

湖南创研科技股份有限公司
关于全国中小企业股份转让系统有限责任公司
2024 年年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

湖南创研科技股份有限公司（以下简称“创研股份”或“公司”）于 2025 年 5 月 21 日收到全国中小企业股份转让系统有限责任公司挂牌公司管理一部发出的《关于对湖南创研科技股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2025】第 017 号）（以下简称“《问询函》”），现就相关问题回复如下：

一、关于经营业绩

你公司 2024 年年报披露，你公司主要产品及服务项目为 AI 技术运营服务、AI 技术开发授权服务、媒介资源充值服务。2024 年度，你公司实现营业收入 58,897.19 万元，同比增长 42.41%，你公司解释主要系报告期内 AI 技术运营服务类增长 48.94%，其中效果运营类增长 49.68%。你公司本期归属于挂牌公司股东的净利润为 3,473.61 万元，同比减少 0.43%。从产品类别看，主要业务 AI 技术运营服务本期综合毛利率 6.94%，较上年同期增长 3.14 个百分点；AI 技术开发授权服务本期毛利率 64.67%，较上年同期下降 12.70 个百分点。

你公司年报中豁免披露主要客户及供应商的具体名称，披露的前五大客户中有三家为本期新增前五大，其中“客户二十”注册资本规模较低，“客户二十九”成立于 2022 年 9 月，成立时间较短且注册资本规模较低。你公司应收账款期末账面余额 4,646.85 万元，较期初增加 89.47%，其中对“客户六”在本期营收下降的情况下应收账款期末余额增加 1,394.04 万元。

请你公司：

（1）说明 AI 技术运营服务类业务的主要客户、具体服务内容，并结合公司在产业链中的地位、议价能力、对主要客户运营服务的主要投放渠道、服务价格

结算模式及单价、采购单价变动等说明本期 AI 技术运营服务类毛利率及收入大幅增长的原因及合理性，毛利率是否与同行业可比公司存在显著差异，收入增长是否具有可持续性；

(2) 结合 AI 技术开发授权服务业务的客户变动情况、价格波动、成本构成等因素量化分析毛利率下滑的原因，毛利率是否存在持续下滑的风险；

(3) 说明你公司与成立时间较短的客户及注册资本较小的客户发生交易的合理性，交易规模与客户的经营规模是否匹配，是否具有真实的商业背景；

(4) 说明本期前十大客户的性质是终端客户还是代理客户、销售金额及占比情况，并结合与主要客户的合作模式说明是否存在对客户返点或返货的情况，如存在，请说明会计处理的准确性；

(5) 结合信用政策、收入形成的时点等说明对“客户六”应收账款余额增加的合理性及期后回款情况。

请年审会计师说明对 AI 技术运营服务类业务实施的审计程序、核查比例，并结合已获取的审计证据就收入真实性和准确性发表明确意见。

【回复】

(1) 说明 AI 技术运营服务类业务的主要客户、具体服务内容，并结合公司在产业链中的地位、议价能力、对主要客户运营服务的主要投放渠道、服务价格结算模式及单价、采购单价变动等说明本期 AI 技术运营服务类毛利率及收入大幅增长的原因及合理性，毛利率是否与同行业可比公司存在显著差异，收入增长是否具有可持续性

1、AI 技术运营服务类业务的主要客户、具体服务内容。

①核心客户群体：公司 AI 技术运营服务聚焦优质供应链、高成长性的中小企业客户，主要分布在教育、大健康、电商等领域，如客户二十、客户二十九等。

②服务具体内容：公司通过差异化服务模式，以自有创影营销垂直大模型为底座，依托自研的管理决策、智能创作、智能投放三大 AI 系统，建立自主协作的智能体集群，为客户提供从项目评估-创意创作-营销素材生产-投放策略制定-

智能投放到效果分析优化一体化的全链路 AI 营销闭环技术服务。

2、本期 AI 技术运营服务类毛利率及收入大幅增长的原因及合理性。

①技术壁垒提升议价能力

第一，产业链地位与议价能力

作为全链路 AI 营销科技领域的领先企业，公司通过自主研发的智能投放、智能创作、管理决策三大 AI 系统构建技术壁垒，提供从策略到落地的闭环解决方案。2024 年，公司重点投入垂直领域大模型研发，显著提升三项能力：**场景适配性**，优化大模型与细分场景的匹配度；**投放精准度**，升级智能算法提升转化效果；**内容生产效率**，加速爆款素材生成。

这些技术突破带来直接商业价值：客户投放效果提升、复购率增长，形成口碑传播效应。由此，公司在产业链中议价能力增强，AI 技术运营服务毛利率同比提升，收入增速加快。

第二，主要投放渠道

公司与八大媒体平台生态合作，AI 技术运营服务主要集中在腾讯、抖音、快手等平台投放，同时与公司的 AI 系统通过 API 接口打通，数据及时反馈，策略及时修正，使投放效果更佳、效率更高。

第三，服务结算模式及单价

公司提供的 AI 技术运营服务主要按广告投放效果（即表单、下载、安装、注册、购买等的成本或 ROI 情况）进行收费，以客户在媒体平台的消耗金额为基数，根据投放效果按约定的阶梯返点结算，效果越好返点越低，服务费越高。
公式：与客户的结算金额=客户在媒体平台的消耗金额/ (1+返点比例)。

②媒体政策倾斜推高技术运营服务毛利率

2024 年，腾讯、抖音、快手等媒体平台对包括本公司在内的核心服务商的结算政策有一定变化，即鼓励代理服务商为客户提供 AI 技术运营服务，结算政策亦有所倾斜，尤其是年度专项奖励或奖金包，主要针对代理商的技术运营服务能力、规模、占比等维度评估发放，因此本年度该类业务的毛利率提升。

具体说明见下表 1：

主要媒体平台	媒体返点结算规则	
	2023 年度	2024 年度
腾讯平台	平台常规返点及返货奖励均按照总消耗规模确定，即对技术运营类和媒介充值类业务的结算政策没有区别，返点返货按照两类业务的消耗比例分配	年度三项奖金中的其中一项作为技术运营服务类的专项奖励，金额约总奖励的 1/3，其余的规则未变
抖音平台	技术运营类的常规季度返点比媒介充值业务类的返点要稍高，但半年度、年度的奖金不作区分，按照总消耗规模确定，即按照两类业务的消耗比例分配	半年度、年度奖金全部奖励给技术运营类业务，其他的规则未变
快手平台	技术运营类的常规季度返点比媒介充值业务类的返点要稍高，但季度专项奖励、半年度/年度的奖金不作区分，按照总消耗规模确定，即按照两类业务的消耗比例分配	季度专项奖励、半年度、年度奖金全部奖励给技术运营类业务，其他的规则未变

3、毛利率是否与同行业可比公司存在显著差异，收入增长是否具有可持续性。

①同行业毛利率对比

具体见下表 2：

序号	公司名称	业务类型	2024 年毛利率
1	天地在线（002995.SZ）	数字化营销服务	7.37%
2	亿玛在线（836346.NQ）	数字营销服务	3.28%
3	创研股份（835755.NQ）	AI 技术运营服务	6.94%

表 2 中天地在线的数字化营销服务主要是为客户提供互联网营销、传播内容策划、品牌推广、广告效果分析等全链路数字化营销解决方案，亿玛在线数字营销业务重点布局整合营销、全域营销以及创新营销等，与公司 AI 技术运营服务业务内容类似。从上表可以看出，与同行业可比公司数字营销业务毛利率相比，公司 AI 技术运营服务毛利率处于合理范围内。

②收入增长的可持续性

第一，市场需求支持。生成式 AI 技术驱动的精准投放成为互联网营销服务市场的核心增长动力，随着 AI Agent 和动态创意优化（DCO）等技术普及，广

告主对智能化运营服务的需求将持续增长。

第二，核心优势支持。公司具备“四位一体”核心优势，即行业领先的技术优势、规模庞大的数据优势、资深全面的服务优势、全域覆盖的资源优势，以上优势将为公司开展 AI 技术运营服务业务带来行业壁垒及持续的内生增长动力。

第三，行业深耕支持。经过数年深耕和创新突破，公司在教育、大健康及电商等下游行业品牌效应显现，自有营销垂直大模型及三大 AI 系统日趋成熟，并产生了很好的应用效果，客户消耗额稳步提升，公司收入将持续稳步增长。

(2) 结合 AI 技术开发授权服务业务的客户变动情况、价格波动、成本构成等因素量化分析毛利率下滑的原因，毛利率是否存在持续下滑的风险

1、毛利率下滑原因分析。

公司 AI 技术开发授权服务涵盖技术开发与技术授权两类。本年度以技术开发服务为主，逐步减少该类业务的服务团队及业务规模；营销垂类 SAAS 产品的技术授权为辅，本年度为 SAAS 化投入和沉淀期，是公司未来的发展方向。

2024 年该类业务毛利率同比下降 12.70%，主要受业务重心结构调整、收入下降与成本上升双重影响，具体分析如下：

①技术开发业务调整，同质化竞争助推客户议价能力上升。

目前软件行业增速放缓，竞争加剧、技术普及导致产品同质化严重，客户议价能力提升；本期客户合同签约量与客单价双降。2024 年合同签约数量同比下降 21.43%，客单价平均下降 3%，导致营业收入同比下降 23.77%。

