

证券代码：300459

证券简称：金科文化

公告编号：2019-036

# 浙江金科文化产业股份有限公司 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

适用  不适用

公司董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

天健会计师事务所（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无变更

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：以截至 2018 年 12 月 31 日公司可分配股本 1,965,388,995 股（总股本 1,971,232,995 股减去公司回购专用证券账户不参与分配的股份 5,844,000 股）为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.66 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 8 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	金科文化	股票代码	300459
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	张维璋	胡斐	
办公地址	浙江省杭州市萧山区钱江世纪城平澜路 299 号浙江商会大厦 36 层	浙江省杭州市萧山区钱江世纪城平澜路 299 号浙江商会大厦 36 层	
传真	0571-83822330	0571-83822330	
电话	0571-83822329	0571-83822339	
电子信箱	zwz@jinkegroup.com	hufei@jinkegroup.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司通过不断丰富产品形态、提高品牌认可、完善渠道建设、加强整合营销等方式持续增

加用户数量，践行将“会说话的汤姆猫”打造成一个全栖IP，一个IP孵化系统，并形成IP生态的阶段目标，落实将公司打造成世界知名全栖IP生态运营商的战略规划。期内，公司根据既定计划，通过“点线面”的业务模式，在做好原广告分发业务的同时，依托公司自身大数据分析、人工智能技术及庞大的用户流量，从线上的亲子互动类移动互联网应用产品、系列动画片，到线下的衍生品、亲子乐园等业务拓展，目前已形成线上线下协同发展的互联网文化产业生态链。

报告期内，公司经营的主要业务为具体业务情况如下：

### （一）移动互联网文化产业业务

#### 1、主要业务情况

##### 线上业务一：移动互联网应用

公司拥有全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”，“家族”成员包括冒险乐观的汤姆猫、优雅自信的安吉拉猫、淘气可爱的金杰猫、睿智的狗狗本、呆萌的汉克狗、激情的鸚鵡皮埃尔、快乐的河马Hippo等赋予独特生命内涵的动物形象。根据该IP开发的《会说话的汤姆猫》、《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》、《汤姆猫跑酷》等系列移动应用，在全球收获了超过90亿次的用户下载，平均月活跃用户数超过3.5亿人次，公司通过应用内广告分发和充值获得收入。公司根据“会说话的汤姆猫家族”IP不断进行应用版本更新，也不断推出新的移动互联网应用，以激活存量用户和拓展新的用户。

报告期内，公司推出了《汤姆猫战营》、《汤姆猫摩托艇2》、《安吉拉时尚泡泡》、《汤姆猫弹弹乐》、《汤姆猫叠叠糕》、《汤姆猫快跑》、《我的汤姆猫2》、《果冻爆爆乐》等新的IP系列应用，上述新的移动应用上线以来，在全球多个国家和地区的应用排行榜名列前茅，收获了大量忠实用户。

同时，公司以自主开发的开放型“移动应用综合运营平台”为依托，通过自动化筛选、接入精品化的移动休闲应用产品，以及多元化的发行渠道体系，将优质的移动互联网文化内容和服务提供给数以亿计的用户，从中获取移动应用发行运营收入分成。公司现有主要的合作渠道服务商为广告平台、网盟、第三方应用市场及各大手机厂商应用市场等。报告期内，公司发行、运营了包括《小猫快跑》、《黄金挖矿工》、《飞龙争霸》、《跳跳跳》、《火爆鸟》、《最强弓箭手》、《像素射击》、《起飞吧小怪兽》、《大家都在丢》等多款长周期、精品明星移动应用。同时，公司通过微信小程序研发、发行的小游戏《汤姆猫节节高》、《汤姆猫跑酷》、《我的汤姆猫》、《彩虹岛水果》等也收获了大量的玩家用户。

