

## 兆讯传媒广告股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	公司投资者
时间	2025年9月11日(周四) 下午 15:00-17:00
地点	公司通过“全景路演”网站（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事、总经理：冯中华先生 董事、副总经理、财务负责人：杨晓红女士 副总经理、董事会秘书：杨丽晶女士 独立董事：高瑜彬先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>为进一步加强与投资者的沟通交流，公司于2025年9月11日（周四）15:00-17:00参与在全景网举办的“2025年天津辖区上市公司投资者网上集体接待日活动”，本次活动将采用网络远程的方式举行，公司管理层对此高度重视，积极参与本次上市公司网上集体接待日活动，并与投资者进行了深度的交流与互动，公司对全部提问进行了回复，主要问题如下：</p> <p><b>1、在裸眼3D大屏等创新业务领域，上半年新增落地城市数量及单屏广告主合作数量是否达到预期目标？</b>            答：您好，裸眼3D大屏业务领域目前仍在资源扩张期，已运行的有北京王府井商圈、成都春熙路商圈、广州天河路商圈等。感谢您对公司的关注！</p> <p><b>2、公司研发人员占比提升至多少，其中算法工程师、数据分析师等核心技术岗位的招聘规模是否反映战略重心转移？</b>            答：截止2024.12.31公司研发人员41人，占比9.17%。感谢您对公司的关注！</p> <p><b>3、请问公司的主要盈利模式是什么？</b>            答：您好，公司作为高铁数字媒体运营商，与各铁路局集团签署媒体资源使用协议，通过中长期协议锁定客流最密集的候车区域，</p>

自主安装数字媒体设备，建成了一张覆盖全国多层次、多区域的自有高铁数字媒体网络，为客户提供专业的数字媒体广告发布服务。2022年6月，公司正式开启商圈数字户外媒体业务的“第二曲线”在核心城市顶级商圈打造“地标级”户外裸眼3D大屏媒体，积极拓宽数字户外媒体业务，开拓城市核心商圈营销场景。公司组建的视觉创意团队，深度发力数字内容创意制作领域，当前已将AIGC技术作为设计工具融入项目制作流程如概念稿、原画设计、场景构筑设计等环节中，用于视觉生成。通过出色的创意设计表达，进行模型、材质、动画、特效、灯光渲染、合成等项目制作过程的视觉优化，完成内容出圈，赋能品牌户外传播，实现裸眼3D内容生产和制作技术对公司数字运营优势的进一步加码。感谢您对公司的关注！

**4、针对广告主对 ROI 要求提高的痛点，2025 年上半年推出的效果监测工具是否已实现跨媒体、跨场景的数据闭环验证？**

答：您好，公司主要聚焦高铁候车厅和商圈的线下媒体广告，公司完成广告播出后，客户一般要求公司提供内部监播照片，或者第三方独立监播报告，或者客户自行去车站抽查，对广告发布情况进行监控。

**5、在程序化购买渗透率持续提升的户外广告市场中，兆讯传媒的 PDB(私有程序化购买)业务占比是否显著高于行业平均水平？**

答：公司通过信息系统平台将数字媒体设备联网，进行数字化远程管控，为客户提供广告发布服务。广告播出前，公司针对客户需求，向客户提供媒体策略及建议。随后，公司根据广告合同约定的播放内容、播放时间、播放站点及播放频次，制作出相应的内容串播单和播放文件。

广告播出时，公司信息系统平台通过宽带网络发布指令，使高铁数字媒体网络中的数字媒体设备，按指令自动进行广告内容的更新与播出。

在广告播出后，公司根据客户需求提供内部监播照片或第三方独立监播报告，对广告发布情况进行监控。

**6、2025 年上半年完成的媒体资源管理系统升级，是否已实现全国站点广告排期、上刊、监测的全流程自动化？**

答：公司自成立以来高度重视数字化建设与高铁媒体的融合，建成的信息系统平台已安全运行多年，并保持持续的研发投入以及升级换代。公司通过信息系统平台将数字媒体设备联网，进行数字化远程管控，可以做到一键上刊，不仅能保障高效安全刊播，还能满足客户精准化、差异化、灵活多样的广告发布需求。公司数字化建设起步较早，积累了丰富的建设和稳定运营经验，具有较强的数字化运营优势。

**7、对于下半年即将开通的沿江高铁等国家重点工程,公司是否已提前布局媒体资源并锁定独家合作权?**

答:您好,公司在发展过程中积累了丰富的铁路客运站运营站点的开拓经验,形成了一套完整、成熟的站点拓展流程和制度,培养了站点建设、管理及运营人才。公司将基于公司现有运营站点基础,采取快速推进的全面整体布局策略,巩固公司在高铁数字媒体广告领域内的领先地位,进一步优化、提升媒体资源优势。感谢您对公司的关注!

**8、数字媒体板块收入占比提升至多少,是否反映出公司从传统媒体向数字化、智能化转型的战略成效?**

答:目前公司的收入全部来自广告收入,感谢您的关注!

