证券代码：301052　　证券简称：果麦文化　　公告编号：2026-018

果麦文化传媒股份有限公司 2025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。

众华会计师事务所（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。

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

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以98,959,339股为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.18元（含税），送红股0股（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增0股。

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	果麦文化	股票代码	301052
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	蔡钰如	邹爱华	
办公地址	上海市徐汇区云锦路555号6栋	上海市徐汇区云锦路555号6栋	
传真	021-64386491	021-64386491	
电话	021-64386485	021-64386485	
电子信箱	guomai@goldmye.com	guomai@goldmye.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）企业战略：以数智和IP驱动的新出版

果麦文化是一家以数智和IP驱动的新出版公司，践行“以微小的力量推动文明”企业使命。公司依托于创始团队多年来开发及运营的强大的内容地基、经公司研发并在实践中行之有效的“果麦方法论”训练后具有高效稳定产出的策划团队，以及持续创作优质内容的杰出作家学者们，开辟了“出版+互联网”新商业模式，并基于出版积累的内容和数据，开发网络、影视、文旅等多种IP产品，希望成为世界领先的数智文化企业。

随着大语言模型的惊艳表现和AI在文字、图片、视频等多领域多模态的飞速发展，公司积极部署AI赛道。公司投入多年来积攒的标注数据训练大语言模型，在基于理解语义的基础上自主研发了“AI校对王”产品，通过AI实现校对的自动化、智能化，根本上改变目前行业落后的校对方式，以期为行业提升校对效率、释放编辑产能。

2024年公司“AI校对王”产品对应的自研大语言模型“金字塔”成功通过网信办生成式人工智能备案，是唯一由出版公司开发且成功备案的大模型，并已获得专利认证，目前产品已经形成高精度、低误报、不乱改、“出版物审校级”的校对能力。基于2024年一期研发的成功，产品已逐步推向市场，并获得客户的高度认可。公司将继续投入研发提升大模型的能力以及产品的使用体验、丰富其使用场景，以期更好地赋能出版行业，及更多有校对需求的行业和场景。

公司以“AI校对王”原子能力为起点，结合果麦多年来沉淀下来的方法论、数据库及工作流程，充分发挥公司在选题、策划、校对、翻译、设计、营销等方面的优势，为出版行业打造AI出版整体解决方案“书世界智能出版平台”，提升行业效率和效果。

此外，基于内容和IP的延伸，公司积极开拓第二增长曲线，在动画电影、短剧等领域积极探索。公司第一部主投主控的动画电影《三国的星空第一部》于2025年10月上映。票房表现不达预期，我们虚心接受市场的反馈、认真复盘。每一次尝试都加深我们对内容与观众的深度理解；遗憾与不足，都会成为我们继续前行的养分。未来，公司不会停下创作的脚步，反而会更加坚定地深耕内容，用心盘活手中优质的IP资源，不负期待，继续前行。

1、商业模式：“出版+互联网”交互驱动

公司出版发行富含“价值和美”的图书产品，即公司进行选题筛选以能否推动文明为价值原点，在出版上运用封面设计、插画、排版、纸张印刷工艺等各种方法展示“如其本来”的艺术美感，在产品的全生命周期严格按照“果麦方法论”（即“金字塔”、“价值原型”和“流量云”）运作。同时基于内容驱动互联网产品开发，连接用户，实现互联网营销、销售及其他互联网业务。通过互联网用户数据及反馈，反驱动内容的迭代与研发，从而实现“出版+互联网”交互驱动的良性循环。

2、通过互联网连接用户

传统出版商只完成从内容到图书产品的价值链条，以将图书交付给渠道商代销为商业终结。公司深知，优质内容只有推送给精准用户，才能免于在信息爆炸的内容汪洋大海中销声匿迹的厄运，并创造最大化的社会效益和经济效益。因此，公司自成立以来，积极拥抱互联网，并练就了敏锐的互联网嗅觉，在“微信”、“微博”、“抖音”、“小红书”等各大新媒体平台建立之初，就建立涵盖了公司及作者账号的互联网产品矩阵，推送基于公司内容数据库研发的图、文、音频、视频等互联网内容，吸引粉丝，连接用户。

