

证券代码：002878

证券简称：元隆雅图

北京元隆雅图文化传播股份有限公司
2023年度业绩说明会
投资者关系活动记录表

编号：20240508

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
形式	<input type="checkbox"/> 现场 <input checked="" type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议	
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2023年度网上业绩说明会的投资者	
时间	2024年5月8日 15:00-17:00	
地点	价值在线 (https://www.ir-online.com.cn/)	
上市公司接待人员姓名	董事长：孙震先生 副总经理兼财务总监：边雨辰先生 副总经理兼董事会秘书：王莎莎女士 独立董事：金永生先生	

投资者关系活动主要内容介绍

1. 您好，公司目前二级市场表现很差，增发资金被套，员工持股被套，二级市场小股东被套，请问公司还有信心和方法做好市值管理吗？

答:您好！二级市场股价受宏观经济环境、行业发展、市场整体情况、投资者预期和偏好等多方面因素影响，具备一定的不确定性。公司高度重视以企业价值为核心的市值管理，公司将不断提升经营管理水平、落实发展战略、完善公司治理、拓展市场空间、加强资本运作，持续提升公司核心竞争力，促进投资者对公司的了解和认同，做好公司内在价值的塑造和传播工作，力争推动市值稳健增长回馈全体股东。敬请投资者理性看待并注意投资风险，感谢您对公司的关注。

2. 公司一季度业绩大幅反转的驱动因素有哪些？

答:2024年第一季度，公司礼赠品和新媒体广告客户双向协同效应进一步显现，公司成为更多大客户的礼赠品+新媒体广告综合服务商，加大了“IP+礼赠品+新媒体广告”全案主题营销推广力度，深度挖掘出原有大客户的新需求，并进一步开拓了新的大客户，有效促进了营销业务（包括礼赠品、促销服务和新媒体营销）收入大幅度增长。营销业务一季度共实现收入5.87亿元，同比增长44.10%；实现毛利润1.20亿元，同比增长69.45%。其中礼赠品实现收入3.42亿元，同比增长89.02%；实现毛利润7,391万元，同比增长159.64%。此外，一季度伴随上海华东总部的落成，礼赠品、新媒体、IP电商、元宇宙业务团队实现一体化办公，加快了“IP+礼赠品+新媒体广告+元宇宙营销”全案服务、IP一体化运营、IP电商和B端渠道联动等战略方向的推进速度。“大IP+科技”战略不断深化落地，有利于促进公司各项业务的发展。

3. 孙总您好，请问即将进行的巴黎奥运会目前为公司带来收入了吗？预计合作方这方面的订单主要涉及哪些？

答:对于法国巴黎奥运会这类在海外举行的顶级赛会，公司通过服务赞助商、合作伙伴的赛会主题营销以及体育IP衍生品开发销售等形式，来更好地服务国内市场。目前公司正在为部分巴黎奥运会赞助商、奥运top合作伙伴设计生产奥运主题礼赠品，为国家体育总局开发巴黎奥运会宣传品，同时也在进行TEAM CHINA（中国国家队）等IP的相关主题文创衍生品开发，为巴黎奥运会召开做好前期准备。其中部分项目已经形成订单。

4. 2023年公司营业收入同比下降，公司是否有计划调整其业务组合或寻找新的增长点？

答:2023年公司营业收入同比下降主要是由于特许业务2022年冬奥会特许收入爆发导致基数较高, 2023年特许收入同比下降较大所致。公司2023年度礼品和新媒体营销业务收入还是有较大的增长。公司将在IP+科技方面增加投入, 提高“IP+礼品+新媒体广告”全案服务成效, 增加市场占有率, 提高业务收入。

5. 请问下个月的世界杯有参与吗?

答:您好, 在2024年欧洲杯、美洲杯即将到来之际, 公司正在与战略合作伙伴合作开发相关球队及球星周边产品。

6. 请问从投资角度来看, 元隆雅图的投资价值如何体现?

答:您好! 二级市场股价受宏观经济环境、行业发展、市场整体情况、投资者预期和偏好等多方面因素影响, 具备一定的不确定性。公司高度重视以企业价值为核心的市值管理, 公司将不断提升经营管理水平、落实发展战略、完善公司治理、拓展市场空间、加强资本运作, 持续提升公司核心竞争力, 促进投资者对公司的了解和认同, 做好公司内在价值的塑造和传播工作, 力争推动市值稳健增长回馈全体股东。敬请投资者理性看待并注意投资风险, 感谢您对公司的关注。

7. 今年巴黎奥运会准备了多久?

