

《关于对元聚变（上海）科技股份有限公司的年报 问询函》的答复函

全国中小企业股份转让系统公司挂牌公司管理一部：

就贵部向我公司下发的《关于对元聚变（上海）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 321 号），公司现向贵部答复如下：

1、关于经营业绩与毛利率

（1）结合下游客户需求、行业竞争情况、主要客户的定价机制、销售单价、成本构成等说明新媒体生态数据推广业务本期营业收入大幅变动的原因及合理性，说明毛利率持续偏低是否符合行业惯例；

回复：1、关于新媒体生态数据推广业务本期营业收入大幅变动的原因及合理性：

近年来，下游客户对数字化、智能化营销服务的需求显著提升，尤其是在人工智能、大数据等技术驱动下，具备精准投放、智能优化能力的营销服务受到客户广泛青睐，形成了广阔的增量市场。我公司通过 AIGC 内容生成、AI 算法自动循环调优投放模型、智能监测追踪投放效果等全链路智能服务为客户创造价值，实现更有竞争力的数字营销服务，高度契合市场对技术驱动型营销的需求趋势。

在新媒体生态数据推广业务领域，头部企业普遍依靠规模效应抢占市场份额。然而，我公司凭借先进的技术能力、深厚的数据积淀与高效的服务体系，在行业整合周期中逆势突破。通过贯彻轻量化运营模式和持续技术赋能，进一步赢得客户认可，客户价值持续深化。

该类业务的定价机制主要是根据数据推广渠道、采购成本、推广内容、客户推广预算等因素一客一议；销售单价依照双方合同确定的计费方式（如 CPT,CPM,CPC,CPM 等）计价；成本投入主要包括数据推广资源采购成本、第三方代运营服务采购成本，相关云服务资源、技术研发投入、人力成本等另行摊至费用科目。

综上所述，本期新媒体生态数据推广业务营业收入大幅增加，源于外部市场

红利、内部技术与服务能力提升、行业竞争格局变化等多重因素影响，具备充分的商业合理性。

2、关于毛利率持续偏低是否符合行业惯例：

在新媒体生态数据推广业务领域，业务毛利率持续偏低符合行业惯例。业务毛利率持续偏低是受其上下游挤压的夹心层产业地位、高度透明和竞争异常激烈的市场环境，以及头部平台返点政策的规则制约等综合因素影响所导致的。

（2）说明新媒体生态数据推广业务的具体经营模式、获客途径、具体运营方式、市场供需关系、公司在上下游之间的角色与承担的义务、公司为客户提供的具体服务、收入确认政策、验收流程等，结合上述情况，说明与之相关的收入确认是否符合企业会计准则规定；

回复：公司通过整合上游供应商的数据推广渠道资源，以人工智能和大数据为核心技术驱动，在供应商平台提供综合服务返佣的保障下，为下游客户提供数据推广全流程服务。公司通过自有销售团队、合作伙伴开拓业务，多元化营销获客，具体的业务开展以 B2B 项目制合作，通过签订年度框架合同+项目订单的模式进行运营。

公司在上下游产业链中承担双重角色：作为上游的数据推广资源采购方，以及面向下游客户的数据推广服务提供商，应用了涵盖 AIGC 内容生成、多模态账号诊断、AI 算法自动调优、智能效果监测等环节的全链路智能营销技术，对客户的数据推广需求进行深度赋能。承担的义务包括：确保推广内容合法合规、按时完成数据推广任务、提供数据统计与结算服务、处理客户问题与数据推广平台沟通等。

公司为客户提供新媒体生态数据推广的全流程服务，涵盖从开户充值、审核投放推广、数据优化到消耗费用结算的所有环节。我们不仅提供基础的账户与投放服务，更通过 AIGC 内容生成、多模态账号诊断等技术深度赋能，提升内容创作效率与精准度。同时，依托深度强化学习构建的智能投放模型，对推广效果实时监测与自动调优，在与各大平台的高频互动中动态调整参数，最大化客户的投资回报率。

该业务收入确认政策：公司确定项目订单后，按照客户要求并通过多方面的赋能，对客户数据进行动态优化推广。数据推广后，公司区分公司的身份是主要

责任人还是代理人，分别按照总额法或净额法，根据推广结果每月与客户结算，相应确认收入。

该业务按月度周期执行服务验收流程：公司完成合同约定的服务后，由客户对数据推广结果进行验收确认，双方以合同指定的供应商平台官方数据及共同确认的结果为结算依据，并据此形成经客户签章确认的月度结算单或书面验收文件，至此视为服务周期验收完成。

