

证券代码：002235

证券简称：安妮股份

厦门安妮股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ <u>投资者电话互动</u> ） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	东北证券 吕思奇 光大资管 陈飞 海富通基金 刘强 海通证券 郝艳辉 海通证券 崔彦涵 华金证券 宋怡萱 华泰证券 许娟 深圳前海海润国际并购基金 赵求实 太平洋证券 倪爽 新时代证券 姚轩杰 中欧基金 周玉雄 中信建投证券 刘京昭 中信建投证券 刘凯 中银国际 张燕 浊清投资 邹仪
时间	2018年8月28日下午15:30-17:30
地点	安妮股份北京办公室
上市公司接待人员姓名	安妮股份董事长 张杰 安妮股份副董事长 黄清华 安妮股份董事会秘书 陈文坚

投资者关系活动
主要内容介绍

一、介绍公司整体情况：

1、整体情况：

安妮股份成立于1998年，从事商务信息用纸服务行业；2008年于深交所上市；2015年新增互联网营销业务；2016年通过定增、定募及配套资金收购畅元国讯100%的股权，正式进入版权行业。

根据腾讯研究院2017年中国网络版权产业发展报告，近十年来整个版权产业保持30%的增速，2017年行业规模已经超过了六千亿元，万亿级别的市场指日可待。同时，由用户付费产生的行业规模已经超过了50%。

正是看到这个巨大的潜在市场的存在，安妮股份坚决进行了转型，经过两年的经营和发展，公司已经发展成为一家以互联网应用与服务为主要领域和方向的综合企业集团，主要业务为版权服务业务、互联网营销服务及商务信息用纸服务。公司以版权业务为重要战略方向，聚焦版权人，从版权保护到版权交易、版权运营，为版权人提供一站式的版权综合服务，致力于打造中国版权服务领导企业。

公司于8月22日发布了2018年半年报，上半年公司实现营业总收入3.41亿元，同比增长19.06%，实现归属于上市公司股东的净利润4990万元，同比增长32.25%，其中公司版权业务的收入为1.96亿元，同比增长32%，毛利率的水平是31.6%。子公司畅元国讯的收入1.98亿元，同比增长33%，净利润有4300万元，净利润同比增长30%。由于版权业务收入的占比逐步提升，公司也向中国上市公司协会申请了行业属性的变更，公司在8月10日发布了相关的公告，正式变更为互联网和相关服务的行业属性。

2、公司战略规划

安妮的发展方向：公司的目的是搭建一个版权综合服务平台。从安妮的发展目标以及对市场的理解来看，安妮坚信在这样一个巨大的市场条件下，坚定的围绕版权综合服务为核心是未来版权业务发展的核心要素。

安妮的版权视角：安妮股份对市场有两个维度的理解，一是从产业结构角度来看：版权产业分为核心版权、部分版权、边缘版权、交叉版权四部分。二是从价值角度与版权属性角度来看：安妮构造了冰山模型，分三层：海面上一层是版权内容层，也就是版权产品。海面下有两层，第二层版权经营层，包括版权授权、交易、资产化、金融化。第三层是版权基础服务层，确权服务、维权服务、用权服务等。三层模型既相关又独立。

国内外版权市场区别：在发达国家，版权 GDP 是内容 GDP 的两到三倍。国内暂时还没有相关数据，但是从感官上来看，版权越来越重视。从另一方面来讲，中国的著作权法和国外的著作权法是存在区别的。中国的著作权既不需要固定形式，也不需要发表，就拥有版权。而国外的某些条令则需约定特定发表形式等。

数字版权市场的挑战：传统纸质作品的出版，因为有底稿的保留，版权相对容易确定。在 2017 年，互联网版权市场已达 6000 多亿元人民币。在这样一个大环境市场下，版权纠纷是一个很突出的问题。我国的著作权法导致部分版权人无法证明作品是自己创作的，在互联网平台的大环境下，版权的概念比较模糊，也更加不易控制，版权也很难确定，盗版很容易发生。

安妮股份版权服务生态：安妮正在解决这个问题，安妮的版权服务为创作者的利益和避免纠纷提供服务。安妮股份开发了 PC、APP、客户端为版权人提供综合服务，安妮股份为版权人提供确权服务，用权服务，维权服务，让版权实现更大价值。

安妮股份自 2016 年完成并购后，发展版权事业已有两年，目前安妮版权主义的核心要素为“人人都是创作者，人人都是版权人”；三个核心产品逻辑——创作即确权，使用即授权，发现即维权。

今年杭州互联网法院已经审结了以区块链作为司法证据的立案。安妮股份的版权区块链系统是工信部区块链应用的样板，安妮股份的产品理论上已经可以将全过程创作记录作为版权人的权属证据。

安妮版权业务的经营宗旨：让版权实现更大价值。

安妮第一个发展阶段的战略路径：1) 综合服务；2) 流量入口；3) 服务平台；4) 交易平台

二、问答：

Q1：请介绍一下畅元国讯各项业务的运营情况、各项业务进展情况。

A：目前，第一块版权保护和版权技术放在一起，公司版权保护这块主要做软件登记，以及给相关客户提供版权技术服务。第二块业务，版权运营服务，上半年受春节假期及国家宏观调控的影响，我们的版权整体业务拓展速度有些放缓，但对比去年同期实现 30%业绩增长。第三块，版权增值服务，版权孵化预计会在今年下半年形成收入。综上所述我们对畅元国讯的业绩仍比较乐观，大部分业绩预计在下半年确认。

