

证券代码：301231

证券简称：荣信文化

荣信教育文化产业发展股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-001

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 ☐现场参观☐电话会议 ☐其他：（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2025 年 5 月 20 日 15:00—17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ http://rs.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
公司接待人员姓名	1. 董事长、总经理：王艺桦 2. 副董事长、董事会秘书：蔡红 3. 独立董事：刘风云、任海云、杨建君 4. 财务总监：王小敏 4. 保荐代表人：王丹彤
投资者关系活动主要内容介绍	公司参加“2025 年陕西辖区上市公司投资者集体接待日暨 2024 年度业绩说明会活动”，就投资者在本次业绩说明会中提出的问题在网上进行了回复，主要内容如下： 1. 2024 年公司研发费用是多少？公司如何评估内容创新与技术投入的匹配度？是否有针对 AR/VR 图书、AI 辅助创作等前沿技术的研发管线？研发成果转化为实际产品的周期与成功率如何？ 答：尊敬的投资者您好，2024 年公司研发费用为 213.94 万元。公

司在专注主业的同时，会持续关注新技术带给行业及产品的创新及变革，把握发展新机遇，为孩子带来更好的阅读服务和体验。在研发成果转化方面，公司秉持审慎原则，注重市场反馈与产品可行性分析。由于图书产品的内容属性较强，研发成果转化周期需结合内容策划、技术适配、测试优化等多环节综合评估，不同项目的转化周期存在差异。公司通过完善项目管理流程与质量控制体系，持续提升研发成果转化的有效性，力求为用户提供兼具创新性与品质感的产品。感谢您的关注！

2. 2024 年，除了核心 IP（如“乐乐趣”系列）之外，公司如何通过 IP 迭代（如续作开发、跨界联动）延长生命周期？是否有通过用户共创（如 UGC 内容征集）或 AI 辅助创作提升 IP 活力的计划？

答：尊敬的投资者您好，公司将自身对儿童教育的理解深度融入到内容创作中，不断开发新 IP。如公司原创 IP“莉莉兰的小虫虫”由《小猪佩奇》的动画编剧克里斯·帕克打造，自 2023 年末推出以来，凭借生动有趣的自然科普内容和萌趣的角色设定，备受小朋友们喜爱。该 IP 目前通过“图书+动画+衍生品”的多元化发展模式持续提升影响力。“莉莉兰的小虫虫”图书大家族先后推出《莉莉兰的小虫虫 自然启蒙绘本》第 1 辑、第 2 辑，《莉莉兰的小虫虫 自然启蒙翻翻书》《莉莉兰的小虫虫 手电筒看里面科普绘本》，截至目前，图书累计热销百万册。《莉莉兰的小虫虫》绘本同名动画片第一辑、第二辑于 2025 年上半年在优酷平台正式上线，将持续为小朋友带来更多有趣的内容，打造优质动画片。在衍生产品方面，该 IP 已推出书包、玩偶、贴纸等系列文创衍生品，将针对小朋友的需求持续开发新周边，陪伴他们收获快乐。未来，公司将利用科技赋能，不断拓展 IP 边界，持续丰富“图书+”的 IP 宇宙，延长 IP 生命周期，为更多家庭提供优质的阅读服务。感谢您的关注！

3. 2024 年海外市场收入占比不足 5%，但公司提到“国际化战略”，未来三年海外市场的重点拓展区域与渠道是哪些？是否有通过版权输出、本土化改编或与国际品牌合作快速切入当地市场的计划？如何应对

不同国家的文化审查与渠道壁垒？

答：尊敬的投资者您好，公司将持续加大海外市场的开发力度，充分发挥境外参股公司渠道资源优势，持续将百项原创图书版权及少儿文化产品出口至意大利、韩国、西班牙、瑞典、日本、英国、德国、法国、俄罗斯、捷克等多个国家和地区。公司六次被商务部、中宣部等多部委联合评选为“国家文化出口重点企业”，积极践行文化自信和文化走出去的企业使命。目前，公司也成立了控股子公司广州傲游猫文化科技有限公司专注图书出海业务，并在 Temu 平台已开设了图书销售店铺。未来，公司会不断完善 TikTok、Temu、Shein 等海外销售渠道，持续强化文化出海布局和推广力度。同时，公司在拓展海外市场时将通过深入的市场调研，对当地文化进行审查，避免因文化冲突而引发的问题，感谢您的关注！

