

证券代码：301231

证券简称：荣信文化

公告编号：2025-026

荣信教育文化产业发展股份有限公司

2024 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所未发生变更，仍为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

☐适用 ☒不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

☐适用 ☒不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☐适用 ☒不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐适用 ☒不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	荣信文化	股票代码	301231
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	蔡红	李娜	
办公地址	西安市高新区软件新城天谷八路西安国家数字出版基地南区三栋荣信文化	西安市高新区软件新城天谷八路西安国家数字出版基地南区三栋荣信文化	
传真	029-89189300	029-89189300	
电话	029-89189312	029-89189312	
电子信箱	rongxin_dongmi@126.com	rongxin_dongmi@126.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）深入推进“一核两翼”核心规划，数字化转型走实向深

2024 年，公司从主营业务数字化、生产端、消费端同步发力，全面推进数字化转型走实向深。

报告期内，儿童教育 AI 研究院（前身为儿童教育数字研究院）对已有内容进行打标、对现有数据进行归档，积累了适用于 AI 应用的数据资产，为未来发展奠定坚实基础。通过数据资产的积累，公司能够更好地利用 AI 技术，实现精准营销、个性化服务以及内容创新，提升公司的核心竞争力。

在生产端方向，公司建立了内容中台，进行短视频的快速制作及高效分发，配合全域营销计划，完成产品种草；儿童教育 AI 研究院已对公司重点书品进行相关音视频课程、互动游戏的开发，为私域会

员提供阅读指导服务；全资子公司波奇文化以公司“莉莉兰的小虫虫”图书 IP 为基础打造儿童动画片。通过这些举措，公司丰富了产品形式，提升了产品附加值，增强了用户粘性，进一步推动了业务发展。

在消费端方向，公司全新推出“乐乐趣点读笔”，涵盖语音点读、本地语音录制、本地音频播放等功能，支持通过 USB 数据线下载点读包的形式进行离线点读，丰富了点读资源获取方式，便于家长和孩子在多种环境下进行亲子阅读。此外，公司已上线“阅读服务平台”，该平台不仅为孩子提供音视频阅读服务、图书精准推荐等，也为家长提供亲子教育相关课程，为更多的家庭提供阅读及指导服务，实现私域流量沉淀，提高粉丝黏性，加快推动数字化转型。通过这些创新产品和服务，公司能够更好地满足消费者需求，提升用户体验，增强品牌忠诚度，进一步巩固公司在市场中的地位。

（2）多元化投资布局，强化产业协同发展

2024 年，在董事会的整体规划下，公司紧密围绕主业发展需求，以战略规划为指引，充分发挥上市公司的资本优势，稳步推动多元化投资布局，为公司长远发展注入动力。

4 月，公司首度投资广州逆熵方兴传媒有限公司，12 月追加投资，最终合计持有其 23.5%的股权。广州逆熵方兴传媒有限公司专注内容电商渠道少儿图书销售业务，具备突出的爆品打造能力，此次投资有助于公司进行渠道资源互补与整合，进一步拓展销售渠道，提升市场份额。6 月，公司成立全资子公司杭州傲游猫文化传播有限公司，深度布局抖音等内容电商渠道业务，通过运营该子公司，公司能够更好地抓住内容电商渠道发展趋势，精准触达目标客户群体，提升品牌知名度与市场覆盖率。8 月，公司投资设立控股子公司广州傲游猫文化科技有限公司，公司持股 51%，首次布局原版英文图书国内销售业务，并深度开展出海业务，有助于公司拓展业务领域，丰富产品品类，提升在国内外图书市场的竞争力。12 月，公司投资设立控股子公司西安乐学思库文化产业有限公司，公司持股 51%，该公司聚焦小学阶段的阅读、写作、个人成长管理等，将打造一系列高质量的少儿图书与创新的数字融合产品，进一步丰富公司产品线，助力公司在细分市场中占据更为有利的竞争地位。报告期内，公司还投资了知名 IP “我是不白吃”的儿童话剧及图书项目，进行了优质内容资源布局。通过与知名 IP 合作，公司能够借助其强大的品牌影响力和粉丝基础，丰富自身的内容资源，提升品牌形象和市场竞争能力。

