

MANY -IDEA 2019 年度报告

聚焦“时尚+体育”内容的
整合营销服务商



2019 公司年度大事件

小马星球

2019小马星球主要受众人群:3-6岁幼儿及新中产家庭,以幼儿运动教育为主旨的亲子陪伴系IP,占领全国亲子幼儿渠道。小马星球依托于全国体育运动学校联合幼儿体育分会,美国春田学院专家团队提供的幼儿“体适能”运动知识,结合幼儿体适能科学训练点设计的“亲子障碍跑及运动嘉年华”打造好玩、易学、有益身心智全面成长的亲子运动,每年全国举办线下“体适能嘉年华”共计8座城市,吸引众多年轻家庭,精准覆盖家庭100万+。

同时还结合体适能教学为题材制作了《小马星球》动画片、人偶剧、条漫等在网络媒体上广泛传播。



小马星球常年合作媒体平台有:宝宝树、优酷、爱奇艺、搜狐、腾讯、贝瓦儿歌、乐视、芒果TV、风行、今日头条、抖音等流量媒体。

厦门时尚周

2019厦门国际时尚周,聚焦9000岁,打造泛时尚的赋能聚新平台。

特创四大IP:一为MIX PARK时尚观念展,汇聚最受青年喜爱的时尚生活方式,打造衣、食、住、行、享、乐、购为一体的潮流展区;二为TRENDY UP时尚秀,携手电商巨头贯通平台界限,秀展一体打造全城潮品发布平台、时尚种草空间和消费平台;三为时尚观念FED SHOW,分别面向B端与C端,打造兼具行业深度和影响力广度的时尚观念分享阵地;四为时尚榜单发布,针对青年时尚生活方式领域展开全景式扫描,树立时尚周平台高度与权威。

XIAMEN
INTERNATIONAL
FASHION WEEK

厦门国际时尚周
TRENDY UP 时尚秀

2019/12/06
-12/09

恒安合伙人计划

中国大学生马拉松联赛

携手阿里体育打造中国大学生马拉松第一品牌。中国大学生马拉松联赛是借势12所优秀高校(如北京大学)参赛,规模均



为5-10公里举办的迷你马拉松赛事,配套线上、校园内宣传,制造强势的校园关注声势,吸引更多有拼搏精神的高校学生关注、加入“恒安合伙人计划”。

“恒安合伙人计划”冠名第四届青春创客系列活动之就业人才选拔专项赛,主要通过青春创客组委会和各高校,向全国高校征集创新项目团队及优秀的创业项目创意、品牌营销人才及优秀的营销创意。并通过专业赛事为企业选拔出优秀、有合作意向的团队或人才。

就业专项赛办赛周期为2019年9月-12月,共分为启动征集、高校线下动员、线上海选、全国总决赛四个赛事阶段,成为国内参赛规模及覆盖空间最广的校园马拉松。

东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周

东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周

以整合国际时尚产业资源、挖掘青岛时尚产业潜力为动力,按照市委市政府“开放、现代、活力、时尚”的城市定位要求,将本届活动作为加快建设青岛国际时尚城的重要内容全力推进。积极构建“一主多辅、多点联动、全城时尚”的格局,明确市场化办会模式,通过“高峰论坛、品牌发布秀、国际艺术展、新零售体验展、时尚艺术主题活动”五大板块内容,打造青岛面向全球的时尚产业开放聚合平台,成为青岛时尚城创建与发展的新引擎。



东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周

ORIENTAL FASHION SEASON THE 19TH CHINA (QINGDAO)
INTERNATIONAL FASHION WEEK

2019.9.7-9.11 主会场:青岛国际时装周主会场(青岛中心)
分会场:青岛国际时装周分会场(青岛中心)



2019
COMPANY
ANNUAL EVENT

目录

第一节	声明与提示	5
第二节	公司概况	7
第三节	会计数据和财务指标摘要	9
第四节	管理层讨论与分析	11
第五节	重要事项	27
第六节	股本变动及股东情况	30
第七节	融资及利润分配情况	32
第八节	董事、监事、高级管理人员及员工情况	33
第九节	行业信息	36
第十节	公司治理及内部控制	41
第十一节	财务报告	46

释义

释义项目		释义
本公司、多想互动、公司	指	厦门多想互动文化传播股份有限公司
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《公司章程》	指	《厦门多想互动文化传播股份有限公司章程》
三会	指	股东大会、董事会、监事会
线上	指	互联网上
线下	指	互联网外
数字营销	指	借助于互联网、电脑、通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的一种营销方式
报告期、本报告期	指	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日

第一节 声明与提示

【声明】

公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、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责任。

公司负责人刘建辉、主管会计工作负责人陈善成及会计机构负责人（会计主管人员）王碧凤保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具了标准无保留意见审计报告。

本年度报告涉及未来计划等前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，投资者及相关人士均应对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。

事项	是或否
是否存在董事、监事、高级管理人员对年度报告内容异议事项或无法保证真实、准确、完整	☐ 是 ☒ 否
是否存在未出席董事会审议年度报告的董事	☐ 是 ☒ 否
是否存在豁免披露事项	☐ 是 ☒ 否

【重要风险提示表】

重要风险事项名称	重要风险事项简要描述
1、市场竞争加剧风险：	公司所属的整合营销服务行业市场化程度较高、业内企业数量众多、整体竞争格局较为激烈，且目前在国内发展历史较短，尚无统一的行业标准，主要实行行业的自律管理，行业门槛较低。公司面临的主要竞争对手为本土整合营销领域的上市公司和全球知名广告公司。一方面，本土上市公司不断利用其规模优势对广告代理、公关策划等传统整合营销业务板块进行扩张，行业平均利润空间逐步压缩，同时通过投资和并购等手段逐渐加大对数字营销、内容营销等新兴业务板块的布局，未来行业竞争格局较为激烈。另一方面，一些全球知名广告公司也凭借其强大的品牌影响力和雄厚的资本实力加大了对我国在整合营销领域的产品输出。虽然公司积累了丰富的行业经验，拥有大量长期合作的客户，并通过聚焦“时尚+体育”两大产业原创出多个具有开发潜力和商业价值的自有内容 IP 产品，但面对竞争日益激烈的内外部环境，仍然存在核心竞争力下降，品牌客户流失，自有 IP 产品创造和商业转化失败导致的经营风险。
2、核心业务人员流失的风险：	整合营销服务行业属于以人为本的行业，要求业务人员具有优秀的创意策划设计能力、对上游资源的整合能力、对下游品牌客户需求的洞察能力、高质高效的落地执行能力，这些是

	公司竞争力的重要形成要素之一。虽然公司拥有良好的企业文化和经营机制，随着整合营销服务行业的蓬勃发展，行业内的公司对核心业务、管理人才的争夺日趋激烈，公司仍将面临核心业务人员流失的风险。
3、应收账款比重较高导致坏账的风险：	随着公司业务规模的继续增长，应收账款可能进一步增加。如果公司未来不能及时发现客户经营状况恶化等极端情形，出现应收账款不能按期收回或无法回收、发生坏账的情况，将对公司业绩和生产经营产生不利影响。
4、税收优惠政策变化的风险：	子公司喀什联界享受自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起企业所得税五年免征的所得税优惠政策，报告期内，喀什联界免征企业所得税；根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》财税[2019]13号规定：自2019年1月1日至2021年12月31日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。子公司北京多想、泉州多想、第二未来2019年度作为小型微利企业，享受上述税收优惠。 2017年、2018年、2019年，上述子公司享受的税收优惠金额分别为422.29万元、718.62万元、857.22万元，占合并报表归属于母公司股东的净利润的比例分别为12.30%、12.60%、10.70%。如果上述税收优惠政策发生变化，喀什联界、北京多想、泉州多想、第二未来可能无法在未来年度继续享受税收优惠，进而对公司的经营业绩产生不利影响。
5、企业资产规模及业务规模扩大可能导致的管理风险：	近年来公司业务发展迅速，规模增长较快，公司的组织结构和经营管理也得到不断的完善和加强。但随着本次发行后募集资金的到位和投资项目的实施，公司资产规模、营业收入、员工数量将会有较快的增长，公司经营决策和风险控制难度将增加。规模的扩张将对公司的经营管理、内部控制、人力资源建设、资金管理及运作能力等方面提出更高的要求。若公司的组织管理体系和管理人员的能力不能满足公司规模扩大后对运营管理的要求，则将对公司的持续经营产生不利影响。
本期重大风险是否发生重大变化：	否

第二节 公司概况

一、 基本信息

公司中文全称	厦门多想互动文化传播股份有限公司
英文名称及缩写	Xiamen Many Idea Interactive Co.,Ltd
证券简称	多想互动
证券代码	835212
法定代表人	刘建辉
办公地址	厦门市思明区花莲路 11 号鸿星尔克大厦 12 楼

二、 联系方式

董事会秘书	陈善成
是否具备全国股转系统董事会秘书任职资格	是
电话	0592-3170206
传真	0592-3177780
电子邮箱	csc@many-idea.com
公司网址	http://www.many-idea.com
联系地址及邮政编码	厦门市思明区花莲路 11 号鸿星尔克大厦 12 楼 361000
公司指定信息披露平台的网址	www.neeq.com.cn
公司年度报告备置地	厦门市思明区花莲路 11 号鸿星尔克大厦 12 楼董秘办公室

三、 企业信息

股票公开转让场所	全国中小企业股份转让系统
成立时间	2012 年 5 月 21 日
挂牌时间	2015 年 12 月 31 日
分层情况	创新层
行业（挂牌公司管理型行业分类）	L72 商业服务业
主要产品与服务项目	内容营销、数字营销、公关策划活动和媒介广告代理
普通股股票转让方式	集合竞价转让
普通股总股本（股）	50,880,001.00
优先股总股本（股）	0
做市商数量	0
控股股东	刘建辉
实际控制人及其一致行动人	刘建辉

四、 注册情况

项目	内容	报告期内是否变更
统一社会信用代码	91350200594962652C	否

注册地址	厦门市湖里区泗水道 611 号 1219 室	否
注册资本	50,880,001.00	否

五、 中介机构

主办券商	长江证券
主办券商办公地址	湖北省武汉市江汉区新华路特 8 号
报告期内主办券商是否发生变化	否
会计师事务所	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
签字注册会计师姓名	林新田、陈裕成
会计师事务所办公地址	福州市台江区祥坂路口阳光城时代广场 22F

六、 自愿披露

☐适用 ☒不适用

七、 报告期后更新情况

☐适用 ☒不适用

第三节 会计数据和财务指标摘要

一、 盈利能力

单位：元

	本期	上年同期	增减比例%
营业收入	391,982,352.57	290,595,474.36	34.89%
毛利率%	34.49%	35.76%	-
归属于挂牌公司股东的净利润	80,077,291.10	57,020,852.58	40.44%
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	76,001,750.62	56,704,502.96	34.03%
加权平均净资产收益率%(依据归属于挂牌公司股东的净利润计算)	37.62%	39.51%	-
加权平均净资产收益率%(归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算)	35.71%	39.29%	-
基本每股收益	1.57	1.12	40.18%

二、 偿债能力

单位：元

	本期期末	本期期初	增减比例%
资产总计	299,071,483.56	212,071,245.10	41.02%
负债总计	46,176,396.44	39,253,449.08	17.64%
归属于挂牌公司股东的净资产	252,895,087.12	172,817,796.02	46.34%
归属于挂牌公司股东的每股净资产	4.97	3.4	46.18%
资产负债率%(母公司)	41.94%	31.31%	-
资产负债率%(合并)	15.44%	18.51%	-
流动比率	6.22	5.19	-
利息保障倍数	3,580.53	-	-

三、 营运情况

单位：元

	本期	上年同期	增减比例%
经营活动产生的现金流量净额	57,241,179.05	15,238,264.08	275.64
应收账款周转率	2.96	3.62	-
存货周转率	-	-	-

四、 成长情况

	本期	上年同期	增减比例%
总资产增长率%	41.02%	67.24%	-

营业收入增长率%	34.89%	62.59%	-
净利润增长率%	40.44%	66.13%	-

五、 股本情况

单位：股

	本期期末	本期期初	增减比例%
普通股总股本	50,880,001.00	50,880,001.00	-
计入权益的优先股数量	-	-	-
计入负债的优先股数量	-	-	-

六、 非经常性损益

单位：元

项目	金额
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	5,434,119.84
除上述各项之外的营业外收支净额	-65.87
非经常性损益合计	5,434,053.97
所得税影响数	1,358,513.49
少数股东权益影响额（税后）	0
非经常性损益净额	4,075,540.48

七、 补充财务指标

☐ 适用 ☒ 不适用

八、 会计数据追溯调整或重述情况

☐ 会计政策变更 ☐ 会计差错更正 ☐ 其他原因 ☒ 不适用

第四节 管理层讨论与分析

一、 业务概要

商业模式：

1、所处行业及主营业务：

按照《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为商务服务业，分类代码为L72。

公司是一家聚焦“时尚+体育”内容的整合营销服务商，主营业务包括内容营销、数字营销、公关活动策划、媒介广告代理四大类。公司以品牌客户的营销需求为导向，以策划设计的创新为核心，以目标消费群体的内容偏好打造强互动的“时尚+体育”IP为特色产品，整合“线上+线下”的传播渠道为主要手段，提供具备“创新、整合、互动”特点的整合营销服务，为品牌客户实现“多渠道、立体式”的营销效果。

2、主要产品与服务：

报告期内，公司内容营销、公关活动策划、数字营销、媒介广告代理各主营业务的主要产品与服务内容如下：

（1）公司的内容营销业务，是指公司以客户的营销共性需求为导向，以其目标消费者的内容偏好为基础，通过调研其消费者在“时尚+体育”领域内喜爱的文化内容和媒介习惯，运营自有或代理相应的IP并选择精准媒体渠道进行传播。在IP中，依据广告赞助合作权益将客户的营销诉求与IP内容相结合，通过植入广告、媒体整合宣传，以“线上+线下”的传播方式，让消费者以参与体验的方式实现与品牌的互动，提升带动消费者对品牌的认知和好感，增强品牌的知名度与美誉度。报告期内，公司自有IP小马星球成功运营到第三季，品牌客户合作持续性强，深受3-6岁幼儿及其家长的好评。公司代理运营的IP数量超过10个，持续深耕时尚和体育两个垂直领域的IP内容，时尚IP领域有新加坡时尚周、厦门时尚周、青岛时尚周、IMF音乐节等，体育IP领域有大学生马拉松、深圳马拉松、重庆半马、杭州女子马拉松等。

（2）公司的公关活动策划业务，是指公司基于单一客户的营销需求，通过创新活动策划、执行管理及配套传播，为客户定制主题亮点突出且互动性强的新品发布、节庆盛典、产品营销、体育赛事等活动，并通过良好的互动体验促使用户进行二次传播。报告期内，公司服务了“华润万象城、恒安集团、FILA、七波辉、ROOKIE、韩菲诗”等企业及品牌的节点推广活动或发布会盛典。

（3）公司的数字营销业务，是指公司基于单一客户的营销需求，为客户提供数字媒体的投放策略及相匹配的内容策划设计，并进行图文、视频等广告内容的制作及广告投放、广告监播、效果评估等相关服务。同时，公司作为网易闽南独家代理运营企业，可通过文章、专题、直播等特色服务，为客户提供数字公关形象传播。报告期内，公司服务了立白、贵人鸟、虎都、蜡笔小新、青蛙王子等企业及品牌客户。

（4）公司的媒介广告代理业务，是指公司根据客户的传播目标，进行传统媒介（电视、户外等）效果分析、拟定媒介策略、投放计划，为客户进行广告资源的代理采买、投放监播、效果评估。报告期内，公司服务了起步、盼盼、安井等客户。

3、客户类型：

公司经过多年行业沉淀，已为鞋服、快消品（食品、饮料、化妆品、日用品等）、房地产及其他领域的众多知名企业提供整合营销服务。

4、公司关键资源：

公司致力于为中国消费品行业客户提供整合营销服务，

（1）内部关键资源来自于：核心业务团队所拥有的优秀创意，策划设计能力，该能力是整合营销价值实现的核心要素，也是公司核心竞争力之一；公司管理人员在整合营销服务领域积累的深厚资源和经验使公司在市场长期发展中形成良好口碑和行业影响力，众多的成功项目经验塑造了公司的品牌价

值，沉淀的大量合作良好的客户是公司持续经营的关键资源；

（2）外部关键资源则来自于长期合作的明星、设计师、网红等超百人，合作涵盖了互联网、电视、户外等全媒体平台，合作内容包括时尚活动、体育赛事、综艺节目等优质 IP，推广资源丰富，渠道关系良好，使公司的整合营销服务更具产品及价格优势；

（3）公司的关键资源产品是在内外部资源的累积沉淀下，打造的自出品 IP，逐步建立起公司在“时尚和体育”两个方向内容的品牌特色和差异化竞争力，产品具有独家优势，并具有内容连贯性、可复制强等特点，具有较高的成长潜力并形成了公司自主知识产权，建立了竞争壁垒。

5、公司销售渠道和收入来源：

公司销售渠道：通过深耕整合营销传播服务行业多年，公司积累了丰富的品牌客户资源，业务部积极维护品牌客户资源，独立成立服务部门，从而及时了解合作品牌客户需求，公司已与众多品牌客户保持了长期的良好合作关系，因此品牌客户会主动直接向公司委托业务，公司从而获得业务订单。此外，公司通过积极参加品牌客户招投标承接业务，公司业务部通过公开市场信息等渠道积极获取招投标信息或接受客户的招标邀请，进行信息分析和评估后，确定投标，形成方案文件，由业务部门负责向品牌客户展现公司实力，充分利用公司创意策划设计、优秀案例、传播资源整合、自有内容 IP 产品等优势赢得品牌客户认可，达成业务合作。在新客户开发方面，公司会通过已合作品牌客户介绍，口碑传播及产业广告行业展会等途径开拓新客户获取相应订单。

公司收入来源具体包括：

公关策划活动业务收入来源为：公司按项目合同的约定为单一客户提供公关活动策划服务时，按照项目策划设计内容、项目人员配置、项目规格、项目传播渠道等方面的区别对公关活动进行差异化定价，并获取相应的策划服务收入。

数字营销业务收入来源为：公司为单一客户提供传播策略制定及线上内容策划设计，图文、视频等相关内容制作及投放执行，广告监播，效果评估等相关服务，从而获取相应的策划服务及广告投放收入。

媒介广告代理业务收入来源为：公司接受单一客户委托，为其制定媒体投放策略，从而为品牌客户采买户外、电视等传统媒体资源，并进行广告投放。公司按照广告发布的媒体类型和数量、广告投放力度、投放周期、投放时段等作为收费标准，并提供广告监播和效果评估等服务，从而获取广告投放收入。

内容营销业务收入来源为：公司通过优质的“时尚+体育”IP 的内容和传播资源为客户提供内容整合营销服务，以广告权益回报（如广告数量、可见面积以及可见时长等）进行冠名、特约（或金牌）、战略（或指定）等三种合作方式的赞助区分，收取不同的赞助收费，从而获取广告赞助收入。

报告期内变化情况：

事项	是或否
所处行业是否发生变化	☐ 是 ☒ 否
主营业务是否发生变化	☐ 是 ☒ 否
主要产品或服务是否发生变化	☐ 是 ☒ 否
客户类型是否发生变化	☐ 是 ☒ 否
关键资源是否发生变化	☐ 是 ☒ 否
销售渠道是否发生变化	☐ 是 ☒ 否
收入来源是否发生变化	☐ 是 ☒ 否
商业模式是否发生变化	☐ 是 ☒ 否

二、经营情况回顾

（一）经营计划

随着整合营销需求进一步扩大，经典案例提升了公司品牌价值，良好的口碑助力合作客户量迅猛增长，使公司在报告期内的收入、利润、资产、净资产都实现了较大增长。

报告期内，公司实现营业收入 39,198.24 万元，同比增长 34.89%；利润总额和净利润分别为 9,544.47 万元、8,007.73 万元，同比增长 37.27%、40.44%；2019 年期末总资产 29,907.15 万元，较期初增长 41.02%，归属于挂牌公司股东的净资产 25,289.51 万元，较期初增长 46.34%。

公司在 2019 年度能实现收入持续增加的主要原因为：

1、公司深耕整合营销传播业务多年，在市场同质化日益激烈的竞争环境下，利用管理团队积累的深厚资源和策划经验，专业团队拥有的优秀创意设计、先进媒体传播理念和丰富活动执行管理经验，深入挖掘客户需求，实现了跨平台整合营销服务的特色产品，打造了众多行业标杆的经典案例，在激烈的竞争环境中脱颖而出，公司品牌价值的提高及行业良好的口碑，大大提升了市场竞争力，使得合作客户数量大幅提升，公司经营业绩进一步快速增长。

2、进一步锁定时尚和体育两大朝阳板块，通过自出品或代理运营相关内容 IP 实现内容营销收入，自出品 IP 已有一定的市场曝光度并沉淀了合作客户的良好口碑，为其持续招商成功奠定了基础。基于公司在时尚、体育垂直领域影响力的不断提高，2019 年度代理运营 IP 的合作增速明显，项目影响力、规模和数量进一步增加。

公司在 2019 年度公司总资产期末余额较期初余额增长 41.02%，主要是报告期内公司收入增加，净利润提高所致。

公司在 2019 年度净利润增加的主要原因，在于公司市场竞争力提升、品牌影响力扩大，深挖客户需求等核心竞争力的加强，从而带动了主营业务收入增加而形成的。总体而言，2019 年公司跨媒体整合营销业务在行业内备受认可，为健康经营的强劲增长提速；“时尚和体育”内容营销业务板块具备垂直行业影响力，彰显出未来良好的成长趋势。

（二）行业情况

整合营销传播服务业属服务业范畴，服务业具有服务生产、引导消费、拉动内需、推动经济增长等属性。近年来，国家陆续出台了一系列产业政策，指导和鼓励服务业的发展。公司在提供整合营销服务过程中，主要遵循《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国知识产权法》等法律法规的要求，同时还自觉遵守其他相关的行业自律规章。目前，国内暂无明确的行政主管部门，行业内部实行自律式管理机制，现有自律管理机构有：中国广告协会、中国公共关系协会（CPRA）、中国国际公共关系协会（CIPRA）等。

随着我国国民经济的持续快速发展以及产业结构的调整和优化升级，整合营销传播服务市场将进一步扩大，我国公关行业和广告行业市场的营业额呈现逐年上升的趋势。整合营销传播服务可被广泛应用于国民经济的各个行业。伴随着中国社会经济不断发展及整合营销传播服务行业的不断成熟，整合营销传播的应用范围也将越发广泛。

由于整合营销传播市场支出与国民经济发展表现出较强的正相关性，因此整合营销传播服务业受宏观经济周期的影响。整合营销传播服务业下游客户类型包括企业、政府机构及非政府组织，主要涉及快

消、互联网、娱乐/文化、汽车、IT（通讯）、奢侈品、医疗、制造业、医疗保健、金融、房地产等众多行业。随着近年来我国宏观经济保持中高速发展势头，各行业企业品牌建设意识增强，整合营销传播支出加大，因此长期来看整合营销传播服务行业呈现良好发展态势，不具备明显的周期性特点。

（三） 财务分析

1. 资产负债结构分析

单位：元

项目	本期期末		本期期初		本期期末与本期期初金额变动比例%
	金额	占总资产的比重%	金额	占总资产的比重%	
货币资金	141,932,373.28	47.46%	89,181,148.24	42.05%	59.15%
应收票据	-	-	-	-	
应收账款	135,676,304.03	45.37%	109,895,493.27	51.82%	23.46%
存货	-	-	-	-	
投资性房地产	-	-	-	-	
长期股权投资	-	-	-	-	
固定资产	1,900,849.31	0.64%	2,363,898.58	1.11%	-19.59%
在建工程	-	-	-	-	
短期借款	-	-	-	-	
长期借款	-	-	-	-	
预付款项	7,598,095.56	2.54%	1,277,313.93	0.60%	494.85%
其他应收款	1,588,244.48	0.53%	2,532,753.91	1.19%	-37.29%
其他流动资产	538,946.51	0.18%	707,671.62	0.33%	-23.84%
可供出售金融资产			600,000.00	0.28%	-100.00%
其他权益工具投资	4,700,000.00	1.57%			
无形资产	410,174.99	0.14%	547,213.24	0.26%	-25.04%
商誉	2,293.59	0.00%	2,293.59	0.00%	0%
长期待摊费用	2,268,998.25	0.76%	3,374,488.18	1.59%	-32.76%
递延所得税资产	2,455,203.56	0.82%	1,588,970.54	0.75%	54.52%
应付票据及应付账款	22,589,815.90	7.55%	26,420,123.46	12.46%	-14.50%
预收款项	1,163,464.09	0.39%	1,900,673.31	0.90%	-38.79%
应付职工薪酬	4,512,663.48	1.51%	2,464,599.17	1.16%	83.10%
应交税费	17,538,827.37	5.86%	8,202,110.17	3.87%	113.83%

