

证券代码：300703

证券简称：创源文化

公告编号：2019-035

# 宁波创源文化发展股份有限公司 2018 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	无法保证本报告内容真实、准确、完整的原因
----	----	----------------------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
-----------	-----------	-----------	--------

亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）。

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 120,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3.00 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

## 二、公司基本情况

### 1、公司简介

股票简称	创源文化	股票代码	300703
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	邓建军	赵雅	
办公地址	浙江省宁波市北仑区庐山西路 45 号	浙江省宁波市北仑区庐山西路 45 号	
传真	0574-86188189	0574-86188189	
电话	0574-86188181	0574-86188111	
电子信箱	cre8@cre8direct.net	cre8@cre8direct.net	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司主要业务情况

报告期内，公司合并报表实现营业收入80,027.27万元，比去年同期增长18.13%；营业利润8,876.27万元，比去年同期增长51.94%；利润总额9,475.14万元，比去年同期增长24.29%；归属于上市公司股东的净利润8,325.59万元，比去年同期增长37.55%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润6,966.00万元，比去年同期增长57.88%；经营活动产生的现金流量净额5,107.06万元，比去年同期下降48.17%。

增长主要来源于公司不断加大国内外市场的开拓力度。由于公司产品非标准化、研发投入高、外销比重大，相关产品毛利率高于同行。

公司是一家集设计、生产、销售为一体的时尚文教、休闲文化用品供应商，通过整合创意素材、开发与设计时尚产品来承载手工精神、彰显个人情怀和传递情感寄托。公司以“激发创造灵感、彰显个人情怀”为使命，以客户价值为落脚点，以消费者需求为研发驱动力，为品牌商、零售商、消费者提供有竞争力的高附加值创意产品及服务。公司目前是以外销为主的纸质时尚文教、休闲文化用品企业，产品远销美国、欧洲、澳洲等40多个国家和地区，核心产品矩阵包括三大类：时尚文具类、手工益智类、社交情感类。公司主攻中高端文教用品，拥有宁波+安徽的双基地模式打造柔性生产线，以“大客户+核心产品”为经营策略，建立互动性研发机制，坚持产品、服务和生产差异化的战略定位。

## （二）主要经营模式

### 1、研发模式

公司采用贴近市场、贴近客户的产品开发与创意模式，结合客户多样化动态需求，于2014年设立美国创源，在美国成立创意设计中心，在国内积极建立以产品开发和模式创新为切入点的经营管理体系。把握国内外市场的材料和图案流行趋势，进行主题化、系列化的产品开发。公司高投入建设国际化和本土化相结合的设计团队，建立试样实验室、新材料应用研究室和产品功能与质量检测室。

截至报告期末，公司已拥有3大类，50多个品项系列的产品，其中纸质类产品在创意深度上已达到国内顶尖水平。

### 2、销售模式

公司产品销售包括国外市场销售与国内市场销售。

国外市场的销售模式：主要通过直销方式进行，即公司直接向零售商客户、品牌商销售产品。公司主要市场在美国。经过多年历练开发，公司已经形成一批精通海外市场营销的销售队伍，针对重点客户和有重大行业影响力的品牌商和零售商，公司组建专门项目团队进行拓展和维护，定期对客户进行走访、了解客户需求，并针对客户需求开展研发设计，向客户提供符合市场流行趋势的产品，获取项目合作机会。营销部门会制定客户拓展计划，对市场进行调研，根据客户需求，向客户提供公司优质产品或者协助客人定向开发，并通过展会宣传，参与项目竞标等模式获取订单机会。

国内市场的销售模式：2018年公司成立子公司宁波创源文创、杭州创源文创和杭州少女心选开始开展内销业务，积极组建销售队伍，线下发展地市级代理批发商、参加各地市级订货会；同时开展电商业务——线上已开设了淘宝企业店、天猫文具专营店、京东专营店、网易云音乐专营店等，积极与各大电商平台打造合作款品类，力图探索差异化的创新策略。