报告期内，公司移动互联网应用发行业务取得营业收入55,964.29万元，同比增长25.66%。

##### 线上业务二：移动互联网大数据广告

公司通过研发和发行的移动应用产品，与App Store、Facebook和Google play等平台进行运营合作，与数十家营销服务商进行对接合作，包括Applovin、Google、Twitter、Smaato等知名广告服务商，通过对接该等广告服务商，获取大量广告主的营销需求，并将该等广告向移动应用用户进行推送展示（展示方式包括插页、横幅、奖励视频、视频广告、应用墙等多种形式），进而向营销服务商收取广告展示服务费，获

取应用内广告分发收入。在实际开展移动广告业务过程中公司自建了广告控制平台Mediation，对营销服务商的广告需求进行动态的流量调节，通过该控制平台，公司可根据当下情况实时动态地选择推送和展示费率较高的营销广告，并对不同用户推送的广告内容进行筛选，以最大化保证公司应用产品中广告的填充效率和广告服务费。用户在体验公司应用产品的过程中，可通过观看广告、点击广告链接、进行小游戏等获得额外的虚拟道具奖励或效果加成，公司根据广告展示等情况获得广告分成收入。

报告期内，公司广告业务取得营业收入104,356.53万元，同比增长676.02%。

### 线上业务三：动漫影视

公司基于“会说话的汤姆猫家族”IP，推出系列动画片、短片及迷你剧，在全球200多个国家和地区播放，全网累计点击量已超280亿次，受到了全球各地观众的喜爱。目前，公司《会说话的汤姆猫家族》动画片已经推出三季，在优酷、YouTube等视频网站上线，会说话的汤姆猫系列短片、迷你剧在视频网站上线的同时，公司积极拓展在IPTV（网络电视）的授权业务，目前汤姆猫系列动漫已在华数TV等渠道上线。报告期内，子公司Outfit7通过其官方网站宣布了大电影计划，公司目前正积极开展《会说话的汤姆猫家族》电影前期相关工作故事内容仍将延续汤姆猫及他的朋友们之间关于冒险、友谊、欢乐的主题，是一部合家欢式的电影。

### 线下业务一：IP系列衍生品

公司基于“会说话的汤姆猫家族”IP，推出IP系列衍生品，公司衍生品开发主要通过对外品牌授权、自行及合作开发的形式进行，线上销售渠道主要为天猫旗舰店、京东旗舰店等电子商务渠道，线下通过亲子乐园等渠道销售，利用“会说话的汤姆猫家族”IP庞大的用户基础，开展线下衍生品深度变现。公司IP衍生品的种类包括鞋服、日用品、有氧洗护系列、AI机器人、智能玩具、儿童教育产品等。

### 线下业务二：亲子主题乐园

公司汤姆猫亲子乐园开发目前主要开发为中小型室内主题亲子乐园，主要为与汤姆猫IP相结合的线下儿童寓教于乐、亲子互动的中小型汤姆猫室内亲子乐园。目前，公司已经有两家汤姆猫亲子乐园落地并开业，分别位于合肥的保利Mall、绍兴上虞时代潮城，2018年10月开业以来，至本报告期末，累计接待超过15,000组家庭游玩，累计有效会员超过4500人，组织各类主题活动300余场，从用户体验来看，在网上用户点评以及用户的随访调查来看，用户中，对两家乐园的好评不断，均超过两地其它乐园品牌，深受当地粉丝喜爱，已成为IP线下粉丝运营的有效载体和有力抓手。

## 2、行业发展情况

公司所处的移动互联网文化产业正处于快速的成长期，表现为持续保持了较高的市场增长率。党的十九大报告指出，“要坚持中国特色社会主义文化发展道路，激发全民族文化创新创造活力，建设社会主义文化强国”，并提出要“健全现代文化产业体系和市场体系，创新生产经营机制，完善文化经济政策，培育新型文化业态”。这明确了文化产业未来发展的总目标总任务，而作为大众文化娱乐消费的主力军-移动

