

大晟时代文化投资股份有限公司

关于2025年年度报告的信息披露监管问询函 的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容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法律责任。

大晟时代文化投资股份有限公司（以下简称“公司”或“大晟文化”）于近期收到上海证券交易所下发的《关于大晟时代文化投资股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2026】0895号，以下简称“《监管问询函》”），现就《监管问询函》中有关问题回复如下：

一、关于影视剧板块经营情况

1、经营业绩。年报显示，2025年公司实现营业收入3.33亿元，同比增长99.86%，其中影视剧业务实现营业收入1.71亿元，同比增长1,309.20%，系本年增量收入的主要来源。2025年四季度公司实现营业收入1.31亿元，但2026年一季度营业收入降低至0.76亿元。

请公司：（1）区分不同影视剧业务板块，补充披露业务模式、盈利及结算模式、具体经营信息及同比变动情况，包括但不限于收入、成本、毛利率、内部收益率等；（2）列明公司制作或者发行确认收入排名前十的项目名称及类型、合作方、合作方式、放映渠道、播放量等主要作品表现数据、各季度收入确认金额、占比及依据，结合目前已发行作品的播放情况，说明2026年一季度收入环比大幅下降的原因及合理性；（3）详细披露短剧业务不同平台的运营情况，包括但不限于用户画像及数量变动、付费用户数量、用户留存率、用户平均收入及获取成本、充值流水等，自查是否存在关联方及员工自充值情况，如是，补充披露充值金额、充值时间及收入确认等具体

信息。请年审机构发表意见。

公司回复：

（一）区分不同影视剧业务板块，补充披露业务模式、盈利及结算模式、具体经营信息及同比变动情况，包括但不限于收入、成本、毛利率、内部收益率等。

公司影视剧业务主要由短剧业务、影视剧承制及后期制作、中长剧联合投资制作及发行构成。

1.短剧业务板块业务模式、盈利及结算模式如下：

业务类别	业务模式	盈利模式	结算模式
自有版权剧/外购授权剧	自有版权剧或外购授权剧，在公司自有小程序上发行或自运营 APP 中发行，发行收入主要为付费看剧或看广告带来的收入	用户充值或观看广告	由运营公司或结算平台在次月出具当月账单，财务进行核对确认后，出具相关发票并在结算单中盖章邮寄或电子扫描给对方公司，对方公司收到后进行确认并回款
	自有版权剧或外购授权剧，在其他平台发行，发行收入主要为付费或看广告带来的收入	用户充值或观看广告	
	自有版权剧授权给其他发行方发行，公司按照授权协议收取版权费	版权授权	根据授权协议收取版权费，可分为固定授权费及变动授权费。项目交付后，按照合同约定收取固定授权费，变动授权费一般按月结算，依据双方确认的结算单金额进行结算
短剧发行服务	公司与版权方或平台签署协议，发行其他版权方的短剧获得短剧的发行收益，发行收益分为用户看广告的收益和付费收益，发行收益按照一定比例在公司和版权方之间分配	用户充值或观看广告	1.平台方直接按约定比例向我公司及版权方分配； 2.版权方收到全部收益后按照约定比例向我公司结算收益

注：外购授权剧的发行渠道需以与版权方约定的平台为准。

2.公司影视剧承制及后期制作业务模式、盈利及结算模式如下：

业务模式	盈利模式	结算模式
影视剧承制：受委托承接影视剧制作服务，负责项目拍摄及后期制作，不主导项目投资	影视剧项目承制费收入，根据项目剧本、项目题材等编制预算、选择供应商并执行拍摄制作，委托方向我方支付制作费用	按合同约定分阶段结算，一般签约收取预付款，拍摄/制作节点达标支付进度款，项目成片交付验收后结清尾款
后期制作：后期制作包含影片剪辑、调色、特效、配音、字幕、包装、成片输出等全流程服务	后期制作收入，按镜头、时长、集数计费（特效镜头、单集剪辑、调色等）	按照合同签约进度回款

3.公司中长剧联合投资制作及发行业务模式、盈利及结算模式如下：

业务模式	盈利模式	结算模式
联合投资制作：通过投资及承制部分工作获得项目的投资收益比例，按出资比例共享收益、共担风险	依据投资比例或约定比例核算分配项目最终可分配利润	项目完成发行回款、结清全部项目成本及税费后，由主控方出具结算报告，各方分配剩余收益，项目完结后统一结算
联合投资发行：此业务多与项目承制、联合参投业务绑定，通过参与投资或制作获得影视剧版权收入及提供发行服务收入	发行服务收入及平台分账收入，网络剧采用流量、会员时长、广告收益分成模式，收入与剧集热度、播放数据直接挂钩	视频平台按月/季度出具官方播放对账数据，双方核对确认无误后，一般30个工作日内完成分账款项结算，账期稳定、数据可溯源
	影视剧版权销售收入：以单集定价买断为主，根据剧集题材、等级、演员阵容、播放渠道确定价格，一次性确认版权转让收益	按照合同约定进度回款，在签约、开机、杀青、交片、播映阶段都有对应比例的回款，一般在影视剧首轮播完后30日内回款完成

4.公司影视剧业务板块具体经营信息及同比变动情况如下：

(1) 影视剧业务板块收入、成本、毛利率情况：

单位：万元

分类	2025年					2024年		
	营业收入	营业成本	毛利率%	营业收入比上年增减%	营业成本比上年增减%	收入	成本	毛利率%
短剧业务	13,113.21	3,227.83	75.38	2,057.75	8,004.23	607.73	39.83	93.45
影视剧承制及后期制作	1,840.30	1,219.18	33.75	258.82	528.20	512.87	194.07	62.16
中长剧联合投资制作及发行	2,173.64	2,099.72	3.40	2,193.47	1,842.95	94.78	108.07	-14.03
总计	17,127.15	6,546.73	61.78	1,309.20	1,814.40	1,215.38	341.97	71.86

2025年度影视剧板块营收同比大幅增长、毛利率同比小幅回落，主要系公司已逐步构建、形成信息技术为支撑，传统影视剧与新型短剧双线发展、国内与海外市场同步开拓的战略布局。影视剧业务逐步实现从内容创作、投资、拍摄制作、后期制作等全流程数字化升级。具体变动原因如下：

①短剧业务：为抓住短剧行业发展机遇，公司自2024年以来积极布局短剧业务，并持续扩大短剧业务投入力度，目前已建立涵盖国内与海外两个市场独立的制作、发行与运营体系，短剧收入快速提升。因上一年度业务基数较低，业务尚未形成规模，不足以准确反映毛利率变动。

②影视剧承制及后期制作业务：2025年度该业务板块的收入增长主要

系后期制作在本期完成并交付成果带动该业务板块收入增加 1,417.59 万元；毛利率下降主要系各项目毛利高低不一致，造成毛利率变动较大。

③中长剧联合投资制作及发行业务：2025 年该业务板块收入增长主要系影视剧《猎豹》上映确认收入并结转成本，带动该业务板块收入增加 2,075.48 万元，2024 年收入主要是以前年度影视剧结转形成。毛利率变动主要系因影视项目差异，造成毛利率变动较大。

(2) 2025 年度影视剧业务板块投入产出比：

单位：万元

分类	收入	成本	推广费	投入产出比 (%)
短剧业务	13,113.21	3,227.83	13,836.49	76.85
影视剧承制及后期制作	1,840.30	1,219.18	/	150.95
中长剧联合投资制作及发行	2,173.64	2,099.72	/	103.52

注：因影视剧业务涉及项目较多，资金投入为滚动投入，且周期均小于一年，投入产出比（计算公式为：收入/（成本+推广费）*100%）指标更适用。

(二) 列明公司制作或者发行确认收入排名前十的项目名称及类型、合作方、合作方式、放映渠道、播放量等主要作品表现数据、各季度收入确认金额、占比及依据，结合目前已发行作品的播放情况，说明 2026 年一季度收入环比大幅下降的原因及合理性。

1.公司制作或者发行确认收入排名前十的项目名称及类型、合作方、合作方式、放映渠道、播放量等主要作品表现数据、各季度收入确认金额、占比及依据，结合目前已发行作品的播放情况如下：

序号	项目名称	类型	合作方	合作方式	放映渠道	播放量 (万次)	Q1 收入 (万元)	Q2 收入 (万元)	Q3 收入 (万元)	Q4 收入 (万元)	合计收入 (万元)	收入占比 (%)
1	猎豹	中长剧	湖南艺路繁华影视传媒有限公司	公司作为项目投资方联合投资制作该项目；项目播出，依据主控方出具的结算表确认收入	芒果 TV、腾讯视频、湖南卫视	57,200	/	/	/	2,075.48	2,075.48	12.12
2	旷野之境	中长剧	广州国盛文化传媒有限公司	公司作为后期制作方，接受出品方的委托，按照合同约定的服务内容完成影片的后期制作工作；制作完成、交付成果经委托方确认后，依据合同金额确认收入	优酷	不适用	1,132.08	/	/	/	1,132.08	6.61
3	边关不用我守	短剧	成都开源互娱文化传播有限公司	公司作为发行方，从版权方处获得该项目在约定平台上发行的非独家授权，依据结算单中归属公司的收益金额确认收入。	微信视频号、抖音	28,462	/	/	/	705.43	705.43	4.12
4	我的古董夫君不可能这么好看	短剧	重庆触摸文化传播有限公司	公司从版权方处获得该项目的独家授权，在全渠道发行该短剧，依据各渠道结算单中归属公司的收益金额确认收入	全渠道（抖音、快手、腾讯、百度等）	24,582	/	/	/	570.1	570.10	3.33
5	咫尺相思	短剧	陕西墨云影视传媒有限公司	公司作为出品方委托合作方按照我方要求制作短剧，公司在全渠道发行该短剧，依据各渠道结算单中归属公司的收益金额确认收入	全渠道（抖音、快手、腾讯、百度等）	35,756	/	/	369.99	43.51	413.50	2.41
6	检察官与少年	中长剧	霍尔果斯沅凯影业有限公司	公司作为后期制作方，接受出品方的委托，按照合同约定的服务内容完成影片的后期制作工作；制作完成、交付成果经委托方确认后，依据合同金额确认收入	爱奇艺	不适用	/	/	202.85	42.27	245.12	1.43
7	最后的宗师	短剧	陕西天宝云阅网络科技有限公司	公司向原版权方买断该项目的全部版权并在全渠道发行该短剧，依据各渠道结算单中归属公司的收益金额确认收入	全渠道（抖音、快手、腾讯、百度等）	9,572	/	/	174.51	64.89	239.4	1.40
8	她的游戏，我的棋局	短剧	陕西墨云影视传媒有限公司	公司作为出品方委托合作方按照我方要求制作短剧，公司在全渠道发行该短剧，依据各渠道结算单中归属公司的收益金额确认收入	全渠道（抖音、快手、腾讯、百度等）	29,562	/	/	169.53	43.93	213.46	1.25
9	Ex-ectomy	短剧	Bayread (HongKong) Limited	公司作为发行方，从版权方处获得该项目在约定平台上发行的非独家授权，依据结算单中归属公司的收益金额确认收入。	Cafe drama	178	/	68.53	94.59	30.13	193.25	1.13
10	八零丈夫兼桃两房，我转身嫁厂长	短剧	郑州果然有戏影视制作有限公司	公司作为出品方委托合作方按照我方要求制作短剧，公司在全渠道发行该短剧，依据各渠道结算单中归属公司的收益金额确认收入	全渠道（抖音、快手、腾讯、百度等）	8,791	/	/	75.62	73.03	148.65	0.87

