



# 阜博集團

## 2022年中期業績會議

➤ 2022年8月31日



# 免责声明

本材料仅供参考之用，并不构成购买或出售卓博集团有限公司（“本公司”）任何证券的要约或邀请。本演示材料的任何部分亦不构成任何合约或承诺的基础。请勿就任何合约或承诺依赖本演示材料的任何部分。

本材料载有与本公司业务、财务表现、战略及业绩有关的若干前瞻性陈述。前瞻性陈述为有关未来情况及业绩的陈述，以及不属于过往事实的任何其他陈述。在某些情况下，前瞻性陈述使用诸如“预期”、“预测”、“打算”、“计划”、“目标”等类似词语。本材料所载的前瞻性陈述基于多个假设，存在不确定性，并受风险影响。本公司、其联属公司、顾问、代表，或任何该等人士的高级职员、雇员均不保证与前瞻性陈述有关的假设不存在错误，亦不就本材料所载前瞻性陈述在未来的准确性或所预测的情况是否实际发生承担责任。本公司明确表示其概不负责或承诺因所预期的情况发生任何变动或前瞻性陈述所依据的事件、条件、假设或情况发生任何变动而发布本材料所载前瞻性陈述的更新数据或修订版本。概不就本材料中的任何错误、遗漏或不准确陈述承担任何责任。

您出席此次交流会议，即确认您将自行分析并评估本公司可能在未来实现的业务表现，亦确认您对市场及本公司作出的评估承担责任。

请勿以任何其他方式使用、复制、拷贝、分发、共享、传播本材料。

## + 收入持续增长

2022年上半年收入为5.561亿港元，同比增长74%

- + 订阅服务和增值服务均稳健增长：
  - 订阅服务收入达2.018亿港元，占收入总比36%，同比增长136%
  - 增值服务收入达3.529亿港元，占收入总比63%，同比增长51%
- + 市场分区收入增长：中国内地收入达2.257亿港元，占收入总比41%，同比增长240%
  - 美国收入达3.278亿港元，占收入总比59%，同比增长31%
  - 其他区域总收入达265万港元，占收入总比<1%，同比增长21%
- + 客户数量增加，现有客户的内容库渗透率持续提升，每月持续收入 (MRR, Monthly Recurring Revenue)、月均活跃资产 (Monthly Active Assets) 继续增长
- + 完成粒子并购实现财务并表，上半年收入含粒子5月和6月的收入 (即1.085亿港元)

## + 持续盈利能力

上半年实现盈利，净利润同比增长26%

- + 经调整EBITDA为1.306亿港元，利润率为23%
- + 净利润为0.291亿港元，净利率为5%
- 上半年毛利润为2.302亿港元，毛利率为41% (去年同期毛利率51%)
  - 粒子原有产品的毛利率低于卓博现有产品，因为并表导致整体毛利率水平下降

## + 稳健运营

持续优化经营管理费用，较去年同期占收入比减少8%

- + 研发开支较去年同期占收入比减少5%，营销开支较去年同期占收入比减少3%，行政开支较去年同期占收入比持平

## + 扩大客户服务规模

- 上半年内容客户数达179，平台客户数达124
- 在行业DTC转型和数字资产快速发展的大环境下，持续提升对大型内容客户的服务渗透力
- 通过和平台客户建立深度合作提升对中小型内容方的服务覆盖能力

