

# 浙江金科文化产业股份有限公司 2020 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。

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
-----------	-----------	-----------	--------

立信会计师事务所（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立信会计师事务所（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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	胡斐	张骏	
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	hufei@jktom.com	zhangjun@jktom.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

报告期内，公司围绕以“会说话的汤姆猫家族”IP为核心的全栖IP生态运营商发展战略，线上推进移动应用、动漫影视等优质内容的制作与发行以提升用户流量；线下通过开拓IP衍生品与授权业务、新商业服务业务等连锁业态，集中优质资源持续打造“会说话的汤姆猫家族”IP亲子品牌，实现IP价值的深度变现。公司在报告期内从事的主要业务情况如下：

#### （一）公司线上业务

## 1、移动互联网应用发行业务

报告期内，公司海内外研发团队以全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”为核心，累计已研发上线了《会说话的汤姆猫》《我的汤姆猫》《我的安吉拉》《汤姆猫跑酷》《我的汤姆猫2》《汤姆猫英雄跑酷》《汤姆猫飞车》《汤姆猫总动员》等20余款IP系列休闲移动应用。截至报告期末，汤姆猫家族IP系列应用在全球范围内的累计下载量已超过150亿次，全球MAU（月活跃用户人数）高达4.1亿次。依托于庞大的用户数量和活跃用户，公司通过上述应用产品的内置广告（In-App Advertisement，简称“IAA”）和应用内购（In-App Purchase，简称“IAP”）获取收入。

其中，公司移动应用内置广告的盈利模式具体表现为，公司IP系列移动应用在App Store、Google Play等平台开展运营，通过对接Google、Facebook、Twitter、AppLovin、Smaato、穿山甲广告联盟等全球知名广告服务商，获取大量广告主的营销需求，并将该等广告向公司移动应用产品用户进行推送展示（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），公司由此而向营销服务商收取广告展示服务费。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，通过该控制平台以及大数据分析技术，公司可优化动态地选择推送和展示费率较高的营销广告，并对不同产品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变现效率。

根据公司上述广告服务业务，结合公司应用产品的使用玩法，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。由此一方面公司可根据实际广告展示等情况获得广告收入；另一方面，用户可通过观看广告等方式获取应用内虚拟道具，借此提高用户体验。

## 2、动漫影视业务

报告期内，公司基于“会说话的汤姆猫家族”IP形象和內容，累计已制作推出《会说话的汤姆猫家族》五季长篇动画及《汤姆猫英雄小队》《会说话的安吉拉》《会说话的金杰猫》等系列短片、迷你剧等动漫影视作品。上述动漫影视作品已被翻译成32种语言，并通过YouTube、Netflix、腾讯、优酷、爱奇艺、小米视频、华为视频、咪咕视频、沃视频、沃家影视、乐视视频等平台和渠道在全球200多个国家和地区播放，深受全球各地观众的喜爱。截至报告期末，公司IP动漫影视作品在全球范围内的累计播放量已超过720亿次。此外，公司也正积极推进“会说话的汤姆猫家族”IP大电影计划，针对该计划，公司已确定外部合作制片人、编剧、意向合作导演，项目进入电影剧本撰写阶段。

### （二）公司线下业务

#### 1、IP系列衍生品及授权业务

公司基于“会说话的汤姆猫家族”IP，通过对外品牌授权、自行及合作开发的形式进行IP系列衍生品的开发与销售，目前公司已陆续推出包含鞋服、日用品、有氧洗护、智能玩具、儿童教育产品等品类丰富的IP系列衍生品，线上销售渠道主要为天猫旗舰店、京东旗舰店、授权品牌自营渠道等电子商务渠道，线下通过亲子主题乐园等渠道开展销售。

