

证券代码：300413

证券简称：芒果超媒

公告编号：2020-026

芒果超媒股份有限公司 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
-----------	-----------	-----------	--------

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由变更为天健会计师事务所（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 1,780,377,511 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1 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	芒果超媒	股票代码	300413
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	吴俊	黄建庸	
办公地址	湖南长沙金鹰影视文化城	湖南长沙金鹰影视文化城	
传真	(0731) 82897962	(0731) 82897962	
电话	(0731) 82967188	(0731) 82967188	
电子信箱	mangocm@mangocm.com	mangocm@mangocm.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（一）主要业务介绍

报告期内，公司的主营业务板块包括新媒体平台运营、新媒体互动娱乐内容制作、媒体零售及其他。作为国有控股新型主流媒体，公司依托芒果特色融媒体生态，充分发挥可持续内容自制和产业协同优势，形成了以互联网视频平台运营为核心，涵盖互联网视频会员、广告、IPTV运营、影视剧、综艺节目制作、艺人经纪、音乐版权运营、游戏及IP内容互动运营、媒体零售、互联网金融等在内的上下游协同发展的传媒全产业链布局。



1、新媒体平台运营

依托芒果TV互联网视频平台，通过优质内容的合理编排以及会员权益体系的打造，推动会员数量增长，并与广告业务形成良性互动。同时，通过在IPTV渠道提供内容及相关增值服务，实现互联网视频、运营业务板块的协同增长。

(1) 互联网视频业务。基于目标用户的精准定位和公司品牌影响力，依托芒果TV互联网视频平台，以“芒果独播+优质精选+精品自制”影视剧及综艺节目等内容为驱动，主打“青春”主题，面向全球用户群体提供内容点播服务，通过广告收入、会员收入以及其它增值业务收入实现价值变现。

(2) 运营商综合业务。报告期内，公司对运营商网络中心、智能硬件中心进行了整合，新设智慧大屏中心，通过向运营商平台提供综合内容服务和增值应用服务，通过向终端客户提供定制的内容服务，按用户付费与运营商进行基础服务和增值服务分成。

2、新媒体互动娱乐内容制作

(1) 内容制作及运营。依托独具特色的内容生态体系，持续生产符合目标受众需求的精品内容。一方面通过在互联网视频平台播出，吸引观众为内容付费，以及通过与内容相关的广告收入等实现间接变现。另一方面，通过影视剧及综艺节目的投资、制作，到最后版权销售，完成商业闭环。

(2) 艺人经纪。公司已形成层次丰富且类型完备的成熟艺人梯队，针对包括音乐、影视等不同类别的艺人，通过参演影视综艺节目、商业类演出、品牌演唱会、品牌代言、衍生产品授权、互联网平台合作营销等方式，最大化艺人价值。

(3) 音乐版权。基于艺人经纪长期积淀并持续丰富的音乐IP资源，围绕数字音乐开展线上音乐类平台、影视配乐等授权业务。

(4) 游戏及IP内容互动营销。依托芒果TV平台和自有IP资源，通过定制游戏开发、发行取得收入；为电视互动内容提供技术、运营支持以及整合营销服务，围绕芒果系IP进行衍生授权，IP线下娱乐实体项目合作联营，为电竞频道提供增值服务等多种方式实现价值变现。

3、媒体零售业务

以芒果媒体创意与内容制作为核心，通过多屏多端布局，面向目标人群精准发布优质商品信息，深度结合大数据挖掘、长尾会员运营、网红MCN媒体社交电商等整合营销方式，激发高价值核心受众消费需求，实现内容流量的商品化变现。电视购物方面，合理优化有线电视覆盖，拓展IPTV、OTT渠道，提升综合运营能力；媒体电商方面，通过明星艺人合作、挖掘和培养网红，为商品提供最佳展示的场景，并实现带货销售。