公司积极开展多元化对外投资，为持续发展提供有力支撑。通过一系列的投资布局，不断拓展业务边界，优化业务结构，提升综合实力和抗风险能力，为公司的长期稳定发展奠定了坚实基础。

（3）主要业务情况

报告期内，公司主营业务未发生变更。公司所从事的主要业务具体如下：

1) 少儿图书的策划与发行业务

公司主要着眼于互动性与参与性突出的少儿图书产品，如立体书、翻翻书、洞洞书、发声书、气味书、触摸书、手偶书、多媒体书等，致力于全面系统地开发少儿的动手能力、思维能力、语言能力、创造能力、审美能力和人际交往能力。公司根据不同年龄段少儿的学习特点和认知习惯推出分级阅读图书

产品，将内容和触摸、立体、发声、气味等形式巧妙结合，帮助少儿更好地学习和认知，满足了各年龄段少儿的阅读需求。公司注重少儿图书选题的知识性、趣味性和美感，在健康、语言、社会、科学和艺术等领域深耕细作，策划、开发和设计出了众多主题的少儿图书作品。

报告期内，公司将自身对儿童教育的理解深度融入到少儿图书创作中，在坚持内容为王、经典领先的基础上，紧密结合市场需求持续打造精品，推出了多部高品质、高品位、高格调童书。由《小猪佩奇》的动画编剧克里斯·帕克打造的“莉莉兰的小虫虫”系列图书是公司重点 IP，一直深受读者喜爱。报告期内，莉莉兰大家族迎来了《莉莉兰的小虫虫 自然启蒙绘本》第二辑、《莉莉兰的小虫虫 手电筒看里面科普绘本》，并于 2025 年 3 月上市《莉莉兰的小虫虫 自然启蒙翻翻书》，这些新品图书通过更加多元、有趣的形式启迪孩子思考，在阅读中收获更多的参与感和体验感。2024 年，公司首次涉足动画产品开发，《莉莉兰的小虫虫》第一季动画片已于 2025 年 1 月 24 日正式上线优酷平台，陪伴孩子们共度欢乐春节时光。



“漫画+”图书一直是近些年图书市场的畅销热点，公司紧跟市场热点和趋势，2024 年持续推出多部畅销漫画作品。《米吴科学漫画 奇妙万象篇》系列先后上市第三辑至第五辑，市场反响热烈，全套系当年热销 400 余万册，自 2023 年 4 月上市至报告期末全套系累计销售突破 500 万册。《小恐龙 大情绪 儿童心理自助漫画》聚焦学龄前和小学阶段孩子常见的心理问题，将科学有效的正念练习融入生动有趣的漫画故事，帮助孩子识别和处理不良情绪，最终获得幸福力，报告期内热销超 70 万册。此外，公司在 2024 年推出的《大师经典翻翻书 橡树林的故事》，采用中英双语形式，通过 8 个贴近生活的故事，丰富孩子生活认知，培养良好习惯，报告期内畅销 70 余万册。



2024 年度，公司策划的多部经典图书再次获得业内认可，展现了公司强大的图书策划能力。《大唐长安》立体书、《长安！长安！穿越中华古都立体书》获评“陕西年度版权十大新锐 IP”，《大唐长安》立体书入选“中国好礼产业促进计划 2024-2025 年度推荐产品”。《看见天鹅的房间》《揭秘秦岭》入选第四届“童阅中国”原创好童书 100 种书单。《到大自然里去》等多部作品入选 2024 “大鹏自然童书奖”百本书单。

