

公司代码：603598

公司简称：引力传媒

引力传媒股份有限公司
2025年年度报告摘要

第一节 重要提示

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

截至2025年12月31日，母公司可供分配利润为负，根据《公司法》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》、《公司章程》等规定，公司拟定的2025年度利润分配预案为：本年度拟不派发现金红利、不送红股、不以资本公积金转增股本。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

第二节 公司基本情况

1、 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	引力传媒	603598	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	穆雅斌	刘畅
联系地址	北京市朝阳区建国路甲92号扬子江健康大厦12层	北京市朝阳区建国路甲92号扬子江健康大厦12层
电话	010-87521982	010-87521982
传真	010-87521976	010-87521976
电子信箱	muyabin@yinlimedia.com	liuchang@yinlimedia.com

2、报告期公司主要业务简介

引力传媒是一家以科技创新与内容创意双轮驱动的卓越全域数字营销公司。公司秉持“依托内容、聚合数据、赋能消费”的经营理念，致力于成为字节跳动、阿里巴巴、腾讯、小红书等互联网媒体平台与品牌客户之间的商业连接枢纽。公司依托数据驱动的消费者深度洞察，结合媒体平台的标准化广告投放能力，为品牌客户打造品效销数协同的全域全链路生态营销解决方案，以助力客户实现确定性可持续生意增长，并同时积极发挥生态枢纽作用，与媒体平台共建多元繁荣、共生共赢的品牌商户生态体系。

公司自 2005 年成立以来，深耕营销行业二十载，经历了从传统电视媒体时代到移动互联网时代再到 AI 时代的多次行业变革，积累了丰富的行业经验、深厚的客户资源和卓越的创意能力。

公司业务包括：品牌营销、社交营销、电商营销与运营服务、数据咨询服务。目前，品牌营销、社交营销、电商营销与运营服务主要依托以下媒体平台开展业务：字节跳动、阿里巴巴、小红书、腾讯、微博、哔哩哔哩、芒果 TV、优酷、爱奇艺等。公司与上述主流平台均保持了长期稳定的战略合作关系，是字节跳动巨量星图平台头部代理商、阿里妈妈全域六星合作伙伴，在多个平台屡获年度卓越服务商等权威认证。

2.1 品牌营销

品牌营销是指公司围绕客户的企业、产品、品牌的形象及定位，创作优质创意内容并触达消费者，以持续深化消费者对品牌与产品的认知及印象。公司基于客户的品牌底蕴、产品核心品质与差异化竞争优势，定制化打造高品质创意内容；同时整合多个媒体渠道进行全域传播，深层次构建用户对品牌及产品的价值认同感，提升客户品牌的影响力，实现品牌价值与商业效益的闭环转化。

创意内容是品牌营销业务的核心根基。公司积极布局品牌营销内容创新升级，在传统品牌营销业务基础上，拓展代言人官宣、新品发布种草、品牌事件营销、电商直播合作、短视频素材授权等多元化明星内容营销服务模式，目前已成功落地数十个明星营销项目。同时，公司持续将 AI 技术深度融入品牌营销全业务流程，通过自主研发的九合创意 2.0 一站式 AIGC 创作平台赋能内容创意团队，实现优质创意快速转化为定制化、可投放广告物料，最大化释放公司原创创意价值与创意产能。九合创意平台以文生图+图生视频双引擎为核心架构，依托 Seedream 文生图、Vidu 图生视频等模型协同联动，显著提升内容素材制作效率，实现创作效率倍数级增长。

2.2 社交营销

社交营销业务是指公司依托强大的 KOL 合作生态、核心媒体资源及深厚的电视网络 IP 积淀，围绕抖音、小红书、微博等互联网社交平台，通过内容种草、口碑塑造、话题营销、达人代言、短视频运营、直播电商联动等多元业态，全方位赋能品牌客户，帮助其实现更高效率的传播转化与生意长效增长。

近年来，品牌客户持续转向高 ROI 精细化投放策略，社交营销投放预算正逐步由少量头部 KOL，向覆盖面更广、用户垂直属性更强的海量 KOC 群体倾斜。顺应行业由 KOL 向 KOC 投放转型的发展趋势，公司将 AI 技术与海量 KOC 资源库深度融合，自主研发“核力星推”智能社交营销投放平台。该平台可依据品牌客户产品价值传递、目标受众触达等核心需求，提供定制化 KOC 筛选、推荐及全流程管理服务，助力客户从海量资源中快速搭建精准适配的达人矩阵，高效规模化开展 KOC 社交营销投放。

2.3 电商营销与运营服务

电商营销与运营服务，是指公司整合电商营销、电商数据服务能力，面向客户生意增长打造的系统化综合解决方案。公司依托电商营销与运营能力，为客户提供好物种草、销售转化全链路

