

证券代码：300459

证券简称：金科文化

## 浙江金科文化产业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-008

|               |   |
|---------------|---|
| 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input type="checkbox"/> 其他 |
| 参与单位名称及人员姓名   | 公司投资者   |
| 时间            | 2019年5月15日下午15:00至17:00   |
| 地点            | 约调研网络平台   |
| 上市公司接待人员姓名    | 公司总经理 王健<br>董事会秘书 张维璋<br>财务总监 秦海娟<br>独立董事 蔡海静<br>保荐代表人 朱翔坚  |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 公司采用网络远程的方式举行了 <b>2018年度网上业绩说明会</b> ，具体见附件。   |
| 附件清单(如有)      | 无   |
| 日期            | 2019年5月15日  |

附：投资者关系活动主要内容介绍

**Q1：公司 IP 大电影进展情况如何？**

答：2018 年 10 月，Outfit7 通过其官方网站宣布了“会说话的汤姆猫家族”IP 大电影计划，IP 大电影的故事内容仍将延续汤姆猫及他的朋友们之间关于冒险、友谊、欢乐的主题，是一部合家欢式的电影。公司正积极开展《会说话的汤姆猫家族》电影前期相关工作，目前已与《刺客信条》制作人 Jean-Julien Baronne 达成合作。后续相关进展，敬请关注公司官网相关信息。谢谢！

**Q2：汤姆猫是不是过时了，感觉周围都没什么人在用这个产品，客户群体是哪些？公司有没有想过开发其他产品？**

答：公司自 2010 年推出《会说话的汤姆猫》等第一代产品后，“会说话的汤姆猫家族”迅速跻身全球超级 IP 之列，截至目前公司已陆续开发和运营了超过 20 款休闲移动应用，全球累计下载量超过 95 亿次，月活跃用户数超过 3.5 亿人次，庞大的活跃用户基数已持续超过 9 年，IP 系列移动应用也因此成为全球最大的移动互联网流量平台之一。

公司系列移动应用覆盖多个年龄阶段，尤其是亲子用户群体。

同时，关于移动应用，公司以“会说话的汤姆猫家族”IP 为核心，持续在研发新产品，比如 2018 年，公司新发行了《汤姆猫战营》、《汤姆猫摩托艇 2》、《安吉拉时尚泡泡》、《汤姆猫弹弹乐》、《汤姆猫叠叠糕》、《汤姆猫快跑》、《我的汤姆猫 2》、《果冻爆爆乐》等多款移动应用，应用一经推出，即在全球多个国家和地区应用排行榜名列前茅，其中，2018 年 11 月上线的新产品《我的汤姆猫 2》成功拿下全球 100 余个国家及地区的角色扮演类手游榜单第一，再次体现了“会说话的汤姆猫家族”IP 强大的号召力，并为公司贡献了新的收入增长。谢谢！

**Q3：公司去年净利 8 个多亿，在这样的市场行情下算是比较优秀的了，去年有商誉减值吗？**

答：公司旗下各子公司业务发展良好，2018 年的业绩承诺均顺利完成。公司按照相关规则进行了商誉减值测试，并聘请了外部专家银信评估对商誉的减值进行测试。会计师及其另行聘请的外部机构坤元评估对公司聘请外部评估机构的商誉减值测试进行复核。根据银信资产评估有限公司出具的各商誉所在资产组的可回收价值的评估报告，O7\_INV 公司、杭州哲信公司、每日给力公司和湖州吉昌公司预计未来现金流量的现值的价值分别为 840,400.00 万元、384,060.00 万元、36,650.00 万元和 41,650.00 万元，未出现减值。谢谢！

**Q4：请介绍下公司与阿里的合作内容及合作进展情况？**

答：2018 年 8 月，公司与阿里巴巴授权宝公司签订了关于 Talking Tom 系列 IP 的综合开发战略合作协议，双方就中国大陆、香港、澳门以及台湾地区的 IP 综合开发达成战略合作，以 Talking Tom 系列 IP 为切入点，共同推进包括衍生品授权产品开发、营销授权、空间授权和广告植入等在内的业务发展。协议签订后，双方之间随即积极开展了“共创、共建”。目前已有部分 IP 授权衍生品在电商渠道上线销售。未来公司仍将重点增加商品 SKU，推出更多品类的 IP 衍生产品。谢谢！

