

北京汉仪创新科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：301270

证券简称：汉仪股份

编号：2025-003

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（ <u>请文字说明其他活动内容</u> ）
参与单位名称及人员姓名	宝盈基金、博道基金、北大方正人寿资管、财通商社、长城证券、东财证券、东方证券、东吴证券、东方财富、广发证券、国海证券、国君证券、国联民生、国盛证券、国信证券、国元证券、和谐汇一、华安基金、华福证券、华泰证券、华鑫证券、华源证券、开源证券、弥远投资、宁银理财、浦银安盛、睿亿投资、申万宏源、上银基金、天风证券、西部利得、西南证券、湘财基金、新华基金、银河基金、野村东方、招商证券、浙商证券、中金公司、中泰证券、中信建投、中银国际、中信证券等 45 家机构（排名不分先后）共计 50 位参会人员
时间	2025 年 8 月 1 日（星期五）
地点	线下：上海皮东文化传媒有限公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：谢立群先生 董事会秘书、副总经理：练源先生 上海皮东文化传媒有限公司（不凡玩品母公司）总经理：朱习成先生 董事、副总经理：周红全先生 董事、副总经理：马忆原女士 副总经理：张弛先生 证券事务代表：左艳秦女士
投资者关系活动主要内容介绍	本次投资者关系活动以现场调研的方式进行，具体情况如下：

	第一部分 公司副总经理、董事会秘书练源先生介绍了近期拟投资上海皮东文化传媒有限公司（以下简称“上海皮东”或其品牌名“不凡玩品”）的交易背景、交易架构等情况。 第二部分 上海皮东总经理朱习成先生从产品、IP 布局、供应链优势、用户运营、销售布局等方面向与会者详细介绍了不凡玩品的业务情况。 不凡玩品业务介绍完毕后，朱总向与会者展示了不凡玩品为汉仪股份旗下 IP 研发的传统文化卡牌产品，汉仪股份董事、副总经理马忆原女士向与会者介绍了汉仪股份自主孵化的三个具有中国传统文化特色的 IP，展示了两家公司协同发展的第一步。 第三部分 公司董事长、总经理谢立群先生介绍了公司 IP 方向的发展战略规划，公司的 IP 业务发展渊源，本次拟投资上海皮东的原因及未来两家公司在 IP 布局、丰富 IP 新消费产品、获取 IP 授权能力等方面将产生的协同效应。 第四部分 上述介绍结束后，公司接待人员与来访者就投资者关注的问题进行了沟通交流，主要问题及回答如下： 问题 1、汉仪股份未来对 IP 业务战略是如何规划的，公司转型升级为文化消费平台，公司业务形态将会有怎样的变化？ 回答：公司未来转型为文化消费生态平台，IP 布局是非常重要的方向。本次与不凡玩品的合作是一个起点，接下来将进一步丰富上游 IP 资源、拓展下游 IP 产品形态，不凡玩品也将尝试卡牌之外的更多品类。公司近几年一直在孵化“博物汉字”项目，打造传统文化 IP，目前“博物汉字”全网已有 300 多万粉丝，“博物汉字”的 3 个 IP 与不凡玩品已经开始合作，传统文化 IP 与卡牌相结合，可在年轻一代层面更大程度的推广传
--	---

	统文化。我们期望通过我们的努力把传统文化开发成适合现代市场的产品，不仅实现合作双方盈利，更希望把中国优秀的传统文化传递给广大受众。 公司多年来已经通过自有业务、创新业务以及投资布局等方式在 IP 设计、运营、产品推广上进行了业务布局，并且一直在寻求更多更优秀的 IP 授权运营团队，在更多新消费产品上拓展商业场景，以打造更加全面的文化、体育、游戏、文娱、动漫等 IP 产业链布局。 问题 2、请上海皮东介绍不凡玩品如何规划未来的业务发展，如何取得更快速的发展，提高行业地位。 回答：在回答问题前先向大家介绍两个方面的行业背景： 1. 行业的增长逻辑 从布鲁可、卡游，包括不凡玩品的发展来看，高速增长是 IP 卡牌行业发展的趋势，业务增长的三大核心要素：IP 受众面宽度、渠道覆盖广度、供应链能力强度，任一短板均会制约增长。需要强化企业的业务能力，如快速出单、渠道沉淀、供应链优化等能力。 2. “长期主义”的 IP 运营理念 不同的 IP 有不同的生命周期，在 IP 生命周期内持续运营，避免短期透支，而是结合 IP 持续规划，长期布局内容、图库及用户交互，维持 IP 更长久的生命力。例如有些 IP 因短期操作导致库存积压出现了打折处理的“竭泽而渔”行为。长期主义是不凡玩品未来业务规划非常重要的一个点。 基于上述两个背景，不凡玩品将发展规划聚焦于 IP 运营能力体系构建，包括对内容、用户的理解，这与汉仪股份的 IP 运营大平台目标相匹配，是双方合作的关键原因。不凡玩品重视“看不见的能力”，包括 IP 运营、用户理解、供应链等，计
--	--