注 1：播放量数据：《猎豹》播放量数据来源于猫眼累计有效播放，国内短剧（序号 3、4、5、7、8、10）播放量数据来源于抖音、腾讯、快手、百度等渠道，国外短剧（序号 9）播放量数据来源于 cafe drama。

注 2：后期制作的项目根据我方与对方签署的协议，我方完成合同约定的后期制作内容并交付后我方履约义务完成，项目的播放量不影响我方的收入确认。

注 3：公司在抖音、快手、腾讯等数字平台仅能监测实时投放效果，用以及及时调整投放推广策略，核心用户数在各大平台内部留存，因此国内短剧（序号 3、4、5、7、8、10）无法检索完播率及转化率等关键指标。国外短剧（序号 9）完播率为 11.51%，转化率为 17.16%。

注 4：短剧收入最终以用户充值付费情况和用户在视频平台观看广告后解锁剧集，平台根据其规则向公司进行结算。因用户充值后可以反复观看，或者仅观看免费剧集均会统计播放量，故短剧收入虽会受播放量影响，但非线性关系（即并非播放量越高，收入越多）。

注 5：收入占比为该项目收入占影视业务总收入的比例。

2.说明 2026 年一季度收入环比大幅下降的原因及合理性

公司 2026 年第一季度实现营业收入 7,596.19 万元，2025 年第四季度实现营业收入 13,108.07 万元，营业收入环比下降 42.05%，减少 5,511.88 万元，主要由以下影响因素导致：

(1) 影视业务方面，公司投资制作的定制剧《猎豹》在 2025 年四季度实现播出，在当期确认了收入 2,075.48 万元，2026 年一季度暂无定制剧实现收入，中长剧和电影联合投资制作及发行业务收入约 209.47 万元，该细分板块收入减少 1,866.01 万元；2025 年影视业务板块中的短剧业务得到快速发展，公司在 2026 年一季度不断根据短剧市场的快速变化，优化短剧业务推广策略，主动缩减低效投放规模并聚焦 ROI 的提升，导致 2026 年一季度短剧收入环比下降 44.55%，短剧业务减少 1,891.77 万元；公司在 2026 年持续加强与红果平台在短剧业务的年度框架合作，后续依托深度绑定的合作渠道，不断降低短剧风险，保障业务的稳定；公司 2026 年一季度确认的后期制作业务收入环比减少 304.07 万元，综合上述因素影响下，公司影视业务实现的收入环比减少 4,061.85 万元。

(2) 游戏业务方面，因游戏行业通常在四季度开展较多活动，一定程度上呈现出四季度会高于一季度收入的季节特征，在此影响下，公司 2026 年第一季度游戏业务营业收入较 2025 年第四季度环比减少 1,572.31 万元。

(三) 详细披露短剧业务不同平台的运营情况，包括但不限于用户画像及数量变动、付费用户数量、用户留存率、用户平均收入及获取成本、充值流水等，自查是否存在关联方及员工自充值情况，如是，补充披露充值金额、充值时间及收入确认等具体信息。

一、目前我司主要短剧业务分为国内和国外两部分，收入情况如下：

分类	营业收入（万元）	平台	营业收入（万元）
国外短剧	5,282.76	自有平台	1,633.82
		其他平台	3,648.94
国内短剧	7,830.45	抖音平台	4,532.12
		腾讯平台	2,744.63
		快手平台	418.35
		其他平台	135.35
合计			13,113.21

不同平台具体运营情况如下：

（一）国外平台主要分为自有平台（cafe drama）及国外其他平台

（1）自有平台为自主运营模式，用户注册信息在后台系统中被完整存储。2025 年度，平台总收入为 1,633.82 万元人民币；其中注册用户总数达 5.34 万；付费用户数量为 1.55 万；用户留存率约为 12.82%；每用户平均收入为 42.83 美元（采用 2025 年平均汇率 7.1429，每用户平均收入（ARPU）系基于全部注册用户进行计算）；充值流水总额为 329.81 万美元。

2025 年度国外短剧用户平均充值金额的核心数据分析：

指标	数值	说明	数据来源
北美 ARPU（每用户平均收入）	69.2 美元/年	每用户平均收入，超 60 美元（ReelShort2025 年 H1 数据）	东吴证券报告
欧洲 ARPU（每用户平均收入）	34.1 美元/年	每用户平均收入，超 34 美元（ReelShort2025 年 H1 数据）	东吴证券报告

依据可获取的公开信息，在北美、欧洲等高价值发达地区，每用户平均收入（ARPU）较高，公司 app 海外短剧业务主要依托于北美及欧洲高收入市场，平均用户收入为 42.83 美元，属于高价值发达地区行业中等水平。

（2）在国外其他平台上，海外短剧公司主要依托其他海外公司的运营与发行平台进行短剧发行，相关用户信息及数据均由这些海外公司留存。本公司仅能监测投放成本、当期收入、累计收入以及投资回报率（ROI）等对应数据。2025 年度公司在海外其他平台实现的营业收入共计 3,648.94 万元

人民币，投放成本共计 624.96 万美元，充值流水总额为 855.31 万美元，2025 年度全年 ROI 为 136.86%。

(二) 国内平台主要分为抖音平台、腾讯平台、快手平台、国内其他平台（如百度、拼多多等）。

(1) 抖音平台的业务主要涵盖端原生业务、抖音小程序业务以及短剧发行业务。相关用户信息及数据均由抖音平台负责存储与管理，公司不具备查询具体用户信息的权限。2025 年度公司在抖音平台实现的营业收入共计 4,532.12 万元人民币；目前本公司抖音账户粉丝数量为 136.70 万，实现收入 2,456.70 万元，单位粉丝收入比为 17.97 元/人；抖音小程序用户浏览量为 38.06 万人次，实现收入 130.87 万元，用户浏览转化率为 3.44 元/人次；短剧发行业务收入为 1,944.55 万元。

(2) 腾讯平台的业务主要涵盖微信小程序业务以及短剧发行业务。相关用户信息及数据均由腾讯平台负责存储与管理，公司不具备查询具体用户信息的权限。2025 年度，公司在腾讯平台实现的营业收入共计 2,744.63 万元人民币；公司在腾讯平台的短剧业务主要以小程序为载体，消费者可以在小程序进行浏览，但无关注功能，因此公司在腾讯平台的短剧业务无粉丝量数据。目前本公司微信小程序用户浏览数为 95.13 万人次，实现收入 76.86 万元，用户浏览转化率为 0.81 元/人次，短剧发行业务收入为 2,667.77 万元。

(3) 公司于快手平台开展的业务以短剧发行业务为核心，相关用户信息及数据均由快手平台负责存储与管理，公司不具备查询具体用户信息的权限。目前公司快手账户粉丝数量为 24.9 万，2025 年度公司在快手平台实现的营业收入共计 418.35 万元人民币，单位粉丝收入比为 16.80 元/人。

(4) 2025 年度公司在国内其他平台实现的营业收入共计 135.35 万元人民币。

注：以上数据为项目上线到对应平台所带来的收入金额，上线平台与结

算客户并非一一对应关系。

二、关联方及员工自充值情况

经自查，公司关联方及员工在自有短剧平台或平台小程序中付费人数为 5 人，其中：国内短剧小程序或端原生账号付费解锁观看剧集的共 4 人，付费金额合计 112 元，平均付费金额为 28 元/人，观看 9 部短剧；海外短剧付费人数 1 人，付费金额折合人民币约为 952.87 元，观看 23 部短剧；上述付费金额总计为 1,064.87 元。上述人员支付的款项非直接转入公司账户，最终由平台与公司根据播放情况进行结算确认。

员工自充值为员工利用自有资金进行充值，公司无事先拨款、事后无返还本金/补贴，具有商业实质；且员工按照市场价充值，交易价格公允；员工充值后正常解锁短剧观看，公司完成履约义务。员工自充值在交易渠道、交易价格及交易条款上和普通外部用户完全一致，符合收入确认标准。

【会计师回复】

（一）会计师核查程序

1、访谈公司管理层及相关人员，了解影视剧业务各板块的经营模式、盈利及结算模式；

2、获取公司影视剧业务收入明细，了解并分析 2026 年一季度收入环比大幅下降的原因；

3、获取短剧业务相关数据并在 IT 专家的协助下，与系统中数据进行核对；

4、对公司员工是否存在自充值行为进行调查，并对员工异常充值行为进行分析。

（二）会计师核查结论

经核查，我们认为：

大晟文化已按影视剧业务板块补充披露业务模式、盈利及结算模式、具

体经营信息及同比变动情况；公司已列明制作或者发行确认收入排名前十项目的相关信息，2026年一季度收入环比大幅下降具有合理性；公司已详细披露短剧业务不同平台的运营情况，通过自查发现2025年度存在关联方及员工小额充值情况并已披露相关信息。

2、营销推广。年报显示，2025年公司销售费用为2.36亿元，同比增长186.28%，其中广告宣传费为2.23亿元，占比94%，公司称销售费用增长主要系影视业务投流增加所致。

请公司：(1)说明公司不同业务板块的营销及变现模式，分析广告宣传费的实际投入及投资回报，结合同行业可比公司的广告支出情况，说明本期销售费用大幅增长的原因及合理性；(2)区分不同业务板块，补充披露主要广告供应商的交易情况，包括但不限于广告供应商名称、合作时间、业务背景、交易内容及具体项目情况、结算方式、定价依据、付款金额和时间、业绩考核指标等，并自查是否与公司控股股东或主要客户存在关联关系或业务、资金往来。请年审机构发表意见。

