

证券代码：300703

证券简称：创源文化

公告编号：2020-031

宁波创源文化发展股份有限公司 2019 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 182,511,600 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 3 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 0 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 93,185.95 万元，比去年同期增长 16.44%；营业利润 13,343.81 万元，比去年同期增长 50.33%；利润总额 13,326.92 万元，比去年同期增长 40.65%；归属于上市公司股东的净利润 11,797.07 万元，比去年同期增长 41.70%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 9,205.43 万元，比去

年同期增长32.15%；经营活动产生的现金流量净额12,815.05万元，比去年同期增长150.93%。

公司集设计、生产、销售为一体，主营时尚文教、休闲文化用品，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。公司拥有宁波、安徽已打磨多年的成熟生产基地，着力打造柔性生产线，在东南亚布局越南生产基地+香港贸易中心，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。

公司主要生产四大类产品，时尚文具、手工益智、社交情感及其他，其中时尚文具为核心产品归类。公司主攻中高端文教用品，目前主要销售市场为北美市场及部分欧洲市场，位居2019年宁波市出口额前200位企业榜单第65位。通过多年研究产品属性和摸索市场需求，公司以高占比的研发投入为驱动，选择了创意设计和生产工艺难度较大的细分领域，公司产品非标准化、迭代速度快、相关产品毛利率高于同行，公司具有设计独特、质量优异、设计独特、快速交付的自身优势，从而实现经营毛利率持续攀升。

（二）主要经营模式

1、研发模式

公司采用贴近市场、贴近客户的嵌入式产品开发与创意模式，结合客户多样化动态需求。公司高投入建设国际化和本土化相结合的设计团队，在国内成立研发设计中心，在美国成立创意设计中心，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。以完善的信息系统为主体，建立了完整的研发设计流程，远程虚拟打样系统、虚拟材料间形成了交流互动的设计平台，以促进客户交流、稳定客户资源以及提升柔性化的供应能力；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，把握国内外市场的材料、色彩和图文流行趋势，进行主题化、系列化的产品开发。

截至报告期末，公司已拥有4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、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系统与SAP系统连接，可实现多维的集团化采购管控，供应商基础资料规范，在系统中建立供应商评估模型，实时对供应商总体评估，确定主要供应商及供货方案，采购订单流程高效移动协同，完善合同制作及发票校验透明管理，核价、打样、送货管理、验货入库、付款等全流程打通，快捷高效，阳光采购。

公司根据需要引进新的供应商，确保公司合作的供应商持续改善，并满足公司采购需求。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，由所需部门提出采购申请，采购部要求合格供应商比价，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。

3、生产模式

公司生产的大部分产品的结构和工艺由客供双方探讨定案，由客户下单定制。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，宁波与安徽生产基地可实现十天左右打样试制。越南公司已组建多条本册、卡片生产线，在线接单。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，公司引入MES实施智能制造自动化系统与PMC生产及物料控制系统，升级生产的计划与生产的进度控制，加强跟踪物料计划、请购、调度等物料控制模式，整合工艺路线，为公司量身定制工单流程，要求销售、生产、设计、采购、研发、品质等各部门必须紧密配合起来，实现集团内部的生产管控，实行规范的现代化生产管理体系。

4、销售模式

公司产品销售以国外市场为主，同时不断开拓国内市场。

国外市场的销售模式：公司主要以直销方式进行，客户主要包括零售商与品牌商，公司在外销过程中采取聚焦大客户战略，重点针对各区域内行业排名靠前的客户进行定向开发，由公司业务团队组建项目组进行开发和维护，并根据客户的需求进行定向产品开发设计。公司同时向客户推荐公司开发的产品，同客户建立长期稳定的合作关系。根据客户的实际需求情况，公司制定相应的客户服务计划，满足客户的个性化需求。

此外，营销部门会制定客户拓展计划，销售人员定期对客户进行走访，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合作机会，公司主要参加的展会有法兰克福展，香港礼品及赠品展，香港国际玩具及礼品展等。

国外市场销售也积极拓展跨国电商模式，睿特菲及美国睿特菲通过官网www.ritfitsports.com分销引流，同时拥有亚马逊店铺“RITFIT LLC”和欧洲亚马逊店铺“RITFIT”；美国智源拥有亚马逊店铺“PAPERAGE”，跨境电商利用亚马逊平台广阔的市场机遇，覆盖全球各个国家和地区庞大的用户群体，实现便捷销售。

