

宁波创源文化发展股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-004

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	天风证券 耿荣晨 天风证券 都春竹 人保养老 于天宇 野村东方资管 黄佳斌
时间	2024年12月05日 10:00-11:00
地点	浙江省宁波市北仑区庐山西路45号
上市公司接待人员姓名	总裁 叶晋盛 董事会秘书 赵雅 证券事务代表 吴熙
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 自有品牌如何拓展渠道？</p> <p>答：国内文创业务主要是通过2个文创公司运营的，以线上、线下相结合的营销模式，目前宁波文创以线下渠道为主，杭州文创以线上渠道为主。未来也会依托大股东在文旅产业链上的布局和资源优势，积极拓展更多渠道。</p> <p>2. 产品目前的生产周期能实现多快？</p> <p>答：公司产品的生产周期为30天-60天左右。</p> <p>3. 目前产能和产能利用率？未来产能建设计划？</p> <p>答：公司目前有宁波、安徽、越南等等三大生产基地，2024年前三季度收入已超过2023年全年收入，产能利用率保持在较高水平。我们一直在努力提升越南生产基地的产能，未来根据市场情况，不排除在东南亚进一步扩大产能。</p>

	<p>4. 前五家客户的收入贡献?</p> <p>答:根据2023年度数据, 公司前五大客户销售额占年度总销售额的23.96%。</p> <p>5. 越南生产基地情况?</p> <p>答:我们一直在努力提升越南生产基地的产能, 截止2024年半年度数据, 越南生产基地的收入为1.3亿元。</p> <p>6. 不同客户利润率是否有区别?</p> <p>答:不同品类的产品利润率会有差异, 高研发投入的产品会带来高附加值。</p> <p>7. 海外toC的销售是如何运营的?</p> <p>答:公司跨境电商业务主要由子公司睿特菲为主的运动健身板块和子公司美国智源为主的文教板块组成。睿特菲通过亚马逊及自建官方网站线上销售自主品牌(如RITFIT、Kangaroo Hoppers等)的家用力量健身器材、蹦床和儿童体操等居家健身产品。美国智源主营时尚文具及生活家居品类, 包含笔记本册、日程日历、办公收纳等, 通过亚马逊平台销售给海外终端消费者。</p> <p>8. 现在IP的未来的增长空间和预期? 如何考虑合作日本IP的授权?</p> <p>答:公司目前合作的ip有知乎和敦煌博物馆等, 联名的系列产品在线下受到一定消费者的喜爱。我们自身正在积极寻找合适的IP资源, 同时也在利用大股东的资源和渠道, 寻找更多适合公司的IP。</p> <p>9. 未来文创品类的方向?</p> <p>答:公司将立足于纸质类产品, 但是不局限于纸质产品, 根据市场情况开拓更多品类的文创产品。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年12月05日