公司回复：

(一)说明公司不同业务板块的营销及变现模式，分析广告宣传费的实际投入及投资回报，结合同行业可比公司的广告支出情况，说明本期销售费用大幅增长的原因及合理性。

1.网络游戏和影视剧业务板块营销及变现模式

网络游戏板块营销模式	网络游戏业务的营销模式以用户获取+渠道联运为核心，以延长游戏生命周期、提升用户活跃度与付费转化为目标，营销支出主要体现为广告营销费用
网络游戏板块变现模式	核心变现方式为游戏内道具/虚拟物品付费，即游戏内虚拟货币、道具、皮肤、角色、特权服务等，用户通过充值购买，是收入的主要来源
短剧板块营销模式	短剧领域的营销模式目前以效果广告投放为主导，该模式构成短剧行业最核心的营销策略。其运作逻辑在于：通过抖音（巨量引擎）、快手（磁力引擎）、微信（腾讯广告/广点通）等平台的信息流广告渠道，投放以短剧片段截取（即高能片段）或混合剪辑素材为核心的广告创意，旨在吸引用户点击并观看完整剧集。

	公司依据投放效果优化、客户服务质量及行业资源整合能力等标准，倾向于选择规模较大的广告公司作为代理商以推动业务扩展；同时，基于广告投放所产生的收益反馈，及时调整投放策略
短剧板块变现模式	<p>核心变现模式主要涵盖用户充值（IAP）与用户观看广告（IAA）两种途径。具体而言，用户通过观看短剧并进行充值，或通过观看广告产生收益，这些构成了收入的主要来源；</p> <p>其他影视剧业务的收入包括：影视剧承制及后期制作、中长剧联合投资制作及发行，以上收入均不涉及营销变现</p>

2. 广告宣传费的实际投入及投资回报

单位：万元

行业	2025 年度			2024 年度		
	广告宣传费	营业收入	投资回报率%	广告宣传费	营业收入	投资回报率%
影视剧	13,836.49	17,127.15	123.78	692.28	1,215.38	175.56
网络游戏	8,493.02	15,490.41	182.39	6,945.53	15,399.81	221.72
合计	22,329.52	32,617.56	146.07	7,637.81	16,615.19	217.54

注：投资回报率=营业收入/广告宣传费。

2025 年度营业收入、广告宣传费同比大幅增长、投资回报率同比小幅回落，主要系公司影视剧业务已逐步构建、形成信息技术为支撑，传统影视剧与新型短剧双线发展、国内与海外市场同步开拓的战略布局。影视剧业务逐步实现从内容创作、投资、拍摄制作、后期制作等全流程数字化升级；网络游戏在原自有游戏产品的基础增加了代理游戏业务。具体变动原因如下：

①影视剧业务：短剧发行业务为抓住短剧行业发展机遇，公司自 2024 年以来积极布局短剧业务，并持续扩大短剧业务投入力度，目前已建立涵盖国内与海外两个市场独立的制作、发行与运营体系，短剧收入快速提升。因上一年度业务基数较低，尚不足以准确反映毛利率变动。

②网络游戏业务：2025 年 8 月份起，公司以联运方式陆续代理发行《真红之刃之星河》《天堂魔域之星耀》等多款游戏。因新游戏上线初期推广力度大，玩家对游戏熟悉后才陆续充值回款，阶段性拉低了网络游戏业务整体投资回报率。相关产品回报周期偏长，拉长核算周期来看，部分游戏已实现盈利。

3. 本期销售费用大幅增长的原因及合理性

公司 2025 年度销售费用 2.36 亿元，其中广告宣传费为 2.23 亿元，而广告宣传费中，短剧业务广告宣传费为 13,836.49 万元，同比增长 13,144.21 万元；游戏业务广告宣传费 8,493.02 万元，同比增长 1,547.49 万元。公司广告宣传费占销售费用总额的 94.45%，销售费用增长主要系影视剧业务投流增加所致，销售费用大幅增长的原因如下：

(1) 系公司抓住短剧行业快速发展机遇阶段性、策略性举措

短剧系近年由传统影视剧在移动互联网、碎片化娱乐、算法流量时代衍生的业务模式。根据国家广电总局的数据，2025 年微短剧市场规模破千亿元，较 2024 年翻番，共有 3.3 万部微短剧上线播出，国内用户近 7 亿，并且国内国外短剧市场规模呈现快速扩大的趋势。公司紧跟行业发展趋势切入短剧赛道，公司短剧业务在 2025 年得到快速增长。因目前短剧行业处于爆发增长阶段，众多短剧公司持续扩大广告投放力度，公司为扩大和巩固市场地位，根据行业发展情况阶段性、策略性加大短剧业务的广告支出，导致短剧广告宣传费 2025 年度处在较高水平，该项投入是为扩大短剧市场的必要投入。未来公司将通过内容精品化、投放精细化等手段控制广告宣传费，并且改善短剧业务的盈利能力。

(2) 符合短剧行业现阶段竞争格局

短剧行业可比公司 2025 年销售费用及广告支出情况

公司名称	2025 年度营业收入 (万元)	2025 年销售费用 (万元)	销售费用同比变动幅度 (%)	广告宣传/推广费 (万元)	广告费占收入比例 (%)	广告费占销售费用比例 (%)	销售费用重大变动说明
公司	33,342.01	23,642.60	+186.28	22,330.42	66.97	94.45	主要系影视剧业务投流增加所致
欢瑞世纪 (000892.SZ)	52,667.73	26,260.36	+316.49	21,645.75	41.10	82.43	主要系本报告期内短剧业务快速发展，推广费和人工成本增加所致
掌阅科技 (603533.SH)	324,273.53	207,856.89	+38.55	198,560.89	61.23	95.53	主要系加大营销推广力度所致
昆仑万维 (300418.SZ)	819,814.26	418,208.10	+81.53	321,419.99	39.21	76.86	主要系为赋能短剧和 AI 短剧平台业务及 AI 音乐、AI SuperAgent、AI 社交等产品

							的用户获取与增长，公司加大市场推广与流量投放力度
中文在线 (300262.SZ)	165,655.66	95,317.52	+105.02	75,929.06	45.84	79.66	主要系本年度海外业务推广费增加所致

公司名称	2025 年度影视相关业务收入	2024 年度影视相关业务收入	影视业务收入增加额	2025 年度广告费/推广费	2024 年度广告费/推广费	广告费/推广费增加额	广告费增加额占影视业务收入增加额的比例
本公司	17,127.15	1,215.38	15,911.77	22,330.42	7,662.97	14,667.45	92.18%
欢瑞世纪 (000892.SZ)	32,757.74	22,030.77	10,726.97	21,645.75	3,867.57	17,778.18	165.73%
掌阅科技 (603533.SH)	185,494.02	77,550.13	107,943.89	198,560.89	140,656.93	57,903.96	53.64%
昆仑万维 (300418.SZ)	161,749.31	16,763.02	144,986.29	321,419.99	179,812.53	141,607.46	97.67%
中文在线 (300262.SZ)	89,602.08	39,819.51	49,782.57	75,929.06	29,793.81	46,135.25	92.67%

注 1：以上数据来自上述公司披露的《2025 年年度报告》。

注 2：根据同行公司 2025 年报，上述公司影视相关业务收入增长主要来源于短剧业务，而销售费用大幅增长亦是由于短剧业务推广增加所致，故采取影视业务收入增加额与销售费用中的广告费/推广费增加额来比较更具合理性。

通过同行业可比公司数据对比，2025 年在微短剧市场快速发展的行业背景下，各家公司短剧业务收入实现高速增长，各家公司为扩大市场份额，纷纷加大推广力度，导致短剧行业销售费用呈现同比增长比例、绝对金额大幅增长的趋势。

2025 年度，本公司的广告费用占收入比例为 66.97%，与掌阅科技相近，高于其他几家同行业上市公司。主要系公司总体收入基数相较其他几家较小，故导致 2025 年广告费占营业收入的比例较大；同时，从广告费增加额占短剧业务收入增加额的比例为 92.18%，公司处在合理水平。综上，公司广告费用产出效益符合行业情况。

综上，公司本期销售费用大幅增长系根据行业发展情况阶段性、策略性加大短剧业务的广告支出，该项投入是为扩大短剧市场的必要投入，销售费用的增长符合同行业情况，符合短剧行业现阶段的竞争格局，具有商业合理性。

（二）区分不同业务板块，补充披露主要广告供应商的交易情况，包括但不限于广告供应商名称、合作时间、业务背景、交易内容及具体项目情况、结算方式、定价依据、付款金额和时间、业绩考核指标等，并自查是否与公司控股股东或主要客户存在关联关系或业务、资金往来。

1.公司广告宣传费按业务板块分为：影视剧业务和网络游戏业务。

(1) 影视剧业务主要广告供应商如下：

单位：万元

序号	供应商名称	交易内容	实际付款金额	合作时间	业务背景	结算方式	定价依据	付款时间	业绩考核指标
1	上海小牛畅连数字科技有限公司	短剧推广	2,463.68	2025年4月	针对巨量、快手等渠道进行短剧推广	双方核对无误后出具结算单	优化千次展现出价 (ocpm)	次月末	授信额度、充值及开户效率
2	GIMCGroupHoldingsLTD.	短剧推广	2,425.30	2024年9月	针对 tk/Facebook/Google 等渠道进行短剧推广	双方核对无误后出具结算单	千人成本 (cpm)	次月末	ROI (投入产出比)
3	TEC-ADLIMITED	短剧推广	1,419.82	2024年12月	针对 tk/Facebook/Google 等渠道进行短剧推广	双方核对无误后出具结算单	千人成本 (cpm)	次月末	ROI (投入产出比)
4	乐推(上海)文化传播有限公司	短剧推广	879.22	2025年8月	针对巨量、快手等渠道进行短剧推广	双方核对无误后出具结算单	优化千次展现出价 (ocpm)	次月末	授信额度、充值及开户效率
5	江西万创信息技术有限公司	短剧推广	579.88	2025年9月	针对巨量、快手等渠道进行短剧推广	双方核对无误后出具结算单	千人成本 (cpm)	次月末	授信额度、充值及开户效率

注：公司自主制定短剧投放定价策略，供应商按照公司要求及时、高效保证投放账户充值。2025年度，供应商在授信额度、充值效率、开户效率三个关键指标方面符合公司要求，且所选取供应商为国内市场占有率较高、规模较大企业。

行业背景：短剧用户渗透率快速提升，下沉市场与年轻用户为主要受众，广电总局出台《关于微短剧备案工作的通知》，行业进入规范化发展阶段，短剧推广已成为互联网广告的重要增量市场，因此选择市场规模较大的短剧广告代理公司可以在行业规范、技术能力、资源优势、投放策略、数据统计上取得同行业领先地位。

公司在甄选短剧推广合作伙伴时，主要依据授信额度、充值及开户效率三个关键维度作为核心遴选标准；效益评估则采用投资回报率 (ROI) 作为核心指标。2025年度，公司未能实现获客成本的覆盖，其主要原因在于：为拓

