，并纷纷寻求业务转型或多元化发展。虽然各公司的具体情况有所差异，但整体行业格局的变化是导致我公司信息流广告业务变动的重要背景因素，并非显著异常于同行业水平。

（二）结合业务拓展、在手订单、主要客户储备、收入成本构成和毛利率水平等情况，详细说明公司在微短剧细分领域的发展空间和业务成长性，该部分业务收入是否具有稳定性；

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。企业要想保持竞争优势，就必须不断拓展销售区域及变动营销模式。为此公司在报告期内调整了销售策略，开始进军微短剧行业开展新业务，在已有网络营销服务的销售模式、媒介代理服务的销售模式外，新开拓了微短剧业务的销售模式。

微短剧业务模式

1. 研发模式：公司主要采用内部团队研发与外部合作研发相结合的模式。内部研发方面，设立专业的编剧团队和内容创作团队，深入挖掘市场热点和观众需求，以打造独特且有吸引力的微短剧故事。通过对各种题材的研究和探索，确立故事主线和人物设定。外部合作研发方面，与知名编剧工作室、影视制作公司等签订合作协议，共同开发具有潜力的微短剧项目。同时，与番茄小说建立深度合作关系，共同探讨适合在其平台上展现的微短剧题材和风格，公司负责提出创意方向和需求要点，番茄小说给予内容指导和建议，双方协同合作推动项目进展。

2. 销售模式：公司的销售模式重点围绕与番茄小说的合作展开。直接面向番茄小说进行项目推荐和洽谈，根据番茄小说的平台特色和用户喜好进行定制化创作和推广。同时，也会考虑通过其他发行渠道进行辅助销售，以扩大微短剧的覆盖面。

3. 制作模式：公司建立了完善的制作流程和规范。与专业的导演团队、演员团队、摄影团队等签订合作协议，确保制作质量。根据与番茄小说共同确定的剧本需求进行场景搭建、服装道具准备等工作。在拍摄过程中，与番茄小说保持紧密沟通，确保作品符合平台预期。同时，充分利用番茄小说的资源和技术支持，优化制作效果。

4. 推广模式：借助番茄小说的强大平台影响力，进行微短剧的推广。在番茄小说平台上设置专属页面和推荐位，发布精彩片段和剧照吸引用户关注。与番茄小说的社区功能相结合，开展互动活动和话题讨论，提升用户参与度和传播效果。此外，也会利用其他社交媒体平台进行辅助推广，进一步扩大影响力。

5. 盈利模式：微短剧盈利模式主要包括：向番茄小说收取版权费用，根据合作协议和微短剧的质量、热度等因素确定合理价格。通过与客户合作的广告植入

获得收益，结合平台用户特点和内容场景，巧妙融入广告。还可以利用番茄小说的付费会员体系，开展付费观看等业务。同时，积极探索周边产品开发等多元化盈利途径。公司通过与番茄小说的紧密合作，不断提升微短剧质量和影响力，实现互利共赢。

公司微短剧业务主要客户与在手订单情况如下：

主要客户	项目名称	订单内容	2024 年 1-6 月 在手订单数量	订单金额(万 元)
抖音视界有限公司	微短剧推广服务	番茄小说平台	8	1,251.05
主要客户储备	项目名称	订单内容	2024 年 7-9 月 在手订单数量	订单金额(万 元)
抖音视界有限公司	微短剧推广服务	番茄小说平台	39	2,766.34

业务拓展：为适应激烈的竞争市场，公司在报告期内调整了销售策略，开始进军微短剧行业开展新业务，公司微短剧业务主要客户是与抖音视界有限公司番茄小说平台开展的合作，番茄小说作为抖音视界有限公司旗下重要的阅读平台，其主要客户群体呈现多元化特征。依托抖音视界有限公司的资源与平台优势，番茄小说与抖音等其他旗下产品实现了资源共享与相互推广。在国内市场，它凭借抖音平台强大的流量导入和品牌影响力，迅速渗透到一二线城市的年轻用户群体中，成为他们日常休闲阅读的热门选择。自公司进军微短剧行业以来，积极拓展业务渠道。公司于 2024 年 7 月份新设了郑州海峰影视制作有限公司全资子公司、2024 年 10 月份新设了杭州与日剧增文化传媒有限公司全资子公司等来开拓微短剧业务。