报告期内，公司开始布局并稳步推进全域营销计划，初建“爆款”产品打造模式。以“公域精准引流+私域深度运营”的闭环模式，稳步推进全域营销计划，初步形成自有的“爆款”产品打造模式。在公域引流方面，公司以抖音、小红书为核心平台，视频号、快手为辅助平台，从短视频+直播销售入手，通过达人分销、自营短视频销售及自营店铺直播三种方式，集中优势资源推广、销售产品。报告期内，公司在前述平台成功合作达人超千位、开展直播上千场，小红书发布种草笔记近四千篇，公司制作短视频超千条，《莉莉兰的小虫虫 自然启蒙绘本》等多部图书登上抖音平台销售榜单，2024 年，“莉莉兰的小虫虫”系列图书热销超 80 万册。同时，公司借助视频号、快手、地面实体店的种草推广效果，进一步强化了产品的曝光度和知名度，公司传统货架电商渠道有效承接抖音、小红书等平台的外溢流量，推动产品最终精准触达目标用户。私域是公司全域营销策略的核心承载。报告期内，公司通过上百场主题故事会等持续性的亲子阅读推广活动，在品牌宣传的同时，对会员运营中心进行引流。会员运营中心持续上线近六百条音视频阅读课程、互动游戏、动画片等数字资源，丰富儿童的阅读体验，赋能孩子“看不见的竞争力”。此外，会员运营中心为会员提供阅读行为分析服务、阅读内容推荐服务、儿童成长评价服务等，以私域流量运营带动复购，将从单次的图书销售转变为为用户提供全方位的阅读服务，最终形成“公域获客-私域留存”的营销闭环。

报告期内，公司不断深化“跨界合作”业务模式，赋能品牌提升文化价值。得益于“乐乐趣”的品牌影响力，公司充分发挥优秀的少儿图书策划能力和精准的提案能力，为企业客户量身打造定制化的少儿图书产品，将符合其业务特点和品牌传播需求的要素与少儿图书的知识性、趣味性相结合，用文化为客户赋能，满足了企业客户的品牌传播需求。2024 年，公司持续大力发展“跨界合作”的业务合作模式，为汉堡王全新定制“乐乐趣揭秘翻翻书”系列精编版 12 册，全年共计销售图书超过 250 万册，给

小读者送上精神与物质的“满足套餐”。为长隆集团全新定制《科莫多龙族的新希望》《熊猫三宝不见了》《揭秘海洋王国》等多部图书，全年共计销售图书超 50 万册，给游客们提供了寓教于乐的沉浸式阅读体验。公司首次与儿童时尚品牌巴拉巴拉达成跨界合作，除为其定制图书《小章鱼触摸书 小巴和他的朋友们》外，还将“乐乐趣揭秘小世界”系列图书《森林》《恐龙》里的经典元素授权巴拉巴拉在童装服饰上进行使用，助力其推出“乐乐趣×巴拉巴拉”联名款秋装。这些跨界合作不仅提升了双方品牌影响力，更实现了“阅读+消费”的共赢模式，让知识以更生动的方式触达读者，实现社会效益与经济效益的双赢。

在品牌推广方面，公司打造立体营销矩阵，助力品牌提升。公司围绕“要有趣，读乐乐趣！”品牌超级话语，制定了完整的品牌营销和传播策略，不断深化线上与线下相融合的全方位营销体系。报告期内，公司召开线上新品发布会，参与大型国际书展，并且精准把握各大节日及小朋友阅读场景的关键节点，策划了一系列富有创意的品牌推广活动，举办上百场精彩纷呈的主题故事会。“乐乐趣米吴科学秀”校园行活动自 2023 年启动以来，深受孩子喜爱，2024 年该活动走进 8 个省份，成功举办近百场，覆盖 6 万名以上小学生，为孩子们带来了丰富多彩的科学体验，更在他们心中播撒下了科学的种子。乐乐趣与海南航空联合打造的“童心童梦，揭秘之旅”乐乐趣儿童节主题航班，为小朋友们送上乐乐趣的系列好书，与大小朋友们共同在万米高空度过了一个有趣快乐的儿童节。公司通过多维度、全方位的精准营销，实现品牌认知度与美誉度的协同增长，最终形成以内容价值为内核、用户情感为纽带、文化影响力为延伸的品牌生态体系，为公司的可持续发展构建差异化竞争优势。

