**新经典机构调研会议纪要**

**时间：**2022年1月

**调研机构：**中银传媒、嘉实基金、华鑫证券、广发证券、长城基金、中银基金、北拓资本、华安基金、上投摩根、招商基金、富国基金、长安资本、中欧基金、平安银行、兴证资管、工银瑞信基金、平安大华基金、新华基金、大成基金、诺安基金、北京信托等

**接待人：**董秘唐杰、董办主任孙雅勤

**会议内容：**

1. **公司董秘唐杰向调研人员进行新经典业务及现状的简要介绍**

新经典于2017年上市，是一家以内容创意为核心的文化企业，公司始终坚持“有益、有趣，值得反复阅读”的理念，积累了一批畅销且长销的优质作品版权。从码洋贡献率来看，截至目前，上市2年及以上的作品占到60%左右，再加上老书改版能达到80%的贡献率，已具备较好的规模效应，盈利能力优异。

在国内出版发行业务稳健发展的基础上，公司于近年大力发展国际出版业务，及自主IP的创作研发。

公司2015年开始拓展海外业务，2019年确立国内业务、国际业务双线发展的战略规划，公司先后收购了KP、BMP、minedition等优质资产，形成了较强的全球出版力量。公司海外布局秉承“有益、有趣，值得反复阅读”理念，注重内容开发价值与可持续性。海外业务获取的作品版权通常为全版权，期限为长久，具有较大衍生开发潜力。另外，国家新闻出版署日前印发《出版业“十四五”时期发展规划》，提出“中华文化走出去”的方针，公司致力将中国优秀作品推向国际读者，提升中国文化深远的国际影响力。

公司深入版权的源头，不断增强自主知识产权内容的生产和开发能力。公司已搭建自主知识产权的内容创作中心。公司自2019年开始运营BIBI动物园的新媒体矩阵，通过日更的形式不断优化形象与内容，截至目前全网粉丝近300w，累计阅读人次已经超过5.7亿次，拥有一群高粘性的读者群体。2021年10月推出首部作品《忍不住想打扰你》，长期居各平台排行榜头部；围绕BIBI动物园的文创衍生品也在积极开发中。

1. **调研人员提问**

**1、就21年来看，整体的图书零售市场增长比较疲软，未来的走向跟趋势怎么看？长期来看，市场预期推动行业发展的因素有哪些？**

答：疫情发生前，图书行业市场规模一直处于稳步增长中。2020年疫情导致线下销售疲软。2021年线上流量同样剧烈变化，从传统的电商渠道转向新兴电商，比如说短视频和直播带货等。这样的渠道变化使得整个行业的价格及毛利率压力比较大。

新经典以稳健、可持续的市场策略应对渠道变化。维护产品口碑与生命周期。我们始终认为内容供给才是行业发展的关键。

**2、十四五规划中提到了图书的价格立法，公司怎么看待？价格立法会对虚高的码洋定价进行管控吗？**

答：规划中提出“加强出版物价格监督管理，推动图书价格立法，有效制止网上网下出版物销售恶性价格战，营造健康有序的市场环境”，对整个出版业及图书零售行业都是利好。图书作为各大电商平台的引流产品，近些年在渠道变迁中，承受了更多的冲击，2021年直播平台平均销售折扣越来越低，已危及行业的健康发展。图书价格立法，对缓解行业困境应该会有帮助。

图书定价，主要还是考虑成本和目标读者的消费能力，相信良性竞争的市场机制会使图书价格回到正常水平。

**3、少儿类图书一方面是渠道影响，另一方面政策等也会产生比较多的外界影响，怎么看少儿类图书未来发展的情况？咱们对于品类的布局有什么样的想法？**

答：根据开卷数据，新媒体渠道中少儿类占了最高的比重。童书一直是公司非常关注的板块，如何让更多的家长们知道哪些图书是好的，是对孩子长期有益的，做好目标读者的引导。

公司的童书品牌“爱心树”不仅有《爱心树》《鸭子骑车记》《小金鱼逃走了》等一批优质的绘本，还有《窗边的小豆豆》《战马》《平安小猪》等优秀的儿童文学，公司2021年参股的远流经典（蒲公英童书馆）有《神奇校车》等科普绘本，希望未来能在版权、营销、直联消费者等各方面有更多突破。

**4、公司在少儿方面收购了蒲公英童书馆的部分股权，对并购的期望是什么？后续对文学又有什么打算？**

答：我们一直在关注同业公司，甚至包括一些非同业的优质文化公司。蒲公英具有大量优质作品版权，公司希望通过整合，建立涵盖营销、发行、后台供应链的中台优势，给蒲公英童书馆带来增量价值。

在投资上，公司在泛文娱领域持续关注，寻找有优质内容的被低估标的，通过运营整合发挥其增量价值。

**5、伴随着成本提升，但是消费者对打折习惯了，是否会影响公司定价？或者影响腰部书籍的量？量和价如何平衡？**

答：公司通过不断加强对作品的挖掘，提升读者对作品的认知，而不是依赖低折扣吸引读者；同时，公司不断优化供应链管理，在不断提升产品品质的基础上，优化生产成本，保持图书的合理定价水平。

**6、我们也关注到公司原创平台bibi动物园也出了新书，公司是基于什么样的思考去做原创内容？后续还有什么发展？**

答：BIBI动物园非常能体现公司自主IP研发方面对于两端能力的发展：一是构建内容的能力，每天更新内容，通过跟粉丝互动，不断对内容进行优化。并且通过不同的世界观导入更多形象，丰满内容，BIBI动物园本身就是一个内容孵化器；二是内容变现、产品化的能力，BIBI动物园已经出了一本书，2022年计划还有新品推出，另外还有文创等衍生品的开发，未来会不断拓展内容的变现形式。

**7、之前公司表示是有部分作品的游戏改编权，不知道这一块是有什么业务进展，还是说短期内没有进一步的想法？**

答：公司目前越来越多的作品签的是全版权。影视和游戏的开发投入较大，相应的投资收益和风险也更大，公司一直非常谨慎，我们2015年开始研究影视改编，第一部作品推出是2020年底。未来公司在这两块依然会是谨慎的态度。

**8、公司管理费用、销售费用有所增长主要是什么原因？**

答：公司近两年大力发展增量业务，主要是人员费用的增加，其中投入较大的是国际业务。公司从20年开始大规模的招海外编辑团队，目前国际团队合计约70人。

**9、公司海外业务目前什么情况？什么时候能实现盈利？**

答：国际业务目前依然处在投入期。公司是在2020年开始加大对海外的投入，逐步搭建国际出版平台，随着规模的扩大，海外收入已经有了较大幅度的增长，但是费用也增加的较多，团队组建、版权获取、销售渠道拓展等各个环节均需要较大投入。目前国际出版体系已初具规模，真正开始释放产能大约需要一年半的周期。

**10：元宇宙来了新经典可以做些什么？公司怎么思考？**

答：元宇宙现在被讨论的很热，公司也在持续关注。公司需要考虑的更多的是自身的业务布局，我们布局也是分几个阶段，首先海外业务拥有全版权且长久授权的优势，并且公司还在不断的积累这种优质版权；其次是公司国内自主IP的研发，并已经初见成效。两个方向都是关注版权的源头。