国内市场销售模式：公司通过子公司宁波创源文创、杭州创源文创和杭州少女心选开展国内销售业务。国

内销售主要依靠利用区域供应链优势，发展公司自有品牌（如恋屿等）的线下批发业务，以地市级经销商批发为主，通过各类学讯订货会、展会销售推广自主品牌产品，与大客户（网易云音乐等）进行ODM开发合作；同时大力开展国内电商开拓，依托淘宝企业店和天猫店为主的店铺群销售各类文教用品及生活用品，目前淘宝店铺有“wuli手帐我的手帐店”，天猫店铺有“少女心选文具专营店”“Cre8旗舰店”，京东商城有“Cre8京东自营官方旗舰店”，拼多多店铺有“文创文具”“恋屿文创旗舰店”，通过网店集群和平台直播卖货打造较强的运营能力和引流能力。

（二）子公司主要业务情况

安徽创源为公司国内生产基地之一，打磨多年的成熟柔性生产线能够满足订单多样、质量稳定、交期迅速的需求。

滁州慧源利用当地交通物流优势，主营本地化产品出口，属于外贸型企业。

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。

美国智源打造创源文化自有文具、礼品等时尚休闲产品的品牌，实现产品以亚马逊为主的线上销售，最终实现跨境线上、线下同时销售的目标。

智源供应链为美国智源提供中国境内供应链管理服务。

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、户外家具、蹦床；并加大官网的投入，促使官网销售增大；同时不断加大欧洲市场的份额。

人之初2019年引进新团队,公司名称由宁波搜主意文化发展有限公司更名为宁波人之初文化发展有限公司，使用人类设计图体系的数据计算、分析与解读，在文创+自我认知领域，推出有趣、好看好玩、好学好用的工具化产品，倡导美满如心的生活体验，帮助用户实现生命品质的提升。

快邦投资主要负责对外投资和投资管理咨询，围绕上市公司发展战略，参股投资与上市公司业务或发展战略可以产生协同的项目、公司或其他投资标的，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：红隼互娱、森雨文化、葱电科技、灵梦传媒、天堂硅谷基金。

宁波创源文创、杭州创源文创及杭州少女心选以产品创意设计为主导，以公司强大的供应链系统为支撑，创国内新品牌，逐步扩大企业的国内品牌知名度。在国内电商渠道包括天猫、淘宝、云音乐、京东等各大平台销售自有品牌产品，同时在线下渠道为客户设计定制产品，包括为OCE、小米、云音乐等客户设计定制产品。

新加坡创源作为公司海外投资平台，负责公司的海外投资业务，积极寻找和关注时尚文教休闲用品领域优质资产标的，有计划有步骤地进行战略性投资，在更大范围和更深层次上挖掘市场潜力和空间。

香港创源作为海外贸易中心，扩大公司的海外市场影响力，防范局部可能的关税调整及贸易壁垒风险，优化并完善供应体系，打造公司时尚文教休闲用品的国际知名度。

越南创源作为公司海外生产基地，利用越南地理位置优势、人口红利、自然资源丰富、关税及企业所得税等成本优势，通过对企业内外资源实施有效的整合，在可预计的经营周期内会大幅提升企业经营绩效。

（三）参股公司的主要业务情况

森雨文化聚焦于动漫创作，团队总人数约30人，主要从事漫画连载、长篇IP影视化制作、原创漫画品牌制作、图书出版、创意项目合作。本年度森雨文化上线长篇连载3部，分别是《周一至周末》、《何来异闻社》、《与妖记-蜜地传说》，总点赞量合计破千万。本年度上架图书合计5本，合计销量5万册以上，进行中的重点合作项目为：《流浪地球》绘本、《乡村教师》漫画、《罗小黑设定集》、《罗小黑同人画集》、《沙漠十四天》等共计10个项目。霹雳托比第二本漫画书已经创作完毕，抖音动画已上线，粉丝增速相对稳定。

葱电科技主要从事手机无线共享充电模式运营，入驻商户提升其服务品质，让消费者切实体验消费升级的便捷与乐趣。旗下晓白公共无线充电项目2019年度主要是研发改型，研发试产工作于上半年完成，并于下半年开始在上海，杭州，郑州等地小规模铺装与试运营。