互联网文化产业更是迎来了前所未有的发展契机。

随着居民生活水平与文化消费水平的不断提高，新一代高速移动网络和移动智能终端的迅速普及，特别在移动应用行业，近年来更是取得了强劲的发展。根据数据统计分析机构App Annie发布的《2019移动市场报告》，全球移动应用市场高速发展并逐渐走向成熟，这带来了更多的盈利机会，2018年全球移动应用下载量超过1,940亿次，比2016年增长35%，相当于全球每人每月下载超2款移动应用。随着下载量的增长，移动应用商店消费额也在2018年超过1,010亿美元，比2016年增长75%。用户粘性进一步增强，用户平均每天花费超过3小时使用移动应用，使用时长也比2016年增长了50%。特别是中国市场在2018年已成为移动应用领域全球最大市场并保持持续增长，2018年移动应用商店消费额占全球份额接近40%。得益于行业的高速发展，同时公司加强对旗下知名IP“会说话的汤姆猫家族”的开发和运营，IP相关移动应用全球累计下载量再创新高，截至2018年底已突破90亿次。

移动应用行业的增长也带动了移动互联网营销业务的快速发展。根据艾瑞咨询发布的《中国移动营销行业洞察报告（2018年）》，移动终端的普及，全生态全功能的打通为移动营销提供了更多价值场景，与此同时，移动广告产业链不断完善，推动着移动广告规模的快速增长。2017年移动广告规模达2549.6亿，占总体网络广告比例近70%，预计2018年，移动广告规模会达到3814.4亿，占总体网络广告的比例接近80%，同时，2020年预计这一比例将达到84.3%，将持续引领网络广告市场发展。

公司所处的移动互联网文化产业无较明显的周期性。但是单从业务板块来看，移动应用发行运营具有一定的周期性，表现在两个维度：首先表现为一定的季节时间周期性。用户或玩家的闲暇时间多集中在周末和寒暑假，所以在闲暇时间段，用户或玩家的下载量、点击量、活跃用户数、广告收入和内购收入会出现较大程度突起与增长；其次表现为单款移动应用遵循其生命周期曲线。单款移动应用从发布后会经历一个下载量、点击量、活跃用户数逐步增加，到峰值后保持相对时间的平稳，之后逐渐回落的过程，相应地，移动应用的广告收入和内购收入也会遵循前述的生命周期曲线。除此之外，IP运营等其他互联网业务无明显的周期性。

## （二）精细化工新材料业务

公司专业从事氧系漂白助剂SPC的研发、生产和销售，是全球SPC的主要生产企业之一；公司还同时经营蒽醌、TAED、TC、双氧水、醋酸钠等产品。公司主导产品SPC为环境友好型精细化工新材料，广泛应用于日化洗涤领域，还可应用于环保、印染、造纸、医疗、照相、电镀、化学试剂及有机合成等领域。报告期内，公司该业务板块的所生产销售的产品、经营模式、用途、行业情况等均未发生重大变化，具体内容可参见公司2017年年度报告。

报告期内，公司精细化工新材料业务取得营业收入81,734.93万元，同比增长16.14%。

### 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	2,725,148,206.16	1,396,270,938.94	95.17%	894,561,203.06
归属于上市公司股东的净利润	842,068,579.05	393,933,532.11	113.76%	204,998,914.77
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	816,028,916.76	360,519,486.04	126.35%	200,741,175.65
经营活动产生的现金流量净额	799,741,347.12	217,228,434.15	268.16%	337,516,819.87
基本每股收益（元/股）	0.43	0.25	72.00%	0.19
稀释每股收益（元/股）	0.43	0.25	72.00%	0.19
加权平均净资产收益率	11.09%	7.63%	3.46%	6.56%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	12,839,830,748.39	10,728,596,047.51	19.68%	5,361,702,677.71
归属于上市公司股东的净资产	6,743,579,000.08	9,419,674,898.01	-28.41%	4,960,972,692.70

#### (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	689,185,061.54	690,689,509.32	627,989,244.51	717,284,390.79
归属于上市公司股东的净利润	290,487,073.75	263,318,821.74	202,005,738.56	86,256,945.00
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	289,310,637.42	260,103,987.69	199,323,943.70	67,290,347.95
经营活动产生的现金流量净额	-18,128,559.16	470,226,085.61	182,421,043.92	165,222,776.75