4、其他业务

依托互联网电视牌照优势，与电视机厂商、智能硬件厂商合作，精准介入OTT等智能硬件创新研发与设计生产领域，实现价值变现。依托多元化消费场景、多领域会员数据库资源及从业牌照优势，积极拓展互联网消费金融及供应链金融业务。

(二) 行业情况

1、网络视频会员规模过亿 自制内容成竞争关键

网络视频平台会员规模迈入亿级时代，全行业付费用户总数稳定增长。作为内容与用户间最为高效的价值变现渠道，视频平台的商业价值伴随用户规模扩大而持续提升。平台有效会员规模的后续增长，将进一步取决于各大平台自制差异化内容。以优质自制内容为核心，持续细化用户需求，增强用户体验，优化内容与平台运营模式，成为各大视频平台持续提升用户规模、有效留存与会员转化的关键。

2、内容产业整合加剧 全产业链融合型平台占据优势

受经济波动、监管趋严等因素影响，内容产业优胜劣汰与整合重组加剧。拥有良好的团队机制、题材选择及政策研判能力的头部公司占据市场主要份额。集内容创意、制作、分发与运营为一体的综合性新媒体平台，生态协同发展优势凸显。

3、短视频增速趋于稳定 长短融合发展成主流趋势

短视频由前期爆发式扩张逐步转为平稳增长，用户规模与渗透率趋近于饱和，行业头部格局逐渐形成，垂直、细分、专业类内容成为流量核心。依托短视频+直播的MCN网红经济持续发展，娱乐传播价值与营销能力获得市场肯定。与此同时，

短视频平台开始广泛涉足微综艺、短剧目及电影等专业内容领域；长视频平台持续对短视频业务进行多元化布局探索，长短融合发展成为重要趋势。

4、5G落地提速 超高清视频、智慧大屏迎来发展新机遇

5G落地提速，大带宽、低时延等技术特性，利好超高清视频与智慧大屏应用。在运营商等5G商用相关方持续推动下，超高清视频成为5G重要应用场景和业务拉动引擎。自带5G模块的大屏终端打破内容分发模式，智慧大屏商业价值进一步提升，拥有完备的内容生态与牌照资产，成把握5G时代超高清视频、智慧大屏发展机遇的有力保障。

5、数字经济蓬勃发展 新技术新应用成增长主引擎

数字经济时代，5G、人工智能、大数据、云计算、物联网等新兴技术的集成创新与融合运用，推动全新数字供应链不断完善。新一代信息技术的成熟落地，深刻改变社会管理与经济产业结构，在线政务、在线教育、在线医疗、在线文娱、在线办公、共享经济与平台经济等全新应用成为拉动增长的核心动力。

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

追溯调整或重述原因

同一控制下企业合并

单位：元

	2019 年	2018 年		本年比上年增 减	2017 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入	12,500,664,232.05	9,660,661,413.72	9,660,661,413.72	29.40%	2,983,760,658.38	8,271,005,101.01
归属于上市公司股东的净利润	1,156,285,253.73	865,568,532.45	865,568,532.45	33.59%	72,537,442.51	715,151,479.15
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,093,036,165.68	287,569,612.17	287,569,612.17	280.09%	46,470,285.49	46,470,285.49
经营活动产生的现金流量净额	292,866,711.18	-376,920,617.58	-376,920,617.58		-60,071,336.96	164,840,432.20
基本每股收益（元/股）	0.66	0.92	0.54	22.22%	0.18	0.46
稀释每股收益（元/股）	0.66	0.92	0.54	22.22%	0.18	0.46
加权平均净资产收益率	15.68%	17.43%	17.43%	-1.75%	4.41%	18.33%
	2019 年末	2018 年末		本年末比上年 末增减	2017 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
资产总额	17,078,206,149.68	12,111,376,784.55	12,111,376,784.55	41.01%	2,274,279,673.54	9,576,955,616.29
归属于上市公司股东的净资产	8,783,859,219.07	5,639,373,295.72	5,639,373,295.72	55.76%	1,678,939,962.70	4,303,978,196.10

