

证券代码：920075

证券简称：柏星龙

公告编号：2025-128

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：2025 年 11 月 20 日至 2025 年 11 月 21 日

活动地点：（1）线上集体接待日活动于全景网“投资者关系互动平台”（<http://ir.p5w.net>）召开；（2）线下分析师会议于上海金茂君悦大酒店召开。

参会单位及人员：（1）线上参会为网络方式参加 2025 年度深圳辖区上市公司投资者网上集体接待日的投资者；（2）线下分析师会议为申万宏源证券、红塔证券、中泰证券、晨鸣私募基金、浙江国信投资、乐世资本、上海艾叶私募基金管理有限公司。

上市公司接待人员：

（1）线上集体接待日活动接待人员为：

公司董事长：赵国义先生；
公司副董事长、总裁：赵国祥先生；
公司董事、副总裁：苏凤英女士；
公司独立董事：甘权先生；
公司独立董事：刘昱熙女士；
公司董事会秘书：黄海英女士；
公司财务总监：黄木辉先生。

（2）线下分析师会议接待人员为：

公司证券事务代表：陈诺先生。

三、 投资者关系活动主要内容

问题 1：公司文创潮玩业务的核心进展及后续规划是什么？

回答：公司文创潮玩业务中，核心品牌“玩物丛生”聚焦 Z 世代情绪经济，已形成“AI 情绪陪伴类+热门潮玩类”双产品主线，其中核心 IP “独眼星球”AI 陪伴毛绒玩具已启动大批量生产中，核心渠道方及消费者预计在四季度结束前可获取产品；在营销推广上，第一批大货产出后将把产品提供给文创潮玩垂类的 KOL 与 KOC 以实现多维度曝光、扩大市场声量，依托该 AI 玩具的产品力优势，在做好线上自营门店的同时，进一步布局国内线上线下外部渠道商、零售商、分销合作商。后续如有达到披露标准的业务进展，公司将按相关规定及时披露。

问题 2：公司“独眼星球”AI 玩具产品在软件端的创新点主要体现在哪些方面？

回答：“独眼星球”AI 玩具软件端创新聚焦多感官情感交互、自主算法迭代、持续玩法更新，打造可成长、高粘性的产品体验。情感交互层面，通过视觉（独眼 OLED 屏幕动态反馈）+听觉（语音实时交互）+触觉（触摸感应+振动反馈）三维感知体系，还原真实陪伴场景，其中视觉显示、触觉反馈功能支持无网络离线使用，满足基础互动需求；语音交互需通过专属小程序联网至公司本地部署的语言类 AI 算法服务器，为产品交互成长性奠定核心技术基础。AI 算法应用上，因初期自有语库数据积累有限，将暂时接入通义千问、豆包、deepseek 等外部 AI 的 API 接口补充交互能力；后续随着用户规模扩大、交互数据持续沉淀，公

司自主研发的语言类 AI 算法将不断优化训练，逐步满足多样化语音交互需求，最终减少对外部 API 接口的依赖。玩法创新方面，公司将持续迭代互动任务体系，设计系列化趣味任务，同时为了进一步满足现代年轻人交友及社群模式，基于 NFC 技术推出了碰一碰“续火花”趣味玩法，解锁 AI 宠物社交新模式不断丰富产品可玩性，提升用户使用频次和深度体验。依托软件功能的强支撑与专属小程序的深度运营，实现与粉丝用户的深度捆绑，既为产品口碑传播提供助力，也为品牌建设、营销推广积蓄核心用户资源。上述经营计划落地实现具有不确定性，敬请投资者理性投资，注意投资风险。

问题 3：公司在 IP 开发上除了自主原创，是否有对外合作计划？如何保障 IP 矩阵的持续丰富和市场竞争力？

回答：基于公司在文创领域创意设计与产品交付积累的领先优势，现阶段 IP 开发与文创产品打造以自主原创为主，目前已形成“独眼星球”“Nidoo”等核心 IP 矩阵，未来将进一步利用公司核心优势加快原创 IP 与产品类型储备，同时不排除通过 IP 授权、合作联名开发等方式加大推广力度，加速“玩物丛生”品牌力建设。上述经营计划落地实现具有不确定性，敬请投资者理性投资，注意投资风险。

问题 4：针对龙衍文创板块，公司是否有后续追加投入的计划？

回答：龙衍文创自发展以来便依托母公司提供的资金端、人才端等高水平资源支持，发展基础扎实稳固。目前业务已从前期产品开发阶段推进至大货生产环节，后续公司将秉持稳健经营理念，围绕 IP 打造、产品创新、品牌运营、渠道建设四大核心方向合理规划投入。投入节奏将结合业务实际进展、市场需求变化及公司整体战略统筹推进，确保资源投放的精准性与高效性。后续如有追加投资达到披露标准的相关进展，公司将按规定及时披露。

问题 5：面对内销包装业务承压，公司有哪些应对举措和增长支撑？

回答：面对内销包装业务承压，公司从两方面采取应对举措并构建增长支撑：在下游消费品牌客户处于周期轮转阶段，公司以品牌策略与创意设计为业务核心出发点，更契合当下市场中客户需通过创新带动增长的需求，内销端一方面积极推动产品创新，拓展黄酒、啤酒、果酒等非白酒品类，同时针对白酒领域推动客户布局电商货架、即时零售等新兴渠道产品，并积极开发圣诞、元旦、马年生肖

新春文创礼盒产品；外销端因公司多年耕耘积累的优异全链条服务能力深受客户认可，后续将进一步深化与国际化妆品、奢侈品客户的合作，拓展其集团内多品牌及多产品系列合作，同时在欧洲布局前端服务、规划越南生产基地，有望持续释放增长潜力。

四、风险提示

公司提醒广大投资者，以上内容中如涉及对外部环境判断、公司发展战略、经营计划等描述在实际发展中具有不确定性，不构成公司对经营业绩的预测及投资者的实质承诺，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

深圳市柏星龙创意包装股份有限公司

董事会

2025 年 11 月 24 日