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	28,521	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	27,375	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	
王健	境内自然	17.85%	351,900,026	350,795,176	质押	298,715,194	

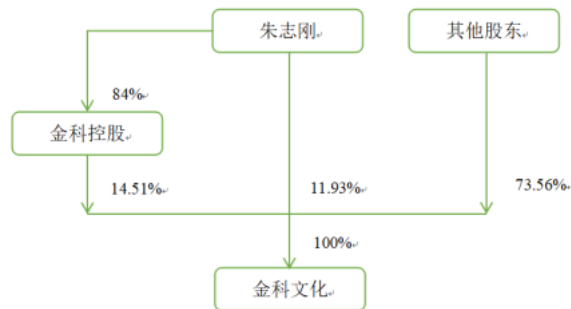
	人					
金科控股集团有限公司	境内非国有法人	14.51%	286,092,501	93,742,851	质押	284,842,842
朱志刚	境内自然人	11.93%	235,116,907	211,131,204	质押	211,274,090
绍兴上虞朱雀股权投资合伙企业(有限合伙)	其他	9.89%	194,939,647	194,939,647	质押	194,893,224
杭州艾泽拉思投资管理合伙企业(有限合伙)	其他	4.82%	94,979,085	94,979,085	质押	94,899,998
绍兴上虞硅谷科信投资合伙企业(有限合伙)	其他	4.73%	93,169,959	93,169,959	质押	73,230,000
宁波源开鼎盛投资合伙企业(有限合伙)	其他	2.01%	39,583,129	0	质押	38,489,996
方明	境内自然人	1.90%	37,373,225	25,450,256	质押	36,089,994
深圳霖枫投资咨询有限公司	境内非国有法人	1.77%	34,818,941	34,818,941	质押	34,818,941
中信建资本管理有限公司-绍兴上虞杭天股权投资合伙企业(有限合伙)	其他	1.77%	34,818,941	34,818,941		
上述股东关联关系或一致行动的说明	金科控股为公司实际控制人朱志刚先生控制的企业，双方存在一致行动关系。此外的其他股东，公司未知股东间是否存在关联关系，也未知是否属于上市公司持股变动信息披露管理办法中规定的一致行动人。					

## (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

是

互联网营销业

报告期内，公司践行将“会说话的汤姆猫”打造成一个全栖IP，一个IP孵化系统，并形成IP生态的阶段目标，落实将公司打造成世界知名全栖IP生态运营商的战略规划，通过线上线下业务协同发展，实现了经营业绩的较大幅度增长。公司2018年全年实现营业收入272,514.82万元，比上年同期增长95.17%；归属于母公司股东净利润84,206.86万元，比上年同期增长113.76%。

报告期内，公司主要经营情况回顾如下：

#### (一) 移动互联网文化产业业务

##### 1、推进内部协同整合，夯实全球化经营基础

报告期内，公司完成了对07\_INV公司100%股权收购后，根据战略规划，采取多举措，推进内部资源的协同整合。一方面，在业务上，结合子公司金科汤姆猫公司、汤姆猫投资公司、杭州哲信公司及07\_INV公司等自身优势，在市场、客户、技术等方面开展业务协同合作，共同挖掘“会说话的汤姆猫家族”IP价值。同时，在运营管理上，为进一步整合上市公司内部资源，发挥集团化经营优势，公司调整优化了集团内部组织架构，有针对性地解决目前管理工作存在的问题和薄弱环节，使得公司组织架构与管理工作能够适应国际化运作，实现大战略指导下的一体化经营。以上协同政策实施以来，公司在移动互联网应用的研发、发行运营及IP拓展领域的协同效应已明显显现，为公司全球化经营打下了基础。