其他应付款	371,625.60	0.12%	265,942.97	0.13%	39.74%
资产总计	299,071,483.56	-	212,071,245.10	-	41.02%

资产负债项目重大变动原因：

- 1、报告期内公司货币资金期末余额较期初余额增长 59.15%，主要系公司收入的增加所致。
- 2、报告期内公司应收票据及应收账款期末余额较期初余额增长 23.46%，主要系公司 2019 年下半年执行完成的项目较多，目前应收账款余额处于合理水平，且公司主要客户资质优良，信用状况良好，因此应收账款质量较好，信用风险低，不能收回的风险较小。
- 3、报告期内公司预付账款余额为 759.81 万元，同比增长了 494.85%，主要系公司项目增加所致。
- 4、报告期内公司其他应收款余额为 158.82 万元，同比下降 37.29%，主要系公司优化资金使用效率所致。
- 5、报告期内公司新增其他权益工具投资 470 万元，主要系参股投资设立厦门多想视界文化传媒有限公司和厦门多想视界广告有限公司所致。
- 6、报告期内公司递延所得税资产 245.52 万元，较上年增长 54.52%，主要系计提的信用减值损失对应的递延所得税资产所致。
- 7、报告期内公司其他流动资产的余额为 53.89 万元，较上年下降 23.84%，主要系待抵扣进项税额及短期未摊销的资产增加所致。
- 8、报告期内公司应付票据及应付账款期末余额为 2258.98 万元，同比下降 14.5%，主要系本期优化付款政策使得应付账款也有所降低。
- 9、报告期内公司预收账款期末余额为 116.35 万元，较上年下降 38.79%，主要系公司预收跨年项目款项减少所致。
- 10、报告期内公司应付职工薪酬余额为 451.27 万元，较上年增长 83.1%，主要系公司员工人数增加及平均薪酬提高所致。
- 11、报告期内公司应交税费期末余额为 1,753.83 万元，较上年增加 113.83%，主要系公司本期收入增长导致应交税金增加所致。
- 12、报告期内公司总资产期末余额较期初余额增长 41.02%，主要是报告期内公司收入增加，净利润大幅度提高所致。
- 13、报告期内公司负债期末余额为 4,617.64 元，较上年增加 17.64%，资产负债率为 15.44%，负债对企业现金流不存在重大不利影响。

2. 营业情况分析

(1) 利润构成

单位：元

项目	本期		上年同期		本期与上年同期金额变动比例%
	金额	占营业收入的比重%	金额	占营业收入的比重%	
营业收入	391,982,352.57	-	290,595,474.36	-	34.89%
营业成本	256,779,887.09	65.51%	186,692,930.75	64.24%	37.54%
毛利率	34.49%	-	35.76%	-	-
销售费用	22,936,884.96	5.83%	19,546,045.97	6.73%	17.35%
管理费用	15,360,593.85	3.94%	11,245,725.68	3.87%	36.59%

研发费用	-	-	-	-	-
财务费用	-311,494.62	-0.08%	-1,345,861.96	-0.46%	-76.86%
信用减值损失	-5,343,710.81	-1.36%	-	-	-
资产减值损失	-	-	-4,285,473.03	1.47%	-100.00%
其他收益	511,719.84	0.13%	-	0.00%	100%
投资收益	-	-	-	0.00%	-
公允价值变动收益	-	-	-	0.00%	-
资产处置收益	-	-	-	0.00%	-
汇兑收益	-	-	-	0.00%	-
营业利润	90,522,346.14	23.09%	69,111,267.34	23.78%	30.98%
营业外收入	4,922,400.00	1.26%	509,637.34	0.18%	865.86%
营业外支出	65.87	0.00%	87,837.84	0.03%	-99.93%
净利润	80,077,291.10	20.43%	57,020,852.58	19.62%	40.44%

项目重大变动原因：

1、2019 年度公司营业收入为 39,198.24 万元,较上一年度增长 34.89%,其中：内容营销收入 25,011.87 万元,同比增长 57.1%；数字营销收入 6,297.18 万元,同比增长 8.39%；公关策划活动收入 4,287.06 万元,同比下降 16.79%；媒介广告代理收入 3,602.12 万元,同比增长 65.52%。其主要原因如下：

报告期内，随着中国媒介环境的改变，新媒体特别是移动互联网媒介渠道影响力的进一步扩大，公司服务的品牌客户数字营销投放预算逐年增加，使得公司的数字营销业务收入增长较快。在内容营销业务方面，2019 年公司自出品 IP 升级，并增加多个具备行业影响力的商业 IP 运营项目，进一步丰富了跨媒体整合营销的产品结构，较高的传播性价比吸引了越来越多的品牌客户与公司合作，公司内容营销业务收入保持了快速增长。

2、2019 年度公司营业成本为 25,677.99 万元，较上一年增加了 37.54%，主要是因为伴随着公司营业收入的增长，相应的成本也有所提高，从而导致营业成本的增加。

3、2019 年度公司销售费用为 2,293.69 万元，较上一年增加 17.35%，主要系公司业务规模扩大，人工成本、业务招待费、办公费用等随之增加所致。

4、2019 年度公司管理费用为 1,536.06 万元，较上一年增加了 36.59%，主要系公司业务规模扩大所致。

5、2019 年度公司财务费用为-31.15 万元，同比下降 76.86%，主要系定期存款利息减少所致。

6、2019 年度公司营业外收入为 492.24 万元，同比增长 865.86%，主要系申请的政府补助等营业外收入所致。

7、2019 年度公司净利润为 8,007.73 万元，同比增长 40.44%，主要系公司 2019 年度营业收入较 2018 年增长 34.89%所致。

(2) 收入构成

单位：元

项目	本期金额	上期金额	变动比例%
主营业务收入	391,982,352.57	290,595,474.36	34.89%
其他业务收入	-	-	-
主营业务成本	256,779,887.09	186,692,930.75	37.54%

其他业务成本	-	-	-
--------	---	---	---

按产品分类分析：

√ 适用 □ 不适用

单位：元

类别/项目	本期		上年同期		本期与上年同期金额变动比例%
	收入金额	占营业收入的比重%	收入金额	占营业收入的比重%	
内容营销	250,118,727.72	63.81%	159,212,791.67	54.79%	57.10%
数字营销	62,971,786.02	16.06%	58,099,798.35	19.99%	8.39%
公关策划活动	42,870,594.95	10.94%	51,520,015.83	17.73%	-16.79%
媒介广告代理	36,021,243.88	9.19%	21,762,868.51	7.49%	65.52%
合计	391,982,352.57	100%	290,595,474.36	100%	34.89%

按区域分类分析：

□ 适用 √ 不适用

收入构成变动的原因：

2019 年度公司营业收入为 39,198.24 万元,较上一年度增长 34.89%,其中:内容营销收入 25,011.87 万元,同比增长 57.1%;数字营销收入 6,297.18 万元,同比增长 8.39%;公关策划活动收入 4,287.06 万元,同比下降 16.79%;媒介广告代理收入 3,602.12 万元,同比增长 65.52%。其主要原因如下:

报告期内,随着中国媒介环境的改变,新媒体特别是移动互联网媒介渠道影响力的进一步扩大,公司服务的品牌客户数字营销投放预算逐年增加,使得公司的数字营销业务收入增长较快。在内容营销业务方面,2019 年公司自出品 IP 升级,并增加多个具备行业影响力的商业 IP 运营项目,进一步丰富了跨媒体整合营销的产品结构,较高的传播性价比吸引了越来越多的品牌客户与公司合作,公司内容营销业务收入保持了快速增长。

(3) 主要客户情况

单位：元

序号	客户	销售金额	年度销售占比%	是否存在关联关系
1	福建鸿星尔克体育用品有限公司	24,622,641.51	6.28%	否
2	韩后化妆品股份有限公司	24,056,603.77	6.14%	否
3	“盼盼”系列	18,800,493.40	4.80%	否
4	蜡笔小新休闲食品集团有限公司	18,207,547.17	4.64%	否
5	广州蜂群传媒有限公司	16,120,181.29	4.11%	否
合计		101,807,467.14	25.97%	-

注：盼盼系列客户包括：福建盼盼食品有限公司、南宁市盼盼食品销售有限公司、白银市盼盼食品销售有限公司、安徽盼盼食品有限公司、汉川市晋江福源食品有限公司等。

(4) 主要供应商情况

单位：元

序号	供应商	采购金额	年度采购占比%	是否存在关联关系
----	-----	------	---------	----------

1	厦门普普文化股份有限公司	20,471,698.11	7.97%	否
2	厦门喵君文化传媒有限公司	20,124,468.30	7.84%	否
3	北京众鸣世纪科技有限公司	18,173,113.20	7.08%	否
4	上海智子信息科技股份有限公司	18,080,188.68	7.04%	否
5	北京壹天时代文化传播有限公司	17,916,098.40	6.98%	否
合计		94,765,566.69	36.91%	-

3. 现金流量状况

单位：元

项目	本期金额	上期金额	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	57,241,179.05	15,238,264.08	275.64%
投资活动产生的现金流量净额	-4,463,290.01	-3,597,846.54	24.05%
筹资活动产生的现金流量净额	-26,664.00	-	-

现金流量分析：

经营性现金流量与净利润的差异为 22,836,112.05 元，主要系应收余额增加。

1、经营活动产生的现金流量净额为 57,241,179.06 元，较 2018 年增加 42,002,914.97 元，主要系本期加强应收账款管理工作所致。

2、投资活动产生的现金流量净额为-4,463,290.01 元，较 2018 年减少 865,443.47 元，主要系 2019 年度投资支付的现金增加所致。

3、筹资活动产生的现金流量净额为-26,664 元，较 2018 年减少 26,664 元，主要系 2019 年度偿付利息支付的现金所致。

(四) 投资状况分析

1、主要控股子公司、参股公司情况

1、新疆喀什联界文化传播有限公司成立于 2016 年 4 月 5 日，为挂牌公司的全资子公司，注册资本和实收资本为人民币 500 万元。报告期内该公司营业收入为 7,139.15 万元，净利润为 2,942.79 万元。

2、江西镁塔文化传播有限公司成立于 2016 年 6 月 6 日，为挂牌公司的全资子公司，注册资本和实收资本为人民币 1,500 万元。报告期内该公司营业收入为 4,790.08 万元，净利润为 362.28 万元。

3、厦门第二未来科技有限公司成立于 2016 年 7 月 14 日，为挂牌公司的全资子公司，注册资本和实收资本为人民币 500 万元。报告期内该公司营业收入为 588.21 万元，净利润为 64.08 万元。

4、上海森昱广告有限公司成立于 2012 年 12 月 12 日，为挂牌公司的全资子公司，注册资本为人民币 3,000 万元，实收资本为人民币 100 万元。报告期内该公司营业收入为 0 万元，净利润为-0.4 万元。

5、北京多想互动文化传播有限公司成立于 2017 年 10 月 26 日，为挂牌公司的全资子公司，注册资本和实收资本为人民币 500 万元。报告期内该公司营业收入为 3,785.9 万元，净利润为 321.17 万元。

6、泉州多想互动文化传播有限公司成立于 2018 年 7 月 2 日，为挂牌公司的全资子公司，注册资本和实收资本为人民币 500 万元。报告期内该公司营业收入为 840.61 万元，净利润为 263.93 万元。

7、厦门多想视界文化传媒有限公司成立于 2018 年 8 月 29 日，为挂牌公司的参股公司，注册资本为人民币 5,500 万元，其中本公司出资人民币 500 万元，占注册资本的 9.09%。该公司业务尚未开展，未有任何经营业务。

8、厦门多想视界广告有限公司成立于 2019 年 5 月 8 日，为挂牌公司的参股公司，注册资本为人民币 5,500 万元，其中本公司出资人民币 500 万元，占注册资本的 9.09%。该公司业务尚未开展，未有任何经营业务。

何经营业务。

2、合并财务报表的合并范围内是否包含私募基金管理人

☐是 ☒否

(五) 研发情况

1. 研发支出情况：

项目	本期金额/比例	上期金额/比例
研发支出金额	0	0
研发支出占营业收入的比例	0%	0%
研发支出中资本化的比例	0%	0%

2. 研发人员情况：

教育程度	期初人数	期末人数
博士	0	0
硕士	0	0
本科以下	0	0
研发人员总计	0	0
研发人员占员工总量的比例	0%	0%

3. 专利情况：

项目	本期数量	上期数量
公司拥有的专利数量	0	0
公司拥有的发明专利数量	0	0

4. 研发项目情况：

不适用

(六) 审计情况

1. 非标准审计意见说明

☐适用 ☒不适用

2. 关键审计事项说明：

关键审计事项是我们根据职业判断，认为对 2019 年度财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，我们不对这些事项单独发表意见。

(一) 应收账款坏账准备的计提

相关信息披露详见财务报表附注三、9 及附注五、2。

1、事项描述

截至 2019 年 12 月 31 日，多想互动应收账款原值为 148,103,270.56 元，坏账准备余额为 12,426,966.53 元，应收账款净值占总资产比例为 45.37%。

应收账款是合并资产负债表的重要项目。由于多想互动公司管理层（以下简称管理层）在确定应收账款的风险组合划分依据、预计可收回金额时需要运用重大会计估计和判断，且若应收账款不能按期收回或者无法收回对财务报表的影响较为重大，因此我们将应收账款坏账准备的计提确定为关键审计事项。

2、审计应对

2019 年度财务报表审计中，我们对应收款项坏账准备的计提实施的审计程序主要包括：

（1）了解管理层设计的与应收账款减值准备计提相关的内部控制，评价其设计的有效性，并测试关键内部控制运行的有效性；

（2）检查应收账款坏账准备计提的会计政策，评估所使用的方法的恰当性以及减值准备计提比例的合理性，与同行业对比分析账龄计提比例的合理性，复核管理层有关应收账款坏账准备的会计政策；

（3）评价管理层评估预期信用减值损失的基础是否恰当，对历史损失率的计量是否正确；

（4）获取多想互动公司编制的坏账准备计提表，检查计提方法是否按照坏账政策一贯执行，重新计算坏账准备计提金额是否准确；

（5）对应收账款超过信用期的客户，我们对管理层进行了访谈，对主要客户进行了实地走访，了解了主要债务人的信息以及管理层对于其可回收性的评估；

（6）检查主要客户的背景、经营现状、期后回款情况等，验证管理层判断的合理性；

（7）选取应收账款余额或发生额较大的客户进行函证。

（二）服务收入确认

相关信息披露详见财务报表附注三、21 及附注五、22。

1、事项描述

多想互动公司主营业务是为客户提供产品市场推广、品牌价值传播的跨媒体整合营销服务，收入类型主要包括：内容营销收入、数字营销收入、公关策划活动收入以及媒介广告代理收入。

2019 年度多想互动公司营业收入总额为 391,982,352.57 元，为合并利润表的重要项目。由于收入是多想互动公司的关键业绩指标之一，对财务报表影响较大，服务收入涉及管理层对收入确认时点的判断，以及多想互动公司有权收取相关款项时点的判断，从而可能存在收入被确认于不正确的期间或多想互动公司管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险，因此我们将服务收入确认确定为关键审计事项。

2、审计应对

2019 年度财务报表审计中，我们对服务收入确认实施的审计程序主要包括：

（1）了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

（2）检查主要项目销售合同相关条款，对比同行业上市公司收入确认方法，并评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

（3）获取收入明细表，区别不同收入类型，结合同行业公司数据，执行分析性程序，判断营业收入和毛利率及变动的合理性；

（4）选取主要客户检查收入确认依据，包括销售合同、验收单以及项目影像资料等，核对客户名称、合同或验收金额、服务完成时间是否与收入明细表一致；

（5）选取样本检查截止日前后一段时间内账面收入确认依据，核对收入确认的期间是否与服务完成所属期间一致；

（6）选取主要客户执行函证程序以确认应收账款余额和收入金额；

（7）选取特定客户，查询工商资料，到其办公地点或经营地点进行实地走访，了解相关项目的情况，关注是否存在关联关系及异常现象；

（8）对多想互动公司大额银行资金流水与银行日记账进行了双向核查，核查收入的真实性。

（七） 会计政策、会计估计变更或重大会计差错更正

√适用 □不适用

1、2019 年 1 月 28 日公司第二届董事会第三次会议、第二届监事会第三次会议审议通过了《关于会计政策变更的议案》。财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格

式的通知》（财会〔2018〕15号），对一般企业财务报表格式进行了修订，公司依照财政部发布的相关政策、通知，相应变更财务报表格式。

本次会计政策变更是根据国家财政部规定进行的财务报表格式变更，本次会计政策的变更及其决策程序符合有关法律、法规的相关规定，不存在损害公司及股东利益的情况，对公司的财务状况、经营成果和现金流量无重大影响。

2、2019年9月25日公司第二届董事会第十一次会议、第二届监事会第十次会议审议通过了《关于公司会计政策变更的议案》。本次会计政策变更后，公司财务报表格式执行财政部于2019年4月30日发布的《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6号）的相关规定。同时，公司自2019年1月1日起执行财政部于2017年3月31日发布的修订后《企业会计准则第22号-金融工具确认和计量》（财会〔2017〕7号）、《企业会计准则第23号-金融资产转移》（财会〔2017〕8号）、《企业会计准则第24号-套期会计》（财会〔2017〕9号）和2017年5月2日发布修订后的《企业会计准则第37号-金融工具列报》（财会〔2017〕14号）等四项金融工具会计准则的相关规定。

除上述会计政策变更外，其他仍执行根据财政部前期发布的《企业会计准则—基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定制定的会计政策。

（八） 合并报表范围的变化情况

☐适用 ☒不适用

（九） 企业社会责任

1. 扶贫社会责任履行情况

☐适用 ☒不适用

2. 其他社会责任履行情况

☐适用 ☒不适用

三、 持续经营评价

报告期内，公司业务、资产、人员、财务、机构等完全独立，保持良好的自主经营的能力；会计核算、财务管理、风险控制等各项重大内部控制体系运行良好；主要财务、业务等经营指标健康；经营管理层、核心业务技术人员队伍稳定；内部治理规范、资源要素稳定、行业前景良好。因此，公司拥有良好的持续经营能力。报告期内公司未发生对持续经营能力有重大不利影响的事项。

1、盈利能力方面

公司经营情况保持快速健康增长，公司主营业务稳定，整体盈利能力有所增强。报告期内公司的主营业务收入391,982,352.57元，比2018年度增长了34.89%，报告期公司主营业务收入毛利率为34.49%，净利润率为20.43%。

2、偿债能力方面

报告期末公司资产负债率为15.44%，同比下降3.07%，流动比率为6.22，同比上升1.03。公司整体负债比率较低，不存在无法偿还负债的风险。

3、营运能力方面

报告期内公司应收账款周转率为2.96，比2018年度下降了18.23%。随着公司业务的发展，应收账款也有所增加，目前应收账款余额处于合理水平，且公司主要客户资质优良，信用状况良好，因此应收

账款质量较好，信用风险低，不能收回的风险较小。公司会在销售收入增加的同时继续加强应收的催收和应收账款的管理工作。

4、现金流量方面

报告期内公司实现经营活动产生的现金流量净额同比增加 42,002,914.97 元，结合部分业务发生的时间较为接近年末且报告期末的应收账款余额处在正常的收款账期及合理水平，公司的现金流状况良好，不存在流动性不足的风险。公司将会在增加销售收入的同时继续加强对应收账款的管理工作。

四、 未来展望

（一） 行业发展趋势

“十三五”以来，国家将文化产业的重要性上升到国家战略层面，提出到 2020 年要让文化产业成为国民经济支柱性产业。随着我国消费结构升级，我国居民体育消费潜力巨大，加之，大众对时尚领域日渐关注，因此基于拥有丰富的人文资源以及产业聚集效应，“时尚+体育”越来越受到鞋服、快消品（食品、饮料、化妆品、日用品等）、房地产及其他领域企业关注。在此背景下，公司注重将“时尚+体育”文化产业产品作为整合营销的良好载体，为各品牌客户提供优质整个营销服务，依托于以上两大文化产业良好的发展前景，公司整合营销服务具有广阔的市场发展空间。

1、基于体育文化产业的整合营销传播服务行业的市场前景

国务院在 2014 年 10 月颁布的《关于加快发展体育产业、促进体育消费的若干意见》正式将全民健身上升为国家战略，体育产业为我国大力扶持的朝阳产业。现阶段我国不断向体育强国的目标迈进，在 2017 年全国体育产业发展大会上，国家体育总局、国家统计局联合发布 2016 年国家体育产业总产出（总规模）已经达到 2.2 万亿元，同比 2015 年增长 15.7%，增加值为 7,811 亿元，同比 2016 年增长 20.6%，产业增加值占 GDP 的比重由 2014 年的 0.64% 增长至 0.9%，显示出我国体育产业巨大的市场潜力和强大的发展动力。2016 年 7 月，国家体育总局印发的《体育产业发展“十三五”规划》中指出“十三五”期间，体育产业总规模将超过 3 万亿元，产业增加值在国内生产总值中的比重达 1.0%。同时，国务院发布的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》提出，到 2025 年，我国体育产业总规模将超过 5 万亿元，我国体育产业将迎来爆发发展时期。

现阶段体育需求可以分为两个层面，一个层面是基于竞技体育（观赏性体育）层面的娱乐/社交需求，另一个是基于大众体育（参与性体育）层面的健康/社交需求。较之竞技体育产业链内容培育时间较长，大众体育产业在短时间内更具爆发潜力，目前我国大众体育赛事运营模式相对较为简单，直接收入主要以广告及赞助费为主，未来随着我国大众体育赛事逐步发展成熟，收入类型将愈加丰富，还可通过门票、培训及相关衍生品销售获取收入。

在大众体育中，随着家庭户外运动日益成为户外运动主流方式，儿童户外运动细分市场将迎来高速发展。根据体育卫生艺术教育研究中心发表的《我国青少年体质健康发展报告》显示由于长年积累，我国青少年体质健康状况依然严峻，体质健康问题仍然突出。运动刺激与青少年的自然生长保持平衡关系，是青少年能够保证正常的生长发育的重要保障，因此《中共中央国务院关于加强青少年体育增强青少年体质的意见》明确指出“广大青少年身心健康、体魄强健、意志坚强、充满活力，是一个民族兴旺生命力的体现，是社会文明进步的标志，是国家综合实力的重要方面”。目前我国 80 后、90 后父母经济条件、教育程度和育儿消费观念等已发生了较大转变，家庭对儿童运动健康日益重视，更加注重孩子的全

面发展。儿童户外运动不仅有利于体质健康，更能培养孩子的坚毅性格、团队社交，有利于孩子心智的成长，因此愈得到父母的关注。目前，儿童户外运动市场处于初级发展阶段，尚未形成行业准入机制和行业标准，产品同质化较为严重，随着产业的发展成熟，加之我国“放开二胎”政策出台，我国儿童运动教育市场潜力将逐渐被释放，未来适合儿童的幼儿趣味马拉松、亲子马拉松等娱乐化的马拉松内容将具有良好的发展前景。

随着相关体育领域“去监管化”的政策红利不断推出，体育赛事运作不断向市场化和商业化进步，从而有效增加了品牌的可选择度，体育整合营销服务市场将更加具备投资价值。同时，目前我国体育产业的细分化和专业化趋势明显，有利于市场挖掘体育整合营销服务机会，因此针对目标市场制定适当的体育文化产业整合营销服务策略将助力企业进行品牌宣传和市场开拓。