展短剧业务的规模与市场占有率，公司将经营重心置于增量扩张，以加速抢占国内外市场并提升公司影响力，因而导致该年度 ROI 处于相对较低水平。2026 年一季度以来国内 ROI 已提升至 100%以上，单客收益已实现覆盖获客成本。

(2) 网络游戏业务主要广告供应商如下：

单位：万元

序号	供应商名称	交易内容	实际付款金额	合作时间	业务背景	结算方式	定价依据	付款时间	业绩考核指标
1	珠海市东信时代信息技术有限公司	游戏推广	4,836.98	2019年5月	通过巨量、星图渠道获取新用户，提升用户活跃度与付费转化	供应商先垫付，次月对账结算	CPM（按展示付费）	次月支付	ROI（投入产出比）
2	侠客行（上海）广告有限公司	游戏推广	3,431.00	2025年8月	通过侠客行作为广告代理，针对巨量和快手平台进行游戏投流。	预付和垫付	通过用户竞价	根据消耗情况付款	用户转化
3	北京知定科技有限公司	游戏推广	576.67	2023年10月	通过巨量、广点通、TapTap 渠道获取新用户，提升用户活跃度与付费转化	巨量、广点通渠道为供应商先垫付、次月对账结算；TapTap 为预付	CPM（按展示付费）	次月支付	ROI（投入产出比）
4	太康县冠宇传媒有限公司	游戏推广	125.73	2024年2月	通过网络直播获取新用户，提升用户活跃度与付费转化	次月对账结算	直播时长+充值流水奖励	收到对账单及发票后10个工作日内付款	ROI（投入产出比）
5	洛阳豫赢文化传媒有限公司	分成、游戏推广	82.24	2024年11月	通过网络直播获取新用户，提升用户活跃度与付费转化	次月对账结算	直播时长+充值流水奖励	收到对账单及发票后10个工作日内付款	ROI（投入产出比）

2.公司对上述主要广告供应商是否与公司控股股东或主要客户存在关联关系或业务、资金往来进行了全面自查。

经公司自查：

(1) 公司控股股东及主要客户与主要广告供应商不存在关联关系。经核查，公司控股股东及其控制的其他企业与主要广告供应商之间不存在股权、董监高人员或其他关联关系，公司控股股东与主要广告供应商不存在业务、资金往来。公司通过公开渠道查询，未发现主要客户与主要广告供应商之间在股权、董监高人员等方面存在关联关系的情形。

(2) 公司控股股东与主要广告供应商不存在业务、资金往来。公司供应商主要系广告营销公司，其业务包括为游戏、短剧公司的产品在主流视频平台进行营销推广，较大概率与公司客户有正常业务往来。公司对主要广告供应商的付款均基于双方签署的广告投放合同，交易内容与公司影视、游戏业务投流需求相匹配，定价系参考行业市场价格协商确定。

【会计师回复】

(一) 会计师核查程序

1、访谈公司管理层及相关人员，了解不同业务板块的营销及变现模式、主要广告供应商相关情况；

2、获取广告宣传费支出明细，并抽样查看合同、系统后台数据、双方结算单等支持性证据；

3、执行分析性复核，对主要渠道广告宣传费支出增减变动询问其原因，并结合第三方系统后台数据对比分析，以评价其增减变动的合理性；

4、获取主要广告供应商采购合同，了解合同主要条款，检查采购业务的真实性；

5、通过公开信息查询主要广告供应商工商信息、股权结构、主要人员并分析与公司控股股东、主要客户是否存在关联关系；

6、对主要广告供应商实施函证程序。

(二) 会计师核查结论

经核查，我们认为：

大晟文化已说明了不同业务板块的营销及变现模式，本期销售费用大幅增长主要系为了扩大短剧市场而投入的广告支出，具有合理性；公司已按板块补充披露了主要广告供应商的相关情况，主要广告供应商与公司控股股东及主要客户不存在关联关系，未查询到异常业务、资金往来。

3、存货。年报显示，2025年末公司存货为1.23亿元，同比增长292.14%，公司称主要系本期影视剧投入增加所致，本期仅计提存货跌价准备0.12亿元。其中在产品账面余额为0.10亿元，本期计提43%的存货跌价准备。

请公司：(1) 补充披露公司计入存货的主要项目情况，包括但不限于项目名称、类型、合作方、合作方式、拍摄时间、首播及放映时间、播放情况、目前状态、账面余额、存货跌价准备计提情况等；(2) 结合预收款项、行业情况及预期收益、库龄、结算方式等情况，说明存货跌价准备的具体计算过程，在产品主要构成内容及大比例计提存货跌价准备的原因及合理性，量化论证公司库存商品是否已足额计提存货跌价准备。请年审机构发表意见。

公司回复：

(一) 补充披露公司计入存货的主要项目情况，包括但不限于项目名称、类型、合作方、合作方式、拍摄时间、首播及放映时间、播放情况、目前状态、账面余额、存货跌价准备计提情况等。

公司存货主要明细如下：

序号	存货 明细	项目名称	期末余额 (元)	计提跌价准 备金额 (元)	合作方	合作方式	拍摄时间	首播及放 映时间	播放情况	目前状 态
1	长剧	《飞到我心 上》	80,849,660.12	/	芒果影视文化 有限公司	公司作为出品方制作该项目并将版权授权给合 作方	2025/6/16	暂未发行	/	已取得 发行许 可证， 待播出
2	长剧	《八月未 央》	46,698,113.21	33,518,113.21	康曦影业无锡 有限公司	公司作为出品方，联合投资该项目并按投资比 例享有该项目的版权及相应收益，待项目上线/ 上映后，根据公司与主控方确认的结算表享有 版权收益。	2016/6	暂未发行	/	已取得 发行许 可证， 出售中
3	长剧	《米露露求 爱记》	44,714,773.76	44,714,773.76	苏州传视影视 传媒股份有限 公司	公司作为出品方，联合投资该项目并按投资比 例享有该项目的版权及相应收益，待项目上线/ 上映后，根据公司与主控方确认的结算表享有 版权收益。	2017/8/3	暂未发行	/	已取得 发行许 可证， 出售中
4	电影	《紧急救 援》	17,966,402.50	17,966,402.50	霍尔果斯聚合 影联文化传媒 有限公司	公司作为出品方，联合投资该项目并按投资比 例享有该项目的版权及相应收益，待项目上线/ 上映后，根据公司与主控方确认的结算表享有 版权收益。	2018/11/1 2	2020/12/18	已上映	已上映 未结算
5	电影	《爆水管》	5,172,346.13	2,095,275.92	上海腾飞影业 传媒集团有限 公司	公司作为出品方，联合投资该项目并按投资比 例享有该项目的版权及相应收益，待项目上线/ 上映后，根据公司与主控方确认的结算表享有 版权收益。	2024/11/2 5	2026/1/23	已上映	已上映
6	电影	《中国动画 100年》	4,716,981.13	/	凡间（北京） 文化创意有限 公司	公司作为出品方，联合投资该项目并按投资比 例享有该项目的版权及相应收益，待项目上线/ 上映后，根据公司与主控方确认的结算表享有 版权收益。	2022/5/12	2026/6/1	已上映	已上映
7	长剧	《我爱你， 这是最好的 安排》	4,634,301.47	4,634,301.47	霍尔果斯顺心 影视文化传媒 有限公司	公司作为出品方，联合投资该项目并按投资比 例享有该项目的版权及相应收益，待项目上线/ 上映后，根据公司与主控方确认的结算表享有	2017/9/7	2019/10/16	已发行	已发行

						版权收益。				
8	中剧	《不夜港》	4,113,233.24	/	北京初之文化传媒有限公司	公司作为制作方接受出品方的委托拍摄制作该项目	2025/12/11	暂未发行	/	后期中
9	中剧	《我叫沈七夜》	3,423,654.05	/	茜源文化传播(天津)有限公司	公司作为出品方投资该项目部分份额并全面负责该项目的拍摄制作	2025/6/30	暂未发行	/	送审阶段
10	定制游戏	问道西行	2,181,156.46	/	霍尔果斯星嘉网络科技有限公司	联合开发定制一款竖版回合制游戏	/	/	/	开发阶段

注：因《中国动画 100 年》为纪录片电影，为保障项目能够有更大的影响力，在 2023 年制作完成并过审之后，且符合参展要求（新片参奖时限较短，一般在制作完成后两年内）的情况下一直在参加国内国外各类奖项活动，导致上映时间较晚，该部纪录片电影已于 2026 年 6 月 1 日上映。

(二) 结合预收款项、行业情况及预期收益、库龄、结算方式等情况, 说明存货跌价准备的具体计算过程, 在产品主要构成内容及大比例计提存货跌价准备的原因及合理性, 量化论证公司库存商品是否已足额计提存货跌价准备。

1. 公司存货跌价准备的确认标准和计提方法

可变现净值是指在日常活动中, 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。

在资产负债表日, 存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时, 提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。

计提存货跌价准备后, 如果以前减记存货价值的影响因素已经消失, 导致存货的可变现净值高于其账面价值的, 在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回, 转回的金额计入当期损益。

本公司如果预计影视片不再拥有发行、销售市场, 则将该影视片未结转的成本予以全部结转。

2. 本年主要计提存货跌价准备为库存商品和在产品

(1) 期末库存商品 21,333.67 万元所对应类别主要为长剧、电影和短剧。

①长剧及电影的主要影视作品清单如下表:

单位: 万元

序号	分类	项目名称	账面余额	跌价准备	期末占比 (%)
1	长剧	《飞到我心上》	8,084.97	/	37.90
2	长剧	《八月未央》	4,669.81	3,351.81	21.89

3	长剧	《米露露求爱记》	4,471.48	4,471.48	20.96
4	电影	《紧急救援》	1,796.64	1,796.64	8.42
5	电影	《爆水管》	517.23	209.53	2.42

《飞到我心里》项目已经与芒果影视文化有限公司签订了《专有许可使用合作协议》，合同金额为 9,600 万元，未来可确认收入高于制作成本，且该剧已于 2025 年度取得《发行许可证》并已完成后期制作，前期芒果影视已按照合同约定向公司支付 4,800 万，目前待排播上映，预计在 2026 年播出，故该剧不存在减值。

《八月未央》项目因受政策和市场环境影响，变现时间尚不确定。结合 2024、2025 年度评估结果、剧集市场价值等因素测算，电视剧《八月未央》可变现净值分别为 1,318.00 万元、1,395.86 万元。公司已按可变现净值计提资产减值，截至 2025 年 12 月 31 日，该项资产累计计提减值 3,351.81 万元。