收入成本构成与毛利率水平：微短剧业务的收入主要来源于剧集的版权销售、广告植入收入以及平台分账收入等。成本构成则包括剧本创作、演员薪酬、拍摄制作、后期宣发等环节。截至 2024 年 9 月末，公司微短剧收入金额为 4,063.65 万元，成本金额为 3,415.28 万元，毛利为 648.36 万元，公司微短剧业务的毛利率水平约为 16%，处于行业合理区间。公司 2024 年 1-6 月份微短剧收入金额为 1,251.05 万元，2024 年 1-9 月份微短剧收入金额达到了 4,063.65 万元；随着业

务规模的扩大和制作效率的提升，预计收入将得到进一步增长，成本将得到进一步优化，毛利率有望进一步提高。

综上所述，公司在微短剧细分领域具有较大的发展空间和良好的业务成长性。目前已取得的业务成果和客户储备为业务收入的稳定性提供了一定保障，且随着市场对微短剧需求的持续增长以及公司自身业务能力的不断提升，该部分业务收入有望保持稳定增长态势。

2、关于流动性风险

2024年上半年你公司经营性现金流为-12,198,330.80元,同比减少133.47%,你公司报告期末货币资金23,695,266.03元,同比减少30.45%,预付款项77,009,575.20元,同比增加24.95%,应收账款3,300,176.13元,同比增加81.32%,短期借款37,380,000.00元,同比增加9.94%。

请你公司：

（1）说明预付款项形成具体内容，包括但不限于业务背景、涉及供应商、具体项目金额、项目目前进展情况，预付对象与你公司是否存在关联关系；

（2）说明应收账款期后回款情况，说明报告期内应收账款涉及的项目名称、客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间，并说明在营业收入下降的情况下应收账款大幅增加的原因及合理性；

（3）结合日常运营资金周转情况、后续具体偿债计划及资金来源等情况，说明在经营性现金流为负的情况下你公司日常经营是否受到影响，是否存在短期偿债压力，是否存在流动性风险及拟采取的应对措施。

回复：

（一）说明预付款项形成具体内容，包括但不限于业务背景、涉及供应商、具体项目金额、项目目前进展情况，预付对象与你公司是否存在关联关系；

截至2024年6月30日，按预付方归集的期末余额前五名预付账款情况列示如下：

供应商名称	项目名称	业务背景	期末预付 账款余额 （元）	实际执行 进展	是否存 在关联 关系	7-10月业 务执行情 况（元）
北京腾讯文化 传媒有限公司	互联网推 广服务	腾讯产品	27,427,3 72.52	按客户需 求消耗	否	27,427,37 2.52
淮安快手快联 信息技术有限	互联网推 广服务	快手产品	21,000,0 00.00	按客户需 求消耗	否	21,000,00 0.00

公司						
江西仟得文化传播有限公司	互联网推广服务	字节系产品	13,754,740.66	按客户需求消耗	否	13,754,740.66
深圳市有量悦动科技有限公司	互联网推广服务	字节 KA 产品	7,400,000.00	按客户需求消耗	否	7,400,000.00
成都巨量引擎信息技术有限公司	互联网推广服务	字节 KA 产品	3,500,000.00	按客户需求消耗	否	3,500,000.00
合计			73,082,113.18			73,082,113.18

公司 2024 年 6 月末预付账款 77,009,575.20 元，同比增长 24.95%。系公司增加了尚未执行完毕的效果类信息流广告业务的预付款项致。

效果类信息流广告，是指根据广告效果（如点击、转化等）来计费的信息流广告。这类广告的特点是精准、个性化，能根据用户的兴趣爱好、行为习惯等特征将广告精准推送给目标用户，从而达到良好的广告效果。

商业模式：效果类信息流广告模式，主要是通过 CPC（Cost Per Click，按点击次数付费）、CPA（Cost Per Action，按完成特定行动付费）、CPS（Cost Per Sale，按销售额付费）等多种计费方式，让广告主只需为实际效果付费，而不是按固定的广告费用付费。这种模式有利于减少广告主的广告成本，提高广告的性价比。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。广告营销推广费用与广告投放费用之间的价差为公司的利润来源。

项目周期及期后结转情况：项目周期主要根据客户的需求决定，客户需求多、追求的效果较高，项目周期相对较长。客户需求少，项目周期相对较短。公司 2024 年 6 月末预付账款均为采购支出，报告期期末余额前五名预付账款单位于报告期后已全部执行完毕。公司 7-9 月份在手订单数量已达 418 个，信息流广告客户依旧在增加，基于消费市场环境的不乐观，投放客户的投放预算更加谨慎。这些订单涵盖了多个行业领域的广告主，且订单金额较大，对广告资源的需求旺盛。为了满足在手订单以及预期订单增长的需求，我公司提前通过预付款的形式购买相应的电子广告币，以确保能够及时为广告主提供稳定、优质的广告投放服务。这些投入对于公司业务的持续发展和产品竞争力的提升具有关键意义，故公司经营性现金流的减少，预付账款的增长具有一定的合理性。经公司核查，预付对象与公司均不存在关联关系。