4. 公司提到“阅读服务平台”建设，平台用户规模与付费率如何？是否有通过订阅制、知识付费或与教育机构合作扩大数字内容收入的计划？

答：尊敬的投资者您好，公司的阅读服务平台主要定位服务于公司消费者，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。2024 年，公司加大开发力度，进行了动画、问答游戏、视频课程等多类型内容开发，在阅读服务平台可以通过订阅和知识服务模式获取。因公司内容数量较多，数字内容开发已按照进度有序推进，公司也将积极引入外部开发团队和 AI 等技术，加速数字内容开发，增加对应收入。感谢您的关注！

5. 2024 年政府补助是多少？未来补贴可持续性如何评估？是否有通过拓展非政策依赖型业务（如企业定制出版）降低盈利波动性的计划？

答：尊敬的投资者您好，2024 年公司政府补助金额为 123 万元。报告期内，公司持续关注经营政策影响，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。未来随着公司全域营销布局逐步完成，开发符合短视频电商渠道特质的丰富书品，将为稳定发展持续提供有力支撑和坚实基础。同时，公司在夯实主业的基础上，将持续关注行业新兴业态与模式，围绕主业寻找优质投资项目，通过产业并购、跨行业并购、借助互联网新技术等途径打造业务新的增长点，推进各项经营指标的稳健增长。如有相关计划，公司会严格按照法律法规要求履行信息披露义务，有关信息请以公司披露的公告为准。感谢您的关注！

6. 2024 年应收账款周转天数同比增加了吗？公司如何评估经销商信用风险？是否有通过信用保险、供应链金融工具或调整结算方式（如预付款）改善现金流？

答：尊敬的投资者您好，2024 年公司应收账款周转天数同比减少 24 天。公司定期通过企业信用信息公示系统查询经销商工商变更、行政处罚、司法诉讼等基础信息，并持续关注重点经销商的市场口碑、过往履约记录等评估经销商的信用风险，了解客户是否存在资金链紧张、经营困难、涉及法律纠纷等可能影响其付款能力和意愿的因素。如公司评估某些应收账款的回收存在较大困难，且通过与债务方沟通无法解决问题，会通过法律途径解决，如发送律师函、提起诉讼等。感谢您的关注！

7. 2024 年少儿图书出版业务收入占比超 85%，但行业面临短视频冲击与阅读习惯碎片化，公司如何通过内容形式创新（如互动绘本、有声书）或 IP 衍生开发（如动画、周边）提升用户粘性？是否有针对低龄儿童（0-3 岁）或青少年细分市场的产品规划？

答：尊敬的投资者您好，面对渠道等带给少儿图书市场的动态变化，企业推出契合市场需求的产品，并充分利用好新兴渠道及流量，已成为发展的关键所在。在产品方面，控股子公司西安乐学思库文化产业有限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；公司的“乐乐趣小火箭 AI 智能点读笔”具备语音点读、AI 智能语音互动等功能，2023 年与科大讯飞合作增加了“AI 声音定制”功能，2025 年 3 月通过阿里云接入 DeepSeek，为孩子们带来了更智能、个性化的阅读体验。

在 IP 衍生品开发方面，公司原创 IP “莉莉兰的小虫虫”由《小猪佩奇》动画编剧克里斯·帕克打造，以“图书+动画+衍生品”模式发展，图书的同名动画片第一辑、第二辑于 2025 年上半年在优酷上线，并已推出书包、玩偶、贴纸等文创衍生产品，后续将持续开发新周边。针对 0-3 岁低龄儿童，公司已打造了“五感启蒙”全发育系列、“揭秘小世界”系列、“幼儿成长指导”互动游戏书系列等图书产品，满足该阶段孩子感官发育及生活常识、社会常识普及的需求。未来，公司会深度洞察少儿阅读兴趣，深入调研家长需求，紧密结合少儿图书市场热点与趋势，策划新品图书选题，尤其注重对科普漫画类、强 IP 类图书进行深度开发，为广大少儿提供更多的优质内容产品。感谢您的关注！

