

证券代码：300668

证券简称：杰恩设计

## 深圳市杰恩创意设计股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2025 -01

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2024年度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2025年05月08日 15：00-17：00
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长 高汴京 董事、总经理 杨凯利 独立董事 古继洪 财务总监、董事会秘书兼副总经理 吕成业 保荐代表人 贾光宇
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.未来的增长潜力如何？有哪些内外部因素可能影响增长？</p> <p>答：您好！增长潜力：在市场商务及服务支持业务方面，随着健康中国建设全面推进、居民健康消费升级、新医改政策的支持、政府持续投入、民众健康意识的增强及国家对公共卫生与健康防疫重视度不断提高，激发了巨大的医疗需求，我国已成为仅次于美国的全球第二大药品消费市场，且未来仍有较大增长空间。 在室</p>

内设计业务方面，随着城镇化率的提高，消费者对建筑舒适度、美观度及功能性需求的提升，老旧建筑改造、公共设施升级都使得建筑设计类市场规模有望进一步扩大。虽市场规模有望扩大，但室内设计业务面临激烈的竞争局面。

影响因素：1、随着国家相关政策、行业法规等新要求逐步出台与落地，行业监管日趋严格，监管政策的调整可能会对公司业务产生影响，从而对公司经营业绩产生影响。 2、受国家产业政策的推动，市场商务及服务支持市场需求呈增长态势，行业内的企业发展迅速。但由于市场商务及服务支持业务企业数量多、规模小，行业竞争较为激烈，随着未来市场化程度的不断加深和新生儿下降等多因素影响，市场竞争可能进一步加剧。

3、随着行业竞争日益激烈，同行业公司仍可能通过更优厚的待遇吸引公司技术人才。如果未来既有人才团队出现流失或专业技术人才不能及时引进，将对公司继续保持技术领先优势产生不利影响。谢谢！

#### **2.24年亏损板块的具体原因是什么？25年有哪些扭亏的措施？**

答：您好，公司出现亏损主要原因为：1、在建筑室内设计业务领域，受行业周期性调整影响，市场需求持续收缩，叠加同业竞争白热化及行业梯度分层态势固化等因素，致使设计业务新签订单量同比减少，导致该板块营业收入出现下滑； 2、在市场商务及服务支持领域，受民众疫苗接种率变动等因素影响，致使市场商务及服务支持业务业绩下滑； 3、多家疫苗行业上市公司发布的 2024 年度业绩普遍下滑，公司市场商务及服务支持业务波动与行业整体趋势一致。

应对措施：公司紧密围绕战略规划和年度目标，优

化资源配置，全力推进降本增效与开源节流，强化成本费用管控，提升企业效益与市场竞争力。在财务预算管理上，注重预算管理的整体性与精准性，提高资金使用效率；在人力资源管理方面，优化人员结构，推进组织架构标准化建设，提高人力资源利用效率与管理效能。此外，企业资源协同管理系统涵盖人力资源、财务、项目管理及业务流程管理等关键领域，通过整合人员、资金、物料、信息和时间等资源，实现高效协同管理，促进资源优化配置。公司通过多措并举，提升组织能力、效率、服务能力及服务标准，提供更多适合市场和客户需求的解决方案，推动公司效益持续增长。在设计业务方面，为强化战略引领效能与业务创新活力以及为适应室内创意设计行业产品和服务高度离散化，高度依赖人才工作效果的特征，改善我公司设计业务现状，给优秀员工提供可持续发展的平台，提升工作效能，在保证项目交付质量的同时，力求敏捷响应市场需求，避免不必要的冗长决策链条，明确业务各层面的责任边界，加强创新激励，设计板块组织架构采用“战略管控+项目承包”的矩阵式架构管理新模式，构建科学高效的管控体系。在市场商务机服务支持业务方面，公司进一步加强与代理商合作，通过优势互补，共同推进重点地区推广渠道的下沉工作。在部分重点省市，公司依据地域渠道特征，精准匹配资质完善的全国性或地方性的经销商，充分发挥合作伙伴渠道优势，进一步提升非免疫规划疫苗在重点区域的地市及县级市场的可及性，以满足下沉的目标群体疫苗预防需求；同时，公司凭借其在国内“全区域+全渠道”的专业市场推广优势，增强客户开发力度，提高国内市场占有率。谢谢！

### 3.公司本期盈利水平如何？

答：您好，2025年第一季度营业收入为88,791,347.67元，对比上年同期下降10.13%，归属于上市公司股东的净利润-1,619,788.89元，对比上年同期上涨81.84%。谢谢。

**4.目前的业务增长情况如何？未来有哪些具体的市场扩展计划？**

答：您好，2025年第一季度营业收入为88,791,347.67元，对比上年同期下降10.13%，归属于上市公司股东的净利润-1,619,788.89元，对比上年同期上涨81.84%。