##### 2、继续推进移动互联网应用研发、发行与运营

报告期内，公司继续围绕“会说话的汤姆猫家族”IP开发亲子互动的移动互联网应用。此前，“会说话的汤姆猫家族”已积累庞大的产品用户资源，被评为有史以来最受欢迎的Google Play应用之一，发行的多款移动应用，如《会说话的汤姆猫》、《会说话的汤姆猫2》、《我的汤姆猫》、《我的安吉拉》、《我的汉克狗》、《汤姆猫跑酷》等，依旧延续了以往的优秀表现，为公司持续贡献稳定收入。同时，公司围绕IP新发行了《汤姆猫战营》、《汤姆猫摩托艇2》、《安吉拉时尚泡泡》、《汤姆猫弹弹乐》、《汤姆猫叠叠糕》、《汤姆猫快跑》、《我的汤姆猫2》、《果冻爆爆乐》等多款移动应用，应用一经推出，即在全球多大国家和地区应用排行榜名列前茅，体现了“会说话的汤姆猫家族”IP强大的号召力，为公司贡献了新的收入增长。截至报告期末，公司在运营的“会说话的汤姆猫家族”系列移动互联网应用20余款，系列移动应用全球累计下载量超90亿次，平均月活跃用户数超过3.5亿人次。

报告期内，公司旗下“会说话的汤姆猫家族”荣获星耀分享“海外虚拟人物最具魅力奖”；系列移动应用《我的汤姆猫2》和《汤姆猫跑酷》分别获得硬核联盟主办的第四届黑石奖“年度最受期待游戏”和“年度最受欢迎休闲游戏”两大奖项；《我的安吉拉》获得了素有中国游戏界“奥斯卡”之称的金翎奖颁发的“最佳境外移动游戏奖”；《我的汤姆猫》荣获“第五届金口奖年度产品”奖项；《我的汤姆猫2》获得了TabbyAwards（虎斑奖）最佳iPhone移动应用奖项，还获得了由游戏茶馆举办的金茶奖“最值得期待移动游戏奖”；微信小游戏《汤姆猫节节高》、《彩虹岛水果》荣获2018年OPPO开发者大会“最佳小游戏奖”等。

同时，公司依托自主开发的开放型“移动应用综合运营平台”积累了庞大的客户资源及应用开发商，以及长期良好的电信运营商和渠道关系，开展移动互联网应用发行运营业务。报告期内，公司发行运营多款休闲移动应用，发行业务发展良好。公司与硬核联盟、九游、4399、腾讯等多家优质渠道平台建立了深厚的合作关系，发行运营了包括动作类、益智类、消除类、跑酷类、塔防类、棋牌类、捕鱼类、养成类等多系列休闲移动应用产品，其中包括《小猫快跑》、《黄金挖矿工》、《飞龙争霸》、《跳跳跳》、《火爆鸟》、《最强弓箭手》、《像素射击》、《起飞吧小怪兽》、《大家都在丢》等多款长周期、精品明星休闲移动应用。

### 3、持续发力移动互联网大数据广告分发业务

大数据广告分发业务是公司营业收入的重要来源。报告期内，得益于公司移动互联网应用广泛的用户基础，公司建立了以大数据为基础、以用户行为为导向的精细化的广告投放策略，基于自行研发的演进的机器学习算法，将收集到的相关运营数据进行精准分析和比对，优化营销渠道，及时调整市场推广工作，为运营和市场决策提供支持，通过大数据分析用户的特征和偏好，实现精准的广告投放。同时公司根据广告主的营销需求，个性化地提供不同的广告形式，并向移动应用用户进行投放。

### 4、立足移动互联网文化产业生态链，推进“超级IP”产业链延伸

互联网内容生态的核心是IP，公司拥有“会说话的汤姆猫家族”IP，基于这一IP开发的移动应用全球累计下载量已突破90亿次，用户保持持续活跃，因其拥有巨大流量使得IP具有良好的延展性，体现为在内容基础上的跨界延展，直至产业生态链的形成。

报告期内，公司“会说话的汤姆猫家族”IP为中心点，积极推进IP产业链的延伸拓展，除了移动互联



网应用外，在以下几个方面持续发力，取得下述进展：

（1）IP衍生品运营。报告期内，公司衍生品开发主要通过对外品牌授权、自行及合作开发的形式进行，线上销售渠道主要为天猫旗舰店、京东旗舰店等电子商务渠道，线下通过亲子乐园等实体渠道销售。报告期内，公司IP衍生品种类明显增加，公司授权及官方销售渠道已有一些商品在售，取得了良好的销售反馈。

