

证券代码：833075

证券简称：柏星龙

公告编号：2024-046

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17日

活动地点：通过线上会议调研

参会单位及人员：开源证券、博时基金、交银施罗德基金、京管泰富基金、西部利得基金、中金公司、中信证券、东海证券、工银国际、东方财富证券、第一创业证券、东北证券、国投证券、中邮理财、贝寅资产管理(上海)有限公司、上海汇瑾资产管理有限公司、深圳中天汇富基金管理有限公司、果实资本、海南善择私募基金管理合伙企业(有限合伙)、上海临信资产管理有限公司、鸿运私募基金管理(海南)有限公司、巨鹿投资、龙航资产、郑州云杉投资管理有限公司、上海冰河资产管理有限公司、北京指南创业投资管理有限公司

上市公司接待人员：董事会秘书黄海英女士、证券事务代表陈诺先生

三、 投资者关系活动主要内容

问题 1：公司突破困难取得了逆势增长，公司的营收利润均实现了稳步双增，尤其是去年四季度增长较快，公司 2023 年的亮点情况以及 2024 年的展望如何？

回答：公司坚持以创意设计作为核心业务驱动力。在 2023 年，我们的创意设计和产品交付均实现了稳步提升。面对激烈的市场竞争，我们积极协助客户进行产品升级和新产品研发，尤其在文创和礼品领域取得了显著成效，不仅为客户带来增量，也成为我们业务的新增长点。此外，基于我们早期的市场开拓，随着与客户的合作关系不断加深，客户订单量持续增长。特别值得一提的是，我们的海外业务表现强劲，全年外销收入达到 17,085.37 万元，占公司总营业收入的 31.78%，同比增长 51.01%。在茶叶食品领域，我们不仅维持了与存量知名品牌的合作，还培育了一批新生品牌。

2024 年，公司也将坚持创意价值链持续延伸，进一步挖掘文创、礼品、关联产品等领域。在创意设计方面，我们认识到市场空间的广阔和潜力巨大。公司将积极拓展新的业务机会，同时不断深挖和渗透现有市场，扩大存量客户的基础。通过持续的创新和对客户需求的深入理解，使公司能够在竞争激烈的市场中保持领先地位，并为公司带来持续的增长。基于 2023 年度公司设计服务的增长，公司现有存量客户为应对竞争格局，避免品牌竞争力弱于已更新换代或开发新产品的同行，因此亟需跟进设计趋势，将产生创意设计服务需求。同时，公司品牌策略、创意设计服务在生产交付环节具有竞争优势，公司积极推动将设计订单转化生产订单。在生产交付方面，公司募投项目惠州柏星龙智能制造生产建设项目已步入装修阶段，下一步将考察引入机器设备，目前建设进度符合规划，随着未来项目建成，将开始产能爬坡释放产值。

问题 2：公司海外业务增长迅速，公司如何展望未来海外业务？

回答：公司海外业务方面主要由化妆品、奢侈品、珠宝等领域组成，客户分布欧洲、北美、中东十余个国家与地区。公司通过前期摸索开发，目前与头部品牌合作建立起良好的合作关系，包括 LVMH 集团、古驰（GUCCI）、宝格丽（Bvlgari）、格拉夫（GRAFF）、葆蝶家（BOTTEGAVENETA），同时也有两位

境外客户进入公司 2023 年度前五大客户。

公司依托强大的创意设计能力，为客户提供全方位的品牌策略、创意设计、技术研发和产品交付服务，从而帮助他们在全球市场中发掘新的产品线和拓展市场空间，也同时解决了海外客户对产品打造整合全案的需求。未来公司也将积极对海外业务开展进攻，把中国设计带上国际设计舞台，力争取得更大的增长。

问题 3：公司不同地区服务客户有所不同么？欧美主要是化妆品奢侈品，中东等拓展是哪些领域客户？

回答：在国内市场，公司不仅维持了酒类产品的业务，还扩展到了化妆品、珠宝、茶叶和食品等多个领域。而在欧洲和北美市场，公司主要服务于化妆品、奢侈品和珠宝行业的客户。中东地区业务服务产品则是香水、香薰等各种精品类产品的内外包装及关联产品。

问题 4：2023 年度公司设计服务的收入增长较快，设计服务新客户拓展情况以及客单价情况如何？设计服务中哪个下游客户领域增长速度最快？

回答：公司与新客户合作主要通过创意设计切入客户服务，目前合作与重点进攻的目标客户都是各个行业的头部品牌，且对品牌策划、创意设计、产品形象打造有强依赖需求的企业为主。2022 年度公司合作客户超 200 多家知名品牌企业，2023 年度各个领域均有开发了一些新的品牌客户，目前均在合作慢慢渗透逐步扩大业务份额。

