

股票简称：引力传媒

股票代码：603598



引力传媒股份有限公司

Inly Media Co.,Ltd.

（北京市海淀区阜外亮甲店1号中水园乙3号楼105室）

2025 年度向特定对象发行 A 股股票 募集资金使用的可行性分析报告

二〇二五年八月

本可行性分析报告中如无特别说明，相关用语具有与《引力传媒股份有限公司 2025 年度向特定对象发行 A 股股票预案》中相同的含义。公司拟申请向特定对象发行股票，现将本次发行募集资金投资项目可行性分析说明如下：

一、本次募集资金使用计划

本次向特定对象发行股票募集资金总额预计不超过 47,000.00 万元(含本数)，扣除发行及相关费用后的募集资金净额拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	预计投资总额	拟投入募集资金金额
1	全球社交营销云项目	31,729.58	25,000.00
2	内容创意云项目	11,546.67	8,000.00
3	补充流动资金	14,000.00	14,000.00
合计		57,276.25	47,000.00

若扣除发行费用后的募集资金金额少于上述项目拟投入募集资金总额，公司董事会可根据项目的实际需求，在符合相关法律法规的前提下，调整并最终决定募集资金的具体投资项目及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自有或自筹资金解决。

在本次向特定对象发行股票的募集资金到位前，公司可根据经营状况和发展规划，利用自筹资金对募集资金项目进行先行投入，在募集资金到位后以募集资金予以置换。

二、本次募集资金投资项目的基本情况及可行性分析

（一）全球社交营销云项目

1、项目概况

（1）项目基本情况

公司拟在杭州市建设全球社交营销云项目。该营销云以服务全球客户为目标，是跨 YouTube、Instagram、TikTok、Facebook、Line、Pinterest 等多国社交媒体、

支持多国语言的全球化平台。

该项目基于公司内部与外部全球数据，结合 AI 数据分析能力构建数据底座。在该数据底座之上，公司将依托多模型调用与智能体协作机制实现部分 workflows 任务的自动化执行（如网络达人筛选等），让品牌和达人直接对接，让品牌和达人营销更高效；同时，公司将以该项目为核心，对现有社交营销工作流进行改造，实现对公司社交营销业务运营效能的提升；此外，公司员工可基于该营销云输出融合了前瞻行业趋势的社交营销洞察，为客户提供更全面的一站式营销咨询解决方案，让品牌能更直接地找到自己想要的达人，促进客户的生意增长和公司的服务竞争力。

全球社交营销云的自动化营销策略生成、自动化网络达人建联等全流程社交营销执行能力将通过 API 等方式向外部品牌客户全面开放。大型品牌客户可将该营销云各功能模块灵活嵌入其现有的社交营销工作流，驱动业务流程的 AI 化升级，从而以最优成本达成营销目标；小型品牌客户可通过 SaaS 化的模式自助使用，借助网络达人筛选、达人合作下单等功能模块迅速达成营销目标。同时，该营销云面向网络达人提供自主入驻功能，涵盖达人授信、内容影响力提升、变现潜力挖掘在内的一系列工具（例如：网络达人账号分析），助力网络达人最大化自身 IP 商业价值。

全球社交营销云项目能力建设及软硬件建设示意图



全球社交营销云将由以下能力模块组成：（1）数据沉淀：项目底层数据的覆盖范围将突破社交营销媒体数据的局限，进一步拓展至消费数据、应用程序数据及特定行业垂直数据等多元领域。公司依托 20 年广告营销行业经验，已积累海量业务数据，涵盖电商交易数据、用户浏览数据等核心数据。（2）数据处理：公司的数据处理团队对积累的数据进行深度清洗与加工，为小模型的训练、整体营销云的推理输出提供高质量数据支撑。在文字识别方面，公司将通过基于社交媒体内容训练的 NLP 模型准确识别语义、情感等；在语音识别方面，公司将基于自有和第三方的模型对社交媒体内容的语音实现精准的识别；在图像识别方面，公司通过自研算法，实现商标、产品识别等营销行业内容精准识别。（3）模型计算：公司将通过组合、调用外部第三方大模型和公司基于全球社交营销业务逻辑、结合各社交媒体平台特性所开发的小模型，对处理后的数据开展分析，从而高效输出融合了社交营销与行业发展趋势的深度洞察。（4）任务执行：公司将针对社交营销工作流的自动化改造需求研发对应 AI 智能体，实现工作流中部分任务的全自动执行，以及高效的人机协作模块。同时，该智能体具备连接外部互联网功能的能力，可直接在 Youtube、Instagram、Line 等海外社交媒体平台，替代或协助真人进行相关操作。具体而言，可以替代真人完成网络达人筛选、采购达人广告资源、数据归因分析等工作，并协助完成营销策略设计、定制化内容创作、达人创作内容审核及确认等工作。（5）业务嵌入：面向公司内部，该营销云平台将与公司的社交营销业务深度融合，同时，公司员工可依托该营销云形成融合了社交营销与行业发展脉络的深度洞察，为客户提供更全面的一站式营销咨询解决方案。