报告期内，公司与阿里巴巴授权宝公司签订了关于Talking Tom系列IP的综合开发战略合作协议，双方就中国大陆、香港、澳门以及台湾地区的IP综合开发达成战略合作，以Talking Tom系列IP为切入点，共同推进包括衍生品授权产品开发、营销授权、空间授权和广告植入等在内的业务发展。公司结合阿里巴巴授权宝及其关联方拥有的各类媒体、平台、线上线下商业场所以及其他连锁业态等淘系资源及其强大的衍生品销售和商业营销能力，充分利用各自的资源与优势，围绕Talking Tom系列IP开展长久、深度合作。公司与阿里巴巴授权宝签订战略合作协议之后，双方之间随即积极开展了“共创、共建”，未来公司将重点增加商品SKU，推出更多品类的IP衍生产品。

（2）汤姆猫亲子乐园建设。公司目前主要开发与汤姆猫IP相结合的线下儿童寓教于乐、亲子互动的中小型汤姆猫室内亲子乐园。目前，公司已经有两家汤姆猫亲子乐园落地并开业，分别位于合肥的保利Mall、绍兴上虞时代潮城，开业以来，深受当地粉丝喜爱，已成为IP线下粉丝运营的有效载体和有力抓手。同时，公司在其他城市也在积极进行亲子乐园和汤姆猫之家的选址工作，大力推进“三年百店”计划。

（3）动漫、影视开发。此前，07\_INV公司已根据IP“会说话的汤姆猫家族”制作了多个系列动画影视产品，该等影视产品在包括优酷、YouTube等视频平台播放。通过汤姆猫系列的动画影视产品，进一步推广吸引了用户下载和体验其开发运营的移动应用产品。报告期内，公司在优酷、YouTube等视频平台上线了《会说话的汤姆猫家族第二季》（2018年6月15日）、《会说话的汤姆猫家族第三季》（2018年12月25日）动画片，以更加丰富的剧情和生活化场景将汤姆猫家族展现在大家眼前，其中，第二季在国内优酷视频平台上线以来，视频累计播放量超过1.9亿次。同时，07\_INV公司通过其官方网站宣布了大电影计划，公司目前正积极开展《会说话的汤姆猫家族》电影前期相关工作，故事内容仍将延续汤姆猫及他的朋友们之间关于冒险、友谊、欢乐的主题，是一部合家欢式的电影。

（4）家庭教育产品。报告期内，公司加强内部业务协作，开发了《会说话的汤姆猫陪宝宝养成好习惯》儿童绘本、《汤姆猫幼小衔接铅笔描红》练字帖、《汤姆猫AR学英语》儿童早教AR卡片、《汤姆猫编程星球》少儿学习应用、汤姆猫儿童智能学习机等家庭教育产品。公司开发的儿童娱教领域智能语音交互系统，作为软件系统，可嵌入游戏、应用、智能玩具、智能手表等产品，帮助儿童丰富知识，提升语义理解能力，增强表达和互动能力。未来，公司将重点聚焦IP与人工智能、科技互联网相结合的家庭教育产品。

## （二）精细化工新材料业务

报告期内，公司主要精细化工产品出口总体依然保持良好的态势，销售价格持续走高。其中SPC出口市场份额占全国出口总量的70%以上，公司在保持主要发达国家和地区的市场份额的同时，持续加大对国

际新兴市场的开发，报告期内销售增量主要来自如中国内地、印度、伊朗等新兴市场。得益于公司市场的不断开拓，市场销售价格的持续走高，产品二-乙基蒽醌销售在报告期内取得了爆发式增长，成为报告期内的化工业务亮点。

报告期内，公司投资的江苏金科日化“年产15万吨包裹型无磷过碳酸钠循环经济”项目各项前期工作进展顺利。公司与吉林北方化学工业有限公司等共同投资的吉林紫瑞新材料有限公司“年产1万吨二-乙基蒽醌及年产10.8万吨含硫废液焚烧制酸联合装置”项目正式开工建设。

