

Genuaite 淳博传播
NEEQ:839133

淳博（上海）文化传播股份有限公司
Genuaite Marketing Communication Co., Ltd.

2025年年度报告



重要提示

- 一、公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。
- 二、公司负责人叶子、主管会计工作负责人毛佳臣及会计机构负责人（会计主管人员）阮莉萍保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。
- 三、本年度报告已经挂牌公司董事会审议通过，不存在未出席审议的董事。
- 四、北京国府嘉盈会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 五、本年度报告涉及未来计划等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，投资者及相关人士均应当对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。
- 六、本年度报告已在“第二节会计数据、经营情况和管理层分析”之“九、公司面临的重大风险分析”对公司报告期内的重大风险因素进行分析,请投资者注意阅读。

目 录

第一节	公司概况	5
第二节	会计数据、经营情况和管理层分析	6
第三节	重大事件	31
第四节	股份变动、融资和利润分配	36
第五节	行业信息	40
第六节	公司治理	47
第七节	财务会计报告	52
附件	会计信息调整及差异情况	148

备查文件目录	载有公司负责人、主管会计工作负责人、会计机构负责人（会计主管人员）签名并盖章的财务报表
	载有会计师事务所盖章、注册会计师签名并盖章的审计报告原件
	报告期内在指定信息披露平台上公开披露过的所有公司文件的正本及公告的原稿
文件备置地址	公司董事会办公室

释义

释义项目		释义
公司、淳博传播、本公司	指	淳博（上海）文化传播股份有限公司
本报告	指	淳博（上海）文化传播股份有限公司 2025 年年度报告
报告期、本期	指	2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日
公司章程	指	《淳博（上海）文化传播股份有限公司章程》
股东会	指	淳博（上海）文化传播股份有限公司股东会
董事会	指	淳博（上海）文化传播股份有限公司董事会
监事会	指	淳博（上海）文化传播股份有限公司监事会
高级管理人员、高管	指	公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书
管理层、董监高	指	公司董事、监事及高级管理人员
淳皓投资	指	上海淳皓投资有限公司，公司控股股东
淳旭投资	指	上海淳旭投资合伙企业（有限合伙），公司股东
淳士合伙	指	上海淳士企业管理合伙企业（有限合伙），公司股东
淳博数字	指	上海淳博数字科技有限公司，公司全资子公司
淳博国际	指	淳博传播国际有限公司，公司全资子公司
淳箴广告	指	上海淳箴广告有限公司，公司全资子公司
淳泓数字	指	上海淳泓数字科技有限公司，公司全资子公司
淳纯洞见	指	上海淳纯洞见广告有限公司，公司全资子公司
淳讯数字	指	上海淳讯数字科技有限公司，公司全资子公司
广州淳博	指	广州淳博文化传播有限公司，公司全资子公司
上海孚音	指	上海孚音企业管理有限公司，公司控股子公司
淳乐净土	指	霍尔果斯淳乐净土文化传媒有限公司，公司全资孙公司
霍淳数字	指	霍尔果斯淳博数字科技有限公司，公司全资孙公司
淳格传媒	指	武汉淳格传媒科技有限公司，公司控股孙公司
淳格数字	指	武汉淳格数字科技有限公司，公司全资孙公司
元 / 万元	指	人民币元、万元

第一节 公司概况

企业情况			
公司中文全称	淳博（上海）文化传播股份有限公司		
英文名称及缩写	Genudite Marketing Communication Co.,Ltd.		
	-		
法定代表人	叶子	成立时间	2010 年 2 月 3 日
控股股东	控股股东为淳皓投资	实际控制人及其一致行动人	实际控制人为叶子，一致行动人为淳皓投资、淳旭投资、淳士合伙
行业（挂牌公司管理型行业分类）	租赁和商务服务业（L）-商务服务业（L72）-广告业（L725）-互联网广告服务（L7251）		
主要产品与服务项目	致力于为品牌客户提供整合营销传播服务，专注于提供基于创意内容与传播渠道的全平台数字营销传播服务		
挂牌情况			
股票交易场所	全国中小企业股份转让系统		
证券简称	淳博传播	证券代码	839133
挂牌时间	2016 年 9 月 1 日	分层情况	创新层
普通股股票交易方式	<input checked="" type="checkbox"/> 集合竞价交易 <input type="checkbox"/> 做市交易	普通股总股本（股）	35,271,600
主办券商（报告期内）	申万宏源承销保荐	报告期内主办券商是否发生变化	否
主办券商办公地址	上海市徐汇区长乐路 989 号 3 层		
联系方式			
董事会秘书姓名	方莹婷	联系地址	上海市徐汇区龙耀路 175 号星扬西岸中心 802-808
电话	021-61671898	电子邮箱	helene@genudite.com
传真	021-61671898		
公司办公地址	上海市徐汇区龙耀路 175 号星扬西岸中心 802-808	邮政编码	200030
公司网址	www.genudite.com		
指定信息披露平台	www.neeq.com.cn		
注册情况			
统一社会信用代码	91310114550091680L		
注册地址	上海市嘉定区嘉戩公路 328 号 7 幢 7 层 J1728 室		
注册资本（元）	35,271,600	注册情况报告期内是否变更	否

第二节 会计数据、经营情况和管理层分析

一、 业务概要

(一) 商业模式与经营计划实现情况

商业模式

淳博传播立足于商务服务业，专注于以数据和策略为核心为客户提供精准有效的整合传播解决方案，并通过全面深度的媒介资源“让品牌和用户的每次链接闪耀价值”。成立至今持续为 LVMH、阿里集团、菲婷丝、欧莱雅等国际知名集团提供富有成效的营销服务，并于报告期内斩获 20 余座行业知名奖项。公司持有小红书全资质牌照：整合营销代理商，蒲公英代理商，商业化增值服务商，也是小红书首期客资营销人才共建代理商；拥有抖音巨量引擎官方认证：巨量星图代理商，日化行业营销科学服务商，另外还具备哔哩哔哩营销代理商资质。

公司拥有具备前沿视角的创意、策略与执行团队，主要服务产品丰富多样的大消费品及互联网行业。公司可根据不同业务需求，提供基于全媒体渠道的整合营销传播业务，且精于小红书全域营销业务及抖音全域营销业务。公司提供集用户洞察、策略创意、内容制作、效果营销、媒体应用、落地执行、达人经纪、产品定位、企业咨询、闭环商销于一体的整合营销传播服务，助力企业实现品牌及其产品的阶段性品牌建设及营销目标。传播过程中，公司严守法律法规指引，通过积极健康的表现形式，科学的传播方式配合有讨论度的传播内容，帮助品牌和消费者建立双赢的互动关系。

公司凭借参与品牌创意比稿或定制策略方案等形式开拓和开展业务，通过传播项目招投标、提供定制方案等方式获取新的业务订单。公司可以提供完整的整合营销传播项目策划与执行服务，或配合品牌客户传播策略完成项目执行等服务形式收取相应的服务费。收入来源包括：公司按月为企业客户提供相应服务，以月度服务费的形式逐月收取费用；或基于某个单独品牌传播项目或为同一品牌在约定期限内根据差异化需求提供单项定制与项目执行服务收取相应服务费用。

公司长期专注于数字领域的品牌洞察与营销传播服务，报告期内主营业务未发生变化。

经营计划实现情况

报告期内，公司严格遵循长期发展战略，在夯实主营业务能力的同时，积极拥抱科技进步，持续为品牌与消费者创造有效的价值链接。面对宏观经济环境的复杂变化与消费市场的结构性调整，公司通过对核心竞争力的巩固与提升，持续整合平台优势与技术资源，在严控风险的原则下把握市场机遇，实现了业务规模的显著扩张与盈利的稳健增长。

2025 年度，公司实现营业收入 755,696,120.90 元，同比增长 51.09%，超额完成年度经营目标。从业务结构看，两大核心业务呈现差异化发展态势：

广告业务投放服务全年增长超 1.76 亿元，成为收入增长的核心引擎。一方面，品牌客户在宏观经济环境变化中持续倾向高确定性效果广告形式，带动效果广告投放需求显著扩张。另一方面，武汉控股孙公司淳格传媒在本年度实现完整运营周期，业务收入总额从上年度的 969 万余元快速攀升至近 8,000 万元，成功跨越培育期。然而，受业务结构变化影响，该项服务毛利率从上年度的 12.68% 下降至 8.57%，因全年维度下，低毛利的效果广告投放流贡献占比大幅超过高毛利的广告拍摄制作业务，导致整体毛利率下行，也符合品牌客户预算向效果营销倾斜的行业趋势。

数字营销传播服务实现稳健增长，全年新增营业收入近 8,000 万元，该业务毛利率仅从 19.41% 微降至 19.13%，降幅 0.28 个百分点，充分体现了公司在策略制定及内容创意、制作方面的核心能力。作为区别于投放业务的关键竞争力，公司通过数据中台有效打通品牌传播与效果转化的评估壁垒，实现了品效协同价值的精准量化与差异化解读。依托贯穿用户认知、兴趣、决策到转化的全链路操盘能力，公司推动该项业务稳健发展，进一步巩固了其作为公司发展基石的战略地位。这一能力已获得市场充分验证，报告期内，包括路威酩轩在内的多家头部客户持续加大整合营销投入，不仅彰显了客户对公司专业价值的认可，也进一步印证了公司核心业务的可持续竞争力与行业认可度。

2025 年度，公司净利润保持健康增长。报告期末，公司净利润为 24,933,981.77 元，同比增长 15.90%。净利润率为 3.30%，较上期的 4.30% 有所下降。净利率的变化主要受费用增长影响。其中，销售费用较去年同期上涨 34.47%，增长近 1,200 万元，主要系公司扩展营业规模带来销售团队扩张及人力成本上升，同时市场拓展费用相应增加。研发费用为 7,539,003.40 元，较上年同期增长 536.19%，主要源于公司围绕 AI 技术与营销行业场景的融合加大研发创新力度，一方面研发团队规模扩大，科研人员薪酬及人力成本大幅上升，另一方面为加速自动化工具落地，新增了外部委托开发支出。

公司总资产规模达 410,896,470.76 元，同比增长 38.62%。报告期内资产负债率达 55.43%，较上期的 43.07% 上升 12.36 个百分点。公司合理运用银行信贷工具补充运营资金，有效支撑了业务的高速增长，在此过程中适度提升了财务杠杆。未来，公司将严格控制负债借贷规模，优化资本结构，在保障业务发展资金需求的同时，将资产负债率逐步控制在更加稳健的水平，确保财务安全与可持续发展。

在股东权益方面，报告期内归属于母公司股东权益为 181,369,946.64 元，较上期的 168,213,572.20 元增长 7.82%。每股净资产从上期的 4.77 元提升至本期的 5.14 元，增长 0.37 元/股。净资产的增长主要来源于公司年度实现的净利润积累，尽管业务规模快速扩张带来资产负债率的阶段性上升，但公司通过稳健的盈利能力和有效的资本管理，持续夯实了股东权益基础，为长期可持续发展提供了坚实的财务保障。公司将持续优化资本结构，在业务扩张与财务稳健之间保持平衡，进一步提升股东价值。

现金流管理方面，2025 年度公司展现出强劲的业务扩张态势与资金获取能力。经营活动现金流入大幅增长 49.35% 至 7.78 亿元，特别是“销售商品、提供劳务收到的现金”增加约 2.40 亿元，表明市场开拓与回款管理成效显著。为支持业务高速增长，公司在营销投放与团队建设方面投入加大，流出幅度高于流入导致经营活动产生的现金流量净额近 -4,397 万元。为应对资金需求，公司积极与银行合作获取贷款支持，取得借款收到的现金达 2.06 亿元，同比大幅增长 131.61%，使得筹资活动产生的现金流量净额达到 6,496 万元，充分体现了金融机构对公司发展的信心。截至报告期末，新签订的银行贷款均处于正常存续期。公司期末现金及现金等价物为 73,725,802.72 元，较上年同期增长 35.54%，为后续发展提供了充足的资金保障。

公司将持续优化业务结构，在巩固广告投放规模优势的同时，通过提升高毛利整合营销服务占比，实现毛利率的结构性改善。公司将严格控制负债规模，优化成本结构，提升经营现金流创造能力，确保规模与效益的均衡增长，实现健康可持续发展。

（二） 行业情况

前言

2025 年，广告行业在宏观压力与微观创新中加速演进，一个以“确定性增长”为核心诉求的新常态已然确立。经济环境的约束、技术范式的更迭、消费者心智的变迁与监管框架的细化，共同构成了行业发展的复合背景。

宏观环境：紧缩预算下的精益化生存

当前，行业正经历从流量狂奔到心智深耕的根本性转变。经济增长放缓、人口结构变化与消费信心修复缓慢，导致市场大盘增长承压。与此同时，主流平台流量成本持续攀升，使得广告主普遍面临预算紧缩与效果焦虑的双重压力。这迫使品牌方将降本增效作为核心准则，对营销预算的审视空前严格，要求每一笔投入都必须指向可量化、可追溯的用户资产积累，带来直接生意增长。行业竞争焦点从单纯的规模扩张，转向基于数据与策略的精耕细作，追求在有限资源内实现效率与效果的最大化。

面对这一趋势，公司积极强化效果营销与精细化运营能力，在项目规划初期即建立以效果为导向的机制，通过构建从数据诊断到闭环验证的科学体系，旨在提升预算投入的回报确定性，力求为每一笔营销投资建立可衡量、可优化的基础。另一方面，公司进一步深化并巩固核心竞争力：整合营销传播能力与深度内容创作。团队通过更具战略性的跨渠道整合叙事与打动人心的原创内容，在实现效果目标的同时，持续构建品牌资产，致力于让每一次传播不仅有效，更有助于品牌的长远生命力。公司坚信，“让品牌和用户的每次链接闪耀价值”是我们在市场竞争中取得优势的核心。

技术环境：AI 深化应用与价值断层

报告期内，生成式 AI 的爆发正以前所未有的速度重塑内容生产链条，在创意素材生成、文案撰写、视频剪辑等环节展现出强大的提效能力，显著降低了内容生产的门槛与成本。然而，行业的整体应用仍明显集中于操作层，尚未有效触及营销的核心，即对品牌战略、用户心理与市场动态的深度理解。技术能力与商业智慧之间的融合断层，成为当前 AI 应用从操作层迈向策略层过程中的核心挑战。

在这一背景下，公司采取了审慎而积极的应对策略。现阶段我们明确将 AI 定位为提升运营效率的关键工具，在内容生成与数据分析等环节实现常态化应用，以释放团队精力，使其更专注于情感洞察、创意判断与客户关系等高价值工作。同时，面对 AI 在战略层落地的普遍困境，公司于年内协调技术研发部、运营部门及外部能力，着手探索如何将 AI 与内部业务场景更紧密地结合。尽管尚处于早期摸索阶段，但这一举措标志着我们从被动使用工具转向主动构建适配自身需求的 AI 协同机制，为后续深化应用打下基础。与此同时，技术研发部已建立前沿技术动态监测机制，对智能体协作、跨应用自动化等方向保持跟踪与预研，为应对行业演进储备认知基础。

监管环境：规则清晰化下的规范发展

2025 年，《<中华人民共和国广告法>适用问题执法指南》的出台标志着数字营销监管进入精细化、透明化的新阶段。“四性”判定标准（营销性、媒介性、受众不特定性、非强制性）如同一把标尺，将社交媒体软文、直播带货、达人种草等此前边界模糊的营销行为明确纳入广告法监管范畴。这对行业的合规能力提出了系统性挑战，要求从内容创作、审核到发布的每个环节都建立严格的风控机制。从长远看，规则的清晰化降低了合规试错成本，推动营销内容向更规范、更健康的方向发展，有利于构建良性竞争环境。

面对这一趋势，公司通过建立常态化的全员培训机制、定期的法规案例解读以及内部规章制度的持续宣导，系统化地提升每一位业务人员与内容创作者的合规敏感性与风险前置判断能力。同时，我们也在积极探索人工智能技术在内容审核中的应用，试点构建 AI 辅助审核机制与人工审核互补，进一步提升审核效率与精准度。我们致力于将合规意识内化为团队的工作习惯，使其在内容创作与项目执行的初始阶段自觉规避风险，从源头保障出品内容符合法律法规与平台规范，最终确保品牌客户的声誉与安全。公司相信，监管的清晰、团队的自觉意识与技术工具的协同赋能，将共同推动营销内容向更规范、更健康的方向发展，既有利于品牌资产的长期积累，亦能促进行业良性竞争。

消费决策：理性精明与情感共鸣驱动的双重进化

当前消费者的决策模式呈现出显著的“理性与感性双重奏”。在理性层面，信息透明化与知识平权

让消费者变得极为“精明”，他们善于跨平台比价、深入研究产品成分与科技原理，追求功效的确定性与价格的合理性。在感性层面，在社会压力与情绪诉求驱动下，消费又成为获取慰藉、表达态度、融入圈层的重要方式。产品所承载的情绪价值，如安全感、愉悦感、归属感或理想自我的投射，日益成为驱动品牌偏好和支付溢价的核心钥匙。这意味着，成功的沟通必须兼具“硬核说服”与“情感共鸣”。

公司通过策略分析与深度内容共创，实现品牌价值的有效触达。在应对理性诉求时，将复杂技术转化为可感知的沟通符号。例如，在为方太洗碗机的服务中，我们并未罗列生硬参数，而将其核心的“高能气泡洗”技术创造性转化为“咕嘟咕嘟开锅了”这一生动、可联想的记忆符号，并通过多层次达人内容进行放大，使硬核科技变得直观可感，成功激发了用户的探索兴趣。在回应感性需求时，我们致力于为品牌构建系统化的情绪价值。在佰草集“开启中式养白新时代的 618 新品战役”中，我们围绕“中式养白”这一核心概念，通过打造东方美学叙事、联动关键意见领袖进行深度内容种草，成功助力新品破亿，在年轻消费者中建立起对国货科技与东方智慧的情感认同。公司坚持基于品牌内核的深度策略与创意，通过前瞻的趋势洞察、精细的共创运营，让每一次传播都同时具备“硬核说服力”与“情感共鸣力”，从而在消费者心智中构建独特而持久的品牌印记。

服务模式：向品牌客户的生意增长伙伴转型

行业的激烈竞争正在重塑营销服务的价值内核。广告主的需求已从单一的品牌曝光或效果转化，明确转向追求可持续的生意增长。这要求服务方必须超越传统的项目执行角色，转型为与客户共担风险的增长伙伴。这一转变意味着，服务链条需要向生意上下游延伸：向前，要能运用市场与消费者洞察，辅助产品的定义与开发；向后，需能打通从人群触达、心智种草到销售转化乃至用户运营的全过程，并切实衡量营销对生意的最终贡献。因此，行业的核心竞争力正在从“资源”与“执行”，转向更深的“商业洞察”、“策略诊断”和“效率规划”能力。

公司正积极向客户的生意增长伙伴角色演进。在某食品客户的新产品研发阶段，我们通过小红书等平台进行目标人群的口味偏好、消费场景及包装审美趋势调研，将真实的消费者洞察数据反馈给客户研发端，直接影响产品的口味定型和概念设计。待产品生产完成后，基于前期的洞察，团队制定精准的上市传播策略，回到平台进行宣发。这种前期数据反哺研发，后期精准引爆市场的闭环服务，极大地提升了新品成功率，也体现了公司服务模式的深化。

组织能力：培养“策略+技术+行业”的复合型团队

增效的终极压力必然传导至人才结构。未来行业需要的不再是单一技能人才，而是复合型团队：既懂品牌营销与创意，又懂数据技术与工具应用，还有深耕特定行业的商业逻辑。这要求组织结构必须更具弹性，鼓励跨界协作与知识共享，并通过持续的培训体系，将传统的“广告人”培养为懂生意、懂技术、懂用户的“商业解决方案专家”。

为适配新的业务需求，公司正有意识地进行组织能力升级。一方面，由技术研发团队牵头搭建支持业务的数据与技术中台，同时着力培养现有团队，强化其商务策略思维与产品经理视角。在工作中，我们鼓励业务团队从实战中发现问题，并向技术团队“提需”。技术团队则以敏捷开发模式快速响应，打造适配业务场景的小工具或模型，并在实战中快速验证与迭代。同时，公司各业务团队通过项目复盘、行业研究等方式，在内部培养精通美妆、互联网等垂直领域的专家，确保我们的策略能扎根于行业土壤。

展望

在多重约束交织的新常态下，行业的竞争终将回归系统工程能力的较量。公司坚信，通过持续在“效率与灵魂”、“短期转化与长期品牌”、“技术赋能与人文洞察”之间寻求精妙平衡，公司能够穿越周期波动，构筑确定性的增长韧性。

未来，我们将始终以“让品牌和用户的每次链接闪耀价值”为使命，致力于成为品牌客户值得信赖的长期合作伙伴。

(三) 与创新属性相关的认定情况

适用 不适用

二、 主要会计数据和财务指标

单位：元

盈利能力	本期	上年同期	增减比例%
营业收入	755,696,120.90	500,174,467.12	51.09%
毛利率%	14.67%	17.82%	-
归属于挂牌公司股东的净利润	23,735,334.44	21,931,302.68	8.23%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	22,290,271.84	21,418,918.38	4.07%
加权平均净资产收益率%（依据归属于挂牌公司股东的净利润计算）	13.58%	13.64%	-
加权平均净资产收益率%（依据归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	12.75%	13.32%	-
基本每股收益	0.6729	0.6218	8.22%
偿债能力	本期期末	上年期末	增减比例%
资产总计	410,896,470.76	296,425,968.25	38.62%
负债总计	227,771,456.83	127,655,976.09	78.43%
归属于挂牌公司股东的净资产	181,369,946.64	168,213,572.20	7.82%
归属于挂牌公司股东的每股净资产	5.14	4.77	7.82%
资产负债率%（母公司）	64.75%	53.53%	-
资产负债率%（合并）	55.43%	43.07%	-
流动比率	1.80	2.44	-
利息保障倍数	8.71	15.56	-
营运情况	本期	上年同期	增减比例%
经营活动产生的现金流量净额	-43,972,473.21	-41,950,824.79	-4.82%
应收账款周转率	3.74	3.40	-
存货周转率	41.34	80.23	-
成长情况	本期	上年同期	增减比例%
总资产增长率%	38.62%	34.72%	-
营业收入增长率%	51.09%	28.55%	-
净利润增长率%	15.90%	9.02%	-

三、 财务状况分析

(一) 资产及负债状况分析

单位：元

项目	本期期末		上年期末		变动比例%
	金额	占总资产的比重%	金额	占总资产的比重%	
货币资金	73,725,802.72	17.94%	54,394,935.18	18.35%	35.54%
应收票据	0	0.00%	0	0.00%	0.00%
应收账款	226,275,662.24	55.07%	152,337,265.78	51.39%	48.54%
存货	23,277,726.86	5.67%	7,918,057.86	2.67%	193.98%
其他流动资产	612,237.86	0.15%	182,647.89	0.06%	235.20%
流动资产合计	393,883,965.43	95.86%	276,409,782.75	93.25%	42.50%
其他权益工具投资	725,520.00	0.18%	20,160.00	0.01%	3,498.81%
固定资产	1,313,175.76	0.32%	475,242.91	0.16%	176.32%
长期待摊费用	870,818.04	0.21%	1,523,932.08	0.51%	-42.86%
递延所得税资产	4,460,172.95	1.09%	6,074,936.18	2.05%	-26.58%
非流动资产合计	17,012,505.33	4.14%	20,016,185.50	6.75%	-15.01%
资产总计	410,896,470.76	100.00%	296,425,968.25	100.00%	38.62%
短期借款	159,140,102.76	38.73%	74,573,089.23	25.16%	113.40%
应付账款	30,413,577.04	7.40%	17,867,107.03	6.03%	70.22%
合同负债	13,228,342.83	3.22%	4,655,146.48	1.57%	184.17%
其他应付款	3,769,640.83	0.92%	2,837,981.74	0.96%	32.83%
其他流动负债	765,800.56	0.19%	279,308.79	0.09%	174.18%
流动负债合计	219,215,871.09	53.35%	113,210,087.41	38.19%	93.64%
递延所得税负债	0	0.00%	2,980,478.58	1.01%	-100.00%
非流动负债合计	8,555,585.74	2.08%	14,445,888.68	4.87%	-40.77%
负债合计	227,771,456.83	55.43%	127,655,976.09	43.07%	78.43%
少数股东权益	1,755,067.29	0.43%	556,419.96	0.19%	215.42%

项目重大变动原因

1. 本期期末货币资金较上年同期增长35.54%至73,725,802.72元，主要系公司为补充运营所需流动资金，报告期内新增向农行、中行等银行贷款导致；
2. 2025年度公司营业收入较上年同期增长51.09%，收入规模增加，带来应收账款余额上涨48.54%，期末应收账款余额中99.11%的应收账款的账龄在1年以内，处于合理账期中；公司信用政策与坏账计提政策对比同行业上市公司不存在较大差异且适度收紧，不存在确认收入后又退还客户的情形；
3. 存货较上年期末增长193.98%，主要因报告期内公司整体业务呈上涨趋势，未完工项目有所增加，故本期末存货达到23,277,726.86元，但整体占比不高，仅占2025年度总资产的5.67%。项目款预计于完工后合理账期内收回；

4. 其他流动资产较去年同期上涨235.20%，主要原因是本年待抵扣进项税为562,373.08元，去年待抵扣进项税182,647.89元的差额导致，同时本年度预缴企业所得税49,864.78元；
5. 公司其他权益工具投资上涨3,498.81%，从上年期末的20,160.00元上涨至725,520.00元，主要原因是公司在报告期内向上海赫萨信息技术有限公司及杭州鲸准洞察数字营销有限公司分别投资102,000元、600,000元；
6. 固定资产增长176.32%，从上年期末475,242.91元上涨至1,313,175.76元，，主要因我司进行自有平台开发，采购了更高配置的电脑，另外为满足经营业务的开展以及日常办公需求，购置公务用车；
7. 本期期末长期待摊费用较上年期末减少42.86%，减少部分是因每月装修费用摊销产生；
8. 报告期末，公司短期借款金额较上年末增长113.40%，因业务规模扩大产生更大的资金需求，公司凭借良好的信誉与积极的业务发展趋势获得多家银行授信贷款，公司于报告期内提款且还款期限未到，本期短期借款金额为159,140,102.76元；
9. 公司应付账款较上期末增长70.22%。报告期内，公司坚持风险严控的经营方针，持续加强项目回款、资金周转及应付款项的常态化管理与动态分析，结合市场环境变化，统筹平衡付款节奏与成本管控，适度延长部分供应商信用周期，以保障公司现金流安全稳健运行；
10. 本期期末合同负债13,228,342.83元，上年期末为4,655,146.48元，增长184.17%。其他流动负债从279,308.79元上涨174.18%至765,800.56元。报告期内公司为提升整体资金流转效率，在客户报价端优先预收款结算的形式，预收款上涨183.6%所致；
11. 其他应付款较上年期末增加32.83%，金额为3,769,640.83元，新增部分主要是淳格传媒待归还支付武汉比耶传媒科技有限公司欠款；
12. 报告期内，公司将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报，故本期期末递延所得税负债为0元；
13. 少数股东权益较上年期末增加215.42%。公司控股孙公司淳格传媒于报告期内盈利2,262,099.68元，弥补了上年亏损。

（二）经营情况分析

1. 利润构成

单位：元

项目	本期		上年同期		本期与上年同期金额变动比例%
	金额	占营业收入的比重%	金额	占营业收入的比重%	
营业收入	755,696,120.90	-	500,174,467.12	-	51.09%
营业成本	644,824,089.06	85.33%	411,024,883.99	82.18%	56.88%
毛利率%	14.67%	-	17.82%	-	-
销售费用	45,803,859.02	6.06%	34,062,200.01	6.81%	34.47%
研发费用	7,539,003.40	1.00%	1,185,016.07	0.24%	536.19%
财务费用	4,021,269.36	0.53%	1,733,873.75	0.35%	131.92%
利息费用	3,665,739.16	0.49%	1,739,902.90	0.35%	110.69%
利息收入	85,930.18	0.01%	257,355.97	0.05%	-66.61%

其他收益	917,184.20	0.12%	85,460.15	0.02%	973.23%
信用减值损失	-5,990,201.08	-0.79%	-1,703,287.72	-0.34%	-251.68%
资产处置收益	-1,853.82	0.00%	-22.96	0.00%	-7,974.13%
营业利润	27,464,694.31	3.63%	24,879,822.08	4.97%	10.39%
营业外收入	807,601.69	0.11%	472,734.57	0.09%	70.84%
营业外支出	1,643.70	0.00%	25,791.55	0.01%	-93.63%
净利润	24,933,981.77	3.30%	21,513,103.54	4.30%	15.90%
少数股东损益	1,198,647.33	0.16%	-418,199.14	-0.08%	386.62%
其他综合收益的税后净额	2,520.00	0.00%	-33,600.00	-0.01%	107.50%
归属于少数股东的综合收益总额	1,198,647.33	0.16%	-418,199.14	-0.08%	386.62%

项目重大变动原因

- 2025年公司收入7.56亿元，增长51.09%；净利润2,493万元，增长15.90%。毛利率整体下降，主要因低毛利的广告投放业务占比增大。净利润率从4.30%降至3.30%，因销售费用增长34.47%、研发费用增长536.19%影响了利润空间。营业收入、营业成本、毛利率、各项利润的变化可详见《一、业务概要、（一）商业模式与经营计划实现情况之经营计划实现情况》；
- 本期销售费用较去年同期上涨34.47%，主要系公司扩展营业规模，增加业务收入，带来业务人员、媒介商务人员等核心销售人员数量增长，人力成本相应上升，同时市场拓展费用也随之上升；
- 报告期内，公司研发费用为7,539,003.40元，较上年同期增长536.19%。2025年公司产研团队自研业务系统及垂类AI应用，项目组成员工时成本以及委外研发服务费、研发软硬件投入等计入研发费用；
- 本期财务费用较上期增长131.92%，其中利息费用增长110.69%、利息收入下降66.61%。主要原因系报告期内公司银行借款规模增加，相应利息支出上升；同时公司资金使用效率提升、周转加快，资金留存于银行的时间缩短，致使利息收入有所减少；
- 本期其他收益为917,184.20元，较上期大幅增长973.23%，主要系报告期内公司项目成功获得上海市服务业发展引导资金扶持，相应政府补助计入本期其他收益所致；
- 本期信用减值损失增加251.68%，主要系本年营业收入增加，应收账款同步增加导致坏账增加；
- 资产处置收益为-1,853.82元，系公司处理固定资产产生；
- 营业外收入较上年同期增长70.84%，差额主要是报告期内收到政府扶持资金；
- 营业外支出1,643.70元，较上年同期减少93.63%，为固定资产清理处置净支出较上期有所减少；
- 少数股东损益及归属于少数股东的综合收益总额上涨386.62%，主要来源于控股孙公司淳格传媒本年度实现盈利2,262,099.68元；
- 报告期内，其他综合收益的税后净额为2,520元，相较上年同期上涨107.50%，为公司持有的上海凌脉网络科技有限公司（证券简称：凌脉网络）112,000股份交易市价上涨所致。