截至2025年12月31日，公司互联网用户数达10,066万，运营的互联网产品账号超过143款，包括微博账号“知书少年果麦麦”、“易中天”，抖音账号“果麦文化直播间”、“小嘉啊”、“戴建业”；快手账号“福豆姐姐”、“小亭不停课”；微信公众号“易中天”、“罗翔说刑法”“庆山”等。

3、互联网营销

在互联网营销方面，公司通过互联网用户在公司的新媒体账号的留言评论、互动反馈找到营销支点，即金字塔、价值原型、流量云等，形成了业内领先的、系统的互联网营销方法和团队。

4、互联网销售，创立了新颖的“CBC”销售模式

在互联网销售方面，公司通过互联网连接用户，自建“2C”（to customers）销售渠道，创立了领先于行业的、新颖的“CBC”销售模式，具体为：公司依托互联网产品矩阵，连接用户，为其推送相契合的内容和产品信息，在产品上市初期，精准地找到用户实现“2C”销售，引起话题和热度，并通过搜索、转发、口碑传播等方式外溢到各大电商平台（当当、京东、天猫等）及代销渠道实现“2B”销售；而在图书产品生命周期的中后段，对于代销商退库的图书产品，公司通过内部互联网账号带货和外部达人带货再一次实现滞销产品的“2C”销售，防止图书滞销和存货跌价，根本上解决了“代销退货”的行业痛点。

5、互联网反驱动内容的研发迭代

在内容端，公司一方面通过自主研发的“图书选题十维数据分析系统”从互联网抓取信息、数据等辅助选题开发和内容研发，另一方面通过互联网用户在公司的新媒体账号矩阵的互动反馈不断迭代产品和“共创”新品，从而确保公司产品能够做对、做精准。

6、“果麦方法论”驱动的“出版社选题合作”

公司研发并在实践中行之有效的“果麦方法论”为公司带来了远高于行业平均品种效率的出版业绩。据开卷数据显示，2025年公司的品种效率是行业的12.4倍。基于为行业赋能的初心，公司与多家出版集团围绕“出版社选题合作”进行全面战略合作，具体为：其他出版社选择其持有的、目前销量欠佳的优质版权与果麦合作，在选题策划、设计、营销、销售等各个环节按照“果麦方法论”运作，核心是其他出版社的优质版权与果麦的策划发行能力的强强联合。目前，出版社选题合作取得了很好的效果。

例如，王力主编的《中国古代文化常识》，是关于中国古代文化常识的经典普及读物，这本书外部版本较多，公司签约了天津人民出版社的版本，在产品端打通了“文史哲”壁垒，比如通过天文历法理解古诗中的星象典故、通过职官科举读懂史书的官名；纠正古装剧等常见文化误区（如车马形制、服饰制度、礼仪规矩）；提供可靠的文献出处与术语解释，方便进阶研究。在营销端，重点在果麦抖音官方旗舰店，以古代原创角色创作的角度，制作快剪视频，并充分利用果麦互联网渠道的优势，在“易中天”、“戴建业”、“小亭不停课”等匹配账号上，面向C端用户。目前销量17万册。

陈年喜的《微尘》，原书名《一地霜白》，面向读者解释成本高。公司进行出版社选题合作后，在产品端首先重新搭建金字塔第一层，即改书名为《微尘》。该书名既贴切紧扣“矿工诗人”的身份，又呼应当下普通人觉得渺小、被碾压的时代情绪；其次是搭建金字塔第二层：价值原型，即一句话广告：“卑微如尘，也要热烈地活着”，好记好懂易传播，引发读者共鸣。通过果麦的运营，口碑持续出圈，该书登上各大影响力书单、销量达17万册。

《小屁孩日记》（中文版）近年来，随着市场环境的变化，原版销量下滑明显，果麦通过出版社选题合作，重新策划后于2023年陆续上市，通过关键事件创意营销，比如快闪书店直播、国外溯源等，不仅抑制了销量下滑的趋势，2025年销量70万册，目前累计销量250万册。