(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	2,485,083,035.67	3,018,912,973.85	2,727,837,556.55	4,268,830,665.98
归属于上市公司股东的净利润	417,932,928.86	385,670,696.84	170,978,239.92	181,703,388.11
归属于上市公司股东的扣除非经	411,985,228.15	376,202,278.78	167,229,152.36	137,619,506.39

常性损益的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-494,359,632.28	145,477,528.30	-59,045,477.56	700,794,292.72

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

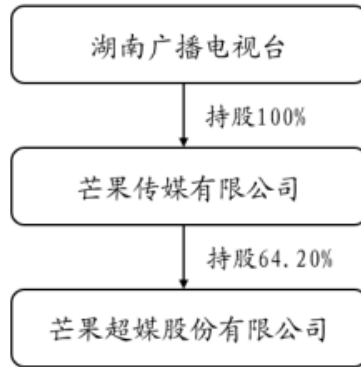
报告期末普通股股东总数	19,407	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	19,041	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
芒果传媒有限公司	国有法人	64.20%	1,142,948,158	849,019,732			
中移资本控股有限责任公司	国有法人	4.37%	77,870,025	77,870,025			
招商银行股份有限公司—兴全合宜灵活配置混合型证券投资基金	其他	1.37%	24,462,806	0			
香港中央结算有限公司	境外法人	1.29%	22,941,423	0			
中国人寿保险股份有限公司—分红—个人分红-005L-FH002 深	其他	1.16%	20,723,679	19,467,506			
中信银行股份有限公司—交银施罗德新生活力灵活配置混合型证券投资基金	其他	0.82%	14,543,853	0			
中国工商银行股份有限公司—中欧时代先锋股票型发起式证券投资基金	其他	0.82%	14,523,194	0			
上海耘懿商务咨询合伙企业（有限合伙）	其他	0.67%	11,922,737	0			
中国邮政储蓄银行股份有限公司—中欧中小盘股票型证券投资基金(LOF)	其他	0.63%	11,218,899	0			
招商银行股份有限公司—兴全轻资产投资混合型证券投资基金(LOF)	其他	0.61%	10,774,641	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东芒果传媒有限公司与其他前十大股东之间不存在关联关系或一致行动关系，未知其他前十大股东之间是否存在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

报告期内，公司实现营业收入1,250,066.42万元，同比增长29.40%，实现归属于上市公司股东的净利润115,628.53万元，同比增长33.59%。报告期末，资产总额达到1,707,820.61万元，归属于上市公司股东的净资产878,385.92万元。报告期内，公司主平台快乐阳光实现营业收入81.09亿元，同比增长44.63%，净利润 9.69亿元，同比增长36.45%。公司获评“第十一届全国文化企业30强”；在“2019年中国互联网企业100强榜单”中，芒果TV跃升至第20位，是前20强中唯一的国有控股企业，同时连续5年排名湖南省互联网企业第一；快乐阳光、芒果影视入选“2019-2020年度国家文化出口重点企业”；芒果TV自建全球文化输出平台入选“2019-2020年度国家文化出口重点项目”。

2019年是公司重大资产重组后第一个完整会计年度。面对宏观经济的新形势、行业政策的新要求、行业竞争的新变化，公司始终坚持国有新型主流媒体集团在媒体融合发展中的使命担当，以独具特色的内容生态，不断推动互联网视频业务创新升级和全产业链上下游业务协同发展，实现了公司业绩的持续稳定增长。同时，前瞻布局新业务、新技术，为公司未来发展奠定良好基础。