全球社交营销云项目建成后将实现以下核心功能：（1）营销目标识别及社交营销策略生成：基于用户输入的营销目标，自动结合社交媒体平台相关数据以及特定行业垂直数据开展分析，输出具备行业前瞻洞察的社交营销策略。（2）智能化达人筛选：基于用户输入的社交营销策略，依托海量数据积累，从全球达人资源池中智能筛选出与策略高度匹配的候选达人，实现精准匹配推荐，同时支持联盟营销等相关产品的推广。（3）自动化网络达人建联与下单：该营销平台可通过营销智能体自动完成与目标达人的建联（如通过社交媒体后台联系网络达人并发起商单邮件沟通等）与推进，并在获取用户确认后，自动完成广告资源下

单与 KOL 采购流程。（4）内容脚本生成与辅助创作：基于用户营销目标及社交营销策略，自动生成内容脚本草案，助力网络达人高效产出优质内容。（5）智能化内容审核：对网络达人制作的内容进行自动化审核，并基于用户营销目标及合规要求生成审核结论，确保内容符合投放标准。（6）实时投放效果追踪及归因分析：该营销平台的 AI 智能体可在网络达人进行内容曝光后，实时追踪投放数据，并对社交营销活动进行多维度归因分析。（7）网络达人 IP 价值分析与提升：该营销平台支持达人自助入驻，而且能够根据全网信息对达人进行授信，自动处理信用不好的用户和达人，同时有 AI 智能体基于达人账号数据深度解析其商业潜力，输出 IP 商业价值提升建议。

项目实施后，公司在全球社交营销业务发展方面将提供全球化数据整合与一站式服务，通过工作流嵌入深度绑定客户，增强客户黏性，通过撮合品牌和达人直接建联，基于网络达人共赢生态沉淀独家数据，构建差异化数据壁垒，并通过运营效率升级带来成本领先优势。

（2）项目投资概算

项目投资总额为 31,729.58 万元，其中不超过 25,000.00 万元由本次发行的募集资金投入，其余部分由公司自筹解决。投资明细主要包括工程费用、工程建设其他费用、预备费和铺底流动资金，具体投资金额如下：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	建设投资	29,129.58	91.81%
1.1	工程费用	28,274.65	89.11%
1.1.1	建筑工程费	2,365.00	7.45%
1.1.2	设备购置费	25,155.00	79.28%
1.1.3	安装费	754.65	2.38%
1.2	工程建设其它费用	6.50	0.02%
1.3	预备费	848.43	2.67%
2	铺底流动资金	2,600.00	8.19%
合计		31,729.58	100.00%

（3）项目实施主体及实施计划

本项目的实施主体为引力传媒股份有限公司或子公司。

本项目建设期 2 年，具体进度安排如下表：

序号	项目	T+1				T+2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	房屋租赁								
2	工程装修								
3	设备购置								
4	设备安装调试								
5	员工招聘及培训								
6	试运营								

注：T 代表年份，Q 代表季度。

（4）项目经济效益分析

项目所得税后内部收益率 12.19%，投资回收期 6.47 年（含 2 年建设期），具有良好的经济效益。

上述测算不构成公司的盈利预测，测算结果不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，请投资者予以关注。

（5）项目涉及的土地、审批、备案事项

本项目实施地点位于杭州市，不涉及新增用地。

目前，公司正在办理本项目立项备案等相关手续，尚未取得相关批复文件。

2、项目实施的必要性

（1）顺应行业发展趋势，满足客户国际化发展需求

一直以来，政府持续鼓励境内企业全球化发展，实施了“一带一路”倡议、出海跨境电子商务综合试验区、出口退税等政策鼓励措施。而随着中国出口结构的持续转型，中国企业正在从传统的成本驱动型的产品出口模式向深耕当地市场、建立持久品牌影响力的品牌出口模式转变。与此同时，社交媒体、短视频、电子

商务等数字化平台的全球化，大大降低了中国品牌接触国际消费者的门槛，进一步刺激了电子商务、家电、美妆等中国品牌全球化扩张的需求，中国品牌海外广告预算持续增加。

如今，消费者的注意力越来越分散在各种数字平台上，每个平台迎合不同的用户群和使用环境。为应对消费者注意力碎片化的格局，中国领先的出海品牌积极采取多平台、全渠道战略，其中，KOL 营销成为重要的营销方式。