灵梦传媒以打造头部IP作为核心内容，已播出Hi室友第一季，继续筹备拍摄Hi室友第二季，同时开始开发MCN（Multi-Channel Network）和直播电商业务，继续完善内容消费生态链。

红隼互娱是一家手机游戏研发运营和服务公司，总部位于贵阳，在北京、深圳都设有分支机构（研发、发行），旗下已发行RPG（Role-playing game）、回合制等多种手机游戏，为用户提供优质的互联网泛娱乐服务。

天堂硅谷创源基金的基金管理团队在本年度内围绕此文化基金聚焦文化娱乐行业，在行业里筛选符合投资要求的优质项目。

（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93,185.95万元，比去年同期增长16.44%。

差异化发展战略：公司吸收具有多年从业经验的人才，坐拥区域性产业链配套优势，专注行业差异化细分领域，为国内外中高端客户提供个性化、时尚化、具有高附加值的休闲文化用品。公司的研发设计与市场团队密切合作，准确判断市场变化趋势，快速反应，及时制定和调整创意设计方向与策略，并将创意设计有效

地转化为商品，实现销售，获取盈利。

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，配备国内外设计和产品开发队伍，与美国零售商和品牌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，主打四大类文化消费产品：时尚文具类、手工益智类、情感社交类、其他类。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，着力自主品牌建设。

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SAP、CRM、SRM、MES系统，梳理和完善供应链流程模块配置。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

美国办公文具三大巨头市占率约为77%，参考美国企业集中度趋势，可以预计，若政策导向持续利好办公直销行业、龙头企业凭借自身出彩的服务能力，过硬的产品力，以及高效的仓储配送能力，有望推动未来中国办公文具行业集中度进一步提升。日本文具零售行业受整体消费影响较小，近年来大部分时间里，日本文具零售额同比增长较消费品零售总额而言更高，在经济复苏缓慢时，日本文具工业生产指数稳步上升，优于玩具、服装、消费电子产品等其他行业，龙头企业依然表现出了较强抗周期能力。（摘自广发证券研报）

2019年1-11月，国内文教、工美、体育和娱乐用品营业收入为11,457.20亿元，同比增长3.70%；利润总额为585.30亿元，同比增长13.80%。近年来，房价高企在较大程度上分流了居民储蓄和消费，直接影响居民消费支出和消费意愿，对日常消费产生较大的挤出效应，“口红经济”效应显著，年轻人和新中产对单价较低的中高端产品购买欲望和购买力增强，“小而美”、“小确幸”消费成为新潮流。由于文具和文创用品消费的价格敏感度较低，精品文创将带动文具行业在“量的增长”基础上，叠加高附加值溢价带来的“价的增长”。根据前瞻产业研究院数据，中国人均文具消费105元/年，比较世界平均水平240元/年还有很大差距。预计随着国家教育投入的进一步加大、居民可支配收入的提高、消费升级和品牌意识的加强，人均文具消费水平后续增长空间依然巨大。（摘自山西证券行业周报）

时尚创意产品对品牌重视程度、设计美感要求较高，看重附加功能、情怀与主题。在产品上，消费者更加注重使用体验的全面升级，对趣味、益智相结合有更多的需求，创意理念也不断更新。从生产大众文具升级为生产、设计具有高价值感的中高端文具和文创产品，从物美价廉升级为物超所值，从传统到时尚，消费逐渐呈现品牌化、时尚化、个性化和高端化的趋势，文教休闲消费朝着个性化、时尚化和品牌化发展成为必然，创意类产品需求进一步释放。

休闲文化用品因其特有的使用人群和文化内涵，与时尚创意、文化精神紧密联系。文教用品作为创意文化的天然载体，表达最潮最前沿的流行及生活方式，正在与创意设计业、动漫游戏业、高端工艺美术业等实现融合，成为创意文化产业的一个重要分支，具有广阔的发展空间。

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：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	931,859,495.51	800,272,710.72	16.44%	677,478,338.42
归属于上市公司股东的净利润	117,970,672.97	83,255,917.81	41.70%	60,526,037.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	92,054,327.43	69,659,953.05	32.15%	44,121,194.23
经营活动产生的现金流量净额	128,150,498.26	51,070,560.33	150.93%	98,538,039.28
基本每股收益（元/股）	0.65	0.46	41.30%	0.62
稀释每股收益（元/股）	0.65	0.46	41.30%	0.62
加权平均净资产收益率	17.54%	13.68%	3.86%	21.06%