此外，公司基于“会说话的汤姆猫家族”IP庞大的线上流量及全球影响力，公司先后与阿里巴巴旗下

IP授权平台阿里鱼、阿里迅犀、腾讯手游《一起来捉妖》、网易代理的3D沙盒游戏《我的世界》、腾讯旗下儿童内容平台企鹅童话、国内专业音频分享平台喜马拉雅、韩国知名服饰品牌Chen、麦当劳、吉野家、国内液态羊奶领军品牌卓牧乳业、知名乳制品企业一鸣食品、知名酒店集团开元酒店旗下多家星级酒店、华润旗下高品质购物中心万象城、远洋商业乐堤港、浦发银行、杭州地铁等涵盖教育、文化、餐饮、零售、交通等多个消费领域开展IP合作，携手品牌商家打造具有文化内涵的个性化、时尚化产品与服务，满足消费者多元化的消费需求。

## 2、新商业服务业务

公司基于“会说话的汤姆猫家族”IP，主要开发经营以IP形象和内容为主题、以“寓教于乐”为经营理念的线下IP亲子主题乐园、主题商业综合体等连锁业态。公司目前已在杭州、合肥、绍兴开业了自营制亲子主题乐园，以及通过“全国城市合伙人”计划，在宁波、佛山、日照、杭州等地开业了多家合伙制亲子主题乐园，已开业的亲子主题乐园运营情况良好，深受当地粉丝喜爱，顾客到店体验转化为会员的转化率数据良好，已成为IP本地化运营的有力抓手。此外，公司在报告期内也正积极开展汤姆猫主题酒店的改造与建设，并与其他投资企业达成建设“会说话的汤姆猫家族”IP主题大型亲子乐园的合作事项，这将进一步完善“会说话的汤姆猫家族”IP线下产业链，拓宽IP覆盖区域。

### （三）公司所处行业发展情况

公司所处的移动互联网文化产业已全方位地深入人类社会生活，在全球市场表现为持续保持了稳定的市场增长率。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”。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》指出，“坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位，坚定文化自信，坚持以社会主义核心价值观引领文化建设，围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，促进满足人民文化需求和增强人民精神力量相统一，推进社会主义文化强国建设”。这明确了文化产业未来发展的总目标和总任务，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。

#### 1. 行业经济形式变化带来的影响

2020年受全球爆发的新型冠状病毒疫情的影响，人类的生活、生产方式均产生改变。一方面，为控制国内外新型冠状病毒疫情，全球诸多国家和地区采取了不同程度的居家或医学隔离措施，全球移动应用用户处于室内时间有所增加；另一方面，随着移动设备和应用对人类生活各个场景的渗透加深，移动设备使用频率升高，这均给移动互联网应用行业带来了一定的积极影响。

(1)根据移动市场数据供应商App Annie发布的《2021年移动市场报告》，2020年移动互联网行业依然呈现稳步增长态势，2020年度，全球移动设备的普及率和使用量直线上升，新应用的需求仍呈增长趋势。报告显示，全球全年应用下载量达到2,180亿次，同比增长7%；应用商店用户支出1,430亿美元，同比增长20%。同时，全球移动应用用户粘性进一步增强，每用户日平均使用时长、各年龄层移动设备使用时长等指标均有增幅，在Android设备上，全球用户全年累计使用时长达到3.5万亿小时。

值得一提的是，根据App Annie发布的《2021移动市场报告》，2020年中国市场的下载量、用户支出和

用户时长三项核心数据分别超过519亿美元、970亿次和1.176万亿小时，排名2020年度全球前十，成为2020全球最热移动市场之一。基于国内外对移动设备和应用的需求成为新常态的现状，移动互联网行业将有更多盈利机会浮现。

根据中国音数协游戏工委和中国游戏产业发展研究院联合发布的《2020年中国游戏产业报告》显示，受新型冠状病毒疫情余波影响，游戏产业作为社会主义文化事业的重要组成部分，受到一系列产业政策扶持和指导。在娱乐需求和政策支持下，国内游戏市场保持了稳中有升的态势，用户规模稳定增长，移动游戏营销收入增速明显，自主研发游戏继续保持领先地位。2020年，中国游戏市场实际销售收入2,786.87亿元，比2019年增加了478.1亿元，同比增长20.71%。其中，移动游戏贡献了全行业高达75.24%的销售收入。2020年，中国移动游戏市场实际销售收入2,096.76亿元，比2019年增加了515.65亿元，同比增长32.61%；用户规模同比增长4.84%，达6.54亿人。受到上述国内外移动互联网行业持续增长现状，为公司主营业务的开展带来了积极影响。