众多中国品牌对海外 KOL 营销产生需求，出海 KOL 营销行业迎来新机遇。通过项目顺利实施，公司将顺应行业趋势发展社交营销业务，以大数据技术及算法模型为支持，不断提升商家客户与 KOL 的匹配速度和匹配精度，形成一系列高效便捷的数据功能和服务，并依托全球主流媒体平台与精准传播策略，更好地满足中国企业的国际化需求，助力品牌客户完成更具国际影响力的品牌形象建设与经营。

（2）践行公司国际化发展战略，提升可持续经营能力

据商务部统计，2024 年中国跨境电商进出口增长 10.8%，占整个进出口比重提升到 6%。同时，中国贸易伙伴进一步多元化，已是 150 多个国家和地区的主要贸易伙伴。中国国际影响力持续扩大，出海国际化已然成为中国企业提升品牌影响力、实现品牌新增量的重要途径。此外，全球营销市场空间广阔，根据弗若斯特沙利文的测算，2024 年全球营销行业市场规模达到 8.94 万亿元，预计未来 5 年保持 9.5% 的增速，中国营销服务商在国际市场仍大有可为。

为了将业务范围扩展至全球，以更好地满足中国头部企业的国际化需求，并进入国际市场、服务国际客户，公司将在业务、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 KOL 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，社交营销出海业务作为接触、服务海外客户的全新途径，公司将通过该业务触达更多海外本土客户。在媒体层面，公司已完成 Facebook、Instagram、Line、Google、YouTube、TikTok 等主流和新兴社交媒体覆盖，并构建起以 KOL 营销及定制化策略为核心的整合社交营销服务解决方案。

通过本项目顺利实施，公司将在陪伴中国企业出海的同时加速全球化战略布局，不断增加出海客户数量、提升海外业务占比，实现公司国际化发展的目标

（3）出海业务进入实质突破期，强化国际化营销能力

报告期内，公司积极顺应国家“一带一路”等对外开放相关政策指引，出海营销聚焦欧洲、东南亚等“一带一路”沿线高增长潜力国家，以 Google、Meta、TikTok、Line、Instagram 等主流和新兴媒体平台为主业务阵地，拓展承接中国品牌的出海营销业务，专注为中国出海企业提供全球 KOL 与社交营销服务。公司的出海业务部门在 2023 年顺利完成从 0 到 1 的布局，搭建了专业团队及业务体系；进入 2024 年，公司的出海业务迈入高速发展阶段，全球社交媒体营销事业部已在伦敦、纽约设立分公司，在北京、广州、香港等地设立办公室，团队规模实现成建制扩张，KOL/KOC 资源已覆盖全球 100 多个国家和地区，成功帮助 3C 及周边、美妆个护、服饰箱包、网服工具等多个跨境品类品牌社交媒体营销传播，业务收入呈现加速增长态势，公司国际化战略在 2024 年取得实质性突破。

公司需要抓紧出海业务取得突破的契机，加快建设全球社交营销平台，强化社交营销服务能力，助力出海业务发展。

3、项目实施的可行性

（1）国家产业政策为项目的实施提供了良好的政策环境

本项目涉及的出海营销市场，近年来受到国家各级、各地政府部门重视支持，相继出台了一系列产业政策以支持并推动中国品牌和广告服务商出海。

国家持续鼓励中国企业出海，地方政府积极落实，例如山东、广东等省份在 2024 年分别开展了“鲁贸全球”、“粤贸全球”行动，致力于构建“国内国际双循环”的经济发展格局。2025 年 1 月，工信部发布《关于开展中小企业出海服务专项行动的通知》，组织开展中小企业出海服务专项行动，重点提供政策入企、市场开拓、国际人才、管理提升、跨境金融、权益保护等 6 项服务。2025 年 2 月，工信部等 17 部门发布《关于开展 2025 年“一起益企”中小企业服务行动的通知》，开展中小企业出海行动，支持服务机构与有出海意向的中小企业精准化对接，提供系统化专业化服务，帮助中小企业开拓国际市场、畅通信息渠道、