答:对于法国巴黎奥运会这类在海外举行的顶级赛会, 公司通过服务赞助商、合作伙伴的赛会主题营销以及体育IP衍生品开发销售等形式, 来更好地服务国内市场。目前公司正在为部分巴黎奥运会赞助商、奥运top合作伙伴设计生产奥运主题礼品, 为国家体育总局开发巴黎奥运会宣传品, 同时也在进行TEAM CHINA(中国国家队)等IP的相关主题文创衍生品开发, 为巴黎奥运会召开做好前期准备。其中部分项目已经形成订单。

8. 领导好, 目前公司AI及元宇宙的投入研发情况如何?

答:您好, 公司成立了AI研究院, 持续开发营销垂类AIGC模型, 构建AI数据中心, 在产品创意设计、图文及视频内容制作、新媒体达人采买, IP数字资产生成、元宇宙场景运营、虚拟人等各业务领域全面应用AI技术, 使得各业务线效率实现显著提升的同时, 也大大提升了对客户和消费者的服务能力。公司元宇宙平台UOVAMETA已升级为SaaS多链数字私域社群运营平台, 通过AIGC文生图垂类模型、AR、VR等技术, 可实现虚实结合产品快速开发、沉浸式场景搭建等能力, 为企业提供一站式IP数字化营销及会员运营服务。

9. 有巴黎奥运会业务吗?

答:对于法国巴黎奥运会这类在海外举行的顶级赛会, 公司通过

服务赞助商、合作伙伴的赛会主题营销以及体育IP衍生品开发销售等形式，来更好地服务国内市场。目前公司正在为部分巴黎奥运会赞助商、奥运top合作伙伴设计生产奥运主题礼赠品，为国家体育总局开发巴黎奥运会宣传品，同时也在进行TEAM CHINA（中国国家队）等IP的相关主题文创衍生品开发，为巴黎奥运会召开做好前期准备。其中部分项目已经形成订单。

10. 预计巴黎奥运会能给公司带来多大的利润，都提供什么服务？

答:对于法国巴黎奥运会这类在海外举行的顶级赛会，公司通过服务赞助商、合作伙伴的赛会主题营销以及体育IP衍生品开发销售等形式，来更好地服务国内市场。目前公司正在为部分巴黎奥运会赞助商、奥运top合作伙伴设计生产奥运主题礼赠品，为国家体育总局开发巴黎奥运会宣传品，同时也在进行TEAM CHINA（中国国家队）等IP的相关主题文创衍生品开发，为巴黎奥运会召开做好前期准备。其中部分项目已经形成订单。

11. 请问公司如何看待大IP文创板块未来的发展前景？

答:您好，当下社会精神消费需求不断提升，消费品的内容属性越来越强，消费者追求有故事、有文化、有情感、有互动的消费体验，而IP文创产品是连接上述内容属性的有效载体，近年来IP文创领域爆款频出，充分印证了这一消费趋势，公司坚信未来IP文创有巨大的发展空间。顺应行业大趋势，公司发挥自身在创意产品和营销服务领域多年积累的独特的全案营销和一体化IP运营核心优势，不断深化“大IP+科技”战略，力争推进和引领行业变革。

12. 贵公司各位领导好，我通过相关新闻了解到，贵公司是成都世园会的特许生产商和零售商，成都世园会时间有半年之久，预计会带来持续热度，请问贵公司是如何参与成都世园会内零售店运营的？能详细介绍下世园会能为公司带来哪些项目的营收吗？

答:您好，我公司已获得2024年成都世界园艺博览会特许生产商及零售商资质。目前公司已经为成都世园会开发了近百款特许产品，并负责园区内植物馆特许零售店的运营。公司成都世园会特许收入主要来源于向零售渠道销售特许产品，以及在公司运营的特许零售店销售特许产品及相关产品。

13. 亚冬会特许产品售卖如何？是不是还有很多新品没有上市？

答:您好，公司自去年开始2025年哈尔滨亚冬会特许经营试运行工作，目前已为亚冬会开发了百余款产品，在试运行阶段产品销售旺

盛。

14. 公司2023年毛利率较前几年有一定程度的下降，请问主要原因是什么？公司有哪些积极的应对方法？

答:2023年，一季度客户春节档重大市场活动、生产交货基本停滞的困难期，以及二季度的市场恢复期，在客户营销预算总体偏紧的行业背景下，为了未来的长远发展，公司采取了战略性市场竞争策略，确保了营销服务的市场地位和营收增长，导致毛利率有所下降。为应对此问题，公司一方面进一步开拓了一些知名企业成为新的大客户。另一方面，通过礼赠品和新媒体广告客户的双向协同，推进“IP+礼赠品+新媒体广告”全案服务，提高业务附加值。2024年一季度，公司的毛利率和业务收入实现同比双增长。