②战略转向营销垂类 SAAS 化，技术开发业务外包比例及外包成本增加。

公司 AI 技术开发授权服务类业务主要成本为人工成本及外采成本。随着公司对该项业务发展战略的调整，减少了对技术开发类的人力投入，导致技术开发外包成本大幅增长。同时，公司聚焦营销垂类 SAAS 化产品的完善与授权，营销垂类 SAAS 产品尚处在不断完善阶段，实施成本相对较高。2024 年度该项业务营业成本中人工成本占比 46.91%，外包成本占比 53.09%，与上年同期相比，外

包成本增长 68.67%。

③历史项目的处置导致成本有所增加、客单价有所下降

为解决与客户的历史争议或顺利通过验收等原因，部分历史项目工期不断延长，项目实施成本有所增加。同时，部分历史项目因客户自身经营的原因以致确定无法支付项目尾款，公司对 2024 年部分历史项目进行提前终止或完结确认，上述项目开发工作已全部完成，但仅将已收取的款项在本期确认收入，导致项目客单价有所下降。

2、毛利率是否存在持续下滑风险。

公司该项业务毛利率不存在持续下滑的风险。公司 AI 技术开发授权服务未来将聚焦营销垂直类 SAAS 化产品以及运营投放技术链路的授权服务，该类 SAAS 化产品可大量授权复用，围绕公司主营业务丰富的客户资源拓展，后续随着产品的日益成熟及技术授权业务销售额的不断增长，边际成本随授权规模扩大持续降低，毛利率将持续回升。

(3) 说明你公司与成立时间较短的客户及注册资本较小的客户发生交易的合理性，交易规模与客户的经营规模是否匹配，是否具有真实的商业背景

1、关于与成立时间较短及注册资本规模较低客户交易的合理性说明。

服务定位：公司核心客户群体主要定位于教育、大健康、电商等领域的高成长型中小企业。这些行业本身具有“轻资产运营”的特点，部分优秀客户虽成立时间相对不长或注册资金规模不大，但其在特定细分领域展现出强劲的发展势头、良好的市场口碑或显著的成长潜力，实际经营规模远超其初始注册资本所反映的水平。公司选择与这类客户合作，核心在于其优质的产品与供应链资源、真实的业务需求、稳定的经营能力以及与公司服务价值的契合度。

价值驱动合作：公司专注于通过高效的 AI 技术运营服务切实帮助客户提升营销效果、扩大业务规模。客户正是基于对公司服务效果和资源价值的认可，才选择并持续深化合作。许多客户正是从小规模起步，通过测试与效果好持续增量，

在与公司的合作中实现了业务的快速增长。

2、交易规模与客户的经营规模相匹配，与上述客户交易具有真实商业背景。

公司与客户的合作规模严格基于其实际的业务体量、投放需求和运营计划，与其真实的经营规模高度匹配，以上类别客户所有交易与其所属行业现状、主营业务、经营规模以及人员规模相匹配，具有真实的商业背景。

例如客户二十（注册资本 100 万元），该客户专注于成人兴趣教育领域，目标定位清晰（“兴趣教育领域的淘宝”）。尽管成立时间不长、注册资本不高，但其业务发展迅速，员工规模达 264 人，拥有庞大的用户基础（服务超 3 亿学员）和课程生态（注册讲师及机构超 200 万，课程超 500 万门）。2024 年，该客户在子公司快人公司的 AI 技术运营服务支持下，月消耗量从十几万增长到高峰期 800 多万，投放成本降低了约 25%，年实际投放总消耗额因为效果好持续增量累计超过了 4,000 万元（预付款模式），充分体现了其真实的业务体量及与公司合作的深度。

例如客户二十九（注册资本 100 万元），该客户成立于 2022 年 9 月，作为医疗器械经销商，因该项目投放效果良好，从几人团队做到了拥有 213 人规模的专业团队。2024 年，该客户将其核心业务全权委托子公司创策公司进行 AI 技术运营服务，获客成本逐步降低，精准度持续优化，效果持续提升，从日消耗 1 万做到了高峰期日消耗 30 万，客户全年整体实现 GMV 约 1 亿元的销售规模。其 2024 年的业务体量与公司的服务规模直接对应，且基于良好的合作效果，客户 2025 年将维持不低于 2024 年的投入预算，双方持续深化战略合作。

综上，公司与“客户二十”、“客户二十九”等客户的合作，是基于对其实际经营能力、行业地位、业务增长潜力以及对公司服务价值高度认可的综合评估。交易规模与其实际运营需求和经营成果完全匹配，具有坚实且真实的商业背景。

(4) 说明本期前十大客户的性质是终端客户还是代理客户、销售金额及占比情况，并结合与主要客户的合作模式说明是否存在对客户返点或返货的情况，如存在，请说明会计处理的准确性

本期前十大客户情况说明，具体见下表 3：

序号	客户名称	性质	营收金额（元）	占比	是否存在返点
1	客户二十八	终端客户	86,939,190.70	14.76%	是
2	客户二十	终端客户	42,712,388.46	7.25%	是
3	客户九	终端客户	23,904,587.18	4.06%	是
4	客户二十九	终端客户	23,232,208.90	3.94%	否
5	客户六	代理客户	22,425,435.47	3.81%	是
6	客户三十二	代理客户	21,772,799.50	3.70%	是
7	客户十九	终端客户	16,057,743.09	2.73%	是
8	客户三十四	终端客户	15,586,312.70	2.65%	是
9	客户三十五	终端客户	14,023,633.68	2.38%	是
10	客户三十六	终端客户	9,616,125.43	1.63%	是
合计			276,270,425.11	46.91%	

会计处理：公司根据对客户的返点调整对客户的结算金额，对客户当期确认的含税营业收入=消耗金额/（1+返点比例），然后根据公司适用的增值税率进行除税确认当期营业收入。

(5) 结合信用政策、收入形成的时点等说明对“客户六”应收账款余额增加的合理性及期后回款情况

1、应收账款余额增加的合理性。

①业务模式变更

客户六作为大健康行业优质渠道商，2024 年因其业务战略调整，其与公司合作模式发生变化，将部分原由公司提供的技术运营服务转为自主实施，公司转为主要对其提供媒介资源充值服务；部分运营难度大、客户要求高的项目仍委托

公司提供技术运营服务，因此该客户 2024 年通过公司投放消耗金额未发生显著变化，但业务类型的结构出现较大变化，即为其提供技术运营服务为主转至提供媒介资源充值服务为主，从而对该客户的收入有所减少，但客户的垫款需求增加。

②信用政策调整

该客户与公司合作以来信用基础好，未出现任何款项逾期和资金事故，公司针对该类优质客户，在实际控制人承担无限连带责任担保的前提下，对其给予一定的信用账期，符合行业惯例。2024 年度，基于客户六与公司多年来的良好合作，结合其信用状况与实际控制人接触熟悉度、实力等因素，对其账期从滚动 15 天延长至滚动 30 天（即次月 30 号前结清上个月的垫款），额度从 500 万元调高至 2,000 万元，因此期末应收账款余额有所增加。

2、期后回款情况。

截至 2025 年 2 月 28 日，对该客户 2024 年末的应收款余额 1,810.79 万元已全部收回。

二、关于应收媒体平台返货款

报告期末，你公司其他流动资产余额中应收媒体平台返货款 3,985.70 万元，较期初增加 2,373.07 万元，增幅 147.16%，你公司解释主要系媒体平台流量消耗增长，期末应收媒体平台返货款相应增加。

请你公司：

（1）列表说明主要媒体平台供应商的退货政策、协议约定的退货比率，结合本期计提金额、本期兑现金额及结算周期、退货金额占充值金额或采购金额的比例等说明期末应收平台返货款余额较大幅度增加的原因及合理性；

（2）说明应收平台返货款的会计处理过程、预估的退货金额与实际结算的退货金额是否存在较大差异、是否存在已计提返货款无法兑现的情形，并结合期后返货款结算情况说明返货款计提是否谨慎、合理。

请年审会计师结合已实施的审计程序和已获取的审计证据,就应收媒体平台返货款真实性和准确性发表明确意见。

【回复】

(1) 列表说明主要媒体平台供应商的返货政策、协议约定的返货比率,结合本期计提金额、本期兑现金额及结算周期、返货金额占充值金额或采购金额的比例等说明期末应收平台返利款余额较大幅度增加的原因及合理性。

公司其他流动资产中应收媒体平台返现款为快手平台、抖音平台、京东平台、百度平台截至报告期末应收未收返现款,2024 年末,其他流动资产应收媒体返现金额为 3,985.70 万元,较 2023 年末增长 147.16%。2024 年年末应收媒体返现平台及金额明细如下:

具体见下表 4:

单位: 万元

平台名称	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	增长额	增幅
快手平台	1,952.71	214.33	1,738.38	811.09%
抖音平台	1,729.20	1,046.16	683.04	65.29%
百度平台	188.62	253.65	-65.03	-25.64%
京东平台	115.17	98.49	16.68	16.93%
合计	3,985.70	1,612.63	2,373.07	147.16%

由上表可知,公司期末应收媒体返现金额来源于快手平台、抖音平台、百度平台、京东平台。2024 年末,抖音平台应收返现金额增长 683.04 万元,较上年末增长 65.29%,快手平台应收返现金额增长 1,738.38 万元,较上年末增长 811.09%。

