

引力传媒股份有限公司

2025 年度董事会工作报告

一、2025 年经营情况回顾

报告期内，在竞争日趋激烈的市场环境下，公司凭借内容创新与 AI 时代新型广告营销方法论，成功构建起“技术赋能-场景落地-价值转化”的可持续发展闭环，实现品牌营销、社交营销、电商营销和运营等数字化服务的联动发展，头部客户合作规模与渗透率均实现稳步提升。

公司始终践行“以人为本”的发展理念，将人才密度作为 AI 时代的核心竞争力。公司通过外部优质人才引育与内部系统化培训相结合的方式，持续推进组织能力升级与人才结构优化。目前，公司 AI 相关培训员工覆盖率达 100%，部分重点业务线 AI 大模型渗透率实现 100%，有效提升了整体运营效率、服务响应速度，进一步增强了客户体验满意度，为公司持续高质量发展筑牢人才根基。

（一）经营成果

2025 年度，公司实现营业总收入 82.83 亿元，同比增加 31.71%；归属于上市公司股东的净利润 1712.49 万元，同比实现扭亏；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1692.33 万元，同比实现扭亏。报告期内，受益于互联网社交行业客户、日化美妆行业客户及 3C 等行业客户的旺盛业务需求，公司营业收入在具有挑战性的消费大环境下依然获得了较高增长。同时，公司积极推进客户结构优化策略，主动收缩毛利率较低的效果类营销业务，重点服务大客户整合营销业务，持续优化、升级业务模式与盈利韧性。公司推出自研 AIGC 创意平台“九合创意”，并全面推进 AI 工具在内容生产、策略策划及运营管理等环节的深度应用，以技术赋能驱动降本增效。得益于此，公司在收入稳步增长的同时，整体运营效率得到进一步提升。

（二）业务发展情况

报告期主要经营情况如下：

1、品牌营销

持续深化与头部及新兴媒体合作，业务护城河不断加固。2025年，公司在巨量引擎平台的执行额同比增速显著跑赢大盘，在腾讯平台的合作规模实现突破性提升。同时，公司积极拓展哔哩哔哩等新兴媒体渠道，业务拓展成效初显。此外，公司与小红书、微博、芒果TV、优酷、爱奇艺等媒体平台的合作关系保持稳定，全域媒体基础进一步夯实。

报告期内，公司深化头部客户渗透，优化客户结构。进一步强化与国内消费行业头部企业的合作粘性，伊利、美的等核心客户的执行额贡献度稳步攀升；部分重点客户的执行额实现大幅增长，合作价值持续释放。公司持续突破国际消费品牌客户，成功拓展宝洁、欧莱雅等国际知名品牌，客户结构进一步多元化。

公司立足品牌营销优势，内容创新战略落地见效。公司将短剧营销、娱乐营销等创新模式融入品牌营销服务体系。2025年，公司与伊利、美的等头部消费品牌实现短剧营销业务合作。同时，在重点拓展AI应用客户的业务战略驱动下，公司也顺利与AI应用等互联网客户达成短剧营销业务合作。凭借全链路整合服务能力，公司在平台精品短剧、红果短剧、达人定制剧、小程序剧等多个赛道实现均衡发展。2025年，公司成立娱乐营销事业部，依托自身沉淀的明星评估钻石六边模型，重点拓展“明星+”相关业务，未来将开展代言合作、新品发布种草、品牌事件营销、电商直播间联动、短代素材授权等多元化服务，为客户提供全链路“明星+”整合营销解决方案。

未来，公司品牌营销业务将深耕内容创新领域，以差异化内容赋能品牌传播，全力推动业务质量与效益双提升，为客户创造更具穿透力的营销价值。

2、社交营销

持续强化技术与资源双向赋能，构建全平台协同生态。公司一方面持续巩固在抖音星图、小红书两大核心阵地的领先优势，另一方面加速推进在哔哩哔哩、腾讯互选等平台的规模化拓展步伐，逐步构建起全平台协同发展的布局。其中，公司持续稳固在巨量星图平台的头部代理商地位，执行额、毛利额均保持同比稳步增长。同时，凭借优质的服务能力与突出的技术优势，深度参与巨量引擎创意

生态建设，多个 AIGC 实践案例成功入选平台生态标杆案例。公司持续深化小红书平台 IP+KFS 组合营销策略的落地应用，小红书蒲公英平台业务量实现同比显著增长。在哔哩哔哩平台，公司重点布局垂直领域达人合作，推动该平台执行额实现规模化突破，进一步完善全平台布局。