	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	1,129,107,737.92	946,372,489.96	19.31%	808,451,792.56
归属于上市公司股东的净资产	716,667,355.43	638,547,077.28	12.23%	583,293,080.52

(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	170,030,587.16	264,764,549.27	285,146,525.94	211,917,833.14
归属于上市公司股东的净利润	8,927,070.16	39,949,354.26	46,718,397.20	22,375,851.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,933,527.14	36,521,103.77	40,062,934.22	10,536,762.30
经营活动产生的现金流量净额	2,273,521.81	24,720,906.91	57,259,020.55	43,897,048.99

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	11,856	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	10,241	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	30.69%	56,025,000	56,025,000			
任召国	境内自然人	4.44%	8,100,000	8,100,000			
全国社保基金六零四组合	其他	3.64%	6,650,800				
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	2.96%	5,395,025				
周必红	境内自然人	2.40%	4,387,500	3,290,625			
江明中	境内自然人	2.22%	4,050,000	4,050,000			
沈惠萍	境内自然人	2.12%	3,874,500				
圆信永丰基金－昆仑健康保险股份有限公司－圆信永丰优选金股 1 号单一资产管理计划	其他	1.75%	3,199,023				
柴孝海	境内自然人	1.68%	3,071,500	3,037,500			
王桂强	境内自然人	1.39%	2,535,000	2,531,250	质押		1,500,000

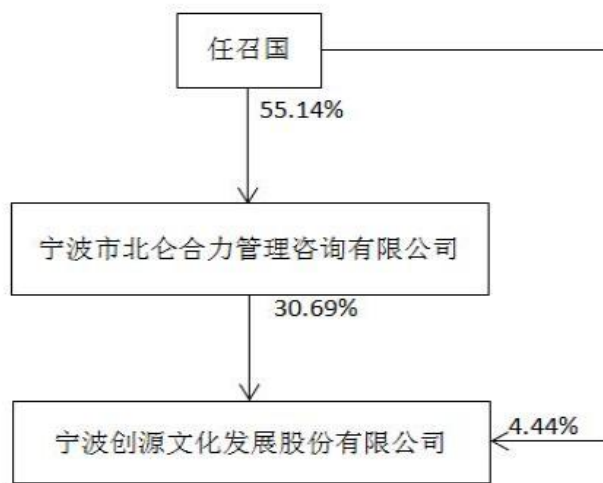
上述股东关联关系或一致行动的说明	任召国为合力咨询的实际控制人、执行董事，持股比例为 55.14%。江明中、柴孝海、王桂强为合力咨询有限公司持股 5%以上的股东，且江明中为合力咨询的监事。合力咨询为宁波天堂硅谷的有限合伙人，认缴其 5%的出资。除上述关系外，公司未知上述股东存在其他关联关系或一致行动关系。
------------------	--

（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

2019年，公司围绕“抓创新，强市场”的发展战略，稳定推进年度经营计划，战略引领，创新驱动。2019年是外贸形势较为困难的一年，也是逆势奋进的一年。面对瞬息万变的市场，公司对内加强管理，稳步推进创新项目工程、人才梯队建设与信息技术系统建设三大工程，继续推进精益生产管理，提升经营效率，优化业务架构，狠抓关键指标，加大新品开发，完善风险防控，探索转型提升。对外加强与客户联系，稳住传统市场订单，大力开拓新市场，加强与供应商合作，完善货源组织，拓宽货源渠道，积极开拓国际市场与东南亚生产链，在公司全员的努力下，经营业绩稳定增长，综合实力进一步提升。

报告期公司实现营业总收入为93,185.95万元，比去年同期上升16.44%；营业利润为13,343.81万元，比去年同期上升50.33%；利润总额为13,326.92万元，比去年同期上升40.65%；归属于上市公司股东的净利润为11,797.07万元，比去年同期上升41.70%。

1、激发员工创新活力，打造成创新型领先企业

2019年对于公司来说可谓是“创新的元年”，公司相继推出了“创新提案征集”、“创新项目立项”等举措。目的就是想通过全员参与，激发员工创新活力，持续创新，将公司打造成具有持久核心竞争力的创新型领先企业。

