

证券代码：300612

证券简称：宣亚国际

公告编号：2025-027

宣亚国际营销科技（北京）股份有限公司

2024 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：无变更。

非标准审计意见提示

☐适用 ☒不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

☐适用 ☒不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☐适用 ☒不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐适用 ☒不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	宣亚国际	股票代码	300612
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	汪晓文	帅姗姗	
办公地址	北京市朝阳区双桥街 12 号 41 幢平房 101 室	北京市朝阳区双桥街 12 号 41 幢平房 101 室	
传真	010-85095795	010-85095795	
电话	010-85095771	010-85095771	
电子信箱	stock@shunyagroup.com	stock@shunyagroup.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）整体经营概述

公司不断深化党建工作与经营管理工作融合发展。在上级党组织的关心指导下，公司党支部连续三年荣获上级党委授予的“先进基层党组织”荣誉称号，党支部书记荣获“优秀党务工作者”荣誉称号。公司党支部持续探索、不断加强支部建设，同时扎实做好各项规定动作，确保落地见效；同时，党支部充分发挥引领作用，推动公司积极践行社会责任，报告期内党支部带领党员和员工踊跃参与了朝阳区“共产党员献爱心”捐献、“6·14 世界献血者日”宣传及义务献血等活动，展现了公司良好的社会形象和高度社会责任感。

报告期内，公司实现营业收入 68,309.02 万元，同比下降 34.88%；归属于上市公司股东的净利润亏损 3,509.18 万元，同比亏损收窄 55.31%。报告期内公司主要经营业绩如下：①数智营销业务实现营业收入 13,578.04 万元，占公司营业收入的 19.88%。数智营销业务服务的部分客户受到行业及媒体环境变化影响，营销预算有所缩减、预算分配发生变化，且部分项目执行进度有所延后，导致该业务收入同比下降 45.23%；②数字广告业务实现营业收入 54,616.96 万元，占公司营业收入的 79.95%，数字广告业务团队持续优化业务结构，大力拓展利润空间相对较高的业务类型，虽然营业收入同比下降 31.71%，但盈利能力相较上年同期已有所提升，毛利率同比提升 5.88%；③数据技术产品业务实现营业收入 114.02 万元，同比下降 4.08%，系公司的创新业务，收入规模较小。公司将继续推进主营业务发展，不断优化业务结构，提升精细化管理水平，建立健全内部管理体系，促进公司实现高质量、可持续发展。

（2）主要业务情况

①数智营销服务：主要为配合客户的目标市场及渠道、终端，为客户量身定制从品牌认知、产品体验到销售转化的全方位整合营销传播服务。随着更多内容平台 DAO/UGC 为主导的去中心化社区运营模式，用户从被动接受者变为拥有数据控制权、内容选择权和品牌共创权的决策主体，营销从单向传播的流量争夺变为用户内容共创共生的用户主权时代。

过去一年中，开源 GPT 人工智能等前沿技术与工具愈发成熟，更多品牌方已将 AIGC 技术应用于其营销战略之中，通过数据平台整合用户行为数据，驱动技术赋能生成更多个性化内容，并在去中心化触点自动分发。

数智营销业务团队通过 AIGC 赋能品牌策略咨询、社会化营销、KOC 运营等业务以进一步提升客户营销效果。报告期内，数智营销业务持续为车企客户提供如 AIGC 全员营销，KOC 内容运营等服务，驱动内容创作降本增效，为企业提供高效卓越的营销解决方案，拓展新的业务增长点。通过多模态生成技术，实现创意素材的跨平台自动化适配，显著降低内容生产成本，提升规模化输出能力，并将在汽车客户服务中取得显著效果的营销模型成功延伸至互联网、消费电子等行业客户。此外，消费者的决策链路极度碎片化，需通过数字化工具缝合“认知-购买-忠诚”全环节，公司在报告期内获得如“小红书商业化汽车行业代理”等多媒介平台代理资质，与现有能力形成“数据-内容-触点”全链路闭环，进一步拓展业务边界。从内容智能化生产、分发升级为智能营销运营，逐步实现跨平台归因分析，破解“最后点击归因”失真问题，量化不同媒介对转化的真实贡献。

