

证券代码：300781

证券简称：因赛集团

广东因赛品牌营销集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-002

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他_____
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2026 年 9 月 15 日 15:30-17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）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	董事长王建朝 董事、总经理李明 董事会秘书、副总经理刘泮 财务总监虞德君
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、虞总好，公司经营性净现金流同比去年虽有改善，但净流量仍为负数，投资在减少，是有意减少还是因为资金受限？同时信用借款仍在增加，公司资金是否有压力，会有哪些措施进行改善，谢谢！ 感谢您的关注！ （1）公司经营性现金流为负，主要反映项目执行支出与客户结算回款之间存在时间差，系行业普遍情况。 （2）目前公司投资规模较小，公司将结合战略规划、项目收益和现金流情况，审慎安排投资节奏，提高资金使用效率。 （3）截至 2026 年 6 月末，公司货币资金为 0.99 亿元，交易性金融资产为 1.18 亿元，两项合计约 2.17 亿元，远高于期末短期借款余额；公司目前不存在资金压力。同时，公司通过滚动现金流预测和银行授信安排保障日常经营资金需求。 谢谢！ 2、公司 AI 营销大模型是否已形成规模化应用，AI 营销业务营收占比目前多少？预计至年底占比是否会有提升？提升比例大概多少？ 感谢您的关注！ 现阶段，公司自主研发的 AI 营销产品主要用于集团内部业

	务赋能，并积极探索外部商业化。 2026 年上半年度，AI 能力已应用于多个客户营销项目，外部用户充值收入保持较快增长，客户 AI 营销解决方案持续拓展。由于外部商业化仍处于早期阶段、收入基数较小，目前尚未形成规模化收入贡献。 公司将持续推进产品迭代和商业模式验证，加快成熟 AI 能力的产品化、标准化输出，预计今年 AI 营销业务营收可实现同比增长。 谢谢！ 3、品牌战略咨询业务近年增速放缓，是否考虑向'战略+落地执行+效果归因'全链路转型？ 感谢您的关注和建议！ 正是基于对此问题的观察和思考，公司围绕客户品牌增长需求，致力于构建覆盖“品牌—传播—转化—复购”的全链路营销解决方案，形成了从策略到执行、从内容到转化的闭环服务能力。 在业务结构上，公司致力于实现战略咨询、品牌营销、红人营销、数字营销与 AI 营销五大业务模块的协同运作，通过统一的数据与策略体系打通各业务环节，提升整体营销效率与协同能力。 谢谢！ 4、公司业务模式以项目制为主，是否存在'垫资接单'的情况？在客户集中度上升的背景下，公司如何平衡营收增长与回款安全？ 感谢您的关注！ 公司业务主要采用项目制，部分项目在执行过程中，由于客户验收、结算及付款周期与供应商付款节点不完全匹配，客观上可能形成阶段性的营运资金占用。 但公司不以无条件垫资或单纯放宽信用政策作为获取订单的方式。项目承接前，公司会综合评估客户信用、项目盈利水平、合同付款安排、预计资金占用及回款风险，并通过合同付款节点设置、项目预算控制和回款跟踪等措施管理资金风险。对于资金占用较大、回款条件不合理或者客户信用风险较高的项目，公司将审慎决策。 在客户集中度上升的情况下，公司一方面通过服务优质客户、提升单一客户的服务深度和业务协同实现增长；另一方面，通过客户信用评估、差异化信用期、应收账款账龄监控、书面催收以及对信用异常客户缩短或取消信用期等方式控制风险。同时，公司通过滚动资金预测和备用授信安排，保障项目执行及日常经营的资金安全。 5、公司自研营销大模型与通用大模型（如文心一言、Kimi）相比，在营销垂直场景的差异化优势是什么？ 公司自研的营销大模型“因赛 AI”围绕“一个 AI 技术底座支撑品、效、销三大场景”的总体思路，逐步构建覆盖策略
--	---

	创意、内容生产、媒介投放、声誉管理与效果优化的智能营销体系。因赛 AI 引擎（品）是覆盖全公司的智能生产力中枢，沉淀为专业人员可信赖的“超级助手 AI 团队”与体系化知识库，可显著提升公司专业洞察与创意输出的稳定性与一致性；影流 Inflow（效）是公司面向短视频与动态内容生产场景推出的 AI 内容创作平台，主要应用于视频创意生成、脚本撰写、素材制作及批量化内容生成等环节，可提升内容生产效率并支持多平台内容分发需求；掂商 DynSight（销）聚焦电商营销场景，以专业 workflow 提供图片、视频素材自动化生产服务，可满足新品上架、活动促销及店铺视觉升级等高频电商需求。 三大产品共同构成了公司覆盖“品、效、销”全链路的 AI 营销应用矩阵，形成了从策略创意、内容生产到投放优化的智能营销生态，持续推动公司营销服务能力向智能化、平台化方向升级。
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 9 月 15 日