2. 收入构成

单位：元

项目	本期金额	上期金额	变动比例%
主营业务收入	755,696,120.90	500,174,467.12	51.09%
其他业务收入	-	-	-
主营业务成本	644,824,089.06	411,024,883.99	56.88%
其他业务成本	-	-	-

按产品分类分析

√适用 □不适用

单位：元

类别/项目	营业收入	营业成本	毛利率%	营业收入比上年同期增减%	营业成本比上年同期增减%	毛利率比上年同期增减百分比
数字营销传播服务	424,135,048.61	343,004,014.98	19.13%	22.94%	23.37%	-0.28%
广告业务投放服务	327,092,178.72	299,072,607.77	8.57%	116.55%	126.76%	-4.11%
传统营销传播服务	4,468,893.57	2,747,466.31	38.52%	8.09%	148.51%	-34.74%

按地区分类分析

√适用 □不适用

单位：元

类别/项目	营业收入	营业成本	毛利率%	营业收入比上年同期增减%	营业成本比上年同期增减%	毛利率比上年同期增减百分比
华东地区	567,996,783.69	488,729,665.22	13.96%	38.35%	42.62%	-2.57%
其他地区	169,082,028.05	140,684,498.77	16.80%	136.91%	163.77%	-8.47%
境外	18,617,309.16	15,409,925.07	17.23%	1.91%	2.61%	-0.56%

收入构成变动的的原因

1. 报告期内公司主营业务收入占营业收入 100%，收入构成未发生重大变动；
2. 产品分类变化：公司长期专注于基于创意内容与传播渠道的全平台数字营销传播服务。数字营销传播服务较去年同期新增收入近 8,000 万元，毛利率保持 19%以上的较高水平，为业务团队依托数据中台和全链路操盘能力获得头部客户持续认可。广告业务投放服务全年增长 1.76 亿元，成为收入增长主力，但毛利率从 12.68%降至 8.57%，主要因低毛利效果广告占比提升。变动原因详见《一、业务概要、（一）商业模式与经营计划实现情况之经营计划实现情况》。传统营销传播服务业务量占比较低，约占营业总收入的 0.59%，多为配合长期服务客户提供，其毛利率变化情况和当期客户要求提供的服务类型有关。以上皆符合公司长期深耕数字营销传播领域的发展规划和经验积累；
3. 区域分类变化：长期以来，公司的业务主要基于互联网平台实时展开，不受客户所在地域限制。

公司主要收入来源仍为华东地区，占主营业务收入的 75.16%。2.46%的境外收入主要因品牌预算归属于亚太地区而从境外汇入。其他地区的收入中，67.04%由广告业务投放服务贡献，该类型毛利较低带来该地区毛利率同比下降 8.47 个百分点。公司服务的集团客户大部分在全国布局，现阶段的产品区域变化和客户集团地区市场预算分配制度有关，与客户从不同地区下单购买传播服务的项目合作流程有关。

主要客户情况

单位：元

序号	客户	销售金额	年度销售占比%	是否存在关联关系
1	客户 K	146,706,677.69	19.41%	否
2	客户 A	97,459,352.98	12.90%	否
3	客户 O	31,841,400.04	4.21%	否
4	客户 V	28,547,680.25	3.78%	否
5	客户 G	28,113,625.71	3.72%	否
合计		332,668,736.67	44.02%	-

主要供应商情况

单位：元

序号	供应商	采购金额	年度采购占比%	是否存在关联关系
1	供应商 A	339,779,548.55	52.69%	否
2	供应商 U	94,655,169.31	14.68%	否
3	供应商 K	54,473,704.28	8.45%	否
4	供应商 I	23,157,072.17	3.59%	否
5	供应商 X	10,367,844.44	1.61%	否
合计		522,433,338.75	81.02%	-

(三) 现金流量分析

单位：元

项目	本期金额	上期金额	变动比例%
经营活动产生的现金流量净额	-43,972,473.21	-41,950,824.79	-4.82%
投资活动产生的现金流量净额	-1,562,783.88	1,496,140.10	-204.45%
筹资活动产生的现金流量净额	64,958,507.61	48,541,852.64	33.82%

现金流量分析

1. 经营活动产生的现金流量净额减少 2,000 余万元，变动比例为-4.82%，因收入规模攀升带来项目成本同步增长，产生的现金流量净额同比减少；

2. 投资活动产生的现金流量净额较上期下降 204.45%，主要系报告期内公司对上海赫萨信息技术有限公司、杭州鲸准洞察数字营销有限公司实施投资，同时为支撑业务发展购置固定资产，相应现金支出增加所致；
3. 筹资活动产生的现金流净额上涨 33.82%，主要由于公司业务规模扩大，资金需求增加，向多家银行贷款所致。

四、 投资状况分析

(一) 主要控股子公司、参股公司情况

√适用 □不适用

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	净利润
淳博数字	控股子公司	互联网技术咨询与开发，互联网发布与媒体合作，行业分析与媒介策略咨询。	300 万	16,398,353.85	10,113,894.68	35,970,736.38	2,597,986.12
淳箴广告	控股子公司	广告合作策划与代理业务，平台商务合作等。	500 万	31,673,819.04	14,107,308.28	31,612,742.80	2,259,592.60
淳博国际	控股子公司	基于跨境电商等市场需求的海外企业整合营销传播业务。	87.19 万	20,520,174.77	20,031,093.55	8,172,422.48	1,296,749.31
淳乐净土	控股子公司	整合营销传播项目开拓，明星艺人、动漫、游戏、主播、意见领袖等强势资源的洽谈与合	300 万	1,605,911.19	1,602,638.73	-566.03	39,582.56

		作。					
淳讯数字	控股子公司	互联网技术咨询与开发，互联网发布与媒体合作，行业分析与媒介策略咨询。	300万	4,094,173.63	2,241,903.63	10,450,026.53	1,516,348.75
淳格数字	控股子公司	互联网技术咨询与开发，广告合作策划与代理业务，平台商务合作等。	100万	2,345,536.75	147,160.71	3,426,119.23	-2,839.29
淳格传媒	控股子公司	广告合作策划与代理业务，平台商务合作等。	100万	29,089,373.00	2,493,109.76	78,997,728.88	2,262,099.68
广州淳博	控股子公司	整合营销传播项目开拓，广告合作策划与代理业务，平台商务合作等。	300万	1,726,937.17	1,086,970.68	2,593,090.31	458,850.69
上海孚音	控股子公司	广告合作策划与代理业务，电商运营服务。	102万	985,202.28	985,197.41	74,972.87	65,022.24
霍淳数字	控股子公司	互联网技术咨询与开发，互联网发布与媒体合作，行业分析与媒介策略咨询。	100万	9,687,787.81	4,627,883.58	19,623,010.90	4,427,883.58
淳纯洞见	控股子公司	整合营销传播项目开拓，广告	100万	2,534,252.05	2,437,866.91	2,688,679.26	1,437,866.91

		合作策划与代理业务，平台商务合作等。					
淳泓数字	控股子公司	互联网技术咨询与开发，互联网发布与媒体合作，行业分析与媒介策略咨询。	100万	4,443,772.82	4,280,127.24	4,858,490.58	3,280,127.24

主要参股公司业务分析

适用 不适用

报告期内取得和处置子公司的情况

适用 不适用

公司名称	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产经营和业绩的影响
霍淳数字	新增	无重大影响
淳纯洞见	新增	无重大影响
淳泓数字	新增	无重大影响

(二) 理财产品投资情况

适用 不适用

非金融机构委托理财、高风险委托理财或单项金额重大的委托理财

适用 不适用

(三) 公司控制的结构化主体情况

适用 不适用

(四) 合并范围内包含私募基金管理人的情况

适用 不适用

五、 研发情况

(一) 研发支出情况

单位：元

项目	本期金额/比例	上期金额/比例
研发支出金额	7,539,003.40	1,185,016.07
研发支出占营业收入的比例%	1.00%	0.24%
研发支出中资本化的比例%	-	-

(二) 研发人员情况

教育程度	期初人数	期末人数
博士	-	-
硕士	-	-
本科以下	2	7
研发人员合计	2	7
研发人员占员工总量的比例%	0.95%	2.46%

(三) 专利情况

项目	本期数量	上期数量
公司拥有的专利数量	0	0
公司拥有的发明专利数量	1	0

(四) 研发项目情况

2025 年度，为应对互联网广告传播行业技术驱动的转型趋势，公司以内部团队为核心，系统性地推进了公司的 AI 研发能力建设。

本年度研发投入占营业收入比重为 1.00%，该比重未发生重大变化，相关支出均予以费用化处理，未进行资本化。

各研发项目的具体情况如下：

1. 业务智能化与流程提效项目

研发目的：该项目旨在打通从业务需求到技术实现的完整链条，通过开发与部署 AI 工具及内部系统，提升公司在策略落地、媒介投放、客户结算及内部运营等全流程的效率与协同能力。

所处阶段：项目处于快速开发与业务实测并行的阶段。其中，由技术研发部主导开发的 AI 辅助创意设计、社交媒体投放、客户结算及业财一体化等系统模块，正通过“开发→实测→反馈→优化”的敏捷流程迭代。同时，运营部已完成角色转型，正作为“产品经理”深入业务一线，将需求转化为技术方案，并推动基础数据分析工作的自动化升级。

拟达到目标：预计实现核心业务流程（如投放优化、财务结算）效率的显著提升，打通项目、财务与运营数据，建立业务需求与技术研发高效对接的协同机制。

预计影响：该项目成功实施后，将推动内部作业及服务模式向标准化、智能化升级，优化人力资源配置，使员工从重复性劳动中解放，转而专注于更高价值的策略思考与创意工作。这也构成了公司从传统服务商向技术驱动型解决方案提供商转型的核心基础。

与行业技术水平比较：该项目紧跟行业“数字化、自动化”的主流趋势，通过重塑运营体系角色、推动技术与业务场景的深度定制融合，在解决实际业务痛点上形成了更具针对性、系统性的实施路径，从而构建了差异化的实践优势。

2. 创意生产智能化项目

研发目的：该项目聚焦于创意环节，旨在将生成式 AI 等工具深度融入以视觉设计、文案创作为核心的创意生产流程，通过建立“人机协同”的新工作范式，提升内容产量的同时释放创意人员的策略与审美价值。

所处阶段：项目已进入常态化、规模化应用阶段。AI 工具已成为日常创意生产的标准配置，广泛应用于海报生成、视频制作、文案辅助等场景。

拟达到目标：AI 承担重复性执行与初步生成工作，而创意人员能更专注于高阶的策略构思与文化洞察，最终实现创意产出效率和品质的双重提升。

预计影响：直接增强公司的创意产能与核心竞争力，使公司能够以更具性价比的方式，为客户提供量大质优的创意内容，巩固在激烈市场竞争中的创意壁垒。

与行业技术水平比较：利用 AI 辅助创意生产已成为行业主流实践。我们不仅应用工具，更致力于重构工作流程与团队协作模式，探索人类创意与 AI 效率的最佳结合点。

六、 对关键审计事项说明

√适用 □不适用

（一）收入确认

关键审计事项

相关信息披露详见财务报表附注四、21 和六、26。2025 年度，淳博传播公司营业收入来源于数字营销传播服务、传统营销传播服务、广告业务投放服务，计人民币 755,696,120.90 元。

由于营业收入是淳博传播公司的关键业绩指标之一，从而存在管理层为达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，我们将淳博传播公司收入确认识别作为关键审计事项。

在审计中如何应对该事项

我们针对这一关键审计事项执行的主要审计程序如下：

- （1）了解、评估并测试了与营业收入确认相关的内部控制；
- （2）检查营业收入确认的会计政策，检查并复核重大客户合同及关键性合同条款；

(3) 选取营业收入项目样本，检查项目合同执行情况，并检查核对业务合同台账、框架合同、发票、结算单据等的真实性、准确性；

(4) 检查主要营业收入项目已经完成的相关证据，如客户验收结算单、发布成果等，确定收入交易真实性及收入确认时点的准确性；

(5) 分析营业收入总体毛利率及重大项目毛利率的合理性；

(6) 对主要客户选取样本实施函证程序，确定收入交易的真实性、准确性；

(7) 针对资产负债表日前后记录的收入交易，进行截止性测试，评估收入确认是否记录在恰当的会计期间。

(二) 应收账款坏账准备

关键审计事项

相关信息披露详见财务报表附注四、10 和六、2。2025 年 12 月 31 日，淳博传播公司应收账款余额人民币 241,623,901.66 元，已计提坏账准备人民币 15,348,239.42 元，应收账款账面价值为人民币 226,275,662.24。

由于应收账款余额重大且坏账准备的减值测试亦涉及重大的管理层判断，因此我们将其作为关键审计事项进行关注。

在审计中如何应对该事项

我们针对这一关键审计事项执行的主要审计程序如下：

(1) 了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

(2) 向管理层了解对客户的信用风险评估及管理过程，检查已核销的应收账款坏账，核销的依据是否充分合理；

(3) 获取应收账款账龄分析表，对长账龄的应收款项逐笔分析，向公司管理层了解逾期原因、收款风险，拟采取的收款措施等情况；

(4) 结合应收账款函证以及期后回款情况，评价管理层计提坏账准备和减值准备的合理性；

(5) 分析应收账款坏账准备会计估计的合理性，包括分组依据，重大金额的判断，单独计提坏账准备的判断，计提比例的确定等；

(6) 检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

七、 企业社会责任

适用 不适用

八、 未来展望

是否自愿披露

是 否

行业发展趋势

2026 年，作为“十五五”发展规划的开局之年，国家以“加快发展新质生产力”、“着力扩大国内需求”为核心战略部署，将为营销行业注入明确的政策牵引力与发展新动能。在此宏观背景下，行业正经历市场、技术与消费者的多重范式叠加。

宏观环境：不确定市场中的预算重构与结构性机遇

全球贸易环境的不确定性依然显著，主要经济体政策调整持续扰动全球供应链与金融市场。企业面临汇率波动等外部风险，需预留更多资金以应对潜在冲击，这在客观上间接压缩了可支配的营销预算空间，迫使广告行业必须具备更强的抗风险韧性与适应性。

中国市场内部的结构调整正在深化。尽管消费信心显现温和回暖迹象，但房地产市场调整与居民较强的预防性储蓄倾向，仍对整体内需形成一定抑制。更为显著的趋势是消费市场的“分层与并行”：大众市场普遍追求质价比，理性消费成为主流；与此同时，为情绪价值、文化认同、社交体验及自我愉悦付费的意愿在特定圈层中依然强劲，驱动“情绪经济”持续增长。此外，服务消费与体验式消费，如文化、体育、旅游，正成为关键的增长点。而在一二线市场趋近饱和后，县域市场凭借完善的基础设施和基于熟人社会的独特信任链条，正成为品牌增长的新蓝海。这要求品牌必须精准识别不同人群与区域市场的核心驱动力，采取差异化的沟通与渠道策略。

值得注意的是，消费市场的“话语权”正呈现两极分化：一端是拥有绝对品牌势能（如 iPhone、顶级奢侈品）的“支配者”，另一端是掌握选择权的“精明买家”，大量中间定位的品牌生存空间被严重挤压。

在此市场环境下，广告主的营销目标呈现显著的“减效增品”，即减少效果营销投入、增加品牌建设投入。但行业与品牌间存在明显分化：食品饮料、美妆等行业更倾向于“增品减效”，以强化品牌资产，而汽车、医药等决策链条复杂、注重即时转化的行业，则仍侧重“增效减品”。同时，成熟品牌多选择坚守品牌投入以巩固地位，而许多新锐品牌在增长压力下更依赖效果转化实现冷启动。这使得企业的核心预算挑战，升级为在“品牌、效果、成本、合规”多重目标下的复杂权衡与战略性资源分配。

面对宏观环境带来的挑战，公司正积极通过客户行业多元化、服务模式多样化以及加强战略合作等方式，降低对单一客户或行业的依赖，旨在增强整体经营的稳定性和抗风险能力，力求在不确定性中捕捉结构性的增长机遇。同时，公司需在有限的预算空间内，更智能地分配资源，更精准地触达分化的人群，并在提升运营效率的同时筑牢合规底线。

从工具到中枢：生成式 AI 重塑营销范式

过去一年，生成式 AI 在广告营销行业的应用已顺利完成从“尝试”到“常态”的过渡。其角色定位发生了根本性转变：从最初提升单一环节效率的生产工具，演进为重塑营销全链路的决策基础设施，更进一步，行业正正式迈向“智能体营销（Agentic Marketing）”新阶段。以 2026 年初爆火的开源项目 OpenClaw 为代表，新一代 AI 智能体在用户授权与安全沙箱机制下，已能调用本地操作系统权限，跨应用协调日历、邮件、数据分析工具等，真正实现从理解营销目标到自动执行全链路任务的闭环。这意味着 AI 的角色已超越内容生成，成为可行动的数字员工。

更具颠覆性的变革在于：AI 大模型，如千问、豆包、DeepSeek 等，正从单纯的“工具”和“基建”，演变为新的“流量入口与分发中心”。其核心逻辑从基于历史“标签”的匹配，转向基于“意图理解”的交互。这一转变将彻底重构现有的广告投流模式，使得传统依赖标签的精准投放失去确定性抓手。面对这一结构性变化，越来越多品牌开始意识到，必须着手构建结构化的品牌语料库，以确保

在 OpenClaw 等智能体执行任务时，自身信息能被准确引用、优先调用，从而在新分发逻辑中占据主动。

当前，行业竞争的核心焦点已从“是否使用 AI”全面转向“如何更智能、更负责任、更安全地使用 AI”。普遍共识认为：AI 的卓越之处在于大幅提升内容产出与数据分析的效率，夯实了运营的效率底线；而人类的不可替代性，则在于为品牌注入独特的灵魂、深刻的文化语境、微妙的情感共鸣及关键的商业安全判断，这构成了品牌的价值上限。

然而，AI 的深度应用也伴生挑战：其对公开网络数据的依赖，可能导致消费者洞察趋于泛化与刻板化；低门槛工具催生的海量同质化内容，加剧了信息过载，易引发消费者的注意力涣散与审美疲劳。因此，强化人类监督与判断，将 AI 定位为辅助工具而非战略核心，变得至关重要。品牌方愈加重视那些蕴含独特文化洞察、真实情感温度与体验的高人性化内容，以此构筑差异化的核心壁垒。

这一深刻变革正重新定义广告公司的核心竞争力。技术普惠化虽降低了工具门槛，但如何将 AI 与品牌战略、消费者心理学深度融合，构成了新的专业壁垒。传统的执行交付能力价值被部分稀释，而策略判断、审美把控、人机协同流程设计及基于伦理的 AI 应用治理等能力的重要性急剧上升。

更进一步，广告公司的核心价值面临重构：从单纯提供“策略与创意”本身，转向成为“AI workflow 架构师”和“新型流量入口的早期卡位顾问”，帮助品牌应对分发逻辑剧变带来的不确定性。

公司层面，我们立足 2025 年夯实的 AI 提效基础与技术研发部预研积累，采取稳健深化及前瞻卡位的策略，在内容创作、数据分析等成熟场景持续优化工具链，强化人机协同流程。同时，公司计划启动品牌知识资产结构化梳理，为构建专属语料库奠基。公司同步评估 OpenClaw 类智能体技术在内部流程优化中的适用性，严格遵循“小范围验证、安全沙箱测试、业务价值校准”原则推进试点。

我们清醒认知：行业趋势不等于公司现状。2026 年，公司将坚守技术工具性与人文主体性协同，在积极跟踪 OpenClaw 等前沿实践的同时，强化创意评审中的人文温度、AI 输出内容的品牌调性，确保所有探索始终服务于“让品牌和用户的每次链接闪耀价值”的初心。

消费者进化与信任重构：从流量争夺到信任资产的范式转变

在 AI 技术爆发性普及与信息环境发生重大变化的双重驱动下，消费者行为正经历深刻演变。技术一方面极大丰富了内容供给，另一方面也加剧了信息过载与同质化，导致传统流量逻辑下的推荐系统效能递减。消费者的决策路径因此变得高度碎片化与非线性，从过去“带着明确需求主动搜索”的模式，转向在“沉浸式浏览中偶然发现与触发”。

与此同时，消费者的信息处理能力同步进化。一方面对泛化、干扰性信息的过滤能力显著增强，对硬性广告的容忍度持续降低。另一方面则是“勘探力”提升，其信息获取方式呈现双重路径：既主动在小红书、豆瓣、垂直社群等兴趣领域中深度搜寻真实口碑，也倾向于向 AI 助手或智能内容平台提问以获取整合建议与决策参考。这使得信任来源发生根本性转移：来自朋友、兴趣同好、垂直领域专家（KOC/KOS*）以及可信的 AI 信息源的分享，其影响力已远超传统意义上的明星与头部 KOL。

中国消费市场在很大程度上是一个“抄作业市场”。消费者的终极信任裁判，正在从传统的 KOL 转向两个新角色：一是身边真实的 KOC/KOS（“课代表”），二是能够提供标准答案的 AI 助手（“监考老师”）。这一系列变化塑造了当下市场“理性与感性双重驱动”的鲜明特征：消费者在日常高频消费中精打细算，极致追求质价比，体现高度理性；同时，他们又愿意为情感共鸣、文化认同与圈层归属支付显著溢价，情绪消费与象征性消费成为重要动力。

面对拥有“信任主导权”的新一代消费者，品牌营销的核心任务已从单纯的流量争夺升级为可持

续的信任构建。在此背景下，品牌建设的焦点进一步清晰：

一是“信任资产化”：即在信息过载和 AI 内容泛滥的生态中，通过透明的沟通（如公开供应链、产品细节）来积累信任，确保信息既被“课代表”愿意分享，也被“监考老师”认可为可靠。

二是“叙事场景化”：即规避宏大主题，转向聚焦产品在具体、细分的真实使用场景中的功能演示与故事讲述，通过更直接、可感知的内容与用户沟通。

公司的传播策略紧密围绕上述焦点系统推进：在“信任资产化”层面，我们依托平台数据与 AI 工具精准洞察用户需求，协同品牌打造透明化内容（如供应链溯源、成分细节可视化），并优化信息结构。在“叙事场景化”层面，我们基于动态情感图谱挖掘高频生活场景，将产品功能自然融入真实使用片段，通过直观可感的短视频、图文等内容，以“看得见的体验”替代空泛宣传。团队结合数据洞察并情感共鸣，将品牌内核转化为可信、可感、可分享的内容，在每一次沟通中积累信任、传递温度，助力品牌实现从“被看见”到“被选择、被热爱”的成长。

*KOS：关键意见传播者，多是行业从业者、品牌内部达人、资深发烧友。核心作用是深度科普、细节拆解、强化可信度，比如护肤研发师、健身教练、母婴育儿师等，用专业知识解读产品优势。

小红书 2026 战略跃迁：从“种草”到“种收一体”的效果化新时代

2026 年，小红书正式迈入“种草，进入效果化时代”的战略新阶段，坚定锚定“真实口碑+生活方式”的核心壁垒，推动种草从模糊的营销动作升级为可度量、可优化、可沉淀的系统性经营能力。

这一跃迁的核心，在于平台对“人”的理解发生根本性深化。“爱具体的人，不是爱抽象的人。”平台不再仅围绕 SPU 看搜索量或好评率，而是通过 AI 与跨学科研究，打开用户在情绪、审美、场景中的多维表达，更联合趋势预测机构 WGSN（World's Global Style Network）构建文化-地域-时间交织的审美图谱。这种对具体生活的深度洞察，成为品牌精准触达高潜力人群、激发真实需求的基础。

为将洞察转化为实效，小红书加速构建“种草即经营”的闭环体系。通过灵犀人群系统与千帆平台，实现了从内容曝光、互动激发到搜索回流、站内成交的全链路数据追踪，并推出红猫计划、红京计划等种草直达链路，在用户决策关键节点铺平路径。

内容生态随之进化。大批量、模板化的 KOC 直发笔记效力显著衰减，平台转而鼓励解决具体人在细分场景下真实痛点的高质量内容。单篇笔记的价值，不再仅由点赞、收藏衡量，更取决于其是否激发用户对美好生活的向往、是否促成深度种草、是否带来可持续的进店与转化。这一转变推动创作者从“会写文案”向“能共建信任”升级，部分优质达人正转型为专业种草型主播或内容型商家。平台亦配套提供数据工具、电商培训与流量扶持，培育健康可持续的商业化生态。

然而，战略转型也伴生挑战。核心在于如何平衡商业化的提速与社区“真实、向上”的初心。过度追求效果可能导致内容功利化，损害用户信任。而严格的“真实感”审核与效果度量，也可能提高中小商家的运营门槛。此外，在“种收一体”的闭环中，如何应对跨平台的数据壁垒，实现更科学的全域归因，仍是行业共同课题。

为实现这一目标，平台通过灵犀系统与千帆平台构建了人群资产、内容效率、转化效果三维一体的种草度量体系，实现经营数据的全链路追溯与“种收一体”的数据呈现。在此过程中，AI 技术扮演了关键角色：不仅用于内容生成的辅助，更深度应用于智能投流、搜索优化、效果归因与预测，使“效果化”战略得以在技术层面落地。平台正致力于将其生态从单一的“内容场”，演进为融合内容、货架与营销的“复合经营阵地”。

公司拥有小红书全资质牌照，在保持传统业务优势的基础上，正积极适应平台的“效果化”战略

转向。公司致力于充分建立针对平台的数据能力与度量体系，实现精准定位目标圈层，并结合实时数据分析进行产品推广与内容策略调整，以帮助品牌客户在“种草即生意”的新生态中实现确定性增长。

我们的价值不仅于执行，更在于帮助品牌理解并适应平台新规则，在追求即时转化的同时，精心维护品牌在小红书生态中的长期口碑与信任资产，不仅帮品牌“被看见”，更在于助其“被理解、被选择、被热爱”，在效率与温度之间，构建品效协同的持久竞争力。

公司发展战略

公司秉承“Sparks in every link”的理念，协助企业及品牌客户搭建传播渠道尤其是互联网数字媒体渠道，与消费者实现长期、积极、有效的沟通。公司关注并实时响应互联网变革趋势，持续强化核心竞争力，加强优势平台合作规模，扩大并形成稳定健康的品牌客户合作系统，让每次信息接触都发挥效能、彼此成就。

为实现这一目标，公司将长期立足下述方向规划未来发展：

1. 响应数字化趋势，把握人文底线

在数字化浪潮下，公司鼓励推进大数据、AI 技术的深度学习，鼓励通过智能工具优化内容生产、用户洞察及广告投放链路。公司将持续推进 AI 本地化部署训练，沉淀 AI 广告垂类应用的重要数据资产，赋能客户需求解析、方案及素材产出、内容校验、项目结案分析的全链路业务环节，从生产效率、递交质量、个人能力可复制等多维度提升企业整体竞争力。

同时，公司将持续升级业务系统以推进 workflow 全面自动化，与主要合作的社交媒体共建数据互联以形成自有资源库，以 AI 技术驱动提升数字营销业务的前期方案的生成效率和精准度，赋能投放结果的复盘，同时反哺资源库的持续迭代。

为保持竞争优势，公司将持续开展内部分享以强化数字应用能力，同时建立专项团队追踪技术趋势，并与战略合作伙伴协同打造定制化解决方案，力求实现精准服务与创意品质的双重突破。

公司既注重技术赋能效率提升，更强调以消费者为核心的价值坚守，要求团队在运用个性化传播技术时，深度理解品牌调性与用户人文语境，避免机械式内容堆砌。公司坚持结合专业经验，确保策略创意的温度与“以消费者为中心”的价值准心，避免技术滥用稀释品牌独特性。同时，公司将进一步强化策略制定和创意设计能力，确保在技术变革中保持独特价值。

2. 以小红书生态为核心打造全链路营销战略

公司充分借力小红书平台沉淀的用户行为洞察与高浓度消费人群生态，构建“数据洞察驱动+优质内容共创”双引擎策略。通过深度解析平台热搜词、用户互动偏好及爆文规律，为不同圈层定制差异化内容策略，并采用“关键词竞价+信息流广告+搜索广告”（KFS）组合投放模式，精准触达目标客群。同时，平台实时反馈的点击率、转化率等数据指标，也为优化产品卖点及投放策略提供依据。另一方面，公司借助小红书闭环商销体系打通“种草-搜索-转化”链路，将优质内容与商品卡、直播等场景深度耦合，在缩短消费决策周期的同时，还能通过用户行为数据追踪，持续优化内容与产品的匹配度。

为强化全渠道协同效能，公司同步拓展抖音、微博、B 站等主流社交阵地，以构建差异化内容矩阵。公司将充分发挥在内容品控与品牌资产建设方面的专业积淀，将小红书作为内容策略的敏捷验证场，经数据验证的高效模型将快速迁移至其他平台，形成跨渠道声量联动与流量协同效应。

公司将持续深化小红书生态合作，积极推进多平台数据协同与能力共建，探索互动体验创新，不断夯实服务专业度与客户价值感知，为品牌拓展高质量增长路径，也为公司营造更多的商业机会和业务增长空间。