2) 少儿文化产品出口业务

公司坚持将优质少儿图书版权及文化产品出口至海外，展示中国童书的文化魅力和精神高度。2024 年公司出口业务实现营业收入 307.31 万元，同比增长 1.16%。报告期内，公司基于全球化发展布局，在跨境电商平台开设店铺，并通过设立控股子公司“广州傲游猫文化科技有限公司”，构建专业化国际营销体系，将具有中国特色的优质童书产品输出至国际市场，探索文化出海新模式。公司将持续深化文化传播能力建设，打造具有国际影响力的童书品牌，为中国文化的全球化发展探索新路径。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据
☐是 ☒否

元

	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减	2022 年末
总资产	914,332,078.03	961,367,630.10	-4.89%	1,008,470,245.09
归属于上市公司股东 的净资产	866,681,656.00	912,582,846.01	-5.03%	925,376,843.71

	2024 年	2023 年	本年比上年增减	2022 年
营业收入	265,835,883.71	273,509,654.23	-2.81%	320,532,266.70
归属于上市公司股东的净利润	-44,352,080.29	9,960,465.80	-545.28%	23,413,329.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-49,863,997.76	1,542,101.59	-3,333.51%	12,273,399.35
经营活动产生的现金流量净额	-30,008,626.13	-2,176,439.93	-1,278.79%	-35,178,535.97
基本每股收益（元/股）	-0.53	0.12	-541.67%	0.34
稀释每股收益（元/股）	-0.53	0.12	-541.67%	0.34
加权平均净资产收益率	-4.99%	1.08%	-6.07%	4.20%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	53,812,930.60	81,548,482.73	61,856,432.27	68,618,038.11
归属于上市公司股东的净利润	-5,570,992.74	-6,673,099.77	-12,738,274.15	-19,369,713.63
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-5,792,276.09	-8,590,511.93	-13,448,753.42	-22,032,456.32
经营活动产生的现金流量净额	-33,063,592.13	-18,731,142.60	-6,111,113.60	27,897,222.20

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

☐是 ☒否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	9,099	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	6,375	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量		质押、标记或冻结情况			
						股份状态	数量		
王艺桦	境内自然人	25.40%	21,441,400.00	21,441,400.00		不适用	0.00		
西安乐乐趣投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	6.17%	5,208,000.00	5,208,000.00		不适用	0.00		

闫红兵	境内自然人	4.56%	3,850,600.00	3,850,600.00	不适用	0.00
宁波十月吴 巽股权投资 合伙企业 (有限合 伙)	境内非国有 法人	3.01%	2,543,802.00	0.00	不适用	0.00
宁波九格股 权投资管理 合伙企业 (有限合 伙)－芜湖 隆华汇二期 股权投资合 伙企业(有 限合伙)	其他	2.75%	2,320,300.00	0.00	不适用	0.00
宁波志力创 业投资合伙 企业(有限 合伙)	境内非国有 法人	1.90%	1,606,019.00	0.00	不适用	0.00
张红霞	境内自然人	1.77%	1,490,000.00	0.00	不适用	0.00
陕西文化产 业投资基金 (有限合 伙)	境内非国有 法人	1.73%	1,460,520.00	0.00	不适用	0.00
舟山磐熹之 讷投资管理 合伙企业	境内非国有 法人	1.14%	960,000.00	0.00	不适用	0.00
重庆重报创 睿文化创意 私募股权投 资基金合伙 企业(有限 合伙)	境内非国有 法人	0.83%	700,000.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明		上述股东中，王艺桦和闫红兵两人为夫妻关系，分别直接持有公司 25.40%的股份和 4.56%的股份。西安乐乐趣投资合伙企业（有限合伙）持有公司 6.17%的股份，王艺桦为西安乐乐趣投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人，王艺桦和闫红兵分别持有西安乐乐趣投资合伙企业（有限合伙）26.16%和 20.00%的出资份额。除此之外，公司未知上述股东是否存在其他关联关系及一致行动人关系。				