在市场商务及服务支持领域，通过持续提升服务能力，深化与优质客户的战略合作关系，不断完善业务上下联动、左右协同的市场统筹机制，构建高效的市场信息互通共享体系，充分发挥公司在专业技术领域的优势，形成系统化的整体解决方案并向客户精准推介。依托卓越的专业技术能力和丰富的优质客户合作经验，进一步拓展已覆盖领域及新兴业务领域中的知名企业，持续强化公司客户资源储备，增强企业盈利能力，推动公司高质量发展。

在设计业务领域，通过不断提升行业体系化能力、优化渠道网络布局、强化服务支撑体系，进一步巩固和提升公司在室内设计市场的领先地位，同时重点聚焦高端制造业总部及产业园区办公领域，着力打造办公业态的核心竞争力。紧抓地方龙头国企产城融合型综合开发项目的战略机遇，充分发挥多业态协同效应，提升综合服务能力。谢谢。

**5.在成本控制方面采取了哪些有效措施？**

答：您好，报告期内，公司围绕高质量发展目标，全力推进降本增效与开源节流，强化成本费用管控，提

升企业效益与市场竞争力。在财务预算管理上，注重预算管理的整体性与精准性，提高资金使用效率；在人力资源管理方面，优化人员结构，推进组织架构标准化建设，提高人力资源利用效率与管理效能。此外，企业资源协同管理系统涵盖人力资源、财务、项目管理及业务流程管理等关键领域，通过整合人员、资金、物料、信息和时间等资源，实现高效协同管理，促进资源优化配置。报告期内，公司通过多措并举，提质增效，有效降低运营成本，提升经营效率，推动公司效益持续增长。谢谢。

#### **6.公司之后的盈利有什么增长点？**

答：您好，未来公司将聚焦在以下几个方面，提升公司盈利能力。

（1）优化运营管控，全面提升发展效能 公司将以市场为导向，以客户为中心，深化集团化管控模式。在战略管控层面，一是实施精准化管理，针对各业务板块的特点、发展阶段和经营成果，推行"一业一策"的多元化治理模式，建立差异化考核激励机制；二是构建完善管控架构，全面梳理业务单元管理关系，夯实经营计划与绩效管理，构建贴近业务的协同经营体系，提升统筹管理能力。

（2）拓展广泛深入的推广网络，保持细分行业领先地位 公司通过构建矩阵式组织架构的学术推广团队，以职能模块化协作与跨学科人才梯队的专业化运营模式，打造覆盖"全区域层级渗透+全渠道终端触达"的多维立体化推广体系，持续强化非免疫规划疫苗领域的商业化动能，持续夯实企业在疫苗细分领域的行业竞争壁垒。

（3）抢抓市场机遇，积极探索国际市场 在保持国内市场优势地位的同时将抢抓市场机遇，积极探索海外

市场，从业务管理模式、业务渠道拓展、业务考核管理以及业务日常管理等方面多措并举促进业务发展，不断提升海外市场商务及服务支持业务落地，开拓海外市场增量空间。

（4）提升市场开拓能力，加速构建发展协同效应在市场商务及服务支持领域，通过持续提升服务能力，深化与优质客户的战略合作关系，不断完善业务上下联动、左右协同的市场统筹机制，构建高效的市场信息互通共享体系，充分发挥公司在专业技术领域的优势，形成系统化的整体解决方案并向客户精准推介。在设计业务领域，通过不断提升行业体系化能力、优化渠道网络布局、强化服务支撑体系，重点聚焦高端制造业总部及产业园区办公领域，着力打造办公业态的核心竞争力。紧抓地方龙头国企产城融合型综合开发项目的战略机遇，充分发挥多业态协同效应，提升综合服务能力。

（5）设计业务实施管理变革 为强化战略引领效能与业务创新活力以及为适应室内创意设计行业产品和服务高度离散化，高度依赖人才工作效果的特征，公司推行项目经理负责制，赋予团队预算审批、人员调配、客户选择等运营自主权，实施超额利润分享机制，建立市场化考核体系。

（6）持续推行人才发展战略，促进公司提质增效 公司将继续完善人才激励机制，充分发挥公司员工的积极性和主观能动性。建立健全人才体系，根据公司经营目标，内培外引优化人力资源结构，着重人员规模动态控制、岗位适配，结合薪酬激励和绩效考核等管理机制，促使员工不断提升工作效率和质量，实现员工自身价值与公司效益的共同发展。谢谢！

**7.你们行业本期整体业绩怎么样？你们跟其他公司**

比如何？’

答：您好，2024年度，公司实现营业收入为5.86亿元，较上年度下降21.74%，归属于上市公司股东的净利润为-1,200万元，较上年度下降120.91%。

公司目前专注于市场商务及服务支持业务与室内设计业务双主业。市场商务及服务支持业务目前尚无可比同类上市公司，多家疫苗行业上市公司发布的2024年年度报告显示业绩普遍下滑，公司市场商务及服务支持业务变动趋势与行业整体趋势一致。室内设计业务受整体环境影响面临激烈的市场竞争，其变动趋势与行业同类公司基本一致。谢谢。

