

证券代码：300949

证券简称：奥雅股份

深圳奥雅设计股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-004

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动/策略会 ☐现场参观 ☐其他
参与单位名称及人员姓名	1、线下调研：中信证券、永赢基金、厚璞資產、东方财富 2、线上参与公司 2024 年度业绩说明会的全体投资者
时间	1、2025 年 5 月 9 日线下（上午 10:00-12:00） 2、2025 年 5 月 9 日线上（下午 15:00-17:00）
地点	1、上海子公司会议室 2、价值在线(https://www.ir-online.cn/)
上市公司接待人员姓名	1、线下调研： 董事、总裁兼财务总监 李方悦 董秘兼财务副总监 傅佳敏 2、业绩说明会： 董事长 李宝章 董事、总裁兼财务总监 李方悦 董秘兼财务副总监 傅佳敏 独立董事 林 强
投资者关系活动	一、介绍公司的基本情况 二、主要问答环节

主要内容介绍	2025 年 5 月 9 日上午线下交流内容： 问题 1：公司毛利水平？ 2024 年度公司毛利率从上年同期 19.15%提高到 27.21%，核心业务毛利率达 42.68%。 问题 2：公司营收结构如何？ 公司营收结构从 2020 年度 83.85%为景观设计，至 2024 年度景观设计占比 52.16%，以“儿童友好”为核心的文旅综合业务占比已上升至 40.37%，文旅职业教育、策划、规划类业务也已形成为主业赋能态势。 问题 3：简要介绍一下刚刚提到的一季度中标的项目 2025 年一季度公司接连中标，为总投资约 12.75 亿元的河南洛阳市洛龙区关林片区关林社区城市更新建设项目，担任项目总体规划、建筑与景观设计及技术统筹，中标金额逾 3,700 万元，标志着公司在历史文化名城更新领域再树里程碑，彰显了公司以“全产业链+全专业整合”模式引领城市存量资产焕新的综合实力； 公司也为总投资约 3 亿元的衢州古城文化旅游区——严家淤岛建设项目（一期）（EPC+O）担任联合体牵头人，充分展现了公司在大型综合性项目运作方面的全产业链优势。 问题 4：公司为什么做 IP？ 公司的项目人流量很大，例如广州儿童公园等，年游客量达数百万，同时公司拥有很多来自央美等顶级院校的优秀设计师人才，团队具备业内领先的文化创意设计能力，我们空守美好的场景和很大的流量入口，但是没有货可以卖。过去，公司为客户打造了很多颇受欢迎的 IP，现在，公司成立了 IP 公司——深圳奥雅洛塔科技有限公司（即将更名为深圳奥雅悦起文化创意有限公司，简称“悦起文化”），要把自己的 IP 建立和完善起来。当然，这个事情还是存在不确
---------------	---

	定性和挑战，所以我们也还有很多事情要做。 问题 5：IP 的事准备怎么做？ ·IP 打造：以“洛嘉和他的朋友们”打造 IP，构建孩子成长世界观，输出洛嘉 IP，建立洛嘉输出授权体系。 ·项目情况：衢州项目打造亲子旅游度假地，一期政府总投资约 3 亿，采用 EPC+O 模式，政府要求打造 IP；郑州空港项目预计六一开园也计划举办 IP 授权仪式。 ·社群运营：计划成立超级妈妈俱乐部，利用线下空间，开展线上线下活动，服务妈妈群体。 ·供应链与渠道：围绕 IP 产品打造，考察了东莞等地的供应链，掌握优质供应链；悦起文化引入了具备 IP 和潮玩创业经验的 CEO，熟悉潮流趋势，而奥雅一直以来与艺术家合作关系良好，下一步的主要任务是将公司 25 年来积累的渠道和资源优势转化落地，推进 to C 业务的转型。 问题 6：商业模式能再讲一下吗？从哪里赚钱？ ·商业模式：和其他的私域运营、线上销售的渠道比较类似，我们的差异化一部分在于更聚焦亲子客群，于文旅场景中设置 IP store 售卖衍生品；与文旅项目合作，收取设计、EPC、运营、IP 等费用，不同项目合作模式及分成不同。 ·业务布局：将业务分为奥雅的 B 端和 G 端传统业务，以及 C 端新业务，借助大项目落地打通 B 端与 C 端，通过公园类的场景的免费流量变现及后端运营实现增量收入。 问题 7：To C 的业务收入什么时候体现到表上？ 2024 年度自运营的文旅项目已经有 To C 端的业务入账，运营期多数自 2024 年 5 月 1 日或 6 月 1 日起试运营或开业。目前收入占比对公司不构成重大影响。 悦起文化尚在初始运营阶段，在人员配置、业务开拓、运营管理等方面，都需要一定时间进行建设和完善，能否实现健康高效的运营，实现预期发展目标，尚存在一定的不确
--	--