1、新媒体融合发展日益壮大，主流媒体使命担当愈加彰显

报告期末，芒果TV付费会员数已经达1837万，用户粘性也显著提升，新媒体平台具备了更强的竞争力。在此基础上，作为国有新型主流媒体集团，公司始终坚持守正创新，积极融入、贯彻、呼应国家主题，不断革新节目传播语态、打造多样化视角，增强年轻群体对主旋律作品的共鸣感，使主流媒体的声音更加清晰，影响力更加强大，使命担当愈加彰显。

2019年，公司创新主旋律内容的输出：一是持续深化芒果TV平台“学习时刻·首页首屏首条”建设，紧紧围绕习近平新时代中国特色社会主义思想 and 重要时政活动，打造网上学习视频专栏。二是通过芒果TV新媒体平台，联合传统媒体，在两会期间推出“芒果新闻”，创新打造新闻宣传的融媒体新形式。三是策划“我们的70年”专题，推出了一系列深受青年人喜爱和各界好评的主旋律精品力作。《我的青春在丝路（第三季）》《人间正道是沧桑——我爱你，中国（第三季）》《不负青春不负村（第二季）》等主旋律节目系列被列入第一批《庆祝新中国成立70周年优秀原创节目目录》。

2、优质内容供给升级，形成平台驱动强大合力

公司自有内容制作人员逾1500人。通过建立独特造血机制和开放、创新的激励机制，构建独具特色的内容评估体系，推行外部战略合作等措施打造出创新引领的工业化内容生产体系。2019年，公司继续夯实自制综艺核心竞争力，积极拓展影视剧内容制作全产业链生态优势，通过自制、联合出品及版权引进增加了优质内容供给，形成内容驱动平台的强大合力。

综艺节目制作方面，快乐阳光拥有16个综艺制作团队，全年自制上线综艺节目33档，形成了以“亲综艺”为核心聚焦、特色垂直综艺同步发力的芒果特色自制综艺图鉴：观察类慢综艺《妻子的浪漫旅行》《女儿们的恋爱》，实景解密体验秀《密室大逃脱》、减肥生活观察真人秀《哎呀！好身材》、蜜孕生活真人秀《新生日记》以及新型户外旅行类综艺《我最爱的女人们》《一路成年》《少年可期》《小小的追球》等等。同时，围绕核心IP《明星大侦探》推出衍生互动微剧《头号嫌疑人》，采用长短视频融合嵌套的方式增强节目的形式立体感和内容多元性，开启了综艺节目创新的全新次元。



电视剧制作与投资方面，快乐阳光在自建工作室基础上，大力推行外部战略合作策略，实现从版权采购升级IP全产业链合作新模式。年度内，其自有+外部影视工作室达15个，优质影视剧数量与质量实现双提升。2019年，芒果TV共上线30余部自制剧，《你好，对方辩友》《陪你到世界之巅》《奋斗吧，少年！》《我的波塞冬》《海棠经雨胭脂透》《奈何boss要娶我》《一夜新娘》等剧集表现亮眼。芒果娱乐出品的《激荡》《初恋那件小事》《你是我的答案》《极速救援》《出线了，初恋》等多部剧目口碑及收视俱佳。天娱传媒出品的《那座城这家人》获评中宣部第十五届精神文明建设“五个一工程”奖等国内外多项大奖，社会影响深远。芒果影视出品的《封神演义》《大宋少年志》在湖南卫视首轮上星播出后，在全国网、GSM城市网收视排名均为同时段上星综合第一；《我在北京等你》《空降利刃》列入“庆祝新中国成立70周年推荐播出参考剧目名单”。



3、互联网视频业务快速增长，会员业务贡献度提升

报告期内，公司基于平台用户精准定位，通过形成内容驱动平台的强大合力，创新升级会员与广告业务运营，并形成良性互动，推动互联网视频业务快速增长。2019年，互联网视频业务实现营业收入50.44亿元，同比增长56.46%；其中广告收入33.5亿元，同比增长39%；会员收入16.9亿元，同比增长102%。会员收入增速尤快，贡献度提升。