### 3、采购模式

公司建立了完善的采购流程，分别为供应商开发流程，采购执行流程及供应商评估流程。公司引入SRM供应链管理系统，可实现多维的集团化采购管控，基础资料规范，高效移动协同，透明管理，阳光采购。SRM供应链管理系统在寻找货源和询报价模块增加了系统机制。

公司通过展会、网络、同行业介绍、杂志等多种渠道信息收集潜在在供应商信息，当采购需求发生时，搜索潜在的供应商资料库，并根据公司《供应商评鉴管理程序》对供应商进行评鉴，确定合格供应商范围。

合格供应商确定后，生产部门提出采购申请，采购部要求合格供应商比价，采购部根据质量、价格、交期、供应商资质等因素确定最终接单单位，下达采购单，执行采购业务。

公司每年会进行一次供应商总体评估，确定第二年的主要供应商及供货方案，为了保持供应商的更新，公司每年均会引进部分新的供应商，确保公司合作的供应商持续改善，并满足公司采购需求。

### 4、生产模式

公司生产的大部分产品是为客户定制。产品高度定制化，“按单生产，量身定制”，产品灵活多变并且不失柔性规模化；产品高度非标准化，迭代速度快，全产品矩阵每半年完成一次迭代；公司在产品非标准化、结构复杂的特点下，宁波与安徽双生产基地可实现十天左右打样试制。外销类订单，公司主要采用按单生产的模式。为了保证产品质量，提高生产效率，公司销售、生产、设计、采购、研发、品质等各部门必须紧密配合起来，实行规范的现代化生产管理体系。

## （二）子公司主要业务情况

安徽创源，为公司产品生产基地之一，柔性生产线可为客户量身定制以满足其需求。

美国创源，为公司海外设计团队，就地为美国客户提供服务，同客户进行零距离接触，为消费者开发与设计畅销的产品。

睿特菲和美国睿特菲，通过亚马逊线上销售拥有自主品牌健身器材、宠物产品、户外产品，同时在欧洲不断扩大市场份额。

纸器时代，主要从事儿童创造力教育培训服务。

搜主意，主要是互联网创意征集孵化平台运营；保证版权申请宁波区域领先地位。运作公益油画项目为践行创源文化的社会责任做好了铺垫工作。

快邦投资，主要负责对外投资和投资管理咨询，围绕公司发展战略展开工作，对接外部资源为公司发展献计献策。报告期内主要对外投资有：投资森雨文化350万元、红隼互娱100万元。

宁波创源文创、杭州创源文创和杭州少女心选以产品创意设计做引导，以公司现有供应链为支撑，创公司国内新品牌，在国内电商渠道及线下渠道进行自有品牌产品销售，并启动定制板块，为网易云音乐、唯品会等渠道设计定制产品。

## （三）参股公司的主要业务情况

森雨文化聚焦于动漫创作，主要分以下部门：内容部——通过结合画师库、剧本库进行漫画IP的创作运营；产品部——负责出版印刷以及文创产品开发业务；美术部——联合优秀创作者资源提供专业的插画设计服务，反哺原创力量。

红隼互娱聚焦于手机游戏的研发、发行及推广业务。组建广州研发团队，主要负责游戏开发；组建贵州团队，负责业务对接及游戏推广运营。

(四) 主要的业绩驱动因素

报告期公司不断加大国内外市场的开拓力度，报告期内，公司实现营业收入80,027.27万元，比去年同期增长18.13%。由于公司产品非标准化、研发投入高、外销比重大，相关产品毛利率高于同行。

差异化发展战略：公司自创立之初坚持产品差异化，其特点为高附加值、创意性、趣味性，产品定位为文教用品中的工艺品，消费者定位为海外中高端家庭与社交用户，产品设计感、时尚感强。

