

公司代码：600358

公司简称：ST 联合

国旅文化投资集团股份有限公司 2025 年年度报告摘要



CHINA UNITED TRAVEL

国旅联合

股票代码：600358

第一节 重要提示

- 1、 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3、 公司全体董事出席董事会会议。
- 4、 中审华会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5、 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

无

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

经中审华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2025 年度实现归属于公司股东的净利润 -3,750.78 万元，母公司实现的净利润为-1,327.31 万元，母公司未分配利润-34,184.02 万元，合并报表未分配利润为-66,789.71 万元。鉴于母公司 2025 年年末未分配利润为负数，合并报表未分配利润也是负数，公司 2025 年度不满足分红条件。

第二节 公司基本情况

1、 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	ST联合	600358	国旅联合

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	彭慧斌	曾丽梅
联系地址	江西省南昌市东湖区福州路169号江旅产业大厦19楼	江西省南昌市东湖区福州路169号江旅产业大厦19楼
电话	0791-82263019	0791-82263019
传真	0791-82263019	0791-82263019

电子信箱	dongmichu@cutc.com.cn	dongmichu@cutc.com.cn
------	-----------------------	-----------------------

2、 报告期公司主要业务简介

1、 互联网数字营销行业

公司控股子公司新线中视主营业务为互联网广告营销业务，并聚焦于游戏行业。游戏行业的繁荣情况也间接影响作为游戏广告营销服务商新线中视的经营状况。根据 2025 年游戏行业的多份报告和市场数据，行业整体呈现营销投入从“量”向“质”转型、深度营销驱动业绩增长、策略趋于全链路精细化的特点，既有因降本增效需求带来的预算理性化趋势，也有企业对内容创意、AI 技术赋能和新兴营销场景的持续加码。根据中国音像与数字出版协会发布的《2025 年中国游戏产业报告》研究显示，2025 年国内游戏市场实际销售收入达 3,507.89 亿元，同比增长 7.68%；用户规模达 6.83 亿，同比增长 1.35%，二者均创下历史新高。

同时，中国音像与数字出版协会发布的《2025 中国移动游戏广告营销报告》还指出，游戏互联网广告行业在深度营销的核心趋势下，内容营销已成各厂商持续加码的核心赛道，已与买量营销共同构成行业两大支柱；2025 年小程序游戏市场收入同比大幅增长 34.39%至 535.35 亿元，其中 IAA 小程序游戏占在投产品数量的八成，买量竞争与营销价值同步提升；微信生态为代表的社交平台、抖音及快手为代表的短视频平台等非传统移动游戏流量场景，持续释放高潜力营销价值。从用户规模看，2025 年移动游戏用户规模与中国游戏用户规模涨幅基本持平，虽保持正向增长，但人口红利减弱、其他娱乐形式压缩游戏时长的行业背景仍在延续，行业从获量向存量运营的转变进一步加剧，存量用户的深度挖掘与全生命周期运营仍是产业长期发展方向。

在深度营销与精细化运营的双重趋势下，更多产品开始聚焦高质量内容营销，而平台对内容营销、全链路经营的支持能力也更为强劲。根据上述报告显示，内容营销主要形式（视频、直播）月均内容产量已稳定超过 200 万条，代表性内容平台的用户规模持续增长，为企业阵地经营、UGC 内容共创等营销行为提供了更广阔的用户基础。随着游戏市场流量竞争格局变化，以短剧为代表的赛道带来的异业分流加剧，推高了精准获客难度，2025 年上半年游戏产业占据的广告投放份额同比下降 7 个百分点，抬升的流量成本持续压缩企业利润空间，也使得游戏企业降本增效需求更为强烈。在降本增效与深度营销的双重驱动下，游戏企业营销投入不再盲目追求规模，转而向高质量素材、高 ROI 渠道、智能化投放集中，行业营销投入正式进入“提质增效”的全新阶段。