3.深耕存量客户，布局高增长渠道与行业

在存量竞争与增量机遇并存的市场环境下，“深耕存量客户，布局高增长渠道与行业”是企业实现稳健增长与突破性发展的核心策略。公司将依托深度合作的平台数据优势，对当前服务品牌的客户群体进行分层画像，深入挖掘其消费偏好、复购规律及潜在需求，通过定制化服务、精准化营销提升消费者粘性与生命周期价值，公司希望通过深化或创新合作项目或服务内容，将存量客户转化为合作深度更高的长期合作伙伴，降低获客成本的同时释放存量价值。同时，公司积极关注高增长渠道与行业，希望借鉴在快速消费品、时尚奢侈品、化妆品、互联网行业的成功经验，整合历年累积的行业洞察、策略、资源及平台优势，拓展新的客户行业或品类。

公司将通过存量基本盘保障经营稳定性，同时借势高增长领域实现规模化突破，推动企业在动态市场中健康发展。

经营计划或目标

公司坚持长期发展战略，以巩固核心竞争力和提升服务质量为根本，深度整合平资源与技术能力，致力于为品牌与消费者创造更具价值的有效连接。

在业务发展方面，公司继续深化与现有核心客户的合作关系，通过提供更具前瞻性的策略洞察与增值服务，提升客户黏性与合作深度，加强稳健经营的基本盘。同时，我们将积极关注并拓展高增长潜力行业与新兴渠道，以期在动态市场中把握结构性机遇，推动业务的健康增长。

在运营与能力建设上，公司将持续推进技术创新与流程优化。通过积极应用人工智能等先进工具，系统化提升从策略洞察、内容创作到媒介投放的全链路运营效率与决策质量。我们致力于将技术赋能转化为切实的竞争力，并在此过程中，坚守创意品质与品牌温度。

人才是公司发展的基石。我们将持续完善人才培养与发展体系，通过系统的培训、分享机制与有竞争力的激励，提升团队在策略、创意，及 AI 工作流设计、数据驱动策略、信任资产运营等新兴领域的复合能力。公司鼓励学习与创新，支持员工掌握前沿工具与方法，以个人能力的进步驱动组织整体优势的强化。

为支持上述计划的实施，公司将秉持审慎稳健的财务原则，合理规划与使用资金。公司主要依靠自身经营积累，并将适时通过发行融资、银行贷款等市场化融资工具补充资金。同时严格执行资金使用规划，实现业务布局与扩张的严谨性和可控性，为长期可持续发展提供坚实的财务保障。

该经营计划并不构成对投资者的业绩承诺，提示投资者对此保持足够的风险意识，并且应当理解经营计划与业绩承诺之间的差异。

不确定性因素

技术变革与人工智能发展，对公司及时加强核心竞争力、调整业务布局、整合传播资源，提出了持续且深化的挑战。

生成式 AI 已从新兴变量演变为影响品牌传播与消费决策的关键基础设施，其应用渗透率显著提升。行业竞争格局正经历系统性重构：一方面，营销的竞争焦点从传统搜索排名转向在 AI 答案中的

可见性与可信度。而 AI 大模型正从“生产工具”演变为新的“流量入口和分发中心”，其基于意图理解的交互逻辑可能颠覆现有的、以历史标签为核心的精准投放模式，迫使营销的底层逻辑重构。另一方面，平台算法的“黑箱化”与全自动化投放的普及，在提升效率的同时也加剧了效果归因与预算控制的复杂性。

AI 技术的深度渗透正在重塑行业对人才的画像和需求。执行层面的基础技能加速贬值，而策略判断、审美把控、情绪洞察、人机协同 workflow 设计以及针对 AI 的提示词工程 etc 能力变得愈发关键。未来，核心人才需兼具“编剧思维”与“数据思维”，并需掌握“AI 工作流架构”能力，以设计和管理人机协同的新型营销流程。若公司不能及时完成组织与人才能力的迭代，可能在创意质量、运营效率及成本控制上丧失竞争力。

与此同时，行业正面临从“效率竞赛”到“信任构建”的核心命题转换。AIGC 让内容生产空前廉价与快速，但也同步放大了虚假、失真与操控风险。消费者对透明、真实、有温度内容的需求日益强烈，能否构建被消费者与 AI 同时认可的“可信资产”，已成为品牌新的护城河。这对公司的内容策略、价值观传达及长期品牌建设提出了更高要求。

公司坚持“以消费者为中心”，秉持尊重用户需求和创造传播价值为最高原则。面对上述趋势，公司内部将持续强化以策略、创意及深度人文洞察为核心的核心竞争力。同时，我们将保持对技术前沿的敏锐追踪，积极思考并实践如 AI 智能体应用、人机协同创意流程、AI 入口（AEO/GEO）内容卡位策略等前沿领域与营销传播方法论的结合。我们将致力于利用技术提升效率与个性化水平，更将坚守内容的真实性，加深品牌的可信度，通过实时更新并内化最新的传播手段与技术，系统性应对技术变革与人工智能发展带来的机遇与不确定性。

九、 公司面临的重大风险分析

重大风险事项名称	重大风险事项简要描述
实际控制人控制不当风险	<p>2025 年 1 月，公司实控人变更。原实控人马犁先生已达到退休年龄，为了保持公司的良性发展并实现平稳过渡，马犁先生与叶子签署《表决权委托协议》，将所持淳皓投资表决权委托给叶子，该委托协议有效期为 8 年，自 2025 年 1 月 20 日起至 2033 年 1 月 19 日止。叶子成为公司控股股东淳皓投资的实际控制人，新增控制公司 12,508,066 股，占公司股本的 35.4621%。至此，叶子合计控制公司 22,528,352 股，占公司股本比例 63.8710%，成为公众公司的实际控制人，对公司处于绝对控制地位。</p> <p>公司实际控制人可利用其控制地位，通过行使表决权对公司的人事任免、经营决策等进行影响。虽然公司已经建立了较为完善的内部控制制度和公司治理结构，制定了包括《公司章程》、《股东会制度》、《董事会制度》、《监事会制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《利润分配管理制度》、《关联交易管理制度》等规章制度，但并不排除实际控制人利用其控制地位从事相关活动，对公司和中小股东的利益产生不利影响。</p> <p>应对措施：公司严格遵守《公司章程》及各项内部制度，同时</p>

	<p>采取了一系列强化措施，以保障决策的科学性与合规性，维护公司及全体股东的利益。制度层面：公司于报告期内对关联交易、对外担保等关键制度进行复议，完成全套制度的更新、审议及披露；决策机制：在董事会独立运作的同时，扩大核心骨干与员工代表在重大事项中的参与，建立前置咨询流程，提升决策的多元与科学性；培训与沟通：持续加强对实际控制人、董事及高管的合规培训；监督：强化监事会的监督职能，并完善信息披露机制，确保控制权变更及相关重大事项的及时、准确、透明公开。公司致力于在有效的治理框架下实现稳定、健康的长期发展。</p>
<p>核心技术人员流失风险</p>	<p>广告行业是知识、技术与人才密集型的高新技术产业，拥有稳定、高素质且具备持续学习能力的人才队伍，是公司在激烈市场竞争中保持核心优势的关键。然而，受宏观经济与行业变革双重影响，市场对优秀人才，特别是具备 AIGC 应用能力、数据分析、跨界创意等复合型技能的中高级人才的需求持续攀升。与此同时，行业边界不断拓宽，来自科技公司、内容平台及新兴营销机构对专业人才的竞争日益激烈，人才流动加速，结构性短缺问题凸显。尽管报告期内，公司持续优化组织架构，并通过多元化激励与培养机制保留人才，核心团队整体稳定，但若核心技术人员流失，将对公司竞争力与经营稳定性造成不利影响。</p> <p>应对措施：公司设计多元化职业发展通道，并采取核心人才持股机制；公司时时开展 AIGC、数据分析等前沿技能定向培训，并通过设立创新项目鼓励技术探索与应用；公司通过线上线下结合的活动、弹性工作安排及员工健康关怀，持续提升团队凝聚力与归属感；在保持薪酬水平竞争力的同时，公司强化绩效与发展的联动，并提供行业交流、高端培训等非物质回报；同时，通过内部导师制及季度/年度精英选拔计划，系统化发现、构建与培养后备技术力量。</p> <p>公司将坚持与员工共享发展成果，持续关注人才市场趋势与技术演进方向，不断优化人才吸引、培养与保留机制，以稳固的核心团队支撑公司长期稳健发展。</p>
<p>市场竞争风险</p>	<p>报告期内，市场竞争因多元主体涌入而日益激烈，消费者注意力碎片化加剧，广告主预算也持续向可衡量的效果广告倾斜。同时，生成式 AI 不再局限于工具应用，已开始驱动从创意生成到效果评估的全链路重构。尽管公司保持对市场风险及行业趋势的前瞻性眼光，积极加大对 AIGC 等技术的投入以驱动业务全链路，并深化与关键平台的战略合作，若公司未在快速迭代的技术浪潮中构建差异化能力，有效应对品效协同的要求，或未能及时响应目标群体碎片化的消费需求，将对公司的市场地位及业务持续增长构成挑战。</p> <p>应对措施：在技术应用与组织能力上，公司持续加大 AIGC 等实用技术投入，技术研发团队紧密围绕业务场景自主开发“AI 创新工坊”等工具，同时提升全员数字素养，推动技术深入业</p>

	<p>务全流程。在战略合作与生态布局上，深化与小红书等关键平台的战略合作，并尝试与客户开展深度共创，巩固服务壁垒。公司始终秉持“让品牌与用户的每一次链接都闪耀价值”的使命，坚持将品牌长期建设与效果即时转化实现动态结合，以助力客户实现可持续的渗透率增长为核心目标，从而在激烈的市场竞争中持续强化自身优势。</p>
<p>主要客户较为集中的风险</p>	<p>2025 年，公司前五名客户销售收入占主营业务收入的比例为 44.02%，较 2024 年同期的 37.98%有所上升。这些核心客户主要分布于快消品与互联网行业，其需求虽相对稳定，但在当前媒介成本持续走高、平台算法迭代加速的背景下，若任一主要客户因行业政策调整、市场竞争加剧或内部战略收缩而大幅削减营销预算，仍将直接冲击公司短期营收规模与利润稳定性。尽管公司正持续拓展新行业客户、推动客户结构多元化，但只要核心客户集中度维持在较高水平，其需求波动或合作稳定性就将持续对公司经营构成影响。</p> <p>应对措施：公司持续深化垂直行业渗透与服务创新，在巩固现有客户基础的同时，积极拓展新兴行业客户，构建更加均衡、抗风险能力更强的多层次客户矩阵。为巩固自身核心竞争力，公司坚持总结专业洞察与行业经验，并以技术赋能和专业服务为核心，持续加大对 AIGC 工具、数据分析平台的投入，致力于强化数据与技术驱动的服务壁垒，提升策略洞察与投放效率。未来，公司将围绕用户人群及平台优势，在谨慎评估的基础上努力开拓新客户，稳步推进客户领域的多元化布局，从而持续提升经营的稳健性与未来的成长韧性。</p>
<p>媒体渠道成本上升的风险</p>	<p>随着主流媒体平台商业化进程的加速与流量竞争日趋激烈，媒介资源的采买成本与合作门槛持续攀升。平台算法优化与竞价机制透明化进一步推高了 KOL 采买、信息流广告等核心投放成本，而广告主对营销预算的分配也愈发注重即时回报，要求兼具可衡量、可优化。尽管公司始终致力于通过策略前置、内容创新与数据赋能提升媒介投放的整体效能，以差异化服务强化客户价值感知，但媒介成本作为整合营销传播服务中的主要成本构成，其持续上涨仍可能对公司的项目利润空间与整体经营业绩带来压力。</p> <p>应对措施：公司致力于深化数据驱动的媒介精细化管理，通过内部数据平台的持续积累，实时分析投放效果，建立动态成本评估与优化模型，提升媒介策略的科学性与成本使用效率。其次，公司持续深化与小红书、抖音、腾讯等主流媒体平台的合作关系，积极接入官方数据接口，获取前瞻性的政策支持与资源协同，共同探索品效结合的高性价比投放模式。同时，与头部媒介资源及优质创作者建立深度合作，推动内容策略与媒介资源的融合，通过定制化、高关联度的内容解决方案，提升传播效能，从而在成本上行环境中保持竞争优势。公司将持续优化媒介资源配置与管理体系，助力客户在成本可控的前提下实现可持续的渗透增长与品牌价值沉淀。</p>

<p>应收账款余额较大风险</p>	<p>截至 2025 年 12 月 30 日和 2024 年 12 月 31 日，公司应收账款账面余额分别为 241,623,901.66 元和 162,155,224.90 元。截止本报告披露日，本期及上年度项目回款情况良好，去年期末应收账款中 69.71%已于期后收回。尽管公司坚持服务品质并严守账期政策，优化管理方法确保回款催收力度，但受经济环境以及客户企业的现金流规划等影响，应收账款余额仍然较大，且账期呈逐步延长态势。公司主要客户为大型企业，具有良好的信用和经营实力，但由于发展环境的不确定性或随着公司业务规模变化，应收账款规模都将可能扩大。若市场环境出现恶化、客户经营状况出现波动，将对公司应收账款的回款情况产生不利影响。</p> <p>应对措施：公司严守并加强财务管理力度以及应收账款的回款催收力度，充分计提坏账准备，对公司日常现金周转、项目收付等环节延续执行定期分析的管控方案，鼓励项目团队与客户积极沟通，力求公司应收账款回款处于正常、可控范围内，并持续严控风险，保障公司稳健发展。</p>
<p>本期重大风险是否发生重大变化：</p>	<p>本期重大风险未发生重大变化</p>

是否存在被调出创新层的风险

是 否

第三节 重大事件

一、 重大事件索引

事项	是或否	索引
是否存在诉讼、仲裁事项	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	三.二.(一)
是否存在提供担保事项	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	三.二.(二)
是否对外提供借款	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	
是否存在股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	三.二.(三)
是否存在关联交易事项	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	三.二.(四)
是否存在经股东会审议通过的收购及出售资产、对外投资以及报告期内发生的企业合并事项	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	
是否存在股权激励计划、员工持股计划或其他员工激励措施	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	
是否存在股份回购事项	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	
是否存在已披露的承诺事项	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	三.二.(五)
是否存在资产被查封、扣押、冻结或者被抵押、质押的情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	
是否存在被调查处罚的事项	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	
是否存在失信情况	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	
是否存在应当披露的其他重大事项	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	

二、 重大事件详情（如事项存在选择以下表格填列）

(一) 诉讼、仲裁事项

1、 报告期内发生的诉讼、仲裁事项

适用 不适用

单位：元

性质	累计金额	占期末净资产比例%
作为原告/申请人	58,125	0.03%
作为被告/被申请人	0	
作为第三人	0	
合计	58,125	0.03%

2、 以临时公告形式披露的重大诉讼、仲裁事项

本报告期公司无重大诉讼、仲裁事项

(二) 公司发生的提供担保事项

挂牌公司及合并报表范围内子公司存在提供担保

是 否

单位：元

序号	被担保人	担保金额	实际履行担保责任的金额	担保余额	担保期间		责任类型	被担保人是 否为挂牌公 司控股股 东、实际控 制人及其控 制的企业	是否履 行必要 的决策 程序	是否 已被 采取 监管 措施
					起始	终止				
1	淳箴广告	13,000,000	0	0	2024年 12月6 日	2025年 12月2 日	一般	是	已事前 及时履 行	不涉 及
合计	-	13,000,000	0	0	-	-	-	-	-	-

可能承担或已承担连带清偿责任的担保合同履行情况

不适用

公司提供担保分类汇总

单位：元

项目汇总	担保金额	担保余额
报告期内挂牌公司提供担保（包括对表内子公司提供担保）	13,000,000	0
公司及表内子公司为挂牌公司股东、实际控制人及其关联方提供担保		
公司直接或间接为资产负债率超过 70%（不含本数）的被担保人提供担保		
公司担保总额超过净资产 50%（不含本数）部分的金额		
公司为报告期内出表公司提供担保		

应当重点说明的担保情况

适用 不适用

预计担保及执行情况

适用 不适用

(三) 股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的情况

报告期公司无股东及其关联方占用或转移公司资金、资产及其他资源的情况

控股股东、实际控制人及其控制的企业资金占用情况

适用 不适用

发生原因、整改情况及对公司的影响

<p>报告期内，未发生股东及其关联方以各种形式占用或者转移公司的资金、资产及其他资源的情况。未发生控股股东、实际控制人及其控制的企业占用资金的情形。</p>
--

(四) 报告期内公司发生的关联交易情况

单位：元

其他重大关联交易情况	审议金额	交易金额
借款	30,000,000	8,400,000
接受担保	0	206,000,000

重大关联交易的必要性、持续性以及对公司生产经营的影响

关于借款：

经 2025 年 2 月 10 日召开的公司第四届董事会第一次会议审议通过，公司与淳皓投资签订借款协议，约定公司可根据实际经营情况向股东申请无息借款用于补充公司流动资金。协议有效期至本届董事会届满之日止。借款额度在有效期限内可以循环使用，每次借款的期限最长为三年。最高借款额度为人民币 3,000 万元

报告期内，公司该项借款期初余额为 2,250,000 元，本期新增借入 8,400,000 元，累计偿还 10,650,000 元，期末余额为 0 元

本议案涉及的关联交易为公司单方面获得利益，根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》相关规定，可免于按照关联交易等规定履行审议、披露程序。

关于接受担保：

报告期内，叶子先生为公司提供担保，属于公司单方面获得利益的交易，可免于按照关联交易等规定履行审议程序。

违规关联交易情况

适用 不适用

(五) 承诺事项的履行情况

公司无已披露的承诺事项

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺来源	承诺类型	承诺具体内容	承诺履行情况
实际控制人	2016 年 5 月 27 日	2025 年 1 月 20 日	挂牌	避免同业竞争承诺、减少和规范关联交易	关于避免同业竞争、减少和规范关联交易的承诺（2025 年 1 月，公司实控人发生变更，此承诺随承诺主体变更而变更）	变更
控股股东	2016 年 5 月 27 日		挂牌	避免同业竞争承诺、减少和规范关联交易	关于避免同业竞争、减少和规范关联交易的承诺	正在履行中
其他股东	2016 年 5 月 27 日		挂牌	避免同业竞争承诺、减少和规范关联交易	持股 5%以上股东关于避免同业竞争、减少和规范关联交易的承诺	正在履行中

公司	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	关于控股股东、实际控制人及其关联方不存在损害公众公司合法权益情形的声明	已履行完毕
公司及董监高	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	关于提供信息的真实性、准确性、完整性的承诺	已履行完毕
实际控制人	2025 年 1 月 20 日	2033 年 1 月 19 日	收购	股份增减持承诺	关于不谋求公众公司控制权的承诺	正在履行中
实际控制人	2025 年 1 月 20 日	2033 年 1 月 19 日	收购	其他承诺	关于放弃行使相关股份表决权的承诺	正在履行中
实际控制人	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	实际控制人及其关联方关于不存在损害公众公司合法权益情形的声明	已履行完毕
收购人	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	收购报告书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任的申明	已履行完毕
收购人	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	收购人关于淳博传播收购财务顾问项目不存在有偿聘请第三方机构和个人行为的承诺	已履行完毕
收购人	2025 年 1 月 20 日		收购	同业竞争承诺	关于避免同业竞争的承诺	正在履行中
收购人	2025 年 1 月 20 日		收购	其他承诺	关于不向公众公司注入金融类、房地产类业务的承诺	正在履行中
收购人	2025 年 1 月 20 日		收购	其他承诺	关于规范和减少关联交易的承诺	正在履行中
收购人	2025 年 1 月 20 日		收购	其他承诺	关于履行收购报告书相关承诺的承诺	正在履行中
收购人	2025 年 1 月 20 日	2026 年 1 月 19 日	收购	限售承诺	关于收购人股份锁定的承诺	正在履行中
收购人	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	关于提供信息的真实性、准确性、完整性的承诺	已履行完毕
收购人	2025 年 1 月 20 日	2033 年 1 月 19 日	收购	其他承诺	关于维护公众公司控制权稳定的承诺	正在履行中
收购人	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	关于无行政处罚、刑事处罚、民事诉讼和仲裁等情况的承诺	已履行完毕
收购人	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	关于无重大行政处罚的声明承诺	已履行完毕
收购人	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	收购人合法合规承诺	已履行完毕
收购人	2025 年 1 月 20 日		收购	其他承诺	关于维持公众公司独立性的承诺	正在履行中

董监高	2025 年 1 月 20 日	2025 年 1 月 20 日	收购	其他承诺	关于不存在失信联合惩戒的承诺函	已履行完毕
-----	-----------------	-----------------	----	------	-----------------	-------

超期未履行完毕的承诺事项详细情况

不适用

第四节 股份变动、融资和利润分配

一、普通股股本情况

(一) 普通股股本结构

单位：股

股份性质		期初		本期变动	期末		
		数量	比例%		数量	比例%	
无限售条件股份	无限售股份总数	26,057,760	73.88%	-16,624,838	9,432,922	26.74%	
	其中：控股股东、实际控制人	14,283,041	40.49%	-14,283,041	-	0.00%	
	董事、监事、高管	4,454,691	12.63%	-3,351,252	1,103,439	3.13%	
	核心员工	0	0.00%	-	-	0.00%	
有限售条件股份	有限售股份总数	9,213,840	26.12%	16,624,838	25,838,678	73.26%	
	其中：控股股东、实际控制人	2,924,927	8.29%	15,494,725	18,419,652	52.22%	
	董事、监事、高管	6,044,292	17.14%	-2,733,966	3,310,326	9.39%	
	核心员工	0	0.00%	-	0	0%	
总股本		35,271,600	-	0	35,271,600	-	
普通股股东人数							34

2025 年 1 月 20 日，马犁与叶子签署《表决权委托协议》，将所持淳皓投资表决权委托给叶子，公司实控人变更为叶子，一致行动人为淳皓投资、淳旭投资、淳士合伙。

股本结构变动情况

适用 不适用

(二) 普通股前十名股东情况

单位：股

序号	股东名称	期初持股数	持股变动	期末持股数	期末持股比例%	期末持有无限售股份数量	期末持有无限售股份数量	期末持有的质押股份数量	期末持有的司法冻结股份数量
1	淳皓投资	13,308,066	-800,000	12,508,066	35.46%	12,508,066	0	0	0
2	叶子	5,111,586	800,000	5,911,586	16.76%	5,911,586	0	0	0
3	马犁	3,899,902	0	3,899,902	11.06%	0	3,899,902	0	0
4	淳旭投资	3,248,700	0	3,248,700	9.21%	3,248,700	0	0	0
5	徐翔	1,879,431	0	1,879,431	5.33%	1,409,574	469,857	0	0
6	陈晓颖	1,032,687	0	1,032,687	2.93%	774,516	258,171	0	0
7	马佶	985,163	0	985,163	2.79%	0	985,163	0	0
8	淳士合伙	860,000	0	860,000	2.44%	860,000	0	0	0

9	何星如	849,650	0	849,650	2.41%	0	849,650	0	0
10	洪巧萍	755,903	0	755,903	2.14%	566,928	188,975	0	0
	合计	31,931,088	0	31,931,088	90.53%	25,279,370	6,651,718	0	0

普通股前十名股东情况说明

适用 不适用

1. 马犁、叶子、徐翔均为淳皓投资的股东；
2. 叶子为淳旭投资的普通合伙人（执行事务合伙人），陈晓颖、何星如为有限合伙人；
3. 叶子为淳士合伙的普通合伙人（执行事务合伙人），陈晓颖为有限合伙人；
4. 徐翔为马犁配偶的弟弟；
5. 马信为马犁之子。

二、 控股股东、实际控制人情况

是否合并披露

是 否

（一）控股股东情况

公司控股股东为上海淳皓投资有限公司，成立日期为：2014 年 2 月 27 日，统一社会信用代码：91310114087960046J，注册资本为：530.00 万元，经营范围为：实业投资，创业投资，投资管理，资产管理，投资咨询（除金融、证券）。（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）。

报告期内淳皓投资通过大宗交易转让方式总计出让公司股票 800,000 股，控制公司股权占比从 37.7303%变更为 35.4621%。

报告期内公司控股股东未发生变化。

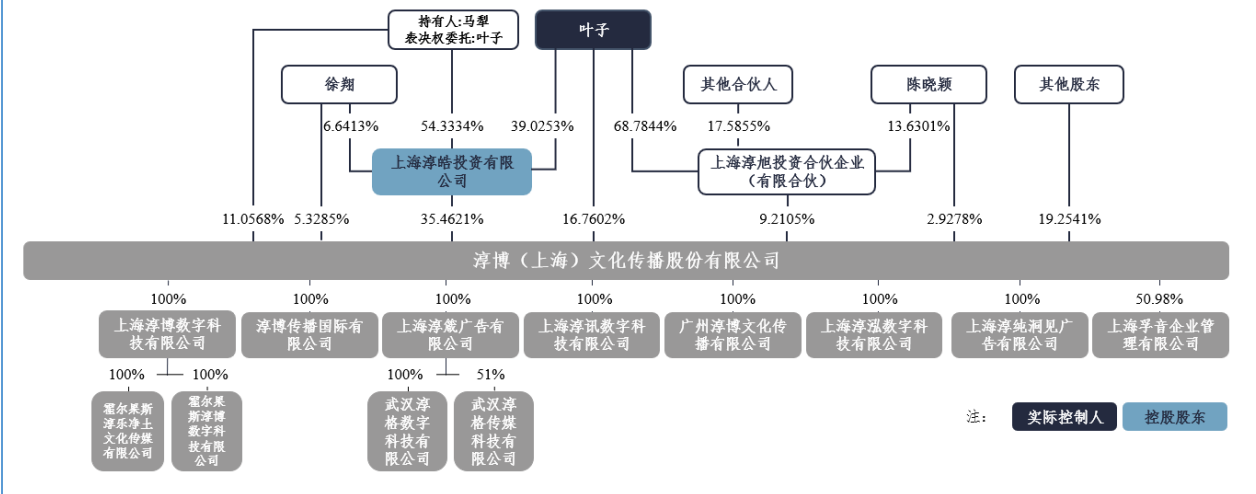
（二）实际控制人情况

报告期内，公司实际控制人已由马犁先生变更为叶子先生。

叶子，男，中国国籍，出生于 1986 年 2 月，无境外永久居留权，本科学历，现任淳博传播董事长、总经理。自公司成立之日起入职公司，为创始团队成员之一。

因上任实控人马犁先生已达到退休年龄，为了保持公司的良性发展并实现平稳过渡，马犁先生与叶子于 2025 年 1 月 20 日签署上海淳皓投资有限公司《表决权委托协议》，将所持淳皓投资表决权委托给叶子，该委托协议有效期为 8 年，自 2025 年 1 月 20 日起至 2033 年 1 月 19 日止。叶子存在新增的一致行动人，增加后的一致行动人包括：淳皓投资、淳旭投资、淳士合伙。本次变更后，叶子正式成为公司实际控制人，叶子及其一致行动人合计持有公司股份比例为 63.8710%。具体内容详见公司 2025 年 1 月 20 日在全国中小企业股份转让系统官网（www.neeq.com.cn）发布的《淳博传播：收购报

告书》（公告编号 2025-013）。



是否存在尚未履行完毕的特殊投资条款

是 否

三、 报告期内的普通股股票发行及募集资金使用情况

(一) 报告期内的股票发行情况

适用 不适用

(二) 存续至报告期的募集资金使用情况

适用 不适用

四、 存续至本期的优先股股票相关情况

适用 不适用

五、 存续至本期的债券融资情况

适用 不适用

六、 存续至本期的可转换债券情况

适用 不适用

七、 权益分派情况

（一） 报告期内的利润分配与公积金转增股本情况

√适用 不适用

单位：元或股

股东会审议日期	每 10 股派现数（含税）	每 10 股送股数	每 10 股转增数
2025 年 4 月 21 日	3	0	0
合计	3	0	0

利润分配与公积金转增股本的执行情况

√适用 不适用

公司委托中国结算北京分公司代派的现金红利于 2025 年 6 月 23 日通过股东托管证券公司（或其他托管机构）直接划入各股东资金账户。

（二） 权益分派预案

√适用 不适用

单位：元或股

项目	每 10 股派现数（含税）	每 10 股送股数	每 10 股转增数
年度分配预案	3	0	0

第五节 行业信息

环境治理公司
 医药制造公司
 软件和信息技术服务公司
 计算机、通信和其他电子设备制造公司
 专业技术服务公司
 互联网和相关服务公司
 零售公司
 农林牧渔公司
 教育公司
 影视公司
 化工公司
 卫生行业公司
 广告公司
 锂电池公司
 建筑公司
 不适用

一、 资质情况

公司的主要业务是为品牌客户提供整合营销传播服务，主要基于客户品牌的传播需求定制内容创意，并通过整合全平台数字传播渠道进行内容展示。现阶段主要客户领域为消费品行业和互联网行业，主要提供的定制创意、设计、内容创作与项目执行管理服务，无对应资质许可。

二、 经营模式

(一) 传统广告

适用 不适用

公司开展的业务包括传统营销传播服务，传统营销传播业务包含传统广告与传统公关等服务。

报告期内，公司的传统营销传播服务业务量占比较低，约占营业总收入的 0.59%共 4,468,893.57 元，且均为传统公关服务，主要系为品牌定制基于传统渠道的品牌策略，分析解读产品特性，并通过传统渠道向传统媒体进行沟通阐释等服务。不涉及传统广告业务，故不适用电视频道、广播电台展示时段或报纸、期刊的发行数据等营业与结算方式。

(二) 户外及生活圈广告

适用 不适用

(三) 互联网广告

适用 不适用

1、 产品情况

报告期内，公司从事的整合营销传播服务中最高占比的业务类别为基于互联网的营销传播服务，收入规模 424,135,048.61 元，占主营业务的 56.13%，主要业务是基于客户的传播需求，提供非标准化、定制化的市场策略分析、创意设计与内容创作，并提供传播渠道策略的制定与执行服务，创意内容主要运用于社交平台或客户指定电商平台。

