

证券代码：002712

证券简称：思美传媒

公告编号：2026-015

思美传媒股份有限公司

关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

一、情况概述

思美传媒股份有限公司（以下简称“公司”）于2026年4月22日召开了第六届董事会第三十二次会议，审议通过了《关于未弥补亏损达到实收股本总额三分之一的议案》。

根据天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告，截至2025年12月31日，公司经审计的合并财务报表未分配利润为-933,516,743.10元，公司实收股本为544,276,198股，公司未弥补亏损金额超过股本总额三分之一。

依据《公司法》《公司章程》的相关规定，本议案尚需提交公司2025年年度股东会审议。

二、导致亏损的主要原因

公司未弥补亏损金额超过实收股本总额三分之一，主要原因如下：

（一）自2019年以来，公司根据《企业会计准则第8号-资产减值》及相关会计政策规定，陆续对子公司上海科翼文化传播有限公司、上海观达影视文化有限公司、杭州掌维科技有限公司、上海智海扬涛广告有限公司、宁波爱德康赛广告有限公司、淮安爱德康赛广告有限公司等控股子公司计提商誉减值准备，截至目前，公司累计计提商誉减值准备19.44亿元。

（二）营销服务行业竞争日趋激烈，营销链路透明度持续提升，市场终端竞争加剧，为稳固客户合作、保障业务稳健拓展，公司适度优化终端合作让利政策；叠加上游合作收益空间收窄，上下游双向盈利承压，导致公司毛利率逐年下滑。

三、应对措施

思美传媒将全力构建新传媒和新文旅“双轮”驱动的发展格局，以“传媒+科技+文旅”融合发展为主线，推动业务转型升级，全力做大做强新传媒、新文旅“两新”核心业务，实现高质量发展。

1. 夯实广告营销主业基本盘，做强数字业务核心增长极。立足核心媒体资源与应用市场渠道优势，推动广告营销主业从“规模扩张”向“质效并举”转型，着力破解“高营收、低净利”痛点，筑牢经营基本盘。一是不断优化业务结构。加大传统广告业务整合力度，聚焦高毛利的全案营销、内容定制等服务，将资源资金集中投向头部客户与核心赛道，提升营销业务整体盈利能力。二是持续深耕数字赛道。持续深化与百度、腾讯、字节等新媒体平台及华为、荣耀、OPPO、vivo、苹果等应用市场的合作，提升数字营销业务质量效益。

2. 培育文旅整合协同新赛道，打造东西双向引流新引擎。依托“东部客源+西部资源”双向优势，打造“西部优质文旅资源+特色定制化文旅产品+专业高效营销传播”为核心竞争力的文旅产业板块，培育新增长极。一是组建专业团队，强化协同能力。整合营销策划、品牌设计、目的地运营等专业力量，组建复合型文旅业务团队，提高“文旅品牌策划+整合营销传播+景区流量运营+文创产品开发”综合能力；深化与四川旅投集团内部文旅板块协同，实现“营销服务+景区资源”双向赋能。二是聚焦西南市场，加快文旅布局。重点攻坚西部文旅目的地整合营销市场，尤其是川渝各市（州）文旅市场，发挥东部市场桥头堡作用，着力打造“定制化旅行产品+文旅 IP 营销”组合拳，为西部文旅消费引流。

3. 开拓品牌出海新蓝海，构建海外营销网络新格局。抢抓中国品牌出海机遇，采取“本土化布局+政策绑定”策略，避免盲目扩张，实现海外业务“稳扎稳打、盈利优先”。一是依托既有基础，聚焦优势市场。优先开拓政策友好、文化相近的海外新兴市场，逐步与海外头部媒体、本土 KOL、本地化营销机构的合作，建立海外媒介资源库与供应链体系，构建“国内总部+海外据点”的营销网络。

4. 深化科技赋能智慧运营力，筑牢技术驱动新底座。一是建强科技团队，夯实技术基础。整合公司现有技术团队资源，围绕业务需求设立研发专项小组，通过内部培养、外部引进、与头部大模型公司合作等方式，提升技术团队专业能力。二是推动技术赋能广告营销，降本增效提质。在投放执行端、客户服务端，提升

响应速度与满意度。三是加快业务中台建设，推动数字化管理。加快推进AI创意平台建设，提升资源使用效率，支撑精细化运营管理和决策。

四、报备文件

1.公司第六届董事会第三十二次会议决议；

特此公告。

思美传媒股份有限公司董事会

2026年4月24日