**Q5：公司去年开业的两家亲子乐园的运营情况如何？**

答：基于“会说话的汤姆猫家族”IP 的两家亲子乐园自 2018 年 10 月开业至 12 月底，累计接待超过 15,000 组家庭游玩，累计有效会员超过 4,500 人，组织各类主题活动 300 余场，从网上用户点评以及用户的随访调查来看，用户对两家乐园的好评不断，已成为 IP 线下粉丝运营的有效载体和有力抓手。未来还将有更多的线下亲子乐园落地。谢谢！

**Q6：公司广告业务营业收入同比增长 676%，业绩非常亮眼，公司未来会着重发展这一业务吗？**

答：大数据广告分发业务是公司营业收入的重要来源。2018 年，得益于公司移动互联网应用广泛的用户基础，公司建立了以大数据为基础、以用户行为为导向的精细化的广告投放策略，基于自行研发的演进的机器学习算法，将收集到的相关运营数据进行精准分析和比对，优化营销渠道，及时调整市场推广工作，为运营和市场决策提供支持，通过大数据分析用户的特征和偏好，实现精准的广告投放。同时公司根据广告主的营销需求，个性化地提供不同的广告形式，并向移动应用用户进行投放。

公司通过与 App Store、Facebook 和 Google play 等平台进行运营合作，与数十家营销服务商进行对接合作，包括 Applovin、Google、Twitter、Smaato 等知名广告服务商，通过对接该等广告服务商，获取大量广告主的营销需求，并将该等广告向移动应用用户进行推送展示（展示方式包括插页、横幅、奖励视频、视频广告、应用墙等多种形式），进而向营销服务商收取广告展示服务费，获取应用内广告分发收入。在实际开展移动广告业务过程中公司自建了广告控制平台 Mediation，对营销服务商的广告需求进行动态的流量调节，通过该控制平台，公司可根据当下情况实时动态地选择推送和展示费率较高的营销广告，并对不同用户推送的广告内容进行筛选，以最大化保证公司应用产品中广告的填充效率和广告服务费。用户在体验公司应用产品的过程中，可通过观看广告、点击广告链接、进行小游戏等获得额外的虚拟道具奖励或效果加成，公司根据广告展示等情况获得广告分成收入。

综上，公司在该业务领域已经形成了较高的壁垒和竞争优势。未来这一业务领域将是上市公司重点发展的业务。谢谢！

### **Q7：贸易战对公司的境外业务会有影响吗？**

答：1、从产品出口贸易角度来说，公司化工业务出口的主要市场不在美国，占比非常非常小，因此中美贸易摩擦对公司化工产品出口业务的影响较小。2、公司汤姆猫相关应用产品的运营主体 Outfit7 为注册在英国并全球化经营的公司，贸易摩擦对其正常业务开展没有影响。3、公司目前超过 50%的收入来自海

外，且大部分为美元等外币结算，近期的人民币贬值或将给公司带来一定的汇兑收益。谢谢！

**Q8：公司在缩减精细化工新材料业务吗？未来的发展方向是双主业并驱还是向文化板块转移？**

答：公司精细化工新材料业务发展稳健，各项生产经营稳定，是上市公司核心业务的重要组成部分。公司未来将遵循优化公司资源配置的原则，进一步改善公司现有业务布局、优化资产结构、聚焦核心业务、提升公司中长期盈利能力。谢谢！