1、主要媒体平台供应商的返点政策、协议约定的返点比率

公司从头部流量媒体处获取的采购返现均在合同中进行约定,具体约定通常包括: 当公司采购达到一定金额的有效消耗,流量媒体将按约定比例给予公司一定金额的返现; 返现比例依不同竞价行业类型、不同流量类型、不同时期而有所差异,流量媒体通常按年度更新返现规则的具体信息。双方按照合同约定,通常按季度结算返现金额,具体结算方式为银行转账或充值为预付流量采购款项。

2、本期计提金额、本期兑现金额及结算周期、返点金额占充值金额或采购金额的比例，期末应收平台返点款余额较大幅度增加的原因及合理性

①本期返现金额占采购金额的比例

抖音平台、百度平台、京东平台、快手平台根据有效消耗，按照合同约定比例给与公司返现，2023 年及 2024 年平台消耗与返现情况明细如下：

具体见下表 5：

单位：万元

平台	2024 年度			2023 年度		
	消耗金额	返现金额	返现比例	消耗金额	返现金额	返现比例
抖音平台	84,312.77	3,569.50	4.23%	65,686.46	3,080.85	4.69%
百度平台	11,512.25	551.83	4.79%	10,004.62	564.03	5.64%
京东平台	10,740.57	161.63	1.50%	9,083.47	193.43	2.13%
快手平台	27,899.27	5,234.87	18.76%	2,852.06	292.47	10.25%
合 计	134,464.87	9,508.48		87,626.60	4,130.78	

②主要媒体平台结算方式及结算周期

具体见下表 6：

序号	供应商名称	结算或兑现方式	结算周期
1	抖音平台	预付平台充值款	按季度结算
2	百度平台	银行转账	按季度结算
3	京东平台	银行转账	按季度结算
4	快手平台	银行转账	按季度结算

③平台返现计提金额、兑现金额

具体明细见下表 7：

单位：万元

2024 年				
平 台	计提总返现金额	当期兑现金额	期末应收款	当期收款率
抖音平台	3,569.50	1,840.29	1,729.21	51.56%

百度平台	551.83	363.22	188.61	65.82%
京东平台	161.63	46.47	115.17	28.75%
快手平台	5,225.51	3,272.81	1,952.70	62.63%
合 计	9,508.48	5,522.78	3,985.70	58.08%
2023 年				
平 台	计提总返现金额	当期兑现金额	期末应收款	当期收款率
抖音平台	3,080.85	2,034.68	1,046.17	66.04%
百度平台	564.03	310.38	253.65	55.03%
京东平台	193.43	94.95	98.48	49.09%
快手平台	292.47	78.14	214.33	26.72%
合 计	4,130.78	2,518.15	1,612.63	60.96%

注：当期收款率=当期兑现金额/计提总返现金额

由上表可知，2024 年主要平台返现平均收款率较 2023 年有所提升，平台返现中主要包括季度返现及年度返现，公司于平台按季度进行结算，一般需至次年年中结清。因 2024 年业务量呈现大幅上升，故期末应收返现款呈现较大增长。

(2) 说明应收平台返货款的会计处理过程、预估的返货金额与实际结算的返货金额是否存在较大差异、是否存在已计提返货款无法兑现的情形，并结合期后返货款结算情况说明返货款计提是否谨慎、合理

报告期内公司日常会与媒体供应商核对媒体流量的采购交易情况。对于 AI 技术运营服务和媒介资源充值服务，公司通过在平台开具的不同账户来完成业务、归集采购数据。对于返现的会计处理上，两种业务有所区别：

①AI 技术运营服务

AI 技术运营服务，即公司给客户提供全链路 AI 营销闭环解决方案，从项目评估、创意创作、素材制作到智能投放、效果反馈分析优化一体化的闭环服务，对客户的运营效果负责，承担运营风险，采用全额法确认收入。对于 AI 技术运营服务，考虑到媒体平台给予的返现将减少公司成本的支出，公司在根据与媒体平台约定的返现政策计提返现时冲减主营业务成本。报告期末，公司将已计提暂未收到的返现款计入“其他流动资产”。

②媒介资源充值服务

媒介资源充值服务，属于代理通道业务，公司不对客户的运营效果负责，不承担客户的运营风险，采用净额法确认收入。公司将根据媒体平台返现政策预计可获得的返现扣除给予客户的返点后，确认为主营业务收入。报告期末，公司对预计可获得的返现金额确认为其他流动资产。

2024 年平台预估返现、已兑现返现，具体明细见下表 8：

单位：万元

平台	计提金额	当期兑现金额	期后已兑现金额	暂未兑现金额
抖音平台	3,569.50	1,840.29	1,728.67	0.53
百度平台	551.83	363.22	188.62	-
京东平台	161.63	46.47	42.74	72.43
快手平台	5,225.51	3,272.81	1,952.71	-
合计	9,508.48	5,522.78	3,912.74	72.96

注：期后兑现金额截至2025年5月23日。

由上表可知，公司返现计提金额与实际结算的返现金额不存在较大差异，截至 2025 年 5 月 23 日，百度平台、快手平台返现金额已兑现完毕，抖音平台剩余 0.53 万元、京东平台剩余 72.43 万元暂未兑现，公司已与平台进行返现对账，待公司开具发票后，平台将对应的返现金额以银行转账或者平台预充值的方式与公司进行结算，后续无法兑现的可能性较小。综上，公司返现款计提谨慎、合理。

三、关于期间费用

2024 年度你公司销售费用、管理费用、研发费用分别较上期同比增长 68.12%、54.70%、59.32%，其中职工薪酬分别较上期同比增长 100.52%、45.29%、94.12%。

你公司 2024 年年报披露，销售人员期初 58 人，期末 62 人；技术人员期初 97 人、期末 160 人；管理人员（包含行政人员及财务人员）期初 33 人，期末 35 人。除技术人员外，销售人员和管理人员期初期末人数变动不大。

请你公司：

(1) 结合各岗位员工人数、平均薪酬、职工薪酬归集口径、经营业绩的变动情况、同行业可比公司情况等说明销售费用、管理费用、研发费用中职工薪酬增长的原因及合理性，年内是否存在薪酬波动超过 50%的员工或高管，如存在，请列示具体金额、职务、岗位等情况；

(2) 结合研发计划、研发人员主要工作职责、研发需求及在研项目变动情况等说明本期技术人员增加的合理性，是否存在技术人员与生产人员混同的情形，技术人员的大幅增加对公司经营模式及研发能力是否存在显著正向影响。

请年审会计师结合已实施的审计程序和已获取的审计证据，就职工薪酬的真实性与会计处理的准确性发表明确意见。

【回复】

(1) 结合各岗位员工人数、平均薪酬、职工薪酬归集口径、经营业绩的变动情况、同行业可比公司情况等说明销售费用、管理费用、研发费用中职工薪酬增长的原因及合理性，年内是否存在薪酬波动超过 50%的员工或高管，如存在，请列示具体金额、职务、岗位等情况。

1、销售费用中职工薪酬增长的原因及合理性

①员工人数与平均薪酬。销售人员期初 58 人，期末 62 人，增幅 6.9%。人员薪酬同比增长 100.52%，平均薪酬从 6.88 万元/年/人提高到 12.91 万元/年/人，增幅 87.64%。主要原因系：第一，公司本年度为鼓励销售人员加大市场开拓力度，提成和奖金激励制度向头部销售人员重点倾斜。实施阶梯提成机制，业绩越好，提成比例越高，收入越高。第二，市场竞争加剧导致对高素质销售人才的需求增加，进而在一定程度上推高了薪酬水平。

②职工薪酬归集口径。销售费用的职工薪酬主要包括销售人员的基本工资、奖金、提成、五险一金、其他福利等，其增长与公司的销售业绩直接相关。

③经营业绩变动。公司营业收入同比增长 42.41%，销售业务规模的扩大对销售团队的业绩提成与奖励带来了阶梯式增长，以应对市场竞争和销售业绩的增长需求。

④同行业可比公司情况。

具体见下表 9：

序号	公司名称	2024 年销售人员薪酬总额	销售人员期末人数	平均年薪
1	天地在线（002995.SZ）	4,541.65 万元	156 人	29.11 万元/年/人
2	亿玛在线（836346.NQ）	4,907.82 万元	187 人	26.25 万元/年/人
3	创研股份（835755.NQ）	800.63 万元	62 人	12.91 万元/年/人

从同行业可比公司销售人员平均薪酬数据来看，本公司本年度销售人员职工薪酬的增长是合理的。随着市场竞争的加剧，企业往往通过员工成长晋升、提高薪酬激励来吸引和留住优秀人才。

⑤年内薪酬波动情况。

经核查，年内薪酬波动超过 50%的销售人员，具体见下表 10：

单位：人、元

岗位	职务	人数	2024年薪酬	2023年薪酬	增长比例
业务管理岗	商务经理/主管	7	1,955,601.41	632,711.33	209.08%
业务专员岗	商务专员	19	1,366,306.16	263,999.98	417.54%
合计		26	3,321,907.57	896,711.31	270.45%

注：公司本年度对销售人员的提成奖金等薪酬制度进行了完善，底薪+浮动提成，业绩越好，提成比例越高，收入越高。上述人员业务开拓较好，提成大幅增加（本年度公司总体营收增长 42.41%）。