2、基于时尚文化产业的整合营销传播服务行业的市场前景

随着全球城市发展和需求结构的巨大变化，以及生产力水平和消费层次迅速提升，以创新和个性化消费为主要特征的时尚产业得到快速发展。时尚产业是以人的需求为基本出发点，具有高创新、高附加值特征，能引领消费流行趋势的新型产业业态，是文化与经济、艺术与技术、品牌和服务的有效结合，是跨越先进制造业与现代服务业产业界限多产业、多业态的组合。在发达国家，时尚产业发展已较为成熟，时尚营销运用不同的时尚化营销创新和沟通方式，深度影响消费者，并向消费者传递引领潮流的生活方式，是提高时尚品牌影响力和销售效果的主要手段，是时尚产业的核心竞争力所在。

根据国家统计局发布的《2018 年居民收入和消费支出情况》数据显示，2018 年，全国居民人均可支配收入 28,228 元，城镇居民人均可支配收入达 39,251 元。以城镇居民可支配收入为背景、“马斯洛金字塔需求”理论为框架，我国已从生存型必需消费向以时尚、娱乐、体育、教育等为代表的体验式可选消费进行横向延伸。根据 McKinsey&Company（麦肯锡）与 BoF 时装商业评论联合发布的《2017 年度全球时尚业态报告》显示 2016 年全球时尚消费总额达 2.4 万亿美元，在《2019 年度全球时尚业态报告》中，我国首次超过美国，成为全球最大时尚市场，呈现快速增长态势。在居民收入增长、消费结构升级背景下，未来我国时尚消费市场潜力将得到更大程度的释放。

我国时尚市场全球化进程快速推进，时尚产业进入快速发展期，除北京、上海、深圳、广州等一线城市外，国内大量二三线城市正积极致力于提升时尚发展能力，打造城市时尚名片，武汉、长沙、厦门、青岛、三亚、重庆等城市已在积极举办时装周、时尚周，展示城市独特的时尚魅力。同时，依托我国经济快速发展和强大的消费能力，我国已成为国际时尚聚焦中心，中国元素、中国设计的交流与展示越来越多。根据 Euromonitor 数据，2016 年中国设计师品牌市场规模约 415 亿元，预计到 2020 年行业规模将达到 619 亿元。目前我国时尚商品处于品牌力不够、缺乏品牌认同时期，虽然国内有一定规模的本土设计师品牌，但是其余品牌正处于通过商业平台进行品牌初期孵化和经营模式培育阶段，可通过将时装周、时尚周、创新发展平台等时尚 IP 和产品捆绑，在优质的产品基础上，打造品牌文化，提升品牌影响力，引领时尚潮流发展，从而为时尚整合营销服务提供巨大市场发展空间。

在我国发展新时期，大力发展时尚产业和时尚品牌，是我国加快转变经济发展方式、推动产业结构优化升级的客观需要，也是提高自主创新能力、打造中国文化软实力的必要要求。目前时尚已不仅是“服饰与美容”等外在符号，已成为一种内化的生活方式，因此各行业都在时尚化趋势愈发明显，其他领域品牌愈发注重与时尚文化产业跨界合作，品牌通过运用不同的时尚化营销创新和沟通方式，深度影响消费者，并通过加入时尚元素助力品牌升级、提高品牌的附加值，从而提升对以时尚文化产业为载体的整合营销服务运作需求提升。

数据来源：

[1]:国家体育总局、国家统计局

[2]:各省市《关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》

[3]: Euromonitor

（二） 公司发展战略

公司未来将秉承“多想、梦想、分享”的经营理念，不断提升公司“创新、整合、互动”的经营优势，持续优化升级技术、服务和运营模式，创建以信息技术、数据研究为基础，以内容创意、IP研发为核心，融合精准数据、传播渠道为一体的高品质整合营销服务生态圈。同时，在国家多措并举推进文化产业发展的背景下，公司将继续深化布局大众体育领域，发展时尚国际化目标，进一步树立公司在“时尚+体育”文化内容领域的专业、权威形象，以“内容连接消费”为发展规划，将优质内容衍生出多元化内容消费产品，拓宽内容消费产业链，不断增强IP变现能力，力争成为全国领先的整合营销传播集团。

（三） 经营计划或目标

公司在开展现有内容营销、数字营销、公关策划活动、媒介广告代理业务时，将不断深入优化和提升各业务的服务水平。同时，公司将重点扩张内容营销业务和数字营销业务，通过积极扩大现有业务规模和服务品牌客户数量，进一步提高公司行业竞争力与市场影响力，不断围绕内容营销和数字营销，在前端开发、内容产生和宣发、衍生品开发、后端数据积累和分析等方面进行综合性和一体化开发应用，以更精准的消费群体触达和更优质的创意策划设计满足品牌客户整合营销需求。同时，未来公司将通过自有及代理IP粉丝的持续积累和运营，将逐步开展衍生产业合作，“内容收费及授权分成”将成为又一主要盈利模式，进一步拓宽自身盈利渠道，增强竞争优势。

（四） 不确定性因素

不适用。

五、 风险因素

（一） 持续到本年度的风险因素

1、市场竞争加剧风险：公司所属的整合营销服务行业市场化程度较高、业内企业数量众多、整体竞争格局较为激烈，且目前在国内发展历史较短，尚无统一的行业标准，主要实行行业的自律管理，行业门槛较低。公司面临的主要竞争对手为本土整合营销领域的上市公司和全球知名广告公司。一方面，本土上市公司不断利用其规模优势对广告代理、公关策划等传统整合营销业务板块进行扩张，行业平均利润空间逐步压缩，同时通过投资和并购等手段逐渐加大对数字营销、内容营销等新兴业务板块的布局，未来行业竞争格局较为激烈。另一方面，一些全球知名广告公司也凭借其强大的品牌影响力和雄厚的资本实力加大了对我国在整合营销领域的产品输出。虽然公司积累了丰富的行业经验，拥有大量长期合作的客户，并通过聚焦“时尚+体育”两大产业原创出多个具有开发潜力和商业价值的自有内容IP产品，但面对竞争日益激烈的内外部环境，仍然存在核心竞争力下降，品牌客户流失，自有IP产品创造

和商业转化失败导致的经营风险。

应对措施：（1）公司将继续深耕整合营销服务业务，目前公司已不断开发符合市场需求的线上线下传播产品，提升公司的服务水平，深入挖掘现有客户的营销需求，整合开发贴合客户的跨平台、跨渠道营销方案，满足客户的短期、中期、长期的营销诉求，更加注重在公共关系服务差异化发展，提高客户的粘度，加强公司的市场竞争力。（2）公司大力拓展新行业客户，扩大合作客户数，进一步拓展时尚、体育两大领域的自有 IP 产品，以带动整合营销业务新的收入和利润增长点。

2、核心业务人员流失的风险：整合营销服务行业属于以人为本的行业，要求业务人员具有优秀的创意策划设计能力、对上游资源的整合能力、对下游品牌客户需求的洞察能力、高质高效的落地执行能力，这些是公司竞争力的重要形成要素之一。虽然公司拥有良好的企业文化和经营机制，随着整合营销服务行业的蓬勃发展，行业内的公司对核心业务、管理人才的争夺日趋激烈，公司仍将面临核心业务人员流失的风险。

应对措施：公司面对专业人才流失的风险，已积极完善员工薪酬体系、定期开展企业员工兴趣俱乐部等各项福利，有效增强了团队凝聚力，并塑造了属于多想互动的独特企业文化。公司充分完善绩效管理体系，并计划实施股权激励等多方面措施来稳定团队。

3、应收账款比重较高导致坏账的风险：随着公司业务规模的继续增长，应收账款可能进一步增加。如果公司未来不能及时发现客户经营状况恶化等极端情形，出现应收账款不能按期收回或无法回收、发生坏账的情况，将对公司业绩和生产经营产生不利影响。

应对措施：公司面对专业人才流失的风险，已积极完善员工薪酬体系、定期开展企业员工兴趣俱乐部等各项福利，有效增强了团队凝聚力，并塑造了属于多想互动的独特企业文化。公司充分完善绩效管理体系，并计划实施股权激励等多方面措施来稳定团队。

4、税收优惠政策变化的风险：子公司喀什联界享受自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起企业所得税五年免征的所得税优惠政策，报告期内，喀什联界免征企业所得税；根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》财税[2019]13 号规定：自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。子公司北京多想、泉州多想、第二未来 2019 年度作为小型微利企业，享受上述税收优惠。

2017 年、2018 年、2019 年，上述子公司享受的税收优惠金额分别为 422.29 万元、718.62 万元、857.22 万元，占合并报表归属于母公司股东的净利润的比例分别为 12.30%、12.60%、10.70%。如果上述税收优惠政策发生变化，喀什联界、北京多想、泉州多想、第二未来可能无法在未来年度继续享受税收优惠，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

应对措施：公司将继续加大市场开拓，提升运营水平及盈利能力，强化公司盈利基础，减少对税收优惠的依赖，降低税收政策变化的不确定性对公司经营业绩的影响。

5、企业资产规模及业务规模扩大可能导致的管理风险：近年来公司业务发展迅速，规模增长较快，公司的组织结构和经营管理也得到不断的完善和加强。但随着本次发行后募集资金的到位和投资项目的实施，公司资产规模、营业收入、员工数量将会有较快的增长，公司经营决策和风险控制难度将增加。规模的扩张将对公司的经营管理、内部控制、人力资源建设、资金管理、运作能力等方面提出更高的要求。若公司的组织管理体系和管理人员的能力不能满足公司规模扩大后对运营管理的要求，则将对公司的持续经营产生不利影响。

应对措施：公司将严格按照三会管理制度，完善内部控制制度，并加强董事、监事、高级管理人员相关知识的学习，提高规范运作的意识，提高对相关法律法规及规章制度的有效执行性，通过现代公司治理结构和规范内部控制管理体系进行公司管理。

(二) 报告期内新增的风险因素

不适用。

第五节 重要事项

一、 重要事项索引

事项	是或否	索引
是否存在诉讼、仲裁事项	☐ 是 ☒ 否	五.二.(一)
是否存在对外担保事项	☐ 是 ☒ 否	
是否存在股东及其关联方占用或转移公司资金、资产的情况	☐ 是 ☒ 否	
是否对外提供借款	☐ 是 ☒ 否	
是否存在日常性关联交易事项	☐ 是 ☒ 否	
是否存在偶发性关联交易事项	☒ 是 ☐ 否	五.二.(二)
是否存在经股东大会审议过的收购、出售资产、对外投资事项或者本年度发生的企业合并事项	☒ 是 ☐ 否	五.二.(三)
是否存在股权激励事项	☐ 是 ☒ 否	
是否存在股份回购事项	☐ 是 ☒ 否	
是否存在已披露的承诺事项	☐ 是 ☒ 否	
是否存在资产被查封、扣押、冻结或者被抵押、质押的情况	☐ 是 ☒ 否	
是否存在被调查处罚的事项	☐ 是 ☒ 否	
是否存在失信情况	☐ 是 ☒ 否	
是否存在自愿披露的其他重要事项	☐ 是 ☒ 否	

二、 重要事项详情（如事项存在选择以下表格填列）

（一） 诉讼、仲裁事项

1. 报告期内发生的诉讼、仲裁事项

单位：元

性质	累计金额		合计	占期末净资产比例%
	作为原告/申请人	作为被告/被申请人		
诉讼或仲裁	-	-	-	-

2. 以临时公告形式披露且在报告期内未结案件的诉讼、仲裁事项

☐适用 ☒不适用

3. 以临时公告形式披露且在报告期内结案的诉讼、仲裁事项

☐适用 ☒不适用

（二） 报告期内公司发生的偶发性关联交易情况

单位：元

关联方	交易内容	审议金额	交易金额	是否履行必要决策程序	临时报告披露时间
刘建辉、曲硕	根据公司经营和发展的需要，公司拟向上海	40,000,000.00	1,000,000.00	已事前及时履行	2019年3月29日

	浦东发展银行股份有限公司厦门分行申请人民币 4000 万元的贷款，具体以银行实际审批额度为准，实际贷款金额视公司运营资金的实际需求确定。该贷款由公司实际控制人刘建辉、股东曲硕提供连带责任担保。				
刘建辉、曲硕	因经营发展需要，公司拟向兴业银行股份有限公司厦门分行申请人民币 3000 万元的贷款，具体以银行实际审批额度为准，实际贷款金额视公司运营资金的实际需求确定。该贷款由公司实际控制人刘建辉、股东曲硕提供连带责任担保。	30,000,000.00	3,000,000.00	已事前及时履行	2019 年 4 月 30 日
刘建辉、曲硕	因经营发展需要，公司拟向招商银行股份有限公司厦门分行申请人民币 4000 万元的贷款额度，期限 1 年，具体以银行实际审批额度为准，实际贷款金额视公司运营资金的实际需求确定。该额度由公司实际控制人刘建辉、股东曲硕提供连带责任担保。	40,000,000.00	0	已事前及时履行	2019 年 11 月 15 日

偶发性关联交易的必要性、持续性以及对公司生产经营的影响：

上述关联交易发生是为了满足公司经营发展需求，有利于公司持续稳定的经营。

上述关联交易事项对公司持续经营能力、损益及资产状况无不良影响，不存在损害公司股东利益的情况，不会对公司正常经营造成不良影响。

(三) 经股东大会审议过的收购、出售资产、对外投资事项或者本年度发生的企业合并事项

事项类型	协议签署时间	临时公告披露时间	交易对方	交易/投资/合并标的	交易/投资/合并对价	对价金额	是否构成关联交易	是否构成重大资产重组
------	--------	----------	------	------------	------------	------	----------	------------

								组
对外投资	2019 年 5 月 8 日	2019 年 4 月 8 日	不适用	厦门多想视界广告有限公司	现金	5,000,000 元	否	否

事项详情及对公司业务连续性、管理层稳定性及其他方面的影响：

本次投资是公司自身发展的需要，有利于增强公司市场竞争力，对公司长期发展和布局有积极的影响，对公司未来财务和经营成果有积极影响。

第六节 股本变动及股东情况

一、普通股股本情况

(一) 普通股股本结构

单位：股

股份性质		期初		本期变动	期末	
		数量	比例%		数量	比例%
无限售条件股份	无限售股份总数	37,156,490	73.03%	0	37,156,490	73.03%
	其中：控股股东、实际控制人	3,688,401	7.25%	0	3,688,401	7.25%
	董事、监事、高管	0	0.00%	0	0	0.00%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
有限售条件股份	有限售股份总数	13,723,511	26.97%	0	13,723,511	26.97%
	其中：控股股东、实际控制人	11,065,204	21.75%	0	11,065,204	21.75%
	董事、监事、高管	0	0.00%	0	0	0.00%
	核心员工	0	0.00%	0	0	0.00%
总股本		50,880,001	-	0	50,880,001	-
普通股股东人数		57				

股本结构变动情况：

☐适用 ☒不适用

(二) 普通股前十名股东情况

单位：股

序号	股东名称	期初持股数	持股变动	期末持股数	期末持股比例%	期末持有限售股份数量	期末持有无限售股份数量
1	刘建辉	14,753,605	0	14,753,605	29.00%	11,065,204	3,688,401
2	薛李宁	8,586,332	0	8,586,332	16.88%	0	8,586,332
3	厦门市湖里区创想未来投资合伙企业(有限合伙)	3,987,461	0	3,987,461	7.84%	1,329,154	2,658,307
4	厦门市湖里区梦想未来投资合伙企业(有限合伙)	3,987,460	0	3,987,460	7.84%	1,329,153	2,658,307
5	王玉明	2,374,755	0	2,374,755	4.67%	0	2,374,755
6	深圳市创新投资集团有限公司	2,312,727	0	2,312,727	4.55%	0	2,312,727

7	曲硕	2,295,249	0	2,295,249	4.51%	0	2,295,249
8	余前景	1,526,531	0	1,526,531	3.00%	0	1,526,531
9	程芳	1,117,576	0	1,117,576	2.20%	0	1,117,576
10	厦门东方汇富 贰期投资合伙企业（有限合伙）	1,039,556	0	1,039,556	2.04%	0	1,039,556
合计		41,981,252	0	41,981,252	82.53%	13,723,511	28,257,741
前十名股东间相互关系说明：							

1、刘建辉与曲硕系夫妻关系；刘建辉和曲硕为厦门市湖里区梦想未来投资合伙企业（有限合伙）的合伙人和厦门市湖里区创想未来投资合伙企业（有限合伙）的合伙人。梦想未来和创想未来为刘建辉实际控制的合伙企业。

2、其他无关联关系。

二、 优先股股本基本情况

☐适用 ☒不适用

三、 控股股东、实际控制人情况

是否合并披露：

☒是 ☐否

公司的控股股东和实际控制人为刘建辉。

刘建辉，董事长，男，汉族，1985年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于国立华侨大学信息管理与信息系统专业。2007年11月至2015年7月，在泉州拓达担任执行董事兼经理；2015年7月至今，在泉州拓达担任执行董事；2012年5月至2015年9月，在多想有限担任执行董事兼总经理；2014年8月至今，分别在子公司上海森昱、新疆联界、江西镁塔、北京多想担任执行董事、总经理；2015年9月至2016年8月，在公司担任公司董事长兼总经理；2016年9月至今，在公司担任董事长。

第七节 融资及利润分配情况

一、 普通股股票发行及募集资金使用情况

（一） 最近两个会计年度内普通股股票发行情况

☐适用 ☒不适用

（二） 存续至报告期的募集资金使用情况

☐适用 ☒不适用

二、 存续至本期的优先股股票相关情况

☐适用 ☒不适用

三、 债券融资情况

☐适用 ☒不适用

四、 可转换债券情况

☐适用 ☒不适用

五、 银行及非银行金融机构间接融资发生情况

☐适用 ☒不适用

六、 权益分派情况

（一） 报告期内的利润分配与公积金转增股本情况

☐适用 ☒不适用

报告期内未执行完毕的利润分配与公积金转增股本的情况：

☐适用 ☒不适用

（二） 权益分派预案

☐适用 ☒不适用

第八节 董事、监事、高级管理人员及员工情况

一、 董事、监事、高级管理人员情况

(一) 基本情况

姓名	职务	性别	出生年月	学历	任职起止日期		是否在公司领薪
					起始日期	终止日期	
刘建辉	董事长	男	1985 年 10 月	本科	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
黄婷婷	董事、总经理	女	1985 年 1 月	本科	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
刘胜海	董事	男	1989 年 4 月	大专	2018 年 10 月 8 日	2019 年 5 月 6 日	是
陈泽铭	董事	男	1989 年 9 月	大专	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
陈善成	董事	男	1981 年 11 月	硕士	2019 年 6 月 10 日	2021 年 10 月 7 日	是
杜蓓蕾	董事	女	1983 年 3 月	硕士	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	否
张华	董事	男	1982 年 9 月	博士	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	否
陈培爱	独立董事	男	1950 年 1 月	本科	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
吕晓慧	独立董事	女	1976 年 4 月	博士	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
杨靖超	独立董事	男	1973 年 5 月	硕士	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
黄靓	监事会主席	女	1990 年 11 月	本科	2018 年 10 月 8 日	2019 年 6 月 10 日	是
李梦婷	监事会主席	女	1995 年 5 月	本科	2019 年 6 月 10 日	2021 年 10 月 7 日	是
张燕	职工代表监事	女	1984 年 11 月	大专	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
王文雯	监事	女	1994 年 9 月	本科	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
陈善成	财务总监、董事会秘书	男	1981 年 11 月	硕士	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
曹桂英	副总经理	女	1989 年 2 月	本科	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
林杰	副总经理	男	1988 年 12 月	大专	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
刘军	副总经理	男	1983 年 2 月	本科	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
张梦玲	副总经理	女	1992 年 4 月	本科	2018 年 10 月 8 日	2021 年 10 月 7 日	是
董事会人数：							9
监事会人数：							3
高级管理人员人数：							6

董事、监事、高级管理人员相互间关系及与控股股东、实际控制人间关系：

董事、监事、高级管理人员相互间及与控股股东、实际控制人间均无关联关系。

(二) 持股情况

单位：股

姓名	职务	期初持普通股股数	数量变动	期末持普通股股数	期末普通股持股比例%	期末持有股票期权数量
----	----	----------	------	----------	------------	------------

刘建辉	董事长	14,753,605	0	14,753,605	29.00%	0
合计	-	14,753,605	0	14,753,605	29.00%	0

(三) 变动情况

信息统计	董事长是否发生变动	☐ 是 ☒ 否
	总经理是否发生变动	☐ 是 ☒ 否
	董事会秘书是否发生变动	☐ 是 ☒ 否
	财务总监是否发生变动	☐ 是 ☒ 否

报告期内董事、监事、高级管理人员变动详细情况：

√适用 ☐不适用

姓名	期初职务	变动类型（新任、换届、离任）	期末职务	变动原因
刘胜海	董事	离任	-	因个人原因辞职，于2019年5月6日离任董事
黄靓	监事会主席	离任	-	免去其监事会主席职务，另聘他用
陈善成	财务总监、董事会秘书	新任	财务总监、董事会秘书、董事	增补董事
李梦婷	-	新任	监事会主席	原监事会主席另聘他用

报告期内新任董事、监事、高级管理人员简要职业经历：

√适用 ☐不适用

陈善成，男，汉族，中国国籍，无境外永久居留权，1981年11月出生，硕士学历，毕业于厦门大学会计学专业。2004年7月至2007年6月在厦门国贸集团股份有限公司担任财务主管一职；2007年7月至2009年6月在厦门ABB开关有限公司担任财务主管一职；2009年7月至2011年7月担任百威英博(厦门)共享服务中心财务经理；2011年8月至2014年6月期间担任阿坝州闽锋锂业有限公司及马尔康金鑫矿业有限公司的财务总监；2014年7月至2015年8月担任恒兴黄金控股有限公司财务总监；2015年8月至2017年2月，担任厦门市深度世纪投资管理合伙企业总经理；2017年3月至今，担任公司财务总监兼董事会秘书；2019年6月10日至今，担任公司董事。 李梦婷，女，汉族，中国国籍，无境外永久居留权，1995年5月出生，本科学历，毕业于华侨大学金融学专业。2017年6月至2019年5月，在公司担任公司董事会秘书助理；2019年6月至今，在公司担任监事会主席。

二、 员工情况

(一) 在职员工（公司及控股子公司）基本情况

按工作性质分类	期初人数	期末人数
---------	------	------

行政管理人员	26	24
财务人员	9	8
营销、设计、策划、执行等业务人员	142	170
员工总计	177	202

按教育程度分类	期初人数	期末人数
博士	0	0
硕士	6	5
本科	91	122
专科	57	40
专科以下	23	35
员工总计	177	202

员工薪酬政策、培训计划以及需公司承担费用的离退休职工人数等情况：

不适用

(二) 核心员工基本情况及变动情况

☐适用 ☒不适用

三、 报告期后更新情况

☐适用 ☒不适用

第九节 行业信息

是否自愿披露

√是 □否

一、整合营销传播服务行业发展历程整合营销传播作为一种新型的商务服务模式，诞生于 20 世纪 80 年代末、90 年代初的美国，由有“整合营销传播之父”美誉的西北大学新闻学院唐·舒尔茨教授等人合著《整合营销传播》，从理论上开启对这一概念的研究，提出企业的经营是一种战略性过程，着重“强调以消费者为导向，运用一切接触形式，获取协同优势，建立持久关系，整合内外传播，建立战略管理过程，重视长期效果”等为核心和对多元内容的整合运用。目前整合营销传播理论已得到营销学界的普遍接受，并已被广泛应用于市场实践中。

整合营销传播理论于 20 世纪 90 年代中后期被引入中国。1994 年，唐·舒尔茨等人的专著《整合营销传播》被台湾广告界翻译为中文，台湾营销、公关和广告界开始接触整合营销传播理论。我国学者开始对整合营销传播理论和案例进行分析，并发表了我国介绍整合营销传播的系统性文章。1997 年，《整合营销传播》在中国大陆出版，2001 年，唐·舒尔茨教授在北京、上海、广州举办了关于整合营销传播理论的讲座，极大地推动了该理论在中国大陆的传播和实践。