公司于2019年2月13日启动创新提案征集项目，引导员工提出创新方案，各系统部门积极参与到“创新”工程中来，从无到有，强化创新对经营工作的推动作用，全年共收到400余项创新提案，并成功实施十余项。内部人

员依靠创新工程突破多项技术难关，并积极申请技术专利保护，通过创新工程建设，提升产品交期，间接带来部分经济效益。

公司继续加强研发创新力度，报告期内，公司研发投入5,845.59万元，占营业收入6.27%。截止2019年12月底，本公司共有发明专利21项，实用新型专利193项，外观设计专利57项，合计专利271项。

在改进传统印刷技术方面，跟进了冷光印刷技术研发、预涂热熔胶原理的新型烫印技术研发、墨粉热熔性原理的新型烫印技术研发项目，在研发改造智能化机械化加工方法方面，跟进了平张不干贴自动贴技术研发项目。通过引进创新型人才，实施多种激励政策鼓励员工推陈出新，加强研发团队的力量，与国内外的研发团队深度合作，增强自主创新和科技成果转化能力，形成企业独有的核心技术。

2、注重人才梯队规划发展，建立企业核心团队

(1) 上市以来，公司名誉度提高对人才吸引力增强。人才管理制度以内部培养和外部引进相结合，公司注重培养专业人才，传承专业技能、建设人才梯队，有预见性地引进、储备人才，为公司快速发展贡献力量。2019年度共引进大专以上学历人员175名，其中硕士3名、本科99名、大专73名。

(2) 加强企业文化建设，定期开展多种集体活动及组织业余交流社团——七点社，年轻人参与其中并逐渐展现活力：学习俱乐部成立、职业规划的研讨、街舞氛围的引导、篮球赛的组织、精益化生产的分享等，逐渐建立起年轻人积极向上的活动空间和思考氛围；通过官网、微信公众号、简简企业文化等多种渠道进行广泛宣传企业文化，增加员工、投资者等对公司地了解。

(3) 报告期内公司实施股权激励计划，本次股权激励计划覆盖高管及骨干员工160人，整体团队利益深度绑定凝聚竞争力。公司推行管理技术两条线、双通道职业生涯进阶模式，从员工到股东身份的转变，增强员工归属感和凝聚力。股权激励在公司的发展史上具有里程碑的意义，股权激励机制，一方面是公司适应时代发展的新管理模式，另一方面是为了进一步提高员工的收入水平，实现公司与员工的共同成长、共同发展。

3、深耕信息化建设，推动经营升级

报告期内汇聚企业尖端人才建立项目小组，投入软硬件设施，开展企业管理解决方案（SAP）项目，旨在尽快融合业务流程，甚至重塑公司的各个流程，保证信息及时传递，提高工作效率。SAP与公司已有智能制造自动化系统（MES）、供应链关系管理系统（SRM）、升级改造客户关系管理系统（CRM）、升级改造企业资源计划系统（ERP）相互连接，形成高效的办公网络，缩短业务流程周转时间，提高业务部门运营效率，建设全方位的信息化、数字化企业。通过信息化项目实现公司管理水平全面提升、通过数字化转型优化业务流程，降低管理成本，促进公司创新发展，提高公司的核心竞争力。

4、深化精益，追求卓越，提升效率

精益化是打造现代化制造业、提升企业价值竞争力的关键，公司精益团队围绕效率提升、现场变化、人才培养等三大主题实施改善。第一期精益项目已完成，精益工作的开展对公司所产生了巨大的影响，精益理念已引起全公司的高度重视；第二期精益项目持续在推进中，用全局的眼光，全流程的管控，全员的参与，持续提升生产实力，不断提高生产效率，为公司持续创造效益。

5、探索东南亚生产线，发展规模优势

在保持现有稳定生产力的同时，秉着积极成长，持续发展的经营理念，利用公司自有资金，报告期内分别投资设立新加坡公司、越南公司和香港公司，布局东南亚，开拓产业化发展的新资源和新渠道，持续推进全球化战略。