2、管理费用中职工薪酬增长的原因及合理性

①员工人数与平均薪酬。管理人员（包含管理层、人资行政及财务人员）期初 33 人，期末 35 人，增幅 6.06%。管理人员薪酬同比增长 45.29%，平均薪酬从 17.38 万元/年/人提高到 23.81 万元/年/人，增幅 37.00%。主要原因系公司规模扩大、管理复杂度增加、公司对管理团队绩效的认可与激励机制的完善、公司管理层结构的优化以及管理效率的提升，以上因素综合使得管理人员平均薪酬提高；同时公司对管理人员能力要求的提高和市场人才竞争的加剧，进而提高薪酬水平。

②职工薪酬归集口径。管理费用的职工薪酬涵盖管理人员的基本工资、奖金、

五险一金、其他福利等。

③经营业绩变动。随着公司业务的扩张，管理复杂度增加，对管理人员的需求和质量要求也相应提高。管理人员奖金水平与经营业绩正向挂钩，2024 年度营业收入较上年同期增长 42.41%，毛利额较上年同期增长 33.02%，从而推动了管理人员薪酬的增长。

④同行业可比公司情况。

具体见下表 11：

序号	公司名称	2024 年管理人员薪酬总额	管理人员期末人数	平均年薪
1	天地在线（002995.SZ）	2,701.06 万元	120 人	22.51 万元/年/人
2	亿玛在线（836346.NQ）	1,693.81 万元	39 人	43.43 万元/年/人
3	创研股份（835755.NQ）	833.25 万元	35 人	23.81 万元/年/人

从同行业可比公司管理人员平均薪酬数据可以看出，本公司管理人员的薪酬水平增长是合理的。管理人员平均薪酬增长与行业趋势相符，是企业管理水平提升和规模扩张的必然结果。

⑤年内薪酬波动情况。

经核查，年内薪酬波动超过 50%的管理人员，具体见下表 12：

单位：人、元

姓名	岗位	人数	2024 年薪酬	2023 年薪酬	增长比例	增长原因
经营 高层	集团 高管	4	2,859,679.09	1,545,242.37	85.06%	集团业务规模增长， 季度及年度奖金上涨

3、研发费用中职工薪酬增长的原因及合理性：

①岗位员工人数与平均薪酬。研发人员期初 73 人，期末 80 人，人数增长 9.59%，本年度研发人员平均薪酬提高了 77.30%，研发费用中职工薪酬增长 94.11%。

主要原因系：第一，技术战略投入，2024 年公司的研发项目一共新增立项 7

个，主要围绕公司自研的营销垂直大模型+三大 AI 系统的技术突破与创新展开，整体扩大研发的广度与深度，项目复杂度大幅提高，对研发人员的能力要求大幅提升，需要引荐高素质科技人才。第二，研发规模扩大，2023 年底和 2024 年底，公司研发人员分别为 73 人和 80 人，研发人员增加 9.59% ，平均薪酬提升 77.30%，公司研发的垂直大模型和三大 AI 系统对公司综合竞争力有显著提升，公司经营业绩大幅提升，研发人员的薪酬相应也得到提升。第三，技术支持加大，公司研发自有大模型和 AI 应用系统属于技术研发与应用场景验证类项目，不仅需要研发人员作为主力成员负责，部分环节也需要其他技术支持人员辅助参与。

②职工薪酬归集口径。研发费用的职工薪酬主要包括研发人员以及参与研发项目的辅助人员的工资、奖金、研发补助、五险一金、其他福利等。

③经营业绩变动。公司研发投入的增加是推动技术创新和业务增长的关键因素之一，因此研发费用的增长与公司的经营战略相符。

④同行业可比公司情况。

具体见下表 13：

序号	公司名称	平均年薪
1	天地在线（002995.SZ）	30.36 万元/年/人
2	亿玛在线（836346.NQ）	44.61 万元/年/人
3	创研股份（835755.NQ）	11.17 万元/年/人

从同行业可比公司研发人员平均薪酬数据可以看出，本公司研发人员的薪酬水平增长是合理的。

⑤年内薪酬波动情况。

经核查，年内薪酬波动超过 50%的研发人员，具体见下表 14：

单位：人、元

岗位	职务	人数	2024年薪酬	2023年薪酬	增长比例
研发管理岗	项目/产品经理	3	1,042,999.91	513,804.19	103.00%
研发技术岗	开发专员	15	1,471,443.03	410,093.65	258.81%
合计		18	2,514,442.94	923,897.84	172.16%

注：由上表可见，因项目复杂度提高及技术突破奖励，18 名核心研发岗薪酬增长 172.16%。

以上可见，销售费用、管理费用、研发费用等三费人员的职工薪酬增长与业绩提升、人才战略、行业趋势匹配，具有商业合理性。

(2) 结合研发计划、研发人员主要工作职责、研发需求及在研项目变动情况等说明本期技术人员增加的合理性，是否存在技术人员与生产人员混同的情形，技术人员的大幅增加对公司经营模式及 研发能力是否存在显著正向影响。

1、研发人员增加的合理性。

公司技术人员不仅包括专职从事研发活动的研发人员，还包括为技术落地、业务运营、创意制作等业务提供关键支持的技术人员。其中，2023 年底和 2024 年底，公司研发人员分别为 73 人和 80 人。

研发人员主要工作职责是负责公司的技术研发工作，包括需求分析、系统设计、编码实现、测试验证等，是公司技术创新的核心力量。公司每年制定了明确的新项目研发计划，本期新增 7 个研发项目，包括对创影营销垂直大模型和管理决策、智能创作、智能投放三大 AI 应用系统的研发，公司研发人员数量总体有所增加，相应人员层次结构也有所调整。

2、关于技术人员与生产人员混同的情形核查。

①技术人员定义。公司技术人员包括专职从事研发活动的研发人员和为业务提供关键支持的技术人员，公司在 2023 年度和 2024 年度报告中已披露研发人员数量分别为 73 人和 80 人。

②研发薪酬核算。公司研发活动按项目制核算，不同项目根据研发方向和实际业务需求选定参与人员，包括研发人员、辅助研发人员。报告期内，公司专职研发人员的薪酬按照工时情况在研发项目中进行分配，辅助研发的技术人员根据工时填报情况将其薪酬在研发项目和其他成本费用中进行分配。

综上，公司研发人员和生产人员有明确的岗位职责区分；研发人员薪酬按项目工时分配，技术支持人员薪酬按实际服务对象归集（生产成本或其他费用），研发费用和生产成本可以明确区分。

3、研发人员增加对公司的影响：

①提高研发效率。研发人员的增加增强了公司的研发与技术实力，使得公司能够更快地推出新产品、新技术，从而提升市场竞争力，缩短 AI 产品研发周期 30%以上（例：动态内容创意优化模块上线提速）。

②提高技术壁垒。研发人员的增加显著提升了公司的研发与技术应用能力，缩短了 AI 技术产品的研发应用周期，提高了产品质量和技术含量。垂直大模型迭代速度提升，投放精准度优化 25%以上。

总体而言，研发人员的增加对公司的经营模式和研发能力产生了显著的正向影响，有助于推动公司的长期发展和技术创新。研发团队扩张提升了公司技术实力与产品竞争力，对经营模式升级产生核心驱动作用。

特此回复。

湖南创研科技股份有限公司

2025年6月4日



关于对湖南创研科技股份有限公司
年报问询函的回复

众环专字(2025)1100254 号



关于湖南创研科技股份有限公司 年报问询函的回复

众环专字(2025)1100254 号

全国中小企业股份转让系统有限责任公司:

中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“本所”或“我们”)作为湖南创研科技股份有限公司(以下简称“创研股份”或“公司”)2024年度财务报表的审计机构,于2025年04月28日出具了众环审字(2025)1100129号无保留意见审计报告。

2025年5月21日,全国中小企业股份转让系统有限责任公司管理一部出具了《关于对湖南创研科技股份有限公司的年报问询函》(以下简称“问询函”),我们以对创研股份相关财务报表执行的审计工作为依据,对问询函中需要本所回复的相关问题履行了核查程序,现将核查情况说明如下:

问题 1: 关于经营业绩

你公司2024年年报披露,你公司主要产品及服务项目为AI技术运营服务、AI技术开发授权服务、媒介资源充值服务。2024年度,你公司实现营业收入58,897.19万元,同比增长42.41%,你公司解释主要系报告期内AI技术运营服务类增长48.94%,其中效果运营类增长49.68%。你公司本期归属于挂牌公司股东的净利润为3,473.61万元,同比减少0.43%。从产品类别看,主要业务AI技术运营服务本期综合毛利率6.94%,较上年同期增长3.14个百分点;AI技术开发授权服务本期毛利率64.67%,较上年同期下降12.70个百分点。

你公司年报中豁免披露主要客户及供应商的具体名称,披露的前五大客户中有三家为本期新增前五大,其中“客户二十”注册资本规模较低,“客户二十九”成立于2022年9月,成立时间较短且注册资本规模较低。你公司应收账款期末账面余额4,646.85万元,较期初增加89.47%,其中对“客户六”在本期营收下降的情况下应收账款期末余额增加1,394.04万元。

请你公司:

(1) 说明 AI 技术运营服务类业务的主要客户、具体服务内容，并结合公司在产业链中的地位、议价能力、对主要客户运营服务的主要投放渠道、服务价格结算模式及单价、采购单价变动等说明本期 AI 技术运营服务类毛利率及收入大幅增长的原因及合理性，毛利率是否与同行业可比公司存在显著差异，收入增长是否具有可持续性；

