

证券代码：600229

证券简称：城市传媒

青岛城市传媒股份有限公司
投资者关系活动记录表

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"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	广发证券、国盛证券、申万证券、信诚基金、工银瑞信、泉汐投资、上投摩根
时间	2022年11月7日—11月28日
I 参会方式	现场会议、电话会议
上市公司接待人员姓名	青岛城市传媒股份有限公司副总经理兼董事会秘书张以涛 青岛城市传媒股份有限公司副总经理兼财务总监苏彩霞 青岛数字时间传媒有限公司总经理贾晓阳 青岛城市传媒股份有限公司证券事务代表宋振文
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">第一部分 公司介绍环节</p> <p>青岛城市传媒股份有限公司（以下简称“城市传媒”或公司）属于控股平台型上市公司，全资控股青岛出版社有限公司、青岛新华书店有限责任公司等核心业务公司，对其从事的出版物策划、编辑、出版、版权运营、发行、产品销售等进行经营管理；对外进行投资，独资、控股或参股西藏悦读纪文化传媒有限公司、青岛城市传媒影视文化有限公司、青岛数字时间传媒有限公司、青岛虚拟现实研究院有限公司等新兴业务公司，为公司业务转型升级打下基础。经过多年的发展，公司形成了出版、发行、新媒体、文化空间、影视、投资等多元业态相互赋能的“城市出版模式”。</p> <p>据图书行业专业咨询机构开卷数据显示，今年前三季度</p>

图书零售市场同比下降 13.41%，实体店渠道同比下降 36.28%，网店渠道同比下降 6.54%。在这种不利形势下，公司聚焦抓落实、抓市场、抓业绩、抓实效，实现经营情况稳中向好，前三季度，公司实现营业收入 17.95 亿元，同比增长 4.39%，归属于上市公司股东的净利润 2.44 亿元，同比增长 13.98%。在全国 29 家同行业上市公司中，城市传媒净利润同比增长率排名第 3。

近年来，针对文化行业发展趋势，公司积极推进业务转型升级，在保证主业稳步增长的同时，以虚拟现实、高端研学、文化空间、版权运营为主要方向，聚力发展新型业务。未来，城市传媒将积极发挥上市公司资本平台作用，围绕上述新业态业务拓展进行赋能。

第二部分 问答环节

问题一：疫情后公司恢复得比同行业其他公司快，原因是什么？

答：有以下几个原因：一是公司聚焦精品出版、主题出版，成果丰硕。公司今年已有 76 种图书先后荣获出版荣誉 114 次，其中，国家级荣誉 35 次，长篇报告文学《靠山》获得国家“五个一工程”奖，少儿科普原创作品《地球史诗》获得“中国好书”奖，“两个效益”不断提升。二是得益于公司提前布局的全方位的营销体系和多层级渠道，通过线上线下联动开展销售活动取得了良好效果，特别是线上销售业务的占比和绝对值较去年同期均有所增长。三是公司聚焦“实干、实绩、实效”，经营状态和干事创业的氛围不断提升，公司经营工作如秋季征订、政治理论读物征订、新媒体直播带货等业务均有所提升。

问题二：公司图书产品结构中教材教辅与一般图书的占比是多少？

答：公司业绩增长主要来源于市场化开拓，公司多年来一直践行“精品出版”战略，紧盯市场需求持续打造精品、爆品，公司市场化图书产品占营业收入的比重高于通过系统发行的教材教辅。公司旗下“悦读纪”出版的《雪中悍刀行》《赘婿》《打火机与公主裙》（改编影视剧名称《点燃我，温暖你》）已被改编为影视剧，书影互动进一步带动了图书销售。就出版、发行主业的成长能力来看，公司在同行业上市公司中排名比较靠前。

问题三：今年11月1日，五部委联合印发的《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）》（以下简称“《行动计划》”），会给公司带来哪些机遇？

答：五部委《行动计划》出台后，虚拟现实行业加快发展的信心明显增强，各方面对虚拟现实行业的关注度、重视程度也显著提高。今年全国多地市推出相关支持政策，青岛市也陆续出台了很多虚拟现实产业的鼓励政策、行动规划，目前正大力打造虚拟现实产业体系和产业园区。11月12日，国家虚拟现实创新中心落户青岛，青岛市对虚拟现实行业的支持力度在全国都是领先的。虚拟现实行业近年来经历了多轮优胜劣汰，生存下来的都是有一定品质和实力的企业，而政府的支持政策也会倾向于有实力的优质企业。公司作为国有文化上市企业，在对接政府资源、引入战略投资、吸引高端人才等方面具有一定的竞争优势。下一步公司将密切关注主管部门动态，第一时间把支持政策跟公司的发展战略、营销策略结合起来，争取通过承担公共的体系化服务或项目，加速推进公司虚拟现实业务的拓展和覆盖，抓牢《行动计划》带来的发展机遇。