(二) 说明应收账款期后回款情况, 说明报告期内应收账款涉及的项目名称、客户、应收金额、逾期金额及占比、逾期时间、预计归还时间, 并说明在营业收入下降的情况下应收账款大幅增加的原因及合理性;

截至 2024 年 6 月 30 日, 按欠款方归集的期末余额前五名应收账款情况列示如下:

客户名称	项目名称	内容	期末应收账款余额 (元)	回款时间	回款金额 (元)	逾期金额 (元)	预计归还时间
抖音视界有限公司	微短剧推广服务	番茄小说平台	1,303,452.12	已按合同约定时间内回款	1,303,452.12	0.00	
上饶市巨准互娱科技有限公司	互联网推广服务	今日头条广告产品	629,456.11	已按合同约定时间内回款	629,456.11	0.00	
赣州市文化广电新闻出版旅游局	互联网推广服务	今日头条/快手等广告产品	450,000.00	已按合同约定时间内回款	450,000.00	0.00	
广州艺红院文化传播有限公司	互联网推广服务	百味佳抖音全民任务	265,000.00		0.00	265,000.00	预计 12 月底
韶关市广播电视台	互联网推广服务	小红书达人及素人种草传播	98,000.00		0.00	98,000.00	甲方收到财政拨款
合计			2,745,908.23			363000.00	

客户抖音视界有限公司具体信息如下:

法定代表人: 韩尚佑

类型: 有限责任公司(台港澳法人独资)

成立日期: 2012-07-25

注册资本: 30000 万美元

住所: 北京市石景山区实兴大街 30 号院 3 号楼 2 层 B-0035 房间

员工人数: 7393 人(2023 年报)

经营范围：研发、设计计算机软硬件；网络技术、通讯技术及产品；提供上述产品的技术转让、技术咨询、技术服务；计算机技术培训；销售自行开发产品；销售（含网上销售）电子元器件、五金交电（不含电动自行车）、电子产品、通讯设备、家用电器、计算机软硬件及辅助设备、机械设备；货物进出口、技术进出口、代理进出口；委托加工计算机及辅助设备；机械设备；摄影扩印服务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

执行董事、经理：韩尚佑

股东：

名称	认缴金额（万元）	持股比例（%）
抖音集团（香港）有限公司	30,000.00	100.00
合计	30,000.00	100.00

综上，公司 2024 年 6 月末应收账款 3,300,176.13 元，同比增加 81.32%。增加原因主要是由于信息流广告业务竞争加剧，公司对优质存量客户进行了商业信用评估，对信用好的客户给予一定账期，以促进销售合作关系的巩固与拓展，同时公司调整了销售策略，进军微短剧行业开展新业务，新开拓了与番茄小说平台抖音视界有限公司的合作，其业务规模较大，账期相对较长，此客户依托强大的注册资本及抖音集团（香港）有限公司 100%持股，在互联网媒体平台方面具有较强的业务资源和影响力。公司与其合作期间，商业信用良好，具有较强的付款能力。所以公司在营业收入下降的情况下，经营性现金流的减少，期末应收账款大幅增加具有一定的合理性。

（三）结合日常运营资金周转情况、后续具体偿债计划及资金来源等情况，说明在经营性现金流为负的情况下你公司日常经营是否受到影响，是否存在短期偿债压力，是否存在流动性风险及拟采取的应对措施。

公司 2024 年 6 月末经营性现金流为-12,198,330.80 元，同比减少 133.47%，报告期末货币资金 23,695,266.03 元，同比减少 30.45%，减少原因主要是报告期内日常经营支付需要及采购预付增加所致。

日常经营影响：尽管经营性现金流为负，但公司通过合理安排资金，如加强应收账款管理、拓展融资渠道等措施；且由于信息流推广服务行业大多为预收预付款操作，同时公司新开拓的微短剧业务与番茄小说平台抖音视界有限公司的合作，公司与其合作期间，商业信用良好，具有较强的付款能力。故对公司日常经营未受到影响。公司业务仍在正常运转，销售活动在有序开展。