15. 请问公司近几年分红情况如何？

答:您好，公司高度重视投资者回报，自上市以来一直坚持每年现金分红，2020-2022年现金股利支付率分别为49%、70%、67%。

16. 贵司股票为何一直萎靡不振？

答:您好！二级市场股价受宏观经济环境、行业发展、市场整体情况、投资者预期和偏好等多方面因素影响，具备一定的不确定性。公司管理层坚定看好未来发展，公司将不断提升经营管理水平、落实发展战略、完善公司治理、拓展市场空间、加强资本运作，持续提升公司核心竞争力，促进投资者对公司的了解和认同，做好公司内在价值的塑造和传播工作，力争推动市值稳健增长回馈全体股东。敬请投资者理性看待并注意投资风险，感谢您对公司的关注。

17. 未来几年公司战略部署情况是什么？

答:公司以“大IP+科技”为战略驱动力，力争成为国内“全案营销”和“IP文创”领军企业。（1）顺应市场趋势，立足华东总部，打开公司成长新格局。顺应社会精神消费需求提升大趋势，发挥公司在创意产品和营销服务领域多年积累的核心优势，以独特的全案营销和一体化IP运营能力推进和引领行业变革。基于扩建后的华东总部，发挥长三角地区IP资源、客户资源、供应链资源、人才资源和文化产业集群的集中优势，打通内外部资源，提升一体化协同作战能力和运营效率，持续推进“全案营销”和“IP文创”业务创新，推动公司发展进入第二增长曲线。（2）升级一体化IP运营能力，扩充IP运营变现路径。持续推进和不断深化“大IP+科技”战略落地，完善IP资源、创意与策略、产品设计研发、AI与IT技术、供应链、媒介与渠道一体化产业链布局，加强各环节能力建设和各环节之间的能力协同，不断

提升IP一体化运营能力。IP资源开发注重战略前瞻性，签约布局多种类型的国内国际知名IP，带动自有IP发展，形成多层次立体化的IP矩阵。加快IP电商渠道建设，利用B端渠道优势，形成C-B联动促进业务正向循环，扩大IP产品销售规模。加大AI技术研究投入，释放AIGC技术对IP内容生产的强大赋能作用。通过“IP+品牌产品+产品经销”一体化运营，拓展IP和品牌联名产品的设计生产和销售能力，并进一步培育公司自有IP和自有品牌产品。（3）提升全案营销核心竞争力。持续深化礼赠品和新媒体广告客户双向协同，深挖客户增量需求。将一体化IP运营能力与全案营销相结合，通过“IP+礼赠品+新媒体广告”主题营销全案服务能力，引领客户需求，形成独特的竞争优势。加快元宇宙营销工具和场景开发以及AI技术应用研究，提升技术对全案营销的赋能作用，提升全案营销核心竞争力。

18. 公司的长期稳定业务该如何实现？

答：您好！以2023年为例，在客户营销预算总体偏紧的行业背景下，为了未来的长远发展和业务稳定，公司采取了战略性市场竞争策略，确保了营销服务的市场地位和营收增长。同时，客户开拓和全案营销服务升级取得了显著成效。一方面，进一步开拓了一些知名企业成为新的大客户。另一方面，通过礼赠品和新媒体广告客户的双向协同，推进“IP+礼赠品+新媒体广告”全案服务，深度挖掘出了新的客户需求。通过上述努力，营销业务板块（包括礼赠品、促销服务和新媒体营销）共实现收入257,035.00万元，同比增长19.40%；实现毛利润38,267.45万元，同比增长18.78%。特许业务由于2022年冬奥会特许收入爆发导致基数较高，2023年特许收入同比下滑明显，但公司在成都大运会特许服务中展现出了全方位的赛会特许IP产品开发和运营能力，得到了大运会组委会的高度评价，实现了公司在同类赛会历史上的最好成绩，为公司拓展西南市场赢得了良好声誉，也为2024年成都世园会、2025年成都世运会以及2025年哈尔滨亚冬会的特许服务开展奠定了良好基础。同时，在2023年，公司“大IP+科技”战略进一步深化落地，在IP资源、创意策略、产品设计研发、AI及IT技术、IP电商运营和元宇宙等方面的持续投入取得全方位的收获。IP资源方面，持续扩充IP矩阵，IP类型和数量快速增加。与环球、TEAM CHINA、NBA、聚星动力、成都大熊猫繁育研究基地、海淀文旅等合作方的合作，大大拓宽了公司IP文创业务的业务范围，丰富了IP资源和商业场景。IP电商加速布局，多个IP启动了系列产品开发和自营文创旗舰店销售运营，同时也在扩充IP文创产品的线上线下合作销售渠道。大IP