《米露露求爱记》项目因男演员卷入负面新闻导致发行困难，该剧很可能无法播出，故全额计提减值。

《紧急救援》项目因不可抗力因素导致无法如期发行，二次发行宣发费增加，且收益不达预计，故全额计提减值。

《爆水管》项目已于 2026 年 1 月上映，公司根据期后实际的票房情况并结合以往经验和未来新媒体发行等渠道收入，按照投资比例预估可收回 307.70 万元（具体以实际为准），故计提减值 209.53 万元。

②短剧主要的项目如下表：

单位：万元

序号	分类	项目名称	账面余额	跌价准备	期末占比 (%)
1	短剧	《心如灰灭》	70.15	63.13	0.33

2	短剧	《我靠每日情报成首富》	59.09	53.18	0.28
3	短剧	《摊面之下》	58.14	52.33	0.27
4	短剧	《灵龟血咒》	49.73	44.75	0.23
合计			237.11	213.39	1.11

短剧项目的存货跌价准备的计提比例依据已上线项目的回收情况，具体计算过程如下：

可变现净值=收入-销售费用-税费-相关人员成本；

存货跌价准备计提比例=100%-(可变现净值/存货成本)*100%，该比例为正数的，按该比例计提存货跌价准备，该比例为负数的，不计提存货跌价准备。

(2) 公司期末在产品 1,012.05 万元对应类别主要为中长剧和短剧。

① 中长剧主要的项目如下表：

单位：万元

序号	分类	项目名称	账面余额	跌价准备	期末占比 (%)
1	中长剧	《我叫沈七夜》	349.80	/	34.56
2	中长剧	《拜你所赐》	15.94	/	1.57
3	中长剧	《燕子声声里》	9.99	/	0.99
4	中长剧	《墨城风月录》	9.96	/	0.98
合计			385.69	/	38.11

中长剧整体进度符合预期、外部市场环境无明显变化，预计可收回全部投资成本，故未计提存货跌价准备。

② 短剧主要的项目如下表：

单位：万元

序号	分类	项目名称	账面余额	跌价准备	期末占比 (%)
1	短剧	《嫁入侯府当小妾后，我杀了全家吃绝户》	103.13	89.06	10.19
2	短剧	《兔子妈妈》	66.90	60.21	6.61
3	短剧	《Love Comes Too Late》	64.06	57.65	6.33
4	短剧	《天边一朵火烧云》	62.83	56.55	6.21
5	短剧	《我的三婚人生》	59.54	53.59	5.88
合计			356.46	317.06	35.22

短剧的素材已基本完成，后期工作量较小。鉴于当前真人短剧的商业价值潜力以及 2026 年 AI 短剧市场的预期爆发，参考同类题材短剧作品播放情况及 2025 年成本回收数据等综合分析后将在产品中的短剧按照同类库存剧的比例计提存货跌价准备。

上述短剧题材系结合当期短剧市场热门风向选定，相关题材受众关注度、市场认可度表现较好，贴合同期行业市场需求。项目启动筹备前，子公司立足行业行情与受众偏好开展充分市场研判，围绕题材适配度、商业可行性开展多维度审慎论证，经内部规范投资决策程序后推进落地，剧集分别于 2025 年 9 月、10 月先后开机，截至报告期末相关摄制工作仍在进行中。

2025 年第四季度起，伴随人工智能视频生成技术的迅猛发展以及短剧平台对 AI 短剧的大力扶持；2025 年 11 月份开始 AI 动态漫剧市场逐步增长，2026 年 1 月份 AI 短剧市场呈现全面爆发态势。本公司紧随市场发展动态，于 2025 年 11 月份开始布局漫剧领域。2026 年 2 月份 AI 仿真人短剧作品大量出现，开始逐步替代真人短剧。AI 仿真人漫剧相较于真人短剧具有制作成本低、制作时间短等优势；导致短剧市场逐步被动漫、AI 仿真人剧占据，真人短剧市场进一步被压缩。

鉴于短剧市场的快速变化，真人短剧已经逐步被 AI 动漫及仿真人剧替代。经综合分析，公司判定上述短剧的可变现净值已显著下降，遂决定对上述短剧计提资产减值。

【会计师回复】

（一）会计师核查程序

- 1、获取公司存货期末余额构成、存货跌价准备计提金额；
- 2、访谈公司管理层及相关人员，了解主要项目的类型、合作方

情况、拍摄进展情况等；

3、通过公开信息查询主要项目的拍摄情况、播放情况、目前进展情况等；

4、了解、评估公司与存货跌价准备相关的内部控制的设计和运行的有效性；

5、复核管理层计提存货跌价准备的方法是否恰当、是否按照相关会计政策执行；

6、获取公司的存货跌价准备计算表，分析并复核计算存货跌价准备是否合理、准确。

（二）会计师核查结论

经核查，我们认为：

大晟文化已补充披露存货主要项目的相关情况；公司在产品、库存商品等存货计提跌价准备的原因具有合理性，公司已足额计提了存货跌价准备。

二、其他财务信息

4、商誉。年报显示，2025年末公司商誉账面价值为1.11亿元，本期未发生减值。其中深圳淘乐网络科技有限公司（以下简称淘乐网络）对应商誉1.07亿元。公司预测淘乐网络未来3年营业收入增长率分别为11.45%、15.11%、48.04%，而淘乐网络2025年营业收入同比下降5.26%，且经营活动现金流量为-450.33万元。

请公司：（1）补充披露淘乐网络目前运营各类游戏的主要经营情况，包括但不限于用户活跃度、留存率、新增用户、充值流水等，结合广告营销等投入测算投资回报率；（2）结合游戏的推出时间、所处生命周期、各年占用的渠道成本变化说明营业收入持续下降、经营活动现金流量连续为负的原因；（3）结合问题（2）以及淘乐网络目前

在开发游戏等情况,说明预期未来营业收入将显著增长的原因及合理性,量化说明预测依据及假设,是否存在商誉减值计提不充分的情况。请年审机构发表意见。

公司回复:

(一)补充披露淘乐网络目前运营各类游戏的主要经营情况,包括但不限于用户活跃度、留存率、新增用户、充值流水等,结合广告营销等投入测算投资回报率。

1.目前淘乐网络运营的游戏主要经营情况如下:

单位:万元/万人

游戏名称	游戏数据	2023年	2024年	2025年
端游《桃花源记》	新增用户	0.98	0.49	0.39
	付费用户数	0.49	0.44	0.41
	游戏活跃用户	7.62	7.36	6.29
	留存率	4.49%	4.03%	5.95%
	充值流水	4,013.30	2,899.56	2,443.38
端游《桃花源记2》	付费用户人均流水	0.068	0.056	0.050
	新增用户	0.34	0.35	0.33
	付费用户数	0.19	0.17	0.17
	游戏活跃用户	1.05	1.03	1.02
	留存率	6.93%	6.79%	6.87%
手游《桃花源记》	充值流水	3,501.25	2,026.13	1,888.93
	付费用户人均流水	0.151	0.100	0.090
	新增用户	5.36	6.07	3.75
	付费用户数	1.24	1.21	0.98
	游戏活跃用户	28.06	35.35	28.20
手游《仙灵逍遥》	留存率	7.64%	4.89%	5.04%
	充值流水	10,326.86	10,803.11	8,080.87
	付费用户人均流水	0.069	0.074	0.069
	新增用户	1.51	4.74	4.07
	付费用户数	0.33	1.87	2.08
手游《少年仙界传》	游戏活跃用户	2.44	6.15	5.76
	留存率	2.78%	2.78%	3.25%
	充值流水	3,765.09	11,258.95	13,003.18
	付费用户人均流水	0.094	0.050	0.052
	新增用户	5.53	0.83	0.94
	付费用户数	1.09	0.30	0.26

游戏名称	游戏数据	2023 年	2024 年	2025 年
	游戏活跃用户	7.88	1.64	1.50
	留存率	3.31%	4.67%	3.58%
	充值流水	6,701.73	2,547.95	3,227.10
	付费用户人均流水	0.077	0.070	0.102

备注：

(1) 除充值流水为全年数据，新增用户、付费用户数和游戏活跃用户均为月平均数据；

(2) 每月游戏活跃用户：统计周期自然月内，至少登录 1 次的独立账户数；

(3) 留存率=留存数/新增数，留存数为某一天新增的用户，在第 30 日还有登录的数量；

(4) 付费用户人均流水=全年充值流水/全年付费用户数。

端游《桃花源记》、端游《桃花源记 2》和手游《仙灵逍遥》付费用户人均流水逐年下降，主要原因是受老游戏整体生命周期衰退影响，一是高付费头部玩家持续流失，存量付费用户结构下沉至小额付费群体，拉高人均流水的核心客群缺失；二是新增用户以回流老用户为主，用户付费潜力偏弱，充值流水降幅持续高于付费用户数量降幅，多重因素共同导致付费用户人均流水逐年明显下滑。

手游《少年仙界传》人均流水变动较大的原因：2023 年游戏上线时公司采用全渠道推广常规版游戏，涌入大量低付费泛流量用户，摊薄人均付费；2024 年调整广告投放策略并减少投放，同时新付费场景有所减少，导致优质付费用户持续流失，人均流水小幅下滑。2025 年优化广告投放策略并升级精细化运营版本，淘汰低效小额付费用户，同时上线多条全新养成付费线扩充大额消费场景，付费用户小幅收缩但优质付费客群单用户充值大幅提升、整体充值流水逆势上涨，带动付费用户人均流水明显抬升。三年间投放策略、产品形态、运营模式发生重大变更，用户结构与付费体系不同，各年度数据不具备直接可比性，导致近三年人均流水变动较大。

经自查，2025 年公司不存在大额个人异常充值的行为。

2.各主要游戏广告营销投入投资回报情况如下：

单位:万元

游戏名称	运营模式	收入	收入占游戏业务收入的比例	广告营销费用	广告营销费用占游戏推广营销费用总额的比例	广告营销投入投资回报率（收入/广告营销费用）
端游《桃花源记》	自主运营为主，联合运营为辅	2,284.40	14.75%	15.60	0.18%	14,643.59%
手游《桃花源记》	自主运营为主，联合运营为辅	6,580.03	42.48%	3,991.62	47.00%	164.85%
端游《桃花源记2》	自主运营为主，联合运营为辅	1,261.46	8.14%	16.37	0.19%	7,705.93%
手游《仙灵逍遥》	联合运营为主、自主运营为辅	1,982.62	12.80%	1,166.94	13.74%	169.90%
手游《少年仙界传》	自主运营为主，联合运营为辅	2,072.52	13.38%	1,259.72	14.83%	164.52%
合计		14,181.03	91.55%	6,450.26	75.95%	219.85%

