

证券代码：833075

证券简称：柏星龙

公告编号：2024-051

深圳市柏星龙创意包装股份有限公司

投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、投资者关系活动类别

特定对象调研

业绩说明会

媒体采访

现场参观

新闻发布会

分析师会议

路演活动

其他

二、投资者关系活动情况

活动时间：2024年4月29日 15:00-17:00

活动地点：全景网“投资者关系互动平台”（<http://ir.p5w.net>）

参会单位及人员：通过网络方式参加公司2023年年度报告业绩说明会的投资者。

上市公司接待人员：

公司董事长：赵国义先生；

公司副董事长、总裁：赵国祥先生；

公司独立董事：盛宝军先生；

公司独立董事：甘权先生；

公司独立董事：刘昱熙女士；
公司董事会秘书：黄海英女士；
公司财务总监：黄木辉先生；
公司保荐代表人：李孟烈先生。

三、 投资者关系活动主要内容

问题 1：2023 年度公司给客户打造了哪些市场畅销产品？

回答：2023 年度公司为包括茅台文旅、珍酒、今世缘、燕之屋、吴裕泰等企业打造了多款市场畅销产品以及文创产品、礼品，这些产品不仅满足了消费者的文化、情绪等消费需求，也为客户和公司带来了新的利润增长点。具体到营收贡献，公司的创意包装产品（含文创产品及内包装）实现营业收入 498,771,228.11 元，同比增长了 10.40%。设计服务收入达到 35,347,438.41 元，同比增长了 18.16%。未来，公司将不断利用品牌策略和设计创新上的专业优势，除了积极开发常态化产品之外，还将结合重大节假日，如中秋、国庆、元旦、双十一、圣诞、情人节、春节等，开发与节日主题相关的产品，为客户持续提供差异化的产品创新，满足市场需求，促进业务的持续性和稳定性。

问题 2：公司 2023 年外销收入 1.71 亿元，增长 51.01%，占比提升至 31.78%，请问未来公司外销收入持续性如何？未来 2 年内外销占比有望超过 50%吗？公司有意在海外设立生产基地，请问进展如何？

回答：2023 年度公司海外收入的大幅增长主要得益于其突出的创意设计、工艺规划、技术转换到产品落地交付能力，以及通过多年来的国际市场开发积累的专业服务经验，形成了良好的市场口碑及影响力，已培育了一批优质稳定的国际知名品牌客户群体且市场渗透度稳步提升。公司已经将海外市场开拓作为战略发展的重要组成部分，并计划通过加深与国际客户的合作、拓展新的地区市场以及持续创新产品和服务来进一步增强公司在全球市场的竞争力。

公司促进海外市场发展，追求多板块同步发力，满足不同市场需求，以实现市场份额的扩大，旨在实现内外销的均衡增长，使公司能够实现更加稳健和可持续的发展。

未来，公司将继续强化其全球化布局，除了北美市场，还积极拓展了欧洲、

中东等地区，以及一带一路沿线国家。尤其是在化妆品、奢侈品和珠宝等精品领域，同时注重本土化与国际化的结合，以满足不同地区消费者的需求，并且公司将根据市场拓展的情况，在风险可控的情况下，开发全球供应链资源，不排除在重点国家或地区设立营销公司和生产基地的可能，以便更贴近客户并就近开发市场。

问题 3：公司当前收入占比情况如何？从增速来看，哪一类收入增速相对较快？细分业务中，毛利率差异有多大？

回答：截至 2023 年度产品包装业务（含文创产品及内包装）在当前收入中占据主导地位，这也是公司扩大创意设计价值体现之一。从增速来看，外销收入的同比增长 51.01%、毛利率为 45.44%，在保障高利润空间的情况下增速显著，反映了公司在海外市场拓展强劲和良好的市场表现。

在细分业务的毛利率方面，设计业务的毛利率较高，达到 57.66%，公司创意设计服务作为驱动客户品牌溢价的核心动力，因此具有更高的盈利空间。

未来，公司将充分发挥创意设计优势，丰富及开发多元化、高毛利的产品线，制定有效的市场开发与客户产品报价策略，产品生产过程进行精细化管理，达到成本控制目标，致力于保持良好的毛利水平，持续增强盈利能力。

