

证券代码：002858

证券简称：力盛赛车

上海力盛赛车文化股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-002

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	天风证券研究所 刘章明、董懿夫、王泽华 幂加和私募基金 赖思旭 宏流投资管理有限公司 程斌斌 北京鼎萨投资有限公司 易沛琪 宝盈基金管理有限公司 刘凯、姚艺 南方基金管理有限公司 汪径尘 深圳前海百创资本 甘欧阳 红土创新基金管理有限公司 王尚博 上海冲积资产管理中心（有限合伙） 桑梓 长隽资本投资管理（深圳）有限公司 龙娴 深圳瑞信致远私募证券投资基金管理有限公司 张小玮 北京真科基金有限公司 罗志弘 中国人寿养老保险股份有限公司 高媛媛 英大证券有限责任公司 孙超 阳光资产管理股份有限公司 张雷 常春藤上海资产管理有限公司 程熙云 太平洋证券资产管理总部 杨俊龙 鸿商资本股权投资有限公司 沈一凡 广东民营投资股份有限公司 孙小虎
时间	2022年1月20日 15:00-16:00

地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司总经理 余星宇 公司董事兼副总经理、董事会秘书 顾晓江 公司证券事务代表 盘羽洁
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司总经理、董事会秘书介绍体育产业整体情况及公司战略布局：</p> <p>（一）体育产业结构</p> <p>从全球视角来看体育产业的结构包括体育博彩、IP 及全民健身三大组成部分。IP 即知识产权，包括体育赛事、体育经济、体育俱乐部和体育媒体；第三部分全民健身，其实就是老百姓参与体育。全球体育产业发展的先行者如日本和美国，他们整个产业结构比较完整，有很多数字支撑，且拥有不断向全球输出的国际化体育 IP，如 NBA、足球五大联赛，美国的冰球、橄榄球和棒球等。而中国目前的体育产业现状：首先，没有体育博彩；其次，不论是作为整个体育产业结构领域的核心地带的 IP，还是体育全民健身都还处于建设和发展的初期阶段，未来还有很多的发展空间和机会。</p> <p>（二）中国体育产业背景及发展阶段</p> <p>2014 年国家政策发布，在体育竞赛功能、文化功能、外交功能和竞技功能之外，首次提出体育的“产业功能”，并提出具体的量化目标，同时把全民健身提升为中国的国家战略，中国体育呈现爆发式增长，体育消费呈现全球化态势。全民健身作为国家战略的规划，时代背景是人口老龄化，数据支撑是医疗报销、养老保险等方面的财政支出。</p> <p>体育服务和体育教育是中国体育产业结构中目前增速较快和规模较大的两个部分。从官方统计的数据来看，中国的体育消费主要产生于基础的生产制造业，2021 年达到 2.3~2.5 万亿的规模，到 2025 年要实现 5 万亿的目标，其中生产制造业就占到 60%，主要是服装鞋帽等参与体育运动的设施设备。体育服务包括老百姓看球，体育教育、体育旅游等等。中国体育服务板块处于上升态势，但目前也只有 30%，而美国的体育服务占比达到 80%，其生产制造业的基础消费占 20%，与中国现状恰好相反。而体育教育方面，双减政策之前体育教育每年达到 30% 的增长，双减政策之后这一块的市场规模年增长速度应该更高。由此可见，中国体育产业结构中具有中国特色，核心在全民健身。从行业观察及经验积累得出的数据来看，体育消费整体处于增长阶段，主要包括体育用品消费和体育服务，体育服务大概占到体育用品消费的 35%~40% 左右。另外通过数据分析得出以下结论：1、户外跑步这一运动种类现在成为生活习惯之后，占据人们日常生活的工作时间越来越长。2、运动休闲类而非比赛运动休闲类项目的消费越来越大。</p> <p>中国体育产业结构性机会在于全民健身，未来的 5 年、10 年，全民健身这一领域每年达到 20%~30% 以上的增速是相对确定的。纵观国务院发布的全民健身计划、《体育总局“十四五”规划》、国家体育总局和教育部联合印发《关于深化体教融合 促进青少年健康发展的意见》、健康中国 2030 等系列国策，体育行业的风口已经来临，是一个未来 20 年持续增长的产业，是一个未来值得长期跟踪的投资方向，基于对行业的观察和从业者的角度，我们建议关注“体育教育+全民健身”。</p>

（三）公司的发展战略及业务布局

全民健身可以归结为一个标准、两套机制。政策提出的最低标准是各级地方政府需要完成的 KPI，即全民健身的人口数量要达到约 38%，时间上一个人一星期锻炼的次数不能低于 3 次，每次不能低于 30 分钟，生理指标上要达到中等强度的锻炼效果；一个机制是科学机制，即科学健身、运动处方；另一个是激励机制，国家通过巨量的预算投资、基础设施建设、体育活动组织、氛围营造等方法，推动全民健身的落地。

推动全民健身，除了激励机制的建立之外，核心需求是数据支撑，即搭建数据平台是基础建设，这也是公司现阶段及未来的业务布局方向。公司的新团队成员在体育、科技和互联网融合的领域已做过较为深入的探索，在产品设计、用户发展及权益运营方面均有着丰富经验和成功案例，并曾经打造出“运动银行”产品并成功推向市场。该产品的核心定位是解决全民健身中的激励问题，给每个中国的老百姓建一个账户叫做运动账户，运动账户里面存储的是个人的运动记录，运动记录存储下来之可以转化为一种“运动积分”，可以当钱花的，这样就实现了全民健身的激励作用。“运动银行”的体育数字化逻辑分为人的行为数字化，物的数字化和场合数字化。