## + 持续推进技术创新

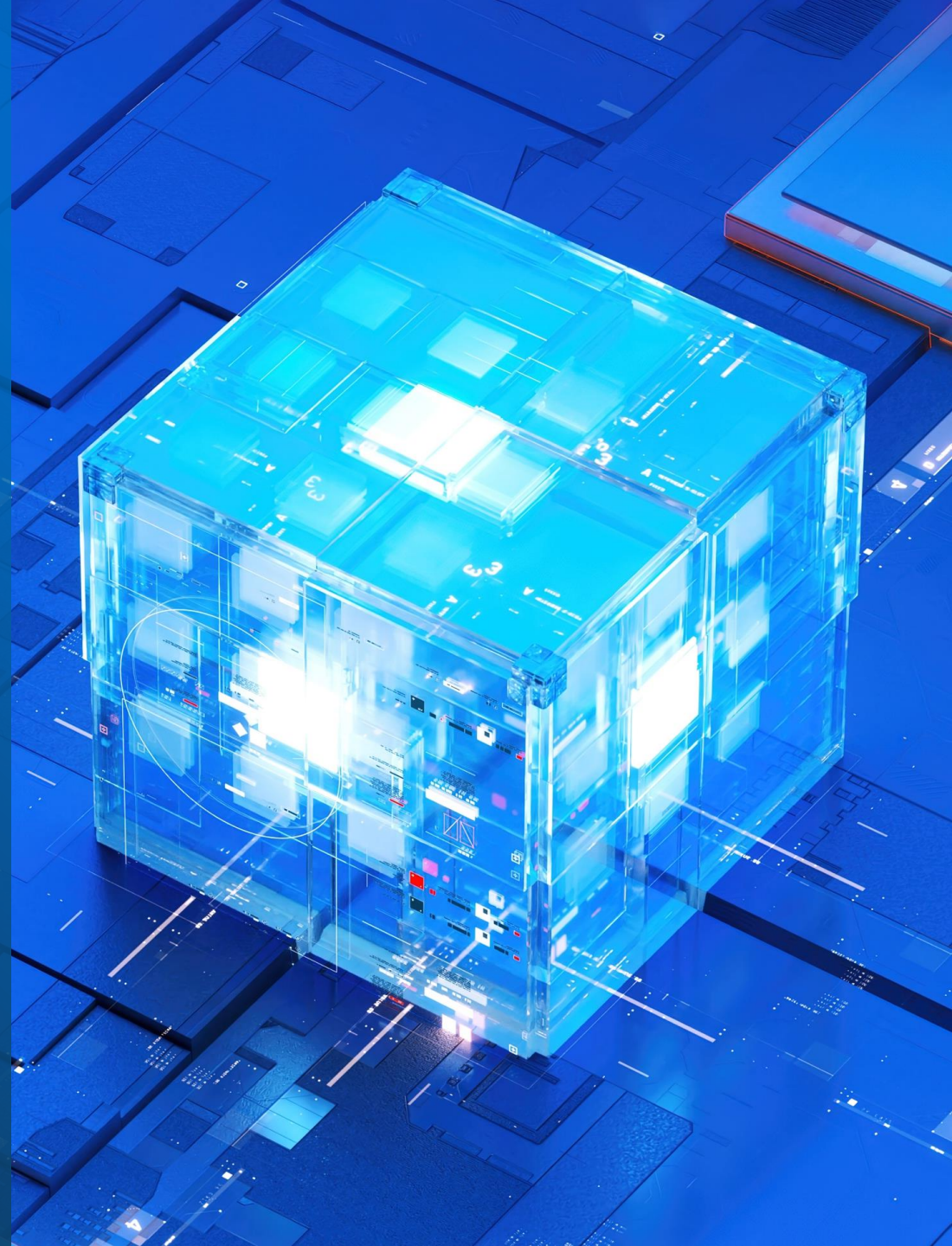
- 保护方案在DTC发行的应用测试进展顺利，接近商业应用
- 贴近高校建立研发运营中心，借助高校人才优势加强科研能力
- 客户在元宇宙和NFT场景下的交易需求增多，与业界主要的平台伙伴建立技术业务合作

