

证券代码：300703

证券简称：创源股份

宁波创源文化发展股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2023年度网上业绩说明会的投资者
时间	2024年05月15日 15:00-16:30
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长 任召国 总裁 叶晋盛 独立董事 颜乾 财务总监 杜俊伟 董事会秘书 赵雅
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 您好，我想了解一下贵公司对ESG和企业社会形象的看法。现在很多投资者都很重视这方面，贵公司是否有具体规划或者措施来应对相关挑战？我发现贵公司的ESG表现被华证评为B，还是有很多提升空间的。未来是否会做更多的社会公益来提升自己的ESG水平？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，感谢您对我们公司ESG及企业社会形象的关注。公司重视ESG管理工作，深知ESG对企业长期可持续发展的深远影响。公司始终把可持续发展理念融入到公司的日常管理和生产运营中，积极履行环境责任、社会责任和公司治理责任。未来，</p>

我们将继续深化推进ESG管理，积极汲取优秀同行的ESG管理经验，感谢您的关注！

2. 公司2023年经营情况如何？

答:尊敬的投资者您好！2023年，公司在全国对美出口下滑的背景下，营业收入、净利润、资产、净资产、每股收益等主要经济指标实现正增长。2023年度营业收入为135,878.27万元，较去年同期上升3.04%；归属于上市公司普通股股东净利润7,674.03万元，较去年同期上升2.40%。

3. 公司如何拓展市场，提升品牌知名度？目前主要的销售渠道有哪些

答:您好，公司市场主要分布国内和国外。公司文教传统业务板块已深耕国外市场十多年，在客户端已有一定知名度，公司将继续深耕国外市场。同时，国外公司通过亚马逊平台和自建独立站销售自有品牌RITFIT运动健身产品以及自有品牌PAPERAGE文教产品，目前这两个品牌在亚马逊单品类排名前十。国内市场销售主要通过线下精品书店以及线上销售运营，公司自有THE DAILY PAPER品牌产品已入驻500多家一二线城市精品书店，并通过电商渠道销售公司自有Cre8、恋屿等品牌产品，公司多渠道、多方式布局国内业务，后续亦将持续努力推进国内业务拓展。谢谢！

4. 去年公司是否有研发创新成果？

答:尊敬的投资者您好！公司为“国家高新技术企业”“中国轻工业文教用品行业十强企业第四位”，2023年被评为“国家印刷示范企业”“2023-2024年度国家文化出口重点企业”“宁波文具行业标准建设先进单位”“宁波文具行业成长新锐奖”，2022年度，公司被评为“2017-2022年中国文教体育用品行业先进企业”“2022年浙江省亩均英雄”，公司研发团队人员分别获得“第七届环亚杯中日设计交流展”金奖（1项）、银奖（4项）。截至报告期末，公司共获得专利286件，其中：发明专利28件，实用新型专利210件，外观专利48件；美术著作权1979件。感谢您的关注！

5. 介绍一下公司子公司美国睿特菲的销售情况？

答:尊敬的投资者您好！2023年美国睿特菲总销售额2,722.86万美元（订单数189,601笔），其中通过美国亚马逊网站销售1,847.05万美元，较去年同期增长25.26%；通过自营官网销售875.81万美元，较去年增长19.42%。2024年第一季度，美国睿特菲继续保持快速增长态势。感谢您的关注！

6. 请问公司数字化产业园建设目的是什么？进展如何？

答:尊敬的投资者您好！数字文化产业园项目计划通过深化互联网、大数据、人工智能和实体经济融合，打造数字文化产业创新高地，以数字科技赋能研发、制造、营销和服务等产业链环节，推动宁波数字文化产业高质量发展。努力创造优质品牌、吸引高端人才、建立良好的上下游产业链生态圈的基础保障，各方面协同发展助力品牌形象的提升。也有利于吸引研发人才，创造更好的研发环境，提升公司研发实力。项目目前主体工程完成，进入室内装修阶段。感谢您的关注！

7. 公司的市场定位和核心竞争力是什么？

答:您好，公司深耕欧美市场的同时加大力度开拓国内市场及全球其他市场。公司核心竞争力体现在贴近客户的工艺设计能力、不断适应市场更新的研发能力以及缩短交期提升效率的自动化信息改造，围绕着研发、生产及终端，为客户提供优质的服务，为市场注入高端的产品。谢谢！

8. 欢迎叶总第一次参加投资者互动交流！我是创源的长期投资者，我了解过叶总的履历至今还担任宁波市文化金融服务中心总裁和贝发集团董事，去年底开始担任创源股份总裁。请问叶总作为一位较早进入资本市场并擅长资本运作和产业投资的老兵，叶总能否谈谈怎么做大做强咱们创源股份上市公司？毕竟传统文具行业和印刷行业科技不高竞争激烈利润较低。而宁波作为文具之都有些丰富的文具产业资源比如贝发笔业康大美术和得力文具。宁波文旅集团又都同时投资了贝发集团和创源股份，叶总是否有考虑将宁波的文具产业企业比如贝发和创源进行资产整合，形成合力对抗晨光文具？同时也能整合文具资源更好的出口创汇？谢谢！

答:尊敬的投资者您好！感谢您长期以来对公司的关注和支持！宁波文旅会展集团作为创源股份的大股东，始终致力于推动公司做大做强上市公司主业，依托大股东在文旅产业链上的布局和资源优势，以开放的姿态积极寻求与行业内优质企业的合作，主动谋求“生态化整合”，提升产品附加值与竞争力，做大产业规模、完善产业布局，力争以优良的业绩回报广大投资者，谢谢！