(2) 结合 AI 技术开发授权服务业务的客户变动情况、价格波动、成本构成等因素量化分析毛利率下滑的原因，毛利率是否存在持续下滑的风险；

(3) 说明你公司与成立时间较短的客户及注册资本较小的客户发生交易的合理性，交易规模与客户的经营规模是否匹配，是否具有真实的商业背景；

(4) 说明本期前十大客户的性质是终端客户还是代理客户、销售金额及占比情况，并结合与主要客户的合作模式说明是否存在对客户返点或返货的情况，如存在，请说明会计处理的准确性；

(5) 结合信用政策、收入形成的时点等说明对“客户六”应收账款余额增加的合理性及期后回款情况。

请年审会计师说明对 AI 技术运营服务类业务实施的审计程序、核查比例，并结合已获取的审计证据就收入真实性和准确性发表明确意见。

回复：

一、公司回复

(一) 说明 AI 技术运营服务类业务的主要客户、具体服务内容，并结合公司在产业链中的地位、议价能力、对主要客户运营服务的主要投放渠道、服务价格结算模式及单价、采购单价变动等说明本期 AI 技术运营服务类毛利率及收入大幅增长的原因及合理性，毛利率是否与同行业可比公司存在显著差异，收入增长是否具有可持续性

1、AI 技术运营服务类业务的主要客户、具体服务内容

①核心客户群体：公司 AI 技术运营服务聚焦优质供应链、高成长性的中小企业客户，主要分布在教育、大健康、电商等领域，如客户二十、客户二十九等。

②服务具体内容：公司通过差异化服务模式，以自有创影营销垂直大模型为底座，依托自研的管理决策、智能创作、智能投放三大 AI 系统，建立自主协作的智能体集群，为客户提供从项目评估-创意创作-营销素材生产-投放策略制定-智能投放到效果分析优化一体化的全链路 AI 营销闭环技术服务。

2、本期 AI 技术运营服务类毛利率及收入大幅增长的原因及合理性

①技术壁垒提升议价能力

第一，产业链地位与议价能力

作为全链路 AI 营销科技领域的领先企业，公司通过自主研发的智能投放、智能创作、管理决策三大 AI 系统构建技术壁垒，提供从策略到落地的闭环解决方案。2024 年，公司重点投入垂直领域大模型研发，显著提升三项能力：场景适配性，优化大模型与细分场景的匹配度；投放精准度，升级智能算法提升转化效果；内容生产效率，加速爆款素材生成。

这些技术突破带来直接商业价值：客户投放效果提升、复购率增长，形成口碑传播效应。由此，公司在产业链中议价能力增强，AI 技术运营服务毛利率同比提升，收入增速加快。

第二，主要投放渠道

公司与八大媒体平台生态合作，AI 技术运营服务主要集中在腾讯、抖音、快手等平台投放，同时与公司的 AI 系统通过 API 接口打通，数据及时反馈，策略及时修正，使投放效果更佳、效率更高。

第三，服务结算模式及单价

公司提供的 AI 技术运营服务主要按广告投放效果（即表单、下载、安装、注册、购买等的成本或 ROI 情况）进行收费，以客户在媒体平台的消耗金额为基数，根据投放效果按约定的阶梯返点结算，效果越好返点越低，服务费越高。公式：与客户的结算金额=客户在媒体平台的消耗金额/(1+返点比例)。

②媒体政策倾斜推高技术运营服务毛利率

2024 年，腾讯、抖音、快手等媒体平台对包括本公司在内的核心服务商的结算政策有一定变化，即鼓励代理服务商为客户提供 AI 技术运营服务，结算政策亦有所倾斜，尤其是年度专项奖励或奖金包，主要针对代理商的技术运营服务能力、规模、占比等维度评估发放，因此本年度该类业务的毛利率提升。

具体说明见下表 1：

主要媒体平台	媒体返点结算规则	
	2023 年度	2024 年度
腾讯平台	平台常规返点及返货奖励均按照总消耗规模确定，即对技术运营类和媒介充值类业务的结算政策没有区别，返点返货按照两类业务的消耗比例分配	年度三项奖金中的其中一项作为技术运营服务类的专项奖励，金额约总奖励的 1/3，其余的规则未变
抖音平台	技术运营类的常规季度返点比媒介充值业务类的返点要稍高，但半年度、年度的奖金不作区分，按照总消耗规模确定，即按照两类业务的消耗比例分配	半年度、年度奖金全部奖励给技术运营类业务，其他的规则未变
快手平台	技术运营类的常规季度返点比媒介充值业务类的返点要稍高，但季度专项奖励、半年度/年度	季度专项奖励、半年度、年度奖金全部奖励给技术运营类业务，其他的规则未

主要媒体平台	媒体返点结算规则	
	2023 年度	2024 年度
	的奖金不作区分，按照总消耗规模确定，即按照两类业务的消耗比例分配	变

3、毛利率是否与同行业可比公司存在显著差异，收入增长是否具有可持续性

①同行业毛利率对比

具体见下表 2：

序号	公司名称	业务类型	2024 年毛利率
1	天地在线（002995.SZ）	数字化营销服务	7.37%
2	亿玛在线（836346.NQ）	数字营销服务	3.28%
3	创研股份（835755.NQ）	AI 技术运营服务	6.94%

表 2 中天地在线的数字化营销服务主要是为客户提供互联网营销、传播内容策划、品牌推广、广告效果分析等全链路数字化营销解决方案，亿玛在线数字营销业务重点布局整合营销、全域营销以及创新营销等，与公司 AI 技术运营服务业务内容类似。从上表可以看出，与同行业可比公司数字营销业务毛利率相比，公司 AI 技术运营服务毛利率处于合理范围内。

②收入增长的可持续性

第一，市场需求支持。生成式 AI 技术驱动的精准投放成为互联网营销服务市场的核心增长动力，随着 AI Agent 和动态创意优化（DCO）等技术普及，广告主对智能化运营服务的需求将持续增长。

第二，核心优势支持。公司具备“四位一体”核心优势，即行业领先的技术优势、规模庞大的数据优势、资深全面的服务优势、全域覆盖的资源优势，以上优势将为公司开展 AI 技术运营服务业务带来行业壁垒及持续的内生增长动力。

第三，行业深耕支持。经过数年深耕和创新突破，公司在教育、大健康及电商等下游行业品牌效应显现，自有营销垂直大模型及三大 AI 系统日趋成熟，并产生了很好的应用效果，客户消耗额稳步提升，公司收入将持续稳步增长。

（二）结合 AI 技术开发授权服务业务的客户变动情况、价格波动、成本构成等因素量化分析毛利率下滑的原因，毛利率是否存在持续下滑的风险

1、毛利率下滑原因分析

公司 AI 技术开发授权服务涵盖技术开发与技术授权两类。本年度以技术开发服务为主，逐步减少该类业务的服务团队及业务规模；营销垂类 SAAS 产品的技术授权为辅，本年度为 SAAS 化投入和沉淀期，是公司未来的发展方向。

2024 年该类业务毛利率同比下降 12.70%，主要受业务重心结构调整、收入下降与成本上升双重影响，具体分析如下：

①技术开发业务调整，同质化竞争助推客户议价能力上升

目前软件行业增速放缓，竞争加剧、技术普及导致产品同质化严重，客户议价能力提升；本期客户合同签约量与客单价双降。2024 年合同签约数量同比下降 21.43%，客单价平均下降 3%，导致营业收入同比下降 23.77%。

②战略转向营销垂类 SAAS 化，技术开发外包比例及外包成本增加

公司 AI 技术开发授权服务类业务主要成本为人工成本及外采成本。随着公司对该项业务发展战略的调整，减少了对技术开发类的人力投入，导致技术开发外包成本大幅增长。同时，公司聚焦营销垂类 SAAS 化产品的完善与授权，营销垂类 SAAS 产品尚处在不断完善阶段，实施成本相对较高。2024 年度该项业务营业成本中人工成本占比 46.91%，外包成本占比 53.09%，与上年同期相比，外包成本增长 68.67%。

③历史项目的处置导致成本有所增加、客单价有所下降

为解决与客户的历史争议或顺利通过验收等原因，部分历史项目工期不断延长，项目实施成本有所增加。同时，部分历史项目因客户自身经营的原因以致确定无法支付项目尾款，公司对 2024 年部分历史项目进行提前终止或完结确认，上述项目开发工作已全部完成，但仅将已收取的款项在本期确认收入，导致项目客单价有所下降。

2、毛利率是否存在持续下滑风险

公司该项业务毛利率不存在持续下滑的风险。公司 AI 技术开发授权服务未来将聚焦营销垂直类 SAAS 化产品以及运营投放技术链路的授权服务，该类 SAAS 化产品聚焦营销垂直技术，可大量授权复用，围绕公司主营业务丰富的客户资源拓展，后续随着产品的日益成熟及技术授权业务销售额的不断增长，边际成本随授权规模扩大持续降低，毛利率将持续回升。