公司 2024 年 6 月末短期借款情况如下：

贷款银行	贷款种类	贷款起止日期	贷款金额 (万元)
中国银行南昌市经济技术开发区支行	流动资金贷款	2024. 3. 28-2025. 3. 28	800. 00
北京银行股份有限公司南昌红谷滩支行	流动资金贷款	2024. 6. 17-2025. 6. 17	1, 000. 00
九江银行南昌分行营业部	流动资金贷款	2024. 6. 19-2025. 6. 19	600. 00
招商银行股份有限公司云锦支行	流动资金贷款	2024. 2. 8-2025. 2. 6	938. 00
招商银行股份有限公司云锦支行	流动资金贷款	2024. 5. 31-2025. 6. 2	400. 00
合计			3, 738. 00

短期偿债压力与流动性风险：公司 2024 年 6 月末短期借款 37, 380, 000. 00 元，同比增加 9. 94%。虽然公司短期借款同比有所增加，但各银行贷款期都为 1 年，离还款期还有一段时间，公司在此期间会有新增订单及业务收入。公司 2024 年 7-9 月份已签订的在手订单数量已达 418 个，实现销售收入 17, 897. 69 万元。这将对偿还短期借款起到重要支撑作用。同时，公司于 2024 年 10 月份新增了与浦发银行南昌分行营业部的短期借款 9, 990, 000 元。故公司虽然存在一定的偿债压力，但尚未构成流动性风险。

应对措施：加强应收账款管理，加大催款力度，缩短回款周期，提高资金回笼速度。控制成本，通过精细化管理降低运营成本，改善经营性现金流状况。积极拓展融资渠道，如与金融机构洽谈增加授信额度、引入战略投资者等方式，为公司运营和偿债提供更充足的资金保障。

3、关于存货

你公司 2024 年半年报显示，期末存货余额为 3,415,094.34 元，较上期末增加 2,896,226.42 元，同比增加 558.18%，你公司解释主要原因系“采购效果类产品后台充值和品牌类产品媒体资源结余较上年增加”，半年度报告中显示存货余额全部为库存商品，为充值的电子广告币。

请你公司：

（1）详细说明电子广告币的发行主体、主要用途、支付场景等基本信息，并结合行业形势及可比公司情况说明该类电子广告币应用的广泛程度，是否符合相关监管规则与要求；

（2）结合市场需求、在手订单、期后销售实现情况等，说明本期你公司存货大幅增长的原因及合理性。

回复：

（一）详细说明电子广告币的发行主体、主要用途、支付场景等基本信息，并结合行业形势及可比公司情况说明该类电子广告币应用的广泛程度，是否符合相关监管规则与要求；

1. 发行主体：我公司所涉及的电子广告币是与字节（江西仟得文化传播有限公司）、腾讯（北京腾讯文化传媒有限公司）及快手（淮安快手快联信息技术有限公司）等签订代理协议，广告币是由代理商在广告服务平台上进行消耗的一种计数单位，公司在其代理商广告服务平台上进行充退币等操作运营。

2. 主要用途：电子广告币主要用于在我公司所运营的广告投放平台上进行广告资源的购买与投放。广告主可使用电子广告币兑换平台内各类广告展示位、推广服务等资源，以实现其品牌推广、产品营销等广告目的。

3. 支付场景：在我公司与广告主达成广告投放合作意向后，广告主可在广告投放前或投放过程中，依据合同约定的投放计划与预算，使用电子广告币在代理商公司平台进行支付结算。支付场景涵盖了各类线上广告投放形式，包括但不限于社交媒体广告、搜索引擎广告、视频平台广告等多种形式。

从行业形势来看，随着数字化广告市场的不断发展，电子广告币形式的应用在行业内正逐渐普及。许多可比公司也采用了类似的电子货币或虚拟积分形式来促进广告交易的便捷性与灵活性。就应用广泛程度而言，在我公司所处的细分广告领域中，电子广告币已成为一种较为常见的交易媒介，被多数长期合作的广告

主所接受与使用。在合规性方面，代理商公司严格遵循相关监管规则与要求，发行主体的资质与运营均在相关监管部门的监督之下，电子广告币的发行、流通与使用均符合现行法律法规及行业规范的要求，不存在任何违规风险。

（二）结合市场需求、在手订单、期后销售实现情况等，说明本期你公司存货大幅增长的原因及合理性。

1. 市场需求：当前市场环境下，广告主对于广告投放效果的追求日益提升，我公司采购的效果类产品后台充值能够为广告主提供更为精准、高效的广告投放解决方案。同时，品牌类产品媒体资源也因我公司平台资源的丰富性与独特性而备受广告主青睐。