问题四：公司在虚拟现实领域都有哪些布局？

答：公司 2016 年就开始在虚拟现实领域进行布局，投资

设立了青岛数字时间传媒有限公司（以下简称“数字时间”），2017年开始开展VR教育、VR科普、VR文旅等虚拟现实业务，近年来数字时间持续加大研发力度，不断打造自有产品体系，推动虚拟现实内容项目不断落地。另一方面公司积极对接国家级平台，与行业领先企业、研究所进行合作，推进虚拟现实产业融合创新发展。2020年公司与歌尔股份等行业领先企业共同组建了青岛虚拟现实研究院有限公司（以下简称“虚拟现实研究院”）主要从事虚拟现实、增强现实领域关键技术研发。11月12日，国家虚拟现实创新中心（青岛）在济南揭牌，虚拟现实研究院正是国家虚拟现实创新中心（青岛）的建设运营单位。作为股东单位，城市传媒在国家虚拟现实创新中心（青岛）揭牌仪式上与虚拟现实研究院签署协议，共建虚拟现实内容开发及应用平台，未来将与国内虚拟现实技术、设备与研发制造、行业应用领域战略合作伙伴全面深化合作，积极推动、加快丰富虚拟现实内容创新开发，引领行业、联手促进优质VR/AR内容供给和场景应用。

问题五：请介绍一下公司虚拟现实业务具体开展情况。

答：经过多年的发展，数字时间在虚拟现实领域初步形成了一套自有产品体系。在VR教育方面，一是依托青岛的海洋综合资源以及城市传媒的自有版权资源，数字时间针对K9（小学、初中）阶段打造的VR海洋教育产品已在全国20多个省市地区实现落地；二是初步形成了海洋、航空航天、生命科学、传统文化几个系列VR内容产品的积累。在VR科普方面，一是为学校、图书馆、科技馆配置科普空间，输出科普内容产品和技术服务；二是通过整合自有VR科普内容资源，打造了青少年科普和创新文化传播平台——“科学大脑”，目前该项目已经在青岛、苏州、鄂尔多斯等多个城市复制落地，效果良好。在VR文旅方面，数字时间公司与多个城市的博物馆展开合作，打造数字文旅、数字文博等内容和

展项，积极拓展商业路径和变现模式。

问题六：公司虚拟现实产品的载体是 VR 眼镜吗？

答：说到虚拟现实的载体大家最直接、最普遍的认知就是 VR 眼镜，但实际上公司的内容产品承载终端不仅仅是 VR 眼镜，还有学校的智慧黑板、其他互动触控屏等都可以承载，公司的内容产品是可以多终端呈现的。

问题七：公司的VR海洋、航空航天等内容是否以沉浸视频为主，互动性略低？

答：公司的 VR 产品在这两方面都能兼顾，以教学为目的的产品以沉浸式视频为主，便于教师在课堂上的教学进度管理；在以科普为目的或其他应用场景中，公司能够提供很多交互体验的产品。

问题八：公司认为还有哪些内容未来需求比较大，在这些方向有什么布局？

答：综合考虑“真实教育场景需求”以及“适合虚拟现实技术呈现”这两个条件，虚拟现实内容也可能脱离VR眼镜，化身三维互动的课件或者数字课程，这种课程可以在智慧黑板或者别的互动屏幕上呈现，比如生物、地理等三维数字课程是具备持续使用和频繁使用的条件的，在这方面公司也有所储备，下一步以虚拟现实为主，同时探索一些其他的数字形态、数字终端、数字产品。

问题九：VR教育业务是否有很强的区域性，公司主要市场是否局限在山东区域？

答：从标准的产品和项目定制两个方面来看，VR教育业务没有任何区域限制，我们的项目已经在全国超过20个省区落地。

问题十：公司的VR教育科普项目的标准化程度怎么样？公司是否已开发出标准化产品，还是定制化产品居多？

答：前几年公司的对应产品数量和体系化不够，以定制化的产品偏多，但公司从开始的发展规划就是要让产品越来越标准化。到目前，公司输出的VR教育产品的标准化程度越来越高，基本可以实现标准化输出。VR文旅文博产品暂时以定制化居多，但是公司在产品输出过程中，正在加快提炼标准化的技术体系和产品体系。

问题十一：公司的VR教育科普等产品是否上架PICO等应用商城？

答：公司产品在海外VR应用商店已有测试发布，并逐渐有数据反馈。公司结合自身产品优势以及对市场的判断，目前还是以to B业务为主，VR教育产品C端的用户基数当前相对较小，并且目前C端用户的需求跟公司产品的定位还有差异，需要进一步观察。

问题十二：从整个上市公司的层面来看，虚拟现实业务总体占比不高，城市传媒对此项业务长期规划是什么？

答：城市传媒目前在虚拟现实、高端研学、文化空间、版权运营四个方向培育新业务，虚拟现实业务跟文化传媒行业非常契合，也非常符合当前及未来的发展趋势。结合国家政策，上市公司层面已经明确这一板块作为未来新业务发展的核心领域，一定会集合所有资源全力支持。未来城市传媒、数字时间一方面加大与教育、文旅等主管部门的合作力度，加快VR教育科普、VR文旅文博在全国的拓展落地，另一方面积极与国家级平台、行业战略合作伙伴一起，探索推动虚拟现实、元宇宙产业的创新发展。

附件清单（如有）	无
日期	2022年11月28日