研发设计方面：建立以产品创新为导向的互动性的研发机制。公司发挥设计研发优势，加强配备美国设计和产品开发队伍，与美国零售商建立品类的深入合作，多款产品凭借精良的设计和符合市场流行的趋势位于同品类销售榜首，为后续进一步的战略合作和持续的增长奠定了扎实的基础。

市场方面：公司是外向型时尚文教、休闲用品企业，主打三大类文化消费产品：时尚文具类、手工益智类、情感社交类。公司主攻中高端文教用品，产品远销美国、欧洲、澳洲等40多个国家和地区。在持续稳定发展国外市场的同时，公司积极开拓国内市场，精准定位时尚文创产品，以研发设计为驱动力，将线上和线下渠道相结合，着力品牌建设，并在报告期取得了良好的开端。

技术创新方面：技术中心下设的技术研究室、试制部、精益部、工艺部、信息部等部门精密联合，以客户需求为导向，利用CRM系统，梳理和完善产品结构化模块配置。导入精益生产模式，为提升生产效率提供快速有效的方法和途径。公司大力进行机械化改造、引进新型生产线设备。

(五) 公司所属行业的发展阶段及公司所处的行业地位

公司属于时尚文教、休闲文化用品范畴，涉及工艺品、文教、体育用品和礼品等多个领域。

亚洲为全球最大的工艺品生产基地，分布有大量从事陶器、瓷器、粘土块、绘画、雕塑、金属工艺品、古董家具、古董珠宝、宝石和石制品、纺织品、纸工艺等加工制造的手工作坊和工厂。美国是全球最大的工艺品消费市场，也是公司最大的出口市场。近年来，工艺品行业呈现良好的发展态势。美国大型工艺品商店销售额近年来保持稳定增长趋势。

公司生产的剪贴类产品是受美国摄影爱好者和DIY爱好者欢迎的产品，他们通过“剪贴”活动制作各类家庭相册、纪念册集，手工制作礼物，并将制作的过程通过网络进行分享，可以承载和显现人们的记忆、情趣和才华。

由于全球各国受教育程度的提升，以及经济回暖，发达国家经济开始复苏等因素，文具行业仍有广阔的前景。随着消费理念的逐渐升级，更具个性化、创意化、环保化的办公文具具有流行元素和文化内涵，给紧张的工作带来生动活泼的气氛，给人们带来美好的艺术享受，已经成为时尚及个性传达的重要载体。

全球纸质时尚文教、休闲文化用品的生产供给主要来自于发展中国家。欧美等发达国家的品牌商、零售商都将产品的采购转向发展中国家，我国的制造优势和资源优势确定了竞争的主导地位。发展中国家纸质时尚文教、休闲文化用品出口市场的竞争，更多体现在生产企业的成本、质量和服务，近年来则出现了提供设计服务的强劲势头，即由单一代工贴牌生产的OEM模式，向同时提供设计、营销服务的ODM模式转型。

不同于传统办公和文教用品，公司主打产品定位于社交与家庭用品，受电子化、无纸化趋势影响小。创意、时尚的文教、休闲用品生命力强盛，本公司产品迭代速度快，议价能力强。公司在生产、设计、环保、商业道德等方面均通过欧美多流程认证标准，短期被替代性低。近年以来，公司在研发设计领域和生产自动化领域发力，为客户的一揽子采购计划和成本控制提供了可靠的支撑。

我国纸质文化用品生产的出口加工企业集中度不高，因为印刷及印后加工设备的高昂投资成本，形成规模的出口加工企业偏少，公司通过近20年的发展，拥有海德堡印刷机11台，已经具备一定规模，处于行业领先地位。

同时，公司具有突出的研发设计能力，拥有国际化与本土化相结合的设计团队，建立了完整的研发设计流程，建立远程虚拟打样系统、虚拟材料间形成了交流互动的平台，稳定的客户资源以及柔性化的供应能力。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	800,272,710.72	677,478,338.42	18.13%	654,348,345.25
归属于上市公司股东的净利润	83,255,917.81	60,526,037.28	37.55%	75,577,804.67