报告期内，业务团队建立全员数据素养培养体系，实现从决策层到执行端的数字化思维贯通，进一步提升跨平台营销服务能力，将技术优势转化为营销策略支撑，通过媒介资源和 AI 能力实现可衡量的营销效果，并成功助力汽车、互联网、消费电子等领域客户打造创新落地案例，其中沃尔沃小红书 KOC 标签化运营获“金旗奖社交媒体运营金奖”，MOCOPI 上市营销获“金旗奖数字营销活动金奖”。

②数字广告服务：主要系为客户提供品牌广告投放、效果广告投放、直播运营等服务。公司数字广告团队继续保持创新服务优势、逐步拓宽业务范围、强化效能，继续拓展下沉市场空间。

数字广告业务重点发力汽车新零售业务，涵盖矩阵服务、直播、培训、投流、营销诊断等，在适配客户新媒体营销趋势的背景下，逐步提升业务板块盈利能力。报告期内，业务团队拓展了多家车企客户及代理商资源，取得巨量引擎营销科学金牌服务商认证并成功续约，通过与平台共建，针对汽车效果营销、心智种草、新车上市破圈等专项提供解决方案并产出行业方法论案例；通过对客户的品牌数据资产深入分析，为客户提供投前人群定向指导、素材结构调整、达人选取、多维度复盘等全链路服务，助力客户实现科学决策、精细化运营。

公司持续聚焦平台业务需求及场景化渗透，增强并完善汽车新零售新媒体全链业务能力，助力经销商在获客场景下的全链条能力提升，同时，经过业务的沉淀及深耕，业务能力触达场景不再局限于辅助经销商获客，而是能够实现更深层次协同助力经销商销量提升；同时通过开发、运用 AI 客服、AI 素材制作、AI 知识问答等工具，覆盖客户交互、内容生产、决策支持等环节，实现从流量运营到服务履约的全链条效能跃升，并基于业务反馈数据反哺，实现 AI 工具能力与业务需求同步升级。

2024 年业务团队获得了首届意向表单大赛-金星奖、创意素材案例大赛-创意经营奖、即创 AI 创意大赛-汽车 AI 脚本标杆奖。同时，团队洞察行业风向并结合品牌客户实际需求，率先提出“心智诊断-心智匹配-心智沟通”的品牌心智策略，帮助车企客户进行品牌声量扭转，获得了巨量引擎营销科学“行业先锋奖”，并收录平台品牌心智策略库，作为平台“品牌心智”共建&共创会标杆案例分享，为汽车及非闭环链路行业提供品牌心智策略打法，实现高意向潜在客户，最大程度发挥平台内容种草价值。

③数据技术产品服务：报告期内，数据技术产品服务板块业务团队稳步推进各业务条线经营计划的实施，作为公司的创新业务板块，收入规模较小。

随着 AIGC 技术在各行业的深度应用与快速发展，产品的专业性、准确性和实用性已成为衡量其质量的核心指标。公司凭借多年积累的内容数据和行业 Know-How 储备，构建了基于 OrangeGPT Agent 的行业营销 AI 解决方案。方案采用多源数据接入、向量化处理和知识库管理的一体化架构，通过 API 组件与检索增强的混合检索策略，将业务数据转化为高质量的知识库数据资产。公司持续构建行业营销知识库，能够为行业提供专业、准确且实用的 AI 服务，全面提升 OrangeGPT 的核心竞争力。在底层技术升级的同时，研发团队持续拓展 OrangeGPT-汽车版、OrangeGPT-营销版行业版本应用，开发了“OrangeGPT AI 视频创作平台”、“OrangeGPT AI 海报设计工具”等 AI 智能创作工具，能够大幅提升多模态内容创作效率及采纳率，实现对内对外的提质增效。目前，基于 OrangeGPT 研发的 AI 智能体——汽车新媒体营销助手，在汽车经销商运营培训业务中，将行业营销知识与课程相融合，为其提供深度课程知识库、场景化 AI 营销助手、智能课程知识引擎等功能。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据
☐是 ☒否