8. 2024 年行业竞对（如中信童书、蒲蒲兰）通过跨界合作（如与科技公司联名）抢占市场，公司如何应对竞争压力？是否有通过并购小型工作室或独立创作者团队快速补充内容资源的计划？

答：尊敬的投资者您好，在内容方面，公司与《小猪佩奇》的动画编剧克里斯·帕克共同打造了原创 IP “莉莉兰的小虫虫”，凭借生动有趣的自然科普内容和萌趣的角色设定，备受小朋友们喜爱。该 IP 目前通过“图书+动画+衍生品”的多元化发展模式持续提升影响力，相关图书累计热销百万册，相关优质动画片于 2025 年上半年在优酷平台正式上线。同时，2024 年公司通过投资设立控股子公司西安乐学思库文化产业有限公司，聚焦小学阶段的阅读、写作、个人成长管理等，进一步打造一系列高质量的少儿图书与创新的数字融合产品，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；通过投资知名 IP “我是不白吃”的儿童话剧及图书项目，进一步布局优质内容资源。与企业客户跨界合作方面，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，满足企业客户的品牌传播需求。2024 年，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；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。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，还将图书里的经典元素授权巴拉巴拉在童装服饰上进行使用，助力其推出联名款秋装，促进了客户品牌及公司品牌价值的共同提升，实现共赢。在技术合作方面，公司将依托阿里云的技术优势，基于千问（Qwen）系列等大模型推动儿童教育内容创作及阅读服务的智能化升级，构建基于企业私有知识体系的智能体（Agent）应用，全面提升内部效率，构建更精准、更高效的儿童阅读生态，探索智慧阅读的无限可能。同时，公司与科大讯飞合作，为“乐乐趣小火箭 AI 智能点读笔”新增 AI 声音定制功能，2025 年 3 月点读笔通过阿里云正式接入 DeepSeek，将持续为孩子们带来更智能、更个性化的阅读体验。感谢您的关注！

9. 2024 年管理费用同比增长多少？，公司如何评估数字化投入的长期回报？是否有通过 ERP、CRM 系统实现全流程效率提升的具体案例？

答：尊敬的投资者您好，2024 年公司管理费用同比增长 0.52%。2024 年，公司深入推进“一核两翼”核心规划，数字化转型走实向深，实现了对公司效能的提升和帮助。比如，公司通过 CRM 系统实现用户的多维度标签体系，可以在用户阅读服务、图书推荐和私域销售等角度提供支持；公司 OMS+ERP 的模式，可以实现全域订单和公司供应链仓储体系的无缝对接，提升公司订单的匹配能力和仓储流转管理能力；RPA+OMS+ERP+BI 的数据支撑体系，可以打通全域销售数据支持体系，为公司全域营销提供决策所需的数据支持，有利于营销整体优化及调整。感谢您的关注！

10. 2024 年公司货币资金占总资产比例下降多少？在资本开支（如 IP 储备、数字化建设）与股东回报之间如何权衡？未来是否有通过再融资（如可转债）支持长期发展的计划？

答：尊敬的投资者您好，公司 2024 年末货币资金总额为 49,672.37 万元，较 2024 年年初小幅下降 9.43%。公司在确保正常运营的前提下，维持合理的分红比例是对长期投资者的稳定回报。公司注重对优质 IP 的储备和相关新技术、新应用在与现有主营业务的结合。未来公司将在

综合考虑市场需求，公司经营和战略规划等因素后，合理调配内部资金，综合考虑资本开支的必要性和收益性、优化资本结构。通过合理调配内部资金、选择合适的融资方式，并与股东保持良好的沟通，在支持公司长期发展的同时，维持股东的合理回报。感谢您的关注！

11. 2024 年应收账款坏账准备计提比例同比基本持平，但账龄 1 年以上占比提升至 16.96%，公司如何评估长账龄应收账款的可回收性？是否有通过法律手段或债权转让加速清收的计划？