公司将持续精进和实践“果麦方法论”，和出版行业优势版权强强联合，赋能行业，提升行业出版效率，达成双方甚至多方合作共赢。

（二）公司从事的主要业务

公司从事的主要业务分为图书出版发行业务、互联网业务及其他衍生业务。其中，图书出版发行和互联网为公司的核心业务。

1、行业概览：2025年总体图书零售市场码洋同比下降2.24%

开卷数据显示，2025年整体图书零售市场呈现负增长，码洋规模同比下降2.24%，折扣进一步下降，实洋规模同比下降3.8%。

2、公司概览：公司得益于“出版+互联网”的商业模式，营收较2024年增幅10.11%

公司2025年全年实现营业收入64,100.35万元，较2024年增长10.11%。但由于电影票房不如预期及图书行业毛利率下滑，归母净利润-208.11万元。扣非归母净利润为-3,522.43万元。

（1）图书出版发行业务

1）公版图书出版发行业务

秉承“时间有限，我们只读经典”的理念，公司一直致力于在公版图书领域打造“果麦经典”产品线，通过对自人类诞生文字记录以来、三千多年的文明史进行梳理，为读者精选、严选经受住漫长时间筛选和沉淀后的中外文化瑰宝，并赋予其当代的精神和内涵。截至目前，公司已积累了包含四千多种经典图书的数据库，其中已开发或正在开发的近千种。公司以“让‘果麦经典’畅销且长销”为战略目标，确立了“图、轻、新”的品牌设计理念和专属的事业部，并形成以内容为核心驱动、以营销为撬动支点的、横跨公司所有部门的协同作战体系，让“长销”真正“畅销”起来！

2025年，在“果麦经典”的战略目标基础上，叠加公司强大的互联网营销能力、互联网直销带货以及全覆盖的销售渠道，果麦经典以良好的市场表现，再次论证了这一战略的有效。2025年公司年销10万册以上图书品种42个，其中果麦经典10个。不断有新的产品上市丰富“果麦经典”的产品池，以及很多已上市多年的“果麦经典”图书产品销量不仅抑制住了生命周期的下滑趋势，反而获得了巨大增幅。

弗吉尼亚·伍尔夫的《一间只属于自己的房间》，2024年增幅644%，2025年回归稳健发展，年销依然保持在30万册。该书的成功，是果麦方法论在每个节点和环节精准实践的自然结果。“果麦方法论”中的“流量云”，具体为“5W”，即“时空环境WhenWhere、关键人物Who、激励事件What、口碑证言Witness”，尤其是对“时空环境when+where”的精确把控是该书在营销中的制胜关键。伍尔夫作为女性主义的时代先行者，她的作品，在近两三年得到了远超以往任何时期的关注，甚至连她的名字、形象，乃至作品名本身，都成了一种激励女性精神觉醒的符号。公司紧紧抓住这个时空环境启动营销，从产品差异、到营销打法、流量选择等各个细节配合时空环境。公司以线上营销、线下跨界营销、线上线下有机结合，有力地证明了依托“果麦方法论”中的“时空环境”展开借势营销的价值，保持对于“时空环境”的敏感关注，持续地探索能够合理且深度结合的内容点，“果麦经典”能够保持“畅销且长销”。

《克林索尔的最后夏天》从2018年上市以来，前五年的累计销量未过10万册，到近三年持续维持高增长，近三年累计销量60万册，其中2025年销量32万册。2022年年初，充分利用春末夏初的时空环境以及相当合适且成熟的小红书营销土壤，在推广时紧紧把握住该平台用户的调性与气质，做出了该书的第一轮强势曝光。2024年，通过对小红书二次加强传播，同时为短视频平台强势输入经过迭代打磨的爆款内容，再一次实现了该书的逆势增长。果麦版月销数仍然是第二名（低价版）的3.8倍，年销数是第二名的20倍。2025年，我们将已经吃透的小红书、抖音内容，再次精心打磨、深挖，重新定制了适合视频号传播与转化的脚本，实现了视频号、快手两平台，再次迎来单条视频转化破万册的高质量传播内容，甚至引发行业内经典书领域出版方向的转变，极大扩大了品牌在行业中的影响力。