2、 跨境电商行业

2025 年，我国跨境电商进口行业展现出强劲韧性，在稳中有进中正式迈入高质量发展阶段。海关数据显示，2025 年上半年跨境电商零售进口额达 2,811.8 亿元，同比增长 5.5%；前三季度规模进一步扩大至 4,255.4 亿元，同比增长 5.9%。全口径进口交易规模达 3.4 万亿元，显示出市场平稳扩容的态势。在政策层面，呈现红利与监管并行的双向特征：一方面，跨境电商综试区已实现全国覆盖，税收优惠与通关便利化政策持续拓宽行业空间；另一方面，金税四期全面落地，税务、商品质量及知识产权监管全面升级，显著提高了行业的合规经营门槛。

消费与品类结构正经历深度升级。美妆个护、食品保健品、母婴三大传统品类仍占据超 70% 的市场基本盘，其中高端美妆、有机健康食品等品类增长显著。与此同时，玩具周边、宠物健康、3C 数码等细分品类增速均超过 100%。95 后、00 后年轻消费群体贡献了超过 60% 的新增消费，下沉市场的渗透率也在不断提升。渠道格局上，天猫国际、京东国际等传统平台占据主导，而抖音、小红书等内容平台则成为重要的增长引擎，通过直播等内容形式显著带动了相关品类的零售额。保税备货模式仍是主流，占比超 70%，与直邮模式相结合的混合布局已成为行业标准配置。

然而，行业在增长的同时也面临多重严峻挑战。国际供应链成本攀升、汇率波动加剧了外部风险；国内消费趋于理性，行业同质化竞争激烈，流量与合规成本持续高企，不断挤压企业的盈利空间。展望未来，行业将以合规化、精细化、品牌化、本土化为核心发展方向。海外品牌将更聚焦细分赛道进行卡位，平台竞争将转向全链路供应链能力的比拼。最终，具备差异化产品优势、强大运营能力与合规经营能力的企业，将在新一轮行业整合中占据主动。

3、旅游目的地业务

根据文化和旅游部发布 2025 年度国内居民出游数据抽样调查统计结果，2025 年，国内居民出游人次 65.22 亿，比上年同期增加 9.07 亿，同比增长 16.2%，创下历史新高。其中，城镇居民国内出游人次 49.96 亿，同比增长 14.3%；农村居民国内出游人次 15.26 亿，同比增长 22.6%。分季度看，一季度国内居民出游人次 17.94 亿，同比增长 26.4%；二季度国内居民出游人次 14.91 亿，同比增长 14.2%；三季度国内居民出游人次 17.13 亿，同比增长 13.3%；四季度国内居民出游人次 15.24 亿，同比增长 10.6%。根据文化和旅游部发布的官方统计数据，2025 年国内居民出游总花费 6.30 万亿元，比上年增加 0.55 万亿元，同比增长 9.5%。其中，城镇居民出游花费 5.30 万亿元，同比增长 7.5%；农村居民出游花费 1.00 万亿元，同比增长 21.4%。2025 年国内出游人次、出游总花费双双刷新历史纪录，文旅产业成为提振消费、拉动经济增长的核心动力之一。

报告期内，公司业务持续围绕互联网数字营销、跨境购、旅游目的地三大业务开展。

1、互联网数字营销业务

互联网数字营销业务是公司报告期内主要的收入来源。公司子公司新线中视是互联网营销业务的经营主体，主要模式为根据客户的品牌传播需求制定具体的传播计划并实施，或根据客户的推广需求通过策划、设计相关广告内容进行精准的投放为客户带来增量。报告期内，互联网数字营销业务客户群以游戏行业企业为主，并逐步扩增至文旅、消费及动漫等非游领域，投放的主要媒体为 B 站、抖音、快手等互联网媒体。

2、“跨境购”业务

2024 年 1 月，公司通过现金收购江西省海际购进出口有限公司 100% 股权，并正式布局“跨境购”业务。海际购公司是一家保税商品进出口供应链品牌生态公司，主营跨境新零售及跨境电商运营业务。公司专注于将全球优质品牌引入中国市场，实现在中国“买全球”。

