

证券代码：300949

证券简称：奥雅股份

深圳奥雅设计股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-002

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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	东方资管 裴政 健顺投资 邵伟 华安基金 李振兴 银河基金 卢轶乔 长江证券 张弛、张智杰、董超、李金宝、张昌明
时间	2023年5月9日
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	李方悦 董事、总裁 陶丽悯 董事会秘书、总裁助理 张建军 财务总监 曾 彬 战略投资总监 颜 佳 研发总监
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司传统业务景观设计的行业地位、设计能力、未来展望。 答：公司连续多年作为建筑中国最具品牌影响力企业，一直以创新与专业设计能力引领行业发展。截至2022年末，公司项目共获得国际奖和国内奖项 542 个，其中国际奖项

46 项、中国国家级省部级市级奖项 76 项；发表学术期刊文章 25 篇，并多次接受行业媒体采访，始终保持以优秀专业能力领先行业发展。

公司的产业发展经过多年战略布局已完成转型，由奥雅设计跃升为奥雅股份。整体已经呈现出双轮驱动+双引擎的发展格局。即创意设计+亲子文旅的双轮驱动，AIGC+IP 的双引擎，形成了以创意设计为引领、以运营管理为先导、以数字科技和亲子文旅为支撑的新文旅时代品牌运营商。

未来公司将持续以创意设计为基因与起点，运营为项目闭环终点，用公司强创意、好产品以及自有 IP 及自有品牌为全国不同城市、不同空间的项目赋能，以创意设计为亲子文旅项目产品与场景提供创新内容，成为文商旅一体化深度融合的中国亲子文旅品牌运营商。

2、是否自研设计开发软件，是否（如何）与 AIGC、大语言模型结合，未来规划、demo 展示。

答：公司目前已有自研开发的设计软件，主要功能为辅助 CAD 进行智能绘图，已获得多项软件著作权，且经过近两年的实践，已显著提高设计成果质量与效能。

公司正在自研开发的内容，主要为 LA Engine 平台中所包括的系列产品，是公司布局 AIGC 赛道的重要成果。主要目的是：为创意设计领域贡献一款更高效、更精准和个性化的内容生成工具。与传统的手动生成相比，其目标用户客群基数较大。该平台的创立解决了行业人力成本过高的痛点，我们也希望可以成为行业首个解决行业痛点问题的平台。应用新方法、新工具将极大解放设计师的时间精力和创造力，推动设计行业的革新。

3、公司 LA AI 实验室进展、未来规划。

答：为了探索 AIGC 与业务结合的更多应用场景，以及跟国外最先进 AI 技术的对接。我们在美国洛杉矶成立了 AIGC 实验室（AIGC Fab and Media Lab），旨在对于优化和迭代 AIGC 产品的研发和超级创作者（Super Creator）的培养。目前，AIGC 产品的海外研发和社群的搭建正在同步进行中。

AIGC 产品的研发将根据广大创作者的需求展开，包括自然语言处理，图像识别等先进的 AI 技术可以极大地提升创作者地效率，激发创作者的灵感。平台化的产品服务将带给创作者更好创作体验，在这里，不仅有先进的工具，更聚集了世界各地的创作智慧。同时，创作者也将为 AIGC 产品的迭代和发展带来更多的实时反馈，帮助产品团队进行场景测试，更精准地提升产品质量和用户体验，实现平台化产品的快速迭代。

4、公司 IP 未来规划，加菲猫 IP 将如何利用，合作模式如何。

答：公司早在 2008 年就积极倡导和推进中国儿童活动空间和儿童友好城市建设，并通过多年的亲子文旅项目沉淀出大量不同类型、不同文化特色的自有 IP。

目前已和旗下签约有上百位优秀导演、艺术家、IP 集群的美国星计划电影娱乐集团及国内授权公司达成全面战略合作伙伴关系，合作模式尚在细化过程中。

在推广自有 IP 的同时，也将持续对国际国内知名 IP 保持关注与互动。找准合适的商机与定位，将适合的 IP 与文旅项目结合，以最适合的内容、场景、产品呈现。并根据项

目特色和 IP 特点，做出深化和延伸，根据当下年轻消费群体及其个性化、重体验的消费特点，将 IP 与沉浸式场景的结合，提供全新的游玩体验，创造可持续的商业价值。

5、公司年报中提到自研了大模型，具体进度和成果如何。

答：当前市场上，已经有一些非常成熟的语言处理与图像生成大模型，例如 OpenAI 的 GPT 系列、Google 的 BERT 模型、OpenAI 的 DALL-E 2、Stability AI 的 LDMs 扩散模型、这些模型前期需要投入大量的时间、人力和资金，进行数据训练和算法调整，经过多次更新迭代进而被推广应用。

对于创意设计企业来说，我们更希望的是通过多年的行业数据积累及经验总结，在已有的 AI 大模型基础上进行专项训练与系统搭建，形成针对创意设计内容领域更高效、精准和个性化的内容生成工具。

除此之外，我们在创意设计、数字艺术、媒体传播等方面，正在全面链接 AI 市场资源、进行合作共创，全力推进 AIGC 的应用与开发，借助 AIGC 的力量革新传统生产方式，实现以“科技驱动”的转型发展。

6、公司如何将 AI 应用于文旅业务，未来对这块业务的规划和展望。

答：公司整体发展是以双轮驱动+双引擎的格局。即创意设计+亲子文旅的双轮驱动，AIGC+IP 的双引擎。

其中 AIGC+IP 的双引擎，也是互相赋能。一方面 AI 里用 Midjourney、Stable Diffusion 为 IP 设计提供更多创意，提高生产力效率，大幅缩短内容生产周期和降低成本；

	<p>另一方面 IP 有望在高质高产的内容反哺下不断累积价值效应，提升 IP 价值。</p> <p>AI 虚拟人/数字人+文旅项目宣传与互动，可以将线下项目做线上推广与宣传，游客可线上游览项目，了解项目特色，既能对项目本身及相关产品进行宣传，又有助于实现更广阔的服务范围。</p> <p>亲子文旅与 AI 结合将持续成为公司发展强动力，在中国经济增长新消费、新场景、新模式的下半场，发挥巨大和可持续的价值。</p> <p>目前公司 AIGC 相关应用的目的是降低成本和提升效率，预计不会对公司短期经营业绩产生重大影响；公司在 AIGC 领域主要是基于公司主营业务在应用层面进行布局，除少量垂类模型及应用层研发外，目前不涉及底层技术的研发。AIGC 相关技术尚处于起步阶段，目前公司 AIGC 相关产品部分功能仍处于进一步研发测试阶段，其生产内容的质量、具体使用效果、商业化落地的可行性等均需要进一步验证确认，能否满足市场需求亦存在不确定性；AIGC 技术在快速发展期可能面临技术研发不及预期、应用实践不及预期、行业竞争等风险。请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。</p> <p>本次活动没有涉及应披露重大信息的情况。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 5 月 9 日