其次，报告期内公司广告业务投放服务收入规模达 327,092,178.72 元，以信息流广告为主，服务内容为：品牌客户委托公司通过小红书及抖音等平台发布的原生内容形式（短视频/图文）后，公司通过数据分析锁定推广人群，用平台算法精准匹配用户兴趣，以自然融入浏览流的方式进行产品推广。

2、具体业务模式

公司的主要业务为整合营销传播服务，侧重数字营销，主要服务内容为提供品牌或产品传播所需的策略、创意的定制与执行。

公司的下游产业为品牌。当品牌方提出传播需求时，一般会明确应用场景需要，媒介传播组合需要，关键资源需要，以及项目传播目标等。公司作为整合营销传播服务提供商，会以此为背景分析品牌或产品自身特性，结合市场现状，挖掘目标用户行为习惯与内容喜好，提供内容创意定制与传播渠道策略定制服务，并在项目创意得到品牌方采纳后组织内容产出，整合有效资源，将传播内容投放至上游渠道。

上游产业主要是内容传播媒介行业，集中在互联网媒体资源平台、社交媒体、自媒体以及为实现内容创意所需的技术支持或制作支持公司。

前述创意内容将以定制化形式触达不同渠道的消费者。

以上定制服务均为非标创意策略服务，不涉及流量导入、移动端和非移动端覆盖的用户数据等标准化数据指标。

公司的业务流程主要为——第一步：吸引或开拓新的业务机会；第二步：客户提出需求；第三步：项目立项；第四步：用户洞察研究；第五步：核心创意策划；第六步：定制项目策划方案；第七步：项目提案或竞标；第八步：达成合作协议；第九步：项目执行与管理；第十步：结案评估；第十一步：项目结算。

3、计费模式及其他关键经营指标

公司的数字营销传播服务主要是提供传播创意、内容定制及发布执行服务，需要针对单个项目目标独立打造，故呈现强烈的非标准化、定制化特征。

公司的主要收入来自内容定制成本及项目策略制定与管理服务费用，发布内容的媒介成本及发布管理服务费用，对特定内容进行信息流广告推广的费用，计费主要依据客户对合作媒介渠道的选择，对创意内容质量、管理服务、创作耗时等要素的综合评估。

报告期内主要合作的 2 大社交平台，交易金额为 434,434,717.86 元和 54,473,704.28 元，分别占公司年度采购成本的 67.37%和 8.45%。合作方式为：根据性价比、合作档期、内容创意难度、对产品的解读程度等综合因素选定媒介，或通过媒介所在平台指定运营供应商，或委托供应商采购，或直接采购的方式展开内容定制与内容发布合作，同时根据客户需求精准平台人群画像，辅以信息流广告推广。

(四) 会展业务

适用 不适用

三、主要客户情况

公司专注于提供数字营销传播领域专业服务，在消费品和互联网领域深耕多年，对用户习惯，内容传达有深刻洞察与独到方法论。

报告期主要客户合作情况按照客户名称升序列示如下：

客户	所处行业	合作历史
客户 A	快速消费品	2013 年起，通过整合营销方案竞标进入集团供应商库，专注提供数字营销传播服务，对集团下不同品牌的单个项目营销传播需求提供定制方案，比稿胜出后获取业务合作机会。
客户 G	快速消费品	2021 年起，通过整合营销方案竞标进入集团供应商库，专注提供数字营销传播服务，对集团下不同品牌的单个项目营销传播需求提供定制方案，比稿胜出后获取业务合作机会。
客户 O	快速消费品	2023 年起，通过整合营销方案竞标进入集团供应商库，专注提供数字营销传播服务，对集团下不同品牌的单个项目营销传播需求提供定制方案，比稿胜出后获取业务合作机会。
客户 K	互联网	2021 年起，通过小红书平台商务、技术竞标进入集团供应商库，专注提供专精于小红书平台的数字营销传播服务，对集团下不同渠道的单个项目营销传播需求提供定制方案，比稿胜出后获取业务合作机会。
客户 V	家电	2024 年通过公开招投标进入品牌供应商库，专注提供专精于小红书平台的数字营销传播服务，对集团下不同类目的单个项目营销传播需求提供定制方案，比稿胜出后获取业务合作机会。

整合营销传播服务为定制化、非标准化服务。各集团客户旗下不同品牌的每次项目需求，均需单独定制创意策略方案，并根据竞标比稿结果决定是否获得该次业务机会。业务机会与洞察结果和方案质量有关，与公司提供作业质量有关，与客户集团合作期长短无关。公司对以上客户均不存在重大依赖。

最终广告主所处行业未发生重大变化。报告期各期来自同一客户收入根据客户阶段性预算设置而变化。

公司与客户 A、客户 O 签订的框架协议未明确限定合作期限，客户有权根据合作情况提前一定周期通知公司结束合作，其定价机制、信用政策、结算方式及与其他客户无明显差异。每次合作均需单独定制创意策略方案，并根据竞标比稿结果决定是否合作。公司获取业务合作订单的机会与营销传播方案定制质量及团队服务水平有关，与单一客户年框协议期限长短无关，与合作期限长短无关。

公司提供的服务具备稳定性、可持续性。

四、 主要供应商情况

公司提供的整合营销传播服务主要为创意定制、传播策略及其执行管理服务。

公司通过内部策略及创意思考，提出执行服务内容，传播内容皆需通过媒介进行传播以效果最大化。其中，因市场现状，虽媒介最终合作对象为公司和品牌共同选定，但支付渠道主要通过向平台指定运营供应商下单完成，成本居高不下，故媒介投放类成本也是公司最主要的营业成本。同样由于整合营销传播服务的定制化、非标准化特征，导致单个媒介合作和项目执行支持等合作均需要结合创意角度、可行性评估、性价比评估、配合程度与响应速度评估、内容创作灵感、合作档期等因素进行综合

考量，并与客户公司商议决定，尽管内容定制增加了执行难度，但有效提升了信息传递的合理性与创意内容水准，对消费者实现最大程度的尊重，以帮助客户品牌与用户彼此链接，相互成就。

报告期主要供应商合作情况按照供应商名称升序列示如下：

供应商	采购内容	合作说明	结算说明	变动说明
供应商 A-02	媒介采购	公司因创意方案及媒介策略，选择某社交平台的 IP 进行合作，每次合作均结合创意角度、可行性评估、性价比评估、配合程度与响应速度评估等因素进行综合考量，并提请客户品牌共同决定，并在比价议价后确认合作。 供应商 A-02 为该平台 IP 合作相关的运营供应商，公司于 2024 年起和其开展合作。	全额预付项目款。客户确认项目总预算和投放策略后预付。	客户重视该社交平台用户体验，并提出数据要求，因此开展合作，无重大变动。
供应商 A-03	媒介采购	公司因创意方案及媒介策略，选择投放某社交平台，每个媒介和项目支持的合作均结合创意角度、可行性评估、性价比评估、配合程度与响应速度评估、内容创作灵感、合作档期等因素进行综合考量，并提请客户品牌共同决定，并在比价议价后确认合作。 供应商 A-03 为该平台的运营服务商，公司于 2024 年 12 月收到平台通知，正式和其开展合作。	全额预付项目款。客户确认项目总预算，同时客户确认账号使用后预付。	客户重视该社交平台用户体验，因此开展合作，无重大变动。
供应商 K	媒介采购	公司因创意方案及媒介策略，选择投放某社交平台，每个媒介和项目支持的合作均结合创意角度、可行性评估、性价比评估、配合程度与响应速度评估、内容创作灵感、合作档期等因素进行综合考量，并提请客户品牌共同决定，并在比价议价后确认合作。 供应商 K 为该平台的运营服务商，公司于 2024 年 8 月 1 日起收到平台通知，正式和供应商 K 开展合作。	全额预付项目款。客户确认项目总预算，同时客户确认账号使用后预付。	客户集团重视该社交平台用户体验，因此开展合作，无重大变动。
供应商 I	媒介采购	公司因创意方案及媒介策略，选择投放某社交平台进行内容投放及投流推广，每个媒介和项目支持的合作均结合创意角度、可行性评估、性价比评估、配合程度与响应速度评估、内容创作灵感、合作档期等因素进行综合考量，并提请客户品牌共同决定，并在比价议价后确认合作。 供应商 I 为该平台的投流业务运营服务商，自 2024 年起开启合作。	全额预付项目款。客户确认项目总预算，同时客户确认账号使用后预付。	客户重视该社交平台用户体验，并提出数据要求，因此开展合作，无重大变动。

<p>供应商 U</p>	<p>媒介采购</p>	<p>公司因创意方案及媒介策略,选择投放某社交平台,每个媒介和项目支持的合作均结合创意角度、可行性评估、性价比评估、配合程度与响应速度评估、内容创作灵感、合作档期等因素进行综合考量,并提请客户品牌共同决定,并在比价议价后确认合作。 2022 年起,因客户同步打通电商平台端口的需要,经社交平台和电商平台指定,公司通过供应商 U 进行业务支付。</p>	<p>全额预付项目款。客户确认项目总预算,同时客户确认账号使用后预付。</p>	<p>客户重视该社交平台用户体验,并提出数据要求,因此开展,无重大变动。</p>
--------------	-------------	---	---	--

公司未与主要媒介及供应商签订一年以上长期合作协议。所有形式的内容合作与发布、单个合作媒介合作,和单次项目执行支持,都需要结合创意与策略实际需求开展定制服务,是否合作与单次创意水平及可行性有关,与响应速度有关,与执行力和性价比有关,与项目需要沟通的目标用户的活跃平台有关,与最终发布媒介的影响力有关,与单一平台或媒介的合作期长短无关,一切为创意策略的实现和品牌用户双向价值共创服务,不存在重大依赖。

公司不曾拥有媒体经营权。

五、 广告代理情况

(一) 仅从事媒介代理业务

适用 不适用

(二) 除媒介代理业务外,还涉及其他业务

适用 不适用

公司可根据品牌客户的差异化传播需求,提供定制化、非标化的全渠道整合营销传播服务,包括但不限于:

1. 市场研究服务,包括行业趋势与竞争格局分析、目标消费者调研、品牌与产品市场定位分析、传播环境分析等;
2. 品牌管理,包括品牌传播主题规划、品牌内容策略、线上线下品牌体验活动设计、品牌合作与联名传播策划等;
3. 创意设计 & 素材制作,包括品牌视觉与核心创意概念开发、跨平台广告创意及社交媒体内容视觉设计、营销活动主视觉、海报、长图文及信息图设计、品牌跨界联名、IP 合作等资源投放设计、社交媒体互动 H5、轻量化小程序页面开发等;
4. 策略制定,包括年度品牌传播策略与阶段化营销战役规划、整合营销传播策略与媒介组合策略、内容策略与社交传播矩阵规划等;
5. 媒体投放策略(除媒介采买代理外的策略与服务部分),包括跨平台预算分配与整合投放策略、平台组合规划(重点包括社交平台、信息流、搜索、内容平台等);
6. 监测、评估与优化,包括:品牌声量、口碑及用户情感追踪、营销活动全链路数据复盘与 ROI 评

估、基于数据的投放策略优化与创意内容迭代建议等。

广告投放的主要类型：新媒体数字营销，不含电视广告投放。公司以社交媒体平台投放为主要投放类型，集中于小红书、抖音 2 大主流社交平台，同时拥有 B 站、微博、微信等平台的投放资质。

媒介资源的获取：公司依托与小红书、抖音等主流新媒体平台的深度合作，通过官方数据接口获得投放洞察与策略支持，并持续建立、整合、评估多维度媒介资源库。同时，团队通过日常拓展维护及基于客户需求的定制化媒介投放方案，积极争取媒介资源的优先测试与创新曝光等深度合作机会，逐步构建起以数据驱动、动态优化为核心的媒介资源网络。

客户资源的获取：公司以专业服务能力为基础，主要通过参与招投标及业务比稿获取项目机会，并致力于深化现有客户服务，拓展合作范围，从单次项目延伸至长期多业务线支持。同时，依托与各大平台的良好合作口碑，持续获得面向品牌客户的官方推荐，从而精准对接品牌客户需求。在长期业务合作中积累的行业信任，亦为公司带来了持续的业务延伸机会。公司已形成多元化、体系化的获客路径，并通过全链路的专业服务与价值交付，将每一次合作都转化为长期信任的基石，推动客户资源的持续积累与业务增长。

收入确认方法：根据不同的服务内容，或一次性确认收入，或分阶段确认收入。

结合案例举例：公司于项目竞标成功后，和客户公司签署项目协议，协议中支付计划段落约定：“KOL 采购，项目结束后进行结算。信息流投放按月度实际消耗结算。每月结束后，服务供应商将就当月其提供的服务向客户公司出具账单，列明服务、金额等；若客户公司对账单有任何异议的，应及时提出。双方认可账单后，服务供应商应向客户公司开具金额正确的增值税专用发票，客户公司将按照支付期限付款。”

六、 核心人员变动情况

适用 不适用

七、 广告投放渠道变更情况

适用 不适用

八、 业务外包情况

适用 不适用

公司提供的整合营销传播服务具有高度定制化、非标准化的特点。针对具体项目是否采用外包模式，主要取决于该项目的创意方向与落地执行规划。为持续强化公司在策略、创意及核心资源整合方面的竞争力，公司将精力集中投入于核心业务，对于拍摄制作、活动执行、展台搭建、礼品定制等需要特定领域专精能力的执行环节，则选择与相应领域的外部专业伙伴合作，以此实现能力互补与效率提升，从而为客户提供更优质的服务。所有外包协作均服务于项目整体创意目标的实现，是公司整合服务能力的延伸与支撑。

公司对外包方的遴选标准及质量控制措施：公司综合合作方作品提案、服务配合度、执行价格等进行遴选，公司将向品牌方展示合作方作品并定价后，获得品牌业务端及采购端共同确认。

定价机制及公允性：为确保创意的执行质量，合作方通常是在创意比稿，执行比价，根据创意质量、性价比等综合因素进行遴选，具备公允性。

业务依赖：外包服务对业务流程属于执行支持环节。制作方案和执行方向取决于公司的创意策略方案质量，公司进行可行性评估后根据创意可完成度向品牌方提案。该类合作不存在业务依赖。

关联关系说明：外包方与公司及实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

外包金额前五的项目情况列示如下：

序号	外包方名称	外包内容	外包金额及占所占同类业务成本比重
1	上海桃生企业管理咨询有限公司	TVC、Social Video 和平面拍摄策划及执行	1,128,000.00 元 9.23%
2	上海桃生企业管理咨询有限公司	KOL、专家群像视频拍摄、制作	732,918.00 元 5.99%
3	上海乐在其萌影视文化有限公司	艺人视频拍摄制作	640,000.00 元 5.23%
4	星创文化传媒科技（广州）有限公司	BiliBili World（B 站线下嘉年华活动）线下展台、IP 巡演亭搭建与运营	564,303.16 元 4.62%
5	苍南县建科包装制品厂	GWP（礼品）设计及制作	548,697.65 元 4.49%

九、 自媒体运营情况

适用 不适用

十、 关于 MCN

适用 不适用

第六节 公司治理

一、 董事、监事、高级管理人员情况

(一) 基本情况

单位：股

姓名	职务	性别	出生年月	任职起止日期		期初持普通股股数	数量变动	期末持普通股股数	期末普通股持股比例%
				起始日期	终止日期				
叶子	董事长 总经理	男	1986 年 2 月	2025 年 2 月 10 日	2028 年 2 月 9 日	5,111,586	800,000	5,911,586	16.76%
陈晓颖	董事 副总经理	女	1985 年 5 月	2025 年 2 月 10 日	2028 年 2 月 9 日	1,032,687	-	1,032,687	2.93%
徐翔	董事	男	1973 年 11 月	2025 年 2 月 10 日	2028 年 2 月 9 日	1,879,431	-	1,879,431	5.33%
毛佳臣	董事 财务负责人	男	1990 年 6 月	2025 年 2 月 10 日	2028 年 2 月 9 日	0	-	0	0.00%
方莹婷	董事 董事会秘书	女	1986 年 12 月	2025 年 2 月 10 日	2028 年 2 月 9 日	614,373	-	614,373	1.74%
李金宏	监事会主席	男	1988 年 7 月	2025 年 2 月 10 日	2028 年 2 月 9 日	131,371	-	131,371	0.37%
洪巧萍	监事	女	1985 年 10 月	2025 年 2 月 10 日	2028 年 2 月 9 日	755,903	-	755,903	2.14%
袁琼	职工代表监事	女	1984 年 2 月	2025 年 1 月 3 日	2028 年 1 月 2 日	0	-	0	0.00%

董事、监事、高级管理人员与股东之间的关系：

1. 叶子、徐翔为淳皓投资的股东；
2. 叶子为淳旭投资的普通合伙人（执行事务合伙人），陈晓颖、方莹婷、李金宏、袁琼为淳旭投资的有限合伙人；
3. 叶子为淳士合伙的普通合伙人（执行事务合伙人），陈晓颖为淳士合伙的有限合伙人；
4. 徐翔为公司股东马犁配偶的弟弟。

(二) 审计委员会情况

适用 不适用

(三) 变动情况

适用 不适用

姓名	期初职务	变动类型	期末职务	变动原因
毛佳臣	财务负责人	新任	董事、财务负责人	任命
马犁	董事	离任		退休

袁琼	/	新任	职工代表监事	选举
汪耀琪	职工代表监事	离任	/	换届

报告期内新任董事、监事、高级管理人员专业背景、主要工作经历等情况

适用 不适用

毛佳臣，男，中国国籍，出生于 1990 年 6 月，无境外永久居留权。2012 年 6 月毕业于上海对外经贸大学，会计学学士学位，国际注册内部审计师。毛佳臣先生曾于 2012 年 9 月至 2015 年 8 月于德勤华永会计师事务所任咨询顾问；2015 年 8 月至 2019 年 10 月于丽人丽妆（上海）电子商务有限公司任审计经理、财务经理；2019 年 10 月至 2023 年 9 月期间于多家消费品初创企业任财务总监。2023 年 9 月加入公司，任财务总监。

袁琼，女，中国国籍，出生于 1984 年 2 月，无境外永久居留权，郑州大学广告学学士学位。2007 年 7 月至 2008 年 8 月担任上海博觉商务咨询有限公司文案策划，负责企业宣传刊以及企业内刊的策划及文案编辑；2009 年 4 月至 2015 年 5 月任上海奥雪网络科技有限公司高级客户经理，曾服务六神，佰草集，启初，强生美瞳，强生 baby 等品牌社会化媒体创意与传播项目；2015 年 6 月加入公司，现任资深客户总监，服务爱茉莉集团、拜尔斯道夫等集团旗下品牌客户的社会化媒体创意与传播项目。

(四) 董事、高级管理人员的股权激励情况

适用 不适用

二、 员工情况

(一) 在职员工（公司及控股子公司）情况

按工作性质分类	期初人数	本期新增	本期减少	期末人数
业务人员	115	168	133	150
媒介商务人员	63	93	73	83
管理人员	6	1	0	7
财务人员	11	5	2	14
研发人员	2	5	0	7
人力行政人员	14	16	7	23
员工总计	211	288	215	284

按教育程度分类	期初人数	期末人数
博士	0	0
硕士	14	12
本科	146	198
专科	51	73
专科以下	0	1
员工总计	211	284

员工薪酬政策、培训计划以及需公司承担费用的离退休职工人数等情况

1.薪酬政策

公司实行全员劳动合同制，报告期末共与在职的 284 名员工签订了劳动合同，与 26 名实习生签订了实习协议。员工薪酬方面，公司明确每类岗位的绩效考核与薪酬体系，并根据员工工作年限、工作绩效等因素进行定期调整。

公司为员工办理养老、医疗、工伤、失业、生育等社会保险和住房公积金。此外，公司为员工及员工子女增投了商业医疗保险，帮助减轻员工在医疗方面的经济负担。

2.人才引进及阶梯培训计划

公司重视人才引进，通过各类外部传播渠道及内部人才推荐机制吸纳专业人才。公司为其提供相匹配的职位和福利待遇，多角度提升员工的成就感，巩固公司及团队凝聚力。

公司不断完善人才培训体系，为员工搭建线上线下并行的培训通路。培训内容涉及行业趋势、社交平台趋势、职业技能培训、行业法律法规等方面，以案例分享、行业头脑风暴会议、专题培训会议等形式展开，借此打开眼界，促进员工更多自我思考和向外表达。

公司持续支持高校人才培养，加大校企合作，选拔优秀的应届生并量身体打造事业阶梯计划，匹配轮岗培训机制，从零开始培养出适应行业前沿发展的优异行业人才。

3.公司没有需承担费用的离退休职工。

(二) 核心员工（公司及控股子公司）情况

适用 不适用

三、 公司治理及内部控制

事项	是或否
投资机构是否派驻董事	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
内部监督机构对本年监督事项是否存在异议	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
管理层是否引入职业经理人	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
报告期内是否新增关联方	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

(一) 公司治理基本情况

报告期内，公司股东会、董事会、监事会和高级管理人员均严格按照《公司法》、《证券法》、《非上市公众公司监督管理办法》、《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等法律法规，以及全国中小企业股份转让系统制定的相关业务规则等要求，履行各自的权力和义务，各项工作的决策与执行按照《公司章程》及公司有关制度规定开展，并严格履行信息披露义务。

公司股东会、董事会、监事会、职工代表会议的召集、召开、表决程序符合有关法律、法规的要求，且均严格按照相关法律法规，履行各自的权利和义务，公司重大生产经营决策、投资决策及财务决策均按照《公司章程》及有关内控制度规定的程序和规则进行。

截至报告期末，上述机构和人员依法运作，未出现违法、违规现象和重大缺陷，能够切实履行应尽的职责和义务。

（二） 内部监督机构对监督事项的意见

报告期内，监事会严格按照《公司法》、《公司章程》、《监事会制度》和有关法律法规的要求，从切实维护公司利益和股东权益出发，认真履行监督职责。监事会在报告期内的监督活动中未发现公司存在重大风险事项，监事会对报告期内的监督事项无异议。

（三） 公司保持独立性、自主经营能力的说明

公司严格按照《公司法》、《公司章程》等法律法规及各项管理制度规范运作，逐步完善法人治理结构，在业务、资产、人员、财务、机构等方面均具有独立性，具有完整的业务体系及面向市场独立、自主经营的能力：

1.业务独立：公司及公司的子公司拥有独立完整的业务体系，能够面向市场独立经营，独立核算和决策，独立承担责任与风险，未受到公司控股股东的干涉、控制，亦未因与公司控股股东及其控制的其他企业之间存在关联关系而使公司经营自主权的完整性、独立性受到不良影响。

2.人员独立：公司董事、监事及高级管理人员均按照《公司法》及公司《公司章程》合法产生；公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在控股股东及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其它职务，未在控股股东及其控制的其他企业中领薪；公司财务人员未在控股股东及其控制的其他企业中兼职。

3.资产完整及独立：公司合法拥有与目前业务有关的办公场所、设备以及商标等资产的所有权或使用权。公司独立拥有该资产，不存在被股东单位或其他关联方占用的情形。

4.机构独立：公司已依法建立健全股东会、董事会、监事会等机构，聘请了总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员在内的高级管理层，公司独立行使经营管理职权，独立于公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在机构混同的情形。公司的办公场所独立于股东单位，不存在混合经营、合署办公的情形。

5.财务独立：公司设立了独立的财务会计部门，并依据《中华人民共和国会计法》、《企业会计准则》建立了独立的财务核算体系和规范的财务管理制度，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度。公司在银行独立开立账户，依法进行纳税申报和履行纳税义务，独立对外签订合同，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其它企业共用银行账户的情形。

（四） 对重大内部管理制度的评价

1.内部控制制度建设情况

根据《公司法》、《企业内部控制基本规范》等相关法律法规要求，公司制定了内部管理制度，并结合公司实际情况和未来发展状况，依照制度规范公司治理，有效执行内部控制。

2.董事会关于内部控制的说明

经董事会评估认为：公司现行的内部管理制度均是依据《公司法》、《公司章程》和其他相关法律法规的规定，结合公司自身的实际情况制定的，符合立足公司长期发展对内部管理、财务管理等规范的要求，在完整性和合理性方面不存在重大缺陷。董事会和管理层在确保业务运作效率的基础上还建立了一定层级的审批授权、职责分离、监督汇报等内部控制工作，并开展持续有效的监督工作，定期对内部管理及风险控制进行有效评估，部署战略。由于内部控制是一项长期而持续的系统工程，需要根据公司所处行业、经营现状和发展情况不断调整、完善。

（1）关于会计核算体系：报告期内，公司严格按照国家法律法规关于会计核算的规定，结合公司自身情况制定会计核算的具体细节制度，并按照要求进行独立核算，保证公司正常开展会计核算工作。

（2）关于财务管理体系：报告期内，公司严格贯彻和落实各项公司财务管理制度，在国家政策及制度的指引下，做到有序工作、严格管理，继续完善公司财务管理体系。

（3）关于风险控制体系：报告期内，公司紧紧围绕企业风险控制，在有效分析市场风险、政策风险、经营风险、法律风险等的前提下，采取防范、控制、严格管理等措施，从企业规范的角度持续完善风险控制体系。

报告期内未发现上述管理制度存在重大缺陷。

四、 投资者保护

（一）实行累积投票制的情况

适用 不适用

（二）提供网络投票的情况

适用 不适用

（三）表决权差异安排

适用 不适用

第七节 财务会计报告

一、 审计报告

是否审计	是	
审计意见	无保留意见	
审计报告中的特别段落	<input checked="" type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> 强调事项段 <input type="checkbox"/> 其他事项段 <input type="checkbox"/> 持续经营重大不确定性段落 <input type="checkbox"/> 其他信息段落中包含其他信息存在未更正重大错报说明	
审计报告编号	国府审字（2026）第 01220022 号	
审计机构名称	北京国府嘉盈会计师事务所（特殊普通合伙）	
审计机构地址	北京市通州区滨惠北一街 3 号院 1 号楼 1 层 1-8-379	
审计报告日期	2026 年 4 月 13 日	
签字注册会计师姓名及连续签字年限	王非达	谢新华
	1 年	5 年
会计师事务所是否变更	是	
会计师事务所连续服务年限	1 年	
会计师事务所审计报酬（万元）	18	

审 计 报 告

国府审字（2026）第 01220022 号

淳博（上海）文化传播股份有限公司全体股东：

一、 审计意见

我们审计了淳博（上海）文化传播股份有限公司（以下简称“淳博传播公司”）财务报表，包括 2025 年 12 月 31 日的合并及公司资产负债表，2025 年度的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及相关财务报表附注。

我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了淳博传播公司 2025 年 12 月 31 日合并及公司的财务状况以及 2025 年度合并及公司的经营成果和现金流量。

二、 形成审计意见的基础

我们按照中国注册会计师审计准则的规定执行了审计工作。审计报告的“注册会计师对财务报表审计的责任”部分进一步阐述了我们在这些准则下的责任。按照中国注册会计师职业道德守则，我们独立于淳博传播公司，并履行了职业道德方面的其他责任。我们相信，我们获取的审计证据是充分、适当的，为发表审计意见提供了基础。

三、 关键审计事项

关键审计事项是我们根据职业判断，认为对本期财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，我们不对这些事项单独发表意见。我们确定下列事项是需要在审计报告中沟通的关键审计事项：

（一）收入确认

关键审计事项	在审计中如何应对该事项
<p>相关信息披露详见财务报表附注四、21 和六、26。2025 年度，淳博传播公司营业收入来源于数字营销传播服务、传统营销传播服务、广告业务投放服务，计人民币 755,696,120.90 元。</p> <p>由于营业收入是淳博传播公司的关键业绩指标之一，从而存在管理层为达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，我们将淳博传播公司收入确认识别作为关键审计事项。</p>	<p>我们针对这一关键审计事项执行的主要审计程序如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> （1）了解、评估并测试了与营业收入确认相关的内部控制； （2）检查营业收入确认的会计政策，检查并复核重大客户合同及关键性合同条款； （3）选取营业收入项目样本，检查项目合同执行情况，并检查核对业务合同台账、框架合同、发票、结算单据等的真实性、准确性； （4）检查主要营业收入项目已经完成的相关证据，如客户验收结算单、发布成果等，确定收入交易真实性及收入确认时点的准确性； （5）分析营业收入总体毛利率及重大项目毛利率的合理性； （6）对主要客户选取样本实施函证程序，确定收入交易的真实性、准确性； （7）针对资产负债表日前后记录的收入交易，进行截止性测试，评估收入确认是否记录在恰当的会计期间。

（二）应收账款坏账准备

关键审计事项	在审计中如何应对该事项
<p>相关信息披露详见财务报表附注四、10 和六、2。2025 年 12 月 31 日，淳博传播公司应收账款余额人民币 241,623,901.66 元，已计提坏账准备人民币 15,348,239.42 元，应收账款账面价值为人民币 226,275,662.24。</p> <p>由于应收账款余额重大且坏账准备的减值测试亦涉及重大的管理层判断，因此我们将其作为关键审计事项进行关注。</p>	<p>我们针对这一关键审计事项执行的主要审计程序如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> （1）了解与应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性； （2）向管理层了解对客户的信用风险评估及管理过程，检查已核销的应收账款坏账，核销的依据是否充分合理； （3）获取应收账款账龄分析表，对长账龄的应收款项逐笔分析，向公司管理层了解逾期原因、收款风险，拟采取的收款措施等情况； （4）结合应收账款函证以及期后回款情况，评价管理层计提坏账准备和减值准备的合理性； （5）分析应收账款坏账准备会计估计的合理性，包括分组依据，重大金额的判断，单独计提坏账准备的判断，计提比例的确定等； （6）检查与应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

四、其他信息

淳博传播公司管理层（以下简称“管理层”）对其他信息负责。其他信息包括淳博传播公司 2025

年年度报告中涵盖的信息，但不包括财务报表和我们的审计报告。

我们对财务报表发表的审计意见不涵盖其他信息，我们也不对其他信息发表任何形式的鉴证结论。

结合我们对财务报表的审计，我们的责任是阅读其他信息，在此过程中，考虑其他信息是否与财务报表或我们在审计过程中了解到的情况存在重大不一致或者似乎存在重大错报。

基于我们已执行的工作，如果我们确定其他信息存在重大错报，我们应当报告该事实。在这方面，我们无任何事项需要报告。

五、 管理层和治理层对财务报表的责任

淳博传播公司管理层负责按照企业会计准则的规定编制财务报表，使其实现公允反映，并设计、执行和维护必要的内部控制，以使财务报表不存在由于舞弊或错误导致的重大错报。

在编制财务报表时，管理层负责评估淳博传播公司的持续经营能力，披露与持续经营相关的事项（如适用），并运用持续经营假设，除非管理层计划清算淳博传播公司、终止运营或别无其他现实的选择。