**8.AI设计平台"LinkStone"的应用效果如何？是否考虑向智慧城市设计领域延伸？**

答：您好，公司在AI设计创新国际论坛上发布了一款自研AI系统——LINKSTONE，它以“让好设计触手可及”为出发点，提供设计全流程的知识库，从设计概念到现场施工，打造了一个AI时代最简单易用的设计伙伴，为中国室内设计行业AI设计发展探索了新的方向。谢谢。

**9.行业以后的发展前景怎样？**

答：您好！公司专注市场商务及服务支持业务和室内设计业务双主业。在市场商务及服务支持业务方面，随着健康中国建设全面推进、居民健康消费升级、新医改政策的支持、政府持续投入、民众健康意识的增强及国家对公共卫生与健康防疫重视度不断提高，激发了巨大的医疗需求，我国已成为仅次于美国的全球第二大药品消费市场，且未来仍有较大增长空间，为应对激烈的市场竞争，疫苗企业必须建立高效且完善的市场推广体系、覆盖全面的销售网络，多元化的渠道以及精准的品

牌营销策略，能高效地将优质产品推向消费者，实现企业可持续发展。由于非免疫规划疫苗的市场服务具有一定的专业性和复杂性，建立一支具备高水平专业素养的学术服务团队需要企业的大量投入以及一定时间的积累，疫苗生产企业为了能够更好地传递产品价值，提升市场份额，提高宣传效果，通常会选择实力强、信誉好的服务商形成密切合作关系，市场商务及服务支持业务具有较大的增长空间。在室内设计业务方面，随着城镇化率的提高，消费者对建筑舒适度、美观度及功能性需求的提升，老旧建筑改造、公共设施升级都使得建筑设计类市场规模有望进一步扩大。虽市场规模有望扩大，但室内设计业务面临激烈的竞争局面，公司将继续在设计环节探索AI技术的应用及落地，并将数字化、智能化转型作为重要的发展战略，对外扩大市场份额、对内实现降本增效，为客户提供更高质高效的服务。谢谢！

**10.在技术研发上的投入情况如何？近期有哪些创新成果？**

答：您好，2024年度，公司研发投入金额21,223,397.64元。自研的数字化设计和管理平台，有效沉淀了多年来的设计、运营及管理数据，并通过部分历史数据的体系化、模型化处理，阶段性实现了项目生命周期管理、管理降本提效、增强过程决策、辅助项目高质量落地的目的。谢谢。

**11.如何加强回款管理？是否考虑引入第三方催收或资产证券化缓解压力？**

答：您好，公司在开展日常经营活动时，将回款与成果交付挂钩，使工作进展与回款进度保持匹配，同时成立了专门的应收账款回款团队，制定了相应的工作计划和激励政策，针对不同的客户采用个性化的催款措

施，有效促进了应收账款的回收。公司后续如有相关计划，将按照相关法律法规的规定，履行相应的审批程序，并及时进行信息披露。谢谢。

**12.组织文化、人才管理策略和资金状况能否支持公司的长期发展？**

答：您好，公司建立完善人才激励机制，充分发挥公司员工的积极性和主观能动性，建立健全人才体系，根据公司经营目标，内培外引优化人力资源结构，关注人员岗位适配，结合薪酬激励和绩效考核等管理机制，促使员工不断提升工作效率和质量，实现员工自身价值与公司效益的共同发展。公司高度重视经营及现金流情况，不断优化资产负债结构，目前资金状况良好，公司现金流情况随公司的业务量变动而变动，未来将根据现金流情况并结合多种融资渠道为未来发展提供资金保障。谢谢。

**13.如何协调室内设计与大健康业务的资源分配？是否计划剥离低效业务？**

答：您好，市场商务及服务支持业务是公司发展的第二增长曲线，与室内设计业务同属轻资产业务，公司目前资源储备足够，两者之间并不存在资源争用问题。公司后续如有相关计划，将按照相关法律法规的规定，履行相应的审批程序，并及时进行信息披露。谢谢。

**14.大健康业务依赖生物医药行业政策，若疫苗采购政策收紧（如集采），公司将如何应对？**

答：您好，公司市场商务及服务支持业务是为疫苗厂商在指定区域内提供整套市场商务及服务支持等相关解决方案，主要包括商务支持服务、市场推广服务、信息服务，公司依据提供的服务向疫苗生产厂家收取服务费用。若疫苗采购政策收紧更多的是影响疫苗生产厂家

	的销售价格，并不会对公司收入产生直接影响。未来公司将继续凭借在国内“全区域+全渠道”的专业市场服务优势，持续在多区域开展服务，通过多渠道的协同作用，增强客户开发力度，提高业务盈利水平。谢谢。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动不涉及未公开披露的重大信息。
附件清单（如有）	
日期	2025年05月08日