加缪《我身上有个不可战胜的夏天》，是经典营销方法迭代后再一次亮眼的表现。该书抓住盛夏的时空环境，2025年7月中旬上市，截止2025年12月31日，实销突破33万册，印量突破55万册。该书贡献了行业内多个“记录”。最快日销破万册新书（上市第22天，迎来日销13000多册）；最快印量破10万册新书（上市第5周）；最快迎来百万赞内容新书（上市第9周）；在成熟的果麦经典营销方法论指导下，我们放弃传统先“种草+曝光”的策略，分析市场上最新文化类产品推广核心动作，迭代创新了新的打法技术。在该项目的营销中，团队直接开启中腰部博主达人资源激活七步法，用高转化内容激励资源主动跟进，解决了当时头部达人转化乏力、账号生命力衰退，合作成本极高等三大痛点。后续也赋能了《逻辑哲学论》等多个经典产品的爆发与焕活。

此外，《窄门》2023年经小红书种草发酵后销量暴增后，2024年及2025年依然保持稳定增幅，2025年销量近40万册，远超市面上的其他版本；《悉达多》连续多年保持高速增长，2025年销量近50万册，累计销量已达180万册；《如何度过每天的24小时》增幅400%，《逻辑哲学论》增幅277%。

在“果麦方法论”实践下，“果麦经典”以全新的方式触达读者、诠释经典，重新焕发了活力，真正做到“畅销且长销”！

2）版权图书出版发行业务

近年来，公司学术文化、心理自助、女性成长、文学、教辅、粉丝经济等垂直赛道推出了一系列畅销书：

社科专业知识赛道，罗翔《法律的悖论》、《法治的细节》、《刑法学讲义》、《刑罚的历史》等作品持续发力，陈碧《正义的回响》、赵宏《权力的边界》、李红勃《法律通识》等持续丰富这一赛道，累计年销已达百万量级，通过深入探讨法律背后的细节，让广大读者更好的理解法律的严谨和正义的力量；戴建业《浪漫得要命》、《我的个天》、《世说新语》等、余世存《中国人的家书》、《时间之书》、《做自己的灯塔》等、冯仑《人生的逻辑》、周国平《西方哲学史讲义》、侯小强《寸进：人人可学的曾国藩》，逐步巩固公司在社科人文细分领域的市场份额和地位，公司为此配备更多的资源以更加充分挖掘各领域的学者作家，更专业地运营其作品，“以微小的力量推动文明”。

心理自助赛道，《蛤蟆先生去看心理医生》累计销售600万册，此后出版的李松蔚《5%的改变》、徐慢慢心理话《弗洛伊德与为什么鸭》、《抱住棒棒的自己》、洛莉·戈特利布《也许你该找个人聊聊》、丛非从《养育你内心的小孩》、老杨的猫头鹰《凡事发生必有利于我》等均表现不俗，丰富完善了这一赛道的选题品类，愈发形成公司鲜明特点，奠定了公司在大众图书市场心理自助赛道的核心地位。

女性成长赛道，李筱懿的新书《总有好事发生》《有钱花》、陈果《好的孤独》《好的爱情》、杨天真《去遇见》、陈慧《在菜场，在人间》等正逐步形成并拓宽女性成长的图书市场。

文学赛道，意公子新书《人生得遇苏东坡》被誉为焦虑时代的生存手册，用通透豁达的东坡智慧，治愈当代人的精神内耗；歌手邓紫棋跨界推出的《启示录》，以科幻叙事与文学深度成功入围银河奖，展现跨媒介创作的全新可能；史蒂文?普莱斯菲尔德《一生之敌》堪称写给每一位创作者、创业者与自我突破者的反内阻力战斗手册，直面内心阻碍，唤醒行动力量；此外，雷克斯的历史悬疑小说《海昏》、独木舟的随笔集《独自生活》也凭借独特题材与真挚表达，收获不俗口碑。

开卷数据显示，2025年教辅图书零售市场码洋比重为25.33%。果麦在2023年末开始布局教辅赛道，2025年教辅图书销售码洋70,090万元，占公司图书总码洋的43%，同比2024年的码洋28,587万，增幅145%；销量已突破千万册，并以远超同行的品效在教辅赛道中脱颖而出。2026年，公司将在教辅赛道持续深耕发力，稳步拓展小学、初中学段布局，丰富产品形态、拓宽业务边界，力争实现发展再上新台阶。

综上，公司始终践行“出版+互联网”的战略，内容设计上坚守“价值和美”，践行“果麦方法论”，夯实公版图书业务，加强版权图书业务，在2025年取得了营业收入增速10.11%的优异成绩。