（三）说明你公司与成立时间较短的客户及注册资本较小的客户发生交易的合理性，交易规模与客户的经营规模是否匹配，是否具有真实的商业背景

1、关于与成立时间较短及注册资本规模较低客户交易的合理性说明

服务定位：公司核心客户群体主要定位于教育、大健康、电商等领域的高成长型中小企业。这些行业本身具有“轻资产运营”的特点，部分优秀客户虽成立时间相对不长或注册资金规模不大，但其在特定细分领域展现出强劲的发展势头、良好的市场口碑或显著的成长潜力，实际经营规模远超其初始注册资本所反映的水平。公司选择与这类客户合作，核心在于

其优质的产品与供应链资源、真实的业务需求、稳定的经营能力以及与公司服务价值的契合度。

价值驱动合作：公司专注于通过高效的 AI 技术运营服务切实帮助客户提升营销效果、扩大业务规模。客户正是基于对公司服务效果和资源价值的认可，才选择并持续深化合作。许多客户正是从小规模起步，通过测试与效果好持续增量，在与公司的合作中实现了业务的快速增长。

2、交易规模与客户的经营规模相匹配，与上述客户交易具有真实商业背景

公司与客户的合作规模严格基于其实际的业务体量、投放需求和运营计划，与其真实的经营规模高度匹配。合作模式（如预付款结算）和风险控制措施也保障了交易的稳健性。以上类别客户所有交易与其所属行业现状、主营业务、经营规模以及人员规模相匹配，具有真实的商业背景。

3、真实商业背景与成长性

例如客户二十（注册资本 100 万元），该客户专注于成人兴趣教育领域，目标定位清晰（“兴趣教育领域的淘宝”）。尽管成立时间不长、注册资本不高，但其业务发展迅速，员工规模达 264 人，拥有庞大的用户基础（服务超 3 亿学员）和课程生态（注册讲师及机构超 200 万，课程超 500 万门）。2024 年，该客户在子公司湖南快人的 AI 技术运营服务支持下，月消耗量从十几万增长到高峰期 800 多万，投放成本降低了约 25%，年实际投放总消耗额因为效果好持续增量累计超过了 4,000 万元（预付款模式），充分体现了其真实的业务体量及与公司合作的深度。

例如客户二十九（注册资本 100 万元），该客户成立于 2022 年 9 月，作为医疗器械经销商，因该项目投放效果良好，从几人团队做到了拥有 213 人规模的专业团队。2024 年，该客户将其核心业务全权委托子公司创策公司进行 AI 技术运营服务，获客成本逐步降低，精准度持续优化，效果持续提升，从日消耗 1 万做到了高峰期日消耗 30 万，客户全年整体实现 GMV 约 1 亿元的销售规模。其 2024 年的业务体量与公司的服务规模直接对应，且基于良好的合作效果，客户 2025 年将维持不低于 2024 年的投入预算，持续深化战略合作。

综上，公司与“客户二十”、“客户二十九”等客户的合作，是基于对其实际经营能力、行业地位、业务增长潜力以及对公司服务价值高度认可的综合评估。交易规模与其实际运营需求和经营成果完全匹配，具有坚实且真实的商业背景。

(四) 说明本期前十大客户的性质是终端客户还是代理客户、销售金额及占比情况，并结合与主要客户的合作模式说明是否存在对客户返点或退货的情况，如存在，请说明会计处理的准确性

本期前十大客户情况说明，具体见下表 3：

序号	客户名称	性质	营收金额（元）	占比	是否存在返点
1	客户二十八	终端客户	86,939,190.70	14.76%	是
2	客户二十	终端客户	42,712,388.46	7.25%	是
3	客户九	终端客户	23,904,587.18	4.06%	是
4	客户二十九	终端客户	23,232,208.90	3.94%	否
5	客户六	代理客户	22,425,435.47	3.81%	是
6	客户三十二	代理客户	21,772,799.50	3.70%	是
7	客户十九	终端客户	16,057,743.09	2.73%	是
8	客户三十四	终端客户	15,586,312.70	2.65%	是
9	客户三十五	终端客户	14,023,633.68	2.38%	是
10	客户三十六	终端客户	9,616,125.43	1.63%	是
合计			276,270,425.11	46.91%	

会计处理：公司根据对客户的返点调整对客户的结算金额，对客户当期确认的含税营业收入=消耗金额/(1+返点比例)，然后根据公司适用的增值税率进行除税确认当期营业收入。

(五) 结合信用政策、收入形成的时点等说明对“客户六”应收账款余额增加的合理性及期后回款情况

1、应收账款余额增加的合理性

①业务模式变更

客户六作为大健康行业优质渠道商，2024 年因其业务战略调整，其与公司合作模式发生结构性变化。将部分原由公司提供的技术运营服务转为自主实施，公司转为主要对其提供媒介资源充值服务；部分运营难度大、客户要求高的项目仍委托公司提供技术运营服务，因此该客户 2024 年通过公司投放消耗金额未发生显著变化，但业务类型的结构出现较大变化。即为其提供技术运营服务为主转至提供媒介资源充值服务为主，从而对该客户的收入有所减少，但客户的垫款需求增加。

②信用政策调整

该客户与公司合作以来信用基础好，未出现任何款项逾期和资金事故，公司针对该类优质客户，在实际控制人承担无限连带责任担保的前提下，对其给予一定的信用账期，符合行

业惯例。2024 年度，基于客户六与公司多年来的良好合作，结合其信用状况与实际控制人接触熟悉度、实力等因素，对其账期从滚动 15 天延长至滚动 30 天（即次月 30 号前结清上个月的垫款），额度从 500 万元调高至 2,000 万元，因此期末应收账款余额有所增加。

2、期后回款情况。

截至 2025 年 2 月 28 日，对该客户 2024 年末的应收款余额 1,810.79 万元已全部收回。

二、年审会计师核查情况

请年审会计师说明对 AI 技术运营服务类业务实施的审计程序、核查比例，并结合已获取的审计证据就收入真实性和准确性发表明确意见。

（一）主要核查程序

（1）询问公司管理层、各事业部业务负责人，了解公司的经营环境、业务模式、业务情况；了解公司销售与收款相关内部控制，执行内部控制测试并评价管理层对销售与收款内部控制设计和执行的有效性；

（2）获取客户当期在各媒体供应商平台充值消耗数量等信息，对 AI 技术运营服务类营业收入进行重新测算，并与账面记录核对，确认数据的准确性；

（3）对本年记录的收入执行细节测试，核对销售合同、发票、充值记录、消耗数据、执行情况表，检查收入确认的真实性；

（4）获取银行交易流水，并检查银行相关收款单据，核实回款单位是否与收入确认单位一致；

（5）向主要供应商函证付款金额、开票金额以及返点数量/金额；向客户函证交易额，并与账面记录进行核对，确认销售金额的真实性、准确性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：公司 AI 技术运营服务类业务按照企业会计准则的规定进行营业收入确认，我们已获取充分、适当的审计证据表明公司 AI 技术运营服务类业务收入确认的真实性、准确性不存在重大错报。

问题 2：关于应收媒体平台返货款

报告期末，你公司其他流动资产余额中应收媒体平台返货款 3,985.70 万元，较期初增加 2,373.07 万元，增幅 147.16%，你公司解释主要系媒体平台流量消耗增长，期末应收媒体平台返货款相应增加。

请你公司：

(1) 列表说明主要媒体平台供应商的退货政策、协议约定的退货比率，结合本期计提金额、本期兑现金额及结算周期、退货金额占充值金额或采购金额的比例等说明期末应收平台返利款余额较大幅度增加的原因及合理性；

(2) 说明应收平台退货款的会计处理过程、预估的退货金额与实际结算的退货金额是否存在较大差异、是否存在已计提退货款无法兑现的情形，并结合期后退货款结算情况说明退货款计提是否谨慎、合理。

请年审会计师结合已实施的审计程序和已获取的审计证据，就应收媒体平台退货款的真实性和准确性发表明确意见。

回复：

一、公司回复

(一) 列表说明主要媒体平台供应商的退货政策、协议约定的退货比率，结合本期计提金额、本期兑现金额及结算周期、退货金额占充值金额或采购金额的比例等说明期末应收平台返利款余额较大幅度增加的原因及合理性。

公司其他流动资产中应收媒体平台返现款为快手平台、抖音平台、京东平台、百度平台、截至报告期末应收未收返现款，2024 年末，其他流动资产应收媒体返现金额为 3,985.70 万元，较 2023 年末增长 147.16%。年末应收媒体返现平台及金额明细如下：

具体见下表 4：

单位：万元				
平台名称	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	增长额	增幅
快手平台	1,952.71	214.33	1,738.38	811.09%
抖音平台	1,729.20	1,046.16	683.04	65.29%
百度平台	188.62	253.65	-65.03	-25.64%
京东平台	115.17	98.49	16.68	16.93%
合计	3,985.70	1,612.63	2,373.07	147.16%

由上表可知，公司期末应收媒体返现金额来源于快手平台、抖音平台、百度平台、京东平台，2024 年末，抖音平台应收返现金额增长 683.04 万元，较上年末增长 65.29%，快手平台应收返现金额增长 1,738.38 万元，较上年末增长 811.09%。

1、主要媒体平台供应商的返点政策、协议约定的返点比率

公司从头部流量媒体处获取的采购返现均在合同中进行约定，具体约定通常包括：当公司采购达到一定金额的有效消耗，流量媒体将按约定比例给予公司一定金额的返现；返现比例依不同竞价行业类型、不同流量类型、不同时期而有所差异，流量媒体通常按年度更新返现规则的具体信息。双方按照合同约定，通常按季度结算返现金额，具体结算方式为银行转账或充值为预付流量采购款项。