(2) 在移动互联网营销领域，移动应用行业的增长带动了移动互联网营销业务的快速发展。根据App Annie发布的《2021年移动市场报告》，2020年移动广告支出已经增长到2,400亿美元，同比增长26%。据App Annie预计，到2021年移动广告支出将增长到2,900亿美元，全球移动广告行业将继续保持快速增长态势。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，将持续引领网络广告市场发展。

## 2. 行业政策环境带来的影响

(1) 2020年2月16日，《求是》杂志2020年第4期发表习近平总书记的重要文章《在中共中央政治局常委会会议研究应对新型冠状病毒肺炎疫情工作时的讲话》。文章指出，“着力稳定居民消费。扩大消费是对冲疫情影响的重要着力点之一。要加快释放新兴消费潜力，积极丰富5G技术应用场景，带动5G手机等终端消费，推动增加电子商务、电子政务、网络教育、网络娱乐等方面消费”。这意味着，随着5G、云计算等新技术的发展及运用，网上购物、网络教育、网络娱乐等数字经济新业态将迎来新的增长点，而移动游戏作为一种网络娱乐生活方式，未来仍将保持持续快速发展态势。

(2) 2020年是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年，也是谋划“十四五”的关键之年。2020年10月26日至29日，中国共产党第十九届中央委员会第五次全体会议在北京举行，全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，确定“实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式。”2021年3月11日，十三届全国人大四次会议表决通过了《关于国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要的决议》，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》再次提到“实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业。”国家对文化产业发展的重视意味着未来文化产业发展将更具方向性，网络游戏、网络动漫作为社会主义文化事业的重要组成部分，十四五规划的出台将为其新时代高质量发展奠定政策基础。行业政策的推出与落实为公司移动互联网文化业务的开展带来了契机，公司未来将继续围绕IP践行文化产业发展方向。

除了上述行业经营环境、政策环境带给公司主营业务开展的影响因素外，公司所处的移动互联网文化产业整体无较明显的行业周期性，但是其中移动游戏产品的运营具有一定的周期性，表现在两个维度：首先表现为行业季节时间周期性。公司主营IP主题休闲游戏，休闲游戏用户使用时间大多集中在非工作日的闲暇时间，所以在闲暇时间段，公司游戏产品的运营表现会出现较大程度增长，由此在报告期内因受到新冠病毒疫情影响，公司游戏产品的运营数据同比有所提升；其次表现为单款移动应用遵循其生命周期曲线。单款移动游戏产品从上线运营后会经历一个运营数据逐步增加，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，产品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，公司IP线下业务基于文化产业的性质，无明显的行业周期性，但是在非工作日的经营期间会出现一定幅度的业绩上涨态势。

### 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

追溯调整或重述原因

会计差错更正;同一控制下企业合并

单位：元

	2020 年	2019 年		本年比上年 增减	2018 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入	1,807,222.57 2.12	1,830,611.72 1.72	1,943,031.92 1.37	-6.99%	2,725,148.20 6.16	2,847,626.27 1.57
归属于上市公司股东的净利润	752,917,670. 98	-2,779,681.2 14.92	-2,809,092.3 32.65	-126.80%	841,610,635. 46	853,725,907. 45
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	507,174,716. 39	-2,815,248.9 22.61	-2,919,288.4 30.43	-117.37%	815,570,973. 17	815,570,973. 17
经营活动产生的现金流量净额	1,075,838.68 4.38	1,041,419.18 2.01	1,062,819.38 9.65	1.22%	799,741,347. 12	833,166,936. 57
基本每股收益（元/股）	0.21	-0.79	-0.80	-126.25%	0.24	0.24
稀释每股收益（元/股）	0.21	-0.79	-0.80	-126.25%	0.24	0.24
加权平均净资产收益率	22.92%	-53.21%	-54.54%	77.46%	11.09%	11.19%
	2020 年末	2019 年末		本年末比上 年末增减	2018 年末	
		调整前	调整后		调整前	调整后
资产总额	6,636,726.56 7.17	7,926,654.30 5.54	8,309,890.10 1.85	-20.13%	12,840,378.1 75.55	13,271,189.1 60.91
归属于上市公司股东的净资产	2,746,794.53 3.65	3,688,380.66 8.60	3,563,473.09 1.22	-22.92%	6,744,126.42 7.24	6,685,928.57 5.17