（1）手游《仙灵逍遥》收入远低于充值流水金额的原因和合理性如下：该游戏的运营模式主要为第三方代理发行，公司与合作商采用阶梯式的分成比例，累计充值流水小于人民币 800 万元的部分，公司分成比例为 15%；累计充值流水大于等于人民币 800 万元的部分，公司分成比例为 13%；累计充值流水大于等于人民币 1,500 万元的部分，公司分成比例为 10%。该游戏已于 2023 年度充值流水超过 1,500 万元，2025 年公司分成比例为 10%。2025 年与该合作商对应的充值金额为 11,660.51 万元，占该游戏总充值金额的 89.67%，上述运营模式及分成比例符合游戏行业惯例，收入金额远低于充值流水金额具有合理性。

（2）手游《仙灵逍遥》于本年度大额投入广告的原因和合理性主要如下：游戏衰退期仍存在大量价格敏感型的长尾用户，该类型用

户因低付费门槛而极易转化，此时大额投入能高效获取易付费用户；同时，精细化运营延长了用户生命周期价值，游戏即便处于衰退期，短期内的投入产出比依然可获得收益，这是基于产品特性和运营能力匹配后的战略合理性判断。所以本年度通过优化素材与投放方式、结合线上及线下客服的深度运营与活动配合，提升了付费转化效率。

（二）结合游戏的推出时间、所处生命周期、各年占用的渠道成本变化说明营业收入持续下降、经营活动现金流量连续为负的原因。

1.目前淘乐网络主要运营游戏的上线推出时间以及所处生命周期情况如下：

游戏名称	上线时间	所处生命周期
端游《桃花源记》	2011年	衰退期
手游《桃花源记》	2017年	衰退期
端游《桃花源记2》	2016年	衰退期
手游《仙灵逍遥》	2018年	衰退期
手游《少年仙界传》	2023年	衰退期

2.淘乐网络近三年营业收入、营业成本、渠道成本（广告营销费用）及经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

经营数据	2023年	2024年	2025年
营业收入	20,597.39	15,417.22	14,605.65
营业成本	1,637.33	1,381.72	1,871.85
广告营销费用	10,225.64	6,945.53	6,474.64
销售商品、提供劳务收到的现金	21,028.17	17,163.93	15,767.65
购买商品、接受劳务支付的现金	1,299.12	2,221.85	1,421.30

经营数据	2023 年	2024 年	2025 年
支付给职工以及为职工支付的现金	10,781.96	7,131.26	5,757.77
支付其他与经营活动有关的现金	11,250.30	8,321.23	8,542.98
经营活动现金流量	-2,671.55	-1,524.62	-450.33

3.综合以上数据，营业收入持续下降、经营活动现金流量连续为负的主要原因分析如下：

（1）营业收入持续下降的原因：淘乐网络目前运营的 5 款游戏均已进入衰退期，上线时间最早为 2011 年，2023 年新上线的游戏《少年仙界传》也未能形成有效增长接力。受用户自然流失、活跃度及付费率下滑影响，存量游戏流水持续萎缩，导致公司 2023-2025 年营业收入分别为 20,597.39 万元、15,417.22 万元、14,605.65 万元，持续下降。

（2）渠道成本变化及影响：淘乐网络渠道成本主要指广告营销费用，2023-2025 年分别为 10,225.64 万元、6,945.53 万元、6,474.64 万元，虽随收入规模同步下降，但受游戏衰退期用户获取效率降低影响，渠道成本占营业收入比例仍长期维持在 44%以上，对利润形成持续挤压。

（3）经营活动现金流量连续为负的原因：受营业收入下降影响，淘乐销售商品收到的现金从 2023 年的 21,028.17 万元降至 2025 年的 15,767.65 万元，现金流入持续收缩；而职工薪酬、广告营销等刚性支出的下降幅度慢于现金流入降幅，导致现金流入无法覆盖现金流出，2023-2025 年经营活动现金流量分别为-2,671.55 万元、-1,524.62 万元、-450.33 万元，连续为负。

（三）结合问题（二）以及淘乐网络目前在开发游戏等情况，说

明预期未来营业收入将显著增长的原因及合理性，量化说明预测依据及假设，是否存在商誉减值计提不充分的情况。

1. 营收显著增长核心原因

现阶段存量老游戏整体步入生命周期衰退阶段，用户活跃度、付费规模逐年回落，传统存量业务收入呈下滑态势。公司依托自主投资开发新游戏、受托定制开发、代理发行三大新增业务板块布局后续业绩，待新开发游戏及代理游戏陆续上线落地，新增项目将形成核心收入增量，对冲老游戏收入下滑缺口，带动整体营业收入实现显著增长。

2. 收入增长具体量化预测依据

营业收入显著增长的原因为新游戏以及新代理业务带来的增量收入：（一）代理发行游戏，2026-2030年预测代理发行业务累计实现收入30,500万元；（二）游戏定制开发业务，2026-2027年预测累计实现定制开发收入2,264.15万元，2027-2030年预测累计实现游戏分成收入6,562.50万元；（三）自主投资开发游戏，2028-2030年预测累计实现收入29,280万元。具体预测及说明如下：

收入增长预测表

单位：万元

游戏类型	游戏名称	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	合计
原有运营游戏	《桃花源记》等原有游戏产品	11,900.00	9,550.00	7,300.00	5,100.00	3,550.00	37,400.00
受托定制	手机游戏《问道西行》 (回合制游戏)	377.36	450.00	375.00	300.00	150.00	1,652.36
	手机游戏《代号：哪吒》 (回合制游戏)	/	2,936.79	1,762.50	1,312.50	1,162.50	7,174.29
委外开发	手机游戏《代号：剑》 (国风仙侠MMO)	/	/	12,000.00	9,600.00	7,680.00	29,280.00
	手机游戏《代号：Z》 (平衡竞技休闲)	/	/		6,640.00	5,312.00	11,952.00
代理发行游戏	《Castile》和 《Weelife》等游戏产品	4,000.00	5,800.00	6,300.00	6,900.00	7,500.00	30,500.00
合计		16,277.36	18,736.79	27,737.50	29,852.50	25,354.50	117,958.65
预测增长率		11.45%	15.11%	48.04%	7.63%	-15.07%	/

备注：

1.手机游戏《问道西行》预测 2026 年收入均为定制开发收入（合同定制开发费金额为 400 万元，不含税收入 377.36 万元），其他年度收入均为游戏分成收入；

2.手机游戏《代号：哪吒》预测 2027 年收入 2,936.79 万元，其中定制开发收入 1,886.79 万元（合同定制开发费金额为 2,000 万元，不含税收入 1,886.79 万元），游戏分成收入 1,050 万元，其他年度收入均为游戏分成收入。

（1）代理发行游戏

2026-2030 年预测代理发行业务累计实现收入 30,500 万元，将拓宽公司收入来源，增厚整体营收规模。其中：2026 年预计将实现收入 4,000 万元。

代理发行收入来源于已签约以及意向签约代理产品分批次上线运营，目前已签约项目主要如下：

公司已签署《Castile》代理授权协议，约定公司拥有港澳台地区发行权限，公司与授权方分成比例为 82%：18%。游戏测试阶段的平均付费率为 20%，月付费 ARPU 为 140 元，游戏预计于 2026 年第三季度上线，全年新增用户 40 万人，首月付费用户数预计达到 6 万人，全年付费用户数预计达到 8 万人，预计 2026 年实现收入不低于 4,000 万。

预测以后各年度保持代理落地游戏数量，逐年累加代理产品，五年各年度收入累加合计 30,500 万元。具体如下：

2026 年：首批 2 款代理产品上线，处于冷启动爬坡期，实现代理收入；

2027 年：新增 2 款代理产品上线，前期产品进入成熟期，收入大幅提升；

2028 年：新增 1-2 款签约产品上线，前期多款产品进入营收高峰，收入稳步抬升；

2029年：少量补充新品落地，存量主力产品维持稳定流水，早期上线产品小幅进入长尾，新增产品弥补下滑缺口；

2030年：持续新增中小体量代理项目落地，成熟存量产品长尾收益叠加新品增量，年度收入达到预测峰值。

截至本报告期披露日，淘乐网络按照游戏代理业务既定规划，于2026年度先后完成签署《Castile》代理授权协议和《Weelife》产品独家代理发行协议。根据两款游戏的测试/上线数据表现，《Castile》产品预计2026年实现4,000万元收入，后续年度收入预计仍将保持一定的收入规模；《Weelife》产品预计在2026年上线，2027年起收入规模放量增长，两款游戏预计可以实现2027年的收入预测目标。后续年度多款游戏产品的代理也正在积极接洽并根据淘乐网络的自身经营策略择优筛选，目前正和杭州、广州、北京地区的游戏公司就多款手机游戏产品代理合作洽谈当中，淘乐网络将根据业务节奏与合作方签署协议，科学规划产品上线节奏，均衡调配人力、渠道等运营资源，保障各产品运营质量。从目前已签约的游戏代理业务开展情况综合判断，代理游戏业务总体符合预测目标。

本次30,500万元代理收入以存量签约和意向储备项目为预测基础，按产品分年度上线节奏测算，2026年首批产品上线将实现收入4,000万元，后续每年新增代理产品落地、存量往期产品逐步进入成熟期，存量与新品双重增量带动收入逐年提升；测算分成比例参考已签合同及公司历史代理数据，各项假设贴合行业与公司实际经营情况，收入预测具备合理性。

（2）受托定制开发游戏

2026-2027年预计实现定制开发收入2,264.15万元；2027-2030年项目分成收入预计6,562.50万元；定制业务回款稳定，形成阶段性确

定性收入补充。公司目前正常开展的定制开发游戏有《问道西行》和《代号：哪吒》，目前两个项目正在有序推进，《问道西行》预计于 2027 年第一季度上线，《代号：哪吒》预计于 2027 年第三季度上线。

从项目投入分析：《问道西行》投入成本 400 万、《代号：哪吒》投入成本 2,000 万。从投入成本来看，《问道西行》属于独立的小游戏类型，对标公司产品《仙灵逍遥》和《少年仙界传》，该两款游戏的首年上线流水均超过 6,000 万，本次预测《问道西行》首年流水 3,000 万。《代号：哪吒》投入成本 2,000 万，从行业平均数据来说，达到大型/AA 级的标准。该款游戏预计与公司精品游戏手游《桃花源记》对标。手游《桃花源记》上线首年 12 个月总流水为 15,000 万，本次预测该款游戏首年 12 个月总流水为 14,000 万。

从研发能力分析：公司整体研发实力处于行业中游偏上，在回合制 MMO、仙侠题材细分赛道具备绝对优势。自研的游戏经济体系、社交架构与文化内涵构筑起高行业壁垒，竞品难以对标，形成供给稀缺的竞争格局，本次定制开发产品均为回合制品类，可充分发挥技术积淀。

