

证券代码：300860

证券简称：锋尚文化

北京锋尚世纪文化传媒股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-004

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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	中欧基金、申万菱信基金、农银汇理基金、海富通基金、中银基金、银河基金、新华基金、光大保德信基金、西部利得基金、华安基金、长江养老保险、友邦人寿、太平养老、太平保险、国华人寿、百年保险资管、永诚保险资管、宁波银行理财、民生银行、平安资管、中银资管、申万自营、汇丰普信、招商证券、兴业证券、海通证券、广发证券、国信证券、国泰君安证券、中信建投、西部证券、开源证券、德邦证券、山西证券、东北证券、国元证券、华西证券、真科基金、中海基金、湘财基金、天治基金、泰信基金、金鹰基金、华泰资产、太平资产、中信保诚、国华兴益、东方自营、东方财富、巽升资管、西部资管、巨曦资产、淳厚基金、财通基金、博道基金、胤狮投资、星泰投资、和基投资、仁灏投资、初九投资、上投摩根等60余家投资机构
时间	2021 年 12 月 31 日 下午 16:30-18:00
地点	上海中心大厦五层花园礼堂
上市公司接待人员姓名	董事长兼总经理 沙晓岚先生 财务总监兼董事会秘书 李勇先生 副总经理兼锋尚互娱总经理 李斌先生 锋尚互娱运营部经理 李朕先生

投资者关系活动 主要内容介绍	公司主营业务情况及新业务推进情况： 锋尚文化目前拥有四大业务板块，大型文化演艺活动、文化旅游演艺、景观艺术照明及演绎、游戏与虚拟泛娱乐。公司拥有丰富的重大项目经验、优秀的创意设计能力以及全流程的服务模式。 锋尚文化全资子公司锋尚互娱起源于锋尚文化对演艺升级与迭代的思考。尤其是在疫情到来后，因疫情影响消费者无法亲临演艺内容现场，如何依托科技以一种全新的模式向消费者呈现更好地演艺内容。锋尚互娱目前拥有以下业务：承载交互式内容的虚拟演艺产品，通过定制让客户以全新的方式体验娱乐演出内容；虚拟艺人的制作和运营，孵化自有虚拟数字偶像并与其他经纪公司打造数字孪生；虚拟演出供应商，从前期创意内容设计到资产制作及技术应用，实现全流程制作。 问答环节： Q: 传媒、创意类企业最重要的是人才，请介绍一下公司的团队，以及公司 3-5 年的人才规划？我们也看到公司从过去做项目 to B 的公司，到今天拥有上海中心项目 to C，包括在互娱方面布局，展望未来三年公司在收入结构、业务布局上是怎么样的？请问，从商业的角度想了解一下公司业务商业模式，及未来进展。 A: 锋尚文化拥有 150 人规模的纯粹的创意人才团队，在国内该团队规模领先。同时我们一直与国际、国内最顶尖的创意团队、导演团队合作，我们与全世界最优秀的创意人才共同进行演艺科技方面的创意与合作。锋尚文化始终把人才当作第一生命力，公司十分重视人才队伍培养，目前公司第二梯队人才培养已初见成效。公司在上市前成立持股平台“西藏晟蓝”对核心人员进行股权激励，也于今年 11 月推出“2021 年限制性股票激励计划”，授予人数达到 74 人，基本覆盖公司核心
---------------------------	---