**Q9：我看公司去年研发投入很多，今年是什么样的计划？还有，文化板块最重要的是人，公司有怎样的措施保证人才不流失？**

答：公司的快速发展，离不开持续不断的研发投入，以保证持续的产出高质量符合用户需求的文化内容产品，2019 年度，公司仍将围绕“会说话的汤姆猫家族”IP 为中心点，目前在研发中的主要移动应用产品包括《汤姆猫英雄跑酷》、《汤姆猫水球大战》、《汤姆猫飞车》、《汤姆猫救援行动》等。其中，《汤姆猫英雄跑酷》是一款基于英雄主题的跑酷类游戏，《汤姆猫水球大战》是一款休闲对战游戏，以上两款游戏预计将于本年度第二季发行；《汤姆猫飞车》是一款融合 IP 角色、形象等内容的赛车类游戏，预计将在第三季度发行；而《汤姆猫救援行动》是一款以弹射为核心玩法的消除类游戏，预计将在第四季度发行。上述 IP 系列移动应用均在有序研发中。

公司对于专业人才的培养和挖掘工作极其重视，搭建了平台化的人才管理机制，通过多种方式激励优秀员工，同时给予其更大的研发空间和创作自由度。公司通过与核心人员签订协议及创造良好的工作环境、创建良好企业文化的方式来保持核心技术和管理人员的稳定。谢谢！

**Q10: 会说话的汤姆猫 IP 除与阿里进行合作之外，还与哪些品牌开展了合作？**

答：除与阿里旗下优质品牌商家开展 IP 授权业务之外，公司“会说话的汤姆猫家族”IP 先后与麦当劳、浦发银行、网易代理的全球知名 IP 游戏《我的世界》、腾讯旗下儿童内容平台企鹅童话、国内影响力最大的青少年编程教育平台编程猫等多个知名品牌开展了跨界合作。谢谢！

**Q11: 汤姆猫乐园在海外是否有布局计划，目前进展情况如何？**

答：公司目前除大力推进国内汤姆猫乐园计划之外，也在积极布局东南亚、欧美等海外的乐园业务。其中，由公司进行形象授权、塞浦路斯自然人 Savvas Hadjimina 先生发起设立的 COLDSKY S.H. LTD 正在积极推进“汤姆猫”神话主题乐园建设。该乐园选址在波利斯镇 Latchi 地区附近，靠近港口和海滩 800 米。项目一期占地 22000 平方米，并已另外购买 20000 平方米的相邻地块，将来作为主题乐园的扩建部分的潜在开发和利用。项目已完成前期土地勘探和前期设计，近期将开始动土施工建设，预计将于 2020 年年初建成，于 2020 年的旅游旺季对外开放营业。项目建成后，将成为当地旅游的“打卡圣地”。该项目作为塞浦路斯的国家发展策略而引进的一个非护照项目，获得了塞浦路斯执政党主席、财政部部长、旅游部副部长和当地政府部门的大力支持，并提供配套的市政建设。感谢您的关注！

**Q12: 请问公司利润分配什么时候完成？**

答：公司每 10 股转增 8 股并派发现金红利的利润分配方案，将在年度股东大会审议通过后尽快实施。谢谢！

**Q13: 王总您好！您能回答一下公司最近会上线哪些新产品？以及汤姆猫英雄跑酷的测试数据披露？**

答：公司最近拟上线的产品主要包括《汤姆猫英雄跑酷》和《汤姆猫飞车》。《汤姆猫英雄跑酷》目前已在海外多个国家上线测试，数据表现优异，次日留存近 45%，是一款与汤姆猫跑酷同等级别的产品，预计 6 月初全球正式上线发行。此外，《汤姆猫飞车》也将于近期上线进行发行测试。谢谢！

**Q14: 想问公司的两大业务板块移动互联网文化产业与精细化工新材料业务之间有没有协同效应？**

答：1、从行业配置而言，公司移动互联网文化产业和精细化工新材料业务之间的不同行业周期，可以增强上市公司的抗风险能力；2、公司精细化工新材料业务市场主要在国外，下游客户包括宝洁、联合利华、利洁时等世界知名日化品牌商，属于快速消费品行业，这为公司打开国际视野、谋求全球化经营、切入快速消费品领域奠定了一定的基础。3、从具体的产品形态上来说，公司结合汤姆猫系列知名 IP 和优质的精细化工新材料开发的用于儿童洗涤的洗涤用品，推出市场以来深受用户喜爱。谢谢！