整合营销传播服务通过促进生产者与消费者之间的信息沟通，不仅促使消费者获取自己需要的产品，并指导生产者如何扩大商品销售从而促进再生产，因此整合营销传播服务商在扩大我国内需方面所体现的价值越发凸显，从而将面临更大的市场空间。同时，在我国消费升级大趋势下，消费者从需求到行为已发生巨大改变，转向品质化、个性化、服务化需求，因此企业品牌必须提炼并塑造自身独特品牌价值，于是企业需要通过与消费者、投资者、媒体、政府等进行有效的沟通，并从中建立企业形象、文化与品牌，因此越来越多的企业倾向于将营销业务外包给能够提供整合营销传播服务的专业机构，借助整合营销传播替代传统单一的营销策略，以提升各个营销环节的协同性，实现全方位推广品牌和产品的策略。

随着大量国际品牌涌入我国以及我国民族品牌的不断发展壮大，目前品牌之间的竞争日趋激烈，下游客户对整合营销传播服务公司提出了更高的要求，不仅需要整合营销传播服务公司创造并传播消费者所需求的差异化信息，为消费者的参与需求提供实现的平台，还需要整合营销传播服务公司时刻保持高度的整合观念，协调统筹的整合营销传播活动，以兼顾传播形式的丰富和传播形象的统一。因此，具有自有内容平台以及可提供全面业务服务的整合营销传播服务公司将逐渐从市场中脱颖而出。

二、整合营销传播服务行业发展特征

（一）整合营销传播服务对内容的重视度持续提升

伴随互联网的技术发展，媒介形式层出不穷，任何人和任何媒介之间都可以形成连接，因此在此环境下，对于整合营销传播内容的要求变得更加苛刻，我国整合营销传播现在正迈向内容营销时代。内容营销由于可通过不同内容吸引不同的用户，因此内容本身可实现数字营销的精准触达功能，从而将内容、媒介合二为一。根据艺恩咨询发布的《互联网时代的品牌内容营销白皮书》显示，国内品牌商更倾向于把品牌基于不同的影视内容（电影、综艺、动漫、赛事等）进行内容营销，因此根据品牌与内容结合的方式不同可分为搭载内容营销和原生内容营销。

（二）整合营销传播服务强调互动性

互联网技术的发展催生了新的信息传播方式，社会化媒体、自媒体等新的媒介形态不断出现，传播方式逐渐从单向转为互动，品牌客户愈发重视与消费者进行直接的情感沟通和维护良好的网络社交口碑，此趋势逐渐传导到整合营销传播服务行业，整合营销传播内容和形式逐渐从“远观”变为“参与”，从“欣赏”变为“体验”。

在整合营销传播过程中，由于互动性内容比静态内容更容易引起消费者注意，真正与消费者在情感上产生互动，能使消费者产生对于品牌、产品及其引导的生活方式的强烈认同，从而引发自觉的口口相传，可培育更多潜在消费者。同时互动性内容具有重复使用价值，参与者通过微博、微信、博客、短信、

论坛、社交网站等社会化媒体平台对互动内容进行二次传播，将整合营销传播的效果进一步扩大、延伸，加深消费者对品牌的印象，从而最终促进销售转化。

（三）IP 已成为整合营销传播服务重要的内容资源

2015 年被称为“IP 元年”，IP 相关产品价值不断凸显，IP 产品交易呈现爆发式增长，在泛娱乐产业发展中，IP 不再被简单的理解为知识产权产品，可以是一个故事、一个角色或者其他任何大量用户喜爱的事物，已成为一种互联网思潮和全新的商业概念，可进行多维度开发。目前主要的 IP 包括文学、影视剧、动画、漫画、游戏、网络综艺、体育、音乐等。

在泛娱乐产业快速发展的背景下，IP 已成为内容营销领域核心资源。与传统营销方式相比，IP 可为品牌商提供深度的内容营销。IP 角色通过与粉丝互动，产生新的故事，并在故事中产生情感溢价，从而让用户更加积极主动的接受企业品牌及产品，具有强大的可持续性，这正是传统营销方式所不具备的，是 IP 在推广中的真正价值所在。

IP 商业化价值已逐渐得到市场认证。目前网络综艺热门 IP 不断涌现，因其趣味性内容、优质且多元的广告植入载体特性以及能够有效运用大数据支持的精准营销取得更好投放效果等优势，得到越来越多广告主青睐，但目前网络综艺仍有较大市场空白，随着网络综艺制作水准提升、类型和形式更加丰富、明星效应增强等，网综等 IP 产品的营销效果将进一步提升，其冠名费用也将随之提高。对比娱乐 IP，体育 IP 更加重视体验，容易增强粉丝黏性，提升参与度与整合度，因此体育 IP 具有较强的生命力，目前国内的体育行业整体运营处于初级阶段，富有创意的 IP 产品将依托强大的粉丝经济逐渐脱颖而出。

随着 IP 产品制作水平的提升、创意类型的更加丰富，自有 IP 产品的营销影响力将不断提升，可最大程度地实施价值流量引导，为整合营销传播服务行业企业带来愈加丰厚的收益。因此，整合营销传播服务行业企业在内容营销时代将会越来越注重对自身 IP 产品的开发，从而不断提升市场竞争力。

（四）整合营销传播进入数字媒体时代

相对于报纸、杂志、广播、电视等传统媒体而言，数字媒体主要是指在电脑及网络等新科技基础之上出现的媒体形态，目前数字媒体以网络新媒体、移动新媒体、数字新媒体等为主。伴随互联网和移动互联网迅速崛起，媒体形式逐渐多元化，整合营销传播服务传播的手段、理念和形式都在随着媒体环境的改变而发生变化，逐渐向数字媒体转移，数字媒体在企业整合营销传播活动中的地位日益凸显。

在数字媒体的平台上，整合营销传播更加复杂化，手段更加多样化，互动性增强，极大地丰富了品牌客户的整合营销传播活动，社会化营销、精准营销等新兴的营销手段逐渐被品牌客户所运用和发展。在微博、微信或其他社交媒体中，客户可直接向消费者投放文字、图片、音乐、视频等多种信息内容，营销传播内容被更加便捷而且形式多样地传递到消费者，同时满足了客户与消费者之间的互动沟通需求，有利于整合营销传播活动的开展和企业品牌形象的建设。数字媒体使品牌传播和品牌构建更加有效，除了互动性增强外，相对于传统媒体，数字媒体更具精准性，体现在品牌客户整合营销传播服务对象和营销效果都可以通过数据进行定位和衡量。因此，通过数字媒体与传统媒体融合这一媒介组合策略，整合现有传播资源，拓展现有传播渠道，提供具有良好清晰度、连贯性的信息，使整合营销传播影响实现最大化。

三、整合营销传播服务细分行业市场规模情况

整合营销传播服务根据传播前期确定的品牌和产品定位、创意设计、广告策略、媒介策略、公关策略等制定传播计划和方式，目前广告、公共关系活动仍然是整合营销传播的主要方式，其市场规模可以直接反应整合营销传播行业的市场规模情况。

（一）广告市场的市场规模情况

1、国际广告行业市场规模情况

随着全球主要经济体，如美国等经济走势的逐渐趋稳，广告主和品牌商们也将增加广告预算，全球广告支出预计将持续稳定增长，根据 Statista 统计到 2020 年达到 7,240.6 亿美元[1]。

在市场结构方面，互联网技术已深入影响全球广告行业，数字广告逐渐成为全球主要广告市场，根据 eMarketer 统计预测，全球数字广告支出将从 2015 年的 1,617.7 亿美元增长至 2020 年的 3,354.8 亿美

元[2]。

伴随数字广告占比逐渐攀升，广告媒介主体已逐步向互联网端和移动互联网端转移，广告策划、广告创意、广告制作以及媒体投放等业务环节和运作流程也已发生深刻变革，数字营销将成为整合营销传播服务行业的重要手段。

2、我国广告市场规模情况

随着企业品牌意识的提升与市场竞争的加剧，我国企业对广告宣传的投入资金逐渐增加。根据国家工商总局统计，我国广告市场总体规模在 2001-2015 年间，由 794.89 亿元增长至 5,973 亿元，年均复合增长率达到 14.32%，2016 年达到 6,489 亿元，增长率为 8.6%，我国广告经营额占 GDP 的 0.87%，相比于美国、日本等发达国家仍处于较低水平，我国广告发展空间巨大[3]。

受我国网民人数增长、数字媒体使用时长增加、网络视听业务快速增长等因素推动，未来几年，报纸、杂志、电视广告等传统广告渠道市场规模占比将持续缩小，根据艾瑞咨询统计，我国互联网广告市场规模占比将持续提升[4]。

2016 年我国互联网广告的市场规模达 2,902.7 亿元，网络广告营销收入仍将保持较快速度增长，预测到 2019 年，我国互联网广告收入将达到 6,319.9 亿元，占比将达 83.55%。随着移动互联网的发展、智能手机的普及、尤其是移动支付的快速发展和社交媒体的广泛应用，移动端成为品牌商和广告主在数字营销中普遍关注的领地，我国移动广告市场占互联网广告比例将逐渐上升，2016 年中国移动广告市场预计规模将达 1,750.2 亿元，预计到 2019 年我国移动广告市场规模将达 4,842.5 亿元[5]。

随着多媒体技术的发展，信息和数据资源整合的必要性将逐渐增强，跨媒介、跨平台的多渠道全面整合将使信息多维度重组，整合营销传播对数字营销诉求愈发强烈，未来随着大数据应用领域扩大，数字营销中数据采集、挖掘和分析水平将逐渐成熟，营销手段将更加多样化，并将以高品质的内容为核心，整合各种营销手段进行精准个性化营销将是数字营销的重要趋势所在。

（二）公关关系行业市场规模情况

1、国际公共关系行业市场规模情况

根据国际公关行业权威媒体 The Holmes Report(霍姆斯报告)每年会根据营业收入对全球重要的 250 家公关代理商(机构)进行排名，2016 年 Eedelman(爱德曼)以接近 8.75 亿美元的营收位居榜首，Weber Shandick(万博宣伟)和 Fleishman Hillard(福莱国际)分别以 8.25 亿美元和 5.7 亿美元分别位于第二名和第三名，我国企业蓝色光标以 2.69 亿美元，位于全球第 9 名。随着社会各界对公关行业的了解，越来越多的企业政府机构会重视公共关系培养，公关行业的未来仍有巨大的发展潜力[6]。

2、我国公共关系行业市场规模情况

根据中国国际公共关系协会发布的《中国公共关系业 2016 年度调查报告》显示，中国公关行业市场依然保持较快的增长速度，2010 年时我国公关行业营业额首次突破两百亿，达到 210 亿元，自 2010 年以来，我国公关行业的营业额增长率始终保持在 10%以上的高增长水平，行业市场规模迅速增大。到 2016 年，整个市场的年营业规模已达 500 亿元人民币，增长率约为 16.3%。

随着社会对公共关系需求的不断增加，公关行业服务领域将越来越广泛和深入，行业发展机遇更加广阔，本土公司在不断提升专业化水平的同时，借助技术、资本和资源等优势，已经在行业中处于主导地位[7]。

四、整合营销传播服务行业发展趋势

（一）品牌客户逐渐将体育活动和时尚平台作为整合营销传播的最佳载体

利用体育活动和时尚平台从事整合营销传播活动对企业品牌传播带来的良好效果以及对推进企业进一步发展所起的作用，是通过其他营销载体不易实现的，在国外已发展较为成熟。可口可乐、汇丰银行等全球各行业知名品牌都已拥有利用体育活动进行整合营销传播的成功案例，为潜在消费者和现有消费者创造了独特的品牌体验，拥有长远的、持续的品牌影响力。随着赛事审批的放开，2016 年我国共有众多领域的 1300 多家企业通过赞助马拉松赛事进行自身品牌营销。同时，时尚作为一种社会心理现象，一直是驱动消费者的重大商业元素，能够创造出巨大的商业价值，随着中国消费升级时代的来临，时尚

的边界已经被打破，时尚已经逐渐成为各个产品或品牌创新中重要的元素，各个行业积极以时尚平台为载体展开整合营销传播，通过时尚元素助力品牌年轻化，为品牌和产品注入时尚元素。

国家和地方相关政策的落实和制定为体育产业发展营造了良好的产业发展环境，在此背景下，会引导更多的品牌客户提高对体育作为整合营销载体的重视程度，相应加大广告预算以及赞助投放。同时利用时尚娱乐等内容载体的产业资源，产品创新及整合营销传播方式将更加丰富多样，未来可以预见，基于“体育+时尚”的整合营销传播将具有更大的市场竞争力，为整合营销传播服务公司带来了更多的市场机遇。

（二）IP 借势、跨界混搭成品牌客户整合营销传播关注重点

随着大众消费者对 IP 消费概念的增强，一部小说、一位明星、一部电影都能引起消费者的强烈关注，因此品牌主开始渐渐认识到单纯的大量硬广投放已经不再能够打动消费者，唯有深耕于内容，与 IP 巧妙结合后产生化学反应，才能让消费者甚至 IP 的粉丝与品牌产生强关联。因此目前品牌商和广告主如何高效利用 IP，有效吸引消费者，逐渐成为企业整合营销传播关注的焦点。企业或品牌主通过借势 IP 可以将其品牌理念和产品诉求与 IP 精神内核深度融合，从粉丝真正的关注点出发，在各项细节结合品牌特色，同时辅以更加新颖的原创内容，创造出特定的情景内容，与观众产生情感共鸣，在产生情感共鸣之后，实现 IP 落地，增强粉丝与品牌的亲密度，从而完成一个完整的 IP 营销闭环，进而获得 IP 内容、IP 粉丝、IP 衍生等价值增值，达到“1+1>2”的效果。

同时，跨界混搭作为企业产品多元素创新结合的一种良好方式，可将不同行业的优势相融合，具有跨界混搭的创新性与混搭元素的多元性，对于目标群体的整合营销传播效果较好。同时，随着下游企业不断追求产业扩张，需要开辟新的市场和挖掘客户的关联需求，根据自身资源优势，开展跨界混搭整合营销传播，因此跨界混搭成为企业整合营销传播创新的主要方向之一。在跨界中，体育运动产业与时尚产业目标消费者较为接近，体育运动传达的健康、轻松、活力、个性等生活态度与时尚领域不谋而合，相同的目标消费人群与相似的生活理念使得两大产业自身具有较高的跨界结合契合度。随着行业企业对于体育产业与时尚产业跨界整合营销传播方式的开发不断深入，不同产业的有效结合点将逐步被发掘。

（三）社会化媒体传播和网络视频传播已成为整合营销传播的重要环节

现阶段企业将整合营销传播的中心逐渐转移到如何与消费者积极互动、尊重消费者作为“主体”的价值观，让消费者更多地参与到营销价值的创造中来。由于网络媒体属于社交属性，潜在消费者通过点击等行为将信息分享出去，即完成了一次社会化营销，同时还可以创造出其他相关内容，以上信息源网络媒体即为社会化媒体，属典型的整合营销传播行为。在社会化营销方面，信息源网络媒体主要包括论坛、微博、微信、博客、社区、微信公众号、微信朋友圈等，可以通过图片、文字、视频等形式进行整合营销传播活动。我国社交用户基础庞大，为社会化营销奠定了良好基础。

在网络视频方面，网络视频在整合营销传播中形式多样，主要包括贴片广告、植入广告、网络节目冠名、信息流、视频搜索等，由于观众对于广告接受形式逐渐转变，与影视内容潜移默化融合、具有互动性的网络视频传播方式已获得消费者喜爱。根据中国互联网信息中心（CNNIC）统计数据显示，截至 2017 年 6 月，中国网络视频用户规模达 5.65 亿，较 2016 年底增加了 2026 万人，增长率为 3.7%。现阶段我国自制视频内容迅速发展，且广告形式不断突破，盈利模式向多元化发展[8]。

随着互联网技术介入整合营销传播行业，整合营销传播逐渐打破传统，向互联网转移，越来越多的品牌主和广告商重视社会化媒体传播和网络视频传播等整合营销传播环节，增加对其投入。依托于大数据和新技术的后期植入、广告空间识别、互动方式将进一步扩展社会化媒体传播和网络视频传播等整合营销传播环节发展空间。

（四）互联网广告占比持续提升，数字营销在整合营销传播中的地位不断提高

随着互联网及移动互联网应用的普及率提升，微博、微信、视频、SNS 等新型传播媒体出现，根据艾瑞数据显示，2014 年，我国互联网广告市场规模超过电视广告的市场规模，成为第一大广告投放媒体，我国互联网广告市场规模占比持续提升，2016 年我国互联网广告规模为 2,902.7 亿，其中，移动端规模为 1,750.2 亿，占总体比例为 60.3%。在互联网广告整体规模快速增长的背景下，我国互联网广告产业链

条的不断完善，广告主、代理商、媒体各方角色的日益成熟，为数字营销的发展奠定了良好生态环境。

现阶段品牌客户愈发看重整合营销传播服务的实效性与性价比，伴随数字营销在以上方面的优势通过行业实践不断呈现，品牌客户对数字营销的重视程度持续提高，在数字营销领域的预算将会加大。随着数字营销的进一步发展，在为品牌客户保持数字媒体原有曝光价值的同时，通过内容深化，不断创新内容制作与互动形式，将会为品牌客户带来更高的附加价值。

五、整合营销传播服务行业的市场前景

随着我国国民经济的持续快速发展以及产业结构的调整和优化升级，整合营销传播服务市场将进一步扩大，我国公关行业和广告行业市场的营业额呈现逐年上升的趋势。整合营销传播服务可被广泛应用于国民经济的各个行业。伴随着中国社会经济不断发展及整合营销传播服务行业的不断成熟，整合营销传播的应用范围也将越发广泛。

数据来源：

[1]: Statista

[2]: eMarketer

[3]: 国家工商总局

[4]: 艾瑞咨询

[5]: 艾瑞咨询

[6]: The Holmes Report（霍姆斯报告）

[7]: 中国国际公共关系协会（CIPRA）

[8]: 中国互联网信息中心（CNNIC）

第十节 公司治理及内部控制

事项	是或否
年度内是否建立新的公司治理制度	☐ 是 ☒ 否
投资机构是否派驻董事	☒ 是 ☐ 否
监事会对本年监督事项是否存在异议	☐ 是 ☒ 否
管理层是否引入职业经理人	☐ 是 ☒ 否
会计核算体系、财务管理、风险控制及其他重大内部管理制度本年是否发现重大缺陷	☐ 是 ☒ 否
是否建立年度报告重大差错责任追究制度	☒ 是 ☐ 否

一、 公司治理

(一) 制度与评估

1、 公司治理基本状况

股份公司成立以来，公司股东大会、董事会、监事会的召集、召开和表决程序符合有关法律法规的要求，董事、监事均按照相关法律法规履行各自的权利和义务，公司重大生产经营决策、投资决策、财务决策等均按照《公司章程》及内部控制制度进行决策，履行了相应法律程序。报告期内，公司内部治理机构和成员均依法运行，能够切实履行应尽的职责和义务，未出现违法违规现象。

2、 公司治理机制是否给所有股东提供合适的保护和平等权利的评估意见

根据《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等要求，在召开股东大会前，均按照《公司法》、《公司章程》的规定履行了通知义务，股东及其股东代理人均予出席，对各项议案予以审议并参与表决。通过参加公司股东大会，投资者充分行使其股东权利，严格履行了其股东职责。

公司现有治理机制注重保护股东权益，能给公司大小股东提供合适的保护，并保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

3、 公司重大决策是否履行规定程序的评估意见

公司人员变动、重大生产经营决策、投资决策及财务决策等均按照《公司章程》及有关内控制度规定的程序和规则进行，截至报告期末，上述机构和成员均依法运作，未出现违法、违规现象和重大缺陷，能够切实履行应尽的职责和义务。

4、 公司章程的修改情况

报告期内并未对公司章程进行修订。

(二) 三会运作情况

1、 三会召开情况

会议类型	报告期内会议召开的次数	经审议的重大事项（简要描述）
董事会	11	1、2019年1月28日第二届董事会第三次会议审议通过《关于会计政策变更的议案》。 2、2019年3月29日第二届董事会第四次会议审议通过《关于2018年年度报告及摘要的议

		案》、《关于向上海浦东发展银行股份有限公司厦门分行申请贷款暨关联担保的议案》等议案。 3、2019年4月5日第二届董事会第五次会议审议通过《关于对外投资设立参股子公司的议案》。 4、2019年4月30日第二届董事会第六次会议审议通过《关于2019年第一季度报告的议案》、《关于向兴业银行股份有限公司厦门分行申请贷款暨关联担保的议案》、《关于提议召开2019年第一次临时股东大会的议案》等议案。 5、2019年5月24日第二届董事会第七次会议审议通过《关于公司申请首次公开发行人民币普通股(A股)股票并在创业板上市的议案》、《关于授权董事会办理有关申请本次发行并上市事宜的议案》等议案。 6、2019年6月10日第二届董事会第八次会议审议通过《2016年-2018年IPO审计报告》、《关于变更会计师事务所的议案》等议案。 7、2019年6月17日第二届董事会第九次会议审议通过《关于对公司2016年度关联交易公允性、必要性等事宜进行确认的议案》等议案。 8、2019年8月30日第二届董事会第十次会议审议通过《关于2019年半年度报告的议案》。 9、2019年9月25日第二届董事会第十一次会议审议通过《关于公司会计政策变更的议案》等议案。 10、2019年10月31日第二届董事会第十二次会议审议通过《关于2019年第三季度报告的议案》。 11、2019年11月15日第二届董事会第十三次会议审议通过《关于向招商银行股份有限公司厦门分行申请贷款暨关联担保的议案》、《关于对上海森昱广告有限公司增资的议案》等议案。
监事会	9	1、2019年1月28日第二届监事会第三次会议审议通过《关于会计政策变更的议案》。 2、2019年3月29日第二届监事会第四次会议审议通过《关于2018年年度报告及摘要的议案》等议案。 3、2019年4月30日第二届监事会第五次会议审议通过《关于2019年第一季度报告的议案》、《关于向兴业银行股份有限公司厦门分行申请贷款暨关联担保的议案》等议案。 4、2019年5月24日第二届监事会第六次会议审议通过《关于公司申请首次公开发行人民币

		普通股(A 股)股票并在创业板上市的议案》、《关于授权董事会办理有关申请本次发行并上市事宜的议案》等议案。 5、2019 年 6 月 10 日第二届监事会第七次会议审议通过《关于选举李梦婷女士为第二届监事会主席的议案》、《关于变更会计师事务所的议案》等议案。 6、2019 年 6 月 17 日第二届监事会第八次会议审议通过《关于对公司 2016 年度关联交易公允性、必要性等事宜进行确认的议案》。 7、2019 年 8 月 30 日第二届监事会第九次会议审议通过《关于 2019 年半年度报告的议案》。 8、2019 年 9 月 25 日第二届监事会第十次会议审议通过《关于公司会计政策变更的议案》。 9、2019 年 10 月 31 日第二届监事会第十一次会议审议通过《关于 2019 年第三季度报告的议案》。
股东大会	6	1、2019 年 4 月 18 日公司 2018 年年度股东阿辉审议通过《关于 2018 年年度报告及摘要的议案》、《关于续聘会计师事务所的议案》、《关于向上海浦东发展银行股份有限公司厦门分行申请贷款暨关联担保的议案》等议案。 2、2019 年 5 月 16 日公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过《关于向兴业银行申请贷款暨关联担保的议案》等议案。 3、2019 年 6 月 10 日公司 2019 年第二次临时股东大会审议通过《关于公司申请首次公开发行人民币普通股(A 股)股票并在创业板上市的议案》等议案。 4、2019 年 6 月 26 日公司 2019 年第三次临时股东大会审议通过《关于变更会计师事务所的议案》。 5、2019 年 7 月 2 日公司 2019 年第四次临时股东大会审议通过《关于对公司 2016 年度关联交易公允性、必要性等事宜进行确认的议案》。 6、2019 年 12 月 2 日公司 2019 年第五次临时股东大会审议通过《关于向招商银行股份有限公司厦门分行申请贷款暨关联担保的议案》。