提升风险防控能力。

2022 年 3 月，国家市场监督管理总局印发了《“十四五”广告产业发展规划》，鼓励广告行业积极服务实施更大范围、更宽领域、更深层次对外开放，加强广告领域国际合作。推动与共建“一带一路”国家广告服务贸易投资合作优化升级。积极履行区域全面经济伙伴关系协定等国际条约义务。鼓励具有国际视野、国际思维、国际品质和民族特色的国内广告产业市场主体走向国际市场，参与国际竞争。支持、鼓励广告服务向国际化延伸。提升国内广告产业市场主体对中国企业拓展海外市场的服务能力。积极参与和深化国际交流，展示中国广告形象。2022 年 8 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《“十四五”文化发展规划》，鼓励有国际竞争力的文化企业稳步提高境外文化领域投资合作规模和质量，推动文化技术标准、装备制造走出去，创新对外合作方式，优化资源、品牌和营销渠道。

综上所述，鼓励中国品牌及广告服务商出海的政策出台及实施，为本项目的实施奠定了良好的政策环境。

（2）日益增长的市场需求为项目的实施奠定了坚实的市场基础

在国家政策鼓励中国企业全球扩张、中国经济从产品出口向品牌出口转变、数字平台全球化等背景下，中国企业出海营销市场快速增长。根据弗列斯特沙列文测算，2024 年，中国出海跨境营销行业市场规模达到 4,404 亿元，2020-2024 年复合增速达到 14.6%，预计未来 5 年将保持 12.3% 的复合增速快速增长，到 2029 年市场规模达到 7,866 亿元。

2021 年以来，随着大数据、SaaS 等新技术深化应用，KOL 营销工具能够精准匹配 KOL 与品牌需求，实时监测投放效果，行业逐渐走向成熟。根据艾瑞咨询数据，2024 年全球红人营销市场规模为 240 亿美元，同比增长 13.7%，预计 2025 年全球红人营销市场规模为 326 亿美元，同比增长 35.6%，市场规模增速迅猛，未来可期。

全球红人营销市场规模稳定增长，为社交营销产业链中的品牌、媒体、受众提供了广阔的市场空间，也为本项目的实施提供了坚实的市场基础。

（3）公司竞争优势明显，具备项目实施的综合能力

围绕全球社交营销服务，公司在供应链、团队、内容策划、运营、数据、客户等方面具备明显优势：①初具规模的全球社交营销布局；②全场景、规模化的内容制作能力和创意储备；③成熟的数据及技术的行业应用能力等。

①初具规模的社交营销布局

公司的出海业务部门在 2023 年顺利完成从 0 到 1 的布局，搭建了专业团队及业务体系。进入 2024 年，公司出海业务已完成香港、伦敦、纽约三大国际枢纽的节点建设，形成辐射欧美、东南亚、日韩市场的服务网络。团队规模实现建制扩张，业务收入呈现加速增长态势。在客户拓展方面，出海营销业务以快消品行业为核心突破口，目前在美妆、玩具、家电等多个细分行业客户群体实现业务落地。在媒体资源建设上，公司完成 Facebook、Instagram、Google、YouTube、TikTok 等主流社交媒体覆盖，成功拓展上百家国际一线媒体杂志与当地市场主流长视频媒体平台，其中在英国市场已成功取得 TikTok Affiliate Partner（TAP）和 TikTok Shop Partner（TSP）两项重要资质认证，为后续海外业务拓展奠定了坚实基础。

②全场景、规模化的内容制作能力和创意储备

内容是社交营销运营中的关键环节。内容为深度运营消费者的最佳载体，是打造品牌影响力、占领用户心智的基础。公司拥有超百人的内容团队，具备各种类型的内容创作及制作能力，能够围绕客户生意挖掘品牌底层营销需求、定制品牌营销策略，以个性化制定的内容创意为载体，以多平台、多触点、多形式展现，全面深入促进品牌与消费者之间的沟通，通过创意内容吸引用户在场域内外互动、转化、购买。公司具备较强的内容制作能力和创意储备，可以整合公司资源为客户提供全方位的社交营销服务。

③成熟的数据及技术的应用能力

数据及技术是社交营销运营中的必备环节。公司近年来在技术和数据领域大力投入，构建了数策-数智-数营的营销科学服务体系，已建立起独立的技术与数据人才队伍。公司深耕美妆、家电行业，以独有的消费者心智模型建模技术，打

造抖音特色人群体系，沉淀多套特色可复用增长模型。公司多行业、多场景、多平台发力，已获得巨量引擎、阿里妈妈、天猫等平台多项资质奖项。在积极拥抱头部媒体平台并获取顶级营销科学认证资质的同时，公司自研智能营销工具赋能多业务环节，通过数据策略赋能全链路营销、依托数据营销科学帮助品牌解决生意经营问题。