2025 年，公司积极推动业务结构优化与升级，聚焦对高价值客户的深度服务，提升业务整体质量与效益。报告期内，公司亿元级、千万级客户数量同比稳步增加，核心客户复购率维持在较高水平，重点客户执行额实现大幅增长，为业务发展提供了坚实支撑。在巩固美妆、食品饮料等传统优势消费行业客户的基础上，公司重点拓展互联网社交、母婴宠物等新领域客户，成功将其培育为社交营销业务增长的新驱动力，客户结构得到进一步丰富。

报告期内，公司在原有“数-策-创-投”一体化体系基础上，升级构建“数-策-创-投-效”全链路服务体系，新增效果复盘与优化模块，实现从策略制定、内容创作、达人投放，到效果监测、复盘优化的全流程闭环。同时，结合星立方、小红星、巨量云图等平台工具，为客户提供更全面、更直观的转化数据呈现，助力客户科学优化营销决策。此外，公司完成内容驾驶舱产品体系 2.0 升级，实现优质素材 AIGC 化生成、营销话术智能优化、投放数据实时监控与动态调整，同时运用 AI 技术深度挖掘用户需求与行业趋势，为客户提供定制化营销策略，全方位赋能品牌客户实现高质量增长。

未来，公司将把社交营销业务作为发展重点，集中优势资源推动业务规模化扩张，持续深化 AI 技术在业务各环节的融合应用。目前，公司已完成自研“核力星推”平台 3.0 版本迭代，新增多平台数据同源分析等功能。后续，公司将加大对“核力星推”平台的研发投入，持续提升社交营销业务工作流的智能化、自动化水平。此外，公司将持续深化“IP+内容+技术”在社交营销业务的融合，不断扩充优化 MCN 供应商库、KOC 达人资源库，聚焦打造差异化、创新性营销案例，推动社交营销业务实现高质量发展。

3、电商营销与运营

报告期内，作为巨量千川全牌照、AD 核心授权服务商，公司持续深化与字节跳动的合作，服务能力得到进一步认可。公司成功斩获巨量千川“整合营销”与

“商品营销”双赛道三星级认证，同时荣获巨量引擎“专项深耕奖”“产品共建奖”两项殊荣，认证覆盖美妆、护肤、日化等核心服务领域，彰显了公司在电商营销领域的专业实力。与此同时，公司继续巩固在阿里巴巴生态的头部代理商地位，连续多年斩获阿里妈妈全域六星合作伙伴、阿里妈妈品牌超级伙伴、UD 效果超级伙伴等多项权威认证。

公司聚焦美妆、日化、服饰、大健康等消费行业细分赛道，坚定践行大客户战略，持续深化与敷尔佳、HBN、小米等国内头部消费品牌的合作。公司创新采用千川精准投放与巨量 AD 品牌组合曝光模式，结合品效协同模型，实现品牌曝光与销量转化的双向赋能，满足客户多元化营销需求，逐步形成可在多行业复用、复制的营销方法论。同时，公司深度融合 AIGC 内容生成技术，打造了多个行业标杆营销案例，内容创新能力与投放优化水平获得客户与媒体平台的双重认可。

未来，公司将持续加码 AI+电商营销服务矩阵，重点推进智能体素材制作等 AI 模块建设，进一步深化与巨量千川的数据协同，推动电商营销与运营业务向毛利率增长导向转型，构建高质量、可持续的电商营销生态体系。

4、创新业务布局探索

（1）出海业务

2023 年，公司顺应媒体生态变迁与客户生意战略拓展，积极布局海外业务板块，并成立“引力国际”海外事业部。截至目前，出海业务已呈现加速增长态势，标志着公司国际化战略取得实质性突破，进入高质量发展新阶段。2025 年，引力国际聚焦全球主流社交媒体平台，以国内社交板块成熟方法论与经验做支撑，深耕欧美及东南亚核心国家地区，已陆续设立英美新越等海外分公司，并着手搭建本地化团队。旨在助力品牌实现海外市场精准定位与差异化价值主张，并匹配切实可行的营销传播策略。

报告期内，引力国际已构建起多元化的出海品牌服务矩阵，客户行业覆盖消费电子、家电、移动应用、美妆快时尚、母婴宠物等行业。已从单一的达人营销，延伸拓展至达人内容加热助推、IP 跨界合作、PR 公关事件营销、社媒运营等整合营销服务模式。公司已运用 PICKX 方法论，助力亚马逊头部卖家 Casekoo、

xTool 等及 AIGC 应用 AiPPT、Vidu 等，实现在欧美地区的新品上市与节点促销等营销传播需求；运用 IP+方法论，深度且有效地赋能 YADEA 开拓越南市场等，验证了中国营销模式的国际化适配能力。