**Q15: 关于汤姆猫亲子乐园，想问盈利情况如何？公司 19 年预计再新增几家线下亲子乐园？亲子乐园在选址上主要有哪些考虑？**

答：基于“会说话的汤姆猫家族”IP 的两家亲子乐园自 2018 年 10 月开业至 2018 年 12 月底，累计接待超过 15,000 组家庭游玩，累计有效会员超过 4,500 人，组织各类主题活动 300 余场，从网上用户点评以及用户的随访调查来看，用户对两家乐园的好评不断，已成为 IP 线下粉丝运营的有效载体和有力抓手。单店盈利财务模型不断优化，体现了较强的获客能力和盈利能力。就国内而言，公司正在杭州、上海等城市积极进行亲子乐园的选址工作，大力推进“三年百店”计划，2019 年将有更多的线下亲子乐园店落地和大家见面。目前，公司已与龙湖商业等就后续项目拓展签订了合作协议。公司将根据线上 IP 粉丝及用户分布同时结合当地的市场环境等因素进行选址。谢谢！

**Q16: 影视行业这几年比较难熬，想问公司对大电影计划持什么态度？汤姆猫的电影预计什么时候可以上映？**

答：我们关注到影视行业的存在一定的分化趋势。一方面部分影视项目推进困难，但另一方面以好莱坞等为代表的大电影大行其道，取得口碑和票房的双丰收。公司子公司 Outfit7 于去年 10 月份宣布了好莱坞 IP 大电影计划，IP 大电影将作为线上优质内容创作与传播的有效手段，将有助于公司的 IP 品牌宣传与推广。公司大电影目前正在开展前期工作，初步预计将在 2020 年底或 2021 年初在大荧屏和大家见面。后续相关进展，敬请关注公司官网相关信息。谢谢！

**Q17: 江苏金科日化项目现在进展怎么样了？**

答：公司投资的江苏金科日化“年产 15 万吨包裹型无磷过碳酸钠循环经济”项目属循环经济项目，采用自主的最新生产工艺，依托镇江新区交通区位优势和良好的产业配套，进一步打造低碳、环保、循环的绿色发展新模式。目前，该项目各项前期工作进展顺利，2019 年 3 月 30 日，江苏金科日化项目在江苏镇江新区奠基动工，标志着项目全面进入工程建设阶段。谢谢！

**Q18: 公司 SPC 出口销售占比较高，想问贸易战对公司精细化工业务具体有何影响？**

答：公司化工业务出口的主要市场不在美国，因此中美贸易摩擦对公司影响较小。谢谢！

**Q19: 感觉到公司认真的态度了，业绩也不错，祝愿公司越来越好。**

答：感谢您的关注，也祝您投资顺利。谢谢！

**Q20: 王总您好，请介绍下公司 2019 年的动漫影视业务进展及相关规划，谢谢！**



答：公司一方面将持续推进动漫影视作品的制作与开发，争取每年开发两个系列周播优质动画片及便于快速传播的短视频内容。今年4月份，公司制作的《汤姆猫英雄小队》短片系列全新登陆 YouTube 平台，该系列短片不仅延续了以往“会说话的汤姆猫家族”动漫影视系列的友谊、欢乐主题，汤姆猫和他的朋友们安吉拉、汉克狗、狗狗本、金杰猫还将拥有各自独特的超能力，共同肩负着保护城市、保护自然以及对抗坏人的使命。另一方面，公司将积极拓展动漫影视作品在 IPTV（网络电视）等渠道的授权业务，覆盖更多用户和粉丝，进一步提升 IP 知名度。谢谢！

**Q21: 请问下董秘，《我的汤姆猫 2》2019 年的表现情况如何？**

答：公司 2018 年 11 月上线的新产品《我的汤姆猫 2》一经上线，成功拿下全球 100 余个国家及地区的角色扮演类手游榜单第一。根据 Sensor Tower 数据统计，2019 年一季度，《我的汤姆猫 2》下载量位列全球手游榜单第 5 位。谢谢！

