

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：2018-010

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"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中信证券-王冠然、东吴证券-王建会、民生证券-史家欢 柳茵、汇利资产-朱子郢、先文基金-李俊霖、晖鸿投资-滕尧、顾家投资-吴留欢 桑睿、东方嘉富资产-杨龔 金文宓、俾斯麦资本-万佳海
时间	2018年9月7日
地点	浙江金科文化产业股份有限公司
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 张维璋 投资者关系经理 张平
投资者关系活动主要内容介绍	公司应投资者要求介绍了公司经营及业务开展情况,并就调研机构关心的问题进行了问答交流,具体见附件。
附件清单(如有)	无
日期	2018年9月7日

## 附：投资者关系活动主要内容介绍

公司介绍了以“会说话的汤姆猫家族”IP 为主的互联网文化产业业务推进情况，具体如下：

公司完成对 Outfit7 公司 100% 股权收购，核心竞争力进一步提升，并通过对内部资源、业务的协同整合，公司移动互联网文化产业业务形成线上业务和线下业务的有效互动，进一步完善了基于“会说话的汤姆猫家族”IP 的移动应用产品研发及发行、智能广告、衍生品、儿童教育、主题乐园、动漫影视等互联网文化产业生态布局。2018 年上半年，移动互联网文化行业取得收入 10.27 亿，同比增长 239.75%。其中，移动应用发行收入 3.53 亿，同步增长 72.80%；广告收入 4.78 亿，同步增长 1715.07%；IP 授权等衍生收入 1.72 亿，同步增长 140.18%。

公司主打产品“会说话的汤姆猫家族”，已积累庞大的产品用户资源，被评为有史以来最受欢迎的 Google Play 应用之一。年初以来，我们新发行了战斗策略类产品《汤姆猫战营》、运动竞赛类产品《汤姆猫摩托艇 2》、休闲益智类产品《汤姆猫叠叠糕》，几款移动应用上线以后，在各国各地区应用排行榜名列前茅，体现了良好的产品“打榜”能力，收获了大量忠实用户。

目前公司各主要产品 MAU 维持在较高水平，吸引了大量的广告营销投放需求。线上移动应用发行与广告业务发展态势良好。除上述“基本盘”外，以下业务的布局是公司着力打造的第二增长曲线：

1、IP 衍生业务。基于公司拥有的 Talking Tom 系列 IP 的巨大影响力和庞大的线上流量，公司与阿里巴巴授权宝（阿里鱼）达成深度战略合作，公司将结合阿里巴巴授权宝及其关联方拥有的各类媒体、平台、线上线下商业场所以及其他连锁业态等淘系资源及其强大的衍生品销售和商业营销能力，通过优势互补与合作，实现协同发展。

众所周知，阿里拥有数十万的优选精选品牌商家，通过与阿里授权宝的合作，公司可以迅速覆盖这些优质品牌商，让“会说话的汤姆猫家族”IP 更加贴近优质品牌商家，快速扩大优质 IP 衍生品品类，丰富 IP 消费场景；阿里拥有数亿的活跃买家，以及覆盖线上线下的连锁业态和新零售体系，“会说话的汤姆猫家族”IP 及其衍生产品可以直达这些买家，更贴近消费者；阿里体系化的交易管理、

销售追踪、大数据分析与匹配、线上线下渠道以及供应链管理，都将为 IP 衍生和销售业务赋能。

2、动漫影视。此前，Outfit7 已根据 IP “会说话的汤姆猫家族”制作了多款动画影视产品，该等影视产品在包括优酷、YouTube 等视频平台播放。通过汤姆猫系列的动画影视产品，进一步推广吸引了用户下载和体验其开发运营的移动应用产品。公司 6 月份上线了《会说话的汤姆猫家族第二季》动画片，以更加丰富的剧情和生活化场景将汤姆猫家族展现在大家眼前，其中，国内在优酷视频上线以来，视频累计播放量超过 1 亿次，再次体现了“超级 IP”的号召力。

3、家庭教育产品。公司基于寓教于乐的“会说话的汤姆猫家族”IP，通过线上移动应用内场景，线上线下兴趣课程等进行亲子互动，建立一种新型的亲子互动教育方式，推动科技互联网与家庭教育的有效融合。上半年，公司通过加强内部业务协作，开发了线上有声和线下纸质儿童绘本，在绘本中融入常识获取、知识学习、语言环境、习惯养成、国际视野等，帮助孩童形成初步的世界观、人生观与价值观，与学校教育形成良好互补。

此外，公司也与腾讯旗下儿童内容平台企鹅童话达成深度合作，共同开发数字音频故事与数字绘本等产品。目前已有多款产品上线。

4、汤姆猫乐园与汤姆猫之家。公司汤姆猫主题乐园开发目前主要为中小型室内主题乐园，主要为与汤姆猫 IP 相结合的线下娱乐设施，以线下情景化再现线上产品，同时作为衍生产品的渠道和家庭娱乐、亲子互动的乐园。公司着力将汤姆猫乐园和汤姆猫之家打造成儿童娱乐教育、衍生品销售和亲子互动社交的场景体验式综合体。