（2）互联网业务

公司互联网业务，是指公司基于互联网产品矩阵连接用户而产生收入的业务，包括通过互联网产品矩阵直销带货产生的互联网2C销售收入，以及互联网广告收入等。

公司“出版+互联网”的商业模式的先进性，在2025年得到进一步验证和深化，具体如下：

1）互联网用户数增幅1.68%

公司的互联网用户，从2024年底的9,900万，增至2025年底的10,066万，增幅1.68%，其中超过10万粉丝的新媒体平台账号79款。

2）互联网2C销售收入下降7.05%

公司基于自有的内容数据库研发图、文、音频、视频等互联网内容，在连接10,066万互联网用户的基础上，通过图文、声音播客、短视频和直播以及各大电商的商家自营旗舰店等方式向用户推送相契合的产品信息，精准2C直销带货，产生互联网2C销售收入。

2025年互联网2C销售收入为12,087万元，2024年为13,004万元，下降7.05%。

3）互联网广告收入增幅14.58%

公司运营的内外部达人作者号，包括员工号“小嘉啊”、微博号“亭林镇无业青年”、“知书少年果麦麦”、达人号“福豆姐姐”、作者号“易中天”、“李蕾”等，在各个账号垂直领域都具有一定的影响力，在公司的运营下，不仅发挥了2C直播带货、营销的优势，还进一步赋能行业，做短视频或者直播带货赚取佣金，也基于账号特性接洽商务广告产生广告收入。

2025年公司互联网广告收入上升至523万元，增幅14.58%。随着互联网用户数规模增长，互联网广告效应将会愈发显著。

（3）其他衍生业务

其他衍生业务包括电子书、有声书业务，电影摄制业务以及IP衍生与运营业务如文创产品等。

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

元

	2025年末	2024年末	本年末比上年末增减	2023年末
总资产	920,634,281.46	952,881,482.80	-3.38%	805,237,767.04
归属于上市公司股东的净资产	694,803,522.09	713,719,605.09	-2.65%	670,542,415.93
	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	641,003,458.82	582,151,534.95	10.11%	478,115,739.79
归属于上市公司股东的净利润	-2,081,134.83	40,833,335.16	-105.10%	53,637,628.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-35,224,324.22	36,558,908.20	-196.35%	55,202,413.79
经营活动产生的现金流量净额	28,818,675.28	91,963,928.04	-68.66%	77,462,908.27
基本每股收益（元/股）	-0.0210	0.4133	-105.08%	0.5472
稀释每股收益（元/股）	-0.0210	0.4133	-105.08%	0.5472
加权平均净资产收益率	-4.93%	5.29%	-10.22%	8.75%

（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	123,716,474.09	173,810,500.52	199,528,559.06	143,947,925.15
归属于上市公司股东的净利润	-1,968,826.01	7,631,982.07	6,402,669.30	-14,146,960.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-2,323,145.83	6,863,703.90	5,432,872.68	-45,197,754.97
经营活动产生的现金流量净额	-59,093,945.47	32,033,769.25	17,308,004.91	38,570,846.59

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	21,388	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,433	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			
路金波	境内自然人	24.26%	24,007,828.00	18,005,871.00	不适用	0.00			
上海嘉利恩管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.06%	5,006,318.00	0.00	不适用	0.00			
周巧露	境内自然人	1.85%	1,834,271.00	0.00	不适用	0.00			
邓跳朱	境内自然人	0.80%	787,900.00	0.00	不适用	0.00			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.69%	687,595.00	0.00	不适用	0.00			
UBS AG	境外法人	0.65%	638,603.00	0.00	不适用	0.00			
刘松松	境内自然人	0.55%	540,000.00	0.00	不适用	0.00			
蔡钰如	境内自然人	0.54%	530,701.00	404,026.00	不适用	0.00			
刘蔚	境内自然人	0.51%	500,512.00	0.00	不适用	0.00			
MERRILL LYNCH INTERNATIONAL	境外法人	0.50%	499,403.00	0.00	不适用	0.00			
上述股东关联关系或一致行动的说明	无								