(1) 会员业务方面。报告期内，公司以优质、精准内容供给推动普通平台用户向付费会员用户迁移和转化；线下继续夯实“1+9”的会员权益体系，提升存量会员粘性和价值贡献；通过“青春芒果节”“会员开放日”等品牌活动，实现线上、线下全方位立体打通，吸引新会员加入；加强异业合作，拓展会员的增长渠道。2019年末，付费会员数达1,837万，同比增长70.88%。



(2) 广告业务方面。报告期内，公司广告营业收入逆势增长，主要是因为公司优质、精准内容供给规模的提升和会员数量快速增长，与广告业务发展形成了良性互动。同时，构建全域广告营销体系，通过IP+KOL带货为广告客户提供个性化定制、品效合一的综合营销方案；将广告客户诉求和节目制作全流程有机结合，广告内容与IP、视频场景深度融合，并运用大数据分析实现精准投放，提升广告的效果转化。2019年，公司广告品牌投放数达489个，同比增长50.93%。

4、运营业务保持稳健增长，启动智慧大屏关键布局

报告期内，公司运营业务实现营业收入12.75亿元，同比增长33.31%。公司对快乐阳光的运营网络中心、智能硬件中心进行了整合，新设智慧大屏中心，开启以智慧大屏为核心的多屏互动关键布局，推动互联网视频业务向家庭多场景内容消费领域延展。加大市场开发力度，将湖南IPTV移动、电信、联通三大平台在体验、内容、技术等方面积累的经验推广到全国市场。截至报告期末，IPTV业务覆盖广东、福建、浙江等31个省级行政区域，覆盖用户达1.48亿。同时，发挥教育、电竞等垂直领域内容合作优势，加强内容创新生态联动，与运营商合作伙伴共赢发展。

5、全产业链上下游多点发力，生态协同效应初显

报告期内，公司依托芒果TV互联网视频平台，发挥自身全产业链布局的生态优势，在艺人经纪、音乐版权、游戏发行、互动剧、IP衍生开发、媒体零售及互联网金融等板块多点发力，全产业链生态协同效应初显。

艺人经纪与公司业态中的综艺、影视剧制作等协同度高。报告期内，公司依托芒果TV互联网视频平台，创新市场化业务协同机制，着力打造艺人超级IP，提升艺人品牌价值。在原有影视剧、综艺、音乐、广告之外，开拓运营商、电商平台合作，推动艺人实现多渠道创收。截至报告期末，公司共有签约艺人96人：天娱传媒旗下有华晨宇、欧豪、张新成、于朦胧、姜潮、李斯丹妮、白举纲、魏巡等；芒果娱乐旗下有佟梦实、吕小雨、邢菲、齐思钧等；快乐阳光有许晓诺、罗于彤、代云帆、赵昭仪、完颜洛绒等；芒果影视的郑伟、刘昱晗等；形成了头部艺人+中部艺人+新人层次丰富的艺人梯队。



音乐版权业务方面。公司建立起涵盖唱片音乐、影视音乐、综艺音乐的完整版权体系，通过与行业内知名音乐人、音乐制作团队以及影视制作公司建立良好合作关系，加大投入发力优质影视歌曲和唱片制作业务。2019年，公司新增歌曲数量106首，上线的音乐曲库数量累计为1321首。另外，公司与各大音乐平台方实现战略合作，实现音乐版权价值持续良性发展。

游戏发行、互动娱乐及IP衍生开发方面。报告期内，依托芒果TV平台和自有IP资源，加大符合自身调性的定制游戏开发，推出了《昨日重现》（互动剧游戏）、劲舞团等多款游戏；依托公司运营商渠道，打造金鹰电竞频道，并通过组织IEF2019湖南·马栏山国际数字娱乐嘉年华，树立电竞体育赛事品牌；探索实景娱乐产品新领域，实现IP衍生开发业务落地；开发多款互动营销产品，服务多家品牌客户。

