

证券代码：601921

证券简称：浙版传媒

浙江出版传媒股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☐分析师会议 ☒业绩说明会 ☐路演活动 ☐电话会议
参与单位及 人员姓名	公司投资者
活动时间	2025年5月28日
上市公司 接待人员 姓名	董事长程为民 董事、总经理张建江 副总经理、董事会秘书李伟毅 财务总监施慧光 独立董事苏忠秦
投资者关系 活动主要 内容介绍	一、介绍公司2024年业务情况 2024年，公司聚焦“编、印、发、供”产业链协同发展和“书、店、数、链、人”五要素均衡发展，坚持挺拔主业，加快出版融合，积极培育壮大新增长极，生产经营呈现出“稳健发展、提质增效、创新变革”良好态势。全年实现营业收入111.93亿元，利润总额13.55亿元，同比增长6.86%。受所得税优惠政策导致的递延、冲回影响，归母净利润10.83亿元，同比下降28.26%。年末总资产217.64亿元，净资产136.96亿元，实现平稳发展。 二、问答环节 Q1：关注到公司2024年度关于分红有很多举措，今后的分红预期是否会有所提升？ 答：浙版传媒本次同步披露的分红事项涵盖了2024年度分红方案、2025年中期分红授权及未来三年股东回报规划三方面举措。在新“国九条”政策引导下，公司积极响应资本市场强化投资者回报的监管导向，计划未来三年在符合现金分红条件时，每年现金分红比例不低于归母净利润的50%，这一比例显著高于监管部门规定的基准要求。公司未来分红规划既符合“成熟期企业提高分红”的趋势，也通过建立中期分红机制增强了回报的持续性与可预期性。考虑国有文化企业经营特殊性，公司分红方案在保障重大文化产业

	项目投入的同时，通过优化资金结构实现发展动能与股东回报的平衡。未来公司将积极履行规划，以常态化分红机制持续提升投资者获得感。 Q2：公司本期盈利水平如何？ 答：全年实现营业收入111.93亿元，利润总额13.55亿元，同比增长6.86%。 Q3：公司上市以来营收、利润持续提升，2024年开始利润下滑，是什么原因？ 答：公司2024年利润总额实际同比增长6.86%至13.55亿元，净利润同比下降28.26%主要系所得税政策导致的递延、冲回一次性调整，属于非经营性会计处理影响。若剔除该特殊因素，公司主营业务利润仍保持增长态势，经营质量稳健。 Q4：公司一般性图书中有发展优势的垂类方向有哪些？2024年一般图书业绩表现如何？ 答：公司在主题出版、地方文化遗产与大众畅销书领域具备差异化优势。2024年大众图书表现尤为突出，《国之脊梁：中国院士的科学人生百年》发行量突破230万册，创下1.5亿元销售码洋，连续占据全国少儿畅销书榜首；经典文学《人间清醒》与科普读物《芯片战争》实现高频重印，沈石溪系列作品累计码洋超过14亿元，网络文学《剑来》系列则形成亿元级产品线。公司全年图书零售实洋市场占有率为2.79%，稳居全国出版同业第五位。公司将持续深耕优势垂类，强化精品内容生产与全媒体运营能力，推动一般图书业务高质量发展。 Q5：当前教材教辅行业发展趋势及公司该项业务的情况如何？2024年教材改版对定价及利润率是否有影响？教辅自查政策下市场份额是否有所变化？ 答：2024年，公司教材教辅业务保持稳健发展，在教材改版背景下通过产品升级带动毛利率改善；面对教辅自查政策，公司强化内容质量管控，核心教辅产品市场份额保持稳定。具体来看，2024年教材教辅业务实现营收12.56亿元，同比增长18.20%。公司将持续以高质量的内容品质和高效的运营体系确保教材教辅出版发行工作的顺利进行。 Q6：少儿图书在一般图书中是占比最高的板块，面对少儿图书市场码洋下降趋势及儿童文学占比持续缩减的挑战，公司如何调整产品结构以应对细分赛道需求？
--	---

	答：面对少儿图书市场结构性调整，公司以“内容升级+渠道革新+数智赋能”重塑竞争优势，推动产品结构从儿童文学主导向“文学+科普+低幼绘本”三足鼎立转型，通过科普IP及原创绘本系列开拓新赛道；强化爆品孵化能力，依托新媒体营销矩阵打造《国之脊梁》等现象级出版物；深化数字融合转型，构建“浙少分级阅读馆”小程序同步拓展项目数字生态。2024年，旗下浙少社细分市场实洋占有率回升至行业第七，未来公司将持续通过产品结构优化、营销模式创新、数字生态构建等方式实现在少儿出版领域的领先优势。 Q7：数字化转型已经成为出版行业的大趋势,公司在数字化转型方面采取了哪些举措？能否介绍一下未来的发展方向？ 答：关于数字化转型战略，公司主要从三个维度推进：在业务模式上，构建“内容+技术+平台”融合生态体系；在产品创新上，打造覆盖教育、知识服务、数字娱乐的多元产品矩阵；在技术应用上，持续探索AI、大数据等新技术与出版业务的深度融合。公司将重点聚焦深化教育数字化平台建设，完善数字内容产业链布局，培育基于新技术的创新业态三大方向，通过持续强化数字内容生产能力和技术赋能水平，推动传统出版向现代知识服务转型。 Q8：2025年浙江省学龄人口结构变化趋势及其对教材教辅市场需求的影响如何？ 答：根据公开教育统计数据显示，浙江省学龄人口结构正经历阶段性调整，未来几年小学阶段生源将逐步回落，而初高中阶段仍将保持稳定增长。针对这一趋势，公司已开展动态监测，通过优化产品结构，重点布局初高中教辅市场；加强数字化产品研发，开发适应不同学段的智能教辅解决方案；深化渠道建设，精准匹配区域市场需求变化等策略积极应对。公司将充分发挥内容研发和渠道优势，持续提升教材教辅业务的市场竞争力。 Q9：公司如何看待短视频渠道大幅度折扣问题？ 答：短视频渠道超低折扣引发的价格战已成为出版行业共性挑战。公司基于自身优势着重强化专业出版领域优势，通过聚集头部作者资源与开发特色产品线构筑内容壁垒；构建短视频场景化精准流量传播体系，着力提升产品市场穿透力；依托IP多形态运营，开辟知识服务等非价格敏感渠道。公司将持续优化渠道结构，通过差异化的内容价值输出与线上线下协同发展，维护健康产业生态。 Q10：行业以后的发展前景怎样？
--	---

	答：出版行业未来将呈现技术驱动与市场分化并行的趋势。“出版+人工智能”正在不断突破传统出版想象，推动出版业探索从“纸数相融”到生态共建的深度融合，打破出版的单一形态与单向关系，实现螺旋式上升的产业循环。AI技术将深度渗透内容生产、发行全流程，将通过垂类模型开发、按需印刷等技术降本增效。未来行业将进入从规模扩张转到价值创造的转型期。 Q11：公司在新质生产力方面是否有所布局？对外投资规划情况如何？ 答：公司围绕三个战略维度布局新质生产力发展。在技术创新层面，重点推进人工智能、大数据等前沿技术与出版全产业链的深度融合；在产业升级层面，通过智能制造改造传统业务，加快数字文化产业园等新型基础设施的建设；在资本运作层面，接续开展浙江数字出版基金投资，战略性投资未来产业优质项目，推动出版业的数字化转型，增强公司在数字时代的核心竞争力。
附件清单 (如有)	无
记录人	刘子婧
日期	2025年5月28日