治理层负责监督淳博传播公司的财务报告过程。

六、 注册会计师对财务报表审计的责任

我们的目标是对财务报表整体是否不存在由于舞弊或错误导致的重大错报获取合理保证，并出具包含审计意见的审计报告。合理保证是高水平的保证，但并不能保证按照审计准则执行的审计在某一重大错报存在时总能发现。错报可能由于舞弊或错误导致，如果合理预期错报单独或汇总起来可能影响财务报表使用者依据财务报表作出的经济决策，则通常认为错报是重大的。

在按照审计准则执行审计工作的过程中，我们运用职业判断，并保持职业怀疑。同时，我们也执行以下工作：

（一）识别和评估由于舞弊或错误导致的财务报表重大错报风险，设计和实施审计程序以应对这些风险，并获取充分、适当的审计证据，作为发表审计意见的基础。由于舞弊可能涉及串通、伪造、故意遗漏、虚假陈述或凌驾于内部控制之上，未能发现由于舞弊导致的重大错报的风险高于未能发现由于错误导致的重大错报的风险。

（二）了解与审计相关的内部控制，以设计恰当的审计程序，但目的并非对内部控制的有效性发表意见。

（三）评价管理层选用会计政策的恰当性和作出会计估计及相关披露的合理性。

（四）对管理层使用持续经营假设的恰当性得出结论。同时，根据获取的审计证据，就可能导致对淳博传播公司持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况是否存在重大不确定性得出结论。如果我们得出结论认为存在重大不确定性，审计准则要求我们在审计报告中提请报表使用者注意财务报表中的相关披露；如果披露不充分，我们应当发表非无保留意见。我们的结论基于截至审计报告日可获得的信息。然而，未来的事项或情况可能导致淳博传播公司不能持续经营。

（五）评价财务报表的总体列报、结构和内容，并评价财务报表是否公允反映相关交易和事项。

（六）就淳博传播公司中实体或业务活动的财务信息获取充分、适当的审计证据，以对财务报表发表意见。我们负责指导、监督和执行集团审计。我们对审计意见承担全部责任。

我们与治理层就计划的审计范围、时间安排和重大审计发现等事项进行沟通，包括沟通我们在审

计中识别出的值得关注的内部控制缺陷。

我们还就已遵守与独立性相关的职业道德要求向治理层提供声明，并与治理层沟通可能被合理认为影响我们独立性的所有关系和其他事项，以及相关的防范措施（如适用）。

从与治理层沟通过的事项中，我们确定哪些事项对本期财务报表审计最为重要，因而构成关键审计事项。我们在审计报告中描述这些事项，除非法律法规禁止公开披露这些事项，或在极少数情形下，如果合理预期在审计报告中沟通某事项造成的负面后果超过在公众利益方面产生的益处，我们确定不应在审计报告中沟通该事项。

二、 财务报表

（一） 合并资产负债表

单位：元

项目	附注	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	六、1	73,725,802.72	54,394,935.18
结算备付金			
拆出资金			
交易性金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	六、2	226,275,662.24	152,337,265.78
应收款项融资			
预付款项	六、3	67,027,404.96	58,216,796.15
应收保费			
应收分保账款			
应收分保合同准备金			
其他应收款	六、4	2,965,130.79	3,360,079.89
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货	六、5	23,277,726.86	7,918,057.86
其中：数据资源			
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	六、6	612,237.86	182,647.89
流动资产合计		393,883,965.43	276,409,782.75
非流动资产：			
发放贷款及垫款			
债权投资			
其他债权投资			

长期应收款			
长期股权投资			
其他权益工具投资	六、7	725,520.00	20,160.00
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产	六、8	1,313,175.76	475,242.91
在建工程			
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产	六、9	9,642,818.58	11,921,914.33
无形资产			
其中：数据资源			
开发支出			
其中：数据资源			
商誉			
长期待摊费用	六、10	870,818.04	1,523,932.08
递延所得税资产	六、11	4,460,172.95	6,074,936.18
其他非流动资产			
非流动资产合计		17,012,505.33	20,016,185.50
资产总计		410,896,470.76	296,425,968.25
流动负债：			
短期借款	六、12	159,140,102.76	74,573,089.23
向中央银行借款			
拆入资金			
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	六、13	30,413,577.04	17,867,107.03
预收款项			
合同负债	六、14	13,228,342.83	4,655,146.48
卖出回购金融资产款			
吸收存款及同业存放			
代理买卖证券款			
代理承销证券款			
应付职工薪酬	六、15	1,732,706.42	1,445,165.10
应交税费	六、16	7,113,229.72	8,751,792.43
其他应付款	六、17	3,769,640.83	2,837,981.74
其中：应付利息			
应付股利			
应付手续费及佣金			
应付分保账款			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	六、18	3,052,470.93	2,800,496.61

其他流动负债	六、19	765,800.56	279,308.79
流动负债合计		219,215,871.09	113,210,087.41
非流动负债：			
保险合同准备金			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债	六、20	8,555,585.74	11,465,410.10
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债	六、11		2,980,478.58
其他非流动负债			
非流动负债合计		8,555,585.74	14,445,888.68
负债合计		227,771,456.83	127,655,976.09
所有者权益（或股东权益）：			
股本	六、21	35,271,600.00	35,271,600.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积	六、22	1,706,580.89	1,706,580.89
减：库存股			
其他综合收益	六、23	-582,360.00	-584,880.00
专项储备			
盈余公积	六、24	13,478,318.55	11,708,615.17
一般风险准备			
未分配利润	六、25	131,495,807.20	120,111,656.14
归属于母公司所有者权益（或股东权益） 合计		181,369,946.64	168,213,572.20
少数股东权益		1,755,067.29	556,419.96
所有者权益（或股东权益）合计		183,125,013.93	168,769,992.16
负债和所有者权益（或股东权益）总计		410,896,470.76	296,425,968.25

法定代表人：叶子

主管会计工作负责人：毛佳臣

会计机构负责人：阮莉萍

(二) 母公司资产负债表

单位：元

项目	附注	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金		53,926,149.17	25,904,594.25
交易性金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	十五、1	213,783,656.31	141,949,100.86
应收款项融资			
预付款项		41,366,576.64	52,957,530.63
其他应收款	十五、2	2,563,958.40	3,144,213.37
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货		23,277,726.86	7,820,412.76
其中：数据资源			
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产			0.00
流动资产合计		334,918,067.38	231,775,851.87
非流动资产：			
债权投资			
其他债权投资			
长期应收款			
长期股权投资	十五、3	5,891,900.00	3,891,900.00
其他权益工具投资		23,520.00	20,160.00
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产		1,078,951.13	224,353.85
在建工程			
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产		9,642,818.58	11,921,914.33
无形资产			
其中：数据资源			
开发支出			
其中：数据资源			
商誉			
长期待摊费用		870,818.04	1,523,932.08
递延所得税资产		4,386,629.99	5,969,264.13

其他非流动资产			
非流动资产合计		21,894,637.74	23,551,524.39
资产总计		356,812,705.12	255,327,376.26
流动负债：			
短期借款		141,123,811.10	59,555,172.57
交易性金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款		20,533,558.30	18,343,080.65
预收款项			
卖出回购金融资产款			
应付职工薪酬		825,794.78	692,365.12
应交税费		6,216,698.19	8,271,847.83
其他应付款		50,269,261.50	30,871,906.84
其中：应付利息			
应付股利			
合同负债		445,990.73	1,605,582.42
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债		3,052,470.93	2,800,496.61
其他流动负债		26,759.44	96,334.95
流动负债合计		222,494,344.97	122,236,786.99
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债	租赁负债	8,555,585.74	11,465,410.10
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			2,980,478.58
其他非流动负债			
非流动负债合计		8,555,585.74	14,445,888.68
负债合计		231,049,930.71	136,682,675.67
所有者权益（或股东权益）：			
股本		35,271,600.00	35,271,600.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积		1,706,580.89	1,706,580.89
减：库存股			
其他综合收益		-582,360.00	-584,880.00

专项储备			
盈余公积		13,478,318.55	11,708,615.17
一般风险准备			
未分配利润		75,888,634.97	70,542,784.53
所有者权益（或股东权益）合计		125,762,774.41	118,644,700.59
负债和所有者权益（或股东权益）合计		356,812,705.12	255,327,376.26

(三) 合并利润表

单位：元

项目	附注	2025 年	2024 年
一、营业总收入		755,696,120.90	500,174,467.12
其中：营业收入	六、26	755,696,120.90	500,174,467.12
利息收入			
已赚保费			
手续费及佣金收入			
二、营业总成本		723,326,084.58	473,811,811.03
其中：营业成本	六、26	644,824,089.06	411,024,883.99
利息支出			
手续费及佣金支出			
退保金			
赔付支出净额			
提取保险责任准备金净额			
保单红利支出			
分保费用			
税金及附加	六、27	723,197.84	850,702.90
销售费用	六、28	45,803,859.02	34,062,200.01
管理费用	六、29	20,414,665.90	24,955,134.31
研发费用	六、30	7,539,003.40	1,185,016.07
财务费用	六、31	4,021,269.36	1,733,873.75
其中：利息费用		3,665,739.16	1,739,902.90
利息收入		85,930.18	257,355.97
加：其他收益	六、32	917,184.20	85,460.15
投资收益（损失以“-”号填列）	六、33	169,528.69	135,016.52
其中：对联营企业和合营企业的投资收益（损失以“-”号填列）			
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）			
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
信用减值损失（损失以“-”号填列）	六、34	-5,990,201.08	-1,703,287.72

资产减值损失（损失以“-”号填列）			
资产处置收益（损失以“-”号填列）	六、35	-1,853.82	-22.96
三、营业利润（亏损以“-”号填列）		27,464,694.31	24,879,822.08
加：营业外收入	六、36	807,601.69	472,734.57
减：营业外支出	六、37	1,643.70	25,791.55
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）		28,270,652.30	25,326,765.10
减：所得税费用	六、38	3,336,670.53	3,813,661.56
五、净利润（净亏损以“-”号填列）		24,933,981.77	21,513,103.54
其中：被合并方在合并前实现的净利润			
（一）按经营持续性分类：	-	-	-
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）		24,933,981.77	21,513,103.54
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
（二）按所有权归属分类：	-	-	-
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）		1,198,647.33	-418,199.14
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）		23,735,334.44	21,931,302.68
六、其他综合收益的税后净额	六、39	2,520.00	-33,600.00
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额		2,520.00	-33,600.00
1.不能重分类进损益的其他综合收益		2,520.00	-33,600.00
（1）重新计量设定受益计划变动额			
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益			
（3）其他权益工具投资公允价值变动		2,520.00	-33,600.00
（4）企业自身信用风险公允价值变动			
（5）其他			
2.将重分类进损益的其他综合收益			
（1）权益法下可转损益的其他综合收益			
（2）其他债权投资公允价值变动			
（3）金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
（4）其他债权投资信用减值准备			
（5）现金流量套期储备			
（6）外币财务报表折算差额			
（7）其他			
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额			
七、综合收益总额		24,936,501.77	21,479,503.54
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额		23,737,854.44	21,897,702.68
（二）归属于少数股东的综合收益总额		1,198,647.33	-418,199.14
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）		0.6729	0.6218
（二）稀释每股收益（元/股）		0.6729	0.6218

法定代表人：叶子

主管会计工作负责人：毛佳臣

会计机构负责人：阮莉萍

(四) 母公司利润表

单位：元

项目	附注	2025 年	2024 年
一、营业收入	十五、4	659,791,265.29	465,733,051.50
减：营业成本	十五、4	580,086,805.86	404,510,392.25
税金及附加		466,198.69	716,927.10
销售费用		36,315,366.30	22,403,860.56
管理费用		14,600,223.99	20,556,412.74
研发费用		10,421,176.58	821,652.23
财务费用		3,499,828.49	1,688,239.63
其中：利息费用		3,234,378.05	1,641,050.68
利息收入		62,593.65	126,340.45
加：其他收益		853,544.21	47,723.58
投资收益（损失以“-”号填列）	十五、5	10,445,282.28	11,847,981.96
其中：对联营企业和合营企业的投资收益 （损失以“-”号填列）			
以摊余成本计量的金融资产终止确 认收益（损失以“-”号填列）			
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
信用减值损失（损失以“-”号填列）		-5,973,492.04	-1,028,011.64
资产减值损失（损失以“-”号填列）		-	
资产处置收益（损失以“-”号填列）			-22.96
二、营业利润（亏损以“-”号填列）		19,726,999.83	25,903,237.93
加：营业外收入		650,599.75	432,732.59
减：营业外支出		680.33	7,225.89
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）		20,376,919.25	26,328,744.63
减：所得税费用		2,679,885.43	3,366,098.33
四、净利润（净亏损以“-”号填列）		17,697,033.82	22,962,646.30
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）		17,697,033.82	22,962,646.30
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
五、其他综合收益的税后净额		2,520.00	-33,600.00
（一）不能重分类进损益的其他综合收益		2,520.00	-33,600.00
1.重新计量设定受益计划变动额			
2.权益法下不能转损益的其他综合收益			
3.其他权益工具投资公允价值变动		2,520.00	-33,600.00
4.企业自身信用风险公允价值变动			
5.其他			
（二）将重分类进损益的其他综合收益			
1.权益法下可转损益的其他综合收益			
2.其他债权投资公允价值变动			

3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
4.其他债权投资信用减值准备			
5.现金流量套期储备			
6.外币财务报表折算差额			
7.其他			
六、综合收益总额		17,699,553.82	22,929,046.30
七、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）			
（二）稀释每股收益（元/股）			

(五) 合并现金流量表

单位：元

项目	附注	2025 年	2024 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金		754,342,479.71	514,326,214.22
客户存款和同业存放款项净增加额			-
向中央银行借款净增加额			
向其他金融机构拆入资金净增加额			
收到原保险合同保费取得的现金			
收到再保险业务现金净额			
保户储金及投资款净增加额			
收取利息、手续费及佣金的现金			
拆入资金净增加额			
回购业务资金净增加额			
代理买卖证券收到的现金净额			
收到的税费返还		9,796.75	-
收到其他与经营活动有关的现金	六、40	23,576,621.57	6,544,194.51
经营活动现金流入小计		777,928,898.03	520,870,408.73
购买商品、接受劳务支付的现金		728,472,143.80	493,696,915.62
客户贷款及垫款净增加额			
存放中央银行和同业款项净增加额			
支付原保险合同赔付款项的现金			
为交易目的而持有的金融资产净增加额			
拆出资金净增加额			
支付利息、手续费及佣金的现金			
支付保单红利的现金			
支付给职工以及为职工支付的现金		60,200,683.50	48,245,428.34
支付的各项税费		11,046,887.53	7,815,419.77
支付其他与经营活动有关的现金	六、40	22,181,656.41	13,063,469.79
经营活动现金流出小计		821,901,371.24	562,821,233.52
经营活动产生的现金流量净额		-43,972,473.21	-41,950,824.79

二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		105,500,000.00	65,020,000.00
取得投资收益收到的现金		169,528.69	135,016.52
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		35.00	3,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计		105,669,563.69	65,158,016.52
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金		1,030,347.57	161,876.42
投资支付的现金		106,202,000.00	63,500,000.00
质押贷款净增加额			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计		107,232,347.57	63,661,876.42
投资活动产生的现金流量净额		-1,562,783.88	1,496,140.10
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			890,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			890,000.00
取得借款收到的现金		206,000,000.00	88,944,466.81
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金	六、40	8,400,000.00	9,330,000.00
筹资活动现金流入小计		214,400,000.00	99,164,466.81
偿还债务支付的现金		121,494,466.81	34,450,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		13,675,163.58	5,869,664.25
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金	六、40	14,271,862.00	10,302,949.92
筹资活动现金流出小计		149,441,492.39	50,622,614.17
筹资活动产生的现金流量净额		64,958,507.61	48,541,852.64
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		-92,382.98	-45,597.94
五、现金及现金等价物净增加额		19,330,867.54	8,041,570.01
加：期初现金及现金等价物余额		54,394,935.18	46,353,365.17
六、期末现金及现金等价物余额		73,725,802.72	54,394,935.18

法定代表人：叶子

主管会计工作负责人：毛佳臣

会计机构负责人：阮莉萍

(六) 母公司现金流量表

单位：元

项目	附注	2025 年	2024 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金		564,159,851.27	460,155,834.10
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金		21,021,955.03	3,394,352.83

经营活动现金流入小计		585,181,806.30	463,550,186.93
购买商品、接受劳务支付的现金		610,783,110.61	485,653,765.89
支付给职工以及为职工支付的现金		42,508,259.60	33,293,852.19
支付的各项税费		7,563,055.57	6,733,181.76
支付其他与经营活动有关的现金		22,893,108.74	8,763,907.59
经营活动现金流出小计		683,747,534.52	534,444,707.43
经营活动产生的现金流量净额		-98,565,728.22	-70,894,520.50
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		100,500,000.00	56,020,000.00
取得投资收益收到的现金		10,445,282.28	11,847,981.96
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		-	3,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计		110,945,282.28	67,870,981.96
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金		1,028,048.57	145,864.00
投资支付的现金		102,500,000.00	54,500,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			1,520,000.00
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计		103,528,048.57	56,165,864.00
投资活动产生的现金流量净额		7,417,233.71	11,705,117.96
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
取得借款收到的现金		178,000,000.00	73,944,466.81
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金		139,780,900.00	60,640,000.00
筹资活动现金流入小计		317,780,900.00	134,584,466.81
偿还债务支付的现金		96,494,466.81	34,450,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		13,242,177.47	5,834,247.58
支付其他与筹资活动有关的现金		88,874,206.29	27,653,709.92
筹资活动现金流出小计		198,610,850.57	67,937,957.50
筹资活动产生的现金流量净额		119,170,049.43	66,646,509.31
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		-	
五、现金及现金等价物净增加额		28,021,554.92	7,457,106.77
加：期初现金及现金等价物余额		25,904,594.25	18,447,487.48
六、期末现金及现金等价物余额		53,926,149.17	25,904,594.25

(七) 合并股东权益变动表

单位：元

项目	2025 年												
	归属于母公司所有者权益										少数股东权益	所有者权益合计	
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备			未分配利润
	优先股	永续债	其他										
一、上年期末余额	35,271,600.00				1,706,580.89		-584,880.00	-	11,708,615.17		120,111,656.14	556,419.96	168,769,992.16
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	35,271,600.00				1,706,580.89		-584,880.00	-	11,708,615.17		120,111,656.14	556,419.96	168,769,992.16
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）							2,520.00		1,769,703.38		11,384,151.06	1,198,647.33	14,355,021.77
（一）综合收益总额							2,520				23,735,334.44	1,198,647.33	24,936,501.77
（二）所有者投入和减少资本													
1. 股东投入的普通股													
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益													

的金额													
4. 其他													
（三）利润分配							1,769,703.38	-12,351,183.38				-10,581,480.00	
1. 提取盈余公积							1,769,703.38	-1,769,703.38				-	
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者（或股东）的分配								-10,581,480.00				-10,581,480.00	
4. 其他													
（四）所有者权益内部结转													
1.资本公积转增资本（或股本）													
2.盈余公积转增资本（或股本）													
3.盈余公积弥补亏损													
4.设定受益计划变动额结转留存收益													
5.其他综合收益结转留存收益													
6.其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他													
四、本年期末余额	35,271,600.00				1,706,580.89		-582,360.00		13,478,318.55		131,495,807.20	1,755,067.29	183,125,013.93

项目	2024 年												
	归属于母公司所有者权益										少数股东权益	所有者权益合计	
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备			未分配利润
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	35,271,600.00				1,706,580.89		-551,280.00		9,412,350.54		104,709,210.09		150,548,461.52
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	35,271,600.00	-	-	-	1,706,580.89	-	-551,280.00	-	9,412,350.54		104,709,210.09	-	150,548,461.52
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	-	-	-	-33,600.00	-	2,296,264.63		15,402,446.05	556,419.96	18,221,530.64
（一）综合收益总额							-33,600.00				21,931,302.68	-418,199.14	21,479,503.54
（二）所有者投入和减少资本												890,000.00	890,000.00
1. 股东投入的普通股												890,000.00	890,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益的金额													
4. 其他													
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	2,296,264.63		-6,528,856.63	84,619.10	-4,147,972.90

1. 提取盈余公积								2,296,264.63		-2,296,264.63			-
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者（或股东）的分配										-4,232,592.00	84,619.10		-4,147,972.90
4. 其他													
（四）所有者权益内部结转													
1. 资本公积转增资本（或股本）													
2. 盈余公积转增资本（或股本）													
3. 盈余公积弥补亏损													
4. 设定受益计划变动额结转留存收益													
5. 其他综合收益结转留存收益													
6. 其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他													
四、本年期末余额	35,271,600.00				1,706,580.89		-584,880.00	-	11,708,615.17		120,111,656.14	556,419.96	168,769,992.16

法定代表人：叶子

主管会计工作负责人：毛佳臣

会计机构负责人：阮莉萍

(八) 母公司股东权益变动表

单位：元

项目	2025 年											
	股本	其他权益工具			资本公积	减： 库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般 风险 准备	未分配利润	所有者权益合 计
		优 先 股	永 续 债	其 他								
一、上年期末余额	35,271,600.00	-	-	-	1,706,580.89		-584,880.00		11,708,615.17		70,542,784.53	118,644,700.59
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	35,271,600.00	-	-	-	1,706,580.89		-584,880.00		11,708,615.17		70,542,784.53	118,644,700.59
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)							2,520.00	-	1,769,703.38		5,345,850.44	7,118,073.82
(一) 综合收益总额							2,520.00				17,697,033.82	17,699,553.82
(二) 所有者投入和减少资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												

（三）利润分配									1,769,703.38	-12,351,183.38	-10,581,480.00
1. 提取盈余公积									1,769,703.38	-1,769,703.38	-
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者（或股东）的分配										-10,581,480.00	-10,581,480.00
4. 其他											
（四）所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本（或股本）											
2. 盈余公积转增资本（或股本）											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 设定受益计划变动额结转留存收益											
5. 其他综合收益结转留存收益											
6. 其他											
（五）专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
（六）其他											
四、本期末余额	35,271,600.00	-	-	-	1,706,580.89	-	-582,360.00	-	13,478,318.55	75,888,634.97	125,762,774.41

项目	2024 年											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库 存股	其他综合收 益	专项 储备	盈余公积	一般风 险准备	未分配利润	所有者权益合 计
		优先 股	永续 债	其他								
一、上年期末余额	35,271,600.00	-	-	-	1,706,580.89		-551,280.00		9,412,350.54		54,108,994.86	99,948,246.29
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	35,271,600.00	-	-	-	1,706,580.89	-	-551,280.00	-	9,412,350.54	-	54,108,994.86	99,948,246.29
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)	-	-	-	-			-33,600.00		2,296,264.63		16,433,789.67	18,696,454.30
(一) 综合收益总额							-33,600.00				22,962,646.30	22,929,046.30
(二) 所有者投入和减少 资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投 入资本												
3. 股份支付计入所有者权 益的金额												
4. 其他												
(三) 利润分配	-	-	-	-					2,296,264.63		-6,528,856.63	-4,232,592.00
1. 提取盈余公积									2,296,264.63		-2,296,264.63	-
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的 分配											-4,232,592.00	-4,232,592.00

4. 其他												
（四）所有者权益内部结转												
1.资本公积转增资本（或股本）												
2.盈余公积转增资本（或股本）												
3.盈余公积弥补亏损												
4.设定受益计划变动额结转留存收益												
5.其他综合收益结转留存收益												
6.其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	35,271,600.00	-	-	-	1,706,580.89		-584,880.00		11,708,615.17		70,542,784.53	118,644,700.59

淳博（上海）文化传播股份有限公司 2025 年度财务报表附注 (除特别说明外，金额单位为人民币元)

一、 公司基本情况

1、 历史沿革

(1) 淳博（上海）文化传播股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）成立于2010年2月3日，曾用名上海淳博企业管理有限公司（以下简称“有限公司”）。2010年1月19日，徐翔、方媛签署《公司章程》，约定共同出资50万元设立上海淳博企业管理有限公司，其中徐翔25万元、方媛25万元，上述出资均为货币出资。上海淳博企业管理有限公司设立时，股东及股权结构情况如下：

投资者名称	投入资本（万元）	出资方式	股权比例（%）
徐 翔	25.00	货币	50.00
方 媛	25.00	货币	50.00
合 计	50.00		100.00

首次出资由正道会计师事务所（上海）有限公司审验，并于2010年1月27日出具了正道验字（2010）第319号验资报告。

(2) 2011年1月20日，公司临时股东会会议形成决议，同意：自然人马犁分别受让股东方媛人民币25.00万元、股东徐翔9.59万元的股权；自然人叶子、叶晓震分别受让股东徐翔人民币5.09万元、6.73万元的股权；同时增加注册资本60.00万元。本次股权变动后，公司股东持股情况如下：

投资者名称	投入资本（万元）	出资方式	股权比例（%）
马 犁	76.0980	货币	69.18
叶晓震	14.8060	货币	13.46
叶 子	11.1980	货币	10.18
徐 翔	7.8980	货币	7.18
合 计	110.0000		100.00

本次增资由上海佳安会计师事务所有限公司审验，并于2011年2月10日出具了佳安会验（2011）第472号验资报告。

(3) 2015年8月24日，公司临时股东会会议形成决议，同意：增加注册资本490.00万元。本次增资后，公司股东持股情况如下：

投资者名称	投入资本（万元）	出资方式	股权比例（%）
上海淳皓投资有限公司	370.0000	货币	61.67
马 犁	78.3792	货币	13.06
叶晓震	18.3274	货币	3.06

投资者名称	投入资本（万元）	出资方式	股权比例（%）
叶 子	48.8726	货币	8.15
徐 翔	18.3854	货币	3.07
洪巧萍	12.2183	货币	2.04
何星如	9.6000	货币	1.60
许秀华	3.6655	货币	0.61
晏 健	20.9453	货币	3.49
陈晓颖	11.0544	货币	1.84
马静媛	1.3962	货币	0.23
蔡 炜	1.7453	货币	0.29
方莹婷	1.7453	货币	0.29
吴嫣雯	1.2217	货币	0.20
李金宏	1.2799	货币	0.21
陆俊杰	1.1635	货币	0.19
合 计	600.0000		100.00

上述出资业经上海求信会计师事务所有限公司审验，并于2016年2月4日出具了求信会验字（2016）第3号验资报告予以验证。

（4）2015年12月25日，公司临时股东会会议形成决议，同意：增加注册资本66.6667万元，由上海淳旭投资合伙企业（有限合伙）以货币出资人民币500.00万元认缴，剩余部分人民币433.3333万元计入公司资本公积。上述增资于2016年1月28日完成。本次增资后，公司股东持股情况如下：

投资者名称	投入资本（万元）	出资方式	股权比例（%）
上海淳皓投资有限公司	370.0000	货币	55.50
马 犁	78.3792	货币	11.76
上海淳旭投资合伙企业（有限合伙）	66.6667	货币	10.00
叶 子	48.8726	货币	7.33
晏 健	20.9453	货币	3.14
徐 翔	18.3854	货币	2.76
叶晓震	18.3274	货币	2.75
洪巧萍	12.2183	货币	1.83
陈晓颖	11.0544	货币	1.66
何星如	9.6000	货币	1.44
许秀华	3.6655	货币	0.55
蔡 炜	1.7453	货币	0.26

投资者名称	投入资本（万元）	出资方式	股权比例（%）
方莹婷	1.7453	货币	0.26
马静媛	1.3962	货币	0.21
李金宏	1.2799	货币	0.19
吴嫣雯	1.2217	货币	0.18
陆俊杰	1.1635	货币	0.18
合 计	666.6667		100.00

上述出资业经上海求信会计师事务所有限公司审验，并于2016年2月4日出具了求信会验字（2016）第4号验资报告予以验证。

（5）2016年3月6日，上海淳博企业管理有限公司股东会通过了如下决议：同意将上海淳博企业管理有限公司依照《中华人民共和国公司法》的有关规定变更为淳博（上海）文化传播股份有限公司。根据决议，2016年1月31日的净资产以发起设立的方式申请变更为股份有限公司，股份公司总股本拟设置为2100万股，均为每股面值1元人民币普通股。经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的中兴财光华审会字（2016）第304156号审计报告确认，上海淳博企业管理有限公司2016年1月31日的净资产22,578,180.89元，其中实收资本6,666,667.00元，资本公积8,004,901.24元，盈余公积735,069.25元，未分配利润7,171,543.40元。按净资产1.08:1的比例折股而成，全部股份由上海淳博企业管理有限公司原股东以原持股比例全额认购。变更后，公司股东持股情况如下：

股东名称	投入资本（万元）	出资方式	股权比例（%）
上海淳皓投资有限公司	1,165.4999	净资产折股	55.50
马 犁	246.8945	净资产折股	11.76
上海淳旭投资合伙企业（有限合伙）	210.0001	净资产折股	10.00
叶 子	153.9487	净资产折股	7.33
晏 健	65.9777	净资产折股	3.14
徐 翔	57.9140	净资产折股	2.76
叶晓震	57.7313	净资产折股	2.75
洪巧萍	38.4876	净资产折股	1.83
陈晓颖	34.8214	净资产折股	1.66
何星如	30.2400	净资产折股	1.44
许秀华	11.5463	净资产折股	0.55
蔡 炜	5.4977	净资产折股	0.26
方莹婷	5.4977	净资产折股	0.26
马静媛	4.3980	净资产折股	0.21

股东名称	投入资本（万元）	出资方式	股权比例（%）
李金宏	4.0317	净资产折股	0.19
吴嫣雯	3.8484	净资产折股	0.18
陆俊杰	3.6650	净资产折股	0.18
合 计	2,100.0000		100.00

