

证券代码：000917

证券简称：电广传媒

湖南电广传媒股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20230215

| | |
|-----------------------|--|
| 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（电话会议） |
| 参与单位名称 及人员姓名 | 银河证券王思成、谭博一 |
| 时 间 | 2023年02月15日下午15:00-17:00 |
| 地 点 | 公司总部 |
| 上市公司接待 人员姓名 | 董事会秘书谭北京 证券事务代表熊建文 |
| 投资者关系 活动主要 内容介绍 | <p>1.公司基本情况介绍</p> <p>电广传媒 1999 年上市，是“中国传媒第一股”。上市以来至 2015 年，公司业务由单一广告业务向有线网络、投资、文旅、影视节目制作等多领域发展。</p> <p>2020 公司全面梳理业务，重新确立发展战略，明确了“文旅+投资”的发展方向。同时于 2020 年全面出清包袱：有线业务参与国网整合、推动有线集团近 5000 人的事业编人员问题的解决、全面退出影视节目内容制作业务领域、清理并关停相关互联网新媒体公司等一系列有效措施。公司基本面发生了深刻变化，从一个多元化、亏损面广的上市公司，蜕变成一家战略清晰、产业聚焦，资产质量良好的有发展潜力的优质企业。</p> <p>2021 是一个新起点，2021 年公司净利润 3.3 亿元，实现近 5 年最好业绩。</p> <p>2022 年公司前三季度，公司业绩有所下滑，主要是由于资本市场影响，公司创投业务主动放缓了退出节奏。但分季度看，公司发展趋势良好，其中，第三季度实现营业收入 19.52 亿元，同比增长 64.19%，环比增长 83.39%；归属于上市公司股东的净利润 3961.58 万元，同比增长 524.96%，环比增长 193.51%，盈利能力较二季度显著提升。公司发展前景良好。</p> <p>2. 公司主要业务和经营情况</p> <p>(1) 文旅方面，公司 2020 年定下战略将文旅业务作为发展重点，</p> |

| | |
|----------|--|
| | <p>但疫情的爆发对公司业务影响较大。2022 年底文旅板块逐步复苏。今年春节七天，世界之窗接待游客 3.5 万人次，同比 2019 年增加 153%；经营收入同比 2019 年增加 141%，创历届春节活动业绩新高。</p> <p>在产品研发上，芒果乐园、芒果冒险、芒果海洋、芒果田园、芒果地球村等芒果系列产品已经完成研发工作，产品矩阵初见雏形，正朝着打造湖南广电产业第三极目标迈进。</p> <p>2022 年公司落地 5 个文旅项目。其中，湘潭万楼、益阳茶马古道、汨罗屈子文化园项目是与合作方成立合资公司，出资方面公司占小部分并负责运营，在收益分配方面公司占大部分。这些项目都属已经有较强的基础，较为成熟，后续投资不大的文旅资源。电广传媒将通过自身在文旅产业产品、策划、运营等方面的优势给这些项目赋能，快速创造新产值。湖南是文旅资源大省，但目前还不是文旅强省。湖南省委省政府目前高度重视文旅产业，大力推进文化旅游深度融合实现高质量发展，举办了省第一届旅发大会。这为我们文旅战略落地提供了极佳的机遇。目前公司在加快推进星光行动计划，通过我们的优势盘活存量资源。此外，在城市更新领域，也有巨大的机会。</p> <p>(2) 投资业务方面，达晨财智处于本土创投头部位置。其基金管理规模 400 多亿，投资 700 多家企业，IPO 上市退出 130 多家，投资成功率和回报率在行业内处于领先地位。公司正积极推动投资业务向大资管战略升级，推动达晨财智业务链延伸，加快从 VC、PE 向直投、并购、定增等全链条发展，打造成为全国一流的资产管理平台。2022 年以来达晨财智获得国家中小企业科技基金管理人资格；发出第一期定增基金。目前，创投行业资源和项目向头部企业集中，达晨财智在募资渠道方面进一步拓宽，与国资背景基金和大型国企建立了良好合作关系，与江西省国有资本运营控股集团的合作取得重大进展。未来几年，达晨财智将全面复制此类合作模式，募资能力有望极大提升。</p> <p>(3) 游戏业务方面，公司游戏业务最近几年收入稳定在 4-5 亿元左右，净利润保持在 1-1.5 亿元左右。今年以来上海久之润再次找到发力点，元旦明星产品《劲舞团》结合 B 站跨年晚会，两天充值两千万。潮玩二手交易平台“娃友圈”春节期间以用户运营为主，尝试引入新卖家，带动用户交易额环比提升 21.34%。1 月份上海久之润实现营业收入 4500 万，同比上升 10%。</p> <p>(4) 广告业务，韵洪嘉泽高铁广告业务仅次于兆讯，后疫情时代广告业务预计有较大恢复。</p> |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2023 年 02 月 15 日 |