此外，引力国际已重点围绕 TikTok、Amazon 生态着手团队搭建与扩张，旨在加强与平台合作关系，并进一步探索全链路营销服务能力体系建设。未来，引力国际将继续秉承“以客户为中心，赋能出海品牌价值提升”的使命与服务理念，基于对全球市场趋势的前瞻洞察以及对品牌全球化发展诉求的深刻理解，为中国品牌出海提供集社交营销、内容营销与定制化策略于一体的整合营销解决方案，实现生意长效增长。

（2）短剧业务

作为内容营销的创新者与践行者，公司不断探索短剧内容与营销模式的创新实践。报告期内，公司持续加码短剧业务布局，探索短剧内容与品牌营销的融合方式。依托多年内容营销经验，公司已形成覆盖投前策略、内容制作到传播转化的短剧业务体系，为品牌提供一体化服务。面对短剧市场项目数量快速增长的环境，引力传媒在实践中沉淀出诊断-评选-创意-全域方法论，从品牌需求诊断、短剧内容筛选到达人内容策略与全域资源整合，帮助品牌在复杂的短剧生态中找到更适配的合作模式，提高营销效率。

报告期内，公司在平台精品短剧、达人定制剧和小程序短剧等多个赛道持续深入布局，并已与品牌客户开展短剧合作项目，通过剧情内容实现品牌曝光、人群沉淀与转化增长。

（3）AI+应用

报告期内，公司积极拥抱 AI 发展浪潮。在自研 AI 工具方面，公司基于多年数字营销业务积累的海量营销数据，自主研发“九合创意 2.0”一站式 AIGC 创作平台。该平台深度融合营销场景与 AI 前沿技术，以文生图+图生视频双引擎为核心架构，通过 Seedream 文生图、Vidu 图生视频等模型的协同联动，全面打通“文本-静态视觉-动态内容”的创作全链路，高效解决传统广告制作中效率低下、门槛偏高、效果不均的核心痛点，为品牌提供从创意构思到落地转化的全链路智

能解决方案。公司内容团队依托“九合创意 2.0”一站式 AIGC 创作平台，完成电商广告全链路视觉资产的流水线闭环生产，将原需数日的素材制作周期压缩至数小时。同时，借助高效素材裂变工具，员工上传基础模特图后，可微调肢体动作、更换产品配色，实现单张基础图生成 10 张以上差异化素材，大幅降低广告物料摄影拍摄成本。

此外，公司运用“AI 用研平台”，以高质量数据模型为底座、以 AI 算法为核心引擎、以营销实战落地为导向，帮助品牌在数天内完成以往需数周才能实现的用户认知分析，且结果更全面、更具落地指导价值。该平台依托行为数据、兴趣标签、消费偏好及社交互动等多维数据源，通过机器学习与自然语言处理技术对用户进行多层次、多维度建模，实现从“问用户怎么看”到“理解用户为什么这么做”的跃迁，推动用户洞察由传统小样本统计推断，转向对真实用户生态的系统性建模，打造可持续更新、可动态调用、可实时响应的长效认知资产。

在外部伙伴协同共建方面，公司在 2025 年 10 月与火山引擎、巨量引擎举行了“AI 合作会议”，三方基于各自技术与资源优势，围绕“AI+DATA”、AIGC、AI 广告、AI 短剧等领域进行了全面、深度的交流。

未来，公司将进一步加大 AI 技术研发的投入，以 AI 技术为引擎，实现产品、服务、组织协同升级。公司将持续升级迭代现有自研 AI 工具，提升其复杂任务处理能力，并加快推进 AI 数字员工体系建设，通过行业知识与 AI 技术深度融合，打造具备自主执行复杂任务、实时响应业务需求的虚拟员工团队。

二、董事会日常工作情况

1、董事会会议情况及决议内容

公司 2025 年共召开 7 次董事会，各董事会成员依照公司法、公司章程赋予的权利义务审议并通过了下述所列相关议案：

召开时间	会议名称	表决内容
2025.1.3	第五届董事会第七次会议	(一)《关于公司预计 2025 年度申请综合授信额度的议案》 (二)《关于公司与全资子公司、全资孙公司申请综合授信互相提供担保的议案》 (三)《关于制定<舆情管理制度>的议案》 (四)《关于提请召开公司 2025 年第一次临时股东大会的议案》