上述出资业经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）审验，并于2016年3月23日出具中兴财光华审验字（2016）第304036号验资报告予以验证。

（6）公司2016年11月9日第四次临时股东大会决议及修正后的章程规定，公司申请新增注册资本人民币180.00万元。由上海淳皓投资有限公司、马佶、高鹏、毛晨、刘俊栋五名股东出资。其中：上海淳皓投资有限公司认缴出资人民币812,500.00元，占新增注册资本45.14%，出资方式为货币；马佶认缴出资487,500.00元，占新增注册资本27.08%，出资方式为货币；高鹏认缴出资200,000.00元，占新增注册资本11.11%，出资方式为货币；毛晨认缴出资200,000.00元，占新增注册资本11.11%，出资方式为货币；刘俊栋认缴出资100,000.00元，占新增注册资本5.56%，出资方式为货币。变更后，公司股东持股情况如下：

股东名称	投入资本（元）	出资方式	股权比例（%）
上海淳皓投资有限公司	1,246.7499	净资产折股、 货币出资	54.68
马 犁	246.8945	净资产折股	10.83
上海淳旭投资合伙企业（有限合伙）	210.0001	净资产折股	9.21
叶 子	153.9487	净资产折股	6.75
晏 健	65.9777	净资产折股	2.89
徐 翔	57.9140	净资产折股	2.54
叶晓震	57.7313	净资产折股	2.53
洪巧萍	38.4876	净资产折股	1.69
陈晓颖	34.8214	净资产折股	1.53
何星如	30.2400	净资产折股	1.33
许秀华	11.5463	净资产折股	0.51
蔡 炜	5.4977	净资产折股	0.24
方莹婷	5.4977	净资产折股	0.24
马静媛	4.3980	净资产折股	0.19
李金宏	4.0317	净资产折股	0.18
吴嫣雯	3.8484	净资产折股	0.17
陆俊杰	3.6650	净资产折股	0.16

股东名称	投入资本（元）	出资方式	股权比例（%）
马 佶	48.7500	货币出资	2.14
高 鹏	20.0000	货币出资	0.88
毛 晨	20.0000	货币出资	0.88
刘俊栋	10.0000	货币出资	0.43
合 计	2,280.0000		100.00

上述出资业经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）审验，并于2016年11月29日出具中兴财光华审验字（2016）第304228号验资报告予以验证。

（7）公司2018年4月3日召开的2017年年度股东大会决议通过的2017年年度利润分配方案及2018年5月10日经公司2018年第二次临时股东大会决议修正后的章程规定，公司以资本公积金转增注册资本人民币684.00万元，以2,280.00万股为基准，向2018年5月17日股权登记日登记在册的股东每10股转增3股，共计转增684.00万股。转增后公司注册资本2,964.00万元。

（8）根据公司2019年11月12日召开的2019年第三次临时股东大会决议通过的2019年第三季度权益分派预案及修正后的公司章程规定，公司以资本公积金转增注册资本人民币563.16万元，以2,964.00万股为基准，向2019年11月21日股权登记日登记在册的股东每10股转增1.90股，共计转增563.16万股。转增后公司注册资本3,527.16万元。

本公司现已取得上海市市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为91310114550091680L的《营业执照》。

本公司营业期限：2010年02月03日至无固定期限。

住所：上海市嘉定区嘉戡公路328号7幢7层J1728室。

法定代表人：叶子。

经营范围：文化艺术交流策划，企业管理咨询，企业形象策划，企业营销策划，展览展示服务，会务服务，公关活动组织策划，商务咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），利用自有媒体发布广告，设计、制作、代理各类广告,日用百货、办公用品、服装服饰、化妆品的销售。【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】。

2016年8月10日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具股转系统函（2016）6454号，同意淳博（上海）文化传播股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌，证券简称：淳博传播，证券代码：839133。

本财务报表业经本公司董事会于2026年4月13日决议批准报出。

二、 财务报表的编制基础

1、 编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。此外，本公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定（2023 年修订）》披露有关财务信息。

根据企业会计准则的相关规定，本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

2、 持续经营

本公司在编制财务报表过程中，已全面评估本公司自资产负债表日起未来 12 个月的持续经营能力。本公司利用所有可获得的信息，包括近期获利经营的历史、通过银行融资等财务资源支持的信息作出评估后，合理预期本公司将有足够的资源在自资产负债表日起未来 12 个月内保持持续经营，本公司因而按持续经营基础编制本财务报表。

三、 遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2025 年 12 月 31 日的财务状况及 2025 年度的经营成果和现金流量等有关信息。

四、 重要会计政策和会计估计

1、 会计期间

本公司会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

2、 营业周期

正常营业周期是指本公司从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间。本公司以 12 个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

3、 记账本位币

人民币为本公司及境内子公司经营所处的主要经济环境中的货币，本公司及境内子公司以人民币为记账本位币。本公司编制本财务报表时所采用的货币为人民币。

4、重要性标准确定方法和选择依据

项 目	重要性标准
重要的单项计提坏账准备的应收款项	金额≥100 万元
账龄超过 1 年的重要应付账款	金额≥100 万元
重要的子公司	资产总额超过集团总资产 15%的子公司定义为重要子公司

5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

（1） 同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方取得的资产和负债均按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积（股本溢价）；资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。

合并方为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

（2） 非同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

对于非同一控制下的企业合并，合并成本包含购买日购买方为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值，为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他管理费用于发生时计入当期损益。购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。所涉及的或有对价按其在购买日的公允价值计入合并成本，购买日后 12 个月内出现对购买日已存在情况的新的或进一步证据而需要调整或有对价的，相应调整合并商誉。购买方发生的合并成本及在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，复核后合并成本仍小于合并中

取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

购买方取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日因不符合递延所得税资产确认条件而未予确认的，在购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，则确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产的，计入当期损益。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，根据《财政部关于印发企业会计准则解释第 5 号的通知》（财会[2012]19 号）和《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第五十一条关于“一揽子交易”的判断标准（参见本附注四、6、“控制的判断标准和合并财务报表的编制方法”（2）），判断该多次交易是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，参考本部分前面各段描述及本附注四、12“长期股权投资”进行会计处理；不属于“一揽子交易”的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

6、控制的判断标准和合并财务报表的编制方法

（1）控制的判断标准

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响该回报金额。合并范围包括本公司及全部子公司。子公司，是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及本公司所控制的结构化主体等）。

本公司在综合考虑所有相关事实和情况的基础上对是否控制被投资方进行判断，一旦相关事实和情况的变化导致上述控制定义涉及的相关要素发生了变化，本公司将进行重新评估。

（2）合并财务报表编制的方法

从取得子公司的净资产和生产经营决策的实际控制权之日起，本公司开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于处置的子公司，处置日前的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中；当期处置的子公司，不调整合并资产负债表的期初数。非同

一控制下企业合并增加的子公司，其购买日后的经营成果及现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，且不调整合并财务报表的期初数和对比数。同一控制下企业合并增加的子公司，其自合并当期期初至合并日的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，并且同时调整合并财务报表的对比数。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

公司内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。

子公司的股东权益及当期净损益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益及少数股东损益在合并财务报表中股东权益及净利润项下单独列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初股东权益中所享有的份额，仍冲减少数股东权益。

当因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时采用与该子公司直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。其后，对该部分剩余股权按照《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》或《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》等相关规定进行后续计量，详见本附注四、12“长期股权投资”或本附注四、9“金融工具”。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，需区分处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易是否属于一揽子交易。处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。不属于一揽子交易的，对其中的每一项交易视情况分别按照“不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资”（详见本附注四、12“长期股权投资”（2）④）和“因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权”（详见前段）适用的原则进行会计处理。处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有

该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

7、 现金及现金等价物的确定标准

本公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及本公司持有的期限短（一般为从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

8、 外币业务和外币报表折算

（1） 外币交易的折算方法

本公司发生的外币交易在初始确认时，按交易日的即期汇率（通常指中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价，下同）折算为记账本位币金额。

（2） 对于外币货币性项目和外币非货币性项目的折算方法

资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除：①属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理；以及②分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的外币货币性项目，除摊余成本（含减值）之外的其他账面余额变动产生的汇兑差额计入其他综合收益之外，均计入当期损益。

以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算的记账本位币金额计量。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

（3） 外币财务报表的折算方法

境外经营的外币财务报表按以下方法折算为人民币报表：资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；股东权益类项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。期初未分配利润为上一年折算后的期末未分配利润；期末未分配利润按折算后的利润分配各项目计算列示；折算后资产类项目与负债类项目和股东权益类项目合计数的差额，作为外币报表折算差额，确认为其他综合收益。处置境外经营并丧失控制权时，将资产负债表中股东权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

外币现金流量以及境外子公司的现金流量，采用现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

期初数和上期实际数按照上期财务报表折算后的数额列示。

在处置本公司在境外经营的全部所有者权益或因处置部分股权投资或其他原因丧失了对境外经营控制权时，将资产负债表中股东权益项目下列示的、与该境外经营相关的归属于母公司所有者权益的外币报表折算差额，全部转入处置当期损益。

在处置部分股权投资或其他原因导致持有境外经营权益比例降低但不丧失对境外经营控制权时，与该境外经营处置部分相关的外币报表折算差额将归属于少数股东权益，不转入当期损益。在处置境外经营为联营企业或合营企业的部分股权时，与该境外经营相关的外币报表折算差额，按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

如有实质上构成对境外经营净投资的外币货币性项目，在合并财务报表中，其因汇率变动而产生的汇兑差额，作为“外币报表折算差额”确认为其他综合收益；处置境外经营时，计入处置当期损益。

9、金融工具

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。当本公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量：①对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；②对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。金融资产和金融负债的后续计量取决于其分类。

金融资产或金融负债满足下列条件之一的，表明持有目的是交易性的：①取得相关金融资产或承担相关金融负债的目的，主要是为了近期内出售或回购；②初始确认时属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式；③属于衍生工具，但符合财务担保合同定义的衍生工具以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外。

（1）债务工具

债务工具是指从发行方角度分析符合金融负债定义的工具。债务工具的分类和后续计量取决于本公司管理金融资产的业务模式，以及金融资产的合同现金流量特征。不能通过现金流量特征测试的，直接分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产；能够通过现金流量特征测试的，其分类取决于管理金融资产的业务模式，以及是否将其指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

①以摊余成本计量。本公司管理此类金融资产的业务模式为以收取合同现金流量为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致，即在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，同时并未指定此类金融资产为以公允价值计量且其变动计入

当期损益。本公司对于此类金融资产按照实际利率法确认利息收入。此类金融资产因终止确认产生的利得或损失以及因减值导致的损失直接计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益。本公司管理此类金融资产的业务模式为既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致，即在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，同时并未指定此类金融资产为以公允价值计量且其变动计入当期损益。此类金融资产按照公允价值计量且其变动计入其他综合收益，但减值损失或利得、汇兑损益和按照实际利率法计算的利息收入计入当期损益。此类金融资产终止确认时，累计计入其他综合收益的公允价值变动将结转计入当期损益。此类金融资产列示为其他债权投资。

③以公允价值计量且其变动计入当期损益。本公司将持有的未划分为以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具，以公允价值计量且其变动计入当期损益，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，列示为交易性金融资产或其他非流动金融资产。

（2）权益工具

权益工具是指从发行方角度分析符合权益工具定义的工具。权益工具投资以公允价值计量且其变动计入当期损益，列示为交易性金融资产，但本公司管理层指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益除外。指定为以公允价值计量且其变动计入综合收益的，列示为其他权益工具投资，相关公允价值变动不得结转至当期损益，且该指定一经作出不得撤销。相关股利收入计入当期损益。其他权益工具投资不计提减值准备，终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益转出，计入留存收益。

（3）金融负债

金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债及其他金融负债。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。满足以下条件之一时，金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：①该项指定能够消除或显著减少会计错配；②根据正式书面文件载明的风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在公司内部以此为基础向关键管理人员报告。该指定一经作出，不得撤销。

指定为以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债，由公司自身信用风险变动引起的公允价值的变动金额，计入其他综合收益；其他公允价值变动，计入当期损益。该金融负债终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益转出，计入留存收益。

本公司其他金融负债主要包括短期借款等。对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

（4）金融资产和金融负债的终止确认

金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：

- ①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- ②该金融资产已转移，且本公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；
- ③该金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产的控制。

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，本公司终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（5）金融工具的减值

本公司以预期信用损失为基础进行金融工具减值会计处理并确认损失准备。预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本公司计量金融工具预期信用损失的方法反映的因素包括：通过评价一系列可能的结果而确定的无偏概率加权平均金额；货币时间价值；在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的相关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。本公司按照下列方法确定相关金融工具的预期信用损失：

①对于金融资产，信用损失为本公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值；

②对于租赁应收款项，信用损失为本公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值；

③对于资产负债表日已发生信用减值但并非购买或源生已发生信用减值的金融资产，信用损失为该金融资产账面余额与按原实际利率折现的估计未来现金流量的现值之间的差额。

对于购买或源生的未发生信用减值的金融工具，每个资产负债表日，考虑合理且有依据的信息（包括前瞻性信息），评估其信用风险自初始确认后是否显著增加，按照三阶段分别确认预期信用损失。信用风险自初始确认后未显著增加的，处于第一阶段，按照该金融工具未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，按照该金融工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三

阶段，按照该金融工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。处于第一阶段和第二阶段的金融工具，按照其账面余额和实际利率计算利息收入；处于第三阶段的金融工具，按照其摊余成本和实际利率计算确定利息收入。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备，其利息收入按照金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定。

损失准备的增加或转回，作为减值损失或利得，计入当期损益。对于持有的以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具，减值损失或利得计入当期损益的同时调整其他综合收益。

（6）衍生工具及嵌入衍生工具

衍生工具初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。本公司衍生工具公允价值变动而产生的利得或损失，直接计入当期损益。

嵌入衍生工具是指嵌入到非衍生工具（即主合同）中的衍生工具，与主合同构成混合合同。混合合同包含的主合同属于金融工具准则规范的资产的，本公司不从该混合合同中分拆嵌入衍生工具，而是将该混合合同作为一个整体适用金融工具准则关于金融资产分类的相关规定。

混合合同包含的主合同不属于金融工具准则规范的资产，且同时符合下列条件的，本公司从主合同中分拆嵌入衍生工具，将其作为单独存在的衍生工具进行处理：

- ①嵌入衍生工具的经济特征和风险与主合同的经济特征和风险不紧密相关；
- ②与嵌入衍生工具具有相关条款的单独工具符合衍生工具的定义；
- ③该混合合同不是以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理。

（7）金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（8）金融工具的公允价值确定

存在活跃市场的金融工具，以市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行时，使用不可观察输

入值。

10、 应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

对于因销售商品、提供劳务等日常经营活动形成的应收票据、应收账款，无论是否存在重大融资成分，本公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。此外，对合同资产，也按照本部分所述会计政策计提减值准备和确认信用减值损失。

A.对于应收票据和应收账款，无论是否存在重大融资成分，本公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

①应收票据

当单项应收票据和应收账款无法以合理成本取得评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征，将应收票据和应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

项 目	确定组合的依据
银行承兑汇票	承兑人为信用风险较小的银行
商业承兑汇票	根据承兑人的信用风险特征划分不同组合，依据同“应收账款”

②应收账款

本公司将客户尚未支付合同对价，但本公司已经依据合同履行了履约义务，且不属于无条件（即仅取决于时间流逝）向客户收款的权利，在资产负债表中列示为合同资产。应收账款是本公司无条件收取合同对价的权利。

对于不含重大融资成分的应收账款，本公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除了单项评估信用风险的应收账款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

项 目	确定组合的依据
应收账款：	
组合 1	无风险组合，本组合为合并范围内的各单位之间的应收账款
组合 2	信用特征组合，本组合以账龄为信用风险组合的确认依据

本公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收账款，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备，如：应收关联方款项；与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收账款；已有明显迹象表明债务人很可能无法

履行还款义务的应收账款等。

B.当单项其他应收款、长期应收款无法以合理成本取得评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将其他应收款、长期应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

项 目	确定组合的依据
组合 1	无风险组合，本组合为合并范围内的各单位之间的其他应收款
组合 2	信用特征组合，本组合为押金保证金、员工备用金及其他

C.组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法：

账 龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内	5.00	5.00
1 至 2 年	10.00	10.00
2 至 3 年	30.00	30.00
3 至 4 年	50.00	50.00
4 至 5 年	80.00	80.00
5 年及以上	100.00	100.00

11、 存货

（1） 存货的分类

本公司的存货为合同履约成本。

合同履约成本主要用于归集和核算营销项目未到达收入确认时点前发生的直接及分包成本、间接成本。以上成本在项目验收完工后结转入营业成本。

（2） 存货取得和发出的计价方法

本公司存货盘存制度采用永续盘存制，存货取得时按实际成本计价。

（3） 存货跌价准备计提方法

本公司期末存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个类别存货项目计提存货跌价准备，期末，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

（4） 存货可变现净值的确认方法

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

12、 长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，其中如果属于非交易性的，本公司在初始确认时可选择将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产核算，其会计政策详见附注四、9“金融工具”。

共同控制，是指本公司按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。重大影响，是指本公司对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

（1） 投资成本的确定

对于同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。通过多次交易分步取得同一控制下被合并方的股权，最终形成同一控制下企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日按照应享有被合并方股东权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，长期股权投资初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并日之前持有的股权投资因采用权益法核算或作为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理。

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本，合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。通过多次交易分步取得被购买方的股权，最终形成非同一控制下的企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，按照原持有被购买方的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改

按成本法核算的长期股权投资的初始投资成本。原持有的股权采用权益法核算的，相关其他综合收益暂不进行会计处理。

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照本公司实际支付的现金购买价款、本公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也计入投资成本。对于因追加投资能够对被投资单位实施重大影响或实施共同控制但不构成控制的，长期股权投资成本为按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有股权投资的公允价值加上新增投资成本之和。

（2） 后续计量及损益确认方法

对被投资单位具有共同控制（构成共同经营者除外）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。此外，公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

①成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

②权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益。对于本公司与联营企业及合营企业之间发生的交易，投出或出售的资产不构成业务

的，未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。本公司向合营企业或联营企业投出的资产构成业务的，投资方因此取得长期股权投资但未取得控制权的，以投出业务的公允价值作为新增长期股权投资的初始投资成本，初始投资成本与投出业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司向合营企业或联营企业出售的资产构成业务的，取得的对价与业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司自联营企业及合营企业购入的资产构成业务的，按《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定进行会计处理，全额确认与交易相关的利得或损失。

在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。此外，如本公司对被投资单位负有承担额外损失的义务，则按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现净利润的，本公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

③收购少数股权

在编制合并财务报表时，因购买少数股权新增的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

④处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权的，按本附注四、6、“合并财务报表编制的方法”（2）中所述的相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，处置后的剩余股权仍采用权益法核算的，在处置时将原计入股东权益的其他综合收益部分按相应的比例采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例

结转当期损益。

本公司因处置部分股权投资丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。对于本公司取得对被投资单位的控制之前，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，在丧失对被投资单位控制时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动在丧失对被投资单位控制时结转入当期损益。其中，处置后的剩余股权采用权益法核算的，其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

本公司因处置部分股权投资丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法时全部转入当期投资收益。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，如果上述交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。

13、 固定资产

（1） 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与有关的经济利益很可能流入本公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

（2） 各类固定资产的折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资

产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20	5	4.75
办公及电子设备	年限平均法	3-5	5	19-31.67
交通设备	年限平均分	5	5	19
其他设备	年限平均法	3-5	5	19-31.67

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

14、 无形资产

本公司无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

类别	使用寿命（年）	确定依据	摊销方法
软件	3-5	预期使用情况	直线法摊销

本公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

本公司期末预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

15、 借款费用

借款费用包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；构建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止资本化。其余借款费用在发生当期确认为费用。

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

符合资本化条件的资产指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

如果符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生非正常中断、并且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

16、 研究开发支出

本公司研究开发支出主要系研发人员职工薪酬及相关费用。

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

本公司相应项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。

17、 长期资产减值

对于固定资产、无形资产、使用权资产及对子公司的长期股权投资等非流动非金融资产，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高

者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，在进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

18、 长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司的长期待摊费用主要是装修费。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

19、 合同资产和合同负债

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。合同资产是本公司已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素。合同负债是本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务。

资产负债表日，对于不同合同下的合同资产、合同负债，分别列示。对于同一合同下的合同资产、合同负债，以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性分别列示为合同资产或其他非流动资产，已计提减值准备的，减去合同资产减值准备的期末余额后列示；净额为贷方余额的，根据其流动性列示为合同负债或其他非流动负债。

20、 职工薪酬

本公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬、离职后福利、辞退福利以及其他长期职工福利。其中：短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、工伤保险费、住房公积金、

工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。本公司在职工为本公司提供服务的会计期间将实际发生的短期职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

离职后福利主要包括设定提存计划。其中设定提存计划主要包括基本养老保险、失业保险以及年金等，相应的应缴存金额于发生时计入相关资产成本或当期损益。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，和本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划的，按照设定提存计划进行会计处理，除此之外按照设定收益计划进行会计处理。

21、 收入

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务（简称商品）的控制权时确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是本公司因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。本公司确认的交易价格不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金額。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同承诺的对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：
①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。

本公司在向客户转让商品前能够控制该商品的，为主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入；否则为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入。

（1）数字营销传播服务收入

数字营销传播服务收入，主要包括：通过互联网媒体为客户提供品牌传播战略与策略咨询服务收入；为客户制作品牌互联网媒体传播素材服务收入；为客户品牌在互联网（包括电脑 PC 端与手机移动端）新闻媒体、电商平台、自媒体平台合作及信息发布提供服务收入；为客户品牌在互联网媒体舆情管理提供咨询服务收入。

（2）传统营销传播服务收入

传统营销传播服务收入，主要包括：为客户提供品牌在传统媒体传播战略与策略咨询服务收入；品牌线下公关传播活动策划与执行服务收入；品牌在报刊、户外、电视、广播等传统媒体合作及信息发布服务收入。

（3）广告业务投放服务收入

广告业务投放服务主要包括：为客户提供广告制作投放服务，按客户要求协调各类资源并完成广告制作；按照客户要求制定媒体投放策略，选择媒体并与其签订投放合同，由公司与媒体沟通编制媒介排期表，媒体按照经客户确认的媒介排期表执行广告发布。

以上服务的一般流程为：由客户提出需求，公司根据客户具体需求签订合同或接受客户发出的业务订单，公司建立项目组制订项目策略或媒体投放方案，方案经客户确认后，调配人力、物力执行方案，结束由客户确认后，确认为收入的实现。

22、 政府补助

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，不包括政府以投资者身份并享有相应所有者权益而投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，应当按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

当本公司能够满足政府补助所附条件，且能够收到政府补助时，才能确认政府补助。

政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

与资产相关的政府补助，采用总额法，确认为递延收益，在相关资产使用寿命内按照合理、系统

的方法分期计入损益，相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益，已确认的政府补助需要退回的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；与收益相关的政府补助，采用总额法，用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失时，直接计入当期损益；用于补偿以后期间的相关成本费用或损失时，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益。

对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

与公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

23、 递延所得税资产/递延所得税负债

（1） 当期所得税

资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本报告期税前会计利润作相应调整后计算得出。

（2） 递延所得税资产及递延所得税负债

某些资产、负债项目的账面价值与其计税基础之间的差额，以及未作为资产和负债确认但按照税法规定可以确定其计税基础的项目的账面价值与计税基础之间的差额产生的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税资产及递延所得税负债。

与商誉的初始确认有关，以及与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的应纳税暂时性差异，不予确认有关的递延所得税负债（初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易除外）。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，如果本公司能够控制暂时性差异转回的时间，而且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回，也不予确认有关的递延所得税负债。除上述例外情况，本公司确认其他所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债。

与既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易中产生的资产或负债的初始确认有关的可抵扣暂时性差异，不予确认有关的递延所得税资产（初始确认的资产和负债导致产生等额应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异的单项交易除外）。此外，对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，如果暂时性差异在可预见的未来不是很可能转回，或者未来不是很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额，不予确认有关的递延所得税资

产。除上述例外情况，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认其他可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

于资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（3） 所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

除确认为其他综合收益或直接计入股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

（4） 所得税的抵销

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，本公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，本公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

24、 租赁

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁，如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。除非合同条款和条件发生变化，本公司不重新评估合同是否为租赁或者包含租赁。

（1） 本公司作为承租人

合同中同时包含多项单独租赁的，将合同予以分拆，分别各项单独租赁进行会计处理。合同中同

时包含租赁和非租赁部分的，将租赁和非租赁部分进行分拆，按照各租赁部分单独价格及非租赁部分的单独价格之和的相对比例分摊合同对价。租赁期是本公司有权使用租赁资产且不可撤销的期间。

使用权资产

使用权资产是指本公司可在租赁期内使用租赁资产的权利。

本公司租赁资产的类别主要包括房屋建筑物。

在租赁期开始日，本公司按照成本对使用权资产进行初始计量，包括：A.租赁负债的初始计量金额；B.在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；C.发生的初始直接费用；D.为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，但属于为生产存货而发生的，适用《企业会计准则第1号——存货》。

在租赁期开始日后，本公司采用成本模式对使用权资产进行后续计量，根据与使用权资产有关的经济利益的预期实现方式作出决定，以直线法对使用权资产计提折旧，并对已识别的减值损失进行会计处理。本公司按照租赁准则有关规定重新计量租赁负债的，相应调整使用权资产的账面价值。

②租赁负债

租赁负债反映本公司尚未支付的租赁付款额的现值。本公司按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值对租赁负债进行初始计量。

租赁付款额，是指本公司向出租人支付的与在租赁期内使用租赁资产的权利相关的款项，包括：A.固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；B.取决于指数或比率的可变租赁付款额，该款项在初始计量时根据租赁期开始日的指数或比率确定；C.本公司合理确定将行使购买选择权时，购买选择权的行权价格；D.租赁期反映出本公司将行使终止租赁选择权时，行使终止租赁选择权需支付的款项；E.根据本公司提供的担保余值预计应支付的款项。

在计算租赁付款额的现值时，本公司采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率时，采用增量借款利率作为折现率，以同期银行贷款利率为基础，考虑相关因素调整得出增量借款利率。

本公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益，但应当资本化的计入相关资产成本。

当购买选择权、续租选择权、终止租赁选择权的评估结果发生变化，续租选择权、终止租赁选择权实际行使情况与原评估结果不一致，根据担保余值预计的应付金额发生变动，用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动，或者实质固定付款额发生变动时，重新计量租赁负债。

③租赁的变更

当租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围，且增加的对价与租赁范围

扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当时，该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理。未作为单独租赁进行会计处理的，分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，重新计量租赁负债。

④短期租赁和低价值资产租赁

本公司将在租赁期开始日租赁期不超过 12 个月，且不包含购买选择权的租赁认定为短期租赁；将单项租赁资产为全新资产时价值不超过 40,000.00 元的租赁认定为低价值资产租赁。本公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不认定为低价值资产租赁。本公司对短期租赁和低价值资产租赁选择不确认使用权资产和租赁负债，将租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法或其他系统合理的方法计入相关的资产成本或当期损益。

⑤售后租回交易

对于售后租回交易，本公司按照《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售，属于销售的，按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失；不属于销售的，继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债。

25、 重要会计政策、会计估计的变更

(1) 会计政策变更

本报告期内，本公司无重要会计政策变更。

(2) 会计估计变更

本报告期内，本公司无重要会计估计变更。

五、 税项

1、 主要税种及税率

税 种	计税依据	税率
增值税	应纳增值税为销项税额减可抵扣进项税额后的余额	6%、9%、13%
城市维护建设税	应缴流转税税额	5%、7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	1%-2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%、16.50%、8.25%、0%

存在不同企业所得税税率的纳税主体如下：

纳税主体名称	所得税税率
上海淳博数字科技有限公司	20%
上海淳箴广告有限公司	20%
上海淳讯数字科技有限公司	20%
上海孚音企业管理有限公司	20%
广州淳博文化传播有限公司	20%
武汉淳格传媒科技有限公司	20%
武汉淳格数字科技有限公司	20%
霍尔果斯淳博数字科技有限公司	0%
霍尔果斯淳乐净土文化传媒有限公司	20%
淳博传播国际有限公司	16.50%、8.25%
上海淳纯洞见广告有限公司	20%
上海淳泓数字科技有限公司	20%

2、 税收优惠及批文

财政部税务总局公告 2023 年第 12 号：财政部、税务总局“关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知”规定“自 2019 年 1 月 1 日延续执行至 2027 年 12 月 31 日，对小型微利企业减按 25% 计算应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。上述小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过 300 万元、从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5000 万元等三个条件的企业。”

子公司上海淳博数字科技有限公司、上海淳箴广告有限公司、上海淳讯数字科技有限公司、上海孚音企业管理有限公司、广州淳博文化传播有限公司、武汉淳格传媒科技有限公司、霍尔果斯淳乐净土文化传媒有限公司及武汉淳格数字科技有限公司适用小型微利企业所得税优惠政策，实行 20% 的所得税税率。

财政部税务总局公告 2021 年第 27 号：财政部 税务总局“关于新疆困难地区及喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区新办企业所得税优惠政策的通知”规定“自 2021 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日，对新疆困难地区（南疆三地州、其他脱贫县、边境县市）新办、属《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》的企业，对喀什、霍尔果斯经开区内新办、属上述《目录》的企业，自第一笔生产经营收入所属纳税年度起，第 1-5 年全额免征企业所得税，第 6-10 年免征企业所得税地方分享部分。”。

子公司霍尔果斯淳博数字科技有限公司享受“新疆喀什、霍尔果斯特殊经济开发区新办企业定期免征企业所得税”的政策，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度（2025 年度）起五年内免征企业所得

税，免税期满后，再免企业五年所得税地方分享部分。

子公司淳博传播国际有限公司香港业务适用香港利得税，根据香港特别行政区政府《2018 年税务（修订）（第 3 号）条例》（2018 年第 13 号条例）规定，2025/26 课税年度法团利得税实行两级制税率：首 200 万港元应评税利润按 8.25%计征，超过 200 万港元部分按 16.5%（标准税率）计征；同一集团内仅一家企业可享受首 200 万港元低税率优惠。