公司继续深化科技对社交营销业务的赋能，持续推进 AI 技术与业务的深度融合，进一步迭代自研技术平台“核心星推”，使其具备更加完整的数据沉淀能力，能够实现多平台数据分析和运用。公司社交业务数据分析体系继续升级，实现策略洞察、创意捕获、执行跟进三位一体的商业数据洞察与智能应用解决方案，利用 AI 自动发现优质素材视频、功效、痛点、网梗，归纳总结给内容制作人员，辅助创意生产。坚持打造全链路的 KOL “整合营销”服务体系，通过“让达人营销不设界”的领先理念，以及全链路的科学运营，为品牌构建从心智渗透到长效增长的营销闭环。

因此，公司已组建了全球社交营销业务的团队，构建起了成熟的、完整的业务流程体系，具备实施本项目的能力。

（二）内容创意云项目

1、项目概况

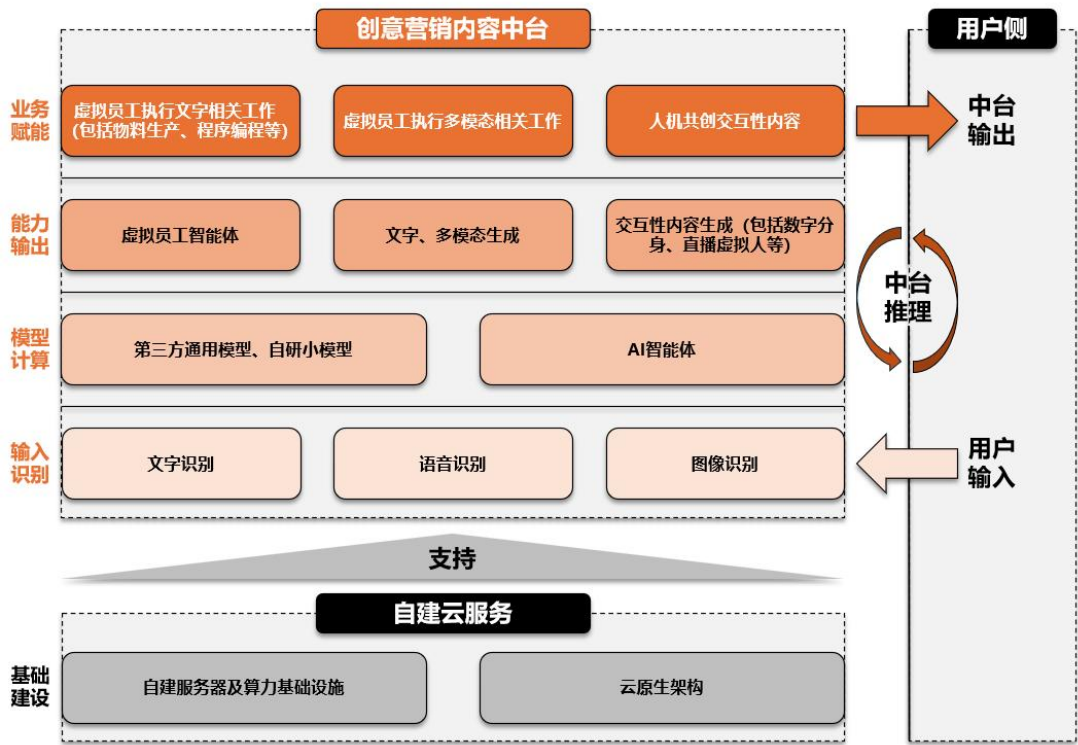
（1）项目基本情况

为进一步巩固并提升公司在内容创新领域的竞争力，公司拟在杭州市建设内容创意云项目。

本项目依托于公司自建的本地化部署云服务架构，具备强大的多模态交互能力，支持用户通过文字、语音、图像等多样化形式输入指令。基于 AI 智能体的虚拟员工将依据指令，全程自主执行从创意策划、方案生成到具体内容制作的全流程创作工作，有效简化内容生产环节，显著提升公司员工的内容产出效率与平均内容质量。在生成内容的类型上，该创意云突破了传统文字、图片、视频等广告营销物料的局限。借助该创意云精准的营销目标拆解能力与高效的代码生成技术，公司员工可实现与内容创意云深度协同开发，输出涵盖广告应用程序、IP

数字分身等在内的多元化交互性内容。此外，内容创意云将成为赋能公司人才的 AI 工具，为每位人才注入智能化动能。围绕该创意云，公司将对现有业务链路进行深度的 AI 化升级改造，通过技术与人才的协同增效，进一步释放团队的创新潜力与专业价值，最终为公司在 AI 时代积蓄更强劲的长期增长势能。