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

#### (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	469,050,105.90	462,798,428.96	367,832,006.20	507,542,031.06
归属于上市公司股东的净利润	218,235,094.12	247,923,713.26	158,286,455.81	128,472,407.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	195,194,319.56	243,417,682.83	100,402,649.72	-31,839,935.72
经营活动产生的现金流量净额	459,565,615.16	37,656,445.30	174,594,026.61	404,022,597.31

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	106,504	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	107,009	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	
金科控股集团有限公司	境内非国有法人	14.66%	515,475,460	0	质押	513,223,848	
王健	境内自然人	11.19%	393,509,499	393,472,203	质押	393,498,978	
朱志刚	境内自然人	10.84%	381,021,407	381,021,407	质押	366,802,615	
绍兴上虞朱雀股权投资合伙企业(有限合伙)	其他	9.99%	351,238,162	351,238,162	质押	351,154,517	
绍兴上虞艾泽拉思投资管理合伙企业(有限合伙)	其他	2.80%	98,427,669	0	质押	86,577,669	
深圳霖枫投资咨询有限公司	境内非国有法人	1.78%	62,736,037	62,736,037	质押	62,736,037	
中信建投资管理(有限)公司-绍兴上虞杭天股权投资合伙企业(有限合伙)	其他	1.78%	62,736,037	62,736,037			
香港中央结算有限公司	其他	1.73%	60,966,982	0			
全国社保基金六零四组	其他	1.14%	40,109,995	0			

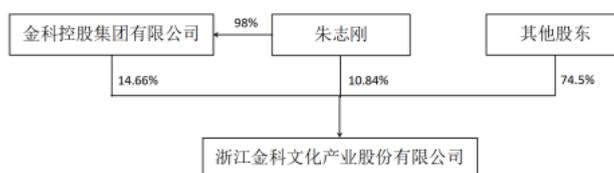
合						
陈伟明	境内自然人	0.39%	13,870,000	0	质押	13,866,600
上述股东关联关系或一致行动的说明		公司控股股东金科控股集团有限公司为公司实际控制人朱志刚先生控制的企业，双方存在一致行动关系。此外的其他股东，公司未知股东间是否存在关联关系或一致行动人关系。				

## (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

报告期内，受新型冠状病毒疫情影响，全球经济受到冲击，国内外各行业经济形势均受到不同程度的影响。在此经济背景下，公司始终围绕以“会说话的汤姆猫家族”IP为核心的全栖IP生态运营商发展战略，线上积极推进移动应用、动漫影视等业务，线下稳步布局IP衍生品与授权业务、新商业服务业务等连锁业态，打造全栖IP生态运营商，各项业务保持了积极向上的发展态势。

同时，公司根据行业发展环境和市场变化，保持了快速的市场反应能力，一方面通过聚焦核心业务，加大研发投入力度，持续推出精品移动应用等优质内容；另一方面，公司通过持续优化组织架构，进一步完善全球化研运体系，提升全球化管理效能。截至报告期末，公司海内外团队已形成“明确分工、密切协同”的合作机制。其中，公司分布于斯洛文尼亚、塞浦路斯、西班牙、英国等国家和地区的海外团队具有数十年的研发经验和优秀的创意基因，主要负责“会说话的汤姆猫家族”IP系列移动应用产品的研发与全球发行，报告期内，公司海外子公司Outfit7实现营业收入132,878.17万元，同比增长40.5%，实现净利润74,910.90万元，同比增长30.7%；国内团队则利用其本土化资源优势，运营和开发针对中国市场的线上产品与线下业态；在日趋成熟的研运机制下，公司引入游戏业内资深人士西门孟，进一步开拓海外优质游戏的引入与发行业务，拓展公司移动应用业务增量。