综上所述，公司新媒体生态数据推广业务的收入确认符合企业会计准则规定。

(3) 说明近三年营业收入大幅增长但毛利率维持在较低水平的原因及合理性，结合行业发展趋势、市场地位及核心竞争力、期后在手订单情况等说明营业收入增长是否具有可持续性。

回复：1、说明近三年营业收入大幅增长但毛利率维持在较低水平的原因及合理性：

近三年公司营业收入大幅增长而毛利率维持在较低水平，这一现象主要源于新媒体生态数据推广业务的规模扩张，而该业务毛利率普遍偏低。2023 年以来公司向人工智能应用领域战略转型，虽然持续投入研发 AI 产品，但相关成果尚未在本报告期内形成规模化收入。

当前的低毛利业务是公司整体战略布局的重要组成部分：一方面，新媒体生态数据推广业务为公司提供了真实的商业场景和海量数据，加速了 AI 技术的应用迭代与产品转化；另一方面，通过该业务与大量企业客户建立了紧密的合作关系，构建了强大的客户资源池，为未来向这些客户销售高毛利的 AI 产品与服务奠定了基础。

综上所述，近三年营业收入大幅增长而毛利率偏低状况，是公司为应对行业竞争、快速占领市场、并为未来高价值业务蓄力而采取的阶段性战略选择，符合公司长远发展利益，具备充分的商业合理性。

2、说明营业收入增长是否具有可持续性：

从行业发展趋势看，我国人工智能技术商业化进程明显加速，企业级 AI 应用需求持续释放，这为公司整体业务拓展提供了广阔的市场空间。特别是在数字营销领域，根据中关村互动营销实验室发布《2024 中国互联网广告数据报告》显示，2024 年中国互联网广告市场规模预计将达到 6,509 亿元，同比增长 13.55%；

2024 年中国互联网营销市场规模预计将达到 7,765 亿元，同比增长 15.04%，广告与营销市场规模合计超 1.4 万亿元。目前公司新媒体生态数据推广业务规模在万亿级规模中所占份额较小，渗透率仍处于低位，但在人工智能、大数据等技术驱动下，未来增长潜力显著。

在市场地位与核心竞争力方面，公司凭借大数据和程序化决策的多年技术积累，于报告期内前瞻性布局 AI Agents，积极探索大模型与行业场景的高效融合，重点打造以企业服务为核心的 AI 产品矩阵。这一布局夯实了公司在企业级 AI 应用赛道的领先优势。截至目前，公司在 AI 产品研发上取得重大进展，已形成多项技术储备与垂直场景解决方案，为未来可持续增长奠定基础。

从期后经营情况来看，业务发展态势良好。截至 2025 年 6 月 30 日，公司已实现营业收入 239,196,763.61 元，合同负债余额 12,013,567.59 元，预收款规模表明客户需求持续存在。同时，公司收入结构也在发生积极变化，AI 类产品与服务已获得客户认可并贡献实际收入，充分验证了以模型+数据为核心产品战略所带来的增长潜力。

综上所述，公司的业务发展高度契合我国人工智能技术商业化加速与企业级 AI 应用需求释放的行业趋势，相关技术能力已有效转化为产品优势与市场竞争力，叠加期后良好的订单储备，公司营业收入增长具有可持续性。

2、关于主要客户

(1) 分别说明本期前五大客户的合作情况，包括但不限于客户名称、获客途径、客户主营业务、合作历史、是否为本期新增客户及新增原因、合作内容、合同金额、收入确认时点及依据、毛利率情况、回款情况及应收账款余额情况，并结合与主要客户的合作期限及到期后续期的可能性说明主要客户及经营业绩的稳定性；

回复：第一大客户菲尔莱（北京）科技有限公司，实际客户为菲尔莱（北京）科技有限公司、安徽登高而歌网络科技有限公司、北京世纪万合信息咨询有限公司，属于同一控制人控制的客户视为同一客户合并列示，菲尔莱（北京）科技有限公司为前述另外两家企业的绝对控股公司。客户主营业务为在线教育培训及相关服务。公司通过自有销售团队开发获客，双方自 2023 年 10 月开始合作，该客户非本期新增客户，双方合作内容为新媒体生态数据推广业务。客户在报告期内