## + 提高本地化服务能力

- 完成粒子并购与整合，开始呈现协同效应
- 抓住中国数字文化发展战略机遇期，通过算力输出（API服务）参与技术基础设施建设

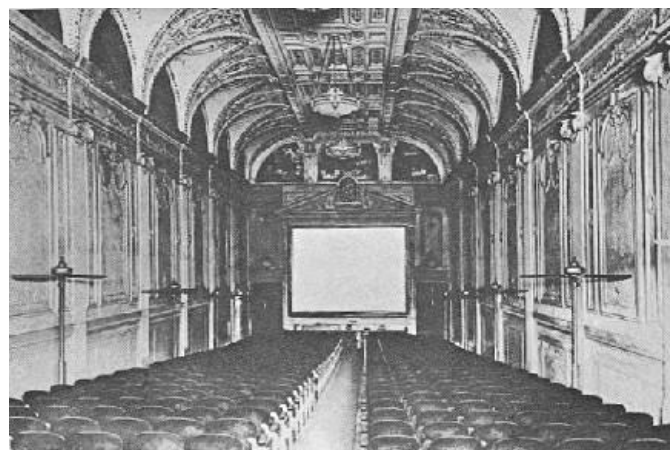


数字内容资产的保护和交易是  
数字文化产业的价值核心



# 科技改变载体，核心仍是数字内容资产的保护和交易

- 电影经过120多年发展，全球年度票房2019年达到最高425亿美元<sup>(1)</sup>
- 付费电视至今发展74年，北美于2010年达到顶峰1亿用户<sup>(2)</sup>，收入达974亿美金
- DVD影碟发展10年后在2005年达到北美收入最高228亿美元<sup>(3)</sup>
- Netflix经过15年的流媒体业务拓展，全球订户数达到2.2亿，2021年总收入达297亿美元<sup>(4)</sup>



全球第一座电影院 Vitascope Hall



John Logie Baird发明电视机

资料来源：

1. Comscore
2. Digital TV Research
3. Digital Entertainment Group
4. Netflix财务披露



打造全球数字内容资产保护与交易的必要数字基础设施，提升产业生态链价值有效传递



- 2022 增强中国版权业务服务能力 
- 2021 建立区块链版权服务能力 
- 2019 增强社交媒体版权内容变现服务能力 
- 2018 增强P2P领域侵权监测技术
- 2007 VDNA正式商用化 
- 2005 卓博成立  
行业首个提出线上监测技术路线 

# 以订阅为基础提供多样增值服务，实现IP产权价值最大化

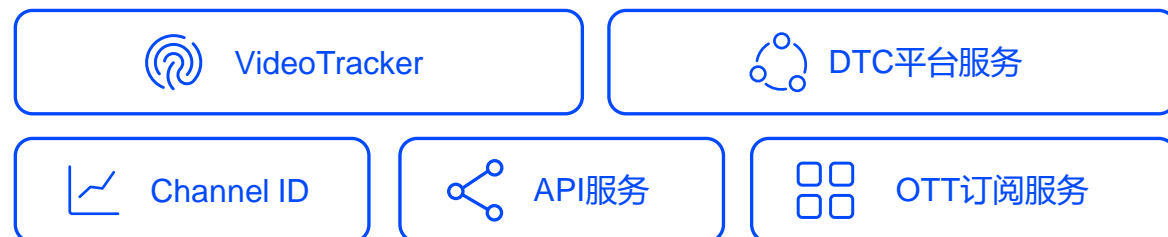


## 增值服务



...未来更多增值服务

## 订阅服务







# 主要发展战略

- 
- 1** 持续拓展主营业务，  
建立长期信任合作关系

---

  - 2** 落实战略布局，  
把握数字经济发展机遇

---

  - 3** 丰富增值服务产品组合：  
- 实现数字内容资产交易DTC模式
-

# 持续拓展主营业务，建立长期信任与合作关系

## 持续提高单客收入

- 上半年月度平均收入 (ARPU) 为42.7万港元 (包含粒子年化后数据)
- 通过不断加深对客户的内容渗透率及提供不同应用场景的产品和服务，使更多数字内容资产实现更高单个交易价值
- 平台客户自身规模增长带动对卓博服务的需求

## 保持客户黏性及收入质量

- 产品和服务深入客户的业务流程，持续得到客户认同
- 通过拓宽增值渠道和提高增值效率，为客户带来更多营收

## 激活更多数字内容资产价值

- YouTube新增重要客户合作，保障YouTube业务持续增长
- 社交媒体平台变现和影视付费平台发行的月均活跃资产提高

## 保持客户黏性及收入质量

每月持续收入 (MRR)