9. 请问公司如何履行社会责任？公司在可持续发展方面有哪些规划和举措？

答:尊敬的投资者您好，公司重视ESG管理工作，深知ESG对企业长期可持续发展的深远影响。公司始终把可持续发展理念融入到

公司的日常管理和生产运营中，积极履行环境责任、社会责任和公司治理责任。未来，我们将继续深化推进ESG管理，积极汲取优秀同行的ESG管理经验，感谢您的关注！

10. 请问公司未来在开拓国内外市场上是如何布局的？

答:尊敬的投资者您好！公司积极盘活美国存量市场，布局全球和国内增量市场。优化提升公司核心产品，致力打造优势产品。在稳固老客户群体的同时，积极拓展新的客户群体，不断寻求与更多潜在客户的合作机会。以北美市场为重要据点，深耕细作，努力扩大市场份额。同时，积极开拓欧洲市场和国内市场。感谢您的关注！

11. 如何通过生活家居产品的设计提升用户的生活品质感？

答:设计是彰显公司产品个性和品味的关键，是体现“匠心定制，不负众望”公司使命的重要支撑手段。创源股份以研发设计为驱动，坚持差异化的发展战略，坚持三融合的设计理念，提升用户的生活品质感。1、设计与文化融合，公司在设计中，注重使用传统元素、当地元素、主题元素，力图引起用户特定背景的下文化归属感和情感共鸣。2、设计与材料融合，公司在设计中，注重生态、环保型新材料、新工艺的使用，力图为用户提供一个健康、安全、环保的产品。3、设计与技术融合，公司在设计中，积极运用人体工学、色彩管理、AIGC等新技术，着眼于用户的情绪和感受，提供更多多样化、个性化、功能与美感兼备的产品，满足客户个性的生活方式和价值观的呈现需求。

12. 公司在海外市场的主要客户群体是哪些？

答:您好，公司海外市场客户主要包括B端大客户以及C端个人客户。感谢您的关注！

13. 公司的跨境电商业务发展如何？

答:尊敬的投资者您好！公司在跨境电商领域，拥有两大核心业务板块。其一是运动健身用品，其二是时尚文具、生活居家类产品。2023年，公司的跨境电商板块迎来了显著的增长势头。公司旗下子公司睿特菲专注于运动健身用品领域，通过以亚马逊销售为主，官网销售为辅的战略方针，经营自主品牌“RITFIT”、“Kangaroo Hoppers”等。睿特菲近三年营业收入复合增长率保持在约30%的高水平，单品类产品在亚马逊平台位列前三。另一子公司美国智源，则主营亚马逊平台的时尚文具、生活居家类产品，其自有品牌“PAPERAGE”以简约设计和优异质量赢得了消费者的广泛

好评，2023年营业收入也增长了约20%。其中，美国智源的硬皮行政笔记本在亚马逊上销量位居榜首。

14. 公司是否会拓展新品类产品？

答:尊敬的投资者您好！公司积极发展多元化产品品类。以本册为核心，延伸到健身用品、手工艺品、聚会用品、家居用品、宠物用品等，加强对非纸品类的产品开拓，协调内部与外部的资源，大力开发爆品清单。感谢您的关注！

15. 公司是否有设立海外分支机构或研发中心，以更好地服务当地市场？

答:您好，公司为打造研发设计能力为公司核心能力，公司高投入建设国际化和本土化相结合的设计团队，在国内打造国家级的研发中心和在美国成立创意设计中心。谢谢！

16. 浙江提出凤凰计划每个国资集团公司都有一个上市公司平台。据查询宁波文旅集团下只有创源股份是上市公司。而宁波文旅集团下还有永麟光电在力争上市。请问文旅集团是否有考虑将创源股份作为一个优质的资本平台？叶总对目前的大集团小上市公司的局面怎么看待？

答:尊敬的投资者您好，文旅会展集团成为公司大股东以来，始终坚持以优质资源互补与合作的战略，支持创源股份更好的发挥上市公司的优势，谢谢！

17. 请问任董，卡游凭借奥特曼IP卡牌获得腾讯等著名资本投资即将在港交所上市估值百亿市值。创源股份也有类似的卡牌产品但缺乏ip加持。创源在今年和敦煌博物馆达成了ip合作，请问后续创源还有和其他ip合作的计划吗？贵公司前年投资百万的吾流文化具有强大的ip获取能力，贵公司后续有考虑控股收购吾流文化吗？另外调整已久的“”妙吾物“”情况如何？谢谢

答:您好，2023年公司与知乎和敦煌博物馆达成IP联名合作，分别推出飞鸟集本册产品及敦煌文创系列产品，后续公司也会积极争取合适的文化IP合作。公司妙吾正在探索新业务过程。感谢您的关注！

18. 请问叶总面对海外摩擦创源股是否有做好预案？创源股份90%以上营收来自大洋彼岸。越南工厂的规模会持续提升到上市公司总产能的多少程度？另外创源有进一步考虑在墨西哥设立生产工厂吗？国内竞争激烈导致国内市场营收提升较为缓慢。去年在大股东文旅集团牵线下，创源和敦煌博物馆达成了联名IP的合作，后续

	<p>集团还有什么具体支持措施吗？希望贵公司尽快开拓国内市场。</p> <p>答:尊敬的投资者您好，针对日益复杂的海外市场环境，公司一直致力于提升越南工厂的生产能力，合理布局全球产能。文旅会展集团一直坚持通过优质资源导入与产业协同等方式，持续给公司发展带来新契机。感谢您的关注！</p>
附件清单（如有）	
日期	2024年05月15日