

# 天舟文化股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2023-002

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	广发证券、财通基金、嘉实基金、鹏华基金、汇添富基金、宝盈基金、博时基金、中银基金、富安达基金、交银施罗德基金、中金基金、华安基金、国融基金、玄元私募基金、南方基金、中融基金、安信基金、上海汐泰投资、上海同犇投资、上海朴信投资、杭州宇迪投资、浙江益恒投资、上海白犀私募、中粮信托、海通证券、渤海证券、光大证券、西南证券、西部证券、华安证券、国信证券等多家机构
<b>时间</b>	2023年06月16日 16:00-17:00
<b>地点</b>	线上交流会
<b>上市公司接待人员姓名</b>	麓卓互动总经理廖辉女士，董办主任、证券事务代表姜玲女士
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>公司与会人员就公司情况及AI游戏布局与来自多家的机构投资者进行了交流，并针对投资者提出的问题做出了详细解答。以下为本次投资者关系活动纪要：</p> <p><b>一、公司情况介绍</b></p> <p>2022年公司业绩改善，资金充裕，实现了营业收入6.06亿元，同比增长19.86%，公司营收触底反弹，亏损额大幅缩小。近年来，公司高商誉风险出清，近30亿元的商誉，经过几年的商誉减值计提，2022年账面商誉已经全部清零。公司资产负债率较低，最近一期为22%，财务较为稳健。公司大力处置低效资产，积累现金并且支持公司新业务的培育，最近一期现金为6.43亿元。</p>

2023年公司推出了新的数字化战略，未来3-5年，公司将抓住我国数字经济蓬勃发展的机遇，借助人工智能等技术飞速进步的契机，充分发挥过去积累的投资并购经验，以孵化培育和投资并购相结合的方式，积极推动公司出版产业的数字化转型，开发教育信息化、智能化的新产品、新业态，培育人工智能娱乐、AI文旅、AI营销等领域的新的增长点。公司积极开展数字化、智能化新业务布局，下一步也是将重点投资布局人工智能赋能数字人、虚拟空间、虚拟社交、虚拟直播等技术的开发赛道。

公司重点业务布局，教育出版板块保持稳步的提升，重点项目持续突破。教育出版板块2022年度营收达4.26亿元，同比增长了51.27%，实现营收的快速增长。公司旗下子公司人民今典的教育读本项目落地，成功进入了各省的学生用书目录，单品种年营业收入达1.24亿元，实现了新的利润增长点。参股公司永载文化开发了天舟高考等新的信息化、智能化产品。今年公司与创始人、董事长兼总裁以及核心团队共同投资孵化成立了控股子公司长沙天舟科技，积极探索“VR/AR虚拟科学实验室”、“职业智能化评测与规划”和“职业教育VR/AR实训工具和平台”等智能化的工具和产品。

公司游戏板块未来重点布局游戏出海、AI虚拟社交游戏。目前储备了三国题材塔防手游《塔王之王2》、古风2D女性向模拟养成手游《梦浮生》、合成卡牌手游《代号：SS》和《天黑装备铺》等多款游戏，将陆续在下半年开启对外测试或者上线运营。公司的参股公司麓卓互动广泛使用AI工具进行编程、美术工作，积极拓展海外游戏市场，代理的卡牌游戏《Shop Heroes Legends》计划下半年全球发行，基于大模型的AI社交产品《Party Yoo》开发中，计划Q3开启测试。

## 二、AI游戏布局

麓卓互动是一家年轻的科技公司，公司布局AI元宇宙社交，核心团队从业经历都在二十年以上。公司以社交+游戏切入海外市场。其核心产品大量运用AI算法，并提供多种AI工具供用户产出UGC内容，期望构建全新的社交生态，打造标志性产品。

新的产品《Party Yoo》以数字人、场景和游戏内容三个核心点构建一个派对社交元宇宙产品。在数字人上我们运用AI建模，极大的提高了生产效率；而在动画部分，我们制作了工具Yoo Action，通过AI算法和混合变形骨骼绑定，无标记动捕生成数字人动作。我们将会把Yoo Action免费开放给用户，用户可使用工具，上传任意一端视频，通过工具将视频动作转换，产出数字人对应的动作，这个将大大丰富社交动作的表达；在场景方面，我们将提供AI数字场景生成工具，让用户生成派对场景，从大环境的塑造到局部的摆件，AI工具的使用可创造全新的派对感觉；在内容上，Chatgpt的接入，可以让每个派对房间都拥有私人waiter，并支持用户培养虚拟社交对象；再加上传统的游