	划通过多 IP 多产品线实现增长，建立“IP 池子”，依托积累的能力实现业务快速增长，注重 IP 运营带来的用户增量和增量场景，而非单一 IP 的规模；坚持长期主义，避免短期透支，逐步实现营收增长。 问题 3、请上海皮东介绍不凡玩品 IP 获取及产品运营的方向。 回答：电竞 IP 是公司重要业务板块，2024 年收入占比很高；2025 年电竞销售额未下滑，但占比下降，原因是真人娱乐、卡通等其他产品线迭代增长，带动总收入上升。 从用户画像上来看，不凡玩品的用户聚焦于 16 岁以上用户，目前已打通的核心群体是“20 岁±4 岁”人群。针对该群体，比如女性用户，从 ACGN（动画、漫画、游戏、小说）领域切入，通过捕捉用户感知强的 IP 反向定位，快速推出产品。比如，影视领域，依托在传统电视台及娱乐圈的资源，建立了项目组，快速地推出产品，做出较高销售额的影视 IP 产品，2024 年第四季度到 2025 年第二季度，持续输出基于爱奇艺、腾讯、优酷等平台的影视 IP 产品，取得了较好的成绩。 问题 4、请上海皮东介绍不凡玩品的设计能力情况。 回答：不凡玩品擅长做电竞 IP 的产品打造，电竞 IP 战队人员多，赛事情况复杂，素材质量通常不高，开发难度远高于其他类 IP 产品的开发。以影视行业为例，影视 IP 的素材质量都非常好，且一部剧涉及的人物角色不多，我们的产品开发速度就会非常快，曾经有过从立项到出产品 15 天完成的记录。经过业务的沉淀积累，不凡玩品的快反能力非常强。 问题 5、请问汉仪股份，公司作为一家字体起家的公司，现在逐步往 IP 方向发展，这两块业务是同步一起发展吗？还是会有侧重，公司更看重哪一方面？ 回答：首先，两块业务一定是共同发展壮大的，公司在主
--	--

	业字体 B 端授权这里能够保持稳定的收入和高毛利率。在往 IP 方向发展时，我们会围绕着 IP、文化、生态逐步去做延展，例如公司的甲骨文 IP，今年刚上线了甲骨文的 AR 展，同时在杭州设立字米科技去做甲骨文的游戏，公司的团队也在持续和各级政府之间寻求文旅上的合作。长期来看，一方面公司能够跟上海皮东进行深度的联动，线上内容的 IP 丰富度将更足，同时我们的新消费品类也会增加，复用上海皮东的供应链和销售网络，可以加速公司 IP 业务的落地。公司会做好主业和新兴业务的平衡，争取做到两条腿走路，打造一个具有全球竞争力的中国 IP 文化矩阵。 问题 6、请问上海皮东，不凡玩品在影视 IP、TCG 卡牌方面有什么规划？ 回答：影视 IP 对于公司来讲是一条小业务线，但是它可以短期快速地创造收入。部分影视 IP 由于短效性导致没有持续的 IP 运营就会消失在大众视野里。但是当时当下的高热度是会创造一波收入的，不凡玩品具有供应链优势，能够快速设计样品，快速出单，强渠道沉淀，可以阶段性地创造“高爆”。 TCG 赛道就会复杂一点，目前中国还没有很好的生态，需要非常大的资金和时间的投入，很难做但不是不能做。第一，TCG 一定是基于一个非常大的 IP，第二，需要有足够的用户教育和时间沉淀。TCG 卡牌需要非常强的时间沉淀、IP 投入和用户感知的生态。 此外，TCG 需要非常高的赛事费用投入，腾讯电竞十几年时间已经至少投资百亿级别，旗下的 KPL 赛事、LPL 赛事、QQ 飞车赛事，一个项目一年投资额可能在 2 个亿左右。所以腾讯电竞是基于一个百亿市场投入形成的大品牌。中国目前有这种投资能力的公司较少，一般依靠大 IP 的上游，国外例如
--	--