报告期内，公司围绕“会说话的汤姆猫家族”IP，线上线下业务发展良好。在双线业务稳步推进、相

互反哺下，公司强调聚焦IP生态运营发展战略及资源优化配置的成效初步显现。

报告期内，公司主要业务进展如下：

### 1. 线上移动应用业务稳中有升

报告期内，受国内外新型冠状病毒疫情反复的影响，全球线上娱乐维持着高需求局面，公司对已发行上线的《我的汤姆猫2》《汤姆猫跑酷》《我的汤姆猫》《我的安吉拉》等IP系列产品开展了多次场景更新与玩法优化，核心移动应用产品保持了强劲的活跃度，其中，《我的汤姆猫2》最高月活跃用户数达到8,600万人次，《汤姆猫跑酷》最高月活跃用户数达到7,900万人次；分别于2013年、2014年上线的《我的汤姆猫》和《我的安吉拉》保持了长生命周期运营，最高月活跃用户数分别达5,600万人次和6,600万人次。

在延续移动业务核心品类优势的同时，公司海外及国内研发团队持续稳步推进游戏产品“精品化+多元化”扩张，围绕“会说话的汤姆猫家族”IP研发并上线了多款不同品类的精品，其中包括电子宠物养成类游戏《汤姆猫总动员》，IP首款弹射对战手游《汤姆猫大冒险》以及IP首款赛车竞技类手游《汤姆猫飞车》。其中，公司于2020年6月推出的养成品类力作《汤姆猫总动员》在原有养成玩法的基础上引入了“会说话的汤姆猫家族”IP旗下六位家族成员——会说话的汤姆猫、会说话的狗狗本、会说话的安吉拉、会说话的金杰猫、会说话的汉克狗以及最新IP角色“会说话的贝卡兔”，多角色互动结合类沙盒的玩法以及丰富的游戏场景使该产品在上线前即收到来自Google Play超过1,300万次的玩家预约，上线后数据表现优异，上线当月下载量达6,900万次，月活跃用户数突破5,000万人次，成为拉动公司整体活跃用户数量持续增长的主力游戏之一。据移动市场数据供应商App Annie发布的《2021年移动市场报告》显示，《汤姆猫总动员》以上线半年的优异表现位列2020年全球热门下载游戏榜第八位。

丰富的核心玩法和过硬的产品质量使公司旗下移动应用产品深受用户与渠道认可。报告期内，公司汤姆猫家族IP系列移动应用产品斩获国内多项游戏大奖。其中，《我的汤姆猫2》分别获得硬核联盟主办的第六届黑石奖“年度最受欢迎休闲游戏”和陀螺科技主办的第五届“金陀螺年度人气IP类游戏奖”两大奖项；《汤姆猫跑酷》斩获第六届黑石奖“年度最受欢迎休闲游戏”以及“小米最受欢迎小游戏奖”；《我的安吉拉》获得了“vivo年度最佳小游戏”；《汤姆猫总动员》荣获金口碑“2021年最受期待产品奖”；《汤姆猫飞车》接连荣获金茶奖“2020年度最值得期待移动游戏奖”、“2020年度金手指最佳新游奖”、“vivo年度最佳竞技游戏”以及“oppo最佳新游奖”四个奖项。

此外，公司在围绕“会说话的汤姆猫家族”IP持续推出养成、跑酷等核心品类精品产品的同时，也在积极探索多元品类游戏，不断完善精品游戏矩阵。报告期内，公司每日给力团队推出的休闲小游戏《一波超人》《光头探长2》等产品陆续上线抖音、快手平台，上线后运营情况良好，其中《一波超人》上线抖音小游戏后迅速登上该平台游戏榜首。同时，公司国内团队对《汤姆猫荒野派对》《汤姆猫泡泡团》《弹弹奇兵》《热血街头足球》等移动应用产品先后开展了多轮测试，公司将根据研发进度及版本号获取情况陆续上线相关产品。截至2021年1月，《弹弹奇兵》已在国内安卓渠道上线，上线首月既取得良好的市场表现。

