

创，实现进口替代。

过去几年，特殊情况因素对公司所处行业及经营业绩造成较大影响，随着当前行业稳步复苏，公司经营业绩已逐步恢复并实现稳步增长。2023年前三季度，公司营业收入、净利润等财务指标相较过去几年均实现大幅度提升，其中，2023年前三季度已实现营业收入66,989.05万元，整体营收规模已超越2019年全年水平，达历年之最。

展望未来，公司对行业及自身未来前景充满信心。一方面，文旅消费属刚性需求，当前文旅市场呈现出出游人次井喷、市场加速回暖态势，国家各部委进一步加强相关政策引导，推动文旅行业各细分领域蓬勃发展；近年因宏观经济原因及在各相关政策推动下，文旅投资结构逐步发生转变，原有的“地产+文旅”模式终结，文旅回归本质，行业进入更加健康、良性、可持续发展的新阶段；此外，过去几年特殊因素加速人们文旅消费习惯改变，文旅项目持续向二三线城市下沉，创造出广阔市场空间，助力公司业绩稳步增长。另一方面，随着公司所处行业监管体系日益完善，行业进一步加速优胜劣汰，向头部集中，包括进口替代、VR/AR应用、国际出海、新应用领域市场、文旅投资运营等机会不断涌现，为公司带来广阔的增量空间，助力公司持续做大业务规模、持续提升市场占有率，实现长期稳健高质量发展。

（三）互动交流

1. 问：公司目前在手订单情况？

答：2022年末，公司在手订单为162,380.09万元，综合2023年交付及新签订单金额，公司目前在手订单保持充沛，能够为公司业绩稳健增长提供有效支撑。

2. 问：公司选址湖北武汉建设生产基地的原因？

答：公司选址湖北武汉建设华中区域中部及大型游乐设施研发生产基地，是公司基于市场洞察分析及未来发展研判在现有广东中山基地基础上作出的产业区域布局优化，旨在充分借助华中地区的区位优势、人才优势、产业配套优势等实现降本增效，实现智能制造升级，进一步提高产品工艺及产品质量，提升人均能效，以更好的满足未来市场需求及公司长远发展需要。

3. 问：公司沉浸式产品未来的发展方向是什么？

答：公司虚拟沉浸式产品未来将在以下几个方面进行探索：一是不断加强VR、AR、MR、人工智能等各类创新技术的集成运用，持续优化提升产品体验；二是探索研发小型化、标准化的全新一代虚拟沉浸式产品，引领行业革新；三是以市场需求为导向，积极拓展产品的全

新应用领域市场，持续做大品类规模，不断提升相关产品在公司营业收入中的占比，实现并驾齐驱。

4. 问：公司订单的结算模式？

答：公司主要实行“以销定产”的业务模式，在订单签订时依照与客户间的合同约定收取预收款，后续根据双方约定及合同履行情况收取相应的研发设计、生产试制、安装交付等进度款项，在产品验收交付后确认收入并结转预收账款和应收账款。

5. 问：海外市场主要的拓展方向？

答：经过多年市场开拓，公司已与多个国内外知名文旅项目运营商达成稳定合作关系，公司内部设立了国际事业部、在香港、瑞士分别设立了全资子公司，在北美、拉美建立起战略合作伙伴销售渠道，将重点拓展欧美等传统高端市场及东南亚、中东、东欧、南美、非洲等新兴国家市场、一带一路市场。

6. 问：公司合同负债下降的原因？

答：公司根据订单的排产及交付计划安排新签订单。过去几年特殊情况因素对公司生产经营、产品验收交付等方面造成较大影响，2022年度部分未能如期交付的订单顺延至2023年度交付，导致2023年期初合同负债数据相较往年有所偏高，该部分产品完成交付并确认为营业收入后，导致合同负债有所下降。此外，公司部分客户为大型集团型客户，内部付款结算流程较长，偶尔会出现因内部流程原因延迟支付款项情况，部分预付及进度款项也因客户未及时支付的原因未能计入合同负债。

7. 问：公司未来如何消化产能？

答：公司将结合市场情况实现产能的有序释放和稳步提升。随着新技术的不断应用及公司逐步实现技术突破，产品实力持续跃升，包括进口替代、VR/AR应用、国际出海、新应用领域市场、文旅投资运营等都将为公司带来广阔的增量空间，稳步提升的产能将为公司持续拓展各细分市场提供重要支撑和保障。此外，公司过去受生产场地等多种因素限制，产品生产过程中需要使用较多外协，未来随着公司产能的有序释放，公司也将进一步减少外协使用，进一步管控费用成本，实现降本增效。

8. 问：公司投资运营模式？

答：公司拥有一支具备国际前瞻视野、曾操盘运营国内多个文旅

	<p>项目、精通文旅投资全产业链环节的专业文旅投资运营团队，目前公司所打造的项目均有成功雏形案例。公司文旅投资运营业务的主要模式为自主投资运营及合作投资运营。现阶段，公司将集中精力扎实做好现有已取得项目的建设及管理运营工作，后续将在相关项目成功经验基础上，以对外输出商业模式、策划方案及运营管理等方式实现项目在全国范围内的快速推广复制。</p> <p>9. 问：公司沉浸式产品毛利率下降的原因？</p> <p>答：公司虚拟沉浸式游乐项目 2022 年度、2023 年前三季度毛利率有所下降主要是因为公司为进一步开拓市场、加快项目交付进度，项目内容制作、软件开发、钢构件制作、整体包装等委外制作部分相较往年同期明显增加，相关成本费用也相应增加；同时，为开拓市场，进一步凸显规模效益，公司在订单签订时对部分项目产品给予了一定幅度优惠，以增加销售数量及提升市场占有率，该产品虽会对公司产品综合毛利率造成影响，但同时整体规模也会有所上升，公司整体规模效益也将得以显现。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 1 月 17 日