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

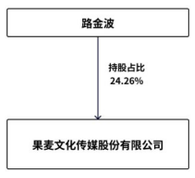
公司是否具有表决权差异安排

□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

无

证券代码：301052　　证券简称：果麦文化　　公告编号：2026-021

果麦文化传媒股份有限公司 关于2025年度利润分配预案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

果麦文化传媒股份有限公司（以下简称“公司”）于2026年3月30日召开第三届董事会第十五次会议、第三届董事会审计委员会第十六会议，会议审议通过了《关于公司2025年度利润分配预案的议案》，本次利润分配预案尚需提交公司2025年年度股东会审议批准。现将有关情况公告如下：

一、审议程序

（一）董事会审议情况

公司第三届董事会第十五次会议审议通过了《关于公司2025年度利润分配预案的议案》，董事会认为：该利润分配预案所述情况与公司实际情况相匹配，综合考虑了公司的持续发展和对广大投资者的合理投资回报，有利于全体股东分享公司成长的经营成果，符合《公司法》《公司章程》中关于利润分配的相关规定。因此，同意将该议案提请公司2025年年度股东会审议。

（二）审计委员会审议情况

公司第三届董事会审计委员会第十次会议审议并通过了《关于公司2025年度利润分配预案的议案》，审计委员会认为：在保证公司正常经营前提下，为了更好的兼顾股东利益，使全体股东分享公司经营成果，认为公司拟定的2025年度利润分配预案与公司业绩成长性相匹配，符合公司确定的利润分配政策以及作出的相关承诺，符合《公司法》和《公司章程》规定的规定，具备合法性、合规性。因此，同意将该议案提请公司2025年年度股东会审议。

二、利润分配方案基本情况

（一）本次利润分配预案为2025年度利润分配

（二）经众华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司2025年度合并报表所实现的归属于上市公司股东的净利润-2,081,134.83元，根据《公司法》和《公司章程》规定，截至期末合并报表未分配利润为274,835,789.16元；2025年度母公司报表实现净利润-1,810,886.41元，截至期末母公司报表未分配利润为272,956,401.65元。根据利润分配应以母公司的可供分配利润及合并财务报表的可供分配利润孰低的原则，公司可供股东分配的利润为272,956,401.65元。

（三）根据《公司法》及《公司章程》的相关规定，经公司董事会研究决定2025年度利润分配预案如下：

以截至2025年12月31日公司总股本9,895.9339万股为基数，向全体股东按每10股派发现金股利0.18元（含税），共分配现金股利1,781,268.10元（含税），剩余未分配利润结转至下一年度，不送红股，不进行资本公积金转增股本。

在实施权益分派前总股本可能发生变动，确认以变动后的股本或权益分派前股权登记日的总股本为基数进行利润分配；其中，涉及现金分红的以现金分红金额不变的原则进行分配。

三、现金分红方案的具体情况

（一）公司2025年度利润分配预案不触及其他风险警示情形

单位：元

项目	2025年度	2024年度	2023年度
现金分红总额（元）	1,781,268.10	5,244,844.97	7,203,234.06
回购注销总额（元）	0	0	0
归属于上市公司股东的净利润（元）	-2,081,134.83	40,833,335.16	53,637,628.51
研发投入（元）	27,511,066.79	34,710,100.85	20,846,650.23
营业收入（元）	641,003,458.82	582,151,534.95	478,115,739.79
合并报表本年度末累计未分配利润（元）	274,835,789.16		
母公司报表本年度末累计未分配利润（元）	272,956,401.65		
上市是否满三个完整会计年度	是		
最近三个会计年度累计现金分红总额（元）	14,229,347.13		
最近三个会计年度累计回购注销总额（元）	0		
最近三个会计年度平均净利润（元）	30,796,609.61		
最近三个会计年度累计现金分红及回购注销总额（元）	14,229,347.13		
最近三个会计年度累计研发投入总额（元）	83,067,817.87		
最近三个会计年度累计研发投入总额占累计营业收入的比例（%）	4.88		
是否触及《创业板股票上市规则》第9.4条第（八）项规定的可能被实施其他风险警示情形	否		

（二）公司本次利润分配方案不会触及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的其他风险警示情形。

四、利润分配预案的合理性说明

公司本次利润分配预案符合《公司法》《企业会计准则》、中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》以及《公司章程》等规定，符合公司确定的利润分配政策、利润分配计划等相关承诺，该利润分配预案合法、合规。