2、三会的召集、召开、表决程序是否符合法律法规要求的评估意见

本公司股东大会、董事会、监事会的召集、提案审议、通知时间、召开程序、授权委托、表决和决议等均符合法律、行政法规和公司章程的规定。

（三） 公司治理改进情况

报告期内，公司进一步规范了公司的治理结构，股东大会、董事会、监事会、董事会秘书和管理层均严格按照《公司法》等法律、法规和中国证监会有关法律、法规等要求，履行各自的权利和义务。公司重大生产经营决策、投资决策及财务决策均按照《公司章程》及有关内控制度规定的程序和规则进行，截至报告期末，上述机构和人员依法运作，未出现违法、违规现象，能够切实履行应尽的职责和义务，公司治理的实际状况符合相关法规的要求。

报告期内，公司未发生来自控股股东及实际控制人以外的股东或其代表参与公司治理的情况，以及公司管理层引进职业经理人等情况。

（四） 投资者关系管理情况

- 1、公司做好年度股东大会的安排组织工作；
- 2、公司做好信息披露管理工作，及时编制定期报告和临时报告，确保信息披露内容真实、准确、完整。
- 3、公司做好网站和信箱管理工作。定期向投资者发布公司经营动态信息。公司将充分借用互联网公平、便捷、低成本、信息量大、易于存储和查询、可以互动等优点，加强与投资者的沟通。
- 4、公司做好投资者来访接待工作。做好投资者的调研、现场参观接待工作，合理、妥善的安排调研、参观过程，使调研和参观人员及时了解公司业务和经营情况，同时注意避免在参观过程中参观者有机会得到未公开的重要信息。

二、 内部控制

（一） 监事会就年度内监督事项的意见

监事会在本年度的监督活动中未发现公司存在风险的事项，监事会对本年度内的监督事项无异议。

（二） 公司保持独立性、自主经营能力的说明

1、业务独立：公司拥有独立完整的业务体系，能够面向市场独立经营，独立核算和决策，独立承担责任与风险，未受到公司控股股东的干涉、控制，亦未因与公司控股股东及其控制的其他企业之间存在关联关系而使公司经营自主权的完整性、独立性受到不良影响。

2、人员独立：公司董事、监事及其他高级管理人员均按照《公司法》及《公司章程》合法产生；公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员未在控股股东及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东及其控制的其他企业中领薪；公司财务人员未在控股股东及其控制的其他企业中兼职。

3、资产完整及独立：公司合法拥有与目前业务有关的房屋、设备以及商标等资产的所有权或使用权。公司独立拥有该等资产，不存在被股东单位或其他关联方占用的情形。

4、机构独立：公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会等机构，聘请了总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员在内的高级管理层。公司独立行使经营管理权，独立于公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在机构混同的情形。

公司的办公场所独立于股东单位，不存在混合经营、合署办公的情形。

5、财务独立：公司设立了独立的财务会计部门，并依据《中华人民共和国会计法》、《企业会计准则》建立了独立的财务核算体系和规范的财务管理制度，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度。公司在银行独立开户，依法进行纳税申报和履行纳税义务，独立对外签署合同，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

（三） 对重大内部管理制度的评价

1、内部控制制度建设情况

公司董事会结合公司实际情况和未来发展状况，严格按照公司治理方面的制度进行内部管理及运行。

2、董事会关于内部控制的说明

董事会认为：公司现行的内部控制制度均是依据《公司法》、《公司章程》和国家有关法律法规的规定，结合公司自身的实际情况制定的，符合现代企业制度的要求，在完整性和合理性方面不存在重大缺陷。由于内部控制是一项长期而持续地系统工程，需要根据公司所处行业、经营现状和发展情况不断调整、完善。

（1）关于会计核算体系

报告期内，公司严格按照国家法律法规关于会计核算的规定，从自身情况出发，制定会计核算的具体细节制度，并按照要求进行独立核算，保证公司正常开展会计核算工作。

（2）关于财务管理体系

报告期内，公司严格贯彻和落实各项公司财务管理制度，在国家政策及制度的指引下，做到有序工作、严格管理，继续完善公司财务管理体系。

（3）关于风险控制体系

报告期内，公司紧紧围绕企业风险控制制度，在有效分析市场风险、政策风险、经营风险、法律风险等前提下，采取事前防范、事中控制、事后治理等措施，从企业规范的角度继续完善风险控制体系。

（四） 年度报告差错责任追究制度相关情况

报告期内，公司进一步健全公司的信息披露管理制度，提高公司规范运作水平，增强信息披露的真实性、准确性、完整性和及时性，提高年报信息披露的质量和透明度，健全内部约束和责任追究机制，促进公司管理层恪尽职守。

第十一节 财务报告

一、 审计报告

是否审计	是
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	☒ 无 ☐ 强调事项段 ☐ 其他事项段 ☐ 持续经营重大不确定性段落 ☐ 其他信息段落中包含其他信息存在未更正重大错报说明
审计报告编号	致同审字(2020)第 351ZA1174 号
审计机构名称	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	福州市台江区祥坂路口阳光城时代广场 22F
审计报告日期	2020 年 2 月 21 日
注册会计师姓名	林新田、陈裕成
会计师事务所是否变更	是
会计师事务所连续服务年限	1
会计师事务所审计报酬	31.8 万元

审计报告

致同审字(2020)第 351ZA1174 号

厦门多想互动文化传播股份有限公司全体股东：

一、 审计意见

我们审计了厦门多想互动文化传播股份有限公司（以下简称多想互动公司）财务报表，包括 2019 年 12 月 31 日的合并及公司资产负债表，2019 年度的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及相关财务报表附注。

我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了多想互动公司 2019 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2019 年度的合并及公司经营成果和现金流量。

二、 形成审计意见的基础

我们按照中国注册会计师审计准则的规定执行了审计工作。审计报告的“注册会计师对财务报表审计的责任”部分进一步阐述了我们在这些准则下的责任。按照中国注册会计师职业道德守则，我们独立于多想互动公司，并履行了职业道德方面的其他责任。我们相信，我们获取的审计证据是充分、适当的，为发表审计意见提供了基础。

三、 关键审计事项

关键审计事项是我们根据职业判断，认为对 2019 年度财务报表审计最为重要的事项。

这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，我们不对这些事项单独发表意见。

（一）应收账款坏账准备的计提

相关信息披露详见财务报表附注三、9 及附注五、2。

1、事项描述

截至 2019 年 12 月 31 日，多想互动应收账款原值为 148,103,270.56 元，坏账准备余额为 12,426,966.53 元，应收账款净值占总资产比例为 45.37%。

应收账款是合并资产负债表的重要项目。由于多想互动公司管理层（以下简称管理层）在确定应收账款的风险组合划分依据、预计可收回金额时需要运用重大会计估计和判断，且若应收账款不能按期收回或者无法收回对财务报表的影响较为重大，因此我们将应收账款坏账准备的计提确定为关键审计事项。

2、审计应对

2019 年度财务报表审计中，我们对应收款项坏账准备的计提实施的审计程序主要包括：

（1）了解管理层设计的与应收账款减值准备计提相关的内部控制，评价其设计的有效性，并测试关键内部控制运行的有效性；

（2）检查应收账款坏账准备计提的会计政策，评估所使用的方法的恰当性以及减值准备计提比例的合理性，与同行业对比分析账龄计提比例的合理性，复核管理层有关应收账款坏账准备的会计政策；

（3）评价管理层评估预期信用减值损失的基础是否恰当，对历史损失率的计量是否正确；

（4）获取多想互动公司编制的坏账准备计提表，检查计提方法是否按照坏账政策一贯执行，重新计算坏账准备计提金额是否准确；

（5）对应收账款超过信用期的客户，我们对管理层进行了访谈，对主要客户进行了实地走访，了解了主要债务人的信息以及管理层对于其可回收性的评估；

（6）检查主要客户的背景、经营现状、期后回款情况等，验证管理层判断的合理性；

（7）选取应收账款余额或发生额较大的客户进行函证。

（二）服务收入确认

相关信息披露详见财务报表附注三、21 及附注五、22。

1、事项描述

多想互动公司主营业务是为客户提供产品市场推广、品牌价值传播的跨媒体整合营销服务，收入类型主要包括：内容营销收入、数字营销收入、公关策划活动收入以及媒介广告代理收入。

2019 年度多想互动公司营业收入总额为 391,982,352.57 元，为合并利润表的重要项目。由于收入是多想互动公司的关键业绩指标之一，对财务报表影响较大，服务收入涉及管理层对收入确认时点的判断，以及多想互动公司有权收取相关款项时点的判断，从而可能存在收入被确认于不正确的期间或多想互动公司管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险，因此我们将服务收入确认确定为关键审计事项。

2、审计应对

2019 年度财务报表审计中，我们对服务收入确认实施的审计程序主要包括：

- （1）了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；
- （2）检查主要项目销售合同相关条款，对比同行业上市公司收入确认方法，并评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；
- （3）获取收入明细表，区别不同收入类型，结合同行业公司数据，执行分析性程序，判断营业收入和毛利率及变动的合理性；
- （4）选取主要客户检查收入确认依据，包括销售合同、验收单以及项目影像资料等，核对客户名称、合同或验收金额、服务完成时间是否与收入明细表一致；
- （5）选取样本检查截止日前后一段时间内账面收入确认依据，核对收入确认的期间是否与服务完成所属期间一致；
- （6）选取主要客户执行函证程序以确认应收账款余额和收入金额；
- （7）选取特定客户，查询工商资料，到其办公地点或经营地点进行实地走访，了解相关项目的情况，关注是否存在关联关系及异常现象；
- （8）对多想互动公司大额银行资金流水与银行日记账进行了双向核查，核查收入的真实性。

四、管理层和治理层对财务报表的责任

多想互动公司管理层负责按照企业会计准则的规定编制财务报表，使其实现公允反映，并设计、执行和维护必要的内部控制，以使财务报表不存在由于舞弊或错误导致的重大错报。

在编制财务报表时，管理层负责评估多想互动公司的持续经营能力，披露与持续经营相关的事项（如适用），并运用持续经营假设，除非管理层计划清算多想互动公司、终止运营或别无其他现实的选择。

治理层负责监督多想互动公司的财务报告过程。

五、注册会计师对财务报表审计的责任

我们的目标是对财务报表整体是否不存在由于舞弊或错误导致的重大错报获取合理保证，并出具包含审计意见的审计报告。合理保证是高水平的保证，但并不能保证按照审计准则执行的审计在某一重大错报存在时总能发现。错报可能由于舞弊或错误导致，如果合理预期错报单独或汇总起来可能影响财务报表使用者依据财务报表作出的经济决策，则通常认为错报是重大的。

在按照审计准则执行审计工作的过程中，我们运用职业判断，并保持职业怀疑。同时，我们也执行以下工作：

（1）识别和评估由于舞弊或错误导致的财务报表重大错报风险，设计和实施审计程序以应对这些风险，并获取充分、适当的审计证据，作为发表审计意见的基础。由于舞弊可能涉及串通、伪造、故意遗漏、虚假陈述或凌驾于内部控制之上，未能发现由于舞弊导致的重大错报的风险高于未能发现由于错误导致的重大错报的风险。

（2）了解与审计相关的内部控制，以设计恰当的审计程序，但目的并非对内部控制的有效性发表意见。

（3）评价管理层选用会计政策的恰当性和作出会计估计及相关披露的合理性。

（4）对管理层使用持续经营假设的恰当性得出结论。同时，根据获取的审计证据，就可能导致对多想互动公司的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况是否存在重大不确定性得出结论。如果我们得出结论认为存在重大不确定性，审计准则要求我们在审计报告中提请报表使用者注意财务报表中的相关披露；如果披露不充分，我们应当发表非无保留意见。我们的结论基于截至审计报告日可获得的信息。然而，未来的事项或情况可能导致多想互动公司不能持续经营。

（5）评价财务报表的总体列报、结构和内容，并评价财务报表是否公允反映相关交易和事项。

（6）就多想互动公司中实体或业务活动的财务信息获取充分、适当的审计证据，以对财务报表发表意见。我们负责指导、监督和执行集团审计，并对审计意见承担全部责任。

我们与治理层就计划的审计范围、时间安排和重大审计发现等事项进行沟通，包括

沟通我们在审计中识别出的值得关注的内部控制缺陷。

我们还就已遵守与独立性相关的职业道德要求向治理层提供声明，并与治理层沟通可能被合理认为影响我们独立性的所有关系和其他事项，以及相关的防范措施(如适用)。

从与治理层沟通过的事项中，我们确定哪些事项对 2019 年度期间财务报表审计最为重要，因而构成关键审计事项。我们在审计报告中描述这些事项，除非法律法规禁止公开披露这些事项，或在极少数情形下，如果合理预期在审计报告中沟通某事项造成的负面后果超过在公众利益方面产生的益处，我们确定不应在审计报告中沟通该事项。

致同会计师事务所
(特殊普通合伙)

中国注册会计师 林新田
(项目合伙人)

中国注册会计师 陈裕成

中国·北京

二〇二〇年二月二十一日

二、 财务报表

（一） 合并资产负债表

单位：元

项目	附注	2019 年 12 月 31 日	2019 年 1 月 1 日
流动资产：			
货币资金		141,932,373.28	89,181,148.24
结算备付金			
拆出资金			
交易性金融资产			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		-	
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款		135,676,304.03	109,895,493.27
应收款项融资			
预付款项		7,598,095.56	1,277,313.93
应收保费			
应收分保账款			
应收分保合同准备金			
其他应收款		1,588,244.48	2,532,753.91
其中：应收利息			1,042,353.75
应收股利			
买入返售金融资产			
存货			
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产		538,946.51	707,671.62
流动资产合计		287,333,963.86	203,594,380.97
非流动资产：			
发放贷款及垫款			
债权投资			
可供出售金融资产		-	600,000.00
其他债权投资			
持有至到期投资		-	
长期应收款			
长期股权投资			

其他权益工具投资		4,700,000.00	
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产		1,900,849.31	2,363,898.58
在建工程			
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产			
无形资产		410,174.99	547,213.24
开发支出			
商誉		2,293.59	2,293.59
长期待摊费用		2,268,998.25	3,374,488.18
递延所得税资产		2,455,203.56	1,588,970.54
其他非流动资产			
非流动资产合计		11,737,519.70	8,476,864.13
资产总计		299,071,483.56	212,071,245.10
流动负债：			
短期借款			
向中央银行借款			
拆入资金			
交易性金融负债			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债		-	
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款		22,589,815.90	26,420,123.46
预收款项		1,163,464.09	1,900,673.31
合同负债			
卖出回购金融资产款			
吸收存款及同业存放			
代理买卖证券款			
代理承销证券款			
应付职工薪酬		4,512,663.48	2,464,599.17
应交税费		17,538,827.37	8,202,110.17
其他应付款		371,625.60	265,942.97
其中：应付利息			
应付股利			
应付手续费及佣金			
应付分保账款			

持有待售负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计		46,176,396.44	39,253,449.08
非流动负债：			
保险合同准备金			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债			
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计		46,176,396.44	39,253,449.08
所有者权益（或股东权益）：			
股本		50,880,001.00	50,880,001.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积		1,749,290.88	1,749,290.88
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积		9,896,502.97	5,842,630.12
一般风险准备			
未分配利润		190,369,292.27	114,345,874.02
归属于母公司所有者权益合计		252,895,087.12	172,817,796.02
少数股东权益			
所有者权益合计		252,895,087.12	172,817,796.02
负债和所有者权益总计		299,071,483.56	212,071,245.10

法定代表人：刘建辉

主管会计工作负责人：陈善成

会计机构负责人：王碧凤

(二) 母公司资产负债表

单位：元

项目	附注	2019 年 12 月 31 日	2019 年 1 月 1 日
流动资产：			
货币资金		100,985,093.16	13,758,794.15
交易性金融资产			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		-	
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款		93,764,170.90	96,160,781.72
应收款项融资			
预付款项		4,796,350.19	559,901.28
其他应收款		15,495,230.23	8,327,575.19
其中：应收利息			
应收股利			
买入返售金融资产			
存货			
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产			11,692.80
流动资产合计		215,040,844.48	118,818,745.14
非流动资产：			
债权投资			
可供出售金融资产		-	600,000.00
其他债权投资			
持有至到期投资		-	
长期应收款			
长期股权投资		36,000,000.00	36,000,000.00
其他权益工具投资		4,700,000.00	
其他非流动金融资产			
投资性房地产			
固定资产		1,595,668.20	2,005,069.86
在建工程			
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产			

无形资产		410,174.99	547,213.24
开发支出			
商誉			
长期待摊费用		1,254,226.35	2,129,956.59
递延所得税资产		2,118,177.56	1,570,432.49
其他非流动资产			
非流动资产合计		46,078,247.10	42,852,672.18
资产总计		261,119,091.58	161,671,417.32
流动负债：			
短期借款			
交易性金融负债			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债		-	
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款		34,011,154.39	27,182,358.02
预收款项		721,056.58	1,340,943.40
卖出回购金融资产款			
应付职工薪酬		2,374,259.60	1,327,948.33
应交税费		15,438,155.65	8,165,587.75
其他应付款		56,980,143.87	12,598,986.82
其中：应付利息			
应付股利			
合同负债			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计		109,524,770.09	50,615,824.32
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债			
长期应付款			
长期应付职工薪酬			
预计负债			
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计			
负债合计		109,524,770.09	50,615,824.32

所有者权益：			
股本		50,880,001.00	50,880,001.00
其他权益工具			
其中：优先股			
永续债			
资本公积		1,749,290.88	1,749,290.88
减：库存股			
其他综合收益			
专项储备			
盈余公积		9,896,502.97	5,842,630.12
一般风险准备			
未分配利润		89,068,526.64	52,583,671.00
所有者权益合计		151,594,321.49	111,055,593.00
负债和所有者权益合计		261,119,091.58	161,671,417.32

法定代表人：刘建辉

主管会计工作负责人：陈善成

会计机构负责人：王碧凤

（三） 合并利润表

单位：元

项目	附注	2019 年	2018 年
一、营业总收入		391,982,352.57	290,595,474.36
其中：营业收入		391,982,352.57	290,595,474.36
利息收入			
已赚保费			
手续费及佣金收入			
二、营业总成本		296,628,015.46	217,198,733.99
其中：营业成本		256,779,887.09	186,692,930.75
利息支出			
手续费及佣金支出			
退保金			
赔付支出净额			
提取保险责任准备金净额			
保单红利支出			
分保费用			
税金及附加		1,862,144.18	1,059,893.55

销售费用		22,936,884.96	19,546,045.97
管理费用		15,360,593.85	11,245,725.68
研发费用			
财务费用		-311,494.62	-1,345,861.96
其中：利息费用		26,664.00	
利息收入		393,897.17	1,419,301.88
加：其他收益		511,719.84	0
投资收益（损失以“-”号填列）		0	
其中：对联营企业和合营企业的投资收益		0	
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）		0	
汇兑收益（损失以“-”号填列）		0	0
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）		0	0
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）		0	0
信用减值损失（损失以“-”号填列）		-5,343,710.81	0
资产减值损失（损失以“-”号填列）		0	-4,285,473.03
资产处置收益（损失以“-”号填列）		0	0
三、营业利润（亏损以“-”号填列）		90,522,346.14	69,111,267.34
加：营业外收入		4,922,400.00	509,637.34
减：营业外支出		65.87	87,837.84
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）		95,444,680.27	69,533,066.84
减：所得税费用		15,367,389.17	12,512,214.26
五、净利润（净亏损以“-”号填列）		80,077,291.10	57,020,852.58
其中：被合并方在合并前实现的净利润			
（一）按经营持续性分类：	-	-	-
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）		80,077,291.10	57,020,852.58
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
（二）按所有权归属分类：	-	-	-
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）			
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）		80,077,291.10	57,020,852.58
六、其他综合收益的税后净额		0	0
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额			
1.不能重分类进损益的其他综合收益			
（1）重新计量设定受益计划变动额			
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益			
（3）其他权益工具投资公允价值变动			
（4）企业自身信用风险公允价值变动			
（5）其他			
2.将重分类进损益的其他综合收益			

(1) 权益法下可转损益的其他综合收益			
(2) 其他债权投资公允价值变动			
(3) 可供出售金融资产公允价值变动损益		-	
(4) 金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
(5) 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益		-	
(6) 其他债权投资信用减值准备			
(7) 现金流量套期储备			
(8) 外币财务报表折算差额			
(9) 其他			
(二) 归属于少数股东的其他综合收益的税后净额			
七、综合收益总额		80,077,291.10	57,020,852.58
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额		80,077,291.10	57,020,852.58
(二) 归属于少数股东的综合收益总额			
八、每股收益：			
(一) 基本每股收益（元/股）		1.57	1.12
(二) 稀释每股收益（元/股）		1.57	1.12

法定代表人：刘建辉

主管会计工作负责人：陈善成

会计机构负责人：王碧凤

（四） 母公司利润表

单位：元

项目	附注	2019 年	2018 年
一、营业收入		255,349,580.15	235,003,136.87
减：营业成本		178,428,579.60	166,822,201.62
税金及附加		815,394.43	650,498.51
销售费用		13,036,769.32	11,954,160.81
管理费用		11,676,610.55	9,029,647.30
研发费用			
财务费用		19,855.63	-120,714.85
其中：利息费用		26,664.00	
利息收入		28,217.69	172,632.58
加：其他收益		407,003.82	
投资收益（损失以“-”号填列）			
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）			

汇兑收益（损失以“-”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			
信用减值损失（损失以“-”号填列）		-2,190,980.33	
资产减值损失（损失以“-”号填列）			-3,627,430.14
资产处置收益（损失以“-”号填列）			
二、营业利润（亏损以“-”号填列）		49,588,394.11	43,039,913.34
加：营业外收入		4,922,400.00	509,637.34
减：营业外支出			87,837.84
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）		54,510,794.11	43,461,712.84
减：所得税费用		13,972,065.62	11,966,457.48
四、净利润（净亏损以“-”号填列）		40,538,728.49	31,495,255.36
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）		40,538,728.49	31,495,255.36
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
五、其他综合收益的税后净额		0	0
（一）不能重分类进损益的其他综合收益			
1.重新计量设定受益计划变动额			
2.权益法下不能转损益的其他综合收益			
3.其他权益工具投资公允价值变动			
4.企业自身信用风险公允价值变动			
5.其他			
（二）将重分类进损益的其他综合收益			
1.权益法下可转损益的其他综合收益			
2.其他债权投资公允价值变动			
3.可供出售金融资产公允价值变动损益		-	
4.金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
5.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益		-	
6.其他债权投资信用减值准备			
7.现金流量套期储备			
8.外币财务报表折算差额			
9.其他			
六、综合收益总额		40,538,728.49	31,495,255.36
七、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）			
（二）稀释每股收益（元/股）			

法定代表人：刘建辉

主管会计工作负责人：陈善成

会计机构负责人：王碧凤

(五) 合并现金流量表

单位：元

项目	附注	2019 年	2018 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金		383,810,042.18	237,177,939.17
客户存款和同业存放款项净增加额			
向中央银行借款净增加额			
收到原保险合同保费取得的现金			
收到再保险业务现金净额			
保户储金及投资款净增加额			
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额		-	
收取利息、手续费及佣金的现金			
拆入资金净增加额			
回购业务资金净增加额			
代理买卖证券收到的现金净额			
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金		6,381,348.76	1,213,214.34
经营活动现金流入小计		390,191,390.94	238,391,153.51
购买商品、接受劳务支付的现金		279,324,244.85	176,502,842.23
客户贷款及垫款净增加额			
存放中央银行和同业款项净增加额			
支付原保险合同赔付款项的现金			
为交易目的而持有的金融资产净增加额			
拆出资金净增加额			
支付利息、手续费及佣金的现金			
支付保单红利的现金			
支付给职工以及为职工支付的现金		18,663,821.42	14,770,444.13
支付的各项税费		18,554,473.71	16,390,229.45
支付其他与经营活动有关的现金		16,407,671.91	15,489,373.62
经营活动现金流出小计		332,950,211.89	223,152,889.43
经营活动产生的现金流量净额		57,241,179.05	15,238,264.08
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计			