答：尊敬的投资者您好，公司定期评估长账龄应收账款对应的经销商或客户的信用状况，了解客户是否存在资金链紧张、经营困难、涉及法律纠纷等可能影响其付款能力和意愿的因素。如公司评估某些长账龄应收账款的回收存在较大困难，且通过与债务方沟通无法解决问题，会通过法律途径解决，如发送律师函、提起诉讼等加速清收。感谢您的关注！

12. 公司如何通过人才结构优化支撑内容创新？是否有针对核心编辑、插画师的长期激励机制（如项目分红、股权激励）？

答：尊敬的投资者您好，公司以完善考核体系为核心要点，精准推进重点岗位招聘计划，持续优化人才结构。通过建立赛马机制，实行优胜劣汰，提升团队效能。强化新兴业务培训与学习，培育奋斗进取、乐于学习、拼搏奉献的组织文化。通过人才结构优化与价值导向培育的双向赋能，为公司高质量发展提供可持续的人才保障。在长期激励机制方面，公司于 2023 年 11 月 16 日召开第三届董事会第十七次会议，审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》，同意公司使用自有资金以集中竞价交易的方式进行股份回购，用于员工持股计划或者股权激励，截至 2024 年 2 月 29 日，公司通过回购专用证券账户使用自有资金以集中竞价方式累计回购公司股份数量为 51 万股。公司于 2025 年 5 月 14 日召开第四届董事会第七次会议，审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》，同意公司使用自有资金及回购专项贷款资金，以集中竞价交易的方式回购公司股份，本次回购的资金总额不低于人民币 2,000 万元

（含），不超过人民币 2,200 万元（含），回购价格不超过 37.00 元/股（含），拟用于员工持股计划或者股权激励，提高员工的工作积极性和创造力。感谢您的关注！

13. 2024 年资产负债率是多少？公司如何看待当前债务结构？是否有通过发行绿色债券或优化融资渠道降低财务成本的计划？

答：尊敬的投资者您好，2024 年公司资产负债率为 5.21%，负债水平较低，财务压力较小。报告期内，公司通过合理安排资金，能够确保资金在不同项目和业务中的高效流动，在满足业务发展需求，避免资金闲置或过度借贷。未来公司在扩大业务规模或进行战略投资时，将通过全面评估项目风险及目标，比较不同融资渠道的成本和期限，灵活调整融资策略，在满足公司业务发展目标的同时，选择合适的融资方式，以提高公司资金的利用率并确保债务水平始终处于可控范围内。如有相关发债计划，公司会严格按照法律法规要求履行信息披露义务，有关信息请以公司披露的公告为准。感谢您的关注！

14. 2024 年消费者对“寓教于乐”内容需求增长，未来如何通过 STEAM 教育、心理健康等主题图书切入新赛道？是否有与教育机构、儿童心理专家合作开发产品的计划？

答：尊敬的投资者您好，2024 年公司的少儿图书策划与发行业务占主营业务收入比重为 98.79%。公司策划与发行的少儿图书可以分为少儿科普百科、低幼启蒙、卡通/漫画/绘本、游戏益智、少儿文学等。在少儿图书策划选题方面，公司紧密结合儿童教育理论注重自然科学、人文艺术知识的传递，覆盖少儿学习与发展中最基本、最重要的健康、语言、社会、科学和艺术等领域，并注重对优秀传统文化、当代中国价值观的传承，加强现实题材创作，帮助孩子们从小树立正确价值观，建立文化自信。未来，公司会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，持续推出了高品质、高品位、高格调童书。感谢您的关注！

15. 2024 年公司存货余额及存货周转天数与去年同期相比如何？公司如何优化库存管理？是否有通过动态定价、滞销品二次开发（如公益捐赠、二手书平台）或按需印刷（POD）技术降低库存风险？

答：尊敬的投资者您好，2024 年公司存货余额较同期减少 7.15%，存货周转天数与同期基本持平。2025 年公司将持续跟进市场需求的变化，安排图书生产和交货时间，优化库存管理，避免造成库存积压。感谢您的关注！