媒体零售实施向媒体电商的创新转型。媒体电商业务：通过开拓IPTV+OTT多渠道营销，探索智慧大屏商业变现，进入湖南等17个省（含直辖市），覆盖用户数达1.09亿户；创新明星电商直播，成为淘宝头部明星电商机构；制造极致单品，提供供应链全案解决，全年开发新品3500款。电视购物立足核心会员，创新经营，业务保持基本稳定。报告期内，媒体零售业务创新升级初见成效，经营实现扭亏为盈。

互联网金融方面。报告期内，在自研互联网系统平台的基础上，不断夯实风控能力，紧密围绕芒果生态发展自身业务，

开发零钱管理产品“芒果钱包”，面向IPTV合作服务商、快乐购上下游供应商定制开发“芒果文娱宝”。

6、前瞻布局新技术，新业务+新营销+新运营体系稳步升级

坚持以技术推动产品研发和创新，以产品迭代推动平台运营升级。报告期内，公司与上海科技大学成立联合实验室，围绕智能影像视觉、光场技术、AR/VR、5G全息等展开研究合作。同时，公司深入研究智能算法、AI应用和大数据分析在提升平台运营效率方面的应用，在降低用户信息触达成本、提高内容推送准确率及用户观看时长等方面取得明显成效。

报告期内，芒果TV实施“大芒计划”，以优质KOL打造营销新模式，全面升级平台营销体系，满足广告客户一站式需求。同时，“大芒计划”通过开启“用户创作中心”，通过UGC+PGC相结合的运营策略，丰富平台内容矩阵。芒果娱乐打造自有短视频MCN矩阵，形成了以@夹性芝士、@小羊有点萌、@阿莫有点乖等账号为代表的自制微剧类账号矩阵。

7、积极“造船出海”，国际融媒体传播助力中国文化走出去

公司全力打造“自有、自主、自控”的海外新媒体平台，截至报告期末，芒果TV国际版APP已经覆盖全球超过195个国家和地区，通过设立“中国文化”专区和文化频道，进行定向运营，提升国际影响力。芒果TV不断拓新合作模式，加速内容全面输出。一方面，与新加坡Sky Vision Media就《妻子的浪漫旅行》模式海外输出联合共研达成合作；与Discovery跨国联合制作了真人秀《功夫学徒》，输送精品内容，开启创优合作模式。另一方面，积极探索创新合作渠道，加大传播力度，与国际主流互联网等平台合作建设专区的同时，还与中东广播中心MBC达成战略合作。

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
新媒体平台运营	6,318,231,214.48	2,499,816,817.00	39.57%	51.16%	49.32%	0.75%
其中：互联网视频业务	5,043,611,544.30	1,644,372,580.69	32.60%	56.46%	54.62%	0.80%
运营商业业务	1,274,619,670.18	855,444,236.31	67.11%	33.31%	16.81%	4.64%
新媒体互动娱乐内容制作	3,902,187,958.57	1,045,722,568.10	26.80%	20.12%	46.18%	-13.05%
媒体零售	2,007,314,831.02	538,327,623.69	26.82%	0.87%	1.10%	-0.17%
其他	272,930,227.98	132,056,273.84	48.38%	12.65%	18.87%	-2.70%

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

本公司根据财政部《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)、《关于修订印发合并财务报表格式(2019版)的通知》(财会〔2019〕16号)和企业会计准则的要求编制2019年度财务报表，此项会计政策变更采用追溯调整法。

本公司自2019年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号——金融资产转移》《企业会计准则第24号——套期保值》以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》(以下简称新金融工具准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整本报告期期初留存收益或其他综合收益。

(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

报告期内新设快乐阳光星芒互动娱乐传媒有限公司，注销辣妈学院全球购贸易有限公司、快乐云商贸易(香港)有限公司。详见第十二节 财务报告 八、合并范围的变更。