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金		363,290.01	2,997,846.54
投资支付的现金		4,100,000.00	600,000.00
质押贷款净增加额			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计		4,463,290.01	3,597,846.54
投资活动产生的现金流量净额		-4,463,290.01	-3,597,846.54
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款收到的现金		4,000,000.00	
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计		4,000,000.00	
偿还债务支付的现金		4,000,000.00	
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		26,664.00	
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计		4,026,664.00	
筹资活动产生的现金流量净额		-26,664.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额		52,751,225.04	11,640,417.54
加：期初现金及现金等价物余额		89,181,148.24	77,540,730.70
六、期末现金及现金等价物余额		141,932,373.28	89,181,148.24

法定代表人：刘建辉

主管会计工作负责人：陈善成

会计机构负责人：王碧凤

（六） 母公司现金流量表

单位：元

项目	附注	2019 年	2018 年
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金		270,289,900.89	187,872,213.97
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金		42,131,742.11	18,946,167.45
经营活动现金流入小计		312,421,643.00	206,818,381.42
购买商品、接受劳务支付的现金		184,351,197.26	159,116,238.30
支付给职工以及为职工支付的现金		11,036,129.07	8,398,708.59

支付的各项税费		13,225,982.51	12,782,321.70
支付其他与经营活动有关的现金		12,140,486.12	10,701,519.68
经营活动现金流出小计		220,753,794.96	190,998,788.27
经营活动产生的现金流量净额		91,667,848.04	15,819,593.15
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金			
取得投资收益收到的现金			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计			
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金		314,885.03	1,919,557.71
投资支付的现金		4,100,000.00	15,600,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			
支付其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流出小计		4,414,885.03	17,519,557.71
投资活动产生的现金流量净额		-4,414,885.03	-17,519,557.71
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金			
取得借款收到的现金		4,000,000.00	
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计		4,000,000.00	
偿还债务支付的现金		4,000,000.00	
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		26,664.00	
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计		4,026,664.00	
筹资活动产生的现金流量净额		-26,664.00	
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额		87,226,299.01	-1,699,964.56
加：期初现金及现金等价物余额		13,758,794.15	15,458,758.71
六、期末现金及现金等价物余额		100,985,093.16	13,758,794.15

法定代表人：刘建辉

主管会计工作负责人：陈善成

会计机构负责人：王碧凤

(七) 合并股东权益变动表

单位：元

项目	2019 年											
	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益
	股本	其他权益工具			资本 公积	减：库 存股	其他 综合 收益	专项 储备	盈余 公积	一般 风险 准备	未分配利润	
		优先 股	永续 债	其他								所有者权益合 计
一、上年期末余额	50,880,001.00				1,749,290.88				5,842,630.12		114,345,874.02	172,817,796.02
加：会计政策变更												
前期差错更正												
同一控制下企业合并												
其他												
二、本年期初余额	50,880,001.00				1,749,290.88				5,842,630.12		114,345,874.02	172,817,796.02
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）									4,053,872.85		76,023,418.25	80,077,291.10
（一）综合收益总额											80,077,291.10	80,077,291.10
（二）所有者投入和减少资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
（三）利润分配									4,053,872.85		-4,053,872.85	

1.提取盈余公积									4,053,872.85		-4,053,872.85		
2.提取一般风险准备													
3.对所有者（或股东）的分配													
4.其他													
（四）所有者权益内部结转													
1.资本公积转增资本（或股本）													
2.盈余公积转增资本（或股本）													
3.盈余公积弥补亏损													
4.设定受益计划变动额结转留存收益													
5.其他综合收益结转留存收益													
6.其他													
（五）专项储备													
1.本期提取													
2.本期使用													
（六）其他													
四、本年期末余额	50,880,001.00				1,749,290.88				9,896,502.97		190,369,292.27		252,895,087.12

项目	2018 年												
	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益	所有者权益合 计
	股本	其他权益工具			资本 公积	减: 库 存股	其他 综合 收益	专项 储备	盈余 公积	一般 风险 准备	未分配利润		
		优先 股	永续 债	其他									
一、上年期末余额	22,968,000.00				29,661,291.88				2,693,104.58		60,474,546.98		115,796,943.44
加：会计政策变更													

前期差错更正												
同一控制下企业合并												
其他												
二、本年期初余额	22,968,000.00			29,661,291.88			2,693,104.58		60,474,546.98		115,796,943.44	
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	27,912,001.00			-27,912,001.00			3,149,525.54		53,871,327.04		57,020,852.58	
（一）综合收益总额									57,020,852.58		57,020,852.58	
（二）所有者投入和减少资本												
1.股东投入的普通股												
2.其他权益工具持有者投入资本												
3.股份支付计入所有者权益的金额												
4.其他												
（三）利润分配							3,149,525.54		-3,149,525.54			
1.提取盈余公积							3,149,525.54		-3,149,525.54			
2.提取一般风险准备												
3.对所有者（或股东）的分配												
4.其他												
（四）所有者权益内部结转	27,912,001.00			-27,912,001.00								
1.资本公积转增资本（或股本）	27,912,001.00			-27,912,001.00								
2.盈余公积转增资本（或股本）												
3.盈余公积弥补亏损												
4.设定受益计划变动额结转留存收益												

5.其他综合收益结转留存收益													
6.其他													
（五）专项储备													
1.本期提取													
2.本期使用													
（六）其他													
四、本年期末余额	50,880,001.00				1,749,290.88				5,842,630.12		114,345,874.02		172,817,796.02

法定代表人：刘建辉

主管会计工作负责人：陈善成

会计机构负责人：王碧凤

（八） 母公司股东权益变动表

单位：元

项目	2019 年											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库 存股	其他综 合收益	专项 储备	盈余公积	一般风 险准备	未分配利润	所有者权益合 计
		优先 股	永续债	其他								
一、上年期末余额	50,880,001.00				1,749,290.88				5,842,630.12		52,583,671.00	111,055,593.00
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	50,880,001.00				1,749,290.88				5,842,630.12		52,583,671.00	111,055,593.00
三、本期增减变动金额（减少 以“－”号填列）									4,053,872.85		36,484,855.64	40,538,728.49
（一）综合收益总额											40,538,728.49	40,538,728.49

（二）所有者投入和减少资本												
1.股东投入的普通股												
2.其他权益工具持有者投入资本												
3.股份支付计入所有者权益的金额												
4.其他												
（三）利润分配								4,053,872.85		-4,053,872.85		
1.提取盈余公积								4,053,872.85		-4,053,872.85		
2.提取一般风险准备												
3.对所有者（或股东）的分配												
4.其他												
（四）所有者权益内部结转												
1.资本公积转增资本（或股本）												
2.盈余公积转增资本（或股本）												
3.盈余公积弥补亏损												
4.设定受益计划变动额结转留存收益												
5.其他综合收益结转留存收益												
6.其他												
（五）专项储备												
1.本期提取												
2.本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	50,880,001.00				1,749,290.88			9,896,502.97		89,068,526.64	151,594,321.49	

项目	2018 年											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库 存股	其他 综合 收益	专项 储备	盈余公积	一般风 险准备	未分配利润	所有者权益合 计
		优先 股	永续 债	其他								
一、上年期末余额	22,968,000.00				29,661,291.88				2,693,104.58		24,237,941.18	79,560,337.64
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	22,968,000.00				29,661,291.88				2,693,104.58		24,237,941.18	79,560,337.64
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	27,912,001.00				-27,912,001.00				3,149,525.54		28,345,729.82	31,495,255.36
（一）综合收益总额											31,495,255.36	31,495,255.36
（二）所有者投入和减少资本												
1.股东投入的普通股												
2.其他权益工具持有者投入资本												
3.股份支付计入所有者权益的金额												
4.其他												
（三）利润分配									3,149,525.54		-3,149,525.54	
1.提取盈余公积									3,149,525.54		-3,149,525.54	
2.提取一般风险准备												
3.对所有者（或股东）的分配												
4.其他												

（四）所有者权益内部结转	27,912,001.00				-27,912,001.00							
1.资本公积转增资本(或股本)	27,912,001.00				-27,912,001.00							
2.盈余公积转增资本(或股本)												
3.盈余公积弥补亏损												
4.设定受益计划变动额结转留存收益												
5.其他综合收益结转留存收益												
6.其他												
（五）专项储备												
1.本期提取												
2.本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	50,880,001.00				1,749,290.88				5,842,630.12		52,583,671.00	111,055,593.00

法定代表人：刘建辉

主管会计工作负责人：陈善成

会计机构负责人：王碧凤

三、 财务报表附注

一、 公司基本情况

1、 公司概况

厦门多想互动文化传播股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）前身为厦门多想智造文化传播有限公司，在厦门市湖里区工商行政管理局注册设立，统一社会信用代码为91350200594962652C。截至2019年12月31日，公司注册资本为5,088.0001万元，法定代表人刘建辉，住所为福建省厦门市思明区花莲路11号鸿星尔克大厦12楼。

本公司设立时注册资本为100万元，分两次到资，首期出资20万元，其中孔令杰认缴出资30万元，实际出资6万元；刘建辉认缴出资30万元，实际出资6万元；刘东满认缴出资20万元，实际出资4万元；王劲草认缴出资20万元，实际出资4万元。

2012年6月12日，根据股东会决议及公司章程约定缴纳第二期出资款80万元，实收资本由20万元增至100万元。本次出资后，孔令杰认缴出资30万元，实际出资30万元；刘建辉认缴出资30万元，实际出资30万元；刘东满认缴出资20万元，实际出资20万元；王劲草认缴出资20万元，实际出资20万元。本次变更已于2012年6月16日完成工商变更。

2013年6月28日，根据股东会决议及修改后的公司章程规定，王劲草将其持有的20%股权（出资额20万元）转让给刘建辉；孔令杰将其持有的30%股权（出资额30万元）转让给刘建辉；刘东满其持有的20%股权（出资额20万元）转让给何锋。股权转让后，刘建辉持有公司80%的股权，何锋持有公司20%的股权。本次变更已于2013年7月4日完成工商变更。

2014年4月28日，根据股东会决议及修改后的公司章程规定，何锋将其持有的20%的股权（出资额20万元）转让给曲硕。股权转让后，刘建辉持有公司80%的股权，曲硕持有公司20%的股权。本次变更已于2014年5月4日完成工商变更。

2015年7月20日，根据股东会决议及修改后的公司章程规定，公司注册资本由100万元增至1,000万元。新增的注册资本由刘建辉、曲硕、薛李宁、吴宏涛、陈素秀、陈连丰、林海芸、彭振庆、胡宏亮、厦门市湖里区创想未来投资合伙企业（有限合伙）、厦门市湖里区梦想未来投资合伙企业（有限合伙）于2015年7月24日之前缴足。截至2015年7月24日，公司已收到全部股东缴纳的新增注册资本（实收资本）合计900万元，新增实收资本占新增注册资本的100%。其中，刘建辉以货币缴纳出资290万元，曲硕以货币缴纳出资80万元，薛李宁以货币缴纳出资100万元，吴宏涛以货币缴纳出资100万元，厦门市湖里区梦想未来投资合伙企业（有限合伙）以货币缴纳出资100万元，厦门市湖里区创想未来投资合伙企业（有限合伙）以货币缴纳出资100万元，陈素秀以货币缴纳出资40万元，陈连丰以货币缴纳出资30万元，林海芸以货币缴纳出资30万元，彭振庆以货币缴纳出资15万元，胡宏亮以货币缴纳出资15万元。本次增资已于2015年7月30日完成工商变更。

2015年8月23日，根据股东会决议及章程的规定，公司整体变更为股份有限公司，申请登记的注册资本为10,000,000元，由各股东以其各自拥有的本公司截至2015年7月31日止经审计的净资产11,556,178.66元作为折股依据，折合公司的全部股本10,000,000元，未折股部分的净资产1,556,178.66元计入公司的资本公积，股份有限公司已于2015年9月23日完成

工商登记。

2015年9月25日，根据股东大会决议和修改后的公司章程规定，公司申请增加注册资本100万元。新增的股本由曲硕于2015年9月30日之前一次性缴足，变更后的注册资本为1,100万元。本次增资已于2015年10月10日完成工商变更。

2015年12月31日，公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让。

根据公司2016年第一次临时股东大会决议和修改后的公司章程规定，公司申请增加注册资本60万元，由曲硕以货币资金于2016年1月27日之前一次性缴足。曲硕出资10,800,000元，其中股本600,000元，溢价扣除中介费用后余额9,515,566.05元计入资本公积。本次增资后，公司累计注册资本为1,160万元，股本为1,160万元。本次增资已于2016年4月5日完成工商变更。

根据公司2016年第三次临时股东大会决议和修改后的公司章程规定，公司申请增加注册资本928万元，公司以总股本1,160万股为基数，按每10股转增8股的比例，以截至2016年3月31日的资本公积向全体股东转增股份928万股，每股面值1元，增加股本928万元。资本公积转增后，公司累计注册资本为2,088万元，实收资本为2,088万元。本次转增已于2016年6月2日完成工商变更。

根据公司2017年第四次临时股东大会决议，公司非公开发行新股2,088,000股，发行价格为14.3678元/股，募集资金总额30,000,000元。根据公司与陈昌概、程芳、赵博潮及深圳市创新投资集团有限公司、厦门东方汇富贰期投资合伙企业（有限合伙）签订的股份认购协议，最终发行数量为2,088,000股，募集资金总额为30,000,000元。其中新增实收资本（股本）2,088,000元，资本溢价27,912,000元。本次增资后，公司累计注册资本为2,296.80万元，股本为2,296.80万元。本次增资已于2017年11月16日完成工商变更。

根据公司2017年年度股东大会决议和修改后的公司章程规定，公司申请增加注册资本2,703.1957万元，公司以总股本2,296.80万股为基数，按每10股转增11.7694股的比例，以截至2017年12月31日的资本公积向全体股东转增股份2,703.1957万股，增加股本2,703.1957万元。资本公积转增后，公司累计注册资本为4,999.9957万元，实收资本为4,999.9957万元。本次转增已于2018年6月22日完成工商变更。

根据公司2018年第六次临时股东大会决议和修改后的章公司章程规定，公司申请增加注册资本88.0044万元，公司以总股本4,999.9957万股为基数，按每10股转增0.176009股的比例，以截至2018年6月30日的资本公积向全体股东转增股份总88.0044万股，增加股本88.0044万元。资本公积转增后，公司累计注册资本为5,088.0001万元，实收资本为5,088.0001万元。本次转增已于2018年9月12日完成工商变更。

截至2019年12月31日，公司股本为5,088.0001万元。

本公司建立了股东大会、董事会、监事会的法人治理结构，目前设内审部、时尚中心、体育中心、媒体中心、营销中心、采购部、设计部、人事行政部、总经办、技术部、财务部、证券事务部等部门。

本公司及子公司主要业务：为客户提供产品市场推广、品牌价值传播的跨媒体整合营销服务。

本财务报表及财务报表附注业经本公司第二届董事会第十四次会议于 2020 年 2 月 21 日批准。

2、合并财务报表范围

本期纳入合并范围的子公司为 6 家，具体情况详见“附注六、合并范围的变动”和“附注七、在其他主体中的权益”。

二、财务报表的编制基础

本财务报表按照财政部颁布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定（统称“企业会计准则”）编制。此外，本公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号—财务报告的一般规定》（2014 年修订）披露有关财务信息。

本财务报表以持续经营为基础列报。

本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本申报财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

三、重要会计政策及会计估计

本公司根据自身生产经营特点，确定收入确认政策，具体会计政策见附注三、21。

1、遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2019 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2019 年度的合并及公司经营成果和合并及公司现金流量等有关信息。

2、会计期间

本公司会计期间采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

3、营业周期

本公司的营业周期为 12 个月。

4、记账本位币

本公司及子公司以人民币为记账本位币。本公司编制本申报财务报表时所采用的货币为人民币。

5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

（1）同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。合并对价的账面价值与合并中取得的净资产账面价值的差额调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

通过多次交易分步实现同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以合并日持股比例计算的合并日应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为该项投资的初始投资成本；初始投资成本与合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在合并财务报表中，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量；合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和，与合并中取得的净资产账面价值的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方在取得被合并方控制权之前持有的长期股权投资，在取得原股权之日与合并方与被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

（2）非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。在购买日，取得的被购买方的资产、负债及或有负债按公允价值确认。

对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉，按成本扣除累计减值准备进行后续计量；对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本。购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，购买日对这部分其他综合收益不作处理，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在处置该项投资时转入处置期间的当期损益。购买日之前持有的股权投资采用公允价值计量的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

在合并财务报表中，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和。对于购买日之前已经持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值之间的差额计入当期收益；购买日之前已经持有的被购买方的股权涉及其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日当期收益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）企业合并中有关交易费用的处理

为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

6、合并财务报表编制方法

(1) 合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指本公司拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。子公司，是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分、结构化主体等）。

(2) 合并财务报表的编制方法

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由本公司编制。在编制合并财务报表时，本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致，公司间的重大交易和往来余额予以抵销。

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，视同该子公司以及业务自同受最终控制方控制之日起纳入本公司的合并范围，将其自同受最终控制方控制之日起的经营成果、现金流量分别纳入合并利润表、合并现金流量表中。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，将其现金流量纳入合并现金流量表。

子公司的股东权益中不属于本公司所拥有的部分，作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示；子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额，其余额仍冲减少数股东权益。

(3) 购买子公司少数股东股权

因购买少数股权新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，以及在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，均调整合并资产负债表中的资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(4) 丧失子公司控制权的处理

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，剩余股权按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量；处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产账面价值的份额与商誉之和，形成的差额计入丧失控制权当期的投资收益。

与原有子公司的股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转入当期损益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

7、现金及现金等价物的确定标准

现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

8、外币业务

本公司发生外币业务，按交易发生日的即期汇率折算为记账本位币金额。

资产负债表日，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益；对以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算；对以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，计入当期损益。

9、金融工具

金融工具是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

(1) 金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

- ① 收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- ② 该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

(2) 金融资产分类和计量

本公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分为以下三类：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

以摊余成本计量的金融资产

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：

- 本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；
- 该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：

- 本公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标；
- 该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，为消除或显著减少会计错配，本公司将部分本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

但是，对于非交易性权益工具投资，本公司在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行方的角度符合权益工具的定义。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。满足条件的股利收入计入损益，其他利得或损失及公允价值变动计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

管理金融资产的业务模式，是指本公司如何管理金融资产以产生现金流量。业务模式决定本公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。本公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础，确定管理金融资产的业务模式。

本公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估，以确定相关金融资产在特定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险、以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，本公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

仅在本公司改变管理金融资产的业务模式时，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款，本公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

（3）金融负债分类和计量

本公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、以摊余成本计量的金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

以摊余成本计量的金融负债

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

（4）金融负债与权益工具的区分

金融负债，是指符合下列条件之一的负债：

- ①向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务。
- ②在潜在不利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务。
- ③将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具。
- ④将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。

权益工具，是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中剩余权益的合同。

如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。

如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是本公司的金融负债；如果是后者，该工具是本公司的权益工具。

（5）金融工具的公允价值

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见附注三、10。

（6）金融资产减值

本公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：

- 以摊余成本计量的金融资产

预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

在计量预期信用损失时，本公司需考虑的最长期间为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

对于应收票据和应收账款，无论是否存在重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征对应收票据和应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

A、应收账款

- 应收账款组合 1：应收合并范围内关联方
- 应收账款组合 2：应收其他客户

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

其他应收款

当单项其他应收款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

- 其他应收款组合 1：应收押金、保证金和备用金
- 其他应收款组合 2：应收合并范围内关联方款项
- 其他应收款组合 3：应收其他款项

对划分为组合的其他应收款，本公司通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

信用风险显著增加的评估

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

- 债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；
- 已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；
- 已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；
- 现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。

已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

- 发行方或债务人发生重大财务困难；

- 债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；
- 本公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；
- 债务人很可能破产或进行其他财务重组；
- 发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。但是，按照本公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

(7) 金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

(8) 金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

10、公允价值计量

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

本公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是本公司在计量日能够进入的交易市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

存在活跃市场的金融资产或金融负债，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值，是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值，是相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，本公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

11、存货

（1）存货的分类

本公司存货分为库存商品、项目成本等。项目成本主要用于归集和核算营销项目开展过程中的发生的各项支出，包括媒介成本、现场活动成本和其他成本。

（2）发出存货的计价方法

本公司存货在取得时按成本进行初始计量，项目成本在项目完成后结转成本，库存商品等其他存货发出时按个别认定法计价。

（3）存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

（4）存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

12、长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

（1）初始投资成本确定

形成企业合并的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于其他方式取得的长期股权投资：支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

（2）后续计量及损益确认方法

对子公司的投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件；对联营企业和合营企业的投资，采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积（其他资本公积）。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照本公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，在转换日，按照原股权的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原股权于转换日的公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行会计处理，公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；原股权投资相关的其他所有者权益变动转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

因其他投资方增资而导致本公司持股比例下降、从而丧失控制权但能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，按照新的持股比例确认本公司应享有的被投资单位因增资扩股而增加净资产的份额，与应结转持股比例下降部分所对应的长期股权投资原账面价值之间的差额计入当期损益；然后，按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整。

本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于本公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

（3）确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断是否由所有参与方或参与方组合集体控制该安排，其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排；如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响；本公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份时，一般不认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

（4）减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，计提资产减值的方法见附注三、17。

13、固定资产

（1）固定资产确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

(2) 各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类 别	使用年限（年）	残值率%	年折旧率%
办公及电子设备	3-5	5	31.67-19.00
运输设备	4-8	5	23.75-11.88

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

(3) 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法见附注三、17。

(4) 每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

14、在建工程

本公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

在建工程计提资产减值方法见附注三、17。

15、借款费用

(1) 借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

- ① 资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；
- ② 借款费用已经发生；
- ③ 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

(2) 借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

(3) 借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

16、无形资产

本公司无形资产包括软件。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命	摊销方法	备注
软件	3-5 年	直线法	

本公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法见附注三、17。

17、资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、固定资产、无形资产、商誉等（递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产

和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

18、长期待摊费用

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

19、职工薪酬

（1）职工薪酬的范围

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

（2）短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

（3）离职后福利

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除

设定提存计划以外的离职后福利计划。本公司仅涉及设定提存计划。

设定提存计划

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。

在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

(4) 辞退福利

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的，在正式退休日之前的经济补偿，属于辞退福利，自职工停止提供服务日至正常退休日期间，拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性计入当期损益。正式退休日期之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

20、预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，本公司将其确认为预计负债：

- (1) 该义务是本公司承担的现时义务；
- (2) 该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；
- (3) 该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

21、收入

(1) 一般原则

①销售商品

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

②提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：**A**、收入的金额能够可靠地计量；**B**、相关的经济利益很可能流入企业；**C**、交易的完工程度能够可靠地确定；**D**、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

③让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

(2) 具体方法

本公司业务分为内容营销、数字营销、公关策划活动、媒介广告代理。

本公司收入确认的具体方法如下：

(1) 内容营销

内容营销业务是指以消费者需求为导向，自出品或代理运营相应的 IP 内容并选择精准媒体渠道进行传播。

提供内容营销服务完成，并得到客户验收认可，且与内容营销服务相关的成本能够可靠计量时，本公司确认内容营销收入的实现。

(2) 数字营销

数字营销业务是指为品牌客户提供匹配数字媒介传播渠道的内容策划设计及传播策略制定，图文、视频等相关广告内容制作，以及精准投放、广告监播、效果评估等相关服务。

对已经按照客户的要求将广告在一定媒介上（主要为移动互联网）进行投放，客户已经对广告验收认可，且与传播广告相关的供应商之间确认相应的成本能够可靠计量时，本公司确认数字营销收入的实现。