增加了推广预算,合同金额从 2023 年 8,342.61 万元增至 2024 年 36,810.28 万元,本期毛利率 0.58%。采用预收款模式,公司在向该客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务,本公司为主要责任人,按照已收或应收的对价总额确认收入,在客户取得商品或服务控制权时点确认收入。双方在 2024 年下半年因我公司发票提额问题结束合作,回款情况良好,目前款项已全部结清。

第二大客户沈阳辉海大数据服务有限公司,客户主营业务为大数据服务、互联网信息服务等。公司通过自有销售团队开发获客,双方自 2024 年 7 月开始合作,为本期新增客户。由于公司 AI 驱动的全链路智能营销服务能力获得客户认可,从而新增合作,双方合作内容为新媒体生态数据推广业务。采用预收款模式,公司在向该客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务,本公司为主要责任人,按照已收或应收的对价总额确认收入,在客户取得商品或服务控制权时点确认收入。报告期内合同金额 3,543.57 万元,毛利率 1.89%,回款情况良好,当期款项已全部结清,客户已在 2025 年度续签合同。

第三大客户江西聚梦实业有限公司,客户主营业务是为企业客户提供移动通信增值服务等。公司通过自有销售团队开发获客,双方自 2024 年 7 月开始合作,为本期新增客户。由于公司 AI 驱动的全链路智能营销服务能力获得客户认可,从而新增合作,双方合作内容为新媒体生态数据推广业务。采用预收款模式,公司在向该客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务,本公司为主要责任人,按照已收或应收的对价总额确认收入,在客户取得商品或服务控制权时点确认收入。报告期内合同金额 1,772.04 万元,毛利率 1.60%,回款情况良好,当期款项已全部结清,客户已在 2025 年度续签合同。

第四大客户沈阳灵动传媒科技有限公司,客户主营业务为广告传媒服务、内容营销与媒体代理等。公司通过自有销售团队开发获客,双方自 2024 年 7 月开始合作,为本期新增客户。由于公司 AI 驱动的全链路智能营销服务能力获得客户认可,从而新增合作,双方合作内容为新媒体生态数据推广业务。采用预收款模式,公司在向该客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务,本公司为主要责任人,按照已收或应收的对价总额确认收入,在客户取得商品或服务控制权时点确认收入。报告期内合同金额 1,522.01 万元,毛利率 1.68%,回款情况良好,当期款项已全部结清,客户已在 2025 年度续签合同。

第五大客户上海水星电子商务有限公司(系 A 股上市公司水星家纺(603365)旗下全资子公司), 客户主营业务为家纺类产品的电子商务运营与销售。公司通过自有销售团队开发获客, 双方自 2024 年 3 月开始合作, 为本期新增客户。由于公司 AI 驱动的全链路智能营销服务能力获得客户认可, 从而新增合作, 双方合作内容为新媒体生态数据推广业务。采用预收款模式, 公司在向该客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务, 本公司为主要责任人, 按照已收或应收的对价总额确认收入, 在客户取得商品或服务控制权时点确认收入。报告期内合同金额 1,423.55 万元, 本期毛利率 6.60%, 回款情况良好, 当期款项已全部结清, 客户已在 2025 年度续签合同。

综合前述情况, 尽管本期第一大客户因客观原因终止合作, 但其余四大客户均为本期新增且均已续签 2025 年度合同, 公司客户拓展与留存能力良好, 主要客户合作关系总体稳健。公司依托 AI 驱动的全链路智能营销服务能力, 成功吸引并锁定一批高质量客户, 经营业绩具备可持续性。

(2) 说明菲尔莱(北京)科技有限公司的主营业务、实控人及股权结构, 是否与你公司及你公司控股股东、实际控制人、董监高或核心员工之间存在关联关系或潜在利益安排; 说明与菲尔莱(北京)科技有限公司合作的背景、原因及必要性, 说明你公司为其提供的主要产品及服务, 是否存在通过该公司线上推介股票的行为, 是否存在合规风险。

回复: 菲尔莱(北京)科技有限公司(以下简称“菲尔莱”)的主营业务为在线教育培训及相关服务, 旗下运营包括启牛学堂(财商培训)、讲真学堂(短视频技能)在内的多个教育品牌。菲尔莱由深圳尔湾教育科技有限公司 100%持股, 自然人李鹏为该公司实际控制人, 与我公司及我公司控股股东、实际控制人、董监高或核心员工之间不存在关联关系, 亦不存在任何潜在利益安排。