2、本期计提金额、本期兑现金额及结算周期、返点金额占充值金额或采购金额的比例，期末应收平台返点款余额较大幅度增加的原因及合理性

①本期返现金额占采购金额的比例

抖音平台、百度平台、京东平台、快手平台根据有效消耗，按照合同约定比例给与公司返现，2023 年及 2024 年平台消耗与返现情况明细如下：

具体见下表 5：

单位：万元

平台	2024 年度			2023 年度		
	消耗金额	返现金额	返现比例	消耗金额	返现金额	返现比例
抖音平台	84,312.77	3,569.50	4.23%	65,686.46	3,080.85	4.69%
百度平台	11,512.25	551.83	4.79%	10,004.62	564.03	5.64%
京东平台	10,740.57	161.63	1.50%	9,083.47	193.43	2.13%
快手平台	27,899.27	5,234.87	18.76%	2,852.06	292.47	10.25%
合 计	134,464.87	9,508.48		87,626.60	4,130.78	

②主要媒体平台结算方式及结算周期

具体见下表 6：

序号	供应商名称	结算或兑现方式	结算周期
1	抖音平台	预付平台充值款	按季度结算
2	百度平台	银行转账	按季度结算
3	京东平台	银行转账	按季度结算
4	快手平台	银行转账	按季度结算

③平台返现计提金额、兑现金额

具体明细见下表 7：

单位：万元

2024 年				
平 台	计提总返现金额	当期兑现金额	期末应收款	当期收款率

抖音平台	3,569.50	1,840.29	1,729.21	51.56%
百度平台	551.83	363.22	188.61	65.82%
京东平台	161.63	46.47	115.17	28.75%
快手平台	5,225.51	3,272.81	1,952.70	62.63%
合 计	9,508.48	5,522.78	3,985.70	58.08%

2023 年

平 台	计提总返现金额	当期兑现金额	期末应收款	当期收款率
抖音平台	3,080.85	2,034.68	1,046.17	66.04%
百度平台	564.03	310.38	253.65	55.03%
京东平台	193.43	94.95	98.48	49.09%
快手平台	292.47	78.14	214.33	26.72%
合 计	4,130.78	2,518.15	1,612.63	60.96%

注：当期收款率=当期兑现金额/计提总返现金额

由上表可知，2024 年主要平台返现平均收款率较 2023 年有所提升，平台返现中主要包括季度返现及年度返现，公司于平台按季度进行结算，一般需至次年年中结清，故期末时公司应收返现款金额较大。因 2024 年业务量呈现大幅上升，故期末应收返现款呈现较大增长。

（二）说明应收平台返货款的会计处理过程、预估的返货金额与实际结算的返货金额是否存在较大差异、是否存在已计提返货款无法兑现的情形，并结合期后返货款结算情况说明返货款计提是否谨慎、合理

报告期内公司日常会与媒体供应商核对媒体流量的采购交易情况。对于 AI 技术运营服务和媒介资源充值服务，公司通过在平台开具的不同账户来完成业务、归集采购数据。对于返现的会计处理上，两种业务有所区别：

①AI 技术运营服务

AI 技术运营服务，即公司给客户提供全链路 AI 营销闭环解决方案，从项目评估、创意创作、素材制作到智能投放、效果反馈分析优化一体化的闭环服务，对客户的运营效果负责，承担运营风险，采用全额法确认收入。对于 AI 技术运营服务，考虑到媒体平台给予的返现将减少公司成本的支出，公司在根据与媒体平台约定的返现政策计提返现时冲减主营业务成本。报告期末，公司将已计提暂未收到的返现款计入“其他流动资产”。

②媒介资源充值服务

媒介资源充值服务，属于代理通道业务，公司不对客户的运营效果负责，不承担客户的运营风险，采用净额法确认收入。公司将获取的平台返现扣除给予客户的返点后，确认为主营业务收入。报告期末，公司将已计提暂未收到的返现款计入“其他流动资产”。

2024 年平台预估返现金额、已兑现返现金额，具体明细见下表 8：

单位：万元

平台	计提金额	当期兑现金额	期后已兑现金额	暂未兑现金额
抖音平台	3,569.50	1,840.29	1,728.67	0.53
百度平台	551.83	363.22	188.62	-
京东平台	161.63	46.47	42.74	72.43
快手平台	5,225.51	3,272.81	1,952.71	-
合计	9,508.48	5,522.78	3,912.74	72.96

注：期后兑现金额截至2025年5月23日。

由上表可知，公司返现计提金额与实际结算的返现金额不存在较大差异，截至 2025 年 5 月 23 日，百度平台、快手平台返现金额已兑现完毕，抖音平台剩余 0.53 万元、京东平台剩余 72.43 万元暂未兑现，公司已与平台进行返现对账，待公司开具发票后，平台将对应的返现金额以银行转账或者平台预充值的方式与公司进行结算，后续无法兑现的可能性较小。综上，公司返现款计提谨慎、合理。

二、年审会计师核查情况

（一）主要核查程序

- （1）获取公司各媒体供应商的平台登录账号，由会计师进行登录并查询当期返现数据；
- （2）向主要供应商函证付款金额以及返点数量/金额，确认采购及返现的真实性；
- （3）核对公司本年度预付账款借方发生额与公司向平台充值款项金额的一致性，并结合银行回单查询回款的真实性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：公司本年度计提的抖音平台、百度平台、京东平台、快手平台的返现金额真实、准确，会计核算符合企业会计准则的要求。

问题 3：关于期间费用

2024 年度你公司销售费用、管理费用、研发费用分别较上期同比增长 68.12%、54.70%、59.32%，其中职工薪酬分别较上期同比增长 100.52% 、45.29% 、94.12%。

你公司 2024 年年报披露，销售人员期初 58 人，期末 62 人；技术人员期初 97 人、期末 160 人；管理人员（包含行政人员及财务人员）期初 33 人，期末 35 人。除技术人员外，销售人员和管理人员期初期末人数变动不大。

请你公司：

（1）结合各岗位员工人数、平均薪酬、职工薪酬归集口径、经营业绩的变动情况、同行业可比公司情况等说明销售费用、管理费用、研发费用中职工薪酬增长的原因及合理性，年内是否存在薪酬波动超过 50%的员工或高管，如存在，请列示具体金额、职务、岗位等情况；

（2）结合研发计划、研发人员主要工作职责、研发需求及在研项目变动情况等说明本期技术人员增加的合理性，是否存在技术人员与生产人员混同的情形，技术人员的大幅增加对公司经营模式及研发能力是否存在显著正向影响。

请年审会计师结合已实施的审计程序和已获取的审计证据，就职工薪酬的真实性与会计处理的准确性发表明确意见。

回复：

一、公司回复

（一）结合各岗位员工人数、平均薪酬、职工薪酬归集口径、经营业绩的变动情况、同行业可比公司情况等说明销售费用、管理费用、研发费用中职工薪酬增长的原因及合理性，年内是否存在薪酬波动超过 50%的员工或高管，如存在，请列示具体金额、职务、岗位等情况

1、销售费用中职工薪酬增长的原因及合理性

①员工人数与平均薪酬。销售人员期初 58 人，期末 62 人，增幅 6.9%。人员薪酬同比增长 100.52%，平均薪酬从 6.88 万元/年/人提高到 12.91 万元/年/人，增幅 87.64%。主要原因系：第一，公司本年度为鼓励销售人员加大市场开拓力度，提成和奖金激励制度向头部销售人员重点倾斜。实施阶梯提成机制，业绩越好，提成比例越高，收入越高。第二，市场竞争加剧导致对高素质销售人才的需求增加，进而在一定程度上推高了薪酬水平。

②职工薪酬归集口径。销售费用的职工薪酬主要包括销售人员的基本工资、奖金、提成、五险一金、其他福利等，其增长与公司的销售业绩直接相关。

③经营业绩变动。公司营业收入同比增长 42.41%，销售业务规模的扩大对销售团队的业绩提成与奖励带来了阶梯式增长，以应对市场竞争和销售业绩的增长需求。

④同行业可比公司情况。

具体见下表 9:

序号	公司名称	2024 年销售人员薪酬总额	销售人员期末人数	平均年薪
1	天地在线 (002995.SZ)	4,541.65 万元	156 人	29.11 万元/年/人
2	亿玛在线 (836346.NQ)	4,907.82 万元	187 人	26.25 万元/年/人
3	创研股份 (835755.NQ)	800.63 万元	62 人	12.91 万元/年/人

从同行业可比公司销售人员平均薪酬数据来看, 本公司本年度销售人员职工薪酬的增长是合理的。随着市场竞争的加剧, 企业往往通过员工成长晋升、提高薪酬激励来吸引和留住优秀人才。

⑤年内薪酬波动情况。

经核查, 年内薪酬波动超过 50%的销售人员, 具体见下表 10:

单位: 人、元

岗位	职务	人数	2024年薪酬	2023年薪酬	增长比例
业务管理岗	商务经理/主管	7	1,955,601.41	632,711.33	209.08%
业务专员岗	商务专员	19	1,366,306.16	263,999.98	417.54%
合计		26	3,321,907.57	896,711.31	270.45%

注: 公司本年度对销售人员的提成奖金等薪酬制度进行了完善, 底薪+浮动提成, 业绩越好, 提成比例越高, 收入越高。上述人员业务开拓较好, 提成大幅增加 (本年度公司总体营收增长 42.41%)。