戏接口，房间内嵌入音乐舞蹈、飞行棋之类的游戏，这些将组成Party Yoo社交元宇宙。

### 三、问答环节

#### 1、麓卓团队人员的背景以及现有团队的架构是什么样的？

答：公司的团队目前在北京、上海和成都，团队规模在60人以内，是家初创公司。团队的构架以研发为主，得益于AI的广泛运用，公司开发效率极大的提升。

#### 2、AI游戏商业模式是什么样的？道具付费以及AI陪伴商业化进度怎么样，是否有预估？

答：游戏商业化以虚拟消费为主，具体分成了三个部分，一个是个性化部分，就是社交产品常有的，例如服装、饰品等外观道具出售组成了个性化部分，收入占比在50%以上；其次20%来自于特权部分，例如会员卡、通行证就是属于这部分，这是增值的部分；第三部分，是来自于派对房间的打赏，Party Yoo嵌入了语聊房，有完整的打赏体系，打赏收入占到了剩下的部分，总体就是由这三部分构成。公司认为这个产品商业化想象空间较大，语聊打赏类、社交类产品营收可以做的较高。

#### 3、公司产品是音乐、舞蹈和社交是一体的，海外是否有同样的竞品，这些竞品的运营情况是怎样的？后续推广节奏和推广费用规划是怎样的？

答：语聊房类型的产品很多，像Bigo和Yalla都是在这块做的很大，但是音乐舞蹈垂直品类几乎没有同类的竞品，所以在这垂直赛道发展前景还是比较好的。

该产品营销推广跟其他社交产品不一样，因为其单元测试模型成立，并不需要大DAU即可实现营收，它的商业模式偏游戏化，市场空间大，且用户准入门槛低。

导量的方式有两种，一是直接进行买量，通过谷歌和Facebook买量，第二种是跟MCN机构合作，整个语聊房实际上可以实现主播的商业变现。

#### 4、AI除了给研发环节赋能，还能提供哪些创新玩法？

答：目前产品的AI运用除了为研发提供支撑，还服务于UGC内容。公司自研的AI工具Yoo action即将发布，我们希望用户使用Yoo action生成独特的数字人社交动作，我们会将动作放到用户社区，让用户参与互动投票，受欢迎的内容会加入Party Yoo生态里让用户进行付费下载，让用户创造内容并通过内容去盈利，构建UGC生态。

我们后续持续推出的场景AI工具也同样如此，我们希望给用户AI工具，让用户提供创造力，然后通过社交平台获利。

**5、公司Party Yoo产品是打算去东南亚进行推广吗，推广和测试情况是什么样的？代币绕开支付的方式还可行吗？**

答：Party Yoo将先在东南亚进行推广，但这是一款全球性产品，在东南亚孵化成功后将在全球推广。目前产品还在研发中，将于Q3进行首次测试。我们并没有用代币绕开支付，而是尝试在打赏结算提供web3的结算方式，这对于一些金融不发达的地区主播提供了更多的变现手段。

**6、产品偏社交比较多，公司希望做到什么样的用户量及以及生态状况？**

答：标准的派对房可容纳8位数字人同场景聊天互动，中型演出派对模式下同房间人数可拓展至百人，单交互的大型演唱会镜像模式下可支持到万人；根据测算模型，在5,000人同时在线的情况下，就有比较活跃的语聊生态了。

**7、公司其他产品？是同类产品还是不一样？**

答：还代理了一款模拟经营复合卡牌游戏《Shop Heroes Legends》，游戏类型比较新颖，已经获得了谷歌和苹果的全球推荐。谷歌已经开放全球预约，苹果马上开启预约，预计7月上旬前开始测试。

**8、麓卓未来买量的合作策略？**

答：单纯买量很快就会遇到瓶颈，因为第一阶段可以利用3D素材买非常便宜的量，再往下我们的竞争对手会变成通用型社交产品，这时MCN的合作非常重要，撬动大大小小的主播资源。Web3的底层包括数字货币的提现主要服务于这一块，我们和很多国内头部出海MCN机构达成意向，会在产品测试的时候进行导量合作。