文创布局已形成一体化产业链，B+C联动的全渠道IP运营能力不断夯实，为2024年巴黎奥运会、欧洲杯、美洲杯、功夫熊猫和小黄人大眼萌/神偷奶爸电影上映等热点事件做好了充足的准备。元宇宙平台多元化技术能力不断升级，已落地多个商业应用案例。AI技术应用高速发展，深入各个业务线，大大提升了业务效率和对客户及消费者的服务能力。2023年公司成功完成向特定对象发行股票，募集资金的注入为“大IP+科技”战略进一步深化落地提供了保证。“大IP+科技”战略正在推动公司进入第二增长曲线，为未来发展打开更大的空间。

19. 公司有没有计划在全国各地开一些直营店的计划，类似泡泡玛特的模式？

答:您好! 随着公司“大IP+科技”战略进一步深化落地，公司在IP资源、创意策略、产品设计研发、AI及IT技术、IP电商运营和元宇宙等方面的持续投入取得全方位的收获。在销售渠道方面，近年来公司不断加速IP电商布局，多个IP启动了系列产品开发和自营文创旗舰店销售运营，同时也在扩充IP文创产品的线上线下合作销售渠道。大IP文创布局已形成一体化产业链，B+C联动的全渠道IP运营能力不断夯实。感谢您的关注。

20. 公司是否有计划到数交所发行数字礼赠品？

答:您好，公司与上数交、北数交等国内数交所积极合作，开展包括数字礼赠品、数字文创品等在内的多种数字资产的发行合作。

21. 尊敬的董秘您好！我在亚冬会官网看到相关特许商品卖的特别好，部分产品已陷入供不应求状态。请问贵公司参与了亚冬会哪些环节？（生产or销售）销量如何？

答:您好，公司自去年开始2025年哈尔滨亚冬会特许经营试运行工作，目前已为亚冬会开发了百余款产品，在试运行阶段产品销售旺盛。

22. 贵公司都一致看好公司前景，股价一直萎靡不振，公司是否有增持回购计划？

答:您好，公司如有相关计划将及时履行信息披露义务，感谢您对公司的关注！

23. 尊敬的董秘您好，近期了解到贵公司中标习酒相关项目，可否详细介绍一下中标金额，以及在酒业方面的拓展计划？

答:您好，关于具体的项目情况请以公告为准。文化酒是公司重要的业务方向之一，公司将不断开拓和深挖酒类客户需求，持续扩大与酒类客户的业务合作范围，坚持产品创新和服务创新，在帮助客户

	<p>提升品牌影响力的同时，壮大自身业务规模，与客户实现共赢。</p> <p>24. 请问公司在酒业营销方面有哪些布局？目前取得了哪些成就？未来有哪些计划？</p> <p>答：以2023年为例，公司礼赠品（促销品）业务实现收入142,069.06万元，同比增长24.78%，在礼赠品前十大客户中，酒类、手机、互联网、金融客户占据主要地位。其中文化酒板块迅猛发展，公司与茅台、五粮液等酒类客户开展的礼品酒、酒类IP周边产品、礼品促销品开发及礼品酒经销合作收入大幅增长，2023年文化酒相关收入突破3.5亿元。未来，公司将不断开拓市场，提升客户服务能力，推动文化酒业务的持续稳健增长。感谢您的关注。</p> <p>25. 公司从2023年开始净利润大幅缩减，24年1季度相较于23年1季度利润有明显的回升，请问，今年公司今年的利润目标是多少？直管看一季度现金流弱势，请问公司如何调整现在的局面？</p> <p>答：一季度现金流负数较大主要是由于受业务量大幅增长预付货款增加及春节前对供应商大幅付款所致。由于公司的供应商主要为小生产厂家，大部分均需要在春节前结清货款，故付款较大。</p> <p>26. 为什么公司业绩良好，股价却是萎靡不振，还一直下跌？</p> <p>答：您好！二级市场股价受宏观经济环境、行业发展、市场整体情况、投资者预期和偏好等多方面因素影响，具备一定的不确定性。公司管理层坚定看好未来发展，公司将不断提升经营管理水平、落实发展战略、完善公司治理、拓展市场空间、加强资本运作，持续提升公司核心竞争力，促进投资者对公司的了解和认同，做好公司内在价值的塑造和传播工作，力争推动市值稳健增长回馈全体股东。敬请投资者理性看待并注意投资风险，感谢您对公司的关注。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年05月08日