公司的创意设计服务采取定制化项目制，根据每位客户的特定业务需求和领域进行个性化服务，且客户的发展阶段所选的服务内容也不同，公司通常提供有单款设计、单一系列、品牌全案等方案，所以服务费用有所不同，目前收费区间有几万至两百万元不等。

公司目前涉猎的客户领域中，茶叶食品领域的创意设计业务中增速最快，但该板块业务基数尚小，还在培育当中；其次设计服务费占比最大是酒类业务，目前宏观经济和消费回暖阶段，客户开发产品需求也较多，化妆品及精品产品线公司设计业务也在加大市场开拓力度。

问题 5：茶叶方面公司的发展计划？目前考察情况如何？

回答：虽然茶叶在中国有着悠久的历史，但当前茶叶行业依然面临分散度高和品牌化程度弱的挑战，因此公司也将茶叶领域作为公司业务储备发展的方向，

通过培育自有品牌，我们旨在帮助茶农和茶商突破仅销售原材料的局限，提升产品附加值，也为其提供了除了传统冲泡茶之外，开发新茶饮和茶食等多元化产品的可能性。同时随着防止过度包装的限令，茶叶包装领域也诞生摆脱公版包装、过度包装，重新打造包装的需求，为公司茶叶领域提供了业务机会。

问题 6：2023 年度公司在文创、礼品领域实现突破，公司对该领域有怎样的展望？

回答：随着生活水平的提升，消费者对精神文化产品的需求日益增长，越来越多消费者关注产品的创意设计以及背后的故事，中国传统文化、地区文旅与产品之间的价值融合，契合当代消费者的精神需求，各地不断涌现出文旅、节气、节庆主题产品，特别是在当前经济和消费、行业内卷形势，各方更需要不断创意、创新产品表现形式及形态。2023 年公司主动帮助客户打造包括茅台文旅、珍酒、今世缘、燕之屋、吴裕泰、美獭攒蛋等多款市场热销的文创产品、礼品，为客户和公司都形成了新的利润增长点。

此外，文创产品、文创礼品市场、个性化时代正在新的崛起，聚焦文化资源的开发和创意设计是做好文创产品的核心，公司通过业内领先的创意设计能力，以客户需求的产品作为切入点按照创意价值链的延申作为主要立足点，明确文化创意赋能产品，公司在文创产品、文创礼品市场未来将会具有较大的发展潜力。

问题 7：公司 2023 年末存货增长较多，具体原因是什么？

回答：至 2023 年末，公司的存货量有所增加，这主要是由于年末春节等重要节假日的销售旺季带来的销售订单同比显著增长所致，并且因 2024 年春节较晚，截至报告期末仍有春节订单尚在陆续交付。

问题 8：公司在手订单情况如何？

回答：截至 2023 年末，公司在手订单 1.6 亿元，将在 2024 年继续完成设计、生产，并陆续交付。

问题 9：AI 对公司业务的赋能情况如何？

回答：目前公司内部各部门通过推广 AI 助理、主流 AI 工具、RPA（自动流程机器人）应用融入日常工作中，结合现有商业模式和岗位职能出发，大力普及全员 AI 工具的使用能力，去解决大量重复人力投入的工作、生产环节，实现内部信息高效流转。

针对公司核心驱动的创意设计业务，公司期望打造多模态 AI 创意模型实现创意价值链的延伸，将公司沉淀多年的终端市场调研数据、品牌策略经验、创意素材库通过 AI 打造出公司特有的新质生产力，进而辐射和链接创意生态圈，打造出赋能于创意设计创作者的 AI 垂类应用模型。目前公司已组织构建专业团队，开展部署算法以及算力设备的初期准备工作。

问题 10：公司内包装等关联产品业务进展如何？

回答：内包装产品包括酒瓶、盖子以及化妆品、香水、香薰的内包装。基于公司在创意设计服务中，给客户id提供包括内外包装产品等全案设计，并且从设计打通到产品交付全产业链服务，公司对客户产品中的内包装掌握了设计方案、技术实现的先发优势加上公司已经建立了强大的供应链管理体系，有充足的外协外购生产资源，因此公司进一步扩大内包装的市场开发力度，为公司形成的收入增长点。基于内包装产品均为一比一、一比多地与外包装产品配套使用，因此内包装业务市场仍具有更大的发展潜力和空间。

深圳市柏星龙创意包装股份有限公司

董事会

2024 年 4 月 18 日