	定性。请广大投资者理性投资，注意投资风险。 2025 年 5 月 9 日下午线上交流内容： 问题 1: 请问公司计划如何解决项目业务回款慢回款难问题，一季度中标的项目预计什么时间可以回款？此外在城市更新与文旅方面，公司打算如何紧跟政策，赶上这趟时代东风呢？谢谢 答：（1）公司已成立由多部门负责人组成的应收账款管理小组，通过加强客户信用评级、数字化实时监控、优化催收流程及健全考核机制，全面管控应收账款风险，确保资金回笼效率。 （2）2025 年一季度公司中标的项目均按项目进度和合同约定正常回款，一季度收款约 4,000 万元。 （3）公司以“创造更美好的人居环境 让空间赋予生命”为使命，于 2022 年首次提出至今已形成以“创意设计+亲子文旅双轮驱动，AIGC+IP 双引擎”的发展格局，基于对“设计基因×数据智能×文化 IP”的深度理解，公司用设计思维破解文旅产业的“数据落地难题”，用 IP 叙事激活城市空间的“情感价值”，以跨界融合引领行业变革。公司营收结构从 2020 年度 83.85%为景观设计，至 2024 年度景观设计占比 52.16%，以“儿童友好”为核心的文旅综合业务占比已上升至 40.37%，文旅职业教育、策划、规划类业务也已形成为主业赋能态势。 2024 年，在党中央的坚强领导和国家宏观政策的有力引领下，中国经济展现了极强韧性，行业经历周期阵痛，正在迎来历史拐点，尤其是 9 月 26 日中央政治局会议果断部署的一揽子增量政策，推动经济明显回升，社会信心有效提振，显著带动了城市更新和综合文旅开发运营的需求。在政
--	--

	府提振经济与促进消费的背景下，公司转型与实践的核心竞争优势加速显现，2025 年一季度接连中标，为总投资约 12.75 亿元的河南洛阳市洛龙区关林片区关林社区城市更新建设项目，担任项目总体规划、建筑与景观设计及技术统筹，中标金额逾 3,700 万元，标志着公司在历史文化名城更新领域再树里程碑，彰显了公司以“全产业链+全专业整合”模式引领城市存量资产焕新的综合实力；为总投资约 3 亿元的衢州古城文化旅游区——严家淤岛建设项目（一期）（EPC+O）担任联合体牵头人，充分展现了公司在大型综合性项目运作方面的全产业链优势。 未来，公司将进一步依托政策红利，包括国家化债政策释放的地方政府投资空间，加速国际化拓展，发挥上市公司平台优势，强化资源整合能力，持续聚焦三大方向：深化“O+EPC+IP+O”模式在城市更新和文旅开发中的应用、扩大 IP 的衍生价值、加速 AI 技术商业化落地，以实现“创造更美好的人居环境”的企业使命，为股东与投资者创造长期价值。 问题 2：亲子文旅业务成为公司的重要业务板块。请问管理层对亲子文旅业务的未来发展有何规划？是否有进一步拓展市场的计划？ 答：洛嘉儿童作为“景观+”战略核心，经过十年发展，形成“场景营造—内容运营—IP 孵化”全生态能力。截至 2024 年 12 月 31 日，公司斥资逾一亿元，打造多个自品牌项目，建立洛嘉自品牌产品体系。2025 年运营板块引入资深职业经理人，运营管理效能提升，自运营项目有望实现全年 GOP 回正，并将持续赋能 B 端、G 端业务，为公司带来更多标杆项目机会，真正形成“ToB-toC-toB”产业闭环。 2025 年，公司将聚焦核心赛道：未来三年城市更新、
--	--

	洛嘉儿童等战略业务营收占比目标提升至 85%，形成“南北联动、城乡协同”的全国布局。 问题 3：2024 年是“奥雅 4.0-AIPO 时代”元年，公司在人工智能方面发展情况如何？ 答：三年前，公司前瞻性布局人工智能战略，并于 2023 年完成算力储备。伴随 2025 年初 Deepseek 的出现，为奥雅在文旅、城市更新业务上带来突破性机遇。之前要两周才能完成的策划，用“奥雅城市文旅焕新大模型”仅需几个小时即可完成。真正做到了“让之前想象的事情，在当下成为现实”。 特别是针对系统复杂，数据巨量的城市更新领域，正是人工智能使用的最好场景。目前，已经有 30 多个项目使用“奥雅城市文旅焕新大模型”出规划设计，提供城市问诊和解决方案。 公司自主开发的“奥雅城市文旅焕新大模型”已经逐步落地，启动内测，预计将实现三大价值提升： -设计提效：AI 辅助生成多版概念方案，创作周期缩短 40-80%，加速设计创意落地； -决策精准：基于城市文脉与消费数据，智能匹配业态，精准诊断城市发展问题，有效降低项目投资风险； -服务下沉：推出“轻量化 AI 设计包”，将高端设计能力推广至县域项目，推动技术普惠。 2025 年，公司将加大力度应用“奥雅城市文旅焕新大模型”等 AI 工具赋能项目落地，以推动设计效率与客户体验双升级，相关 AI 应用尚处于自用、内测、开发和调试阶段，其商业化落地尚存在不确定性，技术和市场拓展均存在不及预期等风险。请广大投资者谨慎决策,注意投资风险。
--	--