增长赋能；同时借助数据、技术及数字化工具，构建数据体系、开展用户洞察、人群精细化运营、媒体精准投放与效果迭代优化，输出全方位数字化营销解决方案，助力客户高效制定经营决策、营销预算决策及用户运营决策，最终稳步实现生意增长目标。

公司持续将 AI 技术深度融入电商营销全业务链条，深化用户洞察能力，迭代升级品牌客户服务能力。公司于 2026 年推出“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，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。

2.4 数据咨询服务

伴随广告主对品牌与效果合一、媒介传播与产品销售一体化的需求，公司正从传统的媒介代理服务，向数智化、科学化围绕人群资产及消费者行为路径的全域营销转变。公司结合字节跳动、阿里、快手、小红书等多个新媒体平台为客户提供数据营销方法，如全域 GTM 拆解、触点效率优化、多平台人群定位及内容沟通点诊断等，并通过科学的手段为客户解决多元复杂的媒体营销难题。在基于自身发展历程演变和数据服务能力建设提升的同时，也为公司广告营销类业务与能力创新发展提供理论支撑与实践参考。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减 (%)	2023年
总资产	1,724,870,238.27	1,412,438,417.31	22.12	1,222,061,619.07
归属于上市公司股东的净资产	212,358,579.18	182,571,375.09	16.32	197,097,842.37
营业收入	8,282,769,883.26	6,288,602,758.61	31.71	4,737,927,142.63
利润总额	12,011,740.20	-12,873,850.63	不适用	63,300,031.92
归属于上市公司股东的净利润	17,124,858.25	-18,105,075.90	不适用	48,040,604.54
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	16,923,268.63	-17,280,929.19	不适用	34,321,766.21
经营活动产生的现金流量净额	18,804,195.42	-291,805,578.06	不适用	21,124,476.36
加权平均净资产收益率(%)	8.82	-9.54	不适用	28.06
基本每股收益(元/股)	0.06	-0.07	不适用	0.18
稀释每股收益(元/股)	0.06	-0.07	不适用	0.18

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	1,990,029,479.41	2,552,296,131.33	1,919,401,235.75	1,821,043,036.77
归属于上市公司股东的净利润	7,542,929.97	8,388,766.42	4,428,524.01	-3,235,362.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	7,456,000.26	8,109,636.57	4,141,451.89	-2,783,820.09
经营活动产生的现金流量净额	-167,431,879.91	283,473,628.67	-242,951,383.53	145,713,830.19

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

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

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）							46,676
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							51,733
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
罗衍记	-13,500,000	85,746,300	31.81	0	冻结	2,131,650	境内自然人
北京合创盛世管理咨询合伙企业 （有限合伙）	0	20,000,000	7.42	0	无		境内非国有 法人
上海泉桥私募基金管理有限公司— 泉桥长虹 1 号私募证券投资基金	0	15,000,000	5.56	0	无		其他
上海偕沣私募基金管理有限公司— 偕沣 305 私募证券投资基金	13,500,000	13,500,000	5.01	0	无		其他
武小刚	633,918	2,580,900	0.96	0	无		境内自然人
王恒	1,336,600	1,336,600	0.50	0	无		境内自然人
BARCLAYS BANK PLC	615,515	1,003,615	0.37	0	无		境外法人
上海聚鸣投资管理有限公司—聚鸣 章玉价值成长私募证券投资基金	741,100	741,100	0.27	0	无		其他
吴培伟	-380,900	720,000	0.27	0	无		境内自然人
宋红苗	500,000	500,000	0.19	0	无		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	罗衍记及北京合创盛世管理咨询合伙企业(有限合伙)存在关联关						

	系，属于一致行动人。未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用。

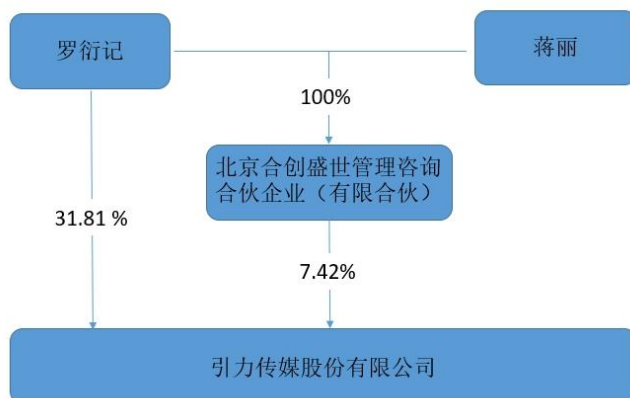
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

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

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 1,712.49 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 1,692.33 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。

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

适用 不适用