北京元隆雅图文化传播股份有限公司

2019年8月28日投资者关系活动记录表

编号：2019-004

|  |  |
| --- | --- |
| **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 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 太平洋证券 倪爽、金元顺安基金 张博 |
| **时间** | 2019年8月28日 |
| **地点** | 公司会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董秘 相文燕、财务总监 边雨辰、证代 于欣蕊 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 1. **机构问答**
2. **公司上半年在新客户开发方面是否顺利？**

答：与最初的预想进度相比，略有一些差异。以往，在培育快消客户方面，一旦取得供应商资质后，在一年左右的时间会有订单量的突破。快消客户的全国礼赠品采购工作多由总部采购部或市场部负责，公司只配备少量客服人员直接去对接这些部门即可。但金融企业的礼赠品采购权限则分布在分行或分公司，这就是导致公司需要配备更多的客服人员去进行逐一对接，因此业务进展趋于缓慢。金融类客户普遍存在这种情况，上半年订单金额较小，利润不高，同时销售人员薪酬和差旅等费用则增加较大。另一方面，冬奥会特许纪念品组建销售和设计团队，也增加了较多的销售和研发费用。**2、公司的半年报中提到毛利率有所下降，这是什么原因造成的？**答：客户的礼赠品一般用于两大场景，一是在市场终端随产品赠送给消费者，二是在经销渠道赠送给经销商。前者以定制化产品为主，公司自行创意设计、委托给工厂加工生产，单值低但毛利率高；后者则为品牌产品，其中又以家电、手机等数码产品为主，单值高但毛利低。上半年新增收入主要来自于经销商赠礼，毛利率低，拉低了礼赠品业务整体毛利率。这块业务以前涉及较少，但市场较大，现在对公司来说也是一个新的拓展领域。除此之外，经销商礼赠品业务的现金流情况也和定制化产品不一样，定制产品的采购有一定的账期，但品牌产品采购通常清款提货没有账期，这样对现金流压力较大，造成上半年融资和相应财务费用增加较多。去年同期，尚未投入使用的闲置募集资金用于购买银行理财产品，为公司产生一部分收入，但去年下半年，闲置募集资金用于收购谦玛网络60%股权，理财收入不再产生。综上，财务费用增加和理财费用减少合计影响利润500万元左右。**3、上面提到的影响上半年收入的因素在今年三、四季度会有好转吗？**答：下半年为冬奥会特许业务的开展还会继续增加工作人员，但随着赛事宣传热度的逐渐加大，冬奥会纪念品的销售量也会有所增加，从而能够覆盖人员费用并产生一定利润。如果冬奥吉祥物能够在三季度顺利发布，则更有望为公司带来一定的利润增长。融资方面产生的利息下半年还会持续，变化不大。另外，下半年业务的增量主要看金融板块的开拓和进展，主要是中信银行和平安集团。中信银行的合同从4月份生效，所以上半年只有5、6两个月的业绩，下半年应该会有比较大的增长。平安集团上半年收入贡献较少，但投入的人力较多，下半年随着业务的开展，会得到一定改善。**4、公司前十客户尤其是6-10现在增速比较慢是吗？只有5%。**答：前十客户中排序有升有降，例如去年两个较大的客户拜耳、辉瑞今年下降比较大，主要受在华外资药企政策影响。但今年施耐德、美赞臣、菲仕兰乳业（美素佳儿奶粉）增长较快，排名有所提升。与此同时，公司还在大力深挖腰部客户。**5、宝洁近年对公司利润贡献有下滑吗？**答：宝洁近年对公司的利润贡献在逐季度下滑，主要源于宝洁自身营销策略的改变，数字化营销投放加大，线下促销投入在逐步减少。**6、财务费用高是否与预付款有关系？**答：预付款方面品牌家电、数码产品采购多一些，而且订单金额较大，资金占用也较大，为此产生了比较多的贷款利息。应收账款周转没有变化。**7、现在前几大主要客户增长如何？**答：雀巢（含惠氏）、华为、伊利都有比较大的增长。**8、公司现在觉得整体行业环境如何？**答：从公司目前客户来看，快消行业客户的营销预算和礼赠品订单需求都还在增长，尤其是母婴客户增长比较快，母婴行业的主销售渠道在线下，礼赠品的需求量保持增长态势。**9、经销商的招标周期是多长？**答：不同的企业招标时间不一样，有年度礼品目录招标，有季度招标，还有为节日、新品上市等单个活动的招标。**10、北京世园会上半年收入似乎不理想？**答：是的，主要源于入园人数没有达到预期，5月开园初期社会关注度较高，入园人数逐渐攀升，业绩较为乐观，园区内公司两家零售店日均销售额在20万左右，毛利也较高。但随着6月进入考试季，入园人数大大减少，7、8月份入园人数也不及预期，整体来看，世园会的实际入园人数比预期减少三分之二左右，成为影响收入的重大因素。 |