2. 公司在手订单及期后销售收入实现情况如下：

期间	交易内容	在手订单数量	在手订单金额 (万元)	实现销售收入 (万元)
2024 年 7-9 月	信息流推广服务	418	17,897.69	17,897.69

在报告期后，公司 7-9 月份在手订单数量已达 418 个，信息流广告客户依旧在增加，基于消费市场环境的不乐观，投放客户的投放预算更加谨慎。这些订单涵盖了多个行业领域的广告主，且订单金额较大，对广告资源的需求旺盛。为了满足在手订单以及预期订单增长的需求，我公司提前储备了相应的电子广告币形式的存货，以确保能够及时为广告主提供稳定、优质的广告投放服务。

3. 期后销售实现情况：从期后销售数据来看，在 2024 年 7-9 月份，已经实现了部分基于上半年存货储备的广告投放业务销售转化，7 月份公司销售金额达到 4,408.32 万元、8 月份公司销售金额达到 6,258.86 万元、9 月份公司销售金额达到 7,230.51 万元，且销售转化率呈现逐步上升的趋势。这充分表明上半年存货的增加是基于对市场需求的合理预判以及业务拓展的实际需要，具有合理性与必要性。

综上所述，我公司电子广告币的应用符合行业规范与监管要求，本期存货大幅增长是基于市场需求、在手订单及期后销售实现情况等多方面因素综合考量的结果，具有充分的合理性与必要性。

4、关于销售费用

2024 年上半年你公司发生销售费用 4,066,688.28 元，同比增长 78.41%，其中销售费用-职工薪酬 3,605,818.95 元，较期初增加 1,648,432.07 元。你公司期初销售人员为 53 人，本期新增 27 人，减少 22 人，期末为 58 人。

请你公司结合人员成本归集和费用核算等情况，说明在销售人数变动较小的情况下职工薪酬大幅增加的原因，并结合销售区域拓展、营销模式变动等情况说明在营业收入下降的情况下销售费用大幅增加的原因及合理性。

回复：

公司属于互联网信息服务业，人才是互联网营销行业的核心竞争要素之一。优秀的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。随着信息流广告业务竞争加剧，开展业务所需要的专业销售人才，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销售人员。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。

在人员成本归集方面，虽然销售人数变动较小，但本期招聘的销售人员中，部分属于行业内资深销售人才，其薪酬待遇较高，带动了整体薪酬水平上升。同时，公司为激励销售人员提升业绩，优化了薪酬体系，提高了绩效奖金计提比例，使得原有销售人员在达成业绩目标时收入也有显著增长。

名称	2023 年 1-6 月	2024 年 1-6 月	增长率(%)
销售费用	2,279,403.64	4,066,688.28	78.41
销售费用-职工薪酬	1,957,386.88	3,605,818.95	84.22
平均人数	41	60	-
人均工资（元）	2,551.68	4,080.27	59.91
人均绩效奖金（元）	4,750.48	4,902.57	3.20

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。企业要想保持竞争优势，就必须不断拓展销售区域及变动营销模式。为此公司在报告期内调整了销售策略，开始进军微短剧行业开展新业务，在已有网络营销服务的销售模式、媒介代理服务的销售模式外，新开拓了微短剧业务的销售模式。

微短剧业务销售模式为：公司的销售模式重点围绕与番茄小说的合作展开。直接面向番茄小说进行项目推荐和洽谈，根据番茄小说的平台特色和用户喜好进行定制化创作和推广。同时，也会考虑通过其他发行渠道进行辅助销售，以扩大微短剧的覆盖面。故公司在报告期内与番茄小说平台抖音视界有限公司建立了长期合作关系，并通过在非江西区域成立合作或子公司的形式搭建销售团队，更好地切入非江西区域市场拓宽销售区域。为打开新市场，公司需要进行前期市场调研、渠道建设以及品牌推广等，需要投入更多的人工费用，这些在新区域的投入短期内尚未推动营业收入显著提升，但对长期发展至关重要。

综上所述，在销售人数变动较小的情况下职工薪酬大幅增加是由于人员结构优化、薪酬体系调整以及开展新业务人力投入等多方面原因所致；在营业收入下降的情况下销售费用大幅增加是公司基于销售区域拓展和营销模式调整等战略考量下的合理投入，这些投入将有助于公司提升市场竞争力，促进未来业务的持续增长。

江西时刻互动科技股份有限公司
2024 年 12 月 6 日