六、合并财务报表项目注释

以下注释项目（含公司财务报表主要项目注释）除非特别指出，“上年年末”指 2024 年 12 月 31 日，“期末”指 2025 年 12 月 31 日，“本期”指 2025 年度，“上期”指 2024 年度。

1、货币资金

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
库存现金	-	-
银行存款	73,121,708.36	54,367,900.62
其他货币资金	604,094.36	27,034.56
合 计	73,725,802.72	54,394,935.18
其中：存放在境外的款项总额	5,049,566.50	8,084,500.31

注：截至 2025 年 12 月 31 日，本公司货币资金不存在受限资金。

2、应收账款

（1）按账龄披露

账 龄	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
1 年以内	239,463,425.33	160,155,607.40
1 至 2 年	160,858.83	210,487.50
2 至 3 年	210,487.50	40,000.00
3 至 4 年	40,000.00	-
4 至 5 年	-	-
5 年及以上	1,749,130.00	1,749,130.00
小 计	241,623,901.66	162,155,224.90
减：坏账准备	15,348,239.42	9,817,959.12
合 计	226,275,662.24	152,337,265.78

其中：账龄超过三年的单项金额重大的应收账款：

单位名称	2025 年 12 月 31 日	账龄	余额较高的原因	回款风险提示
上海易所试网络信息技术股份有限公司	1,689,130.00	5 年及以上	对方经营困难，无法偿付	预计无法收回
合计	1,689,130.00	—	—	—

(2) 按坏账计提方法分类列示

类别	2025 年 12 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项计提坏账准备的应收账款	3,383,076.06	1.40	3,383,076.06	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	238,240,825.60	98.60	11,965,163.36	5.02	226,275,662.24
其中：组合 2	238,240,825.60	98.60	11,965,163.36	5.02	226,275,662.24
合计	241,623,901.66	100.00	15,348,239.42	—	226,275,662.24

(续)

类别	2024 年 12 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项计提坏账准备的应收账款	1,789,130.00	1.10	1,789,130.00	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	160,366,094.90	98.90	8,028,829.12	5.01	152,337,265.78
其中：组合 2	160,366,094.90	98.90	8,028,829.12	5.01	152,337,265.78
合计	162,155,224.90	100.00	9,817,959.12	—	152,337,265.78

①期末单项计提坏账准备的情况：

名称	2025 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
上海易所试网络信息技术股份有限公司	1,689,130.00	1,689,130.00	100.00	对方经营困难，无法偿付
欧葩琪（上海）化妆品有限公司	1,443,091.06	1,443,091.06	100.00	对方经营困难，无法偿付
客户 C	60,000.00	60,000.00	100.00	无法与对方单位取得联系
杭州有一家科技有限公司	40,000.00	40,000.00	100.00	对方经营困难，无法偿付
南京翊鳞信息科技有限公司	92,730.00	92,730.00	100.00	对方经营困难，无法偿付

名称	2025 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
北京太漂亮科技有限公司	58,125.00	58,125.00	100.00	对方经营困难，无法偿付
合计	3,383,076.06	3,383,076.06	100.00	

②期末按组合计提坏账准备的

组合中，按信用特征组合计提坏账准备的

账龄	2025 年 12 月 31 日	整个存续期预期信用损失率%	坏账准备
1 年以内	238,020,334.27	5.00	11,901,016.71
1 至 2 年	10,003.83	10.00	1,000.38
2 至 3 年	210,487.50	30.00	63,146.25
3 年及以上	-	50.00	-
合计	238,240,825.60	5.02	11,965,163.34

(续)

账龄	2024 年 12 月 31 日	整个存续期预期信用损失率%	坏账准备
1 年以内	160,155,607.40	5.00	8,007,780.37
1 至 2 年	210,487.50	10.00	21,048.75
2 至 3 年	-	30.00	-
3 年及以上	-	50.00	-
合计	160,366,094.90	5.01	8,028,829.12

(3) 本期计提、收回或转回的坏账准备情况

类别	2025 年 1 月 1 日	本期变动金额				2025 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	其他	
应收账款坏账准备	9,817,959.12	13,537,560.46	8,007,280.16			15,348,239.42

(4) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

2025 年 12 月 31 日，本公司按欠款方归集的期末余额前五名应收账款汇总金额为 118,836,872.54 元，占应收账款期末余额合计数的比例为 46.29%，相应计提的坏账准备期末余额汇总金额为 5,591,843.63 元。

单位名称	应收账款期末余额	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	应收账款坏账准备期末余额
客户 K-02	61,566,160.75	25.48	3,078,308.04
客户 A	16,346,985.46	6.77	817,349.27
客户 R	13,932,929.18	5.77	696,646.46
客户 W	10,242,768.71	4.24	512,138.44
客户 O	9,748,028.44	4.03	487,401.42

单位名称	应收账款期末余额	占应收账款末余额合计数的比例（%）	应收账款坏账准备期末余额
合计	111,836,872.54	46.29	5,591,843.63

3、预付款项

(1) 预付款项按账龄列示

账龄	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1 年以内	65,787,417.41	98.15	58,216,796.15	100.00
1 至 2 年	1,239,987.55	1.85	-	-
合计	67,027,404.96	100.00	58,216,796.15	100.00

(2) 按预付对象归集的期末余额前五名的预付款情况

单位名称	2025 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额合计数的比例（%）
供应商 A-03	38,706,194.61	57.75
供应商 K	6,638,798.43	9.90
供应商 U	4,414,690.64	6.59
供应商 I	2,107,243.21	3.14
供应商 A-01	1,787,615.11	2.67
合计	53,654,542.00	80.05

4、其他应收款

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
应收利息	-	-
应收股利	-	-
其他应收款	4,046,505.45	3,981,533.77
小计	4,046,505.45	3,981,533.77
减：坏账准备	1,081,374.66	621,453.88
合计	2,965,130.79	3,360,079.89

(1) 其他应收款

①按账龄披露

账龄	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
1 年以内	1,061,740.90	1,599,150.61

账 龄	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
1 至 2 年	714,450.59	1,649,024.16
2 至 3 年	1,536,954.96	613,359.00
3 至 4 年	613,359.00	100,000.00
4 至 5 年	100,000.00	20,000.00
5 年及以上	20,000.00	-
小 计	4,046,505.45	3,981,533.77
减：坏账准备	1,081,374.66	621,453.88
合 计	2,965,130.79	3,360,079.89

②按款项性质分类情况

款项性质	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
押金保证金	3,592,295.65	3,200,924.16
备用金	200,013.13	291,030.39
社保	52,058.74	35,301.37
往来款	18,778.93	270,918.85
预付项目款	183,359.00	183,359.00
小 计	4,046,505.45	3,981,533.77
减：坏账准备	1,081,374.66	621,453.88
合 计	2,965,130.79	3,360,079.89

③按坏账计提方法分类列示

类 别	2025 年 12 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金 额	比例 (%)	金 额	计提比例 (%)	
单项计提坏账准备的其他应收款	183,359.00	4.53	183,359.00	100.00	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	3,863,146.45	95.47	898,015.66	23.25	2,965,130.79
其中：组合 2	3,863,146.45	95.47	898,015.66	23.25	2,965,130.79
合 计	4,046,505.45	100.00	1,081,374.66	—	2,965,130.79

(续)

类别	2024 年 12 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项计提坏账准备的其他应收款	183,359.00	4.61	183,359.00	100.00	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	3,798,174.77	95.39	438,094.88	11.53	3,360,079.89
其中：组合 2	3,798,174.77	95.39	438,094.88	11.53	3,360,079.89
合计	3,981,533.77	100.00	621,453.88	—	3,360,079.89

A. 期末单项计提坏账准备的

名称	2025 年 12 月 31 日		
	坏账准备	计提比例%	计提理由
上海不寐文化传播有限公司	183,359.00	100.00	回收可能性较低
合计	183,359.00	100.00	

B. 按照预期信用损失一般模型计提坏账准备

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2025 年 1 月 1 日余额	438,094.88		183,359.00	621,453.88
2025 年 1 月 1 日余额在本期				
——转入第二阶段				
——转入第三阶段				
——转回第二阶段				
——转回第一阶段				
本期计提	516,200.57			516,200.57
本期转回	56,279.79			56,279.79
本期转销				
本期核销				
其他变动				
2025 年 12 月 31 日余额	898,015.66		183,359.00	1,081,374.66

④本期计提、收回或转回的坏账准备情况

类别	2025 年 1 月 1 日	本期变动金额				2025 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	转销或核销	其他	
其他应收款坏账准备	621,453.88	516,200.57	56,279.79	-	-	1,081,374.66

⑤按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

单位名称	款项性质	2025 年 12 月 31 日	账 龄	占其他应 收款期末余额 合计数的比例 (%)	坏账 准备 期末 余额
供应商 G	房屋租 赁保证 金	5,259.00	1 至 2 年	0.13	525.90
		1,116,954.96	2 至 3 年	27.60	335,086.49
供应商 A-01	保证金	416,500.00	1 至 2 年	10.29	41,650.00
		300,000.00	3 至 4 年	7.41	150,000.00
客户 T	保证金	300,000.00	1 年以内	7.41	15,000.00
客户 K-01	保证金	200,000.00	2 至 3 年	4.94	60,000.00
上海不寐文化传播有限公司	预付项 目款	183,359.00	3 至 4 年	4.53	183,359.00
合 计	—	2,522,072.96	—	62.31	785,621.39

5、 存货

(1) 存货分类

项 目	2025 年 12 月 31 日		
	账面余额	合同履约成本减值准备	账面价值
合同履约成本	23,277,726.86	-	23,277,726.86
合 计	23,277,726.86	-	23,277,726.86

(续)

项 目	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	合同履约成本减值准备	账面价值
合同履约成本	7,918,057.86	-	7,918,057.86
合 计	7,918,057.86	-	7,918,057.86

6、 其他流动资产

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
待抵扣进项税	562,373.08	182,647.89
预缴税费	49,864.78	-
合 计	612,237.86	182,647.89

7、其他权益工具投资

(1) 其他权益工具投资情况

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期增减变动					2025 年 12 月 31 日	本期确认的股利收入	累计计入其他综合收益的利得	累计计入其他综合收益的损失	指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的原因
		追加投资	减少投资	本期计入其他综合收益的利得	本期计入其他综合收益的损失	其他					
凌脉网络	20,160.00	-	-	3,360.00	-	-	23,520.00	-	-	-776,480.00	长期持有股权，并非近期出售
赫萨信息	-	102,000.00	-	-	-	-	102,000.00	-	-	-	长期持有股权，并非近期出售
杭州鲸准		600,000.00		-	-	-	600,000.00	-	-	-	无控制权且无重大影响
合 计	20,160.00	702,000.00	-	3,360.00	-	-	725,520.00	-	-	-776,480.00	/

注：(1) 截至 2025 年 12 月 31 日，本公司未处置其他权益工具投资，无累计利得和损失从其他综合收益转入留存收益。

(2) 凌脉网络：系本公司 2016 年 3 月 31 日以 80.00 万元认购上海凌脉网络科技股份有限公司（证券代码：835718）80,000.00 股，占该公司总股本的 0.363%；2016 年半年度权益分派，上海凌脉网络科技股份有限公司以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4 股，转增后本公司持有上海凌脉网络科技股份有限公司 112,000.00 股，占该公司总股本的 0.363%；2016 年 12 月，上海凌脉网络科技股份有限公司向其他合格投资者定向增发 6,088,374 股，增发后本公司持有上海凌脉网络科技股份有限公司 112,000.00 股，占该公司总股本的 0.303%。上海凌脉网络科技股份有限公司为新三板基础层挂牌公司，2025 年 12 月 31 日每股价格为 0.21 元。

(3) 赫萨信息：上海赫萨信息技术有限公司（下称：“赫萨信息”）系本公司全资子公司上海淳博数字科技有限公司（下称：“淳博数字”）与上海闪卓广告传媒有限公司（下称：“闪卓广告”）于 2025 年 09 月 18 日共同出资成立，淳博数字持股 51%。根据赫萨信息公司章程，约定淳博数字仅享有 34%表决权且董事由闪卓广告委派，淳博数字既不参与赫萨信息公司日常经营活动也不对赫萨信息公司具有重大影响。本公司认为淳博数字对赫萨信息不具有控制权，且不具有重大影响，管理层持有目的为非短期交易性并指定为其他权益工具投资。

（4）杭州鲸准：杭州鲸准洞察数字营销有限公司（下称：“杭州鲸准”）系本公司全资子公司上海淳博数字科技有限公司（下称：“淳博数字”）与青岛鲸准洞察数字营销有限公司（下称“青岛鲸准”）于 2025 年 03 月 10 日共同出资成立，淳博数字持股 60%。根据杭州鲸准章程，约定淳博数字持有 60%股权，享有 60%表决权。2025 年 9 月淳博数字与青岛鲸准协商一致，签署《表决权委托协议》，淳博数字将其持有的 60%表决权委托青岛鲸准行使，期限 5 年。2026 年 3 月 9 日，淳博数字将其持有的 60%股权转让至青岛鲸准，并已于 2026 年 03 月 16 日完成工商变更。本公司认为淳博数字对杭州鲸准不具有控制权，且不具有重大影响，管理层持有目的为非交易性并指定为其他权益工具投资。

8、 固定资产

项 目	2025年12月31日	2024年12月31日
固定资产	1,313,175.76	475,242.91
固定资产清理	-	-
合 计	1,313,175.76	475,242.91

(1) 固定资产

① 固定资产情况：

截止 2025 年 12 月 31 日

项 目	房屋及建筑物	办公及电子设备	交通设备	其他设备	合 计
一、账面原值					
1、上年年末余额	263,423.27	1,135,726.68	-	11,973.99	1,411,123.94
2、本期增加金额	-	141,067.05	840,265.48	-	981,332.53
(1) 购置	-	141,067.05	840,265.48	-	981,332.53
3、本期减少金额	-	16,000.79	-	-	16,000.79
(1) 处置或报废	-	16,000.79	-	-	16,000.79
4、期末余额	263,423.27	1,260,792.94	840,265.48	11,973.99	2,376,455.68
二、累计折旧					
1、上年年末余额	36,912.69	891,945.21	-	7,023.13	935,881.03
2、本期增加金额	12,957.09	86,219.76	39,912.60	1,741.08	140,830.53
(1) 计提	12,957.09	86,219.76	39,912.60	1,741.08	140,830.53
3、本期减少金额	-	13,431.64	-	-	13,431.64
(1) 处置或报废	-	13,431.64	-	-	13,431.64
4、期末余额	49,869.78	964,733.33	39,912.60	8,764.21	1,063,279.92
三、减值准备					-
1、上年年末余额					-
2、本期增加金额					-
3、本期减少金额					-
4、期末余额					-
四、账面价值					-
1、期末账面价值	213,553.49	296,059.61	800,352.88	3,209.78	1,313,175.76
2、上年年末账面价值	226,510.58	243,781.47	-	4,950.86	475,242.91

- ② 截止 2025 年 12 月 31 日，无未办妥产权证书的固定资产。
- ③ 截止 2025 年 12 月 31 日，无重要的闲置未使用的固定资产。

9、使用权资产

截止 2025 年 12 月 31 日

项 目	房屋及建筑物	合 计
一、账面原值		
1、上年年末余额	14,553,669.13	14,553,669.13
2、本期增加金额	284,074.49	284,074.49
3、本期减少金额	-	-
4、期末余额	14,837,743.62	14,837,743.62
二、累计折旧		
1、上年年末余额	2,631,754.80	2,631,754.80
2、本期增加金额	2,563,170.24	2,563,170.24
(1) 计提	2,563,170.24	2,563,170.24
3、本期减少金额	-	-
4、期末余额	5,194,925.04	5,194,925.04
三、减值准备		
1、上年年末余额		
2、本期增加金额		
3、本期减少金额		
4、期末余额		
四、账面价值		
1、期末账面价值	9,642,818.58	9,642,818.58
2、上年年末账面价值	11,921,914.33	11,921,914.33

10、长期待摊费用

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期增加金额	本期摊销金额	其他减少金额	2025 年 12 月 31 日
装修费	1,523,932.08	-	653,114.04	-	870,818.04
合 计	1,523,932.08	-	653,114.04	-	870,818.04

11、递延所得税资产/递延所得税负债

(1) 未经抵销的递延所得税资产明细

项 目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日	
	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异
信用减值准备	3,774,743.42	16,429,614.08	2,283,622.93	10,439,413.00
公允价值计量损失	194,120.00	776,480.00	194,960.00	779,840.00
租赁负债税会差异	2,902,014.17	11,608,056.67	3,566,476.68	14,265,906.71
未弥补亏损	-	-	29,876.57	597,531.36
合 计	6,870,877.59	28,814,150.75	6,074,936.18	26,082,691.07

(2) 未经抵销的递延所得税负债明细

项 目	2025 年 12 月 31 日		2024 年 12 月 31 日	
	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异
使用权资产税会差异	2,410,704.64	9,642,818.58	2,980,478.58	11,921,914.33
合 计	2,410,704.64	9,642,818.58	2,980,478.58	11,921,914.33

(3) 以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

项 目	递延所得税资产和负债期末互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债期末余额	递延所得税资产和负债期初互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债期初余额
递延所得税资产	2,410,704.64	4,460,172.95	-	6,074,936.18
递延所得税负债	2,410,704.64	-	-	2,980,478.58

12、短期借款

(1) 短期借款分类

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
保证借款	159,000,000.00	74,494,466.81
借款利息	140,102.76	78,622.42
合 计	159,140,102.76	74,573,089.23

(2) 截止 2025 年 12 月 31 日，保证借款分类如下：

银行名称	担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
华夏银行股份有限公司上海徐汇支行	叶子	5,000,000.00	2025/6/6	2026/6/5	否
	叶子	10,000,000.00	2025/9/19	2026/9/19	否
	叶子	10,000,000.00	2025/6/26	2026/6/25	否
	叶子	10,000,000.00	2025/9/22	2026/9/21	否

银行名称	担保方	借款金额	借款起始日	借款到期日	担保是否已经履行完毕
兴业银行股份有限公司上海浦东支行	叶子	5,000,000.00	2025/9/19	2026/9/18	否
厦门国际银行股份有限公司上海虹桥支行	叶子	10,000,000.00	2025/9/25	2026/3/25	否
上海农村商业银行股份有限公司营业部	叶子	5,000,000.00	2025/8/4	2026/1/30	否
	叶子	15,000,000.00	2025/9/18	2026/3/17	否
招商银行上海宜山支行	叶子	9,500,000.00	2025/8/18	2026/2/18	否
	叶子	9,500,000.00	2025/8/27	2026/2/25	否
	叶子	3,000,000.00	2025/9/19	2026/3/19	否
	叶子	4,000,000.00	2025/9/30	2026/3/30	否
中国银行上海市浦东分行	叶子	3,000,000.00	2025/3/31	2026/3/31	否
	叶子	7,000,000.00	2025/5/28	2026/5/28	否
	叶子	10,000,000.00	2025/6/4	2026/6/4	否
上海浦东发展银行	叶子	10,000,000.00	2025/7/25	2026/1/24	否
中国农业银行股份有限公司上海徐汇支行	叶子	20,000,000.00	2025/10/16	2026/10/16	否
上海农村商业银行股份有限公司	淳博(上海)文化传播股份有限公司、叶子	10,000,000.00	2025/9/15	2026/1/14	否
南京银行股份有限公司上海分行	叶子	3,000,000.00	2025/9/19	2026/9/7	否
合 计		159,000,000.00			

13、应付账款

(1) 应付账款列示

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
应付项目款	30,413,577.04	17,867,107.03
合 计	30,413,577.04	17,867,107.03

注：截至 2025 年 12 月 31 日止，无账龄超过 1 年的重要应付账款。

14、合同负债

(1) 合同负债情况

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
预收项目款	13,228,342.83	4,655,146.48
合 计	13,228,342.83	4,655,146.48

15、应付职工薪酬

(1) 应付职工薪酬列示

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
一、短期薪酬	935,346.88	54,173,465.23	53,937,565.77	1,171,246.34
二、离职后福利-设定提存计划	509,818.22	6,314,759.59	6,263,117.73	561,460.08
三、辞退福利				
四、一年内到期的其他福利				
合 计	1,445,165.10	60,488,224.82	60,200,683.50	1,732,706.42

(2) 短期薪酬列示

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	481,400.40	47,008,096.41	46,822,616.70	666,880.11
2、职工福利费	180.00	1,142,032.16	1,142,212.16	-
3、社会保险费	273,868.48	3,507,926.66	3,477,972.91	303,822.23
其中：医疗保险费	269,713.49	3,429,633.74	3,401,465.06	297,882.17
工伤保险费	4,154.99	78,292.92	76,507.85	5,940.06
4、住房公积金	179,898.00	2,515,410.00	2,494,764.00	200,544.00
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合 计	935,346.88	54,173,465.23	53,937,565.77	1,171,246.34

(3) 设定提存计划列示

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	489,581.53	6,117,197.08	6,067,120.10	539,658.51
2、失业保险费	20,236.69	197,562.51	195,997.63	21,801.57
合 计	509,818.22	6,314,759.59	6,263,117.73	561,460.08

16、应交税费

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
企业所得税	4,690,383.49	3,838,993.02
增值税	1,821,610.25	4,173,083.93
城市维护建设税	52,854.24	194,359.17
教育费附加	30,479.65	116,615.50
地方教育费附加	20,390.77	77,743.67
个人所得税	294,988.22	213,862.95
印花税	202,523.10	125,585.84
文化事业建设费	-	11,548.35
合 计	7,113,229.72	8,751,792.43

17、其他应付款

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
应付利息	-	-
应付股利	-	-
其他应付款	3,769,640.83	2,837,981.74
合 计	3,769,640.83	2,837,981.74

(1) 其他应付款

①按款项性质列示

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
往来款项	3,256,275.91	2,391,469.59
员工社保金	512,564.92	446,512.15
押金保证金	800.00	-
合 计	3,769,640.83	2,837,981.74

注：截至 2025 年 12 月 31 日止，无账龄超过 1 年的重要其他应付款。

18、一年内到期的非流动负债

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
1 年内到期的租赁负债（附注六、20）	3,052,470.93	2,800,496.61
合 计	3,052,470.93	2,800,496.61

19、其他流动负债

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
待转销项税额	765,800.56	279,308.79
合 计	765,800.56	279,308.79

20、租赁负债

项 目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
租赁负债	11,608,056.67	14,265,906.71
减：一年内到期的租赁负债（附注六、18）	3,052,470.93	2,800,496.61
合 计	8,555,585.74	11,465,410.10

21、股本

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期增减变动（+、-）					2025 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	35,271,600.00	-	-	-	-	-	35,271,600.00

22、资本公积

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
股本溢价	1,706,580.89	-	-	1,706,580.89

23、其他综合收益

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期金额						2025 年 12 月 31 日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-584,880.00	3,360.00	-	-	840.00	2,520.00	-	-582,360.00
其中：其他权益工具投资公允价值变动	-584,880.00	3,360.00	-	-	840.00	2,520.00	-	-582,360.00
二、将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他综合收益合计	-584,880.00	3,360.00	-	-	840.00	2,520.00	-	-582,360.00

24、盈余公积

项 目	2025 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2025 年 12 月 31 日
法定盈余公积	11,708,615.17	1,769,703.38	-	13,478,318.55

25、未分配利润

项 目	2025 年度	计提或分配比例
调整前上期期末未分配利润	120,111,656.14	
调整期初未分配利润合计数（调增+，调减-）		
调整后期初未分配利润	120,111,656.14	
加：本期归属于母公司股东的净利润	23,735,334.44	
减：提取法定盈余公积	1,769,703.38	10%
提取任意盈余公积		
应付普通股股利	10,581,480.00	
期末未分配利润	131,495,807.20	

26、营业收入和营业成本

（1）营业收入、营业成本明细如下：

项 目	2025 年度		2024 年度	
	收入	成本	收入	成本
主营业务	755,696,120.90	644,824,089.06	500,174,467.12	411,024,883.99
其他业务	-	-	-	-
合 计	755,696,120.90	644,824,089.06	500,174,467.12	411,024,883.99

（2）主营业务收入及成本（分产品）列示如下：

项 目	2025 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率（%）
数字营销传播服务	424,135,048.61	343,004,014.98	19.13
传统营销传播服务	4,468,893.57	2,747,466.31	38.52
广告业务投放服务	327,092,178.72	299,072,607.77	8.57
合 计	755,696,120.90	644,824,089.06	14.67

（续）

项 目	2024 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率 (%)
数字营销传播服务	344,995,828.63	278,031,270.17	19.41
传统营销传播服务	4,134,338.81	1,105,562.33	73.26
广告业务投放服务	151,044,299.68	131,888,051.49	12.68
合 计	500,174,467.12	411,024,883.99	17.82

(3) 主营业务收入及成本（分行业）列示如下：

项 目	2025 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率 (%)
商务服务业	755,696,120.90	644,824,089.06	14.67
合 计	755,696,120.90	644,824,089.06	14.67

(续)

项 目	2024 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率 (%)
商务服务业	500,174,467.12	411,024,883.99	17.82
合 计	500,174,467.12	411,024,883.99	17.82

(4) 主营业务收入及成本（分地区）列示如下：

项 目	2025 年度		2024 年度	
	收入	成本	收入	成本
华东	567,996,783.69	488,729,665.22	410,537,877.85	342,670,082.68
境外	18,617,309.16	15,409,925.07	18,268,115.20	15,018,245.65
其他地区	169,082,028.05	140,684,498.77	71,368,474.07	53,336,555.66
合 计	755,696,120.90	644,824,089.06	500,174,467.12	411,024,883.99

(5) 营业收入按收入确认时间列示如下：

2025 年度：

项 目	产品销售	工程建造	提供劳务	其它	合计
在某一时段内确认收入	-	-	-	-	-
在某一时点确认收入	-	-	755,696,120.90	-	755,696,120.90
合 计	-	-	755,696,120.90	-	755,696,120.90

(6) 履约义务相关的信息

本公司收入确认政策详见附注四、21。本公司根据合同的约定，作为主要责任人按照客户需求的品类、标准及时履行提供服务的义务。由客户提出需求，公司根据客户具体需求签订合同或接受客户发出

的业务订单，公司建立项目组制订项目策略或媒体投放方案，方案经客户确认后，调配人力、物力执行方案，结束由客户确认后，确认为收入的实现。

不同客户和产品的付款条件有所不同，本公司主要销售方式为授予客户一定期限的信用期。

(7) 分摊至剩余履约义务交易价格相关信息

本年末已签合同、但尚未履行的履约义务所对应的金额 74,396,477.96 元，预计将于 2026 年确认收入。

27、税金及附加

项 目	2025 年度	2024 年度
城市维护建设税	123,332.01	268,446.00
教育费附加	63,267.26	158,436.07
地方教育费附加	42,178.14	105,624.01
印花税	423,823.89	291,734.93
文化事业建设费	52,850.42	23,553.45
其他	17,746.12	2,908.44
合 计	723,197.84	850,702.90

28、销售费用

项 目	2025 年度	2024 年度
工资	32,120,127.58	23,872,793.15
社保	7,473,211.64	5,498,729.71
公积金	1,938,205.00	1,479,323.13
福利费	578,093.53	477,079.75
办公费	696,073.66	438,341.75
招待费	240,185.27	492,704.65
差旅费	109,730.97	186,334.11
交通费	543,651.87	505,902.33
市场拓展费	2,104,579.50	1,110,991.43
合 计	45,803,859.02	34,062,200.01

29、管理费用

项 目	2025 年度	2024 年度
工资	9,277,773.88	12,041,560.72
社保	1,857,331.49	2,677,753.20
公积金	443,360.00	663,862.07
福利费	551,372.19	1,024,214.07
租金物业费	4,102,730.65	4,662,520.18
办公费	904,541.73	1,031,860.60
中介服务费	1,327,255.43	878,959.76
招待费	522,045.80	588,290.97
差旅费	167,067.23	218,504.89
折旧	140,830.53	115,803.42
会务费	-	96,062.87
装修摊销费	653,114.04	795,572.06
其他	467,242.93	160,169.50
合 计	20,414,665.90	24,955,134.31

30、研发费用

项 目	2025 年度	2024 年度
工资	4,334,951.34	907,485.72
社保	492,143.12	224,735.35
公积金	133,845.00	48,945.00
福利费	12,005.50	3,850.00
信息技术服务	2,485,975.91	-
办公费	80,082.53	-
合 计	7,539,003.40	1,185,016.07

31、财务费用

项 目	2025 年度	2024 年度
利息费用	3,109,451.58	1,172,444.03
租赁负债利息	556,287.58	567,458.87
减：利息收入	85,930.18	257,355.97
汇兑损失	92,382.98	45,597.94

项 目	2025 年度	2024 年度
减：汇兑收益	-	-
手续费	349,077.40	205,728.88
合 计	4,021,269.36	1,733,873.75

32、其他收益

产生其他收益的来源	2025 年度	2024 年度
代扣代缴个人所得税手续费	25,200.96	23,245.85
政府补助	891,983.24	62,214.30
合 计	917,184.20	85,460.15

注：政府补助的具体信息详见附注十、政府补助。

33、投资收益

项 目	2025 年度	2024 年度
交易性金融资产持有期间取得的投资收益	169,528.69	135,016.52
合 计	169,528.69	135,016.52

34、信用减值损失

项 目	2025 年度	2024 年度
应收账款减值损失	-5,530,280.30	-1,537,012.46
其他应收款坏账损失	-459,920.78	-166,275.26
合 计	-5,990,201.08	-1,703,287.72

上表中，损失以“-”号填列，收益以“+”号填列。

35、资产处置收益

项 目	2025 年度	2024 年度	计入本期非经常性损益的金额
处置未划分为持有待售的非流动资产产生的利得或损失	-1,853.82	-22.96	-1,853.82
其中：固定资产	-1,853.82	-22.96	-1,853.82
合 计	-1,853.82	-22.96	-1,853.82

上表中，处置损失以“-”号填列，收益以“+”号填列。

36、营业外收入

项 目	2025 年度	2024 年度	计入本期非经常性损益的金额
政府补助	807,000.00	470,000.00	807,000.00
其他	601.69	2,734.57	601.69
合 计	807,601.69	472,734.57	807,601.69