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	69,659,953.05	44,121,194.23	57.88%	69,037,221.85
经营活动产生的现金流量净额	51,070,560.33	98,538,039.28	-48.17%	88,662,197.66
基本每股收益（元/股）	0.69	0.62	11.29%	0.84
稀释每股收益（元/股）	0.69	0.62	11.29%	0.84
加权平均净资产收益率	13.68%	21.06%	-7.38%	48.80%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	946,372,489.96	808,451,792.56	17.06%	471,647,904.16
归属于上市公司股东的净资产	638,547,077.28	583,293,080.52	9.47%	188,458,638.11

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	143,082,757.98	227,376,256.52	240,589,048.32	189,224,647.90
归属于上市公司股东的净利润	1,763,095.32	28,035,481.28	34,658,700.00	18,798,641.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,552,411.78	25,032,268.14	30,095,004.49	16,085,092.20
经营活动产生的现金流量净额	-48,552,041.61	7,394,432.68	59,573,951.17	32,654,218.09

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	14,923	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	12,587	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
宁波市北仑合力管理咨询有限公司	境内非国有法人	31.13%	37,350,000	37,350,000			
宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	6.50%	7,800,000	0			
任召国	境内自然人	4.50%	5,400,000	5,400,000			
江明中	境内自然人	3.00%	3,600,000	2,700,000			
宁波市合博汇投资咨询有限公司	境内非国有法人	2.48%	2,970,000	0			
周必红	境内自然人	2.44%	2,925,000	2,193,750			
柴孝海	境内自然人	2.25%	2,700,000	2,025,000	质押	1,160,000	
沈惠萍	境内自然人	2.15%	2,583,000	0			

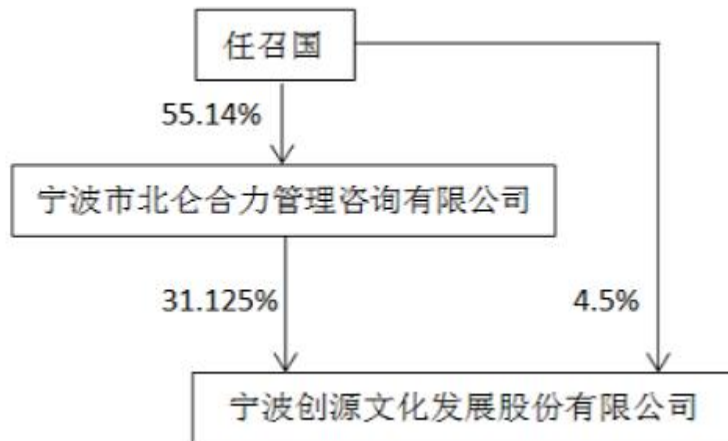
宁波市合富汇投资咨询有限公司	境内非国有法人	2.10%	2,518,000	0	
王桂强	境内自然人	1.88%	2,250,000	1,687,500	质押 1,425,000
上述股东关联关系或一致行动的说明		任召国为合力咨询的实际控制人，持股比例为 55.14%，且任召国为合力咨询的执行董事兼总经理。江明中、柴孝海为合力咨询有限公司持股 5% 以上的股东，持股比例分别为 11.62%、8.11%，且江明中为合力咨询的监事。合力咨询为宁波天堂硅谷的有限合伙人，认缴其 5% 的出资。合博汇股东楼仁仁先生系任召国妹妹的配偶，楼仁仁先生持有合博汇的股权比例为 27.08%。除上述关系外，公司未知上述股东存在其他关联关系或一致行动关系。			

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券  
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求  
否