5,106.9万港元

净收入留存率 (NRR) <sup>(1)</sup>

~ 132%

客户留存率 <sup>(1)</sup>

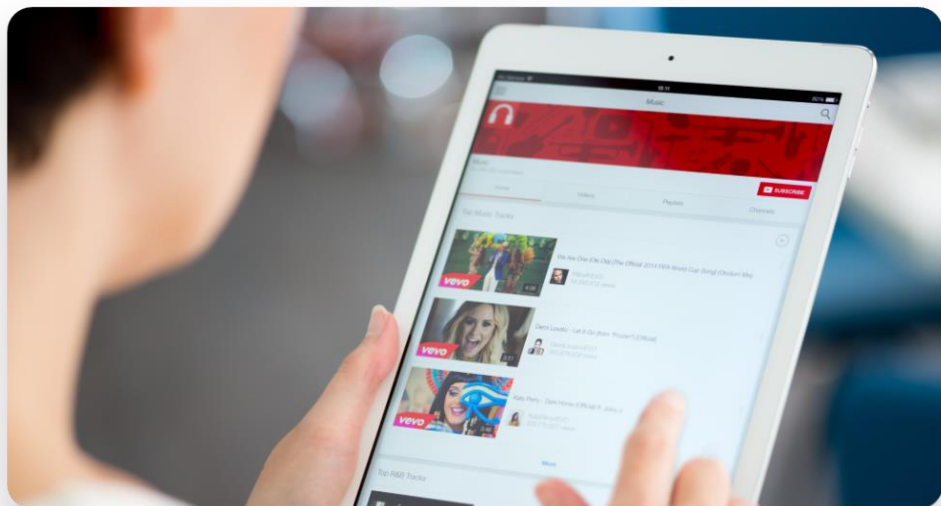
~ 98.1%

注：

1. 净收入留存率和客户留存率不包含粒子



**活跃资产：能够产生收入的视频内容资产**



社交媒体平台变现月均活跃资产

**210万个**



影视付费平台发行月均活跃资产

**193万小时**



# 主要发展战略

1

持续拓展主营业务，  
建立长期信任合作关系

2

落实战略布局，  
把握数字经济发展机遇

3

丰富增值服务产品组合：  
- 实现数字内容资产交易DTC模式

# 完善全球市场战略布局，把握数字经济发展机遇

## 加大力度完善中国市场布局

- 上半年签约中国新客户：
  - 新增客户案例：为客户提供IP产权追踪SaaS服务，同时通过API接口，为客户的版权服务平台输出技术服务能力
- 中国内容出海规模不断扩大，获取大量优质内容合作方
  - 新增客户案例：为客户提供内容出海的运营、技术和数据服务，提升国际影响力
- 与蚂蚁合作鹊凿平台继续高速发展的同时，启动了海量内容的出海合作

## 完成粒子收购，建设数字文化阵地

- 迅速完成粒子的整合，形成协同效应
- 文化大数据背景下，粒子团队建设新的版权管理平台，把握数字经济发展机遇

## 香港发展迎来新篇章

- 立足香港，提升内容创意和制作能力，打造全新平台（孵化成立大湾区首家XR工作室）
- 跟香港政府和业界充分连接，积极推动区域知识产权交易中心的建设

## 同时布局全球国际市场

- 欧洲市场发展迅速，将成为新增的收入贡献区域
- 日本公司完整产品线调整，为市场拓展做好充分准备



# 与粒子整合运营，携手顶级团队共探数字文化产业广袤空间

## 新的版权管理平台建设



浙江文化艺术品交易所  
ZHEJIANG CULTURE ASSETS AND ARTWORK EXCHANGE

- 在数字内容资产保护领域开展合作
- 通过平台接口，持续为平台输出技术服务能力



成都文化产权交易所  
CHENGDU Culture Equity Exchange  
(成都版权交易中心)