3、旅游目的地业务

旅游目的地业务，主要围绕“渠道整合营销、旅游零售业务”两方面进行拓展。该业务的主

要模式为旅游消费者提供专业、高效、一站式旅游产品供应及旅游目的地服务，实现公域流量转化与私域流量深度挖掘，在目的地开发、产品设计和升级等维度迭代升级，实现自身立体化产品渠道矩阵。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年	
				调整后	调整前
总资产	431,765,889.45	425,130,680.55	1.56	598,385,551.57	532,277,654.25
归属于上市公司股东的净资产	54,157,509.17	84,692,180.24	-36.05	213,580,688.09	167,949,416.77
营业收入	427,167,585.95	364,730,264.61	17.12	580,187,717.70	543,012,976.24
利润总额	-42,336,913.24	-68,438,843.21		-16,169,620.65	-10,261,208.30
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	426,603,911.08	364,419,493.64	17.06	579,913,942.40	542,742,031.14
归属于上市公司股东的净利润	-37,507,805.92	-63,703,147.79		-16,960,450.86	-12,533,176.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-58,811,868.65	-60,219,578.66		-33,363,785.71	-33,363,785.71
经营活动产生的现金流量净额	-74,991,567.70	11,240,039.07	-767.18	-2,853,701.35	-6,593,863.25
加权平均净资产收益率(%)	-59.44	-49.79	减少9.65个百分点	-7.57	-7.11
基本每股收益(元/股)	-0.0743	-0.1262		-0.0336	-0.0248
稀释每股收益(元/股)	-0.0743	-0.1262		-0.0336	-0.0248

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	87,056,909.60	107,277,742.48	128,070,909.72	104,762,024.15
归属于上市公司股东的净利润	-8,536,345.13	-7,586,823.07	-15,635,515.80	-5,749,121.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-8,316,969.48	-7,618,971.79	-15,938,825.48	-26,937,101.90
经营活动产生的现金流量净额	-32,836,018.54	-31,139,243.70	-18,632,816.56	7,616,511.10

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

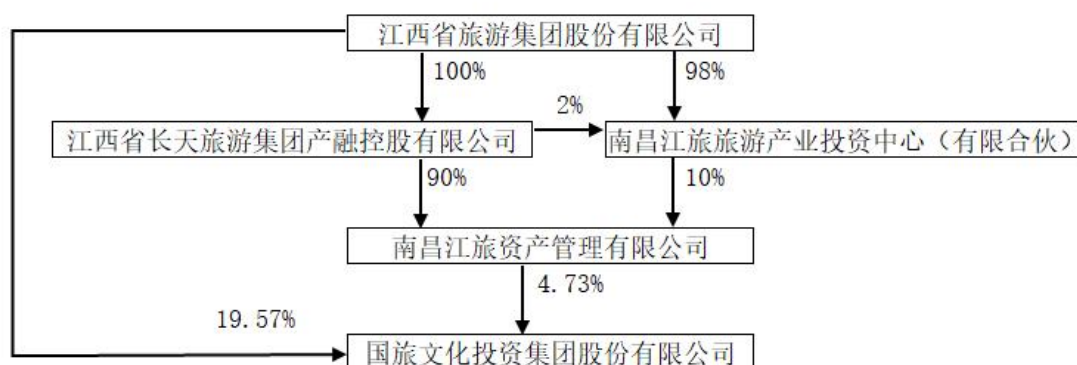
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					23,546		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					22,021		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有 限 售 条 件 的 股 份 数 量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
江西省旅游集团股份 有限公司	0	98,803,000	19.57	0	质押	30,000,000	国有 法人
四川信托有限公司一 稳惠通 1 号债券投资 集合资金信托计划	0	25,250,726	5.00	0	无	0	其他
南昌江旅资产管理有 限公司	23,875,934	23,875,934	4.73	0	无	0	国有 法人
杭州之江发展总公司	0	11,392,273	2.26	0	无	0	国有 法人
上海大世界（集团） 公司	-100,000	5,904,685	1.17	0	无	0	国有 法人