五、其他说明

1、本次利润分配预案披露前，公司严格按照法律、法规、规范性文件及公司制度的有关规定，严格控制内幕信息知情人范围，对相关内幕信息知情人履行了保密和严禁内幕交易的告知义务，同时对内幕信息知情人及时备案，防止内幕信息的泄露。

2、本利润分配预案需经公司2025年年度股东会审议通过后实施，尚存在不确定性，敬请广大投资者注意投资风险。

六、备查文件

1、第三届董事会第十五次会议决议；

2、第三届董事会审计委员会第十次会议决议；

3、内幕信息知情人清单。

特此公告。

果麦文化传媒股份有限公司董事会
2026年3月31日

证券代码：301052　　证券简称：果麦文化　　公告编号：2026-019

果麦文化传媒股份有限公司 关于举行2025年度业绩说明会的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

果麦文化传媒股份有限公司（以下简称“公司”）已于2026年3月31日披露《2025年年度报告》。为便于广大投资者更深入全面地了解《2025年年度报告》及公司经营情况，公司将于2026年4月14日（星期二）15:30在全景网举办2025年度业绩说明会，现将相关事项公告如下：

本次网上说明会将采用网络远程的方式举行，投资者可登录全景网“投资者关系互动平台”（http://rs.p5w.net）参与本次年度业绩说明会。

出席本次业绩说明会的人员有：公司总裁瞿洪斌先生、董事会秘书兼财务负责人蔡钰如女士、独立董事王辉先生。

为充分尊重投资者、提升交流的针对性，现就公司2025年度业绩说明会提前向投资者公开征集问题，广泛听取投资者的意见和建议。投资者可于2026年4月13日（星期一）下午15:30前访问http://ir.p5w.net/zj/，或扫描下方二维码，进入问题征集专题页面。

敬请广大投资者通过全景网系统提交您所关注的问题，便于公司在业绩说明会上对投资者普遍关注的问题进行回答，提升此次业绩说明会的针对性。此次活动交流期间，投资者仍可登录活动界面进行互动提问。

欢迎广大投资者积极参与！

特此公告。

果麦文化传媒股份有限公司
董事会
2026年3月31日

证券代码：301052　　证券简称：果麦文化　　公告编号：2026-022

果麦文化传媒股份有限公司 关于公司2026年度董事和高级管理人员薪酬（津贴）方案的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

果麦文化传媒股份有限公司（以下简称“公司”）于2026年3月30日召开了第三届董事会第十五次会议和第三届董事会薪酬与考核委员会第九次会议，会议分别审议通过了《关于公司2026年度董事薪酬及津贴方案的议案》和《关于公司2026年度高级管理人员薪酬方案的议案》，其中《关于公司2026年度董事薪酬及津贴方案的议案》尚需提交公司股东会审议。

为进一步完善公司董事和高级管理人员的薪酬管理，调动其工作积极性，提高公司的经营管理水平，促进公司的稳定经营和发展，根据《公司章程》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》及公司相关制度，结合公司经营实际情况及行业、地区薪酬水平，公司制定了2026年度董事和高级管理人员薪酬（津贴）方案，具体如下：

一、适用对象

公司全体董事和高级管理人员。

二、本议案适用期限

2026年1月1日至2026年12月31日。

三、薪酬（津贴）方案

（一）独立董事津贴方案

领取固定津贴，除此之外不再另行发放薪酬。独立董事2026年度津贴标准为每人8万元/年（税前）。

（二）非独立董事及高级管理人员薪酬方案

公司非独立董事及高级管理人员的薪酬由基本薪酬、绩效薪酬、中长期激励收入、职务津贴和福利收入等构成，按照其在公司担任的具体管理职务、实际工作绩效并结合公司年度经营业绩等因素综合评定薪酬。

四、发放办法

1、公司董事和高级管理人员因换届、改选、任期内辞职等原因离任的，薪酬按其实际任期计算并予以发放。

2、上述薪酬均为税前金额，其所涉的个人所得税统一由公司代扣代缴。

3、公司应当确定董事、高级管理人员一定比例的绩效薪酬在年度报告披露和绩效评价后支付，绩效评价应当依据经审计的财务数据开展。

五、其他规定

1、上述薪酬方案可根据行业状况及公司生产经营实际情况进行适当调整，公司董事会薪酬与考核委员会负责制定董事和高级管理人员的考核标准并进行考核，制定、审查董事及高级管理人员的薪酬政策与方案，明确薪酬确定依据和具体构成。

