

读客文化股份有限公司

2022年11月10日投资者关系活动记录表

编号：2022-005

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
参与单位名称及人员姓名	大成基金 于嘉馨
时间	2022年11月10日 15:00-16:00
地点	腾讯会议
上市公司接待人员姓名	财务总监、董事会秘书 龚平 证券事务代表 闫怡潇
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司基本情况介绍</p> <p>公司成立于2009年，成立以来一直坚持推进“创意工业化”，持续效率提升，以“激发个人成长”为宗旨，整合文艺、社科以及少儿等领域的优质版权，综合多种载体形式为大众提供以图书为主体的精品内容。公司目前的业务主要包括：纸质图书业务、数字内容业务、版权运营业务和新媒体业务。</p> <p>二、问答环节</p> <p>1、公司纸质书品类发展的历史是怎样的？ 答：公司以国内原创小说起家，后积极引进国外的优秀版权，逐渐成长为一家以文艺类、社科类和少儿类为核心的大众图书公司。</p> <p>2、版权和营销发行对于不同的品类的影响是怎么样？ 答：对于公司来说版权和营销是一个整体，公司以“激发个人成长”为宗旨来采购合适的版权，确保为大众提供的每本书都有正面导向的阅读价值，同时在编辑端、产品营销端使用“读客方法”向读者传达作品可以提供的价值，帮助读者快速找到适合自己的书籍。对于不同品类的书籍，这套流程都是一致的。</p> <p>3、公司的营销人员是否会占比较大？ 答：公司人员结构与行业内其他公司差异不大。以2021年底的数据为例，公司编辑生产人员占比45%，销售人员占比34%，其他部门人员占比21%。</p> <p>4、公司对于编辑和销售的考核指标是怎么样？ 答：公司对于编辑以其负责出品图书的利润为主要考核指标，对于销售人员已相关销售渠道的销售收入和利润综合情况为主要考核指标。</p> <p>5、图书行业近年来有哪些变化，公司有什么应对的手段？ 答：在2019年以前图书市场保持着持续增长的状态，疫情以来，市场有了一定的波动，其中实体店和平台电商出现了下降，而短视频电</p>

	商增长迅速。针对这种情况，公司持续推进自营电商渠道和短视频电商渠道的建设，2022年上半年该类自营渠道营业收入取得了65.30%的同比增长，在纸质图书业务中的占比从15.02%上升到23.17%。
附件清单	无
日期	2022年11月10日