内容创意云项目架构示意图



内容创意云项目将由基础建设（自建云服务）、输入识别、模型计算、能力输出四大模块能力模块组成：（1）基础建设（自建云服务）：公司将搭建本地化部署的自建云服务，以服务器及算力基础设施（如 CPU、GPU、RAM、高性能存储等）为硬件底座，并在该底座之上架设云原生层。（2）输入识别：内容创意云依托自研及第三方算法的协同，对用户输入的文字（如文字指令、提示词、营销目标、营销计划等）、图片、视频内容进行识别，精准理解用户的意图、指令及逻辑。（3）模型计算：内容创意云的智能体基于用户输入的内容及意图，通过“大模型+小模型+垂类 AI 工具+办公工具”协同完成任务。（4）能力输出：基于模型计算结果，形成三大核心输出能力，赋能创意生产全场景。①虚拟员工智能体：基于智能体打造的虚拟员工。可根据用户输入，自主调度 AI 模型与内外部工具完成创意工作；②文字及多模态内容生成：基于用户需求，自主完成多

模态广告营销素材的生成、修改与优化；③交互性内容生成：借助内容创意云精准的营销目标拆解能力与高效的代码生成技术，公司员工可与智能体虚拟员工协作，输出涵盖广告应用程序、IP 数字分身等在内的多元化交互性内容。

项目建成后，以该项目为核心，公司将对现有业务链路进行 AI 化升级，通过技术赋能释放人才能效潜力，赋能公司业务。一方面，虚拟员工智能体自主执行文字及多模态内容生产任务（如营销物料制作与投放、基于客户反馈进行素材迭代等），将有效缩减业务人工投入与时间成本，显著提升整体业务运转效率，推动业务降本增效；另一方面，该项目将有效打破技术壁垒，实现人机共创交互性内容，即使是缺乏 IT 专业能力（如编程技术）的创意型员工，也能借助内容创意云开发、交付交互性内容（如应用程序、虚拟人等），进而拓宽公司服务边界；再一方面，通过虚拟员工智能体替代真人执行重复性工作，让员工聚焦创意策划、策略优化等核心价值环节，全面释放人才潜力。

（2）项目投资概算

项目投资总额为 11,546.67 万元，其中不超过 8,000.00 万元由本次发行的募集资金投入，其余部分由公司自筹解决。投资明细主要包括工程费用、工程建设其他费用、预备费和铺底流动资金，具体投资金额如下：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	建设投资	10,065.42	87.17%
1.1	建筑工程费	1,350.00	11.69%
1.2	设备购置费	8,419.22	72.91%
1.2.1	设备购置费用	8,174.00	70.79%
1.2.2	安装费	245.22	2.12%
1.3	工程建设其它费用	3.00	0.03%
1.4	预备费用	293.20	2.54%
2	平台升级开发费用	1,481.25	12.83%
合计		11,546.67	100.00%

（3）项目实施主体及实施计划

本项目的实施主体为引力传媒股份有限公司或子公司。

本项目建设期 2 年，具体进度安排如下表：

序号	项目	T+1				T+2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	场地租赁								
2	工程装修								
3	设备购置								
4	设备安装及调试								
5	人员招聘及培训								
6	平台迭代升级								

注：T 代表年份，Q 代表季度。

（4）项目经济效益分析

本项目是公司落实发展战略、强化创意内容能力的重要举措。本项目不直接产生效益，项目建成后将有助于公司提升运营和服务效率。

（5）项目涉及的土地、审批、备案事项

本项目实施地点位于杭州，不涉及新增用地。

目前，公司正在办理本项目立项备案等相关手续，尚未取得相关批复文件。

2、项目实施的必要性

（1）项目建设是实现公司“科技创新”发展战略的重要举措

公司致力于成为一家以内容创意与科技创新驱动的卓越数字营销服务公司，科技创新驱动一直是公司的核心战略之一。在夯实内容营销领先地位的同时，公司近年来在技术和数据领域大力投入，构建了数策-数智-数营的营销科学服务体系，已建立起独立的技术与数据人才队伍。近年来，公司积极接入外部先进大模型，并开发文案生成、智能视频剪辑等面向广告营销业务的垂类 AI 工具，并推出“九合创意”AIGC 创作平台等 AI 工具，并积极培训员工使用 AI 工具。

作为行业先行者，公司始终将科技创新和内容创意作为公司的核心竞争力，公司拟通过建设内容创意云项目，聚焦“AI+营销”创意内容的生产，持续深耕

多模态大模型与营销场景的深度融合，以技术迭代驱动营销生产力变革，让科技成为公司的核心驱动力。

（2）顺应行业发展趋势，满足客户差异化、精细化需求

数字经济浪潮下，人工智能技术正以前所未有的速度重构中国数字营销行业的底层逻辑。艾瑞咨询预计中国 AI 广告营销市场规模将在 2030 年突破千亿，这一爆发式增长背后，是生成式 AI、多模态大模型、AI Agent 等技术的突破性发展，推动营销领域从局部效率优化转向全价值链重塑。当前，AI 营销已从早期的“流量红利”阶段演进至“技术红利”时代。

