

证券代码： 002862

证券简称：实丰文化

实丰文化发展股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025003

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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
参与单位名称及人员姓名	开源证券、华夏财富、玖鹏资产、招商基金、华西基金、华宝基金、国投瑞银基金、明达资产、诺安基金、汇丰晋信基金、金鹰基金、太平基金、中海基金、银华基金、健顺投资、磐厚动量等
时间	2025年1月8日（周三）14:00-15:00
地点	广东省汕头市澄海区澄华工业区实丰文化发展股份有限公司
形式	线上调研
上市公司接待人员姓名	1、副总经理：蔡佳霖先生 2、董事、董事会秘书：王依娜女士 3、品牌管理部负责人：陈永东先生 4、研发设计部负责人：纪一桀先生
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司董事会秘书王依娜女士对公司发展历程做了介绍。 二、投资者提问主要内容如下： （一）公司 AI 玩具产品的特点，市场营销策略有哪些？ 答：1、AI 玩具具备以下特点： （1）语音交互：能通过语音识别和合成技术与孩子对话，理解孩子的问题并给出准确回答，如陪伴聊天、解答知识疑问等； （2）情感交互：可感知孩子的情绪变化，作出相应的情感回应，如在孩子开心时一起欢笑，难过时给予安慰； （3）知识学习：内置丰富的学习资源，涵盖语言、科学、历史、数学等多个领域，帮助孩子在玩耍中获取知识；

(4) 能力培养：通过各种互动游戏和活动，培养孩子的语言表达、逻辑思维、创造力、想象力等多种能力；

(5) 随时陪伴：可随时为孩子提供陪伴，让孩子在独处时也不会感到孤单，成为孩子的“最亲密的伙伴”。

2、公司市场营销策略

目前，公司新一代 AI 玩具——AI 魔法星已经正式开启预售。针对该产品，公司将采取多元化的投放及推广策略。除了传统的线下销售渠道外，公司还将积极利用线上电商平台、社交媒体等渠道进行推广。同时，公司也在计划与知名网红合作，通过达人带货等方式提升产品的知名度，以此提高销量。产品销量回报需要取决于市场推广的效果和消费者的接受程度，公司对该产品的市场前景是充满信心的。

(二)公司采用豆包大模型自己有没有进行训练或者优化？

答：公司新一代 AI 玩具是基于 AIGC 技术，运用豆包先进的大模型底层，进行二次训练出符合儿童对话习惯且脱离敏感话题的后台的模式。公司选择豆包作为基础大模型，主要是基于其在自然语言处理、智能推荐等方面的优势。豆包作为大模型底层能够为产品提供强大的技术支持，更好地实现 AI 玩具智能化。公司也一直在积极寻求与优质大模型的合作机会，进一步丰富公司的技术储备和产品线。公司相信，通过与优质大模型的紧密协作，能够重塑 AI 玩具的产品体验，为孩子们带来前所未有的欢乐与成长助力，进而在激烈的市场竞争中脱颖而出，使得 AI 玩具行业迈向全新的发展高度。

(三) AI 玩具未来的产品规划及可能的市场空间？

答：随着 AI 技术的不断进步，可以预见 AI 玩具将变得更加智能、更加个性化，能够更好地满足用户的需求。AI 玩具未来会成为一个有情绪的伙伴，未来我们看好 AI 玩具的两大功能，一是 AI+陪伴功能，提供满满的情绪价值和正能量；二是 AI+教育功能，解决教育焦虑。AI 玩具对于老年人市场也具备较大的空间。万物皆可 AI，应用场景的广泛和多样化，而且玩具是非常

好、也能快速落地的途径，将大模型装进玩具里，赋予传统玩具以生命力。提升大家生活的效率，提供情绪价值，市场空间也非常广阔。凭借生成式 AI 技术，实现实丰文化智能玩具品类的全面智能化升级。因此，公司对 AI 玩具的未来充满期待，后续公司也将持续加大在该领域的研发投入。