问题 4：请问公司对文创、礼品的展望和具体布局如何？

回答：2023 年中国经济的全面复苏为定制礼品行业带来了积极影响，企业经营的外部环境持续向好。随着数实融合、多元消费结构、精神消费诉求以及传统文化认同感的增强，互联网平台的赋能作用日益凸显，推动着定制礼品行业的发展。公司将创意价值链作为主要增长点，深化在文创产品领域的探索，致力于通过不断的创新多样化的产品表现形式，以创新和创意驱动新消费和新经济的发展。

通过公司的市场调查，发现目前文创产品、礼品市场部分供应商柔性制造和策划设计能力弱、传统礼品服务商供应链整合能力弱、需求侧预算少、人力不足、定制时间紧、经验少等现状，外部宏观环境推动行业发展，促进注重文化内涵和原创、创新的设计，公司多年来积累了业内领先的创意设计能力，创新水平优势明显，经营模式管理机制成熟，为公司以创意设计价值链延申提供了良好的发展基础和市场机遇。目前公司在文创和礼品领域已制定了明确的发展方向，致力于

成为高端文创礼品整体解决方案服务商。以下是文创和礼品领域发展的三个主要策略：

深耕现有 B 端客户群体：公司计划深入挖掘现有 B 端客户群体的潜在需求，针对他们主要采购的品类，如数码产品、大健康产品、国潮文创、家具日用品和工艺品等，提供深度定制的服务。重点将放在商务礼赠、员工福利和企业文化礼品等方面，以满足不同场景下的礼品需求。

聚焦 C 端消费群体：公司将针对 C 端主流客户群体，满足他们对礼品的四大核心诉求：颜值、实用性、新颖性以及文化内涵。为了吸引这一群体，公司将关注文玩、游戏、卡牌、集邮和收藏等小众圈层用户，紧跟市场潮流和流行趋势，结合热门 IP 推出具有创新性的爆款产品。

地方文旅市场布局：公司计划与地方文旅平台合作，孵化并推广当地的 IP 文创产品。利用地方文旅平台的资源，公司将开发一系列具有当地文化特色的纪念品和礼品，旨在打造深受当地市场欢迎的文创 IP，同时促进地方文旅市场的发展。

问题 5：公司在文旅行业有对应的客户吗？相应的产品形态是怎样的？后续有没有加大文旅行业拓展的计划？

回答：目前，公司已经开展了文旅产品的开发与打造，并设立了独立的专业团队来专项负责文创产品和文创礼品的设计开发。

文旅领域的产品形态基于地方文化的多样性，以及消费者文化体验和旅游消费的个性化需求，产品形态非常丰富和多元化，如冰箱贴、钥匙扣、摆件、布艺杯垫、书灯、香膏等文创商品，以地方 IP 形象为原型设计的玩偶和周边等。

我们正通过文旅产品的前端开发，与地方文旅平台合作孵化当地 IP 文创，同时布局地方文旅市场。公司将充分利用地方文旅平台的资源，打造深受当地市场欢迎的文创 IP，并依托当地文旅特色，推出一系列纪念品和礼品主题。

在销售渠道方面，我们计划未来将采取线上线下相结合的方式，包括线上的小程序、直播间等，以及线下的体验场所、景区、自动售货机和分销渠道。此外，我们还计划通过地方文旅平台多资源拓展 To C 市场份额，开展自主销售，以实现全方位的业务发展。

未来，我们将继续加大在文旅行业的拓展力度，以实现公司业务的多元化和

可持续发展。期待与您共同见证公司在文旅领域的成长与突破。

问题 6：公司聚焦增长型战略，致力于实现财务指标和客户结构的持续复合增长。请问公司未来几年在市场拓展和客户开发方面有何具体规划？如何利用自身的核心竞争力，进一步扩大市场份额？

回答：公司目前规划主要在以下几个核心方向：

1、创意设计价值链延伸：公司将持续以创意设计为核心业务驱动，深耕国内市场并拓展至全球，特别是海外化妆品及精品市场。

2、多元化业务发展：除了原有存量的酒类、化妆品及精品领域，公司将积极培育茶叶、食品等新业务领域，并将产品线从外包装扩展到内包装、文创以及礼品，以满足文化消费和情感消费、个性化、定制化等多元化市场需求，也为公司带来更多利润增长点。

3、创意、技术创新与领先：通过实施创意、技术领先战略，公司计划运用 AI 科技赋能创意，通过自研创意行业多模态大模型让科技赋能创意和创新，融合科学管理理念，形成柏星龙特有的创意生态链，利用新技术提升产品和服务的创新水平。