报告期内，公司围绕“抓效率，抢市场”开展的重点工作主要有：

1、推进销售市场布局

(1) 报告期内，公司除继续深耕外贸市场外，同时也加大了国内市场拓展力度。

公司投资成立全资子公司宁波创源文创和杭州创源文创，宁波创源文创主要业务模式为国内自主品牌电商、国内ODM定制；杭州创源文创主要负责公司自主品牌的产品设计和批发销售，以产品设计到供应链合作再到渠道分销的模式，开展线下批发业务。

公司合资成立子公司杭州少女心选，主要业务方向为开展自营文创品牌批发业务和线上零售业务。目前国内线上零售业务已开具淘宝店铺、天猫文具专营店，微信小程序店铺。

国内国外市场双管齐下，扩大市场占有率，提高市场份额，实现市场多样化发展。

(2) 增资全资子公司搜主意, 用于搜主意互联网创意征集孵化平台运营; 保证版权申请区域领先地位; 启动“零基础7天油画入门”项目, 拟实现该项目在高校、社区、乡村以及中国西部欠发达地区小学落地。2018年, 公益油画共开展82期活动, 参与油画学习和创作的特殊人群近600人次, 为弱势群体和油画爱好者带来油画学习和表达的机会。通过搜主意服务号和订阅号为主要媒体进行传播, 逐步扩大公益油画项目的影响力和受益面, 为践行创源文化的社会责任做好了铺垫工作。

(3) 子公司睿特菲采用多品牌运营策略, 积极研发健身器材和智能运动器件, 希望通过各种传感器、通讯模块等, 帮助人们更好地健身锻炼。公司通过亚马逊线上销售拥有自主品牌健身器材、宠物产品、户外产品, 同时在欧洲不断扩大市场份额。

(4) 子公司快邦投资2018年度参与投资森雨文化和红隼互娱。森雨文化聚焦于动漫创作, 主要分以下部门: 内容部——通过结合画师库、剧本库进行漫画IP的创作运营; 产品部——负责出版印刷以及文创产品开发业务; 美术部——联合优秀创作者资源提供专业的插画设计服务, 反哺原创力量。红隼互娱聚焦于手机游戏的研发、发行及推广业务。组建广州研发团队, 主要负责游戏开发; 组建贵州团队, 负责业务对接及游戏推广运营。通过参与外部投资, 获得协同效应, 促进公司销售增长。

## 2、进一步提升产品创意设计能力, 加强科技创新实力, 增强市场竞争力

报告期内, 公司继续研发投入, 2018年度研发经费投入5,418.96万元, 占营业收入的6.77%。截至2018年底公司共获得专利245件, 其中发明专利22件, 实用新型专利166件, 外观专利57件。2018年设计款数同比提高7.02%, 2018年度公司研发部员工的设计分别获得“第三届环亚杯中日设计交流展”金奖(1项)和银奖(4项)。公司建立了试样实验室、新材料应用研究室和产品功能与质量检测室。公司深入英国和日本市场调研, 了解产品流行趋势, 为研发设计寻找新方向。2018年公司开拓国内市场, 成立创意设计的杭州团队。

在设计研发方面, 公司独创了远程虚拟打样系统, 完成人性化时尚计划本产品开发项目, 通过融入更多的个性化和时尚元素, 来赋予产品商业附加值的研发; 在新型材料开发方面, 公司完成了绣花家装产品开发项目、环保趣味学生文具产品开发项目等, 使得产品设计更加新颖、环保; 在改进传统印刷技术方面, 公司完成了新型丝网印刷技术研发项目、水粉纸印刷工艺的研发技术等, 提高公司印刷技术质量及创新能力; 在研发改造智能化机械化加工方法方面, 完成了高效定置化圆盒产品工艺研发项目、印刷机橡皮布安装自动定位技术的研发项目、高效的印前纸张预堆码处理技术研发项目等, 不断改进生产技术, 持续提高生产效率。