(3) 公关活动策划

公关活动策划业务是指通过创意活动策划、执行管理及配套传播，为客户定制新品发布会、节庆活动、企业年会、签约仪式等活动。

提供公关策划活动服务完成，并得到客户验收认可，且与公关策划服务相关的成本能够可

靠计量时，本公司确认公关策划活动收入的实现。

（4）媒介广告代理

媒介广告代理业务是指根据品牌客户的传播目标，进行传统媒介效果分析、拟定媒介策略、投放计划，为客户进行广告资源的代理采买、投放监播、效果评估。

对已经按照客户的要求将广告在一定的媒介（如电视）上传播，客户已经对广告验收认可，且与传播广告相关的供应商之间确认相应的成本能够可靠计量时，本公司确认媒介广告代理收入的实现。

22、政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额 1 元计量。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值，或者确认为递延收益在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。与收益相关的政府补助，用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，则计入递延收益，于相关成本费用或损失确认期间计入当期损益或冲减相关成本。本公司对相同或类似的政府补助业务，采用一致的方法处理。

与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

23、递延所得税资产及递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

(1) 商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

(2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

(1) 该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

(2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

24、经营租赁与融资租赁

本公司将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。本公司仅涉及作为承租人的经营租赁业务。

本公司作为承租人

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

25、重大会计判断和估计

本公司根据历史经验和其它因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。

很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要会计估计和关键假设列示如下：

(1) 应收账款预期信用损失的计量

本公司通过应收账款违约风险敞口和预期信用损失率计算应收账款预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时，本公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，本公司使用的指标包括经济下滑的风险、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

（2）递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，应就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

（3）商誉减值

本公司至少每年评估商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组的使用价值进行估计。估计使用价值时，本集团需要估计未来来自资产组的现金流量，同时选择恰当的折现率计算未来现金流量的现值。

（4）未上市的权益投资的公允价值

未上市的权益投资的公允价值是根据具有类似条款和风险特征的项目当前折现率折现的预计未来现金流量。这种估价要求本公司估计预期未来现金流量和折现率，因此具有不确定性。在有限情况下，如果用以确定公允价值的信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。

26、重要会计政策、会计估计的变更

（1）重要会计政策变更

①财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），2018 年 6 月 15 日发布的《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）同时废止。根据该通知，本公司对财务报表格式进行了以下修订：

资产负债表，将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”。

本公司对可比期间的比较数据按照财会[2019]6 号文进行调整。

该会计政策变更由本公司于 2019 年 9 月 25 日召开的第二届董事会第十一次会议批准。

财务报表格式的修订对本公司财务状况和经营成果无重大影响。

②新金融工具准则

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》、《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”），本公司于 2019 年 9 月 25 日召开的第二届董事会第十一次会议，批准自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，对会计政策相关内容进行了调整。变更后的会计政策参见附注三、9。

按照新金融工具准则的规定，除某些特定情形外，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）的新账面价值之间的差额计入 2019 年年初留存收益或其他综合收益。同时，本公司未对比较

财务报表数据进行调整。

于 2019 年 1 月 1 日，金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比如下：

原金融工具准则			新金融工具准则		
项 目	类别	账面价值	项 目	类别	账面价值
可供出售金融资产	以成本计量（权益工具）	600,000.00	其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	600,000.00
应收账款	摊余成本	109,895,493.27	应收账款	摊余成本	109,895,493.27
其他应收款	摊余成本	2,532,753.91	其他应收款	摊余成本	2,532,753.91

于 2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则时金融工具分类和账面价值调节表如下：

项 目	调整前账面金额 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2019年1月1日)
资产：				
应收账款	109,895,493.27	-	-	109,895,493.27
其他应收款	2,532,753.91	-	-	2,532,753.91
可供出售金融资产	600,000.00	-600,000.00	-	-
其他权益工具投资	-	600,000.00	-	600,000.00
股东权益：				
盈余公积	5,842,630.12	-	-	5,842,630.12
未分配利润	114,345,874.02	-	-	114,345,874.02

本公司将根据原金融工具准则计量的 2018 年年末损失准备与根据新金融工具准则确定的 2019 年年初损失准备之间的调节表列示如下：

计量类别	调整前账面金额 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2019年1月1日)
应收账款减值准备	7,083,678.05	-	-	7,083,678.05
其他应收款减值准备	3,627.48	-	-	3,627.48

（2）重要会计估计变更

本期未发生重要会计估计变更。

四、税项

1、主要税种及税率

税 种	计税依据	法定税率%
-----	------	-------

增值税	应税收入	6
教育费附加	应纳流转税额	3
地方教育费附加	应纳流转税额	2
城市维护建设税	应纳流转税额	7、5
企业所得税	应纳税所得额	25、20、0

本公司及子公司的所得税税率如下：

纳税主体名称	所得税税率%
厦门多想互动文化传播股份有限公司	25
上海森昱广告有限公司	20
江西镁塔文化传播有限公司	20
厦门第二未来科技有限公司	20
北京多想互动文化传播股份有限公司	20
泉州多想互动文化传播股份有限公司	20
新疆喀什联界文化传播有限公司	0

2、税收优惠及批文

根据《财政部国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》财税[2011]112号规定：2010年1月1日至2020年12月31日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》(以下简称《目录》)范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。本公司之子公司新疆喀什联界文化传播有限公司符合上述政策，2016年度为新疆喀什联界文化传播有限公司的首个免征企业所得税年度，2016年-2020年免征企业所得税。

根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》财税[2019]13号规定：自2019年1月1日至2021年12月31日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。本公司之子公司上海森昱广告有限公司、江西镁塔文化传播有限公司、厦门第二未来科技有限公司、北京多想互动文化传播股份有限公司、泉州多想互动文化传播股份有限公司符合上述政策。

五、合并财务报表项目注释

1、货币资金

项 目	2019.12.31	2018.12.31
库存现金	21,782.54	49,049.46
银行存款	141,910,590.74	89,132,098.78

合 计	141,932,373.28	89,181,148.24
-----	----------------	---------------

说明：2019 年 12 月 31 日银行存款中定期存款余额为 25,000,000.00 元，本公司不存在抵押、质押或冻结、或存放在境外且资金汇回受到限制的款项。

2、应收账款

(1) 按账龄披露

账 龄	2019.12.31	2018.12.31
1 年以内	140,827,649.66	113,556,017.09
1 至 2 年	4,649,199.67	2,881,824.33
2 年以上	2,626,421.23	541,329.90
小 计	148,103,270.56	116,979,171.32
减：坏账准备	12,426,966.53	7,083,678.05
合 计	135,676,304.03	109,895,493.27

(2) 按坏账计提方法分类披露

类别	2019.12.31					2019.01.01				
	账面余额		坏账准备		预期信用损失率(%)	账面余额		坏账准备		预期信用损失率(%)
	金额	比例 (%)	金额	账面价值		金额	比例 (%)	金额	账面价值	
按单项计提坏账准备	1,801,582.00	1.22	1,801,582.00	100.00	-	31,115.00	0.03	31,115.00	100.00	-
按组合计提坏账准备	146,301,688.56	98.78	10,625,384.53	7.26	135,676,304.03	116,948,056.32	99.97	7,052,563.05	6.03	109,895,493.27
其中：										
应收其他客户	146,301,688.56	98.78	10,625,384.53	7.26	135,676,304.03	116,948,056.32	99.97	7,052,563.05	6.03	109,895,493.27
合 计	148,103,270.56	100.00	12,426,966.53	8.39	135,676,304.03	116,979,171.32	100.00	7,083,678.05	6.06	109,895,493.27

按单项计提坏账准备：

名 称	2019.12.31				计提理由
	账面余额	坏账准备	预期信用损失率 (%)		
泉州新德源房地产开发有限公司	4,000.00	4,000.00	100.00		预计无法收回
泉州万达广场商业物业管理有限公司	5,000.00	5,000.00	100.00		预计无法收回
石狮世茂新城房地产开发有限公司	22,115.00	22,115.00	100.00		预计无法收回
浩沙实业（福建）	21,467.00	21,467.00	100.00		预计无法收回

有限公司

福建森友食品有限公司	1,749,000.00	1,749,000.00	100.00	预计无法收回
合 计	1,801,582.00	1,801,582.00	-	

按组合计提坏账准备：

组合计提项目：应收其他客户

账 龄	2019.12.31		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)
1 年以内	140,827,649.66	7,041,382.48	5.00
1 至 2 年	2,907,749.00	1,017,712.15	35.00
2 年以上	2,566,289.90	2,566,289.90	100.00
合 计	146,301,688.56	10,625,384.53	-

截至 2018 年 12 月 31 日，坏账准备计提情况：

种 类	2018.12.31				
	金 额	比例%	坏账准备	计提比例%	净额
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
其中：账龄组合	116,948,056.32	99.97	7,052,563.05	6.03	109,895,493.27
组合小计	116,948,056.32	99.97	7,052,563.05	6.03	109,895,493.27
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	31,115.00	0.03	31,115.00	100.00	-
合 计	116,979,171.32	100.00	7,083,678.05	6.06	109,895,493.27

说明：

账龄组合，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款

账 龄	2018.12.31				
	金 额	比例%	坏账准备	计提比例%	净额
1 年以内	113,556,017.09	97.10	5,677,800.85	5.00	107,878,216.24
1 至 2 年	2,881,824.33	2.46	864,547.30	30.00	2,017,277.03
2 年以上	510,214.90	0.44	510,214.90	100.00	-
合 计	116,948,056.32	100.00	7,052,563.05	6.03	109,895,493.27

(3) 本期计提、收回或转回的坏账准备情况

项 目	坏账准备金额
2018.12.31	7,083,678.05
首次执行新金融工具准则的调整金额	-
2019.01.01	7,083,678.05
本期计提	5,343,288.48
2019.12.31	12,426,966.53

(4) 按欠款方归集的应收账款期末余额前五名单位情况

截至 2019 年 12 月 31 日，按欠款方归集的期末余额前五名应收账款明细如下：

单位名称	应收账款 期末余额	占应收账款期末余额 合计数的比例%	坏账准备 期末余额
蜡笔小新（天津）有限公司	13,200,000.00	8.91	660,000.00
广州天泓文化传媒投资有限公司	12,037,714.00	8.13	601,885.70
白鸽宝保险经纪有限公司	11,350,000.00	7.66	567,500.00
福建鸿星尔克体育用品有限公司	11,100,000.00	7.49	555,000.00
广州蜂群传媒有限公司	8,887,733.57	6.00	444,386.68
合计	56,575,447.57	38.19	2,828,772.38

3、预付款项

(1) 预付款项按账龄披露

账 龄	2019.12.31		2018.12.31	
	金 额	比例%	金 额	比例%
1 年以内	7,573,844.41	99.68	1,243,343.52	97.34
1 至 2 年	24,251.15	0.32	33,970.41	2.66
合 计	7,598,095.56	100.00	1,277,313.93	100.00

(2) 按预付对象归集的预付款项期末余额前五名单位情况

截至 2019 年 12 月 31 日，按预付对象归集的期末余额前五名预付款项明细如下：

单位名称	预付款项 期末余额	占预付款项期末余额 合计数的比例%
广州万燕科技文化传媒有限公司	1,864,678.33	24.54
长江证券承销保荐有限公司	1,000,000.00	13.16
上海拾加壹文化传播有限公司	778,301.87	10.24
王洛懿	639,880.96	8.42

上海智子信息科技股份有限公司	502,075.50	6.61
合计	4,784,936.66	62.98

4、其他应收款

项 目	2019.12.31	2018.12.31
应收利息	-	1,042,353.75
其他应收款	1,588,244.48	1,490,400.16
合 计	1,588,244.48	2,532,753.91

(1) 应收利息

项 目	2019.12.31	2018.12.31
定期存款	-	1,042,353.75

(2) 其他应收款

①按账龄披露

账 龄	2019.12.31	2018.12.31
1 年以内	571,334.34	1,058,552.35
1 至 2 年	618,334.00	65,834.84
2 年以上	402,625.95	369,640.45
小 计	1,592,294.29	1,494,027.64
减：坏账准备	4,049.81	3,627.48
合 计	1,588,244.48	1,490,400.16

②按款项性质披露

项 目	2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
保证金、押金及备用金	1,511,298.21	-	1,511,298.21	1,459,224.79	-	1,459,224.79
代扣代垫款项	80,996.08	4,049.81	76,946.27	26,814.00	1,340.70	25,473.30
其他	-	-	-	7,988.85	2,286.78	5,702.07
合 计	1,592,294.29	4,049.81	1,588,244.48	1,494,027.64	3,627.48	1,490,400.16

③坏账准备计提情况

截至 2019 年 12 月 31 日，处于第一阶段的坏账准备：

类 别	账面余额	未来 12 个月内的预期信用损失率 (%)	坏账准备	账面价值	理由
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	
按组合计提坏账准备	-	-	-	-	
应收押金、保证金和备用金	1,511,298.21	-	-	1,511,298.21	
应收其他款项	80,996.08	5.00	4,049.81	76,946.27	
合 计	1,592,294.29		4,049.81	1,588,244.48	

截至 2019 年 12 月 31 日，本公司不存在处于第二阶段的其他应收款。

截至 2019 年 12 月 31 日，本公司不存在处于第三阶段的其他应收款

截至 2018 年 12 月 31 日，坏账准备计提情况：

种 类	2018.12.31				
	金 额	比例%	坏账准备	计提比例%	净 额
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
其中：账龄组合	34,802.85	2.33	3,627.48	10.42	31,175.37
无风险的保证金、押金和备用金组合	1,459,224.79	97.67	-	-	1,459,224.79
组合小计	1,494,027.64	100.00	3,627.48	0.24	1,490,400.16
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合 计	1,494,027.64	100.00	3,627.48	0.24	1,490,400.16

说明：

账龄组合，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款

账 龄	2018.12.31				
	金 额	比例%	坏账准备	计提比例%	净 额
1 年以内	27,253.51	78.31	1,362.68	5.00	25,890.83
1 至 2 年	7,549.34	21.69	2,264.80	30.00	5,284.54
合 计	34,802.85	100.00	3,627.48	10.42	31,175.37

④本期计提、收回或转回的坏账准备情况

坏账准备	第一阶段	
	未来 12 个月预期信用损失	
	2018	3,627.48
首次执行新金融工具准则的调整金额		-
2019 年 1 月 1 日余额		3,627.48
本期计提		422.33
2019 年 12 月 31 日余额		4,049.81

⑤按欠款方归集的其他应收款期末余额前五名单位情况

截至 2019 年 12 月 31 日，按欠款方归集的期末余额前五名其他应收款明细如下：

单位名称	款项性质	其他应收款 期末余额	账龄	占其他应收款期 末余额合计数的 比例(%)	坏账准备期末 余额
北京网易传媒有 限公司	采购保证金	500,000.00	0-2 年	31.40	-
鸿星尔克（厦门） 投资管理有限公司	房租押金	364,185.45	2 年以上	22.87	-
王洛懿	房租押金	250,000.00	1-2 年	15.70	-
百度（中国）有限 公司	采购保证金	200,000.00	1 年以内	12.56	-
泉州南祥置业有 限公司	房租押金	70,000.00	1 年以内	4.40	-
合 计		1,384,185.45		86.93	-

5、其他流动资产

项 目	2019.12.31	2018.12.31
待摊费用	-	323,624.59
待抵扣进项税	538,946.51	361,556.32
预缴企业所得税	-	22,490.71
合 计	538,946.51	707,671.62

6、可供出售金融资产

项 目	2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
可供出售权益工具						
其中：按成本计量	-	-	-	600,000.00	-	600,000.00

7、其他权益工具投资

项 目	2019.12.31	2018.12.31
厦门多想视界文化传媒有限公司	2,700,000.00	——
厦门多想视界广告有限公司	2,000,000.00	——
合 计	4,700,000.00	——

说明：由于上述投资是本公司出于战略目的而计划长期持有的投资，因此本公司将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

8、固定资产

（1）固定资产情况

项 目	办公及电子设备	运输设备	合 计
一、账面原值：			
1. 2018.12.31	1,794,199.90	1,913,492.16	3,707,692.06
2. 本期增加金额	76,565.18	-	76,565.18
（1）购置	76,565.18	-	76,565.18
3. 本期减少金额	-	-	-
4. 2019.12.31	1,870,765.08	1,913,492.16	3,784,257.24
二、累计折旧			
1. 2018.12.31	1,000,050.00	343,743.48	1,343,793.48
2. 本期增加金额	312,479.17	227,135.28	539,614.45
（1）计提	312,479.17	227,135.28	539,614.45
3. 本期减少金额	-	-	-
4. 2019.12.31	1,312,529.17	570,878.76	1,883,407.93
三、减值准备			
1. 2018.12.31	-	-	-
2. 本期增加金额	-	-	-
3. 本期减少金额	-	-	-
4. 2019.12.31	-	-	-
四、账面价值			
1. 2019.12.31 账面价值	558,235.91	1,342,613.40	1,900,849.31
2. 2018.12.31 账面价值	794,149.90	1,569,748.68	2,363,898.58

9、无形资产

（1）无形资产情况

项 目	软 件
-----	-----

一、账面原值		
1. 2018.12.31		726,713.34
2. 本期增加金额		-
3. 本期减少金额		-
4. 2019.12.31		726,713.34
二、累计摊销		
1. 2018.12.31		179,500.10
2. 本期增加金额		137,038.25
(1) 计提		137,038.25
3. 本期减少金额		-
4. 2019.12.31		316,538.35
三、减值准备		
1. 2018.12.31		-
2. 本期增加金额		-
3. 本期减少金额		-
4. 2019.12.31		-
四、账面价值		
1. 2019.12.31 账面价值		410,174.99
2. 2018.12.31 账面价值		547,213.24

10、商誉

被投资单位名称	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.12.31
上海森昱广告有限公司	2,293.59	-	-	2,293.59

11、长期待摊费用

项 目	2018.12.31	本期增加	本期减少		2019.12.31
			本期摊销	其他减少	
办公室装修费	3,374,488.18	-	1,105,489.93	-	2,268,998.25

12、递延所得税资产

(1) 未经抵销的递延所得税资产

项 目	2019.12.31		2018.12.31	
	可抵扣/应纳税暂时性差异	递延所得税资产/负债	可抵扣/应纳税暂时性差异	递延所得税资产/负债

递延所得税资产：

资产减值准备	12,431,016.34	2,455,203.56	7,007,568.55	1,588,970.54
--------	---------------	--------------	--------------	--------------

(2) 未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异及可抵扣亏损明细

项 目	2019.12.31	2018.12.31
可抵扣暂时性差异	-	79,736.98
可抵扣亏损	44,667.67	4,245,082.50
合 计	44,667.67	4,324,819.48

(3) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

年 份	2019.12.31	2018.12.31	备注
2019 年		2,368.79	
2020 年	21,246.42	21,246.42	
2021 年	14,217.68	16,161.95	
2022 年	4,367.88	142,089.21	
2023 年	836.37	4,063,216.13	
2024 年	3,999.32	-	
合 计	44,667.67	4,245,082.50	

13、应付账款

项 目	2019.12.31	2018.12.31
采购款	22,589,815.90	26,420,123.46

14、预收款项

项 目	2019.12.31	2018.12.31
营销服务款	1,163,464.09	1,900,673.31

15、应付职工薪酬

项 目	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.12.31
短期薪酬	2,452,649.77	20,189,665.58	18,139,771.73	4,502,543.62
离职后福利-设定提存计划	11,949.40	648,841.49	650,671.03	10,119.86
合 计	2,464,599.17	20,838,507.07	18,790,442.76	4,512,663.48

(1) 短期薪酬

项 目	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	2,349,389.27	18,132,011.49	16,054,044.84	4,427,355.92
职工福利费	-	1,127,160.56	1,127,160.56	-

社会保险费	9,881.52	419,115.59	420,159.24	8,837.87
其中：1. 医疗保险费	8,845.20	360,264.88	361,171.84	7,938.24
2. 工伤保险费	345.44	11,132.35	11,204.14	273.65
3. 生育保险费	690.88	47,718.36	47,783.26	625.98
住房公积金	5,400.00	336,969.00	342,369.00	-
工会经费和职工教育经费	87,978.98	174,408.94	196,038.09	66,349.83
合 计	2,452,649.77	20,189,665.58	18,139,771.73	4,502,543.62

(2) 设定提存计划

项 目	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.12.31
离职后福利	11,949.40	648,841.49	650,671.03	10,119.86
其中：1. 基本养老保险费	11,481.93	623,666.68	625,496.85	9,651.76
2. 失业保险费	467.47	25,174.81	25,174.18	468.10

16、应交税费

税 项	2019.12.31	2018.12.31
增值税	4,281,134.25	1,558,629.25
企业所得税	12,558,667.33	6,328,127.15
城市维护建设税	253,111.81	109,449.11
教育费附加	113,701.87	46,906.76
地方教育附加	75,801.25	31,271.17
印花税	83,980.64	81,917.85
个人所得税	172,430.22	45,808.88
文化事业建设费	-	-
合 计	17,538,827.37	8,202,110.17

17、其他应付款

项 目	2019.12.31	2018.12.31
保证金	80,000.00	31,500.00
预提费用	291,625.60	234,442.97
合 计	371,625.60	265,942.97

18、股本（单位：股）

项 目	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.12.31
股份总数	50,880,001.00	-	-	50,880,001.00

19、资本公积

项 目	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.12.31
股本溢价	1,749,290.88	-	-	1,749,290.88

20、盈余公积

项 目	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.12.31
法定盈余公积	5,842,630.12	4,053,872.85	-	9,896,502.97

21、未分配利润

项 目	本期发生额	上期发生额
调整前上年年末未分配利润	114,345,874.02	60,474,546.98
调整年初未分配利润合计数（调增+，调减-）	-	-
调整后年初未分配利润	114,345,874.02	60,474,546.98
加：本年归属于母公司所有者的净利润	80,077,291.10	57,020,852.58
减：提取法定盈余公积	4,053,872.85	3,149,525.54
年末未分配利润	190,369,292.27	114,345,874.02

22、营业收入和营业成本

项 目	本期发生额	上期发生额
主营业务收入	391,982,352.57	290,595,474.36
营业成本	256,779,887.09	186,692,930.75

（2）主营业务（分业务）

业务名称	本期发生额		上期发生额	
	收入	成本	收入	成本
内容营销	250,118,727.72	159,389,002.16	159,212,791.67	96,842,091.24
数字营销	62,971,786.02	39,922,640.95	58,099,798.35	36,843,261.89
公关策划活动	42,870,594.95	26,503,063.81	51,520,015.83	34,147,489.08
媒介广告代理	36,021,243.88	30,965,180.17	21,762,868.51	18,860,088.54
合 计	391,982,352.57	256,779,887.09	290,595,474.36	186,692,930.75

（3）主营业务（分地区）

地区名称	本期发生额		上期发生额	
	收入	成本	收入	成本
华东地区	311,935,785.70	201,059,180.49	254,372,769.21	162,197,649.71
华中地区	8,494,716.97	5,807,319.35	12,839,188.47	8,360,203.13

华南地区	53,837,281.88	38,411,585.40	12,065,300.00	7,937,585.43
东北地区	-	-	6,468,653.76	5,140,683.71
华北地区	17,710,322.73	11,499,303.61	4,843,562.92	3,052,711.49
西南地区	4,245.29	2,498.08	6,000.00	4,097.28
合 计	391,982,352.57	256,779,886.93	290,595,474.36	186,692,930.75

23、税金及附加

项 目	本期发生额	上期发生额
城市维护建设税	621,267.93	386,198.10
教育费附加	276,198.41	165,105.10
地方教育附加	184,132.27	110,058.75
文化事业建设费	535,151.88	199,407.29
印花税	240,533.69	198,404.31
车船税	4,860.00	720.00
合 计	1,862,144.18	1,059,893.55

说明：各项税金及附加的计缴标准详见附注四、税项。

24、销售费用

项 目	本期发生额	上期发生额
职工薪酬	14,072,544.01	10,627,429.76
房屋租金及物业管理费	3,207,319.36	2,613,403.07
业务招待费	2,064,308.62	1,618,679.70
折旧与摊销	1,364,296.62	1,043,718.95
差旅费	1,140,072.61	1,263,688.66
交通通讯费	499,728.54	547,336.18
办公费	292,793.00	298,295.88
展览费和广告费	190,653.19	263,530.35
软件服务费	-	990,566.04
其他	105,169.01	279,397.38
合 计	22,936,884.96	19,546,045.97