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☐适用 ☒不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

☐适用 ☒不适用

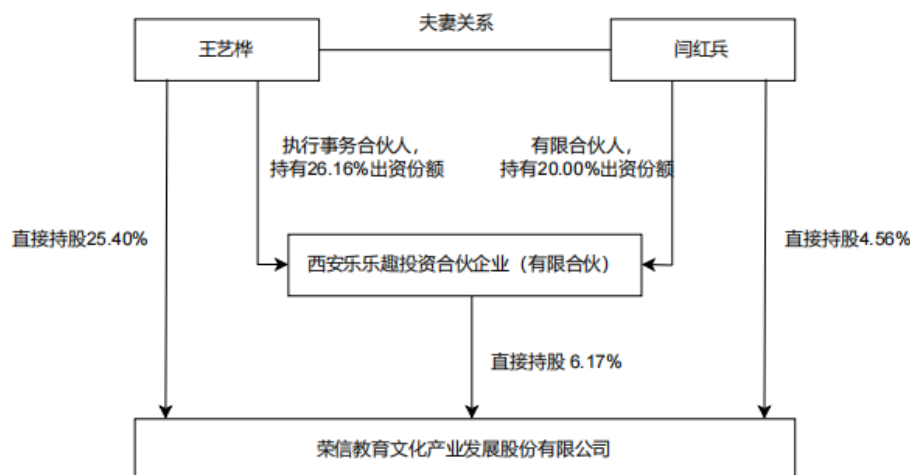
公司是否具有表决权差异安排

☐适用 ☒不适用

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

三、重要事项

(1) 2024年4月30日，公司董事会收到公司证券事务代表李荟先生提交的书面辞职报告。李荟先生因个人原因，申请辞去公司证券事务代表职务，辞职报告自送达公司董事会之日起生效。李荟先生辞职后将不再担任公司任何职务，其辞职不会影响公司相关工作的正常开展。

(2) 公司于2024年7月19日召开2024年第二次临时股东大会、第三届职工代表大会第五次会议，选举产生了公司第四届董事会非独立董事、独立董事和第四届监事会非职工代表监事，职工代表监事；并于同日召开第四届董事会第一次会议、第四届监事会第一次会议，选举产生了公司第四届董事会董事长、副董事长、董事会各专门委员会主任委员及委员、第四届监事会主席，并聘任了公司高级管理人员，完成了董事会、监事会的换届选举并聘任高级管理人员工作。

(3) 公司于2024年8月16日召开第四届董事会第二次会议，聘任李娜女士担任公司证券事务代表，协助公司董事会秘书履行职责，任期自董事会审议通过之日起至第四届董事会届满之日止。

(4) 公司2023年年度权益分派方案经2024年5月16日召开的2023年年度股东大会审议通过，以公司现有总股本84,400,000股扣除回购专用证券账户上的股份数量510,000股后的股本总额83,890,000股为基数，向全体股东每10股派发现金股利0.50元（含税），共分配现金股利4,194,500元（含税），剩余未分配利润结转至下一年度，不送红股，不进行资本公积金转增股本。本次权益分派股权登记日为2024年5月31日，除权除息日为2024年6月3日，本次分派对象为截止2024年5月

31 日下午深圳证券交易所收市后，在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司登记在册的本公司全体股东。2024 年 6 月 3 日，公司已完成权益分派。