	设计人员，并配备相应的考核机制。激励机制在未来也计划持续进行。未来三年，公司预计将现有 150 人的创意团队扩充至 300 人。 锋尚文化的发展历程历经灯光设计、国家大型文艺演出、文化旅游演艺再到目前的虚拟业务，整个业务的发展过程紧紧围绕创意设计的业务主线，不断扩展新的业务边界。今年公司业务的变化表现为大型演艺活动从政府项目到商业化项目的转变，如卫视跨年晚会及头部平台重大节日演出；文化旅游项目从 toB 端向 toC 端的转变，如自运营的上海中心天时项目。公司不断调整业务结构与收入结构，这种转变会让公司业务结构稳定性更强，现金流更强，更好的去实现我们在“2021 年限制性股票激励计划”中提出的 2022-2024 年公司净利润达到 3 亿元、4 亿元、5 亿元的业绩目标。 Q: 从 04 年“刘三姐”开始，到今年的“最忆韶山冲”，整个文旅行业经过了 10 余年的发展，传统线下旅游演艺的未来发展方向在哪里？锋尚互娱产品落地的规划以及如何向市场推广互娱的产品？ A: 过去的文旅产品是与旅游团息息相关，依托于景点的客流量和稀缺性。现今，随着“Z 世代”年轻消费者的崛起，传统文旅演艺产品对年轻消费者不再具有强大吸引力，文旅产品也无法仅依靠旅行团生存，文旅产品迭代势在必行。如今，“视觉”和“味觉”已经成为消费者进行消费的重要理由，并且现在的文旅演艺产品必须要与观众形成共鸣与共情，让观众有穿越感、代入感。 作为虚拟演出供应商，在线下演艺项目 AR 创意设计及制作方面我们目前已经拥有许多成熟案例；在虚拟演艺产品方面的布局，未来公司将汇集虚拟演出资源，为观众提供个性化定制服务，全方位提升线上虚拟演出的交互体验，具体的虚拟演艺产品预计将会于 2022 年推出。虚拟演艺产品是作为一个载
--	---

	体承载我们与合作方、以及自己孵化出的数字人，当未来数字人具有一定影响力后也会继续加持虚拟演艺产品的发展。 锋尚互娱通过科技手段赋能线上演出，打造线上产品。 首先，通过产品可以打通线上的观演关系。目前大多数的线上演出观演关系并没有改变，只是线上观看演出视频内容，仅存在一些弹幕等轻互动。我们希望打通线上观众与演员以及整个演出环境的关系，让更多的观众以参与的身份、甚至带个性及带有多种能力的身份参与进来，这样增加大家在线上演出的交互感沉浸感代入感体验感。 其次，我们的产品可以解决创意设计方面的线上协同，加速线上演出的工业化。目前，线上演出的供应商质量参差不齐、制作水平跨度很大。通过我们的自研产品来进行线上演出的跨场域协同，通过科技手段 MR/AR/XR/VR 能够打通线上演出交互协同方式在线上共同创作。 最后，通过产品打通线上共赢渠道。打通线上客户的资源与粉丝的互动行为，线上产品可能变成版权维护方，通过 IP 加持与科技手段让更多人参与到线上演出的共赢共创中，让更多的音乐版权、设计版权通过线上得到更多的保护。加速线上演出商业化，形成稳定的商业模式。 我们认为线上演出不仅仅是短时间的情感释放，更是长线的情感养成，让更多人带着情感参与进来，让观众在互联网虚拟空间里能更愉快的相处，让演出能够更好的呈现。 Q: 在虚拟业务方面，公司与其他公司相比的竞争优势在哪里？未来 3 年内公司准备在虚拟业务投入多少的资金与人力物力？未来在目前的虚拟业务中哪一部分业务会成为核心赢利点？ A: 锋尚互娱依托锋尚文化的优质客户资源、强大的创意设计制作力量及国际顶尖团队合作加持，公司将始终利用在创意设计能力上的优势，在虚拟业务的内容方面进行布局。未来 3 年，
--	--

	公司预计将锋尚互娱团队扩大到 100 人左右。公司未来在虚拟业务的核心盈利点在内容制作方面。 Q:150 人的核心创意团队能否细化拆解工作年限结构以及外部招聘、内部培养的比例？公司未来的产能在不考虑人员扩张的情况下能否提升，团队的工业化流程化的效率能否提升？ A:创意设计团队的构成为：CG 视效团队约 60 人左右，美术设计、灯光设计、视频设计、工程设计约 90 人左右。与外部国际顶级创意设计合作人员有 12 名左右。 公司成立锋尚设计院，对设计制作进行工业化流程的安排与部署，提升跨部门、跨专业的协作效率，使得公司整体人才资源利用效率得以提升。锋尚文化创意团队由十余名创意总监管理，我们紧抓创意总监工作能力提升，通过他们带动其下面创意团队效能和创意质量的提升。同时，我们会不断引进外部优秀的创意设计人才与团队，合力达到效能提升。
附件清单(如有)	无