刘用旭	4,333,900	4,333,900	0.86	0	无	0	境内自然人
严成	677,800	3,918,000	0.78	0	无	0	境内自然人
朱水娥	3,850,600	3,850,600	0.76	0	无	0	境内自然人
徐怒苟	3,188,600	3,188,600	0.63	0	无	0	境内自然人
陈惜如	2,800,000	2,800,000	0.55	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	江西省旅游集团股份有限公司为公司控股股东,其通过江西省长天旅游集团产融控股有限公司、南昌江旅旅游产业投资中心(有限合伙)持有南昌江旅资产管理有限公司100%股权。除以上情况外,本公司未知其他上述股东之间是否存在关联关系,也未知是否属于一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

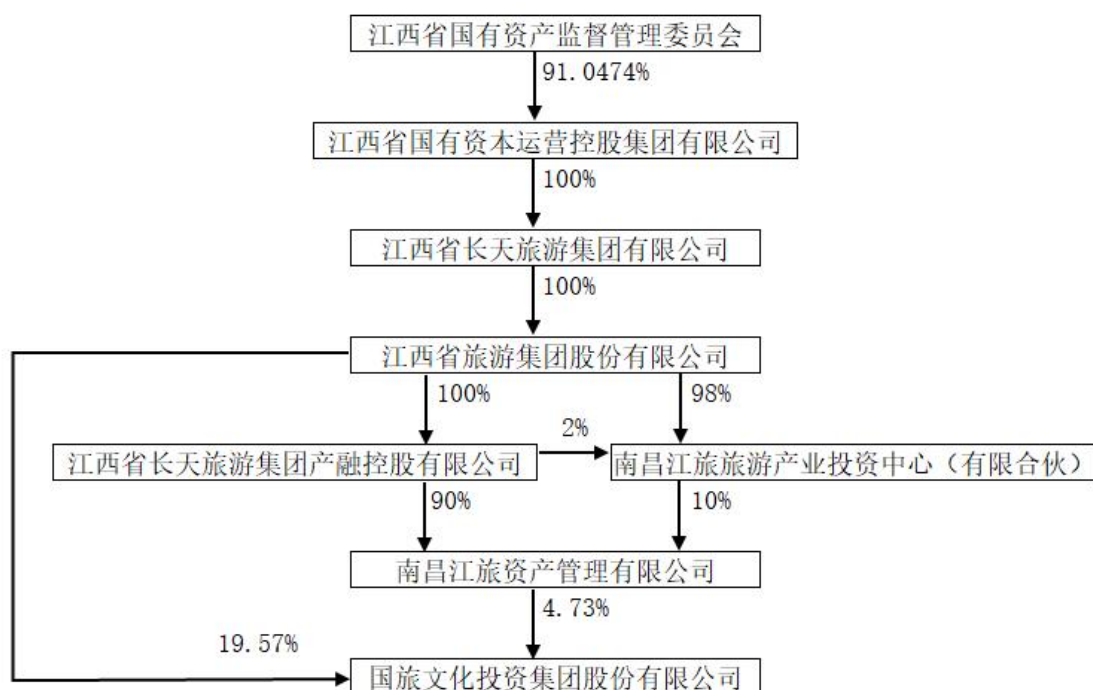
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5、 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司所处的市场环境和业务形势没有发生明显变化，公司全年实现营业收入 42,716.76 万元，收入与上年同期相比增长 17.12%。其中，互联网营销业务全年实现营业收入 31,609.96 万元，占公司营业收入的比重为 74%，仍是公司营业收入的主要来源。报告期内，公司归属于上市公司股东的净利润为亏损-3,750.78 万元，较去年同期亏损额减少 2,619.53 万元。

2、 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用