2025 年起，AI 营销迈入生态演变期。DeepSeek 等技术的发展为行业带来新变革，其多模态融合与智能决策优势，加上低成本竞争模式，打破了大型企业 AI 大模型和算力的垄断，使中小企业获得平等竞争机会，从而全面丰富了 AI 营销生态。企业更加注重 AI 技术与营销业务的深度融合，通过整合上下游资源，构建智能化、个性化和协同化的营销生态系统，数字营销服务商不断加强“技术+数据”体系建设。

面对 AI 营销生态发展趋势，公司将进一步加大 AI 技术研发的投入与能力应用，通过建设内容创意云项目，将重点探索 AI 赋能的增值商业化服务能力，搭建 RAG（检索式生成增强）数据库，借助 AI 智能体深度理解业务知识，串联业务 workflows；健全内部 AI 系统的内容、人群、达人标签体系，为客户提供整合营销、策略制定、用户洞察、投放诊断等 AI 应用集成工具；推进 AI 数字员工的建设，通过深度结合行业知识与 AI 技术，打造可自主执行复杂任务、实时响应需求的数字员工团队。

综上所述，本项目是公司顺应 AI 技术向营销行业深化应用，满足客户差异化、精细化需求的重要举措。

（3）推动营销模式的全面升级，有利于提高公司核心竞争力

未来，AI 营销将朝着更智能、更个性化、更跨渠道整合的方向发展。多模态 AI 技术将进一步成熟，实现文本、图像、音频、视频等多种内容形式的无缝融合，为营销带来更多创新可能。跨渠道的客户旅程整合将成为趋势，企业能够

通过 AI 实现对客户在不同渠道的行为数据进行统一分析和管理的，提供更连贯的客户体验。同时，AI 营销的智能化程度将不断提高，从被动响应到主动预测客户需求，真正实现“千人千面”的精准营销。

随着本项目顺利实施，公司将不断深化 AI 在营销业务中的应用。一方面，AI 技术将更加智能化和个性化，能够更好地满足消费者对高质量、个性化产品和服务的需求。另一方面，AI 将与其他新兴技术如大数据、物联网、区块链等深度融合，形成更强大的营销工具和解决方案，为公司、产业链带来更多的创新机会，推动营销模式的全面升级，提升公司的核心竞争力。

3、项目实施的可行性

（1）国家鼓励人工智能赋能千行百业，推进人工智能规模化商业化应用

人工智能行业应用作为“人工智能+”战略的核心组成部分，正以前所未有的速度和深度向各行各业渗透。我国政府高度重视人工智能的发展，将其作为国家战略加以推进，出台了一系列旨在促进人工智能技术创新与行业深度融合的政策措施。

2024 年，在全国两会上，“人工智能+”首次被写入政府工作报告中，更加强调人工智能技术和行业、场景的融合。同年 6 月，工业和信息化部等四部门联合印发《国家人工智能产业综合标准化体系建设指南（2024 版）》，加强人工智能标准化工作系统谋划，加快构建满足人工智能产业高质量发展和“人工智能+”高水平赋能需求的标准体系。各地政府也纷纷出台相应的政策措施，加大对人工智能产业的扶持力度，鼓励企业开展人工智能行业应用探索。

2025 年 7 月，国务院常务会议审议通过《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》，再次鼓励深入实施“人工智能+”行动，大力推进人工智能规模化商业化应用，充分发挥我国产业体系完备、市场规模大、应用场景丰富等优势，推动人工智能在经济社会发展各领域加快普及、深度融合，形成以创新带应用、以应用促创新的良性循环。具体而言，鼓励共同把握人工智能机遇，促进人工智能创新发展，推动人工智能赋能千行百业，加快数字基础设施建设，营造多元开放创新生态等。在推动人工智能赋能千行百业方面，推进人工智能赋能工业制造、

消费、商贸流通、医疗、教育、农业、减贫等领域，推动人工智能在自动驾驶、智慧城市等场景的深度应用，构建丰富多样、健康向善的人工智能应用生态。推进智能基础设施建设和共享，开展跨国人工智能应用合作，交流最佳实践，共同探索推进人工智能全面赋能实体经济。

