

证券代码：300336

证券简称：新文化

上海新文化传媒集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-001

投资者关系	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
活动类别	<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
参与单位名称	国信证券、长信基金	
时间	2019年11月5日 14:00-15:00	
地点	公司会议室	
上市公司接待人员	董事长特别助理：卓琳	
姓名	证券事务代表：张津津	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、2019年前三季度影视剧板块业务发展概况？</p> <p>答：2019年1-9月份，实现收入的影视项目主要为电视剧《激荡》，该剧已入围2018-2022年百部重点电视剧选题剧目，并作为庆祝建国七十周年献礼的重点剧目入选总局“70周年”展播剧目推荐名单，于9月22日起在湖南卫视首轮播出，及在各主流视频播放平台上线播放。</p> <p>《封神之天启》《亮剑之雷霆战将》《亲爱的设计师》等项目正处于发行或排播阶段。《天河传（原名：仙剑奇侠传4）》《美人鱼》《大富翁》《西游降魔篇》等项目处于前期筹备阶段。</p> <p>电影方面，2019年1-9月份播出的三部电影合计总票房达近10亿元</p>	

人民币。其中,《追龙2:追缉大富豪》(原名:贼王)于6月在院线上映,院线票房3.07亿元人民币;《雷雨(沪剧)》于8月在院线上映,目前公司电影均正在互联网视频平台上线播放,受到用户的广泛好评。

2、广告行业现状及对公司的影响?

答:广告市场的发展与宏观经济景气度存在较大相关性。目前宏观经济不景气,从公司业务角度来看,广告主会缩减投放预算;从媒介资源角度来看,有利于公司以低价获取资源。

3、公司广告板块业务发展概况?

答:自2014年并购郁金香传媒至今,新文化始终致力于探索一条将内容与户外媒体有效结合的商业路径。多年来,新文化的户外媒体业务参与了多部基于影视内容的广告植入和大屏宣发业务。依托内外部资源支持,公司不断增强广告业务板块与影视内容板块的协同,并逐渐形成了有效的业务规模。

2019年开始,新文化的“大文娱宣发”业务模块愈发成熟。目前,公司已将旗下户外大屏广告业务的资源整合进影视内容产业,并通过自有渠道与新媒体企业、互联网企业及产业链中各企业的合作,形成了“内容宣发切入内容投资、内容投资反哺内容宣发”的生态闭环,创造了公司独有的商业价值。公司先后与上海微盟企业发展有限公司、上海碧虎网络科技有限公司、宿迁京东拓宏信息技术有限公司等互联网企业签署战略合作协议,逐步以自身优势融合更多的合作伙伴。

4、新文化跟京东拓宏的合作情况?

答:2019年10月25日,新文化与京东数字科技全资子公司京东拓宏

	<p>正式签署战略合作协议。京东拓宏是京东数科旗下专注于数字营销的全资子公司，其拥有线上线下一体化媒体营销平台——京东来客，京东数科的数字营销业务可利用 AI 赋能让广告更加精准、个性化，使广告投放运用自如。</p> <p>根据协议，双方接下来将共同推出“数字品牌计划”，全方位支持客户实现线上线下整合营销，助力其创造更多的品牌价值。同时，双方还将为客户提供一揽子政策，在工具、流量、运营、创意、影视 IP 等方面进行全方位扶持，助力客户实现“品效合一”。</p> <p>通过本次战略合作，新文化将充分结合京东数科精准营销能力和郁金香品牌推广能力，打通营销闭环，帮助企业实现全域数字化营销。同时，新文化还将借助京东数科大数据优势提升现有“内容宣发生态圈”的更多商业价值，不断增强公司产品核心竞争力。</p> <p>5、新文化跟双创的合作情况及对公司的影响？</p> <p>答：今年 7 月，双创文化母基金旗下平台拾分自然受让公司 6.89% 股权，成为新文化第二大股东。与此同时，新文化还与双创投资中心达成了战略合作，共同打造影视宣发生态环境。公司与双创投资中心的深度合作，将有助于推动公司成为上海文化产业做大做强的重要企业平台，未来或引入更多的国际化内容产品进行合作、投资，将对公司未来经营业绩产生积极影响。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2019 年 11 月 5 日