- 在数字内容资产跨境交易领域开展合作
- 提供综合性的一站式数字资产设计、运营、版权保护及变现解决方案

## 实现多元化协同价值



- 粒子的媒资管理技术产品在卓博的版权保护与出海业务中应用和销售



- 卓博引进内容在粒子合作的运营商、新媒体平台全面合作，截止目前已覆盖60个平台

## 业务不断拓展



- 推出“明径云”业务，为客户提供智能审核、内容发现、视频SDK等云服务产品



中国移动  
China Mobile

International

- 中国移动等国际公司达成业务合作，赋能内容出海企业和国内大视频产业相关公司，助力客户实现内容安全智能化、内容运营高效化

# 深化产学研合作，积极把握数字文化产业发展时代脉搏



- 于2022年5月入驻浙江大学校友企业总部经济园
- 与浙江大学传媒与国际文化学院合作并签约共建全球数字文化产业研究中心
- 发挥高校智库资源和科研实力，聚焦数字文化产业供给、传播、消费侧全流程理论研究与产业应用，助力文化数字化发展与治理



# 主要发展战略

1

持续拓展主营业务，  
建立长期信任合作关系

2

落实战略布局，  
把握数字经济发展机遇

3

丰富增值服务产品组合：  
- 实现数字内容资产交易DTC模式



# 实现数字内容资产交易DTC模式



主流DTC流媒体平台订阅用户  
8.5亿



全球移动智能设备屏幕  
62亿块

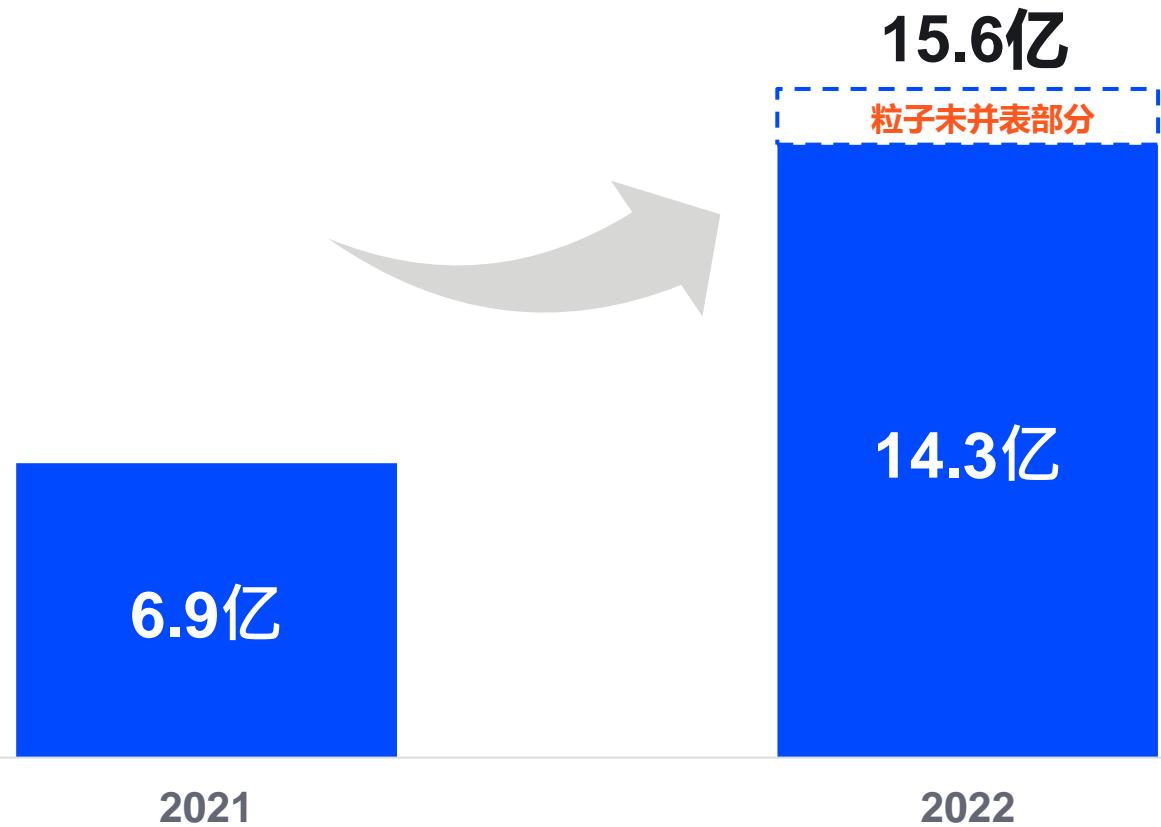
为头部DTC平台提供  
IP产权保护方案

为更多IP产权交易  
提供DTC的发行方案

数字内容时代，IP产权交易将以更直接的方式完成，  
DTC成为行业未来核心

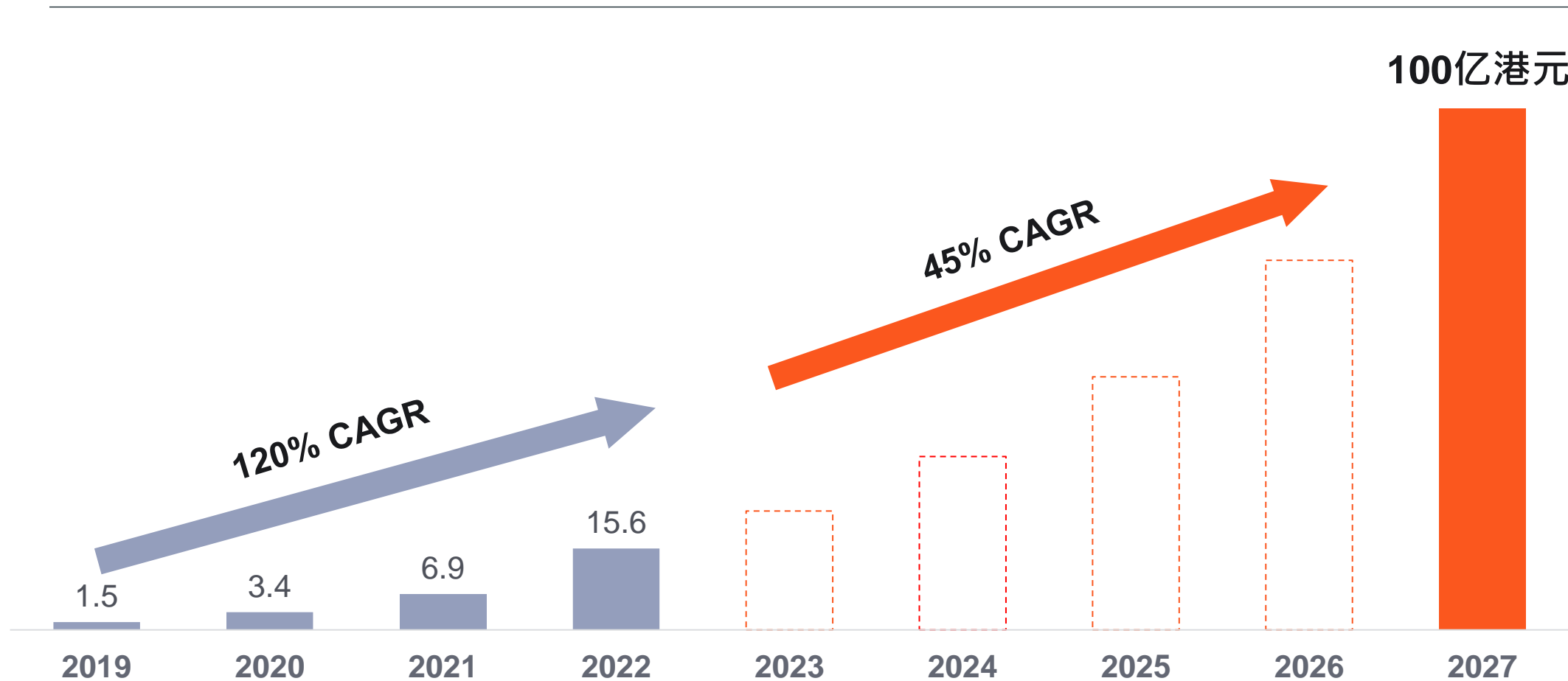
# 2022全年指引

## 总收入 (港元)



# 未来5年规划

## 总收入 (亿港元)





# 问答环节



激发您的無限创意

Unleash Your Boundless Creativity