计入当期损益的政府补助：

补助项目	发放主体	发放原因	性质类型	补贴是否影响当年盈亏	是否特殊补贴	本期金额	上期金额	与资产相关/与收益相关
嘉定区政府扶持资金	嘉定区人民政府	扶持资金	因从事国家鼓励和扶持特定行业、产业而获得的补助	是	否	807,000.00	470,000.00	与收益相关

37、营业外支出

项 目	2025 年度	2024 年度	计入本期非经常性损益的金额
非流动资产毁损报废损失	680.33	22,067.66	680.33
其中：固定资产	680.33	22,067.66	680.33
滞纳金	963.37	543.49	963.37
其他	-	3,180.40	-
合 计	1,643.70	25,791.55	1,643.70

38、所得税费用

(1) 所得税费用表

项 目	2025 年度	2024 年度
当期所得税费用	4,733,102.45	4,725,538.02
递延所得税费用	-1,396,431.92	-911,876.46
合 计	3,336,670.53	3,813,661.56

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

项 目	2025 年度	2024 年度
利润总额	28,270,652.30	25,326,765.10
按法定/适用税率计算的所得税费用	7,067,663.07	6,331,691.29
子公司适用不同税率的影响	-3,812,757.00	-2,179,804.93
调整以前期间所得税的影响	30,101.14	230,917.96

项 目	2025 年度	2024 年度
非应税收入的影响	-1,405,828.19	-25,251.15
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	1,571,873.93	100,419.69
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-33,102.68	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	-626,143.11
税率调整导致期初递延所得税资产/负债余额的变化	-	-
研发费用加计扣除	-81,279.74	-18,168.19
其他	-	-
所得税费用	3,336,670.53	3,813,661.56

39、其他综合收益

详见附注六、23。

40、现金流量表项目

(1) 收到的其他与经营活动有关的现金

项 目	2025 年度	2024 年度
利息收入	85,930.18	257,355.97
营业外收入	601.69	2,734.57
收到的政府补助	1,698,983.24	532,214.30
代扣代缴个人所得税手续费	26,713.02	23,245.85
押金保证金及备用金	21,764,393.44	5,728,643.82
合 计	23,576,621.57	6,544,194.51

(2) 支付其他与经营活动有关的现金

项 目	2025 年度	2024 年度
期间费用	11,049,180.39	6,650,992.48
金融机构手续费支出	332,327.40	205,728.88
营业外支出	963.37	3,676.72
押金保证金及备用金	10,799,185.25	6,203,071.71
合 计	22,181,656.41	13,063,469.79

(3) 收到的其他与筹资活动有关的现金

项 目	2025 年度	2024 年度
收到关联方往来款	8,400,000.00	9,330,000.00

项 目	2025 年度	2024 年度
合 计	8,400,000.00	9,330,000.00

(4) 支付的其他与筹资活动有关的现金

项 目	2025 年度	2024 年度
偿还关联方往来款	10,650,000.00	9,010,000.00
租赁付款额	3,605,112.00	1,292,949.92
融资服务费	16,750.00	-
合 计	14,271,862.00	10,302,949.92

41、现金流量表补充资料

(1) 现金流量表补充资料

项 目	2025 年度	2024 年度
①将净利润调节为经营活动现金流量:		
净利润	24,933,981.77	21,513,103.54
加：信用减值损失	5,990,201.08	1,703,287.72
资产减值损失		-
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	140,830.53	115,803.42
使用权资产折旧	2,563,170.24	3,316,807.53
无形资产摊销		
长期待摊费用摊销	653,114.04	435,409.35
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“—”号填列）	1,853.82	22.96
固定资产报废损失（收益以“—”号填列）	680.33	22,067.66
公允价值变动损失（收益以“—”号填列）		
财务费用（收益以“—”号填列）	3,758,122.14	1,785,500.84
投资损失（收益以“—”号填列）	-169,528.69	-135,016.52
递延所得税资产减少（增加以“—”号填列）	-798,461.41	-104,302.17
递延所得税负债增加（减少以“—”号填列）	-569,773.94	-807,574.29
存货的减少（增加以“—”号填列）	-15,359,669.00	-5,589,765.06
经营性应收项目的减少（增加以“—”号填列）	-102,999,337.99	-67,158,613.70
经营性应付项目的增加（减少以“—”号填列）	37,882,343.87	2,952,443.93
其他		
经营活动产生的现金流量净额	-43,972,473.21	-41,950,824.79
②不涉及现金收支的重大投资和筹资活动:		

项 目	2025 年度	2024 年度
债务转为资本		
一年内到期的可转换公司债券		
融资租入固定资产		
③现金及现金等价物净变动情况：		
现金的期末余额	73,725,802.72	54,394,935.18
减：现金的上年年末余额	54,394,935.18	46,353,365.17
加：现金等价物的期末余额		
减：现金等价物的上年年末余额		
现金及现金等价物净增加额	19,330,867.54	8,041,570.01

(2) 现金和现金等价物的构成

项 目	2025 年度	2024 年度
①现金	73,725,802.72	54,394,935.18
其中：库存现金		-
可随时用于支付的银行存款	73,121,708.36	54,367,900.62
可随时用于支付的其他货币资金	604,094.36	27,034.56
②现金等价物		
其中：三个月内到期的债券投资		
③期末现金及现金等价物余额	73,725,802.72	54,394,935.18
其中：母公司或集团内子公司使用受限制的现金和现金等价物		

42、外币货币性项目

项 目	2025 年 12 月 31 日	折算汇率	期末折算人民币余额
货币资金			2,572,761.22
其中：美元	204,070.04	7.0288	1,434,367.50
港币	2,160.23	0.90322	1,951.16
英镑	113.47	9.4346	1,070.54
新西兰元	280,200.40	4.052	1,135,372.02

43、租赁

(1) 本公司作为承租人

项 目	2025 年度	2024 年度
租赁负债的利息费用	556,287.58	567,458.87
与租赁相关的总现金流出	3,605,112.00	1,292,949.92

七、 研发支出

按费用性质列示	2025 年度	2024 年度
人工费	4,972,944.96	1,185,016.07
信息技术服务费	2,566,058.44	-
合 计	7,539,003.40	1,185,016.07
其中：费用化研发支出	7,539,003.40	1,185,016.07
资本化研发支出	-	-

八、 合并范围内的变更

1、 非同一控制下企业合并

否

2、 同一控制下企业合并

否

3、 处置子公司

否

4、 其他原因的合并范围变动

2025 年 2 月 8 日，淳博（上海）文化传播股份有限公司出资成立上海淳纯洞见广告有限公司，注册资本 100 万元，持股比例 100%。

2025 年 2 月 8 日，淳博（上海）文化传播股份有限公司出资成立上海淳泓数字科技有限公司，注册资本 100 万元，持股比例 100%。

2025 年 4 月 7 日，上海淳博数字科技有限公司出资成立霍尔果斯淳博数字科技有限公司，注册资本 100 万元，持股比例 100%。

九、 在其他主体中的权益

1、 在子公司中的权益

(1) 本公司的构成

子公司名称	主要经营地	注册地	业务性质	持股比例 (%)		取得方式
				直接	间接	
上海淳博数字科技有限公司	上海	上海	服务业	100.00		同一控制
霍尔果斯淳乐净土文化传媒有限公司	霍尔果斯	霍尔果斯	服务业		100.00	投资
霍尔果斯淳博数字科技有限公司	霍尔果斯	霍尔果斯	服务业		100.00	投资
淳博传播国际有限公司	香港	香港	服务业	100.00		投资
上海淳讯数字科技有限公司	上海	上海	服务业	100.00		投资
上海淳箴广告有限公司	上海	上海	服务业	100.00		投资
武汉淳格数字科技有限公司	湖北	湖北	服务业		100.00	投资
武汉淳格传媒科技有限公司	湖北	湖北	服务业		51.00	协议转让
广州淳博文化传播有限公司	广州	广州	文化艺术业	100.00		投资
上海孚音企业管理有限公司	上海	上海	服务业	50.9804		投资
上海淳纯洞见广告有限公司	上海	上海	服务业	100.00		投资
上海淳泓数字科技有限公司	上海	上海	服务业	100.00		投资

注：持股比例按照本公司最终在该等子公司的净资产中所享有的权益比例填列。

(2) 重要的非全资子公司

无

2、 在合营企业或联营企业中的权益

无

十、 政府补助

1、报告期末按应收金额确认的政府补助

无

2、涉及政府补助的负债项目

无

3、计入当期损益的政府补助

补助项目	本期计入损益金额	上期计入损益金额	计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
稳岗补贴	34,974.44	22,354.80	其他收益	与收益相关
扩岗补贴	31,000.00	6,000.00	其他收益	与收益相关
一次性吸纳就业补贴	14,000.00	22,000.00	其他收益	与收益相关
超比例安排残疾人奖励金	12,008.80	11,859.50	其他收益	与收益相关
上海市服务业发展引导资金支持广告方向扶持资金	800,000.00	-	其他收益	与收益相关
嘉定区政府扶持资金	807,000.00	470,000.00	营业外收入	与收益相关
合 计	1,698,983.24	532,214.30	——	——

十一、 关联方及关联交易

1、 本公司的母公司情况

母公司名称	注册地	业务性质	注册资本 (万元)	母公司 对本公司的 持股比例 (%)	母公司 对本公司的 表决权比例 (%)
上海淳皓投资有限公司	上海	实业投资，创业投资，投资管理，资产管理，投资咨询（除金融、证券）	530.00	35.4621	35.4621

注：2025 年 1 月 2 日，上海淳皓投资有限公司以大宗交易方式减持 800,000 股，交易前持股比例 37.7303%，交易后持股比例 35.4621%。

截至本报告披露日，本公司实际控制人系叶子，详见本附注十一、4。

2、 本公司的子公司情况

详见附注九、1、在子公司中的权益。

3、 本公司的合营和联营企业情况

无

4、 其他关联方情况

其他关联方名称	其他关联方与本公司关系
马 佶	股东、原实际控制人之子
叶 子（注 1）	董事长、总经理、实际控制人
马 犁（注 1）	原公司实际控制人
陈晓颖	股东、董事、副总经理
徐 翔	股东、董事
何星如	股东、原董事、原董秘
方莹婷	股东、董事、董秘
毛佳臣	财务总监
李金宏	股东、监事会主席
洪巧萍	股东、监事
徐 婷	原实际控制人之妻
袁 琼	职工代表监事
上海淳旭投资合伙企业（有限合伙）	股东

其他关联方名称	其他关联方与本公司关系
上海淳士企业管理合伙企业（有限合伙）	股东
比耶传媒（武汉）有限公司	子公司的其他股东
武汉比耶传媒科技有限公司	子公司的其他股东控制的企业

注 1、2025 年 1 月 20 日，本公司原实际控制人马犁和收购人叶子签订上海淳皓投资有限公司（下称“淳皓投资”）《表决权委托协议》，约定自协议生效之日起，马犁不可撤销地将其持有的全部淳皓投资股权对应的表决权委托给叶子行使，该委托协议有效期为 8 年，自 2025 年 1 月 20 日起至 2033 年 1 月 19 日止。

淳皓投资为本公司控股股东，截止 2025 年 12 月 31 日，持有挂牌公司 35.4621%的股权。上述协议签订前，叶子及其一致行动人持有的挂牌公司股份比例为 28.4089%。本次变更后，叶子成为公司实际控制人，叶子及其一致行动人合计持有公司股份比例为 63.8710%。

5、 关联方交易情况

(1) 购销商品、提供和接受劳务的关联交易

①采购商品/接受劳务情况：

关联方	关联交易内容	本期金额	上期金额
武汉比耶传媒科技有限公司	接受服务	6,765,690.48	-
合 计	—	6,765,690.48	-

②出售商品/提供劳务情况：

关联方	关联交易内容	本期金额	上期金额
比耶传媒（武汉）有限公司	提供服务	1,890,480.31	-
武汉比耶传媒科技有限公司	提供服务	3,259,998.40	-
合 计	—	5,150,478.71	-

(2) 关联担保情况

①本公司作为担保方：无

②本公司作为被担保方

银行名称	担保方	担保方式	担保金额	担保起始日	担保终止日	担保是否已经履行完毕
工商银行股份有限公司上海市杨浦逸仙路支行	叶子	保证	12,000,000.00	2024/10/10	2029/10/10	否
	马犁	保证	12,000,000.00	2024/10/10	2029/10/10	否
	徐婷	保证	12,000,000.00	2024/10/10	2029/10/10	否

银行名称	担保方	担保方式	担保金额	担保起始日	担保终止日	担保是否已经履行完毕
厦门国际银行股份有限公司上海分行	叶子	保证	10,000,000.00	2024/10/22	2027/10/22	否
上海农村商业银行股份有限公司	叶子	保证	39,000,000.00	2026/6/23	2029/6/23	否
	叶子	保证	10,000,000.00	2025/9/15	2026/1/14	否
兴业银行股份有限公司上海浦东支行	叶子	保证	10,000,000.00	2026/6/5	2029/6/5	否
	叶子	保证	10,000,000.00	2026/9/18	2029/9/18	否
	叶子	保证	5,000,000.00	2026/9/18	2029/9/18	否
中信银行股份有限公司上海分行	叶子	保证	12,000,000.00	2024/4/12	2027/4/12	否
	马犁	保证	12,000,000.00	2024/4/12	2027/4/12	否
	徐婷	保证	12,000,000.00	2024/4/12	2027/4/12	否
华夏银行股份有限公司上海分行	叶子	保证	5,000,000.00	2026/6/5	2029/6/5	否
	叶子	保证	10,000,000.00	2026/9/19	2029/9/19	否
中国银行股份有限公司上海市浦东分行	叶子	保证	3,000,000.00	2026/3/31	2029/3/31	否
	叶子	保证	7,000,000.00	2026/5/28	2029/5/28	否
	叶子	保证	10,000,000.00	2026/6/4	2029/6/4	否
杭州银行股份有限公司上海分行	叶子	保证	5,000,000.00	2025/9/5	2028/9/5	否
中国农业银行股份有限公司上海徐汇支行	叶子	保证	20,000,000.00	2026/10/16	2029/10/16	否
南京银行股份有限公司上海分行	叶子	保证	3,000,000.00	2026/9/7	2029/9/7	否
招商银行上海宜山支行	叶子	保证	26,000,000.00	2026/8/14	2029/8/14	否
上海浦东发展银行股份有限公司奉贤支行	叶子	保证	10,000,000.00	2026/1/24	2029/1/24	否
	叶子	保证	10,000,000.00	2025/11/28	2028/11/28	否

(3) 关联方资金拆借

关联方	2025 年 1 月 1 日	本期拆入	本期偿还	2025 年 12 月 31 日
上海淳皓投资有限公司	2,250,000.00	8,400,000.00	10,650,000.00	-

(4) 关键管理人员报酬

项 目	2025 年度	2024 年度
关键管理人员报酬	3,179,355.90	3,811,298.58

注：马犁自 2016 年开始，不在公司领取薪酬。

6、 关联方应收应付款项

(1) 应收项目

项目名称	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
其他应收款：		
比耶传媒（武汉）有限公司	2,000.00	2,000.00

(2) 应付项目

项目名称	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
应付账款：		
武汉比耶传媒科技有限公司	1,795,784.90	-
合同负债：		
武汉比耶传媒科技有限公司	3,385,867.49	-
其他应付款：		
上海淳皓投资有限公司	-	2,250,000.00

十二、 承诺及或有事项

1、 重大承诺事项

截至 2025 年 12 月 31 日，本公司无需要披露的重大承诺事项。

2、 或有事项

截至 2025 年 12 月 31 日，本公司无需要披露的重大或有事项。

十三、 资产负债表日后事项

1、 重要的非调整事项

无

2、 利润分配情况

2026 年 4 月 13 日，经公司第四届董事会第十六次会议提议，公司总股本为 35,271,600 股，以应分配股数 10 股为基数，以未分配利润向参与分配的股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税）。本次权益分派共预计派发现金红利 10,581,480.00 元，如股权登记日应分配股数与该权益分派预案应分配股数不一致的，公司将维持分派比例不变，并相应调整分派总额。实际分派结果以中国证券登记结算有限责任公司核算的结果为准。

3、其他重要的资产负债表日后非调整事项

截至本报告报出日止，本公司不存在应披露的其他重要的资产负债表日后非调整事项

十四、其他重要事项

截至 2025 年 12 月 31 日，本公司不存在应披露的其他重要事项。

十五、母公司财务报表主要项目注释

1、应收账款

(1) 按账龄披露

账 龄	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
1 年以内	225,902,199.33	148,653,790.38
1 至 2 年	150,858.83	-
2 至 3 年	-	-
3 至 4 年	-	-
4 至 5 年	-	-
5 年及以上	1,749,130.00	1,749,130.00
小 计	227,802,188.16	150,402,920.38
减：坏账准备	14,018,531.85	8,453,819.52
合 计	213,783,656.31	141,949,100.86

其中：账龄超过三年的单项金额重大的应收账款：

类别或单位名称	2025 年 12 月 31 日	账龄	余额较高的原因	回款风险提示
上海易所试网络信息技术股份有限公司	1,689,130.00	5 年及以上	对方经营困难，无法偿付	预计无法收回
合 计	1,689,130.00	—	—	—

(2) 按坏账计提方法分类列示

类 别	2025 年 12 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项计提坏账准备的应收账款	3,343,076.06	1.47	3,343,076.06	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	224,459,112.10	98.53	10,675,455.79	4.76	213,783,656.31

类别	2025 年 12 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
其中：组合 1	10,950,000.00	4.81	-	-	10,950,000.00
组合 2	213,509,112.10	93.73	10,675,455.79	5.00	202,833,656.31
合计	227,802,188.16	100.00	14,018,531.85	—	213,783,656.31

(续)

类别	2024 年 12 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项计提坏账准备的应收账款	1,749,130.00	1.16	1,749,130.00	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	148,653,790.38	98.84	6,704,689.52	4.51	141,949,100.86
其中：组合 1	14,560,000.00	9.68	-	-	14,560,000.00
组合 2	134,093,790.38	89.16	6,704,689.52	5.00	127,389,100.86
合计	150,402,920.38	100.00	8,453,819.52	—	141,949,100.86

①期末单项计提坏账准备的情况：

名称	2025 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
上海易所试网络信息技术股份有限公司	1,689,130.00	1,689,130.00	100.00	对方经营困难，无法偿付
客户 C	60,000.00	60,000.00	100.00	对方经营困难，无法偿付
欧葩琪（上海）化妆品有限公司	1,443,091.06	1,443,091.06	100.00	无法与对方单位取得联系
南京翊鳞信息科技有限公司	92,730.00	92,730.00	100.00	对方经营困难，无法偿付
北京太漂亮科技有限公司	58,125.00	58,125.00	100.00	对方经营困难，无法偿付
合计	3,343,076.06	3,343,076.06	100.00	—

②期末按组合计提坏账准备的

组合中，按信用特征组合计提坏账准备的

账龄	2025 年 12 月 31 日	整个存续期预期信用损失率%	坏账准备
1 年以内	213,509,108.27	5.00	10,675,455.41
1 至 2 年	3.83	10.00	0.38
2 至 3 年	-	30.00	-

账 龄	2025 年 12 月 31 日	整个存续期预期信用损失率%	坏账准备
3 年及以上	-	50.00	-
合 计	213,509,112.10	5.00	10,675,455.79

(续)

账 龄	2024 年 12 月 31 日	整个存续期预期信用损失率%	坏账准备
1 年以内	134,093,790.38	5.00	6,704,689.52
1 至 2 年	-	10.00	-
2 至 3 年	-	30.00	-
3 年及以上	-	50.00	-
合 计	134,093,790.38	5.00	6,704,689.52

(3) 本期计提、收回或转回的坏账准备情况

类 别	2025 年 1 月 1 日	本期变动金额				2025 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	其他	
应收账款坏账准备	8,453,819.52	12,269,401.67	6,704,689.34			14,018,531.85

(4) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

2025 年 12 月 31 日, 本公司按欠款方归集的期末余额前五名应收账款汇总金额为 111,836,872.54 元, 占应收账款期末余额合计数的比例为 49.11%, 相应计提的坏账准备期末余额汇总金额为 5,591,843.63 元。

单位名称	应收账款期末余额	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	应收账款坏账准备期末余额
客户 K-02	61,566,160.75	27.03	3,078,308.04
客户 A	16,346,985.46	7.18	817,349.27
客户 R	13,932,929.18	6.12	696,646.46
客户 W	10,242,768.71	4.50	512,138.44
客户 O	9,748,028.44	4.28	487,401.42
合 计	111,836,872.54	49.11	5,591,843.63

2、其他应收款

项 目	2025年12月31日	2024年12月31日
应收利息	-	-
应收股利	-	-
其他应收款	3,348,274.37	3,519,749.63
小 计	3,348,274.37	3,519,749.63

项 目	2025年12月31日	2024年12月31日
减：坏账准备	784,315.97	375,536.26
合 计	2,563,958.40	3,144,213.37

(1) 其他应收款

①按账龄披露

账 龄	2025年12月31日	2024年12月31日
1年以内	878,033.23	1,363,436.85
1至2年	503,286.18	1,639,616.78
2至3年	1,516,954.96	430,000.00
3至4年	430,000.00	-
4至5年	-	20,000.00
5年及以上	20,000.00	66,696.00
小 计	3,348,274.37	3,519,749.63
减：坏账准备	784,315.97	375,536.26
合 计	2,563,958.40	3,144,213.37

②按款项性质分类情况

款项性质	2025年12月31日	2024年12月31日
押金保证金	3,140,295.65	2,880,924.16
备用金	192,340.74	283,358.00
往来拆借款	15,637.98	355,467.47
小 计	3,348,274.37	3,519,749.63
减：坏账准备	784,315.97	375,536.26
合 计	2,563,958.40	3,144,213.37

③按坏账计提方法分类列示

类 别	2025年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	3,348,274.37	100.00	784,315.97	23.42	2,563,958.40
其中：组合1	7.98	-	-	-	7.98
组合2	3,348,266.39	100.00	784,315.97	23.42	2,563,950.42
合 计	3,348,274.37	—	784,315.97	—	2,563,958.40

(续)

类别	2024年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	3,519,749.63	100.00	375,536.26	10.67	3,144,213.37
其中：组合 1	88,048.62	2.50	-	-	88,048.62
组合 2	3,431,701.01	97.50	375,536.26	10.94	3,056,164.75
合计	3,519,749.63	—	375,536.26	—	3,144,213.37

A. 按照预期信用损失一般模型计提坏账准备

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2025 年 1 月 1 日余额	375,536.26			375,536.26
2025 年 1 月 1 日余额在本期				
——转入第二阶段				
——转入第三阶段				
——转回第二阶段				
——转回第一阶段				
本期计提	462,456.56			462,456.56
本期转回	53,676.85			53,676.85
本期转销				
本期核销				
其他变动				
2025 年 12 月 31 日余额	784,315.97			784,315.97

④本期计提、收回或转回的坏账准备情况

类别	2025 年 1 月 1 日	本期变动金额				2025 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	转销或核销	其他	
其他应收款 坏账准备	375,536.26	462,456.56	53,676.85	-	-	784,315.97

⑤按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

单位名称	款项性质	2025 年 12 月 31 日	账 龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
供应商 G	房屋租赁保证金	5,259.00	1 至 2 年	0.16	525.90
		1,116,954.96	2 至 3 年	33.36	335,086.49
供应商 A-01	保证金	200,000.00	1 至 2 年	5.97	20,000.00
		300,000.00	3 至 4 年	8.96	150,000.00
客户 T	保证金	300,000.00	1 年以内	8.96	15,000.00
客户 K-01	保证金	200,000.00	2 至 3 年	5.97	60,000.00
供应商 Y	保证金	100,000.00	2 至 3 年	2.99	30,000.00
合 计	——	2,222,213.96	——	66.37	610,612.39

3、 长期股权投资

项 目	2025 年 12 月 31 日			2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
对子公司投资	5,891,900.00	-	5,891,900.00	3,891,900.00	-	3,891,900.00
对联营、合营企业投资	-	-	-	-	-	-
合 计	5,891,900.00	-	5,891,900.00	3,891,900.00	-	3,891,900.00

(1) 对子公司投资

被投资单位	2025 年 1 月 1 日 (账面价值)	减值准备期初余额	本期增减变动				2025 年 12 月 31 日 (账面价值)	减值准备期末余额
			追加投资	减少投资	计提减值准备	其他		
上海淳博数字科技有限公司	1,100,000.00						1,100,000.00	
淳博传播国际有限公司	871,900.00						871,900.00	
上海淳箴广告有限公司	400,000.00						400,000.00	
上海淳讯数字科技有限公司	500,000.00						500,000.00	
广州淳博文化传播有限公司	500,000.00						500,000.00	
上海孚音企业管理有限公司	520,000.00						520,000.00	
上海淳泓数字科技有限公司			1,000,000.00				1,000,000.00	
上海淳纯洞见广告有限公司			1,000,000.00				1,000,000.00	
合 计	3,891,900.00		2,000,000.00				5,891,900.00	

4、营业收入和营业成本

(1) 营业收入、营业成本明细如下：

项 目	2025 年度		2024 年度	
	收入	成本	收入	成本
主营业务	659,791,265.29	580,086,805.86	465,733,051.50	404,510,392.25
其他业务	-	-	-	-
合 计	659,791,265.29	580,086,805.86	465,733,051.50	404,510,392.25

(2) 主营业务收入及成本（分产品）列示如下：

项 目	2025 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率（%）
数字营销传播服务	421,138,947.53	359,083,857.21	14.74
传统营销传播服务	5,380,347.08	1,653,229.22	69.27
广告业务投放服务	233,271,970.68	219,349,719.43	5.97
合 计	659,791,265.29	580,086,805.86	12.08

(续)

项 目	2024 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率（%）
数字营销传播服务	340,930,169.05	293,968,583.81	13.77
传统营销传播服务	4,134,338.81	2,056,675.70	50.25
广告业务投放服务	120,668,543.64	108,485,132.74	10.10
合 计	465,733,051.50	404,510,392.25	13.15

(3) 主营业务收入及成本（分行业）列示如下：

项 目	2025 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率（%）
商务服务业	659,791,265.29	580,086,805.86	12.06
合 计	659,791,265.29	580,086,805.86	12.06

(续)

项 目	2024 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率（%）
商务服务业	465,733,051.50	404,510,392.25	13.15
合 计	465,733,051.50	404,510,392.25	13.15

(4) 主营业务收入及成本（分地区）列示如下：

项 目	2025 年度		2024 年度	
	收入	成本	收入	成本
华东	566,223,734.64	477,736,565.10	411,158,204.79	361,515,796.21
境外	13,779,943.35	16,455,281.64	15,191,701.81	12,812,203.29
其他地区	79,787,587.30	85,894,959.12	39,383,144.90	30,182,392.75
合 计	659,791,265.29	580,086,805.86	465,733,051.50	404,510,392.25

(5) 营业收入按收入确认时间列示如下：

2025 年度：

项 目	产品销售	工程建造	提供劳务	其它	合计
在某一时段内确认收入	-	-	-	-	-
在某一时点确认收入	-	-	659,791,265.29	-	659,791,265.29
合 计	-	-	659,791,265.29	-	659,791,265.29

(6) 履约义务相关的信息

本公司收入确认政策详见附注四、21。本公司根据合同的约定，作为主要责任人按照客户需求的品类、标准及时履行提供服务的义务。由客户提出要求，公司根据客户具体需求签订合同或接受客户发出的业务订单，公司建立项目组制订项目策略或媒体投放方案，方案经客户确认后，调配人力、物力执行方案，结束由客户确认后，确认为收入的实现。

不同客户和产品的付款条件有所不同，本公司主要销售方式为授予客户一定期限的信用期。

5、 投资收益

项 目	2025 年度	2024 年度
交易性金融资产持有期间取得的投资收益	151,432.22	107,981.96
收到子公司分红	10,293,850.06	11,740,000.00
合 计	10,445,282.28	11,847,981.96

十六、 补充资料

1、 本期非经常性损益明细表

项 目	金 额	说 明
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-1,853.82	
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	1,698,983.24	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	169,528.69	
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	
委托他人投资或管理资产的损益	-	
对外委托贷款取得的损益	-	
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而产生的各项财产损失	-	
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	
非货币性资产交换损益	-	
债务重组损益	-	
企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用，如安置职工的支出等	-	
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响	-	
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用	-	
对于现金结算的股份支付，在可行权日之后，应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益	-	
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	
交易价格显失公允的交易产生的收益	-	
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	
受托经营取得的托管费收入	-	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2,084.02	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	25,200.96	
减：所得税影响额	427,977.59	
少数股东权益影响额（税后）	16,734.86	
合 计	1,445,062.60	

注：非经常性损益项目中的数字“+”表示收益及收入，“-”表示损失或支出，各非经常性损益项目按税前金额列示。

2、净资产收益率及每股收益

报告期利润	加权平均净资产收益率 (%)	每股收益	
		基本每股 收益	稀释每股 收益
归属于公司普通股股东的净利润	13.5793	0.6729	0.6729
扣除非经常损益后归属于普通股股东的净利润	12.7526	0.6320	0.6320

附件 会计信息调整及差异情况

一、 会计政策变更、会计估计变更或重大差错更正等情况

(一) 会计数据追溯调整或重述情况

会计政策变更 会计差错更正 其他原因 不适用

(二) 会计政策、会计估计变更或重大会计差错更正的原因及影响

适用 不适用

二、 非经常性损益项目及金额

单位：元

项目	金额
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-1,853.82
计入当期损益的政府补助，但与企业正常经营业务密切相关，符合国家政策规定，按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	1,698,983.24
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	169,528.69
处置交易性金融资产、交易性金融负债、衍生金融资产、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2,084.02
其他符合非经常性损益定义的损益项目	25,200.96
非经常性损益合计	1,889,775.05
减：所得税影响数	427,977.59
少数股东权益影响额（税后）	16,734.86
非经常性损益净额	1,445,062.60

三、 境内外会计准则下会计数据差异

适用 不适用