**Q22: 盐城化工厂爆炸事件之后，政府对环保检查更严格，咱们公司有没有受到什么影响？**

答：公司历来重视安全环保相关工作，在前期进行了大量的投入，形成了较高的安全环保壁垒。盐城相关事件发生后，政府相关部门加强了对相关安全环保的监管力度，这有利于公司进一步发挥既已形成的安全环保壁垒优势。随着行业的进一步规范，公司对下游客户的议价能力进一步增强。谢谢！

**Q23: 想问一下领导，移动应用的直接类客户与代理类客户在毛利上差别大吗？另外不同计费模式下的毛利？**

答：您好！公司目前移动互联网广告业务主要对接 Applovin、Google、Twitter、Smaato 等知名广告服务商，因此代理类客户占较大比例，同时，公司互联网广告的主要结算方式为 CPM（按展示付费广告），不同的广告客户类型和计费模式的结算条款有所差异，毛利率也不相同。谢谢！

**Q24: 公司与谷歌、Facebook 等企业的业务是如何开展的？**

答：公司通过与 App Store、Facebook 和 Google play 等平台进行运营合作，与数十家营销服务商进行对接合作，包括 Applovin、Google、Twitter、Smaato 等知名广告服务商，通过对接该等广告服务商，获取大量广告主的营销需求，并将该等广告向移动应用用户进行推送展示（展示方式包括插页、横幅、奖励视频、视频广告、应用墙等多种形式），进而向营销服务商收取广告展示服务费，获取应用内广告分发收入。在实际开展移动广告业务过程中公司自建了广告控制平台 Mediation，对营销服务商的广告需求进行动态的流量调节，通过该控制平台，公司可根据当下情况实时动态地选择推送和展示费率较高的营销广告，并对不同用户推送的广告内容进行筛选，以最大化保证公司应用产品中广告的填充效率和广告服务费。谢谢！

**Q25: 王健总，下午好，可否介绍下公司 2019 年的发展计划？**

答：2019 年，公司将进一步落实将公司打造成世界知名全栖 IP 生态运营商的战略规划，以“会说话的汤姆猫家族”IP 为中心点，线上通过移动互联网应用、动画等 IP 内容制作发行，提升用户流量，实现广告和游戏变现；线下通过与阿里巴巴公司的战略合作，授权众多优质品牌厂商，生产出各种类型的汤姆猫 IP 衍生品系列，通过电子商务和汤姆猫乐园、专卖店等渠道，触达用户，实现 IP 的落地和深入变现。谢谢！

**Q26: 领导您好！去年精细化工行业营收占比较低，SPC 系列毛利也在下降，想问公司今后会坚持两类业务的同步发展吗？**

答：公司精细化工新材料业务的收入增长主要是受限于产能的满负荷运作，毛利的波动主要受原材料成本波动的影响。公司未来将遵循优化公司资源配置的原则，进一步改善公司现有业务布局、优化资产结构、聚焦核心业务、提升公司中长期盈利能力。谢谢！

**Q27: 董秘下午好！请问公司衍生品是否有分销合伙人计划？如何加入？**

答：感谢您的关注。公司鼓励、支持更多的汤姆猫粉丝、用户参与到汤姆猫衍生品的销售队伍当中，与自己的亲友共同分享，陪伴汤姆猫共同成长。相关合伙人计划，您可以微信点击以下链接进一步了解：

[https://shop41719900.youzan.com/wscshop/showcase/feature?alias=QapYMnn1Sv&amp;banner\\_id=f.77983472~image\\_ad.5~2~8sdVNMcp&amp;index=1&amp;ref=1557887397407\\_1557887431304&amp;spm=f.77983472\\_g.451409786\\_f.77983472&amp;sf=wx\\_tl&amp;sl=55QY9F](https://shop41719900.youzan.com/wscshop/showcase/feature?alias=QapYMnn1Sv&amp;banner_id=f.77983472~image_ad.5~2~8sdVNMcp&amp;index=1&amp;ref=1557887397407_1557887431304&amp;spm=f.77983472_g.451409786_f.77983472&amp;sf=wx_tl&amp;sl=55QY9F)。谢谢！