（四）公司对于 AI 玩具的销量有什么预期吗？

答：当下 AI 玩具尚处在起步阶段，整个市场呈现出“从零到一”的发展态势，因此率先推出成熟 AI 玩具产品的公司，能够在空白市场快速积累品牌知名度。公司与灵优智学（深圳）科技有限公司合作开发的新一代 AI 玩具——AI 魔法星，目前已在公司线上渠道进行预售，公司希望借助 AI 玩具可以进一步扩大公司的品牌的影响力，快速积累品牌知名度，从而使公司在市场竞争中占据更大份额；同时增强消费者对“实丰文化”品牌的认同感和归属感，有利于公司开拓更大的市场空间。因此，公司对该产品的市场前景充满信心。

（五）公司后续有无其他 AI 产品的规划？

答：后续公司会继续筛选与对比各类优质的大模型作为底层，再进行二次训练，开发新的 AI 玩具产品，不断提升 AI 玩具的逻辑性、童趣性等，以满足市场需求。

（六）公司是否可以将 AI 玩具复刻到 IP 玩具上？

答：公司有能力可以将 AI 玩具的商业模式为 IP 做服务。但是每个 IP 有不同要求，公司会尽量根据不同 IP 的属性、要求和标准，让 AI 更好的为 IP 赋能，为用户提供更加丰富、有趣的玩具产品。

（七）公司在手头部 IP 有哪些，后续 IP 获取计划？

答：目前已取得国际 IP 宝可梦、游戏 IP 蛋仔派对、手游 IP 贪吃蛇大作战、动画 IP 超级飞侠、国漫 IP 奶龙、表情包 IP 小刘鸭、奇魔猪、萌二、乖巧宝宝等热门 IP 的正版授权，并开发打造多款热销 IP 玩具。未来，公司将继续紧跟时代潮流，推动 IP 版图扩张，与更多优秀 IP 展开合作，结合每个 IP 的属性形

成独一无二的设计风格，能够满足不同年龄层、不同审美需求的消费者。

（八）公司宝可梦授权拓展海外合作，目前进展如何？

答：公司与宝可梦 IP 达成合作后，已推出宝可梦场景摆件、可达鸭可动玩具等产品。2024 年，实丰文化不仅在拥有宝可梦 IP 场景套装玩具系列和可达鸭款电动玩具的中国内地与中国港澳台地区授权，更获得前述玩具的新加坡、马来西亚、越南、印度尼西亚等国家的授权。针对东南亚市场规划，公司将进行经济发达程度与消费能力评估、人口结构与消费者比例分析、文化和消费习惯洞察等方面的市场调研分析，切合当地实际情况，将产品的销售渠道与消费者触达通道结合，完成品牌推广与本地化营销。进入海外市场需要与本土品牌、全球品牌竞争，同时也需要适应当地的文化。公司将确保产品符合目标市场的安全标准，在产品设计和生产过程中严格遵守相关法规，将更多优秀的产品惠及全球消费者。

（九）公司是否有计划布局潮玩、IP 卡牌等业务？

答：实丰文化致力于拓展潮玩市场，目前已取得国际 IP 宝可梦、游戏 IP 蛋仔派对、手游 IP 贪吃蛇大作战、动画 IP 超级飞侠、国漫 IP 奶龙、表情包 IP 小刘鸭、奇魔猪、萌二、乖巧宝宝等热门 IP 的正版授权，并开发打造多款热销 IP 玩具。除潮玩系列，公司还在探索谷子类周边、摆件、盲盒等多种形式，不断推出更符合市场的 IP 衍生品，不断升级产品功能和玩法，满足新一代年轻人对于玩具可玩性及情绪价值，满足不同年龄段消费者的需求，进一步扩大公司的市场份额。

（十）公司后续可能有哪些潮玩新品或新的业务布局？

答：随着 Z 世代和千禧一代逐渐成为消费主力军，他们追求个性化、独特性和精神满足，对潮玩新品的需求持续增加。消费者购买潮玩不仅是为了产品本身，还为了满足精神需求和对 IP 的喜爱。潮玩具有的社交属性，能作为社交工具帮助拓展社交圈子，消费者可以通过交流、分享、交换潮玩来建立社交联系。公