单位：元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	733,925,665.09	727,011,671.70	0.95%	888,432,883.88
归属于上市公司股东的净资产	479,591,765.69	243,457,056.71	96.99%	338,527,792.32
	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	683,090,155.54	1,048,922,354.91	-34.88%	1,107,824,450.25
归属于上市公司股东的净利润	-35,091,781.77	-78,530,571.06	55.31%	53,477,563.52
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-33,607,069.26	-79,178,425.27	57.56%	52,014,332.58
经营活动产生的现金	-55,746,370.61	49,448,470.88	-212.74%	-14,362,842.50

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
流量净额				
基本每股收益（元/股）	-0.20	-0.49	59.18%	0.34
稀释每股收益（元/股）	-0.20	-0.49	59.18%	0.34
加权平均净资产收益率	-7.97%	-26.27%	18.30%	16.53%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	150,072,778.36	182,475,855.48	96,294,919.89	254,246,601.81
归属于上市公司股东的净利润	-19,918,331.38	7,821,047.84	-10,339,168.72	-12,655,329.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-20,405,722.85	8,570,893.42	-10,352,923.64	-11,419,316.19
经营活动产生的现金流量净额	10,011,335.24	-22,210,727.08	-16,007,376.23	-27,539,602.54

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐是 ☒否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	23,932	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	22,744	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
北京宣亚国际投资有限公司	境内非国有法人	19.77%	35,600,000	0	不适用				0
李永胜	境内自然人	1.41%	2,531,600	0	不适用				0
王旭煌	境内自然人	0.97%	1,749,800	0	不适用				0
北京橙色动力咨询中心（有限合伙）	境内非国有法人	0.93%	1,674,100	0	不适用				0

张秀兵	境内自然人	0.92%	1,650,075	0	不适用	0
程成	境内自然人	0.72%	1,294,527	0	不适用	0
何亚明	境内自然人	0.70%	1,268,300	0	不适用	0
于连水	境内自然人	0.66%	1,182,625	0	不适用	0
李弘扬	境内自然人	0.61%	1,100,000	0	不适用	0
陈丹芝	境内自然人	0.56%	1,001,100	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		截至报告期末，张秀兵、万丽莉夫妇合计持有公司控股股东宣亚投资 100%的股权，通过宣亚投资间接持有公司 19.77%的股权，系公司实际控制人。张秀兵先生直接持有公司股份 1,650,075 股，占公司总股本的 0.92%；通过宣亚投资间接持有公司 17.79%的股权，均为无限售条件股份。公司实际控制人与上述其他股东之间不存在关联关系，也不存在一致行动。橙色动力为公司员工持股平台。除此之外，公司未知前 10 名其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。				

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☐适用 ☒不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

☐适用 ☒不适用

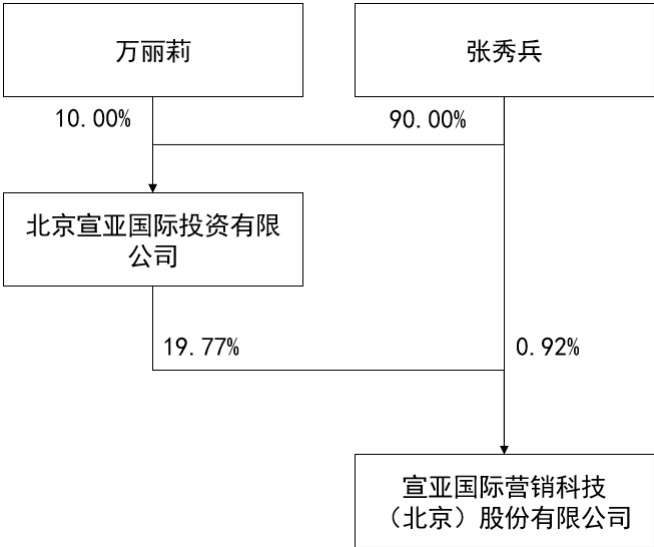
公司是否具有表决权差异安排

☐适用 ☒不适用

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

三、重要事项

报告期内，公司经营情况无重大变化，公司重要事项具体内容参见《2024 年年度报告》“第六节 重要事项”。

宣亚国际营销科技（北京）股份有限公司

法定代表人：任翔

2025 年 4 月 17 日