报告期内，公司持续推进技术创新与品质提升。加大技术升级和技术改造力度，提升设备自动化水平，公司标准化生产水平得到进一步提升。加强供应商质量管理，规范原料采购质量监管，同时在规范过程控制的重要环节取得成效，质量管理不断前移，主要产品合格率继续保持高位运行，SPC等精细化工产品质量不断提升，得到了客户的肯定和信赖，进一步巩固和深化了与大客户宝洁、利洁时、汉高、狮王等的良好合作关系。

环保与安全是化工行业企业的生命线。报告期内，公司坚持“彻底整治、长期坚持、高度重视和绝不相信”信条，铁腕抓好安全环保工作，坚守安全环保底线。以召开月度安环会议为重要抓手，全面推行安环责任制，规范内部的管理，查隐患重整改，全力推进废水、废气、固废综合整治；坚持不懈地推进安环管理标准化和规范化建设，通过一系列管理措施的常抓不懈，公司整体安全环保形势良好，全年未发生重大安全环保事故。

## 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
移动应用发行	559,642,945.29	373,211,129.08	66.69%	25.66%	46.14%	9.35%
SPC 系列	391,143,723.55	70,310,368.96	17.98%	11.45%	1.33%	-1.79%
广告收入	1,043,565,263.20	1,019,224,303.17	97.67%	676.02%	883.21%	20.58%
IP 版权	286,911,877.33	256,494,022.07	89.40%	156.17%	225.61%	19.06%

## 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

项目	2018年	2017年	本年比上年增长
营业收入（元）	2,725,148,206.16	1,396,270,938.94	95.17%
营业成本（元）	793,731,622.23	764,788,844.45	3.78%
归属于上市公司股东的净利润（元）	842,068,579.05	393,933,532.11	113.76%
重大变化的说明	<p>报告期内，公司合并O7_INV公司后，营业收入和归属于上市公司股东的净利润均较上年有大幅增长。</p> <p>同时公司以“会说话的汤姆猫家族”IP为中心点，线上通过移动应用、动画等IP内容制作发行，提升流量，实现广告和移动应用变现；线下通过深化与阿里及众多优质品牌厂商合作，开发各种类型的汤姆猫衍生品系列，通过电商和汤姆猫乐园等渠道，触达用户，实现IP的落地和深入变现。围绕海量粉丝用户，着力打造线上线下、虚拟实物、娱乐教育、内容营销结合的IP生态系统。</p> <p>公司通过加强体系内各业务模块协同整合，在移动互联网产品的发行运营、大数据广告分发、IP开发与运营等业务领域协同效应成果明显，主营业务取得快速发展，上市公司盈利能力持续提升。</p>		

## 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

企业会计准则变化引起的会计政策变更

1. 本公司根据《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）及其解读和企业会计准则的要求编制 2018 年度财务报表，此项会计政策变更采用追溯调整法。2017 年度财务报表受重要影响的报表项目和金额如下：

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收票据	6,865,801.62	应收票据及应收账款	615,073,995.87
应收账款	608,208,194.25		
应收利息	169,960.80	其他应收款	80,458,228.55
其他应收款	80,288,267.75		
应付票据	45,301,138.00	应付票据及应付账款	164,337,850.40
应付账款	119,036,712.40		
应付利息	1,029,905.23	其他应付款	218,224,800.24
应付股利	85,532,278.37		
其他应付款	131,662,616.64		

管理费用	179,010,770.57	管理费用	103,610,747.99
		研发费用	75,400,022.58

2. 财政部于 2017 年度颁布了《企业会计准则解释第 9 号——关于权益法下投资净损失的会计处理》《企业会计准则解释第 10 号——关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》《企业会计准则解释第 11 号——关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》及《企业会计准则解释第 12 号——关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》。公司自 2018 年 1 月 1 日起执行上述企业会计准则解释，执行上述解释对公司期初财务数据无影响。

## (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

详见本报告”第十一节 财务报告“之”八、合并范围的变更“。