**9、接入GPT之后如何提高ARPU值和粘性？**

答：我们确定有三大AI工具：一是大家比较熟悉GPT，GPT不能带来ARPU值的明显提升但会对用户粘性带来显著影响，GPT是非常有特色的一个聊天工具。我们会给会员房间配备语音AI情感助理，我们给AI助理赋予了各种各样的性格，不是常规的知识问答型，而是属于情感培养型数字人（AI语聊伴侣），通过付费获取方式延长时间。

我们还有另外两个AI工具，Yoo action是AI算法支撑的2D转3D模型，核心是无标记动捕，我们希望用户能广泛的使用该工具，创造社交元宇宙的个性化社交动作。专业人士可以生产出各种各样的特色动作，包括且不限于舞蹈、太极等，其他感兴趣的人可以付费购买，这套AI工具帮助一些用户在这个社交平台上实现盈利，是UGC生态的重要组成部分。

还有专用的AI 3D扫描工具，是利用手机摄像头进行计算机视觉和AI算法的3D扫描工具，让用户可以方便的把自己喜爱的物件扫描生成3D物件摆放到场景。

#### **10、您创业切换赛道的过程和战略目标？**

答：我及小伙伴们看到了社交元宇宙和AI结合的巨大市场机会，我们想把之前沉淀的技术运用打造一个有意思的社交空间。我们对Party Yoo的定义就是一个有意思的派对空间。我们希望当年轻人想举办线上派对的时候就会想到我们的Party Yoo。比如要开一个生日派对，大家都有自己的数字人，可以邀请伙伴一起，在海边或是在森林里，大家可以一起唱歌一起跳舞一起嗨，在自己喜欢的派对的环境，还有足够丰富的内容，甚至有个大电视支持本人去直播表演，我们想把这个垂直赛道做到极致。

#### **11、海外东南亚测试阶段的单用户数据？从C端用户付费获得盈利而不是广告？后续产品变现方式？Party Yoo具体数据要等7月份上线测试后才知道？什么时候开放给真实用户试用？**

答：一代产品ARPU值比较高，Party Yoo还在研发中，还没有开启第一轮测试。Party Yoo将以直接付费（道具付费）为主。但如果做到足够大的量级，就一定会会有更多的盈利途径，比如会跟品牌服装的联名，或者直接的广告合作。Party Yoo计划8月后启动内部测试，下一个时间节点取决于整体测试调优情况再确定。

#### **12、上市公司有哪些业务在运营，今年业务规划？**

答：上市公司还是出版、教育和游戏业务，公司积极开展数字化、智能化新业务布局，公司下一步将重点投资布局人工智能赋能数字人、虚拟空间、虚拟社交、虚拟直播等技术开发赛道。

#### **13、今年要结合资源重整团队？游戏业务营收达到历史最高（近8亿元）所需时间及趋势？**

答：今年公司和创始人、董事长、总裁和核心团队共同投资孵化成立了教育平台公司长沙天舟科技，公司积极探索新设游戏业务主体。一方面优化游戏研发团队和市场团队，采用投资加合作方式把老项目团队推向市场，另一方面培育新团队，启用年轻团队推出全新产品，比如麓卓互动的团队，投资布局海外游戏市场和AI游戏。充分调动团队的积极性，未来在合适时机也会考虑推出股权激励。

#### **14、今年游戏的发行情况？**

答：老游戏还有一定长尾效应，包括神奇时代、广州游爱等，2022年游戏业务营收1.8亿，公司有一些新游戏在储备当中，后续会陆续对外测试或上线。此外，新的游戏主体后续会带来新业务增量。

	<p><b>15、AI高考软件系统已经引入学校了吗？</b></p> <p>答：天舟高考是参股公司北京永载开发的基于高考的教学解决方案，积极探索AI相关应用、高考趋势分析、AI命题等。AI学情诊断还在开发中，并计划采取纸数融合的方式在一些地区逐步做试点。</p> <p><b>16、前几年的商誉包袱出清，大股东的质押、负债问题的解决情况？</b></p> <p>答：公司风险出清，轻装上阵，目前账面商誉已经全部清零。2018年控股股东和二股东袁总质押率最高都接近100%，但近年来大股东整体质押率保持了较低水平，目前控股股东只有30%，二股东清零，高质押的风险也全部出清。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年06月16日