2、根据相关法规和《公司章程》的有关规定，上述高级管理人员薪酬方案自董事会审议通过之日生效，董事薪酬须提交股东会审议通过方可生效。

六、备查文件

1、第三届董事会第十五次会议决议；

2、第三届董事会薪酬与考核委员会第九次会议决议。

特此公告。

果麦文化传媒股份有限公司董事会
2026年3月31日

证券代码：301052　　证券简称：果麦文化　　公告编号：2026-016

果麦文化传媒股份有 限公司 关于召开2025年年度股东会的通知

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

果麦文化传媒股份有限公司（以下简称“公司”）第三届董事会第十五次会议决定于2026年4月20日（星期一）15:30以现场投票与网络投票相结合的方式召开2025年年度股东会。现将会议有关事项公告如下：

一、召开会议的基本情况

1、股东会届次：2025年年度股东会

2、股东会的召集人：公司董事会

3、会议召开的合法、合规性：公司第三届董事会第十五次会议审议通过了关于召开2025年年度股东会的议案。本次股东会会议的召开符合有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和《公司章程》的规定。

4、股东会现场会议召开时间：

（1）现场会议：2026年4月20日（星期一）15:30。

（2）网络投票时间：2026年4月20日（星期一）。

其中，通过深圳证券交易所交易系统进行网络投票的具体时间为：2026年4月20日上午9:15-9:25，9:30-11:30和13:00-15:00；

通过深圳证券交易所互联网投票系统（https://wltp.cninfo.com.cn）投票的具体时间为：2026年4月20日9:15-15:00的任意时间。

5、会议的召开方式：现场表决与网络投票相结合的方式。

（1）现场表决：包括股东本人出席或通过填写授权委托书授权他人出席。

（2）网络投票：公司将通过深圳证券交易所交易系统和互联网投票系统（https://wltp.cninfo.com.cn）向全体股东提供网络形式的投票平台，股权登记日登记在册股东可以在本次会议网络投票时间段内通过上述系统行使表决权。

公司股东只能选择现场投票和网络投票中的一种表决方式，如果同一表决权出现重复投票表决的，以第一次有效投票表决结果为准。

6、股权登记日：2026年4月13日（星期一）

7、出席对象：

（1）在股权登记日持有公司已发行有表决权股份的股东或其代理人；

于股权登记日下午收市时在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记在册的公司全体已发行有表决权股份的股东均有权出席股东会，并可以以书面形式委托代理人出席会议和参加表决，该股东代理人不必是本公司股东；

（2）公司董事和高级管理人员；

（3）公司聘请的律师；

（4）根据相关法规应当出席股东会的其他人员。

8、会议地点：上海市徐汇区云锦路555号6栋

二、股东会审议事项

1、本次股东会提案编码

提案编码	提案名称	提案类型	备注 该列打勾的栏目可以投票
100	总议案：除累积投票提案外的所有提案	非累积投票提案	√
非累积投票提案			
1.00	《关于<2025年度董事会工作报告>的议案》	非累积投票提案	√
2.00	《关于<2025年年度报告>及其摘要的议案》	非累积投票提案	√
3.00	《关于<公司2025年度利润分配预案>的议案》	非累积投票提案	√
4.00	《关于公司2026年度董事薪酬及津贴方案的议案》	非累积投票提案	√
5.00	《关于续聘2026年审计机构的议案》	非累积投票提案	√
6.00	《关于制定<董事和高级管理人员薪酬管理制度>的议案》	非累积投票提案	√
7.00	《关于提请股东会授权董事会全权办理以简易程序向特定对象发行股票相关事宜的议案》	非累积投票提案	√

2、审议与披露情况：以上议案已经公司第三届董事会第十五次会议审议通过，具体内容详见公司同日披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上的有关公告。

3、根据《上市公司股东会规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号—创业板上市公司规范运作》及《公司章程》的要求，公司将对中小投资者的表决单独计票，并及时公开披露。中小投资者是指除上市公司的董事、高级管理人员、单独或者合计持有上市公司5%以上股份的股东以外的其他股东。

4、议案7属于特别决议事项，需经出席会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

5、公司独立董事将在本次年度股东会上进行述职。独立董事年度述职报告将