从文化题材分析：定制产品紧扣国潮、传统文化 IP 发展趋势，目标客群为 20-35 岁国风及回合制游戏爱好者，兼顾不同玩家需求，采用国内首发、辐射华语圈的发行策略。其中《代号：哪吒》借鉴国风游戏成熟创作思路，融合公司回合制研发特长，打造水墨国风 + 模拟经营回合的特色玩法，产品落地成功率较高。

因此，综合上述各项分析，受托定制开发游戏收入的预测数据具有合理性。

（3）自主投资开发游戏

《代号：剑》，计划 2028 年正式上线，2028-2030 年预测累计营

业收入 29,280 万元。

公司已签署《代号：剑》游戏开发服务协议，委托定制费用 2,000 万元，从游戏投入来看，该游戏属于大型/AA 级以上级别的游戏，游戏规模及质量甚至超过本公司的手游《桃花源记》，预测该游戏上线后首年 12 个月的充值流水不低于手游《桃花源记》的 15,000 万元人民币。

公司预计 2027 年度将筹备另一款大型游戏，目前已与国内知名开发团队沟通委外开发项目《代号：Z》相关立项方案，游戏计划 2029 年正式上线，2029-2030 年预测累计营业收入 11,952 万元。

两款自主投资开发游戏上线后将持续贡献流水，成为中长期核心收入支柱，收入预测数据具有合理性。

3. 预测关键假设

(1) 项目进度假设：代号剑、代号 Z、定制及代理项目均按既定研发、上线、签约时间表推进，无重大延期、终止情况；

(2) 市场环境假设：游戏行业监管政策、用户消费习惯、渠道分成体系未发生重大不利变动；

(3) 产品表现假设：新品上线后用户留存、付费转化率、流水规模符合行业同类题材产品合理区间；

(4) 合作履约假设：定制委托方、版权方、渠道合作方正常履约，分成结算、款项回款按时完成。

前期与本期的关键假设基本相同，本期仅减少“假设评估基准日后商誉资产组所在企业的产品保持目前的市场竞争态势”，主要原因是本期存在海外代理游戏、定制开发和自主投资新开发游戏，产品结构发生变化，因此该假设已经不适用。

核心参数对比如下：

年份	2025 年预测期各年收入增长率	2024 年预测期各年收入增长率
2025 年	/	-38.34%
2026 年	11.45%	3.94%
2027 年	15.11%	-7.58%
2028 年	48.04%	-9.43%
2029 年	7.63%	-4.98%
2030 年	-15.07%	/

项目	2025 年	2024 年
稳定期收入增长率	0.00%	0.00%
预测期利润率	-0.65%	6.7%
永续期利润率	8.31%	10.75%
税前折现率	13.90%	10.7%
其中：无风险报酬率	2.29%	3.33%
风险溢价	6.03%	5.98%
可比公司	恺英网络、三七互娱、完美世界	恺英网络、三七互娱、完美世界
D/E	2.38%	4.17%
个别风险	2.00%	2.00%
CAPM	10.51%	10.61%
债务成本	3.00%	3.10%
WACC	10.32%	10.30%

从上述表格对比来看，2025 年度预测期各年收入增长率有明显上涨，上涨的原因主要是公司业务战略调整，公司从 2026 年度开始将依托自主投资开发新游戏、受托定制开发、代理发行三大新增业务板块布局后续业绩，待新开发游戏及代理游戏陆续上线落地，新增项目将形成核心收入增量，对冲老游戏收入下滑缺口，带动整体营业收入实现显著增长。

同时，2025 年度预测期净利润率、永续期净利润率同比预测下降，下降的主要原因是企业代理发行业务及新游戏产品上线增加了广告投放支出。

前后两期的 WACC 差异基本持平，均通过迭代得到税前折现率，确定折现率方式相同。但由于估值差异，导致税前折现率存在较大差异。

4.增长合理性说明

(1) 业务布局具备可行性：公司具备多年游戏研发、运营、发行实操经验，团队技术与运营能力可支撑新品落地；

(2) 收入结构多元分散：自主投资、定制、代理三类业务并行，降低单一项目业绩波动风险，收入稳定性提升；

(3) 增量体量充足：各项新增项目合计预期收入规模可观，足以弥补老游戏衰退损失，具备营收大幅增长的客观空间；

(4) 赛道需求稳定：对应游戏品类市场仍具备消费需求，新品具备市场化变现基础。

5.商誉减值计提充分性判断

结合目前经营及预测情况，不存在商誉减值计提不充分情形。

(1) 公司积极布局多款储备游戏项目，未来具备明确、可量化的收入增量预期，资产组未来盈利现金流可覆盖商誉对应账面价值；

(2) 存量老游戏虽收入下滑，但仍持续产生经营现金流，未出现资产大幅亏损、业务关停、核心团队流失等减值触发重大负面情形；

(3) 基于未来新品上线后的盈利预测、资产组可收回金额测算，可收回金额高于资产账面价值，未发生商誉减值迹象，当期商誉计提符合准则要求。

【会计师回复】

(一) 会计师核查程序

1、获取淘乐网络各类游戏相关数据并在 IT 专家的协助下，与系统中数据进行核对；

2、获取广告营销投入投资回报数据并进行分析；

3、访谈公司管理层及相关人员，了解各类游戏所处生命周期并分析营业收入持续下降的合理性；

4、评价管理层聘请的外部评估师的独立性、胜任能力、专业素质和客观性，并就商誉减值相关事项与外部评估师沟通；

5、获取管理层商誉减值测试底稿；访谈管理层，了解其基于游戏行业版号政策、产品生命周期、新游戏上线节奏、市场竞争及行业景气度等制定的核心假设，对比历史经营情况及行业数据，复核关键评估假设合理性；复核减值测试所用预测期间、永续增长率等关键参数；复核存量游戏历史流水、渠道结算数据、新游戏开发计划、发行计划，区分存量游戏及在研项目检查预测逻辑，确认收入预测是否符合实际经营情况；对比历史毛利率水平，复核销售、研发、管理费用预测，确认费用费率与历史及行业水平是否匹配；复核税前现金流折现率的各项参数来源，包括无风险收益率、行业 β 系数、市场风险溢价等；

6、复核未来现金流量净现值以及商誉减值金额的计算是否正确。

（二）会计师核查结论

经核查，我们认为：

大晟文化已补充披露淘乐网络各类游戏相关数据以及投资回报率；由于淘乐网络目前运营游戏均已进入衰退期，因此营业收入持续下降，进而导致经营活动现金流量连续为负；根据淘乐网络未来布局、游戏开发计划、发行计划，预期未来营业收入将显著增长具有合理性，公司对淘乐网络商誉减值计提充分。

5、往来款项。年报显示，2025年末公司预付账款为**0.64**亿元，其中账龄**1-2**年的预付账款期末余额占比**35.88%**，较上年显著增加，

且 2026 年一季度末进一步增至 0.80 亿元。2025 年末公司向星光之恒国际娱乐集团有限公司（以下简称星光之恒）确认的其他应收款期末余额为 343.90 万元，账龄 1 年以内，当期计提坏账准备 275.12 万元。

请公司：（1）补充披露 2024 年至 2025 年预付款的主要对象、商业背景、交易内容、付款时间、交付进展情况等，说明是否符合协议约定及项目预期，论证是否存在无法及时回收的情况；（2）补充披露公司与星光之恒形成往来款的交易背景和交易时间，说明短期内大比例计提坏账准备的原因及合理性，公司前期与其开展交易的相关决策是否审慎。请年审机构发表意见。

公司回复：

（一）补充披露 2024 年至 2025 年预付款的主要对象、商业背景、交易内容、付款时间、交付进展情况等，说明是否符合协议约定及项目预期，论证是否存在无法及时回收的情况。

一、预付账款 2024 年至 2026 年一季度期末主要对象

1.2026 年一季度期末预付账款主要对象如下：

序号	债务单位	账面余额 (万元)	坏账准备 (万元)	商业背景	交易内容	付款时间	交付进展情况
1	杭州游哲互动科技有限公司	1,432.08	/	合作方系专注手游研发的企业，长期深耕手机 RPG 及卡牌品类游戏开发，核心研发团队拥有多款上线爆款产品的落地经验。在细分赛道研发资源稀缺、优质成品 IP 供给紧张的行业背景下，公司通过获取区域独家代理权支付版权金	获取《Castile》国内版本及海外版本独家代理权	2025 年 10 月-2026 年 2 月	国内版本预计于 2026 年 7 月在国内正式上线推广；海外版本目前处于版本优化阶段，预计 2026 年 10 月份东南亚地区上线，项目正常推进中
2	深圳市知贤影视有限公司	1,358.37	/	公司与知贤影视联合摄制影视剧项目形成的投资预付款	影视剧《弦歌》联合摄制	2024 年 9 月-2025 年 1 月	央视过审中

3	康曦影业深圳有限公司	1,350.00	1,350.00	公司与康曦影业联合摄制影视剧项目形成的投资预付款	影视剧《八月未央》联合摄制	2016年11月	待发行
4	广州新言信息科技有限公司	943.40	/	《Weelife》是一款虚拟社交类游戏产品，合作方拥有丰富的社交类产品开发经验，并具备海外设计类产品的成功经验，多年专注于《Weelife》的技术研发。公司根据游戏业务规划，获取该款游戏东南亚地区独家代理权，并预付游戏分成款	获取《Weelife》东南亚地区的独家代理权	2026年2月	已交付运营
5	上海游羿网络科技有限公司	910.00	/	公司积极拓展游戏储备；上海游羿网络科技有限公司是国内较早基于AI技术研发游戏的公司，同一实控人下的上海迪智伟奥公司拥有自研“迪智伟奥”大模型。因此，基于自研和通用大模型，研发的游戏《星梦之缘》在业内具有先发优势，具有较好的市场前景	游戏《星梦之缘》研发预付款	2024年8月-2025年1月	游戏签约期限5年，目前开发调测中，版号申请中。
	合计	5,993.85	1,350.00	/	/	/	/