设立新加坡、越南和香港子公司符合公司的战略方向和实际经营需要，一方面探索东南亚全新的生产模式，利用当地密集的劳动人口和优惠的经济政策，激励公司引进高素质的创新型人才和高新技术设备，实现技术创新与产品创新相结合，扩大公司生产力，提升产品竞争力。另一方面立足于东南亚优越的地理位置，实现公司国际化的战略举措，加大国际市场尤其是东南亚等沿线地区的市场参与程度，扩大公司的市场影响力，提升公司业绩，在更大范围和更深层次上挖掘市场潜力和空间，实现企业的快速成长。

6、线上线下结合，满足国内外市场多样化需求

文创产业在国内属于时尚新兴产业，行业集中化程度低，在国内市场具有巨大的潜力与活力。随着消费者购物习惯的改变，对个性化定制产品的需求越发旺盛，公司不仅着眼于外贸市场，也通过杭州少女心选、宁波创源文创和杭州创源文创创立自主品牌，大力开拓国内市场，以线下实体渠道化销售和线上电商一站式销售相结合的模式开展内销业务。子公司睿特菲及美国睿特菲通过亚马逊线上销售体育健身用品，全资子公司美国智源拓展现有产品在亚马逊的线上销售渠道，提高线上时尚文具产品电商跨境销售业务量。

公司结合传统模式和电商模式各自优势，面向不同的消费群体，与多个品牌合作推出个性化定制产品，拓展产品品类，提升议价能力。

7、积极开展对外投资，获得战略协同效应

报告期内公司对外投资情况如下：

(1) 葱电科技主要从事手机无线共享充电模式运营，入驻商户提升其服务品质，让消费者切实体验消费升级的便捷与乐趣。旗下开发的晓白无线充电设备于2019年6月正式开始投入商家安装使用。晓白公共无线充电

2019年度主要是研发改型，小批量试产与小规模投放验证阶段。下半年开始在上海，杭州，郑州等地小规模铺装与试运营。

(2) 灵梦传媒主要以打造头部IP内容制作为基础，专注网络综艺节目、网络连续剧、网络大电影的制作，实现从内容端到消费端完成网络综艺产业生态闭环商业模式。已播出Hi室友第一期，继续筹备Hi室友第二期，同时开发MCN（Multi-Channel Network）和直播电商业务，继续完善内容消费生态链。

(3) 宁波天堂硅谷创源重点布局于文化相关领域的股权投资，借助投资机构的专业优势提升公司的投资能力，为全体股东创造价值。2019年度基金管理团队围绕此文化基金聚焦文化娱乐行业，在行业里筛选符合投资要求的优质项目。

报告期内对外投资总体战略与公司大力支持原创设计与品牌研发，不断接收新型人才的初衷相吻合，精选各行业新兴资源与公司现有模式相融合，致力于打造行业化、全面化的领军企业。

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	557,561,742.86	371,349,016.37	33.40%	21.95%	17.39%	2.59%
手工益智类	184,313,449.16	122,558,431.63	33.51%	-0.64%	-8.25%	5.52%
社交情感类	142,130,551.18	92,259,123.23	35.09%	18.04%	2.06%	10.17%
其它	38,895,869.18	15,278,896.67	60.72%	35.43%	104.67%	-13.29%

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

宁波创源文化发展股份有限公司（以下简称“公司”）于2019年8月15日召开第二届董事会第十二次会议和第二届监事会第十二次会议审议通过《关于会计政策变更的议案》，本次会计政策变更事项基本情况如下：

一、本次会计政策变更的概述

(一) 变更原因

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）（以下简称“《修订通知》”），对一般企业财务报表格式进行了修订，要求执行企业会计准则的非金融企

业按照企业会计准则和《修订通知》的要求编制2019年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表。

根据《修订通知》的有关要求，公司属于已执行新金融工具准则但未执行新收入准则和新租赁准则的企业，应当结合《修订通知》的要求对财务报表项目进行相应调整。

（二）变更日期

公司2019年度中期财务报表及以后期间的财务报表均执行上述修订后的会计准则。

（三）变更前后采用会计政策的变化

1、变更前采用的会计政策

本次会计政策变更前，公司执行财政部发布的《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。

2、变更后采用的会计政策

本次变更后，公司执行《修订通知》的有关规定。除上述会计政策变更外，其他未变更，公司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）变更审议程序

公司于2019年8月15日召开了第二届董事会第十二次会议及第二届监事会第十二次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》，独立董事发表了同意的独立意见。根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等有关规定，公司本次会计政策变更无需提交股东大会审议。