公司以“IP 引领 数字驱动”作为全新战略，以打造全民健身服务的数字化平台为目标，通过推动广大市民积极、科学的参与运动，构建全民健身的激励与服务平台，实现产业化发展。公司加大与行业的合作，重点投入 AI+IOT 技术研发，将运动行为数字化、运动设备数字化、运动空间数字化作为基础，为用户提供运动数据采集、存储服务。并通过数据和 AI 技术支撑，充分开拓家庭、社区、校园、企业等多维度的“线上赛事”活动。

二、问答环节：

Q：公司跟悦动圈合作的契机、悦动圈的商业模式以及进入力盛体系后对力盛带来的增量？

A：我做全民健身的数字化，需要找一个能起到辅助性作用的平台。从另一个角度来说，我没有把悦动圈当作一个非常成熟的公司，我看到的就是它在整个结构里是一个支撑，起到砖块的作用。我在找一个定位是服务于全民健身的、社交属性比较强的，有改造空间的平台。第二，我们收部分小股东的老股也不是对它进行投资，是从经济的角度来讲，它初期的投资者愿意退出。对它的定位还是整个全民健身数字化，运动银行产品结构里的一个组成部分，就是运动账户的开设方面。政府从表述严肃性的角度上考虑，发文时把运动账户改成了运动身份证/运动码，卡路里改成了运动积分，但是内涵是一样的。所以说对它的定位是未来开设运动账户的平台，是用户聚集、社区和赛事线上报名参与的平台定位。从商业模式的角度来讲，是针对于全民健身数字化制定的，而不表现在悦动圈一个 APP 上，只是整个结构的一个组成部分。当然悦动圈作为一个有流量的运动属性 APP，也有市场化的商业模式存在。首先有数字营销的功能，做用户运营。第二，线上赛事。线上赛事的组织由于疫情导致原来从群众性自发参与变成了全社会推动的方式。我们现在有很多订单来源于政府，就是组织线上赛事。线上赛事打破了时间和空间的概念，不把人集中到某一个指定的场地和场所。一场马拉松，大家按照赛事规则把运动任务完成，一样有数据记录、成绩排名和奖励发放。我们一

天的线上赛事参与人数最高能达到百万人次，因为一个人可以参加不同的赛事，这也是商业模式的呈现。悦动圈在未来结构里的定位以及可能的商业模式。还有基于悦动圈的权益平台，运动积分在现在已经接入的供应链下能抵扣 15%~20%。

Q：公司在体育教学相关做了哪些工作，有没有具体的东西？

A：刚才介绍更多是全民健身数字化平台的建设以及规划，体育教育领域孵化是公司选择悦动圈平台的一个很重要的原因，因为它的创始团队是原来腾讯 QQ 空间的创始团队。悦动圈在过去的几年里在 AI 体育领域做了大量的研发和技术上的沉淀积累，从知识产权积累来讲，也是国内目前在体育运动行为 AI 角度上沉淀较多的公司。虽然他们没有把它商业化变现出来，但是积累非常丰厚。同时悦动圈是腾讯教育的 AI 体育领域的独家战略合作方。目前有在中国多所中小学里试点，产品叫 AI 体育课，能解决三个问题。一个是体育课练，就是在学校里有 AI 体育的教室。墙上有镜子，大家跟着镜子练，每一个镜子里都有课程。同时它是一个建档的过程，有档案系统能把所有小孩子的达标情况和练习情况记录下来。第三是家庭作业系统，可以把老师布置的一些体育锻炼回家完成。以前老师布置的作业可能是拍视频回课，现在是系统来完成，而且这些系统可以自行识别。第四是考试系统。考试系统是一个严肃的事情。目前，考试系统已有规划，还没有推广。

Q：刚才您讲的这些有没有盈利模式？

A：硬件销售，软件按照用户数收费。

Q：一个 AI 教室大概投入需要多少钱？

A：没有固定的标准，要看大小。每一台设备万元之间，但是教室可以容纳 10 台，也可以容纳 20 台，就看学校需求，大和小不一样。

Q：一台设备能给几个学生用？

A：看运动类型，比如说跳绳就是说一个设备同时给一个学生用。如果说是做啦啦操，能够同时服务到多个学生。

Q：如果要采购我们设备学校是不是要另外申请经费？

A：这都是腾讯教育在落地推动，在给学校做信息化。等于说这个产品还处在正式收费的前期，但是有部分学校已经收费了，不过现在还没有全收。

Q：这个和我们公司有什么关系？

A：悦动天下是腾讯教育这个产品和服务的独家供应商，腾讯教育向其采购。

Q：悦动圈并购完会有合并报表吗？会每年贡献多少的收入和利润？这些流量大概能给上市公司带来多大的边际经济效益？

A：我们悦动圈的持股比例是 25%，尚不构成控制，所以财务上也不构成并表。第二，悦动圈在我们整个战略里面是对于运动银行运动账户沉淀的载体之一。所以从整体战略来说，我们不指望悦动圈有大规模的财务方面的贡献，更多的是整合它的资源和能力。

	<p>Q: 全民健身和赛车将来在上市公司的整个收入结构比例和利润比例以及什么时间达到?</p> <p>A: 未来比例来说, 现在公司三个战略 IP、场馆和数字化同步在推进。赛车业务我们合理估计会随着疫情不断恢复逐渐回到疫情前水平, 然后持续的有机的增长。数字化的宏观环境非常好, 非常利于业务发展, 我们认为它增长速度会更快, 但是什么时候达到预期比例, 我们内部没有设定这么具体的目标。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 1 月 20 日