

证券代码：000048

证券简称：京基智农

深圳市京基智农时代股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-003

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研（含个人投资者来访） ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☒ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
参与人/单位名称	西南证券-赵磐、王湘杰；华源证券-雷轶、顾超；西部证券-熊航；深圳券期资本-熊绍鉴、郭玉兰；华商基金-陈凯；中金公司-陈泰屹；华物量化投资-戴超；前海人寿-丁超凡、刘远程；开源证券-方光照、李睿娴；浙商证券-冯翠婷、李乾弘；国联基金-甘传琦；招商基金-高岩；银河证券-顾熹闽；摩根基金-潘振亚；方正证券-郭翀宇；创金合信基金-胡尧盛、刘毅恒；天风证券-黄建霖；奇盛基金-黄智然；生命保险资产管理-姜甜、李燕玲；华夏基金-孙轶佳、王嘉伟、吴昊、季新星；华夏基金香港-景然；东北证券-李强；国信证券-李瑞楠；鹏华基金-梁超、刘偲圣；明诚基金-刘向；信达证券-陆亚宁；安信基金-聂世林；中信证券-彭家乐；大成基金-齐炜中；国投证券-沈丽明、徐瑞雪；中金资本-施展；深圳创富兆业基金-司巍；长城基金-覃晓露、李澳；杭州长添基金-谭金泉；南方基金-万朝辉；建信理财-汪径尘；泓铭资本-王灿；岭南资本-王冠；和泰人寿保险-王浩；中金资本-王轮；弈方资本-王书成、忻盛溢；明诚私募基金-卫泽宇；华西证券-周莎、魏心欣、刘文正、李佳妮、刘彦菁、陈泽敏；浙江华壹高景投资-温廷涛、曹源；富国基金-吴栋栋；前海人寿-吴天歌、吴伟、吴锡雄；新都资本-夏忠明；深创投-向登峰；中泰证券-晏诗雨；财信证券-杨帅；中信建投证券-杨晓玮、刘建亮；北京鼎萨投资-易沛琪；长江证券-尹姜子；宝盈基金-张若伦；东方财富-张诗宇；上海瑞廷资管-张小民；禧悦投资-张源；恒泰证券-周晟昂；深圳前海前沿财富管理-左金兰；招商证券-孙远航；天辰元信-许茂；国金证券-徐曼；融通基金-苏林洁；上善如是基金-肖肖等 150 余人
时间	2025 年 5 月 20 日下午

地点	深圳瑞吉酒店
公司接待人员姓名	董事长、总裁陈家荣 副总裁、财务总监顾彬 副总裁、董事会秘书蓝地 战略运营中心总经理廖振晖 深圳市应允之地文化科技有限公司（以下简称“应允之地”）陈泽深葛威豪谢晓波
投资者关系活动主要内容介绍	主要交流问题如下： Q1：公司设立全资下属公司应允之地是出于什么考虑？为什么选择 IP 运营这个赛道？ A1：公司始终坚持“践行社会责任、服务社会民生”的经营理念，持续满足民生的刚性物质消费需求。在同一个理念下，经过审慎和深入的研究，公司设立全资下属公司应允之地并进入可选精神消费领域，希望通过其 IP 运营能力，为社会提供更多的情绪价值。 IP 运营市场空间巨大，对公司而言，通过运营 IP 构建差异化的消费场景，为消费者提供个性化的情绪价值，既可以满足市场的需求，也是在践行社会责任。公司在 IP 运营领域会持续探索，并用实际行动结果来验证自身的能力。 Q2：与其他 IP 运营企业相比，应允之地有什么差异之处？ A2：IP 授权开发及谷子、潮玩等文化消费市场近年来规模持续增长，然而市场存在严重的资源错配，主要是因为目前市场上的 IP 运营企业主要集中在前链路，即 IP 孵化、内容开发和艺术经纪等。 随着文化消费市场的持续繁荣和成熟，年轻一代更注重个性化需求和自我表达，以及 AIGC 时代带来的二创和共创等趋势，人们对于 IP 衍生品和服务亦提出更高要求，产业重心将由前链路转向后链路，要求企业具备更强的运营 IP、打通流量能力与供给能力（供应链、个性化定制、产品快速迭代等）。因此，以用户为核心导向，基于 IP 的后链路运营具备极大的市场空间。与其他 IP 运营企业相比，应允之地的定位是后链路 IP 运营商，即在 IP 已具雏形，有基本用户基础后，进行存量用户的精准触达与增量用户的宣发、用户分层与精细化运营、差异化场景变现、衍生品设计与打造、二级市场运营等。 Q3：应允之地核心团队成员情况介绍？ A3：应允之地的核心团队成员已覆盖 IP 识别及合作谈判、活动策划、产品设计、渠道宣发、供应链管理等 IP 运营核心职能。其中，陈泽深先生系总经理，擅长数字化营销与用户运营，尤其是私域流量的运营；葛威豪先生具备多年艺术、影视、动漫等文化领