	迪士尼投资的卢卡纳，但是在中国市场去做类似的渠道和终端的访问，是否有企业有能力投这个钱去做大量的赛事。 所以对于 TCG 这个赛道，首先需要有非常强的感知，需要大 IP、用户基础、产品力。第二就是需要大量的市场费用，但是我们公司用了一个很小的体系，一直在保持着对于 TCG 的研究和学习，这是我们在做的事，所以赛道不存在额外多大和多小的问题，我们自身的这个能力要保持，也会尝试打样一些 TCG 产品。 问题 7：请问汉仪股份，通过介绍了解到公司做传统文化矩阵，去年公司已开始在 IP 业务发力布局，包括投资不凡玩品、在游戏方面的规划，以及 IP 合作在输入法、皮肤表情包上的规划，辐射范围包括线上线下，请问公司如何做好统一管理？公司在 IP 运营领域的规划如何规范和落地？ 回答：公司会在集中精力在汉字文化这个 IP 领域做强做深，一方面市场有需求，另一方面也是对中华文化的一种传承，同时在考虑增加体育 IP 的布局。 汉字文化 IP 的空间其实非常大，我们对汉字及其相关的文物都做了非常详尽的阅览和研究，会挖掘到很惊艳很漂亮的一些纹理元素，所以我们的 IP 形象非常具有正能量，类似于央视、央视网、新华网，或者国家主流媒体，其实对于这种元素的需求是非常高的，同时也非常受监管部门或者国家相关政府部门的欢迎。然后站在古人的智慧上更多去激发 IP 创作。刚刚提到的不管是表情包、输入法或者主题皮肤，包括甲骨文游戏，都是为了让用户在不同领域来持续感知汉字文化的 IP。此外，与不凡玩品的合作，也是为了未来希望推出一些具有中国传统文化色彩和具有历史意义的卡牌，形成各种不同的套系，开发出更适合 Z 世代年轻人的玩法，一定程度能激起他们
--	--

	的民族自豪感，从而获得更高的情绪价值。 另一方面，我们还希望能够结合双方的资源，围绕体育事业去做 IP 卡牌布局，中国体育拥有很多潜在的好 IP，我们之后会多多思考这方面的业务。 问题 8：请问汉仪股份，请问公司在 AI 领域后续如何布局？不凡玩品是否也有 AI 赋能？ 回答：公司积极探索 AI 技术在生态范围内的应用。目前，公司官网已经上线基于 DeepSeek 大模型驱动的用字助手：设计师可以简单描述需求就可以快速得到合适的字体推荐，甚至可以直接通过上传一张图片，用字助手就可以同行通过分析图片中的内容进行精准的字体推荐。作为业内首家借助大语言模型提供智能服务的字体公司，通过图像识别、语义分析等多模态技术，并依托公司大量字体应用的数据积累，为用户提供更快捷更准确的字体产品选择体验。 在多模态大模型的内容生成上，公司致力于用技术解决 AI 生成内容中出现的文字错误、字体风格不适用、字体无版权等问题；继续完善 ARKIE 等一系列设计工具，以图像为核心，辐射文案与视频的全链路 AIGC 内容解决方案能力，向品牌客户提供从内容生产、制作、管理到分发的一站式整合服务。公司还将通过投资并购等方式，在办公、设计、AI 营销等领域参股或追加投资优秀的 AI 公司，提升 AI 相关业务在公司整体利润中的比重。 值得一提的是，公司的 AI 团队非常优秀，汉仪股份在 2013 年未上市时就投资引进了这个团队。当时在字体领域，有两种模式，一个企业授权，一种是嵌入式。在功能机时代，智能手机之前，芯片的底层空间很小，而公司 AI 团队能够把正常字体给压缩到 1/10 的大小而保证品质不变，被多个类似高通的
--	---

	世界顶流芯片公司使用，每年有几十亿部手机使用我们的产品 在运行。所以我们的 AI 团队有很强的技术积累。 后续，公司继续拥抱人工智能发展趋势，加强人工智能技术在字体设计生产、创意生成、复杂场景下文字识别领域的投入，进一步加强在海报设计，图文生成，图像、视频、文案等多模态内容编辑生成方面做进一步的技术积累和应用探索。 此外，在不凡玩品侧，AI 有两个产品逻辑，一是卡牌的 NFC 识别和 AR 技术，公司正在热发某款限量级收藏产品：通常我们称高光时刻为“moment”，NBA 的“moment”是一些赛事的经典瞬间，公司通过 AI+NFC 识别技术将“moment”变成击杀过程和集锦放入产品之中。此外，我们在另一款产品中运用了 AI 内容生成技术，原则上来讲 AI 已用于不同的产品侧了。 从长期主义关注的角度来说，我们还比较关注 AI 潮玩赛道，未来的潮玩将基于大模型技术，比如将不同卡牌架在 AI 大模型硬件设备上会与用户进行不同的 AI 交互，目前 AI 整体潮玩对于硬件前端要求比较高，我们目前在进行一个长期化的研究工作。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 8 月 1 日