2025.4.28	第五届董事会第八次会议	<p>(一)《关于公司 2024 年度总裁工作报告的议案》</p> <p>(二)《关于公司 2024 年度董事会工作报告的议案》</p> <p>(三)《关于公司 2024 年度独立董事述职报告的议案》</p> <p>(四)《关于公司 2024 年度财务决算报告的议案》</p> <p>(五)《关于公司 2024 年年度报告及其摘要的议案》</p> <p>(六)《关于公司 2024 年度利润分配预案的议案》</p> <p>(七)《关于公司 2024 年度内部控制评价报告的议案》</p> <p>(八)《关于审议 2024 年度会计师事务所履职情况评估报告及审计委员会对会计师事务所履行监督职责情况报告的议案》</p> <p>(九)《关于公司续聘会计师事务所的议案》</p> <p>(十)《关于公司高级管理人员 2024 年度薪酬及 2025 年度薪酬方案的议案》</p> <p>(十一)《关于公司董事 2024 年度薪酬及 2025 年度薪酬方案的议案》</p> <p>(十二)《关于董事会审计委员会 2024 年度履职情况报告的议案》</p> <p>(十三)《董事会对独立董事独立性自查情况的专项报告》</p> <p>(十四)《关于 2025 年第一季度报告的议案》</p> <p>(十五)《关于会计估计变更的议案》</p> <p>(十六)《关于提请召开公司 2024 年年度股东大会的议案》</p>
2025.07.24	第五届董事会第九次会议	<p>(一)《关于注销 2024 年限制性股票与股票期权激励计划部分股票期权的议案》</p> <p>(二)《关于 2024 年限制性股票与股票期权激励计划第一个行权期行权条件成就的议案》</p>
2025.08.18	第五届董事会第十次会议	<p>(一)《关于取消监事会并修订<公司章程>的议案》</p> <p>(二)《关于制定和修订部分公司治理制度的议案》</p> <p>(三)《关于公司符合向特定对象发行 A 股股票条件的议案》</p> <p>(四)《关于公司 2025 年度向特定对象发行 A 股股票方案的议案》</p> <p>(五)《关于<引力传媒股份有限公司 2025 年度向特定对象发行 A 股股票预案>的议案》</p> <p>(六)《关于<引力传媒股份有限公司 2025 年度向特定对象发行 A 股股票方案论证分析报告>的议案》</p> <p>(七)《关于<引力传媒股份有限公司 2025 年度向特定对象发行 A 股股票募集资金使用的可行性分析报告>的议案》</p> <p>(八)《关于无需编制前次募集资金使用情况报告的议案》</p> <p>(九)《关于<引力传媒股份有限公司未来三年（2025-2027 年）股东分红回报规划>的议案》</p> <p>(十)《关于 2025 年度向特定对象发行 A 股股票摊薄即期回报、采取填补措施及相关主体承诺的议案》</p> <p>(十一)《关于提请公司股东大会授权董事会办理本次向特定对象发行 A 股股票具体事宜的议案》</p> <p>(十二)《关于提请召开公司 2025 年第二次临时股东大会的议案》</p>
2025.08.27	第五届董事会第十一次会议	<p>(一)《关于公司 2025 年半年度报告及其摘要的议案》</p>
2025.09.22	第五届董事会第十二次会议	<p>(一)《关于 2024 年限制性股票与股票期权激励计划第一个解除限售期解除限售条件成就的议案》</p>
2025.10.30	第五届董事会第十三次会议	<p>(一)《关于公司 2025 年三季度报告的议案》</p>

2、董事会对股东会决议的执行情况

报告期内，董事会认真执行了股东会的各项决议。

3、董事会下设专门委员会工作情况汇报

2025年，公司董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会严格按照相关议事规则开展各项工作，针对涉及事项单独召开专项会议，并在相关董事会上发表了委员会意见，促进了公司董事会规范运作水平不断提高。

三、经营计划

1、进一步强化全域全链路营销服务能力，赋能品牌客户全生命周期增长

《“十四五”广告产业发展规划》提出鼓励广告产业技术创新、模式创新、业态创新，要求广告产业向专业化和价值链高端延伸。

公司作为连接生意与生态的全链路营销运营公司，具备品效销数协同的一站式营销解决方案，在营销服务过程中助力品牌实现生意增长的同时也能够为品牌提供市场前景洞察、产品迭代创新等咨询服务。未来，公司将进一步延伸服务边界、拓展覆盖行业，从数据智能化到业务场景智能化，构建产品创新与产品营销联动的“智慧飞轮”，为品牌客户提供覆盖市场洞察、品牌定位、产品设计、营销策略、内容创作、智能投放、实时监测、迭代优化等全域全链路解决方案，以前后链路贯通帮助客户深耕品牌资产及消费者数据资产，为客户持续输出服务与价值，赋能企业全生命周期增长。