	问题 4：请问公司在创意设计业务方面有哪些创新？ 答：公司通过近十年坚定不移的实践，探索出“文化解码-科技赋能-运营增值”的闭环模式，将“让空间赋予生命”从理念转化为可落地的实践，公司在城市更新领域的布局，目前已形成独具奥雅特色的城市更新业务模式，以“城市综合解决方案提供商”的角度切入项目，不仅解决了城市更新、文旅转型等社会问题，更开创了行业独一无二的“技术+内容+运营”新范式，奥雅城市更新和奥雅文旅的融合不仅将都市文旅和泛文旅的特色发挥得淋漓尽致，还与日常都市生活、休闲社交以及周末微度假完美融合，给人们带来了全新的体验，既响应国家政策，又树立行业标杆，实现社会价值的多维跃升，为下半场的城市化发展提供了“奥雅范例”。公司将持续践行两会政策，不断推动城市更新，并始终坚持人本理念——让每个人都能宜居宜业，乃至宜游，享受乐趣横溢的生活。 问题 5：公司本期盈利水平如何？ 答：2024 年度公司毛利率从上年同期 19.15%提高到 27.21%，核心业务毛利率达 42.68%。 问题 6：公司之后的盈利有什么增长点？ 答：在国家大力提振经济、积极化债，推动文旅和消费升级的背景下，公司核心业务出现了欣欣向荣、蓬勃发展的势头，下一步公司的核心任务和战略就是以“一米宽、一万年深”的信念，以“全国景区赋能计划”和“民族品牌赋能计划”为指引，复制和推广公司在城市更新、乡村振兴、儿童友好、文化古城、数字科技五大领域的成功经验和标杆案例，聚焦再聚焦：致力于打造中国一流的、具有世界影响力的存量资产增值服务商和亲子文旅品牌运营商。
--	--

	公司期待：以 I P 为核心的 C 端业务、以奥雅文旅学院为基础的职业教育成为公司下一个增长点。 问题 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：参考同行业上市公司已披露的 2024 年度报告，报告期内，多数同行业上市公司归属于上市公司股东的净利润同比下降或出现亏损，公司业绩情况符合宏观经济环境和行业转型期发展所处阶段的状况，但公司经营团队也将全力以赴提高经营效益，回报全体股东期待。 问题 8：行业以后的发展前景怎样？ 答：（1）以城市更新为核心的创新设计成为新蓝海 随着城市化进入存量时代，城市更新成为新蓝海。国家政策强调历史文脉保护与现代功能融合，推动老旧街区、产业园区、历史古迹等存量空间的提质升级，以优化资源配置、促进可持续发展。公司依托“文化解码-科技赋能-运营增值”的闭环模式，以“城市综合解决方案提供商”角色切入项目，打造“技术+内容+运营”新范式，将城市更新与文旅融合，创新都市休闲和微度假体验，实现社会价值与行业标杆的双重提升。公司将持续践行人本理念，推动宜居宜业宜游的高质量城市更新。 （2）“儿童友好”理念拉动亲子文旅市场进阶增长 2015 年公司助力深圳成为中国儿童友好城市建设的发端，2021 年，国家发改委等 22 部门联合印发《关于推进儿童友好城市建设的指导意见》，提出到 2025 年开展 100 个试点城市，2035 年覆盖半数百万人口城市。报告期内，为推进城市儿童友好空间建设，国家住房和城乡建设部、国家发展改革委、国务院妇女工作委员会三部门联合印发《城市儿
--	--

	童友好空间建设可复制经验清单（第一批）》，公司的广州市儿童公园、上海市长宁新泾水韵生境花园等多个项目入选。 基于“儿童友好城市”理念大力推进的城市更新领域、城市级亲子微度假目的地领域、城市近郊的乡村领域与县城级别下沉市场的亲子主题乐园领域投资活跃、创新业态增长快速。据中国儿童产业中心相关数据，我国儿童消费市场规模每年约为 3.9 万亿元至 5.9 万亿元，其中八成以上的中国家庭结构中，儿童相关开支占据了家庭总开销三成以上比例，且这一比重仍在稳步上扬。同时，根据国家统计局数据，报告期内，数字消费、绿色消费、健康消费正在成为新趋势，智能家居、文娱旅游、国货潮品正在成为新增长点。 本次活动没有涉及应披露而未披露重大信息的情况。 接待过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所要求签署调研《承诺书》。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 5 月 9 日