	域从业经验，具备较强的 IP 识别和运营能力，主要负责 IP 开发及市场运营；谢晓波先生过往主要负责网络广告、新媒体、数字化运营、电竞赛事和电竞 IP 授权合作等业务，擅长大型赛事等活动组织策划及 IP 资源谈判。 Q4：应允之地有什么核心竞争力？ A4：应允之地的核心竞争力主要体现在三个方面：一是团队成员已在 IP 运营领域积累了大量的一手成功案例，具备较强的 IP 识别能力并能快速促成授权合作；二是对于 IP 加速运营有较强的策划能力和实践经验，可以有效、快速地将 IP 推向目标人群，获得商业回报；三是具备较强的流量管理能力，可以通过策划多种活动将用户流量转入私域体系，精准触达存量用户，同时实现增量获客，加速 IP 的变现。 Q5：应允之地主要有什么产品和服务？盈利模式是什么？ A5：对 IP 方而言，公司核心提供初原创内容创作外的后链路运营服务，采用联合运营而非代运营的模式，如基于 IP 的衍生品设计、建模、生产、销售，基于 IP 的大型线下活动，IP 的用户运营和宣发等，从而实现与 IP 的长期深度捆绑。 对消费者而言，公司核心提供优质或稀缺 IP 产品与活动的供给、稀缺性产品或活动的独家宣发与联合销售。 Q6：应允之地是否已有合作的 IP？如何看待 IP 矩阵的管理？ A6：应允之地目前可以合作的 IP 大约有 50 多个，并规划在明年新增超过 10 个签约和孵化的 IP，后续会加速 IP 的签约和孵化。我们理解的 IP 矩阵是现役+预备役，基于赛马原则，每年根据市场的反馈进行筛选和调整，分别适用不同的消费场景。 Q7：应允之地和 AI 的联动如何体现？ A7：在满足 AI 版权合法性要求的基础上，应允之地将探索 IP 为 AI 赋能、AI 让 IP 活化以及打造 AI 共创型 IP 等，具体应用体现在以下三方面： 1、内部降本增效：包括 AIGC 工具、工作流、MCP 等，以及私域流量体系中的 AI 客服、自动化用户标签、个性化营销工具等； 2、场景+技术应用：一方面可选择合适的 IP 进行智能体的预训练和微调，择机可推出智能硬件（谷子或潮玩），另一方面可创造或选择有流量的智能体，使其 IP 化，从虚拟世界走向实体产品； 3、AI 共创：主要瞄准下一代人如“10 后”“15 后”等，包括“自设”“OC”“语 C”等群体，借助 AIGC 的广泛应用共创 IP，并以众筹、打赏和周边等方式实现快速扩张和商业化。
--	--

	Q8: 公司对于现有生猪养殖业务和新业务的规划如何? A8: 公司生猪养殖业务目前发展稳定, 头均利润水平已经进入行业第一梯队, 后续公司将继续保持对该业务的稳步推进, 不断夯实业务基础; 与此同时, IP 运营新业务采用轻资产模式, 业务频率相对较快, 后续或将创造更大的利润, 成为公司的第二增长曲线。 Q9: 公司目前的财务状况如何? 是否会对新业务加大投入? A9: 截至 2025 年一季度末, 公司资产负债率约为 59%, 其中有息负债率不到 20%, 资产结构持续优化, 财务状况良好。新业务系轻资产业务, 对公司财务状况不会造成重大影响。根据公司规模, 后续将加快推进新业务, 并根据新业务的发展规模和节奏合理规划资金的投入。
相关说明	无
附件清单 (如有)	无
披露日期	2025 年 5 月 20 日