**9、作为高铁数字媒体领域的领军企业,兆讯传媒的核心竞争力在 2025 年上半年是否因媒体资源覆盖广度或点位质量提升而进一步强化?**

答:您好,公司始终持续巩固并拓展高铁媒体网络核心优势。一方面,重点优化升级乌鲁木齐站、太原南站等,极具冲击力的兆讯数字媒体网络愈加丰富多元;另一方面,战略性新增上海松江站、昆明南站等国家铁路枢纽关键节点,并深入布局杭温高铁、滇藏铁路及拉日铁路沿线重要城市门户站点。这些优质媒体资源不仅提供了广阔的创意呈现空间,确保品牌成为旅客动线上的绝对视觉焦点,更高效承载了专业的数字媒体广告发布服务,成为公司重要的盈利增长点。感谢您对公司的关注。

**10、2025 年上半年新增的专利数量中,有多少项直接应用于高铁站场景的动态创意优化或受众精准触达技术?**

答:您好,公司 2025 年上半年未有专利,目前公司该项业务均平稳有序开展,已制作完成裸眼 3D 大片《脊兽》、《鱼跃医疗》、《圣象地板》、《猫猫虫》等,媒体资源覆盖范围的进一步扩大,巩固了重点城市资源优势,大幅增进优质客户粘性,赋能公司数智户外发展进程,全面提升公司盈利水平。

**11、公司研发投入同比增长的具体数据是否显示在智能广告投放系统或数据分析技术方面取得突破?**

答:公司年度报告时会有专门章节披露研发人员情况及研发投入金额及占营业收入的比例,感谢您对公司的关注。

**12、在京津冀、长三角等重点经济圈,公司高铁媒体资源的市占率是否因新增线路覆盖或既有站点数字化改造而进一步提升?**

答:您好,公司在发展过程中积累了丰富的铁路客运站运营

站点的开拓经验,形成了一套完整、成熟的站点拓展流程和制度,培养了站点建设、管理及运营人才。公司将基于公司现有运营站点基础,采取快速推进的全面整体布局策略,巩固公司在高铁数字媒体广告领域内的领先地位,进一步优化、提升媒体资源优势。感谢您对公司的关注!

**13、在 ESG 治理框架下,公司如何通过节能改造或数字化系统降低单点位运营能耗,进而提升毛利率?**

答: 公司用绿色电力作为以太阳光能、风能、水能等可再生能源为发电来源的电能,具有清洁、无污染等显著优势。感谢您的关注。

**14、面对户外广告行业技术迭代加速的趋势,兆讯传媒如何确保在 5G+8K 超高清显示、程序化购买等领域的先发优势?**

答: 公司运营媒体设备主要包括数码刷屏机、电视视频机、LED 大屏,公司主要采用招标的方式进行数字媒体设备的采购,并根据公司签约站点投放计划和原有设备的损耗情况,向数字媒体设备销售商进行招标采购。

**15、2025 年上半年业绩增长的主要动能是否来自头部快消、新能源等新客户的开拓,或是存量客户投放频次与预算的增加?**

答: 您好,公司凭借自建高铁数字媒体网络的覆盖广度、高效的数字化运营能力以及布局全国的销售团队,连续十多年为众多客户提供优质的广告发布服务,在高铁数字媒体领域深受客户认可,形成了较好的客户粘性,广告主客户占比较多。目前,公司已与众多知名公司建立了良好的战略合作关系,客户群体涉及食品饮料、家居建材、酒、互联网、汽车、黄金珠宝等诸多行业,主要服务的大型知名品牌有宋柚汁、柒牌、万和等。新引进的客户有泰兰尼斯、惠选订房等。公司商圈媒体也逐步得到食品饮料、服装服饰、美妆等行业的大量知名品牌客户认可,奢侈品领域,如 Gucci、Dior、Fendi 等,科技领军企业华为、小米,以及快消类可口可乐、士力架等,均为公司的品牌伙伴,通过公司的媒体资源优势、媒介策略实施和高效运营保障,实现其在城际间商旅场景和城市内生活娱乐场景的品牌表达,达成营销目标,沉淀品牌资产。感谢您对公司的关注!

**16、在市场开拓方面,上半年是否通过与铁路局集团签订长期合作协议或参与新线建设招标等方式巩固资源壁垒?**

答: 公司的核心竞争力主要体现在高铁数字媒体网络优势、数字化运营优势、客户资源优势以及品牌优势,并与各铁路局集团建立了良好的合作基础,取得了先发优势。公司自建的高铁数字媒体网络核心优势体现在其覆盖的广度和深度,

新进入者难以在短时间内复制或者颠覆公司已建成的高铁数字媒体网络。感谢您对公司的关注。

**17、面对区域性广告公司的低价竞争策略,公司如何通过品牌溢价、服务标准化或数据赋能构建差异化竞争壁垒?**

答: 您好, 公司在创意和技术方面一直精心打磨, 对于 AI 数字系统的运用特别是数字图像板块正在积极探索与升级的过程中, 当前 AI 系统已经运用到户外裸眼 3D 的制作环节, 包括原画设计、场景构筑、三维工程树文件管理、三维抠像等。目前公司该项业务均平稳有序开展, 独立制作并推出裸眼 3D 公共艺术大片《进化论》、《蜃楼》、《Take A Breath》、《登陆》、《猫猫虫》等。公司客户圣象携手"中国高铁传媒第一股"兆讯传媒, 推出全新裸眼 3D 品牌大片, 并在户外地标大屏、城市高铁站多点联动上映, 在高铁人流汇聚处频繁“破屏”与观众亲密“沟通”, 大象的调皮活力生动地呈现在观众眼前, 打造出与巨幕 LED 有所不同的近距离视觉冲击感与人屏互动性。感谢您的关注!