25、管理费用

项 目	本期发生额	上期发生额
职工薪酬	6,851,687.78	5,033,673.93
中介机构服务费	3,677,783.20	1,826,818.51

折旧与摊销	1,401,687.52	1,287,818.49
房屋租金及物业管理费	1,317,028.79	1,048,006.48
业务招待费	801,367.26	536,394.83
办公费	577,809.21	551,848.86
差旅费	261,073.33	468,031.06
交通费	232,601.81	198,102.35
其他	239,554.95	295,031.17
合 计	15,360,593.85	11,245,725.68

26、财务费用

项 目	本期发生额	上期发生额
利息费用	26,664.00	-
减：利息收入	393,897.17	1,419,301.88
手续费及其他	55,738.55	73,439.92
合 计	-311,494.62	-1,345,861.96

27、其他收益

补助项目	本期发生额	上期发生额	与资产相关/ 与收益相关
进项税额加计扣除	489,022.00	-	与收益相关
代扣个人所得税手续费返还	22,697.84	-	与收益相关
合 计	511,719.84	-	

说明:政府补助的具体信息，详见附注十二、1、政府补助。

28、信用减值损失

项 目	本期发生额	上期发生额
应收账款坏账损失	-5,343,288.48	——
其他应收款坏账损失	-422.33	——
合 计	-5,343,710.81	——

29、资产减值损失

项 目	本期发生额	上期发生额
坏账损失	——	-4,285,473.03

30、营业外收入

项 目	本期发生额	上期发生额
-----	-------	-------

政府补助	4,922,400.00	507,637.34
捐赠利得	-	2,000.00
合 计	4,922,400.00	509,637.34

其中，政府补助明细如下：

补助项目	本期发生额	上期发生额	与资产相关/ 与收益相关
地方税收奖励款	-	-	与收益相关
农村劳动力社保补差	-	7,637.34	与收益相关
上市辅导辅助备案补助款	-	300,000.00	与收益相关
厦门市青年创新创业人才计划扶持培养奖励	-	100,000.00	与收益相关
厦门市文化企业三十强奖励金	-	100,000.00	与收益相关
厦门市促进开发区高质量发展奖励金	600,000.00	-	与收益相关
厦门市湖里区促进企业上市工作经费补助	3,000,000.00	-	与收益相关
厦门市政府上市工作经费补助	700,000.00		
2019 年厦门市文化产业发展专项资金补助	622,400.00		
合 计	4,922,400.00	507,637.34	

说明：

（1）政府补助的具体信息，详见附注十二、1、政府补助。

（2）上述营业外收入均作为非经常性损益。

31、营业外支出

项 目	本期发生额	上期发生额
滞纳金及罚款支出	65.87	87,837.84

说明：上述营业外支出均作为非经常性损益。

32、所得税费用

（1）所得税费用明细

项 目	本期发生额	上期发生额
按税法及相关规定计算的当期所得税	16,233,622.19	13,429,769.55
递延所得税调整	-866,233.02	-917,555.29
合 计	15,367,389.17	12,512,214.26

（2）所得税费用与利润总额的关系列示如下：

项 目	本期发生额	上期发生额
-----	-------	-------

利润总额	95,444,680.27	69,533,066.84
按法定税率计算的所得税费用（利润总额*25%）	23,861,170.07	17,383,266.71
某些子公司适用不同税率的影响	-7,393,885.11	-7,050,127.58
对以前期间当期所得税的调整	35,535.91	744,604.38
不可抵扣的成本、费用和损失	598,399.93	398,732.47
利用以前年度未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响（以“-”填列）	-1,046,120.50	-
未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响	999.83	1,035,738.28
其他	-688,710.95	-
所得税费用	15,367,389.17	12,512,214.26

33、现金流量表项目注释

（1）收到其他与经营活动有关的现金

项 目	本期发生额	上期发生额
政府补助	4,945,097.84	507,637.34
利息收入	1,436,250.92	505,864.80
其他	-	199,712.20
合 计	6,381,348.76	1,213,214.34

（2）支付其他与经营活动有关的现金

项 目	本期发生额	上期发生额
付现期间费用	16,360,623.53	14,515,879.25
往来款、保证金押金及备用金净额	3,313.42	937,991.79
其他	43,734.96	35,502.58
合 计	16,407,671.91	15,489,373.62

34、现金流量表补充资料

（1）现金流量表补充资料

补充资料	本期发生额	上期发生额
1、将净利润调节为经营活动现金流量：		
净利润	80,077,291.10	57,020,852.58
加：信用减值损失	5,343,710.81	-
资产减值损失	-	4,285,473.03
固定资产折旧	539,614.45	564,187.18
无形资产摊销	137,038.25	103,638.62

长期待摊费用摊销	1,105,489.93	971,494.12
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	-
财务费用（收益以“－”号填列）	26,664.00	-
投资损失（收益以“－”号填列）	-	-
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-866,233.02	-917,555.29
存货的减少（增加以“－”号填列）	-	-
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-36,332,068.66	-74,468,493.42
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	7,209,672.19	27,678,667.26
其他	-	-
经营活动产生的现金流量净额	57,241,179.05	15,238,264.08

2、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：

3、现金及现金等价物净变动情况：

现金的期末余额	141,932,373.28	89,181,148.24
减：现金的期初余额	89,181,148.24	77,540,730.70
现金及现金等价物净增加额	52,751,225.04	11,640,417.54

(2) 现金及现金等价物的构成

项 目	2019.12.31	2018.12.31
一、现金		
其中：库存现金	21,782.54	49,049.46
可随时用于支付的银行存款	141,910,590.74	89,132,098.78
二、现金等价物	-	-
三、期末现金及现金等价物余额	141,932,373.28	89,181,148.24

六、合并范围的变动

本期合并范围未发生变动。

七、在其他主体中的权益

1、在子公司中的权益

(1) 企业集团的构成

子公司名称	主要经营地	注册地	业务性质	持股比例% 直接	间接	取得方式
上海森昱广告有限公司	上海市	上海市	媒体公关	100.00		非同一控制下合并取得
江西镁塔文化传播有限公司	上饶市	上饶市	媒体公关	100.00		投资设立

厦门第二未来科技有限公司	厦门市	厦门市	媒体公关	100.00	投资设立
新疆喀什联界文化传播有限公司	喀什市	喀什市	媒体公关	100.00	投资设立
北京多想互动文化传播有限公司	北京市	北京市	媒体公关	100.00	投资设立
泉州多想互动文化传播有限公司	泉州市	泉州市	媒体公关	100.00	投资设立

八、金融工具及风险管理

本公司各项金融工具的详细情况已于相关附注内披露。与这些金融工具有关的风险，以及本公司为降低这些风险所采取的风险管理政策如下所述。本公司管理层对这些风险敞口进行管理和监控以确保将上述风险控制在限定的范围之内。

1、风险管理目标和政策

本公司从事风险管理的目标是在风险和收益之间取得适当的平衡，力求降低金融风险对本公司财务业绩的不利影响。基于该风险管理目标，本公司已制定风险管理政策以辨别和分析本公司所面临的风险，设定适当的风险可接受水平并设计相应的内部控制程序，以监控本公司的风险水平。本公司会定期审阅这些风险管理政策及有关内部控制系统，以适应市场情况或本公司经营活动的改变。

本公司的金融工具导致的主要风险是信用风险、流动性风险。

（1）信用风险

信用风险，是指交易对手方未能履行合同义务而导致本公司产生财务损失的风险。

本公司对信用风险按组合分类进行管理。信用风险主要产生于银行存款和应收款项等。

本公司银行存款主要存放于国有银行和声誉良好并拥有较高信用评级的金融机构，本公司预期银行存款不存在重大的信用风险。

对于应收款项，本公司设定相关政策以控制信用风险敞口。本公司基于对债务人的财务状况、信用记录及其它因素诸如目前市场状况等评估债务人的信用资质并设置相应欠款额度与信用期限。本公司会定期对债务人信用记录进行监控，对于信用记录不良的债务人，本公司会采用书面催款、缩短信用期或取消信用期等方式，以确保本公司的整体信用风险在可控的范围内。

本公司所承受的最大信用风险敞口为资产负债表中每项金融资产的账面金额。本公司没有提供任何其他可能令本公司承受信用风险的担保。

本公司应收账款中，欠款金额前五大客户的应收账款占本公司应收账款总额的 38.19%（2018 年 12 月 31 日：34.11%）；本公司其他应收款中，欠款金额前五大公司的其他应收款占本公司其他应收款总额的 86.93%（2018 年 12 月 31 日：84.62%）。

（2）流动性风险

流动性风险，是指本公司在履行以交付现金或其他金融资产的方式结算的义务时发生资金

短缺的风险。

管理流动风险时，本公司保持管理层认为充分的现金及现金等价物，并对其进行监控，以满足本公司经营需要，并降低现金流量波动的影响。

本公司主要通过经营业务产生的资金来筹措营运资金。于 2019 年 12 月 31 日，本公司尚未使用的银行借款额度为 6,000.00 万元（2018 年 12 月 31 日： 500 万元）。

本公司持有的金融负债和表外担保项目按未折现剩余合同现金流量的到期期限分析如下（单位：人民币元）：

项 目	2019.12.31 六个月以内	2018.12.31 六个月以内
应付账款	22,589,815.90	26,420,123.46
其他应付款	371,625.60	265,942.97
金融负债和或有负债合计	22,961,441.50	26,686,066.43

2、资本管理

本公司资本管理政策的目标是为了保障本公司能够持续经营，从而为股东提供回报，并使其他利益相关者获益，同时维持最佳的资本结构以降低资本成本。

为了维持或调整资本结构，本公司可能会调整支付给股东的股利金额、向股东返还资本、发行新股或出售资产以减低债务。

本公司以资产负债率（即总负债除以总资产）为基础对资本结构进行监控。于 2019 年 12 月 31 日，本公司的资产负债率为 15.44%（2018 年 12 月 31 日：18.51%）。

九、关联方及关联交易

1、本公司的控股股东（实际控制人）

本公司的控股股东（实际控制人）为刘建辉。

2、本公司的子公司情况

子公司情况详见附注七、1。

3、本公司的其他关联方情况

关联方名称	与本公司关系
深圳市创新投资集团有限公司	公司股东
曲硕	实际控制人刘建辉配偶
董事、监事、经理、财务总监及董事会秘书	关键管理人员

4、关联交易情况

(1) 关联采购与销售情况

①出售商品、提供劳务

关联方	关联交易内容	本期发生额	上期发生额
深圳市创新投资集团有限公司	策划活动	-	516,339.62

(2) 关联担保情况

①本公司作为被担保方

担保方	担保金额	担保起始日	担保终止日	担保是否已经履行完毕
刘建辉	10,000,000.00	2019.04.28	2020.04.28	否
刘建辉	20,000,000.00	2019.07.03	2020.07.02	否
曲硕	20,000,000.00	2019.07.03	2020.07.02	否
曲硕	10,000,000.00	2019.04.28	2020.04.28	否
刘建辉、曲硕	30,000,000.00	2019.12.02	2020.12.01	否

(3) 关键管理人员薪酬

本公司本期发生额关键管理人员 18 人，上期发生额关键管理人员 18 人，薪酬计提情况见下表：

项 目	本期发生额	上期发生额
关键管理人员薪酬	3,962,474.84	3,209,447.64

十、 承诺及或有事项

1、重要的承诺事项

截至 2019 年 12 月 31 日，本公司不存在应披露的承诺事项。

2、或有事项

截至 2019 年 12 月 31 日，本公司不存在应披露的未决诉讼、对外担保等或有事项。

十一、资产负债表日后事项

新型冠状病毒感染的肺炎疫情于 2020 年 1 月在全国爆发以来，对肺炎疫情的防控工作正在全国范围内持续进行，肺炎疫情将对线下活动产生一定限制，另外对部分企业的经营及整体经济运行会造成一定影响，从而可能在一定程度上影响本公司的业务，影响程度将取决于疫情防控的情况、持续时间以及各项调控政策的实施，本公司将继续密切关注肺炎疫情发展情况，评估和积极应对其对本公司财务状况、经营成果等方面的影响。截至本报告报出日，该评估工作尚在进行当中。

十二、其他重要事项

1、政府补助

(1) 采用总额法计入当期损益的政府补助情况

补助项目	种类	本期计入损益的金额	本期计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
厦门市促进开发区高质量发展奖励金	财政拨款	600,000.00	营业外收入	与收益相关
厦门市湖里区促进企业上市工作经费补助	财政拨款	3,000,000.00	营业外收入	与收益相关
厦门市政府上市工作经费补助	财政拨款	700,000.00	营业外收入	与收益相关
2019 年厦门市文化产业发展专项资金补助	财政拨款	622,400.00	营业外收入	与收益相关
进项税额加计扣除抵减	税收返还	489,022.00	其他收益	与收益相关
代扣个人所得税手续费返还	税收返还	22,697.84	其他收益	与收益相关
合 计		5,434,119.84		

采用总额法计入当期损益的政府补助情况（续）

补助项目	种类	上期计入损益的金额	本期计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
农村劳动力社保补差	财政拨款	7,637.34	营业外收入	与收益相关
上市辅导辅助备案补助款	财政拨款	300,000.00	营业外收入	与收益相关
厦门市青年创新创业人才计划扶持培养奖励	财政拨款	100,000.00	营业外收入	与收益相关
厦门市文化企业三十强奖励金	财政拨款	100,000.00	营业外收入	与收益相关
合 计		507,637.34		

十三、母公司财务报表主要项目注释

1、应收账款

(1) 按账龄披露

账 龄	2019.12.31	2018.12.31
1 年以内	96,709,614.79	99,325,041.28
1 至 2 年	2,907,749.00	2,574,275.00
2 年以上	2,617,371.90	539,829.90

小 计	102,234,735.69	102,439,146.18
减：坏账准备	8,470,564.79	6,278,364.46
合 计	93,764,170.90	96,160,781.72

(2) 按坏账计提方法分类披露

类别	2019.12.31					2019.01.01				
	账面余额		坏账准备		账面价值	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	预期信用损失率 (%)		金额	比例 (%)	金额	预期信用损失率 (%)	
按单项计提坏账准备	52,582.00	0.05	52,582.00	100.00	-	31,115.00	0.03	31,115.00	100.00	-
按组合计提坏账准备	102,182,153.69	99.95	8,417,982.79	8.24	93,764,170.90	102,408,031.18	99.97	6,247,249.46	6.10	96,160,781.72
应收其他客户	102,182,153.69	99.95	8,417,982.79	8.24	93,764,170.90	102,408,031.18	99.97	6,247,249.46	6.10	96,160,781.72
合 计	102,234,735.69	100.00	8,470,564.79	8.29	93,764,170.90	102,439,146.18	100.00	6,278,364.46	6.13	96,160,781.72

按单项计提坏账准备：

名 称	2019.12.31				计提理由
	账面余额	坏账准备	预期信用损失率 (%)		
泉州新德源房地产开发有限公司	4,000.00	4,000.00	100.00		预计无法收回
泉州万达广场商业物业管理有限公司	5,000.00	5,000.00	100.00		预计无法收回
石狮世茂新城房地产开发有限公司	22,115.00	22,115.00	100.00		预计无法收回
浩沙实业（福建）有限公司	21,467.00	21,467.00	100.00		预计无法收回
合 计	52,582.00	52,582.00			

按组合计提坏账准备：

组合计提项目：应收其他客户

账龄	2019.12.31		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率 (%)
1 年以内	96,709,614.79	4,835,480.74	5.00
1 至 2 年	2,907,749.00	1,017,712.15	35.00
2 年以上	2,564,789.90	2,564,789.90	100.00
合 计	102,182,153.69	8,417,982.79	

截至 2018 年 12 月 31 日，坏账准备计提情况：

种 类	2018.12.31				
	金 额	比例%	坏账准备	计提比例%	净 额
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
其中：账龄组合	102,408,031.18	99.97	6,247,249.46	6.10	96,160,781.72
组合小计	102,408,031.18	99.97	6,247,249.46	6.10	96,160,781.72
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	31,115.00	0.03	31,115.00	100.00	-
合 计	102,439,146.18	100.00	6,278,364.46	6.13	96,160,781.72

说明：

账龄组合，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款

账 龄	2018.12.31				
	金 额	比例%	坏账准备	计提比例%	净 额
1 年以内	99,325,041.28	96.99	4,966,252.06	5.00	94,358,789.22
1 至 2 年	2,574,275.00	2.51	772,282.50	30.00	1,801,992.50
2 年以上	508,714.90	0.50	508,714.90	100.00	-
合 计	102,408,031.18	100.00	6,247,249.46	6.10	96,160,781.72

(3) 本期计提、收回或转回的坏账准备情况

	坏账准备金额
2018.12.31	6,278,364.46
首次执行新金融工具准则的调整金额	-
2019.01.01	6,278,364.46
本期计提	2,192,200.33
2019.12.31	8,470,564.79

(4) 按欠款方归集的应收账款期末余额前五名单位情况

截至 2019 年 12 月 31 日，按欠款方归集的期末余额前五名应收账款明细如下：

单位名称	应收账款 期末余额	占应收账款期末余额 合计数的比例%	坏账准备 期末余额
福建鸿星尔克体育用	11,100,000.00	10.86	555,000.00

品有限公司			
福建省青蛙王子品牌管理有限公司	6,750,000.00	6.60	337,500.00
广州蜂群传媒有限公司	8,887,733.57	8.69	444,386.68
虎都（中国）实业有限公司	7,550,000.00	7.38	377,500.00
金冠（中国）食品有限公司	6,500,000.00	6.36	325,000.00
合 计	40,787,733.57	39.90	2,039,386.68

2、其他应收款

项 目	2019.12.31	2018.12.31
其他应收款	15,495,230.23	8,327,575.19

（1）其他应收款

①按账龄披露

账 龄	2019.12.31	2018.12.31
1 年以内	14,731,415.78	7,895,465.40
1 至 2 年	363,334.00	65,834.84
2 年以上	402,625.95	369,640.45
小 计	15,497,375.73	8,330,940.69
减：坏账准备	2,145.50	3,365.50
合 计	15,495,230.23	8,327,575.19

②按款项性质披露

项目	2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
保证金、押金及备用金	1,162,959.95	-	1,162,959.95	981,254.79	-	981,254.79
子公司往来款	14,291,505.92	-	14,291,505.92	7,320,122.56	-	7,320,122.56
代扣代垫款项	42,909.86	2,145.50	40,764.36	22,014.00	1,100.70	20,913.30
其他	-	-	-	7,549.34	2,264.80	5,284.54
合 计	15,497,375.73	2,145.50	15,495,230.23	8,330,940.69	3,365.50	8,327,575.19

③坏账准备计提情况

截至 2019 年 12 月 31 日，处于第一阶段的坏账准备：

类别	账面余额	未来 12 个月内的预期信用损失率 (%)	坏账准备	账面价值	理由
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	
按组合计提坏账准备	-	-	-	-	
应收押金、保证金和备用金	1,162,959.95	-	-	1,162,959.95	
应收合并范围内关联方款项	14,291,505.92	-	-	14,291,505.92	
应收其他款项	42,909.86	5.00	2,145.50	40,764.36	
合 计	15,497,375.73		2,145.50	15,495,230.23	

截至 2019 年 12 月 31 日，本公司不存在处于第二阶段的其他应收款。

截至 2019 年 12 月 31 日，本公司不存在处于第三阶段的其他应收款

截至 2018 年 12 月 31 日，坏账准备计提情况：

种 类	2018.12.31				
	金 额	比例%	坏账准备	计提比例%	净 额
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
其中：账龄组合	29,563.34	0.35	3,365.50	11.38	26,197.84
合并范围内的关联方往来、无风险的保证金、押金和备用金组合	8,301,377.35	99.65	-	-	8,301,377.35
组合小计	8,330,940.69	100.00	3,365.50	0.04	8,327,575.19
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
合 计	8,330,940.69	100.00	3,365.50	0.04	8,327,575.19

说明：

账龄组合，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款

账 龄	2018.12.31				
	金 额	比例%	坏账准备	计提比例%	净 额
1 年以内	22,014.00	74.46	1,100.70	5.00	20,913.30
1 至 2 年	7,549.34	25.54	2,264.80	30.00	5,284.54

合 计	29,563.34	100.00	3,365.50	11.38	26,197.84
-----	-----------	--------	----------	-------	-----------

④本期计提、收回或转回的坏账准备情况

坏账准备	第一阶段 未来 12 个月预期信用损失	
	2018	3,365.50
首次执行新金融工具准则的调整金额		-
2019 年 1 月 1 日余额		3,365.50
本期收回或转回		1,220.00
2019 年 12 月 31 日余额		2,145.50

⑤按欠款方归集的其他应收款期末余额前五名单位情况

截至 2019 年 12 月 31 日，按欠款方归集的期末余额前五名其他应收款明细如下：

单位名称	款项性质	其他应收款期 末余额	账龄	占其他应收款期末余 额合计数的比例(%)	坏账准备期 末余额
北京多想互动文化 传播有限公司	子公司往来	11,443,401.92	1 年以内	73.84	-
江西镁塔文化传 播有限公司	子公司往来	2,848,104.00	1 年以内	18.38	-
北京网易传媒有 限公司	采购保证金	500,000.00	0-2 年	3.23	-
鸿星尔克（厦门） 投资管理有限公司	房租押金	364,185.45	2 年以上	2.35	-
百度（中国）有 限公司	采购保证金	200,000.00	1 年以内	1.29	-
合 计		26,201,409.93		99.09	-

3、长期股权投资

项 目	2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
对子公司投资	36,000,000.00	-	36,000,000.00	36,000,000.00	-	36,000,000.00

（1）对子公司投资

被投资单位	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.12.31	本期计提 减值准备	减值准备 期末余额
上海森昱广告有 限公司	1,000,000.00	-	-	1,000,000.00	-	-
新疆喀什联界文 化传播有限公司	5,000,000.00	-	-	5,000,000.00	-	-
江西镁塔文化传 播有限公司	15,000,000.00	-	-	15,000,000.00	-	-
厦门第二未来科技	5,000,000.00	-	-	5,000,000.00	-	-

有限公司						
北京多想互动文化 传播有限公司	5,000,000.00	-	-	5,000,000.00	-	-
泉州多想互动文化 传播有限公司	5,000,000.00	-	-	5,000,000.00	-	-
合 计	36,000,000.00	-	-	36,000,000.00	-	-

4、营业收入和营业成本

项 目	本期发生额	上期发生额
主营业务收入	255,244,701.09	234,598,582.34
其他业务收入	104,879.06	404,554.53
营业成本	178,428,579.60	166,822,201.62

十四、补充资料

1、非经常性损益明细表

项 目	本期发生额	上期发生额
非流动性资产处置损益	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	5,434,119.84	507,637.34
理财产品投资收益	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-65.87	-85,837.84
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-
非经常性损益总额	5,434,053.97	421,799.50
减：非经常性损益的所得税影响数	1,358,513.49	105,449.88
非经常性损益净额	4,075,540.48	316,349.62
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益	4,075,540.48	316,349.62

2、加权平均净资产收益率

报告期利润	加权平均净资产收益率%	
	本期发生额	上期发生额
归属于公司普通股股东的净利润	37.62	39.51
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	35.71	39.29

3、每股收益

报告期利润	基本每股收益		稀释每股收益	
	本期发生额	上期发生额	本期发生额	上期发生额
归属于公司普通股股东的净利润	1.57	1.12	1.57	1.12
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	1.50	1.11	1.50	1.11

厦门多想互动文化传播股份有限公司

2020 年 2 月 21 日

附：

备查文件目录

（一）载有公司负责人、主管会计工作负责人、会计机构负责人（会计主管人员）签名并盖章的财务报表。

（二）载有会计师事务所盖章、注册会计师签名并盖章的审计报告原件。

（三）年度内在指定信息披露平台上公开披露过的所有公司文件的正本及公告的原稿。

文件备置地址：

厦门市思明区花莲路 11 号鸿星尔克大厦 12 楼董秘办公室

厦门多想互动文化传播股份有限公司

2020 年 2 月 21 日