二、本次会计政策变更对公司的影响

根据《修订通知》有关规定，公司调整以下财务报表的列报，具体情况如下：

（一）资产负债表项目

- 1、原“应收票据及应收账款”项目拆分为“应收票据”和“应收账款”二个项目；
- 2、原“应付票据及应付账款”项目拆分为“应付票据”和“应付账款”二个项目；
- 3、原“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”项目修改为“交易性金融资产”项目；
- 4、新增“应收款项融资”项目，反映以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等；
- 5、资产负债表新增“债权投资”、“其他债权投资”、“其他权益工具投资”、“其他非流动金融资产”项目；
- 6、原“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”项目修改为“交易性金融负债”项目。

（二）利润表项目

- 1、利润表增加“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）”、“净敞口套期收益（损失以“-”号填列）”、“信用减值损失（损失以“-”号填列）”项目。；
- 2、将利润表“减：资产减值损失”调整为“加：资产减值损失（损失以“-”号填列）”。

（三）现金流量表项目

现金流量表明确了政府补助的填列口径，企业实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，均在“收到其他与经营活动有关的现金”项目填列。

（四）所有者权益变动表项目

所有者权益变动表，明确了“其他权益工具持有者投入资本”项目的填列口径，“其他权益工具持有者投入资本”项目，反映企业发行的除普通股以外分类为权益工具的金融工具的持有者投入资本的金额。该项目根据金融工具类科目的相关明细科目的发生额分析填列。

所有者权益变动表新增“其他综合收益结转留存收益”项目，主要反映：（1）企业指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资终止确认时，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入留存收益的金额；（2）企业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终止确认时，之前由企业自身信用风险变动引起而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入留存收益的金额等；

本次公司会计政策变更仅对财务报表格式和部分科目列示产生影响，不影响公司净资产、净利润等相关财务指标。本次会计政策变更属于国家法律、法规的要求，符合相关规定和公司的实际情况，不存在损害公司及股东利益的情况。

公司于2020年4月16日召开第二届董事会第十七次会议和第二届监事会第十六次会议审议通过《关于公司会计政策、会计估计变更的议案》，本次会计政策、会计估计变更事项基本情况如下：

一、本次会计政策变更的概述

（一）变更原因

（1）2019年5月9日，财政部发布《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》（财会〔2019〕8号）（以下简称“财会〔2019〕8号”），要求所有执行企业会计准则的企业施行修订后的财会〔2019〕8号。

（2）2019年5月16日，财政部发布《企业会计准则第12号—债务重组》（财会〔2019〕9号）（以下简称“财会〔2019〕9号”），要求所有执行企业会计准则的企业施行修订后的财会〔2019〕9号。

(3) 2019年9月19日,财政部发布了《关于修订印发<合并财务报表格式(2019版)>的通知》(财会〔2019〕16号)(以下简称“财会〔2019〕16号”),对合并财务报表格式进行了修订,要求所有已执行新金融准则的企业应当结合财会〔2019〕16号通知及附件要求对合并财务报表项目进行相应调整,并适用于企业2019年度合并财务报表及以后期间的合并财务报表。同时将《财政部关于修订印发2018 年度合并财务报表格式的通知》(财会〔2019〕1号)废止。

(4) 2017年7月5日,财政部发布了《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”),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告的企业,自 2018 年 1 月 1 日起执行新收入准则,其他境内上市企业自2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。

(二) 变更前采用的会计政策

本次会计政策变更前,公司执行财政部发布的《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(以下简称“原会计政策”)。

(三) 变更后采用的会计政策

本次变更后,公司将执行非货币性资产交换准则、债务重组准则、财会[2019]16号、新收入准则的相关规定,其余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

根据要求,公司自上述文件规定的起始日开始执行相关企业会计准则和新的合并财务报表格式。

(五) 本次会计政策变更的内容

1、财会〔2019〕8号的要求,对2019年1月1日至执行日之间发生的非货币性资产交换,根据修订后的准则进行调整,对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换,不进行追溯调整。

2、财会〔2019〕9号的要求,对2019年1月1日至执行日之间发生的债务重组,根据修订后的准则进行调整,对2019年1月1日之前发生的债务重组不进行追溯调整。

3、根据财会〔2019〕16号的要求,本次主要变动内容及影响如下:

(1) 在原合并资产负债表中增加了“使用权资产”“租赁负债”等行项目;将原合并资产负债表中的“应收票据及应收账款”行项目分拆为“应收票据”“应收账款”“应收款项融资”三个行项目;将“应付票据及应付账款”行项目分拆为“应付票据”“应付账款”两个行项目;在原合并资产负债表和合并所有者权益变动表中分别增加了“专项储备”行项目和列项目。

(2) 在原合并利润表中“投资收益”行项目下增加了“其中:以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”行项目;将原合并利润表中“资产减值损失”“信用减值损失”行项目的列报行次进行了调整。

(3) 删除了原合并现金流量表中“为交易目的而持有的金融资产净增加额”“发行债券收到的现金”等行项目。

4、新收入准则将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型;以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准;对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引;对于某些特定交易(或事项)的收入确认和计量给出了明确规定。

新准则自2020年1月1日起施行,公司将根据首次执行该准则的累积影响数调整期初留存收益及财务报表其他相关项目金额,对可比期间信息不予调整。

二、会计估计变更情况

(一) 本次会计估计变更情况概述

1、变更原因

根据《企业会计准则第4号—固定资产》的相关规定,“企业至少应当于每年年度终了,对固定资产使用寿命、预计残值和折旧方法进行复核。公司根据实际情况,为更好地满足子公司的核算需求,保持财务政策的稳健性原则,予以变更固定资产有关会计估计,本次变更主要涉及固定资产残值率进行调整。

2、变更日期

本次会计估计变更已经公司第二届董事会第十七次会议、第二届监事会第十六次会议审议通过,无需提交股东大会审议。

(二) 会计估计变更的主要内容

(1) 变更前采用的会计估计

固定资产类别	预计使用寿命(年)	预计净残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	10-35	3-10	2.57—9.7

机器设备	5-10	3-10	9-19.40
运输工具	4-5	3-10	18-24.25
办公设备及其他	3-10	3-10	9-32.33

(2) 变更后采用的会计估计

固定资产类别	预计使用寿命(年)	预计净残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	10-35	0-10	2.57—10
机器设备	5-10	0-10	9-20
运输工具	4-5	0-10	18-25
办公设备及其他	3-10	0-10	9-33.33

二、本次会计政策、会计估计变更对公司的影响

1、财务报表格式的調整

本次合并财务报表格式调整是根据财政部要求进行的变更，仅对公司合并财务报表格式和部分科目列示产生影响，不影响公司净资产、净利润等相关财务指标。

2、会计准则修订

本次会计政策变更是公司根据财政部修订的最新会计准则进行的相应变更，变更后的会计政策能够客观、公允地反映公司的财务状况和经营成果，符合相关法律法规的规定和公司实际情况。本次会计政策变更不会对当期和会计政策变更之前公司财务状况、经营成果和现金流量产生重大影响，不存在损害公司及股东利益的情况。

3、会计估计变更

根据《企业会计准则第28号—会计政策、会计估计变更和差错更正》的相关规定，本次调整固定资产残值率属于会计估计变更，采用未来适用法进行会计处理。本次变更预计2019年折旧费用增加3.07万，净利润减少3.07万，所有者权益减少3.07万，总体对公司2019年财务状况和经营成果未产生重大影响，具体以披露的审计报告为准，无需对已披露的财务报告进行追溯调整，对公司以前各年度财务状况和经营成果不会产生影响。

根据《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》的相关规定，本次会计估计变更影响比例未超过公司最近一个会计年度经审计的净利润的50%，未超过公司最近一期经审计的所有者权益的50%，也不会导致公司最近一期定期报告的盈亏性质发生变化，因此本次会计估计变更议案不需要提交股东大会审议。

(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

与上年财务报告相比，报告期合并财务报表范围变化情况明细如下：

公司名称	变更原因
宁波纸器时代文化发展股份有限公司	转让处置
宁波市北仑区旦旦艺术培训有限公司	转让处置
CRE8 DIRECT (SINGAPORE) PTE. LTD.	投资新设

CRE8 DIRECT (HK) LTD.	投资新设
CHUANGYUAN VIETNAM COMPANY LIMITED	投资新设
滁州慧源进出口有限公司	投资新设