司会积极布局潮玩业务，撬动年轻市场，围绕相关知名 IP 及多品类体系深度开发潮玩产品，持续为用户带来更丰富更有情绪价值的产品体验。

（十一）公司微信小店有哪些产品，后续运营规划如何？

答：目前，实丰文化微信小店已上架公司的智宠系列：智能飞飞兔、智能飞飞象、企鹅嗡嗡、小狗奔奔等；IP 授权系列：宝可梦系列场景摆件、可达鸭电动玩具、贪吃蛇大作战电动惊喜盒、奶龙电动模玩等；国际代理系列：碧格魔法球等产品。后续会根据公司的产品研发上市计划，进一步上架最新推出的潮流玩具，敬请期待。

（十二）小游戏业务整体规划，买量投放情况，后续产品线规划？

答：实丰文化进入游戏行业已经十余年的时间，拥有良好的时间沉淀及积累。公司的游戏业务专注于 IAA 游戏的研发与发行，游戏产品线丰富多样，发行了《小小庇护所》、《冲一冲专家》、《小小生存队》、《魔性大冒险》等多款优质游戏作品。公司不断探索，积极引进人才，打造精英团队，以制作精品游戏、发行精品游戏为主，持续深耕 IAA 游戏赛道。游戏团队核心成员均具有十余年的游戏行业经验，具备较强的市场敏锐嗅觉、较深厚的研发及运营底蕴。未来公司的游戏业务将在原有业务的基础上加深布局海外市场以及 AI 领域，最终以研发+运营一体化的方式，打造自主的产业闭环生态链。

（十三）公司小游戏主要集中在哪些平台？各个平台买量及投放占比如何？

答：公司小游戏主要集中在抖音、微信及快手；其中公司小游戏在抖音、微信投放占比较大。

（十四）公司游戏团队规模

答：公司游戏团队目前共 60 余人，投放团队 20 余人。团队核心人员均拥有超 10 年的行业经验。2024 年，游戏业务板块的运营模式将从抖音发行人短视频发展延伸至抖音直投、网络直

	<p>播、快手直投，瞄准海外市场，进入大航海时代，同时公司将密切关注 VR/AR、AI 算法等技术突破发展动态，和用户习惯、政策环境等配合的最新动态，随着元宇宙技术的不断进步，游戏作为元宇宙概念的最佳载体，牢牢抓住新一轮的红利周期。业务团队将持续提高自研能力及发行能力，壮大自研团队以及运营商务投放团队，持续推出新的游戏作品，满足市场的多样化需求。</p> <p>（十五）公司 IAA 小游戏积累比较多，是否会往 IAP 小游戏拓展？</p> <p>答：游戏市场竞争激烈，拓展 IAP 小游戏可丰富产品线，提升公司竞争力。在休闲游戏领域，既有 IAA 又有 IAP 模式的游戏更能满足不同用户需求，吸引更多用户。公司 IAA 小游戏积累比较多，而 IAA 小游戏的技术和经验可迁移到 IAP 小游戏开发。例如在游戏玩法、美术设计、用户交互等方面的经验，有助于打造高质量 IAP 小游戏。运营 IAA 小游戏积累了用户行为数据和运营经验，能帮助公司了解用户喜好、付费意愿等，为 IAP 小游戏付费点设计、定价策略、活动运营等提供依据。从市场趋势和公司发展角度来看，公司是有较大可能往 IAP 小游戏拓展的。</p> <p>（十六）公司当前针对游戏出海的具体计划是怎样？</p> <p>答：公司目前已经开始尝试海外业务，后续公司将在深耕 IAA 游戏赛道的基础上，加深海外市场布局，将更多现有及储备的休闲、益智、剧情型游戏产品推向海外。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2025-1-8