2.2025 年期末预付账款主要对象明细如下：

序号	债务单位	账面余额 (万元)	坏账准备 (万元)	商业背景	交易内容	付款时间	交付进展情况
1	深圳市知贤影视有限公司	1,358.37	/	《弦歌》是由陈健执导，任重等实力演员领衔出演的36集科技、商业主旋律电视剧，以中国北斗建设历程、深圳北斗企业创新实践为原型，弘扬新时代北斗精神，是中央广播电视总台重点关注、深圳市重点文艺储备项目。该项目政策红利突出，主创成熟开发节奏合理。按影视行业惯例与合同约定预付摄制款项，根据公司与主控方确认的结算表享有版权收益	影视剧《弦歌》联合摄制	2024年9月-2025年1月	央视过审中
2	康曦影业深圳有限公司	1,350.00	1,350.00	《八月未央》改编自安妮宝贝热门IP，契合青春IP影视化的行业风口。公司基于文娱板块布局、谋求版权及发行收益，签订联合摄制协议；按影视行业惯例与合同约定预付摄制款项，根据公司与主控方确认的结算表享有版权收益	影视剧《八月未央》联合摄制	2016年11月	待发行
3	上海游羿网络科技有限公司	910.00	/	公司积极拓展游戏储备；上海游羿网络科技有限公司是国内较早基于AI技术研发游戏的公司，同一实控人下的上海迪智伟奥公司拥有自研“迪智伟奥”大模型。因此，基于自研和通用大模型，研发的游戏《星梦之缘》在业内具有先发优势，具有较好的市场前景	游戏《星梦之缘》研发预付款	2024年8月-2025年1月	游戏签约期限5年，目前开发调测中，版号申请中。

4	北影视界国际文化传媒（北京）有限公司	622.64	/	《诡戏》是彭发执导的惊悚悬疑题材院线电影，由何润东、陈妍希领衔主演，对标惊悚赛道市场受众稳定，项目卖点突出，主创阵容具备市场号召力。近几年惊悚题材市场需求的增加以及此类优质作品的稀缺，公司出于获取票房收益与版权增值收益的考量，参与相关项目投资。	影视剧《诡戏》联合摄制	2024年11-12月	后期制作中
5	杭州游哲互动科技有限公司	471.70	/	合作方系专注手游研发的企业，长期深耕手机RPG及卡牌品类游戏开发，核心研发团队拥有多款上线爆款产品的落地经验。在细分赛道研发资源稀缺、优质成品IP供给紧张的行业背景下，公司通过获取区域独家代理权支付版权金	《Castile》产品海外独家发行合作	2025年10月	目前处于版本优化阶段，预计2026年10月份东南亚地区上线
	合计	4,712.71	1,350.00	/	/	/	/

3.2024年期末预付账款主要对象明细如下：

序号	债务单位	账面余额（万元）	坏账准备（万元）	商业背景	交易内容	付款时间	交付进展情况
1	湖南艺路繁华影视传媒有限公司	1,600.00	/	《猎豹》是五百执导的30集军旅特种兵题材剧集，由蒋璐霞、杨硕领衔主演，对标军旅特种兵赛道市场受众稳定，项目卖点突出，主创阵容具备市场号召力。鉴于近年来军旅特种兵题材市场需求不断上升，且与平台合作风险较低，公司按影视行业惯例与合同约定预付摄制款项，根据公司与主控方确认的结算表享有对应收益	影视剧《猎豹》联合摄制	2024年10-12月	已播出
2	深圳市知贤影视有限公司	1,386.68	/	《弦歌》是由陈健执导，任重等实力演员领衔出演的36集科技、商业主旋律电视剧，以中国北斗建设历程、深圳北斗企业创新实践为原型，弘扬新时代北斗精神，是中央广播电视总台重点关注、深圳市重点文艺储备项目。该项目政策红利突出，主创成熟开发节奏合理。按影视行业惯例与合同约定预付摄制款项，根据公司与主控方确认的结算表享有版权收益	影视剧《弦歌》联合摄制	2024年9月-2025年1月	央视过审中
3	康曦影业深圳有限公司	1,350.00	1,350.00	《八月未央》改编自安妮宝贝热门IP，契合青春IP影视化的行业风口。公司基于文娱板块布局、谋求版权及发行收益，签订联合摄制协议；按影视行业惯例与合同约定预付摄制款项，根据公司与主控方确认的结算表享有版权收益	影视剧《八月未央》联合摄制	2016年11月	待发行
4	北影视界国际文化传媒（北	622.64	/	《诡戏》是彭发执导的惊悚悬疑题材院线电影，由何润东、陈妍希领衔主演，对标惊悚赛道市场受众稳定，项目卖点突出，主创阵容具备市场号召力。	影视剧《诡戏》联合摄制	2024年11-12月	后期制作中

序号	债务单位	账面余额（万元）	坏账准备（万元）	商业背景	交易内容	付款时间	交付进展情况
	京）有限公司			近几年惊悚题材市场需求的增加以及此类优质作品的稀缺，公司出于获取票房收益与版权增值收益的考量，参与相关项目投资。			
5	上海腾飞影业传媒集团有限公司	541.31	/	《爆水管》是周涤非执导的动作喜剧题材电影，由彭于晏、艾伦、杨皓宇领衔主演，对标动作喜剧赛道市场受众稳定，项目卖点突出，主创阵容具备市场号召力。考虑到动作喜剧题材市场更容易出爆款，且有大平台作为合作方管控影片质量，公司按影视行业惯例与合同约定预付摄制款项，根据公司与主控方确认的结算表享有对应收益	影视剧《爆水管》联合摄制	2024年11月	已上线
	合计	5,500.63	1,350.00	/	/	/	/

二、说明是否符合协议约定及项目预期，论证是否存在无法及时回收的情况

《八月未央》项目因男演员问题导致进度不及预期，公司前期已按照项目情况计提坏账准备；《猎豹》已正常播出并回款；《弦歌》目前正在央视过审中，具体结算金额需根据上线情况为准；《爆水管》已在院线上映，尚未完成最终结算，具体结算/回收金额需根据实际结算情况为准；《诡戏》仍在后期制作当中，最终结算/回收金额需根据届时实际票房为准。

（二）补充披露公司与星光之恒形成往来款的交易背景和交易时间，说明短期内大比例计提坏账准备的原因及合理性，公司前期与其开展交易的相关决策是否审慎。

1.往来款的交易背景和交易时间

（1）项目的背景以及协议的签署

2024年及2025年，国内线下演出市场持续回暖，沉浸式、体验式演出需求旺盛，行业整体呈现快速增长态势。“极限震撼”作为全球

知名先锋创意舞台秀，曾于 2013 年首次引进中国，在北京、上海、深圳等十余城市累计演出超 300 场，获得广泛好评；2015 年深圳站演出亦取得良好反响，证明该 IP 已跨越文化差异，具备本地观众基础。公司经审慎研判，认为在深圳重启该项目具有市场可行性。

公司控股子公司深圳市易泽嘉信文化传播有限公司（以下简称“易泽嘉信”）拟与高合（北京）文化产业发展有限公司（以下简称“高合公司”）共同主办“极限震撼”深圳站演出项目。高合公司作为极限震撼中国地区代理方，星光之恒国际娱乐集团有限公司的合作方，已于 2024 年 5 月 23 日与星光之恒签署《极限震撼中国地区独家代理协议》并拥有组织此次演出所需的授权、演出许可和批准。

据此，易泽嘉信与高合公司于 2024 年 12 月 3 日签署《极限震撼合作协议》，约定易泽嘉信作为联合主办方共同主办 **FuerzaBruta** 深圳站演出，负责本次演出项目的执行落地，如场地、报批、公安、安保、酒店、机票等，并取得高合公司对易泽嘉信出具的《授权书》。

协议签署后，易泽嘉信作为项目执行方，先后与多家供应商签署了相关合同，其中包括设备安装、舞台灯光效果及综合保障服务等事宜。

（2）项目终止及损失补偿协议的签署

上述准备工作推进期间，由于项目合作方高合公司的上游授权方星光之恒取消在深圳市的演出及商务授权，导致《极限震撼合作协议》无法继续履行，易泽嘉信前期投入的各项费用因此形成损失。

星光之恒作为违约方，为弥补易泽嘉信损失，与易泽嘉信签署了《关于极限震撼项目相关损失补偿事宜的协议》。根据该协议，双方共同确认易泽嘉信已实际投入的投资款（扣除公司下游供应商的退款）合计人民币 359.37 万元（含税），由星光之恒向公司承担全部补偿责

任。

2.短期内大比例计提坏账准备的原因及合理性

(1) 星光之恒具有一定还款能力，未来款项收回仍存在可能性

截至本回复出具之日，星光之恒处于正常存续状态。星光之恒作为“极限震撼”这一全球知名先锋创意舞台秀在中国地区的授权代理方，持有该 IP 的相关运营权利，可在一定程度上反映其的资源储备价值。尽管导致本次往来的具体项目因授权调整而终止，但其在演艺授权领域仍具备承接和运作其他演出项目的的能力，其持续经营的主体资格及业务资质均未注销，未来通过其他演出项目的收入获取补流资金及偿还债务具备可行性。

目前对方依旧有还款能力、诉讼程序下依旧有可以执行的财产且对方并未失联，基于上述因素综合考虑，计提 80%。

3.公司前期与星光之恒开展交易的内部决策程序

公司业务团队从项目概况、中国市场基础、深圳城市适配性、核心竞争力、投资与收益等多维度进行了分析。团队同时识别了相关风险（如授权稳定性、票房不及预期等），并提出应对措施。公司召开总经理办公会议，主要负责人集体审议并通过了该项目，履行了必要的内部审批程序。

项目推进过程中，因上游授权方星光之恒取消深圳地区的演出及商务授权，导致合作无法继续。公司作为联合主办方，已按合同约定向相关供应商支付了设备、舞美、灯光等前期费用，积极履行了出资及执行义务。项目终止后，公司与星光之恒签订了损失补偿协议，明确由其承担全部补偿责任。

星光之恒未按期履行补偿义务，公司基于谨慎性原则计提了坏账准备。后续，公司将通过专人盯办协商、持续加强催收力度和手段、

提起诉讼等措施，全力维护公司合法权益。

综上，公司前期决策基于充分的行业调研、项目论证和内部审批，相关决策审慎合理。项目未能顺利落地系交易对手方单方违约所致。

【会计师回复】

（一）会计师核查程序

1、获取公司 2024 年期末、2025 年期末预付账款余额构成、坏账准备计提金额；

2、访谈公司管理层及相关人员，了解主要预付供应商的商业背景、交付进展等情况以及期末挂账的原因；

3、获取公司与主要预付供应商签订的采购合同，检查合同的主要条款并结合了解的情况进行分析；

4、对主要预付供应商实施函证程序；

5、了解公司与星光之恒的交易背景，获取公司与星光之恒签订的相关合同以及审批决策程序；

6、通过公开信息查询主要预付供应商的工商信息、经营情况、司法诉讼等情况并结合上述程序分析坏账准备计提是否充分。

（二）会计师核查结论

经核查，我们认为：

大晟文化已补充披露 2024 年期末、2025 年期末预付账款主要对象的相关信息并论证了未来回收的合理性；公司基于行业调研、项目论证和内部审批与相关方开展项目并形成了与星光之恒的往来款，公司根据项目进展情况、催收情况、星光之恒履约情况计提坏账准备，具有合理性。

特此公告。

大晟时代文化投资股份有限公司董事会

2026年6月29日