4、全球供应链与基地建设：公司将根据市场拓展的情况，结合公司的业务布局规划，开发全球供应链资源，可能会在重点国家或地区设立营销公司和生产基地，以便更加贴近客户服务就近开发市场。

通过这些战略规划，公司旨在实现可持续发展，提升品牌价值，并在未来市场竞争中保持领先地位。公司将持续关注市场动态，灵活调整公司未来规划以适应市场变化，确保我们的业务策略与市场需求保持同步。公司的规划实现重大进展或达到关键里程碑，公司将及时通过临时公告向广大投资者披露。

问题 7：公司认为今年的消费市场和 2023 年相比，是否有回暖趋势？

回答：尽管过往的宏观环境可能对公司下游消费品牌商造成周期性冲击，公司凭借其以创意设计为核心驱动力的商业模式，目的就在于帮助品牌商有效地适应这一市场变化。公司的设计服务不仅打造了产品文化内涵，还能够适应消费者对文化消费、情绪消费的消费风向。此外，公司通过持续的市场调研和品牌策略规划，能够及时为客户调整品牌策略，以满足客户面对不同经济环境下消费者的需求。公司在 2023 年营收净利逆势增长，证明了公司业务在面对宏观经济波动

时的韧性和适应能力。

今年以来宏观经济稳中向好，消费市场逐渐回暖，市场空间仍有较大的发展潜力，公司将继续充分发挥专业优势，积极开拓市场，力争实现更高的增长。

问题 8：公司 2023 年现金分红情况？什么时候分红？未来分红比例会提高吗？

回答：公司 2023 年度利润分配预案为：公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣减公司回购专用证券账户中股份为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.60 元（含税）。如在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

利润分配预案尚需经公司 2023 年年度股东大会审议通过，现金红利将于股东大会审议通过后两个月内完成派发。

未来公司会全力以赴做好经营，在综合考虑公司盈利状况、未来发展需求等因素的前提下，尽最大可能积极采取现金分红的方式，积极回馈公司股东。

问题 9：公司管理层对于市值管理有何规划？

回答：公司管理层对市值管理的规划体现在以下方面：

- 1、提高经营业绩：练好内功，提质增效，通过加强内部管理和运营效率，提升公司的盈利能力和市场竞争力；
- 2、优化信息披露：确保信息的真实、准确、完整、及时、公平传递，增强与投资者的沟通，提升透明度；
- 3、增强投资者回报：通过持续的分红政策和适时的股份回购、增持计划，积极回报投资者，增强市场信心。2023 年度公司实施了股份回购计划，控股股东和部分董监高实施了增持。

问题 10：公司在追求商业成功的同时，如何履行社会责任，实现可持续发展？是否有具体的环保措施、社会责任项目或者 ESG（环境、社会和治理）目标？

回答：公司在开展经营工作的同时，一直高度重视社会责任的履行，积极推动公司持续、稳定、健康发展，以后将通过适当的途径与广大投资者分享公司 ESG 信息。公司目前在 ESG 方面，包括不限于通过以下方面的推动：

- 1、发展公司治理与透明度：公司严格遵守《公司法》《证券法》及《公司

章程》等法律法规，确保公司治理结构的完善和运作的规范性。我们通过公平、及时、真实、准确、完整的信息披露，建立了与投资者之间良好沟通机制。

2、诚信经营与合规：公司坚持诚信经营原则，依法纳税，并严格遵守劳动法律法规，保障员工权益，同时与供应商和客户建立互利共赢的合作关系。

3、员工关怀与成长：我们重视员工的个人发展和职业成长，提供完善的薪酬福利体系和培训机会，确保员工能够在公司内部实现自我价值。

4、环保与绿色设计：公司在产品打造过程中发挥创意设计先导优势，积极推动二次利用、绿色包装材料理念，大力推广纸浆模塑类绿色环保包装产品，减少资源消耗和环境污染，推动包装行业的绿色转型。其中纸浆模塑类绿色环保包装产品，在洋河微分子等包装上获得成功推广应用。

5、污染物处理与环境保护：公司对生产过程中产生的废气、废水、固体废弃物和噪音等污染物实施有效管理，环保设施合理配置，运营良好。

深圳市柏星龙创意包装股份有限公司

董事会

2024年4月30日