16. 2024 年 ESG 评级未公开披露，但公司提到“社会责任”，是否有制定明确的 ESG 目标（如减少纸张浪费、推动儿童阅读公益）？如何将 ESG 理念融入内容创作与供应链管理？

答：尊敬的投资者您好，公司在持续推出优质少儿图书产品的同时，也高度重视企业的社会价值，积极履行社会责任。公司始终注重节能环保，积极践行绿色发展理念。通过在办公场所内张贴海报、温馨提示语，相关部门巡查、督导等方式，主动推行节水、节电、节约用纸、节约食物等多项绿色环保计划，提升员工绿色发展意识，让节能环保成为员工的自觉行动。公司制定了《图书出版管理制度》等相关制度，在印刷前、印刷中、印刷后三个阶段对互动类少儿图书印刷质量进行控制。通过向出版社推荐符合国家印刷生产要求的印刷厂，印刷前文件审核，印刷中到印刷厂进行随机抽样检查，印刷后进行大货样检验，入库前进行产品抽检等多种方式，形成完整的产品印刷质量把控体系，保证公司发行的图书均为绿色印刷产品，为小读者们提供绿色、安全的阅读体验。感谢您的关注！

17. 公司 2024 年有投资并购方面的布局吗？

答：尊敬的投资者您好，2024 年，在董事会的整体规划下，公司紧密围绕主业发展需求，多元化投资布局，强化产业协同发展。投资了专注在内容电商渠道打造“爆品”图书的广州逆熵方兴传媒有限公司，持有其 23.5%的股权；成立了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；公司还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；投资设立了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、个人成长管理等优质内容开发。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。感谢您的关注！

18. 面对目前渠道及流量的不断更迭，2025 年公司在渠道策略上有哪些规划？

答：尊敬的投资者您好，2025 年，公司将精细化推进全域营销计划，动态调整内容电商、传统电商、地面实体店之间的营销策略，构建稳定、高效的“爆款”产品打造模式。在内容电商渠道，深度执行已有策略，从多维度、多层次打造爆款产品，逐步构建爆款产品矩阵；传统电商渠道承接内容电商带来的外溢流量，以爆款产品为核心搭建营销矩阵，提升销售转化率；地面实体店渠道将创新销售模式，同时深化与母婴门店的合作及运营体系，提升品牌认知度，为私域做好导流量工作。此外，会员运营中心积极承接内容电商渠道、传统电商渠道外溢流量，导入地面实体店、线下活动流量，并通过开发、完善会员运营中心的数字化服务，提供更加个性化、定制化的会员服务，将消费者沉淀在私域中，以私域流量运营带动复购，形成完整销售闭环。感谢您的关注！

19. 请问三胎政策，和生育补贴政策对公司有影响吗？

答：尊敬的投资者您好，从长远来看，鼓励生育有关政策的出台及落地，有望推动少儿图书市场消费需求扩大，将会对公司发展产生积极的影响，公司也将会积极把握政策变化带来的发展新机遇。同时，公司会积极把握鼓励生育政策带来的发展新机遇，持续探索 AI 新技术与公司内容的结合点，不断推出优质、丰富的少儿图书产品和服务，满足多元化的阅读需求，培育富有创造力的新型人才。感谢您的关注！

20. 公司的行业地位与市占率怎么样？

	答：尊敬的投资者您好，公司经过十余年的行业积淀，形成了自身独特的创意选题理念、内容创作体系以及创新的产品表现形式，细分市场领先地位明显。根据开卷信息，2024 年公司在少儿图书零售市场图书公司中排名第三，实洋占有率为 2.34%；在低幼启蒙类图书零售市场图书公司和少儿科普类图书零售市场图书公司中均排名第二，实洋占有率分别为 3.93%、4.59%。感谢您的关注！ 21. 现在漫画书很受小学生喜欢，想了解一下，贵公司去年有出版漫画书吗？ 答：尊敬的投资者您好，“漫画+”图书一直是近些年图书市场的畅销热点，2024 年，公司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。未来，公司会紧跟市场热点和趋势，持续打造精品，推出更多高品质、高品位、高格调童书。感谢您的关注！
附件清单	无
日期	2025 年 5 月 20 日