2019 年业务：三个板块的业务都在做业务拓展，例如游戏业务，会加大上下游的业务拓展，增加强有力的渠道。IP 增值、版权保护的業務都在加大拓展的力度。

Q2：目前公司高管减持的进展？

A：5.26 日发布大股东减持股份预披露公告，减持不超过 4.85%，6.27 和 7.17 均有进展公告，目前还没有接到后续的大股东减持计划，公司会按照规定公告相关事项。

Q3：2019 年畅元国讯的运营预期？

A：三个板块的业务都在加大业务拓展的投入，例如游戏业务，会加大上下游的业务拓展，增加强有力的渠道。IP 增值、版权保护的業務都在加大拓展的力度。

Q4：在形成收入的版权业务方面，具体细分品类或行业的占比及增长趋势？哪部分是公司未来更重要的一个方向？

A：我们目前是按产业链的角度划分收入，版权保护：确权、监测、维权服务等；版权运营：游戏、音乐、阅读、文字、图片的分发与运

营；版权交易：IP 孵化、影视版权的孵化等。

版权服务相当于版权流量入口，完善的版权综合服务引入海量版权，催生后续的版权变现机会如版权运营和版权交易，目前我们大部分收入来源于版权交易、版权运营。

Q5：公司在版权市场上的价值如何体现？

A：安妮是为版权人做服务，版权的综合服务包含“确权服务、用权服务、维权服务”。

Q6：版权家现在最新的进展情况，还有公司是怎么看待互联网营销和商业信息用纸业务的？

A：商业信息用纸是安妮的传统业务，安妮商业信息用纸整体营收状况不错，；整个团队非常稳定；客户非常稳定，绝大多数是大客户。基于人员稳定、业务稳定、现金流也很好的情况下，公司目前并没有考虑剥离。

数字营销部分，上半年实现了 133 万的利润。新团队在不到一年的时间，实现了扭亏为盈，账号质量翻一番。微梦想业务与稿稿平台是高度协同，微梦想的账号也在逐渐 IP 化，跟我们版权业务高度协同，发展态势趋好，我们还会加大投入。

关于版权家，目前 3.0 版本 PC 端已经进入测试阶段，将会在下半年发布。

Q7：国外是否有对标的版权服务公司，海外行业规模？

A：中国版权意识较美国还有差距，2015 年美国版权市场占 GDP 的比例是 15%，中国核心版权占 GDP 比重 7%。

美国的版权公司专业化较强，版权服务跟版权运营是分开的，综合性企业较少，有专门做游戏分发、游戏版权运营、音乐版权运营、图片版权运营的，在这个层面上目前没有完全对标的公司。安妮的版权服务是全产业链的，从版权的确权开始。目前阶段公司核心放在版权服务基础工作上，原因就是中国的版权生态和环境还远没有到美国

现在这个状态，要想实现后续版权运营、版权交易，就需要有一个基础。我们希望通过区块链的底层技术，版权服务的基础搭建，能够形成版权基础服务的生态，在这样一个平台基础之上，后续嫁接各个类型的版权交易和版权运营。

Q8：目前团队有没有激励措施？

A：畅元国讯的团队，在公司架构上，我们更多的按业务板块分部门，人力、财务统一管理。畅元国讯的整合效果很好。后续公司也会针对新的目标，设计多种形式的激励方案。

Q9：国内版权业务需求大，公司如何拓展客户？战略和具体方法是什么？各版块原有客户如何协同？未来拓展计划？

A：中国版权环境基础与美国相差甚远，后者以后相应法制体系支撑，其模式无法复制。版权市场综合服务中最基础的是确权、维权，然后是版权交易，公司根据市场需求发掘和获取客户。从需求端来看，首先是显性需求（已赚钱被侵权需要维权）；隐性需求（有经常性作品和交易动机，需要综合保护用于日后维权）；潜在需求（促使客户产生动机）。市场需要综合服务，公司通过提供版权产品在整个确权和维权服务中获客。版权家基于流量获客，用户黏性高。协同性上，安妮的三层结构是完全打通的，安妮现在投资做维权监测测的产品，其和版权家形成了特别的协同效应。其服务的是已经有收益的版权内容，其搜索能力很强，获得客户可以推送给版权家，反过来使用版权家服务的版权人也可以体验维权服务。

Q10：短期的获客方式在哪？靠销售靠广告还是靠什么来拓展？

A：这个问题现在就是安妮的核心问题，集中所有的力量做到信息对称，安妮会用互联网思维与方法展开具体获客拓展工作。

Q11：现在 App 上线的是 3.0 版本吗？

A：App 现在是 2.0 版本，PC 端 3.0 版在测试期。

Q12：公司在版权市场，是一个第三方服务的角色，公司未来的模式会投资版权、并从中获取收益吗？

A：目前提供的是版权基础服务，是我们版权产业链的第一步；目前我们也在同时做版权孵化、版权运营。现有业务就是版权服务和版

	<p>权增值服务相结合的模式。后续的版权增值、衍生，是建立在版权基础服务上，综合服务为我们带来了流量，使我们拥有版权大数据的优势。我们为版权人提供综合服务，不仅是确权、维权等技术层面的，还希望他们能实现版权价值的最大化。</p> <p>Q13: 公司在版权业务上的收费模式?</p> <p>A: 版权保护我们针对提供的服务收取会员费，版权交易的收费模式是收取版权交易佣金，版权增值业务中，我们也会购买部分 IP 的版权进行版权孵化衍生来获得增值收益。</p>
附件清单(如有)	
日期	2018 年 8 月 30 日