

证券代码：301231

证券简称：荣信文化

荣信教育文化产业发展股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2024-005

| | |
|---------------|---|
| 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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他“金融强国绘蓝图 投教为民谱新篇”走进上市公司活动 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 深圳证券交易所、陕西上市公司协会、陕西证券期货业协会、陕西资本市场服务中心、西部证券、证券时报及中小投资者代表共计 22 人。 |
| 时间 | 2024 年 8 月 2 日 9:30—11:30 |
| 地点 | 公司 |
| 公司接待人员姓名 | 副董事长、董事会秘书：蔡红 董事会办公室主任：李文轩 投资者关系主管：李娜 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、参观公司荣誉墙、图书陈列室</p> <p>二、副董事长、董事会秘书致辞</p> <p>三、观看公司宣传片</p> <p>四、西部证券投资顾问进行公司基本情况分析</p> <p>五、投资者与公司高管互动交流</p> <p>接待人员与调研人员进行了沟通交流，主要内容如下：</p> <p>1. 关注到图书行业近年来经历了波动，请问公司管理层如何看待未来图书行业的发展趋势及对公司的潜在影响？</p> <p>答：近几年中国图书行业在波动中发展，2023 年中国整体</p> |

图书零售市场码洋规模为 912 亿元，增长率由负转正，少儿图书市场依然是码洋规模最大的细分市场。同时，近年来中国整体图书行业渠道分化进一步加剧，图书行业的销售渠道发生了结构性的变化。伴随着读者消费习惯的改变和新媒体平台的崛起，2023 年传统实体店、传统线上渠道均出现了不同程度的下滑，但短视频电商渠道在整体图书零售市场中呈现高速增长态势，同比增长 70.1%，是带动整体零售市场增长的主要动力。公司紧抓抖音等短视频电商渠道发展机遇，并结合产品特点、平台特点，持续探索在短视频电商渠道的营销策略，包括建设自有直播团队、与达人合作带货、短视频广告推广等，去撬动流量，完成销售转化。

2. 公司在投资者教育工作中有哪些特色做法，未来有什么新的想法或者思路？

答：对于荣信文化而言，虽然公司上市时间不长，但高度重视投资者保护教育工作，所以除了一些常规性的投教工作之外，公司会结合自身业务和产品特色，不断创新投资者保护教育新形式。比如，公司在 2023 年与陕西上市公司协会联合举办过“全面注册制——投资者教育主题亲子阅读专场活动”、“《股东来了》——走进荣信文化暨传统文化主题亲子阅读活动”等多种主题的亲子投教活动，投资者们可以带着孩子来公司阅读图书，学习投教知识，还能一起参加故事会、做手工，这种活动形式既能让广大投资者学习相关政策和金融知识，也能够与小朋友共享亲子阅读的美好时光。

未来，公司会继续探索、创新更有意义、有意思的投教活动，比如在荣信文化创意园区内将公司的童书内容 IP 打造为主题场景，再结合投教内容设计特色活动，更加用心、用情的做好特色化的投教工作。

3. 公司未来三年的发展规划是什么？

答：首先，公司会秉承初心，持续做好少儿图书主营业务。从产品、渠道及管理入手，拓宽现有的产品品类，探索爆款产

品打造模式，深化公司组织管理，提升人才效率。

其次，坚持“一核两翼”核心规划，全面推进数字化转型。2023年，公司与科大讯飞达成战略合作，为点读笔新增“AI声音定制”功能；增设数字中心，为公司数字化变革以及新业务发展提供组织及人员保障；公司与金蝶软件、立邦软件签署战略合作协议，并发布协同出版系统解决方案；公司与陕西学前师范学院成立“儿童教育数字研究院”，根据《3-6岁儿童学习与发展指南》建立了儿童阅读行为标签体系。2024年，公司会持续推进主营业务的数字化进程，重点进行内容资源的打标工作，着重推动图书内容延伸服务的开发和标签体系的完善，加快积累内容数据资产。生产端，在图书生产方面，公司通过内部运行协同出版系统进行系统优化和升级，并持续在行业内进行系统市场推广；在短视频生产方面，公司建立内容中台，进行短视频的快速制作及高效分发，用于抖音等各个渠道进行品牌营销与产品种草；在课程生产方面，儿童教育数字研究院将对公司重点书品进行相关阅读课程的开发、测试。消费端，公司会持续探索AI技术与点读笔的结合点，让语音互动等功能更加智能化。同时，公司将发布“阅读服务平台”，该平台不仅为孩子提供音视频阅读服务、图书精准推荐等，也会为家长提供亲子教育相关课程，为更多的家庭提供阅读及指导服务，实现私域流量沉淀，提高粉丝黏性，加快推动公司数字化转型。

最后，公司会充分利用资本优势，重点进行内容端、渠道端优质标的并购，丰富图书品类、拓展渠道能力，提高公司的市场份额，提升公司业绩。如有相关筹划，公司会依据法律法规的规定及时披露，具体以公司发布的公告为准。

4. 公司发展过程中倡导哪些企业文化？

答：公司始终坚持“在阅读中感知美好，提升孩子看不见的竞争力”的核心理念，在日常工作中倡导员工学习稻盛和夫先生的“六项精进”，做到付出不亚于任何人的努力，要谦虚、要感恩。用心做好书，为培养具备文化自信、民族自信、富有创造力的新型人才和中国梦的实现贡献力量。

| | |
|------|---|
| | <p>同时，公司作为一家文化企业，我们也时刻牢记自身使命，一直践行文化自信、民族自信和“文化走出去”的企业使命，在对中华优秀传统文化进行创新性继承和创造性转化的同时深度参与国际化竞争，将版权及文化产品出口到多个国家和地区，展示了中国少儿图书的文化魅力和精神高度。</p> <p>5. 公司图书精美、内容优质，请问未来如何提升品牌力？</p> <p>答：目前，公司主要是在抖音、小红书等平台进行产品及品牌推广投入，充分发挥抖音平台短视频、直播以及小红书平台种草笔记的推广作用；同时，借助视频号、快手、地面实体店的种草推广效果，最大程度上提高产品、品牌的曝光度和知名度。未来，公司也会探索其他形式的广告投放，去提升公司品牌的知名度和美誉度。</p> |
| 附件清单 | 无 |
| 日期 | 2024 年 8 月 2 日 |