## 3、持续完善管理体系, 促进管理创新, 降本增效, 增强企业竞争力

(1) 改进经营绩效分析、决策和激励机制。公司薪酬政策不断优化, 一方面聚集优秀人才, 另一方面也激励了人才的积极性。

(2) 公司全面引入精益生产管理模式, 通过导入先进的制造业管理流程, 加大一线技术员工培训力度, 对现有工厂流程进行优化整合, 打造精品工厂。精益生产模式的导入, 为生产效率的提升提供了快速有效的方法和途径。

(3) 引入SRM供应链管理系统, 可实现多维的集团化采购管控, 基础资料规范, 高效移动协同, 透明管理, 阳光采购。本期主要覆盖采购询盘、品类管理、供应商准入、供应商信息管理、验厂管理、核价管理、移动协同等众多功能。

(4) 引入CRM客户关系管理系统, 适用多种贸易模式、支持多语言版本, 集团化全球化部署; 无缝衔接SAP等核心系统, 减少接口成本; 客户需求信息化、标准化, 订单流转准确高效。营销部、试制部、工艺部、信息部通过CRM系统的连接和联合, 以客户需求为导向, 梳理和完善产品结构, 为整个信息系统的架设打好数据基础。

## 4、通过信息化和工业化融合管理体系审核

通过信息化和工业化两化融合的贯标, 以信息化为支撑, 紧密围绕着公司战略, 使公司在此方面已走在纸质时尚文教、休闲文化产品行业的前沿。

## 5、自动化、机械化改造升级

公司致力于提高生产效率, 不断开发新工艺、新技术, 并引进自动化设备提升产能; 2018年宁波创源和安徽创源合计完成机械化改造共57项, 效益明显提升, 为完成2019年指标打下了较好的基础; 公司结合精益生产模式, 实现部分设备小型化, 升级多品种小批量单件流的智能化生产线, 从而灵活高效生产, 同时缩短交期, 降低库存。通过自动化、机械化的改造, 提升了生产效率的同时提高了公司产品品质, 降低了生产成本和工人劳动强度。

## 2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

**3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况**

√ 适用 □ 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
时尚文具类	457,205,698.34	48,629,687.79	30.81%	32.40%	84.90%	0.28%
手工益智类	185,502,880.88	14,496,051.43	27.99%	1.72%	0.65%	-2.82%
社交情感类	120,407,293.16	5,717,980.37	24.92%	-0.23%	105.84%	-0.30%
其它	28,721,039.24	15,461,074.31	74.01%	16.03%	16.99%	-2.30%

**4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征**

□ 是 √ 否

**5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明**

□ 适用 √ 不适用

**6、面临暂停上市和终止上市情况**

□ 适用 √ 不适用

**7、涉及财务报告的相关事项****(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明**

√ 适用 □ 不适用

**(一) 变更原因**

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）（以下简称“财会[2018]15号通知”），对一般企业财务报表格式进行了修订。根据上述财会[2018]15号通知的要求，公司需对会计政策相关内容进行相应调整，按照该文件规定的一般企业财务报表格式（适用于尚未执行新金融准则和新收入准则的企业）编制公司的财务报表。

**(二) 变更前采用的会计政策**

本次变更前公司执行2006年2月15日财政部印发的《企业会计准则—基本准则》和具体会计准则、后续发布和修订的企业会计准则、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。

**(三) 变更后采用的会计政策**

本次会计政策变更后，公司执行的会计政策按财政部发布的财会[2018]15号通知的相关规定执行。

除上述会计政策变更外，其他未变更部分，仍按照财政部前期颁布的《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执行。

**(四) 变更日期**

上述关于财务报表格式调整的会计政策变更均依据财政部相关文件规定的起始日开始执行上述企业会计准则。

**(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明**

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

报告期纳入合并财务报表范围的公司与上期相比，增加8家，明细如下：

公司名称	变更原因
宁波创源文创	投资新设
杭州创源文创	投资新设
杭州少女心选	投资新设
美国智源	投资新设
巨旦培训	投资新设
金华浮星	投资新设
杭州许愿	投资新设
杭州扭蛋	投资新设