双方合作的背景系基于菲尔莱业务持续扩张所带来的精准获客与品牌推广需求。鉴于其需求, 我公司能够依托 AI 驱动的全链路智能营销服务能力, 为其提供新媒体生态数据推广的全流程服务, 涵盖从开户充值、审核投放推广、数据优化到消耗费用结算的所有环节。该合作不仅能有效满足菲尔莱精准获客与品牌建设的核心目标, 更是驱动其业务增长的重要外力, 因此具有重要的战略必要性。

我公司不存在通过该公司线上推介股票的行为, 不存在合规风险。

3、关于主要供应商

(1) 说明向海南巨量引擎信息技术有限公司采购的具体内容，公司向其采购的内容与向客户提供的服务是否存在差别，你公司在该产业链中承担的责任与风险；说明你公司是否对第一大供应商存在重大依赖，是否会对你公司生产经营构成重大不利影响。

回复：公司向海南巨量引擎信息技术有限公司（以下简称“巨量引擎”）采购的具体内容为媒体平台的数据推广资源。公司向其采购的内容与向客户提供的最终服务存在本质差别，具体差异体现在：

公司向巨量引擎采购的是标准化的数据推广资源（如曝光量、点击量），属于媒体资源的直接采购；而向客户提供的服务，并非简单转售巨量引擎的服务，而是积极响应下游客户日益增长的数字化、智能化营销需求，以采购的资源为基础，应用了涵盖 AIGC 内容生成、多模态账号诊断、AI 算法自动调优、智能效果监测等环节的全链路智能营销技术，对客户的数据推广需求进行深度赋能。报告期内，相关技术赋能尚未作为独立收费项写入合同，主要作为提升客户效果、增强客户黏性的竞争手段。

公司在产业链中承担的责任与风险如下：在上游环节，公司作为数据推广资源采购方，需向巨量引擎等头部媒体平台采购流量资源，并受其流量分配、内容审核、返点政策等规则约束，合作中承担平台算法调整、费率变化等政策变动导致的成本波动风险；在下游环节，公司作为数据推广服务提供商，需按照客户需求提供全流程服务，包括开户充值、审核投放推广、数据优化及结算等，确保推广效果或量级（浏览次数、点击率等）符合合同约定，否则按照“错一补一”、“漏一补一”的原则补偿。此外，公司还需为推广内容合规性、数据真实性等承担综合性保障责任。

报告期内，公司第一大供应商巨量引擎的采购额占总采购额的比例为 98.48%，供应商集中度较高，存在重大依赖。上述风险影响情况，公司已在全国中小企业股份转让系统官网（www.neeq.com.cn）披露《2023 年年度报告》（公告编号：2024-008）、《2024 年半年度报告》（公告编号：2024-043）、《2024 年年度报告》（公告编号：2025-014）。

（此页为空白页）

巨量引擎作为字节跳动旗下的数据推广资源营销平台，全面负责其生态内包括抖音、今日头条、西瓜视频等主要产品的商业广告推广与销售业务。根据公开数据显示，巨量引擎所依托的字节跳动体系在用户规模、营收能力及电商生态等方面均占据行业领先地位：抖音月活跃用户已超 6 亿，构建了国内最大、最活跃的内容与流量生态之一；字节跳动 2024 年全年营收高达 1.13 万亿元，展现出极强的商业化能力和经营稳健性；旗下抖音电商 2024 年商品交易总额（GMV）约 3.5 万亿元，已成为国内第三大电商平台，这一持续繁荣的电商生态为巨量引擎带来不断扩大的营销需求和发展空间。

因此，公司虽在采购集中度上对巨量引擎存在形式上的依赖，但本质上系与拥有超级流量、强大盈利能力和完整生态的互联网巨头形成了深度绑定，是行业特性下的优质选择，而非被动风险。该合作模式符合数据推广资源采购方与顶级平台紧密合作的行业常态。

综上所述，公司与巨量引擎的合作，不会对公司的生产经营构成重大不利影响，反而构成公司业务护城河，高效服务下游客户并支撑业务长期稳定发展。

元聚变（上海）科技股份有限公司



元聚变