（2）公司现有技术平台开发经验为本项目的实施奠定技术保障

公司近年来在技术和数据领域大力投入，并通过接入外部大模型和自研内部 AI 工具等方式积累了 AI 技术的应用经验。2023 年初，公司接入百度“文心一言”（ERNIEBot），成为其首批生态合作伙伴；2023 年中，公司接入阿里“通义千问”大模型；2023 年底，公司参与了豆包 AI 工具的小范围测试应用；2024 年，公司电商营销与内容创作团队与火山引擎建立起常规沟通机制，豆包、即梦等 AI 工具在内部广泛应用。2025 年 2 月，公司完成 DeepSeek-R1 的本地化部署，实现 DSAI 开源大模型、平台大模型与引力内部 AI 系统的深度应用融合。2025 年 3 月正式，公司基于多年数字营销业务过程中积累的海量营销数据，推出“九合创意”AIGC 创作平台，该平台深度融合 Deepseek 等多种前沿大模型技术，打造覆盖创意构思、脚本生成、视频剪辑等全方位的 AI 创作矩阵，赋能营销内容创作者多场景的创作支持，显著提升创作效率与质量。

“九合创意”平台围绕“创意助手、视频助手、通用助手”三大场景为核心，构建营销全链路的 AI 赋能生态。其中，创意助手能够快速生成高质量广告标题、商品描述、分镜脚本、拍摄提示、小红书评论等多种文案类型，满足不同营销场景下的多样化需求。AI 视频助手可一键代入文案，算法智能理解视频内容，轻松识别视频素材中的关键物品、人物、场景，根据口播内容智能匹配画面，实现素材与文案的完美结合。AI 通用助手则深度融合 DeepSeek 大模型的语义理解与跨场景生成能力，具备长文本处理和多轮对话能力，能够深入解析复杂的信息流，并在连续的交流中保持话题的连贯性和逻辑性，高效解析和处理各种格式的文件。

综上所述，公司现有技术平台开发经验为本项目的实施奠定技术保障。

（3）公司丰富的产业资源为本项目提供资源支持

公司多行业、多场景、多平台发力，已获得巨量引擎、阿里妈妈、天猫等平台多项资质奖项。在积极拥抱头部媒体平台并获取顶级营销科学认证资质的同时，公司自研智能营销工具赋能多业务环节，通过数据策略赋能全链路营销、依托数据营销科学帮助品牌解决生意经营问题。公司已累计服务上千家品牌客户，积累了海量的品牌服务案例、内容创作素材、营销创意策略、电商运营数据等，基于自身数据积累与沉淀，公司自主研发的智能营销工具“核力系统”（包括“核力智投”“核力智选”“核力星推”等），已赋能效果、社交、电商营销的多业务环节。

公司与 300 多家媒体长期紧密合作，形成了覆盖全域媒体与全域流量的媒体资源矩阵，涵盖传统电视媒体、长视频媒体、短视频平台、200 多家垂直细分领域头部 APP 等。有百家以上媒体与公司合作 10 年以上，且合作形式不断创新，整合营销创新案例不断，充分满足了客户多元化广告投放需求。

丰富的资源能够为内容创意云项目提供更多商业合作资源，促进公司发挥规模效应，不断夯实竞争实力。丰富的客户资源也可以为项目的实施提供良好的资源支持，扩大本项目的影响力，进一步夯实公司“AI+营销”创新业务基础，助力公司实现发展战略。

（三）补充流动资金

1、项目概况

为满足公司业务发展对流动资金的需求，公司拟使用本次向特定对象发行股票募集资金补充流动资金 14,000.00 万元。

2、项目实施的必要性

广告行业属于资金密集型行业，公司经营过程中对营运资金的需求较为明显，充足的营运资金可以满足优质客户对广告账款的需求，有助于公司扩大客户群体和业务规模，并可通过集中付款方式从媒体获得更为优惠的采购价格，节约媒介采购成本。公司具有行业普遍的应收账款占用资金较多的特点，并且随着公司业务的发展，未来将会维持在较高水平。在此种情况下，公司需贮备一定量的现金用于营运资金周转，以缓解公司营运资金紧张局面，保障公司业务经营的稳定性。

未来，公司根据业务发展需要配备各类专业广告人才，将会逐步增加人力资源支出、相关研究开发及内容制作费用，以提升公司服务水平和核心竞争力、推动业务模式不断创新，提升经营效益，促进公司业务的可持续发展，使得公司需要更多的营运资金。

本次募集资金补充流动资金项目的实施，一方面将有利于增强公司的运营能力和市场竞争力，有利于提高公司营业收入与利润水平，维持公司快速发展的良好状态，巩固公司现有市场地位；另一方面还将显著改善公司流动性指标，降低公司财务风险与经营风险，使公司财务与经营结构与业务经营更加稳健。

引力传媒股份有限公司董事会

2025 年 8 月 18 日