2、贯彻深化科技化战略，探索 AI+营销新机遇

《2026年政府工作报告》中明确提出“深入推进数字中国建设”并“打造智能经济新形态”。同时提出“数字经济核心产业增加值占国内生产总值比重达到12.5%”。

从公司内部来看，目前 AI 工具已深度融入公司日常经营全流程，公司人效实现显著提升。公司内容团队依托“九合创意 2.0”一站式 AIGC 创作平台，完成电商广告全链路视觉资产的流水线闭环生产，将原需数日的素材制作周期压缩至数小时。同时，借助高效素材裂变工具，员工上传基础模特图后，可微调肢体动作、更换产品配色，实现单张基础图生成 10 张以上差异化素材，大幅降低广告物料拍摄成本。此外，公司依托 AI 视频生成技术，在 AI 漫剧领域已开展初步探

索与落地，持续丰富内容生产与营销创新场景。

未来，公司将持续升级现有自研 AI 工具，提升其复杂任务处理能力。在社交营销领域，公司将探索基于多模型调用与智能体协作机制，实现达人筛选、自动建联及下单等工作流的自动化执行。在广告投放系统层面，公司将深化 AI 智能体与后台系统的融合，通过智能化决策持续降低人工干预。同时，公司将进一步深化“AI 用研平台”在业务中的使用，推动用户调研从一次性研究工具，升级为贯穿策略制定、内容创作、广告投放及效果评估全链路的生意基础设施。

从公司外部行业发展视角看，未来对话式人工智能 App 的广告商业化有望成为全新蓝海机遇。同时，未来随着智能体通过 A2A 交互逐步替代人类消费者完成消费决策，预计线上消费场景亦将迎来新一轮重构。作为业内成功穿越多个行业周期的广告营销企业，公司在历次流量迁徙浪潮中展现出卓越的前瞻判断能力。基于对流量演进逻辑的深刻洞察与长期积淀，公司将在由 AI 重构的新一轮流量变局中，将技术变革的红利转化为商业增长。

3、提高管理效率，打造适配 AI 时代的人才团队

公司在 2026 年将进一步加强目标管理、绩效管理、激励约束机制、成本预算管理以及信息化平台建设，全面提升精细化管理水平。通过上述措施，公司旨在降低经营成本，提高运营效率，实现更加科学和高效的资金管理，提升资金使用效益，并强化风险控制，有效防范经营风险。

公司积极拥抱 AI，并认为熟练使用 AI 工具是未来员工必须具备的核心能力之一。公司基于上述理念，持续迭代人力资源模式，搭建了更契合 AI 时代需求的人才供应体系、活水计划等人力资源机制。尤其在人才梯队建设方面，公司通过更灵活的人才培养机制，吸引、建设更符合当前业务形态、更能熟练应用 AI 能力的人才梯队，同时通过专项集训营和媒体共建机制，形成 90 后核心骨干+95 后预备人才的双层储备体系，团队专业能力持续升级。

4、出海业务进入实质突破期，助力中国企业全球化

根据国务院相关数据，2025 年我国跨境电商进出口 2.75 万亿元，比 2020 年增长 69.7%。同时，中国贸易伙伴进一步多元化，2025 年中国对共建“一带一路”国家出口增长 11.2%，拉动出口增长 5.4 个百分点。中国国际影响力持续扩大，出海国际化已然成为中国企业提升品牌影响力、实现品牌新增量的重要途径。

公司积极顺应国家“一带一路”等对外开放相关政策指引，出海营销聚焦欧洲、东南亚等“一带一路”沿线高增长潜力国家。2025年，公司出海业务完成从团队规模化建设到商业模式闭环的全面跑通，国际化战略取得实质性突破。迈入2026年，公司出海业务进入高速拓展阶段，并同步在海外多个国家筹备设立子公司及本土化运营团队。同时，除传统广告营销业务外，公司计划在海外市场积极探索IP内容版权、自有品牌商品等新业务方向，为国际化增长注入新动能。

引力传媒股份有限公司董事会

2026年4月27日