公司研运架构的明晰、多元品类产品的陆续上线及已上线产品的长周期稳定运营，持续夯实并强化了公司在全球休闲游戏市场领先地位。截至报告期末，公司“会说话的汤姆猫家族”IP系列移动应用全球累计下载量已超过150亿次，全球MAU高达4.1亿次。据App Annie发布的《2021年移动市场报告》数据统计，

2020年公司位列iOS及Google Play游戏综合下载榜全球第四位，成为2020年全球热门游戏公司里仅有的两家中国公司之一。同时，在中国、俄罗斯、印度、巴西、秘鲁、哥伦比亚、土耳其、阿根廷等全球17个国家，汤姆猫家族IP系列产品保持了榜单前十的人气热度。

## 2. 动漫影视作品持续热播

此前，公司基于“会说话的汤姆猫家族”IP已推出系列动画片、短片及迷你剧等动漫影视作品，通过YouTube、Netflix等全球主流平台在全球200多个国家和地区播放，深受全球用户的喜爱。截至报告期末，公司“会说话的汤姆猫家族”IP系列动画作品已被翻译成32种语言，全球累计播放量已超过720亿次。

凭借丰富有趣的原创剧情和过硬的品质口碑，汤姆猫家族IP系列动画在海外市场保持了良好的播放热度及发展趋势。报告期内，IP系列动画作品在YouTube上的新增观看量突破129亿次，同比增长114%。作为YouTube上知名动漫品牌，其内容深受各年龄段用户喜爱，旗下“会说话的汤姆猫”官方账号多次荣获YouTube全网点播量热门频道，报告期内，“会说话的汤姆猫”官方账号成功上榜YouTube全球频道前50；“会说话的安吉拉”官方账号订阅人数突破1,000万，荣获YouTube平台颁发给运营商的最高级别影响力的Diamond Creator奖项，截至报告期末，“会说话的汤姆猫家族”IP旗下已拥有三个千万订阅量级别的YouTube官方号。

## 3. 稳步推进IP线下业态发展，助力品牌价值升维

受新型冠状病毒疫情影响，2020年上半年，全球经济及金融体系受到冲击，供应链和商品生产供给不足，世界经济增长放缓。上游企业复工复产延缓，下游终端消费需求受到挤压。但随着国内疫情的有效控制与物流渠道的迅速恢复，终端消费需求回弹，家庭消费、亲子消费等产业迎来了后疫情时代的发展新契机。

报告期内，公司紧跟市场需求变化，坚持以“会说话的汤姆猫家族”IP为核心的全栖IP生态运营商战略，持续通过移动应用、动漫影视业务输出出优质内容扩大IP线上影响力的同时，积极布局线下室内亲子主题乐园、主题商业综合体、IP主题酒店等新商业服务业务，以及IP衍生品与授权业务等场景与业态，稳步推进“建设汤姆猫全栖IP生态，打造汤姆猫亲子生活品牌”的战略发展规划。

### (1) 落地多家IP亲子主题乐园合伙人店，形成“自营乐园+合伙制乐园”的良好经营态势

国内新型冠状病毒疫情爆发期间，公司积极配合当地政府的防疫工作，旗下室内亲子主题乐园均采取了临时关闭措施。随着国内疫情的有效控制，公司旗下室内亲子主题乐园陆续恢复了营业。在亲子出游需求的稳步释放下，杭州龙湖紫荆天街、合肥保利Ma11等室内亲子主题乐园自营门店客流数量迅速恢复至正常水平。

同时，随着国内疫情逐步好转，亲子娱乐消费市场需求急增，公司开始以“小步快跑，稳步推进”的方式携手城市合伙人加速室内主题亲子乐园业务布局。报告期内，公司先后与国内多家城市合伙人达成合作，陆续在浙江宁波、广东佛山、山东日照、杭州富阳、宁波慈溪等地新增开业了多家IP亲子主题乐园合伙人店。依托IP巨大的影响力与亲子乐园良好的口碑效应，各地IP亲子主题乐园合伙人店开业后运营情况良好，多家门店上榜大众点评网当地亲子乐园热门榜单前列。