**18、对于 2025 年全年业绩展望,管理层如何平衡创新业务投入与核心业务盈利性,确保净利润增速与营收增速匹配?**

答: 公司在创意和技术方面一直精心打磨, 对于 AI 数字系统的运用特别是数字图像板块正在积极探索与升级的过程中, 当前 AI 系统已经运用到户外裸眼 3D 的制作环节, 包括原画设计、场景构筑三维工程树文件管理、三维抠像等。公司推出全新裸眼 3D 品牌大片, 并在户外地标大屏、城市高铁站多点联动上映, 在高铁人流汇聚处频繁“破屏”, 与观众亲密“沟通”, 大象的调皮活力生动地呈现在观众眼前, 打造出与巨幕 LED 有所不同的近距离视觉冲击感与人屏互动性。感谢您的关注!

**19、在文旅消费复苏和品牌营销预算向线下场景倾斜的行业趋势下,公司如何评估高铁媒体作为品牌曝光核心渠道的溢价空间?**

答: 您好, 我国广告市场参与者众多, 市场处于充分竞争状态。公司所处高铁数字媒体特有的高壁垒广告业务, 并积极布局城市商圈数字户外媒体业务, 公司将依托现有运营站点, 采取快速推进的全面整体布局策略。在国家高铁建设不断推进的过程中, 提前谋划确保媒体资源网络在新开通站点的及时布局。并持续优化现有站点媒体资源配置, 引入裸眼 3D 等先进显示技术, 提升媒体资源的吸引力与传播效果, 巩固公司在高铁数字媒体广告领域的领先地位, 进一步强化媒体资源优势。感谢您对公司的关注!

**20、2025 年上半年经营活动产生的现金流量净额同比改善,**

是否得益于应收账款周转率提升或付款周期优化等降本增效举措？

答：您好，2025年上半年经营活动产生的现金流量净额较上年同期减少3.62%，感谢您对公司的关注！

**21、公司提出的“AI+场景营销”战略在2025年上半年是否已通过动态创意生成或实时竞价系统实现商业化落地？**

答：您好，公司客户携手“中国高铁传媒第一股”兆讯传媒，推出多个裸眼3D品牌大片，并在户外地标大屏、城市高铁站多点联动上映，在高铁人流汇聚处频繁“破屏”，与观众亲密“沟通”，打造出与巨幕LED有所不同的近距离视觉冲击感与人屏互动性。感谢您的关注！

**22、请问贵公司总经理你好，1 公司股价常年在破发行价以下，今年公司发布回购议案，但是公司回购没什么积极性，请问公司目前是没钱吗？还是对公司股价偏高不满意？还是忽悠式的增持欺骗散户接盘让大股东好减持？2 贵公司主营太单独没有什么技术含量，营收逐年下降风险较大，有没有多元化的经营想法，做大做强公司。**

答：您好，公司一直秉持着规则进行回购，回购进展请关注公司公告，感谢您对公司的关注。

**23、杨总你好，请问公司净利润下降主要原因是什么，公司缴纳社保人数是多少人？**

答：广告行业在宏观经济回暖和技术创新的推动下，呈现出复苏态势，但仍面临广告主预算收紧、市场竞争加剧等挑战。公司也在一直致力于做好经营管理工作，提升公司治理能力，努力提高经营业绩，不断提升核心竞争力，推动公司高质量发展。公司目前经营稳定，各项业务均稳步开展。感谢您对公司的关注。

**24、冯总你好，公司下一步有没有再融资计划，有没有引进战略投资者打算？**

答：您好，公司如有投资或再融资计划会按信息披露监管要求履行披露义务，感谢您对公司的关注！

**25、杨总您好，公司计划回购公司股份，面向全体员工，还是只有管理层激励，目前为止，已经进行到哪一步了？**

答：公司回购进展及下一步方案请关注公司公告。感谢您的关注！

**26、高董您好，作为独董，对于公司股价长期跌破发行价，您怎么看？很多长期持仓的小股民变成了金融消费者，面对公司市值管理上有没有提出您的建议？**

	答：市值管理的核心是“价值管理”，作为独立董事我会持续盯住“战略兑现度、财务健康度、回报可预期度”三把尺子，让公司价值最终被市场重新发现。
附件清单（如有）	无
日期	2025年9月11日