目前公司第一家汤姆猫乐园(中庭店)已在绍兴市上虞区城北时代潮城开业，开业以来好评不断。

相关问答情况如下：

**Q1：请具体介绍公司与阿里之间的合作模式，公司的天猫旗舰店是不是未来主要销售渠道？**

答：和阿里的合作主要在衍生商品开发授权、营销授权与空间授权合作。阿里本身的数据分析体系可以在 SKU、供应链管理以及品牌管理上提供给公司非常多的帮助，同时也对接了穹顶资源，阿里平台上的商户做授权更加的便捷。

汤姆猫系列移动应用产品拥有超 85 亿的全球下载量，汤姆猫系列动画全球播放量累计超过 230 亿次，其中中国区播放量累计超 100 亿次，会说话的汤姆猫系列 IP 多年形成的强大的家庭粉丝群体是当前电商核心消费用户。母婴产品、家庭产品、亲子教育产品等领域的变现潜力非常大。未来在这些领域的 IP 衍生产品将越来越多，消费场景越来越丰富。和阿里合作会让汤姆猫 IP 的授权效率更高、更加精准，公司接下来将积极推进阿里联合招商等事项，加速业务落地。这将是公司未来的一个新的利润增长点。

汤姆猫 IP 衍生品是公司互联网文化产业生态链的一个重要环节，同时也是线下业务落地的一个重要战略方面。公司目前在天猫的旗舰店主要用于展示已开发的衍生品，更多的是品牌展示，不是以做销售额为主。公司衍生品是以授权开发为主，被授权的优质品牌商户均有成熟的供应、制造、物流和销售体系。此外，乐园、快闪店、汤姆猫之家等也是衍生品的主要线下的销售渠道。

**Q2: 可否介绍下公司与上海 Candy Lab 具体合作情况及效果。**

答：结合公司线上产品《Talking Tom candy run》的成功发行，Outfit7 主导与世界知名网红糖果店 Dylan's Candy Bar（由举世闻名的时装设计师 Ralph Lauren 之女 Dylan Lauren 创立）展开合作，其首秀在洛杉矶反响非常好。而此次与上海正大广场 Candy Lab 的合作是由国内团队策划，同时也是汤姆猫 IP 结合快闪店的一次试水。从数据反馈上，对该店的客流量及营业额提升非常明显。基于此次合作的良好效果，后续公司将在其它城市进行推广，进一步提升汤姆猫 IP 品牌形象影响力。

**Q3: 公司汤姆猫系列主要移动应用的活跃用户及广告客单价现在是一个怎样的情况？**

2018年H1公司汤姆猫系列移动应用的MAU平均较去年同期增长约25%，其中国内安卓端对应去年增长较快，国内业务协同效果明显，目前安卓渠道平均月活保持在7000万以上。同时单用户的广告平均收入较上年同期增长约8%。不论从活跃用户数来看，还是用户收入数据来看，业务数据表现非常良好。

公司产品寓教于乐的定位、全球化市场运营、以及产品精品化的超长运营周期等特征，使公司受国内版号等总量控制影响有限，但国内版号限制因素导致国内移动互联网产品竞相出海，预计未来海外广告ARPU值还会持续上涨。公司作为流量输出方，并拥有庞大的海外用户数，将从中获益。

**Q4: 可否介绍下公司目前管理团队的分工情况及子公司 Outfit7 的管理团队?**

答：公司目前管理团队中，朱总负责整体战略与支持，王总负责公司互联网文化产业具体业务。子公司 Outfit7 的管理团队职业化水平非常高，因创始人夫妇具有微软等知名企业的工作经验，Outfit7 已实现了业务层面、内部管理、产品研发的数字化专业化运营及全球化的人才招聘和团队管理模式。Outfit7 在巴塞罗那也已经成立新的研发中心。Outfit7 国内市场团队主要成员也都具有麦肯锡、Frost Sullivan（美港股 IPO 的主要咨询公司）等国际咨询机构的工作履历。

为保证 Outfit7 继续保持健康良好的发展，公司在保持 Outfit7 现有管理团队稳定的基础上，给予管理层充分发展空间；公司和 Outfit7 互相派驻相关管理人员，促进双方之间的沟通与交流；同时，公司根据实际情况对 Outfit7 的核心管理团队进行员工持股计划激励等。

**Q5: 可否介绍下公司与银泰、苏宁等成立的之江新实业的相关情况?**

答：之江新实业是在浙江省政府的倡导和大力支持下，由浙商总会骨干牵头响应，联合全国优秀民营企业和其他所有制形式企业，共同设立的大型实业共享平台公司，旨在充分利用政府、股东及合作伙伴之间的资源，推动股东之间的互助、共享与合作。

在当前宏观背景下，企业通过之江新实业这一平台，可有效推进股东间互助联动与资源共享，共同做大做强各自业务领域。公司将依托自身现有的全球化移动互联网大数据分析和广告分发运营能力，结合之江新实业平台规划定位与资源优势，帮助国内企业和品牌走出去，参与国际化竞争，同时也可以进一步加快公司自身业务布局，促进公司战略目标的快速实现。

**Q6: 汤姆猫乐园和汤姆猫之家的具体进展情况？**

答：汤姆猫乐园和汤姆猫之家主要进 shopping mall 里面，年内 2~3 家。合肥保利店 10 月份开业；上虞中庭店已开业，全店 9 月份试营业。上海、杭州等城市的“汤姆猫之家”也在推进。