2、管理费用中职工薪酬增长的原因及合理性

①员工人数与平均薪酬。管理人员 (包含管理层、人资行政及财务人员) 期初 33 人, 期末 35 人, 增幅 6.06%。管理人员薪酬同比增长 45.29%, 平均薪酬从 17.38 万元/年/人提高到 23.81 万元/年/人, 增幅 37.00%。主要原因系公司规模扩大、管理复杂度增加、公司对管理团队绩效的认可与激励机制的完善、公司管理层结构的优化以及管理效率的提升, 以上因素综合使得管理人员平均薪酬提高; 同时公司对管理人员能力要求的提高和市场人才竞争的加剧, 进而提高薪酬水平。

②职工薪酬归集口径。管理费用的职工薪酬涵盖管理人员的基本工资、奖金、五险一金、其他福利等。

③经营业绩变动。随着公司业务的扩张, 管理复杂度增加, 对管理人员的需求和质量要求也相应提高。管理人员奖金水平与经营业绩正向挂钩, 2024 年度营业收入较上年同期增长 42.41%, 毛利额较上年同期增长 33.02%, 从而推动了管理人员薪酬的增长。

④同行业可比公司情况。

具体见下表 11:

序号	公司名称	2024 年管理人员薪酬总额	管理人员期末人数	平均年薪
1	天地在线（002995.SZ）	2,701.06 万元	120 人	22.51 万元/年/人
2	亿玛在线（836346.NQ）	1,693.81 万元	39 人	43.43 万元/年/人
3	创研股份（835755.NQ）	833.25 万元	35 人	23.81 万元/年/人

从同行业可比公司管理人员平均薪酬数据可以看出，本公司管理人员的薪酬水平增长是合理的。管理人员平均薪酬增长与行业趋势相符，是企业管理水平提升和规模扩张的必然结果。

⑤年内薪酬波动情况。

经核查，年内薪酬波动超过 50%的管理人员，具体见下表 12：

单位：人、元

姓名	岗位	人数	2024 年薪酬	2023 年薪酬	增长比例	增长原因
经营高层	集团高管	4	2,859,679.09	1,545,242.37	85.06%	集团业务规模增长，季度及年度奖金上涨

3、研发费用中职工薪酬增长的原因及合理性：

①岗位员工人数与平均薪酬。研发人员期初 73 人，期末 80 人，人数增长 9.59%，本年度研发人员平均薪酬提高了 77.30%，研发费用中职工薪酬增长 94.11%。

主要原因系：第一，技术战略投入，2024 年公司的研发项目一共新增立项 7 个，主要围绕公司自研的营销垂直大模型+三大 AI 系统的技术突破与创新展开，整体扩大研发的广度与深度，项目复杂度大幅提高，对研发人员的能力要求大幅提升，需要引荐高素质科技人才。第二，研发规模扩大，2023 年底和 2024 年底，公司研发人员分别为 73 人和 80 人，研发人员增加 9.59%，平均薪酬提升 77.30%，公司研发的垂直大模型和三大 AI 系统对公司综合竞争力有显著提升，公司经营业绩大幅提升，研发人员的薪酬相应也得到提升。第三，技术支持加大，公司研发自有大模型和 AI 应用系统属于技术研发与应用场景验证类项目，不仅需要研发人员作为主力成员负责，部分环节也需要其他技术支持人员辅助参与。

②职工薪酬归集口径。研发费用的职工薪酬主要包括研发人员以及参与研发项目的辅助人员的工资、奖金、研发补助、五险一金、其他福利等。

③经营业绩变动。公司研发投入的增加是推动技术创新和业务增长的关键因素之一，因此研发费用的增长与公司的经营战略相符。

④同行业可比公司情况。

具体见下表 13：

序号	公司名称	2024 年研发人员薪酬总额	研发人员期末人数	平均年薪
1	天地在线（002995.SZ）	1,699.99 万元	56 人	30.36 万元/年/人
2	亿玛在线（836346.NQ）	2,498.25 万元	56 人	44.61 万元/年/人
3	创研股份（835755.NQ）	893.42 万元	80 人	11.17 万元/年/人

从同行业可比公司研发人员平均薪酬数据可以看出，本公司研发人员的薪酬水平增长是合理的。

⑤年内薪酬波动情况。

经核查，年内薪酬波动超过 50%的研发人员，具体见下表 14：

单位：人、元

岗位	职务	人数	2024年薪酬	2023年薪酬	增长比例
研发管理岗	项目/产品经理	3	1,042,999.91	513,804.19	103.00%
研发技术岗	开发专员	15	1,471,443.03	410,093.65	258.81%
合计		18	2,514,442.94	923,897.84	172.16%

注：由上表可见，因项目复杂度提高及技术突破奖励，18 名核心研发岗薪酬增长 172.16%。

以上可见，销售费用、管理费用、研发费用等三费人员的职工薪酬增长与业绩提升、人才战略、行业趋势匹配，具有商业合理性。

（二）结合研发计划、研发人员主要工作职责、研发需求及在研项目变动情况等说明本期技术人员增加的合理性，是否存在技术人员与生产人员混同的情形，技术人员的大幅增加对公司经营模式及研发能力是否存在显著正向影响。

1、研发人员增加的合理性。

公司技术人员不仅包括专职从事研发活动的研发人员，还包括为技术落地、业务运营、创意制作等业务提供关键支持的技术人员。其中，2023 年底和 2024 年底，公司研发人员分别为 73 人和 80 人。

研发人员主要工作职责是负责公司的技术研发工作，包括需求分析、系统设计、编码实现、测试验证等，是公司技术创新的核心力量。公司每年制定了明确的新项目研发计划，本期新增 7 个研发项目，包括对创影营销垂直大模型和管理决策、智能创作、智能投放三大 AI 应用系统的研发，公司研发人员数量总体有所增加，相应人员层次结构也有所调整。

2、关于技术人员与生产人员混同的情形核查。

①技术人员定义。公司技术人员包括专职从事研发活动的研发人员和为业务提供关键支持的技术人员（即生产人员），公司在 2023 年度和 2024 年度报告中已披露研发人员数量分别为 73 人和 80 人。

②研发薪酬核算。公司研发活动按项目制核算，不同项目根据研发方向和实际业务需求选定参与人员，包括研发人员、辅助研发人员。报告期内，公司专职研发人员的薪酬按照工时情况在研发项目中进行分配，辅助研发的技术人员根据工时填报情况将其薪酬在研发项目和其他成本费用中进行分配。

综上，公司研发人员和生产人员有明确的岗位职责区分；研发人员薪酬按项目工时分配，技术支持人员薪酬按实际服务对象归集（生产成本或其他费用），研发费用和生产成本可以明确区分。

3、技术人员增加对公司的影响：

①提高研发效率。研发人员的增加增强了公司的研发与技术实力，使得公司能够更快地推出新产品、新技术，从而提升市场竞争力，缩短 AI 产品研发周期 30%以上（例：动态内容创意优化模块上线提速）。

②提高技术壁垒。研发人员的增加显著提升了公司的研发与技术应用能力，缩短了 AI 技术产品的研发应用周期，提高了产品质量和技术含量。垂直大模型迭代速度提升，投放精准度优化 25%以上。

总体而言，研发人员的增加对公司的经营模式和研发能力产生了显著的正向影响，有助于推动公司的长期发展和技术创新。研发团队扩张提升了公司技术实力与产品竞争力，对经营模式升级产生核心驱动作用。

二、年审会计师核查情况

（一）主要核查程序

- 1、查阅公司研发相关制度文件、人员花名册，了解研发人员核算范围、工作内容；
- 2、检查研发项目的立项申请报告、结项报告等资料，了解主要研发人员的研发活动和研发成果；
- 3、获取公司人员薪酬明细，查询同行业可比公司人员薪酬，比较销售人员、管理人员、研发人员薪酬情况。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

公司本年度销售费用、管理费用、研发费用等三费人员的职工薪酬增长与业绩提升、人才战略、行业趋势匹配，具有商业合理性，公司职工薪酬核算符合企业会计准则的规定。

（本页为众环专字(2025)1100254 号关于湖南创研科技股份有限公司年报问询函的回复
盖章页，无正文）

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）

2025年6月4日





营业执照

统一社会信用代码

91420106081978608B



扫描二维码登录“国家
企业信用信息公示系统”
了解更多登记、备案、
许可、监管信息。

(副本)

5 - 1

名称 中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）

出资额 叁仟捌佰捌拾万圆人民币

类型 特殊普通合伙企业

成立日期 2013年11月6日

执行事务合伙人 石文先、管云鸿、杨荣华

主要经营场所

湖北省武汉市武昌区水果湖街道中北路166号长江产业大厦17-18楼

经营范围

审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算、年度财务审计、清算、审计、基本建设决算（结）算、税务咨询、法律、管理咨询、会计培训；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

登记机关



2025年1月17日



会计师事务所

执业证书



名称：中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：石文先

主任会计师：

经营场所：湖北省武汉市武昌区水果湖街道
中北路166号长江产业大厦17-18楼

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：42010005

批准执业文号：鄂财会发（2013）25号

批准执业日期：2013年10月28日

证书序号：0017829

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：



二〇一三年十月二十八日

中华人民共和国财政部制