**Q28: 王健总，下午好。国内游戏厂商都在大力推进游戏出海，与国内游戏厂商相比，有哪些竞争优势？**

答：在国产游戏“出海”热潮中，公司作为流量输出方，拥有全球知名的品牌优势、庞大的海外用户数量及成熟的大数据广告分发业务，公司可帮助众多国内企业实现产品推广，有效推动中国优秀作品的传播。谢谢！

**Q29: 董秘您好，最新行业研究数据显示，短视频业务增长势头非常迅猛，请问公司是否有相关业务布局？**

答：公司积极围绕“会说话的汤姆猫家族”这一核心 IP 进行线上线下业务布局。短视频是公司 IP 运营和到达用户的有效载体和方式。公司已在抖音等相关短视频平台开立官方号，相关视频内容深受用户喜爱。同时，公司也是抖音的顶级广告代理商。相关抖音号的运营情况，您可以通过抖音 APP 搜索抖音号“193124736”进一步了解。谢谢！

**Q30: 王总你好，请问公司游戏产品用户主要分布在哪些国家？**

答：公司主要终端用户覆盖欧盟、美国、中国、俄罗斯、巴西、印度、非洲等全球主要国家和地区。近两年，欧美国家作为“会说话的汤姆猫家族”IP 移

动应用的成熟市场，用户数量及收入持续保持了稳定的局面；同时，基于中国安卓渠道的贡献，中国用户数量实现了快速增长；另外，伴随着智能终端及移动互联网应用的普及，印度、俄罗斯、巴西、印度尼西亚等国家和地区的用户数量增长迅速，根据 App Annie 的数据统计，2018 年印度 iOS 与 Google Play 游戏综合下载量排名中，Outfit7 位居第一；在巴西、阿根廷、俄罗斯和墨西哥 2018 年游戏综合下载量榜单中，Outfit7 分别排名第二和第三，并跻身瑞典、土耳其、马来西亚、印尼、泰国、越南等国家下载量 TOP10 榜单。谢谢！

**Q31: 去年境外业务有较大幅度的增长，相比而言毛利率比境内也高出很多，想问今后在境内外业务上将如何协调比例？**

答：公司境外业务的大幅增长，主要是因为 2018 年并表 Outfit7 的原因。由于 Outfit7 具有非常强的盈利能力，整体毛利率高于境内其他业务。目前，我们已经全面具备全球化运营线上业务的能力。未来，公司将进一步增强境内外的资源优化匹配和业务协同，充分发挥境内和境外各自的业务优势、取长补短，持续提升上市公司整体的盈利能力。感谢您的关注！

**Q32: 公司去年银行借款增加这么多，期限上是怎么匹配的？借款用处集中吗？主要用于什么项目？**

答：银行借款增加主要是公司承债式收购 Outfit7 公司带进来的负债和相关融资安排。融资期限为 5 年。公司正常生产经营的现金流足以覆盖上述还本付息的安排。感谢您的关注！

**Q33: 吉林紫瑞的含硫废液焚烧制酸联合装置项目进展怎么样了，预计什么时候建设完成？**

答：公司控股子公司与吉林北方化学工业有限公司等共同投资的吉林紫瑞新材料有限公司“年产 1 万吨二-乙基蒽醌及年产 10.8 万吨含硫废液焚烧制酸联合

装置”项目已正式开工建设，力争尽快建成达产。项目建成投产后，在二-乙基蒽醌领域全球市占率将进一步提升。谢谢！

**Q34：金科文化这几年并购不断，并购后的整合和管理有压力吗？**

答：“行百里者半九十”，公司认为基于战略需要的并购交易的顺利完成仅仅是一个良好的开端。一个优秀的并购应该不仅要“买得起”、“收得进”，还应该要“管得好”。公司并购后在运营管理上，为进一步整合上市公司内部资源，发挥集团化经营优势，公司调整优化了公司内部组织架构，有针对性地解决目前管理工作存在的问题和薄弱环节，使得公司组织架构与管理工作能够适应国际化运作，实现大战略指导下的一体化经营。以上管理优化整合实施以来，公司在移动互联网应用的研发、发行运营及 IP 拓展领域的协同效应已明显显现，为公司持续的全球化经营和不断提升盈利能力打下了基础。感谢您的关注！