此外，公司携手其他投资企业打造的首个集室内外乐园、酒店、娱乐、餐饮、购物以及特色文化体验

于一体的超大型汤姆猫主题乐园项目未来将落地于广东省佛山市粤港澳大湾区腹地。未来该项目的建成将有利于公司“会说话的汤姆猫家族”IP主题乐园的扩张与发展，有利于公司整体业务的提升，以及战略目标的实现。

## （2）IP衍生品及授权业务发展良好，凸显优质IP价值

报告期内，公司通过自主研发及授权开发相结合的方式，目前已推出多个涵盖婴童用品、儿童玩具以及生活家居用品等多元品类的IP衍生品，在依托主流电商渠道营销的基础上，积极开拓母婴社群、视频直播等新媒体营销以扩大销量及品牌知名度。

同时，报告期内，公司与阿里迅犀、童装品牌gug.kids、高端家纺品牌钱皇丝绸、知名酒店集团开元酒店旗下多家星级酒店、华润旗下高品质购物中心万象城、远洋商业乐堤港、潮童玩具品牌米奇运动、家居品牌Luckysac、餐饮品牌Mr. EGG蛋先生、健康轻奢品牌YAMII LIFE等多个品牌商家达成了广泛的IP授权合作，持续扩大IP生活消费场景，助力品牌商家提升商品的文化内涵与辨识度并有效促进销售转化。

在海外市场，公司全资子公司Outfit7公司与独立内容创作、发行和授权公司Epic Story Media签署了业务合作协议，该公司作为授权代理商将与公司携手共同拓展“会说话的汤姆猫家族”IP在美国和加拿大的商品授权、营销授权、出版物授权等IP授权业务。

## 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
广告业务	1,383,104,865.74	1,166,474,803.64	84.34%	15.28%	4.04%	-9.11%
游戏发行业务	233,591,505.45	127,524,172.46	54.59%	13.74%	0.73%	-7.05%

## 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

报告期内公司营业收入、营业成本、归属于上市公司股东的净利润等财务数据较上年同期数据增减变动幅度较大的主要原因如下：2019年度受行业等宏观政策影响，对部分业务进行战略收缩，并结合经营环境、行业政策、市场竞争等宏观因素，以及相关子公司的实际经营情况，基于谨慎性原则公司对商誉等其他资产计提了减值。报告期内，公司聚焦并落实以“会说话的汤姆猫家族”IP为核心的全栖IP生态运营发展战略，持续加强推进线上移动应用等业务，线下布局IP授权业务、IP亲子主题乐园等连锁业态，战略规

划调整效果显著，业务发展良好，故公司在报告期内相关指标数据较上年同期变动较大。公司报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司股东的净利润等具体财务数据详见公司《2020年年度报告》正文中“第十二节 财务报告”中的相关内容。

## 6、面临退市情况

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

公司于2020年8月27日召开第四届董事会第三次会议、第四届监事会第三次会议，分别审议通过了《关于会计政策变更的议案》，公司根据2017年7月5日财政部修订并发布的《关于修订印发〈企业会计准则第14号——收入〉的通知》（财会〔2017〕22号，以下简称“新收入准则”），并要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。公司自报告期初开始施行上述新收入准则，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。

本次会计政策变更是公司根据财政部修订及颁布的企业会计准则进行的合理变更，符合相关法律、法规、规范性文件、《企业会计准则——基本准则》及《公司章程》的规定，能够更加客观公正的反映公司财务状况和经营成果，为投资者提供更可靠、更准确的会计信息，不会对公司的财务报表产生重大影响。

### (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

公司于2020年度发现前期会计差错，并已对这些前期会计差错进行了更正，对2019年度合并及母公司财务报表进行了追溯调整，本次更正的项目及金额详见本报告全文“第十二节 财务报告”中的相关内容。

### (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

详见本报告全文“第十二节 财务报告”之“八、合并范围的变更”。