

证券代码：002235

证券简称：安妮股份

公告编号：2020-021

厦门安妮股份有限公司 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。

本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人张杰、主管会计工作负责人张杰及会计机构负责人(会计主管人员)许志强声明：保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

本报告中涉及未来计划等前瞻性描述，不构成公司对投资者的实质性承诺，能否实现取决于市场状况、经营管理团队等多种因素，存在不确定性，请投资者注意投资风险。

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	安妮股份	股票代码	002235
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	陈文坚	谢蓉	
办公地址	厦门市集美区杏林锦园南路 99 号	厦门市集美区杏林锦园南路 99 号	
电话	0592-3152372	0592-3152372	
电子信箱	chenwenjian@anne.com.cn	xierong@anne.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

(一) 公司主要业务

安妮股份是一家以互联网应用和服务为主要领域和方向的综合企业集团，报告期内，公司主要业务为版权综合服务和商务信息用纸服务。

1、版权综合服务

公司以“让版权实现更大价值”为使命，以成为世界上最大的版权服务商为愿景，以顾客思维为基础，提出了“创作即确权、使用即授权、发现即维权”的核心蓝图产品思路，开发出了以人工智能（A）、区块链（B）、云计算（C）、大数据（D）为技术底层，提供确权、授权、维权、信息服务、资产管理、金融化六项服务的“版权家”版权综合服务平台，为权利人提供全面的版权服务，即从版权内容诞生到版权内容变现的全方位全价值链服务。

2、商务信息用纸服务

公司以客户需求为导向，为客户提供以标签为主的商用定制产品，以复印纸、热敏纸为主的办公用纸产品以及为国家彩票中心提供产品制造供应与服务。公司经过20余年的耕耘与产品经验积累，已经形成了良好的产品口碑及品牌效应，在与各大客户保持着长期稳定的合作关系的同时，积极开发新技术，通过一体化生产体系，为客户提供定制化服务，并提供多系列产品、技术及整体解决方案，不断提升公司的产品品质和服务品质。

报告期内，公司的标签业务主要的产品范围为汽车润滑油标签、日化产品标签、电子标签等，主要客户覆盖了BP、RIO、固特异轮胎、BOSCH、TOTAL、中石油、SK、龙蟠、固特异、高露洁、胜牌、福斯、比亚迪等。公司通过引入精益生产管理系统提升生产效率和产品质量，通过技术创新针对性解决客户的痛点（如外观设计年轻化的需求、防伪溯源的需求、抵御极端环境条件的需求等），赢得了各行业客户的赞赏，为未来持续的市场开拓打下坚实的基础。同时，公司也积极响应政府的“绿水青山就是金山银山”的号召，通过节约生产办公能源消耗、废弃物无害化处理及生产资料回收再利用等方式，积极提升生产过程中的环保水平。

（二）版权行业发展介绍

版权行业是一个具有广泛覆盖面的历史悠久的行业，从中国四大发明之二的造纸术和印刷术发明之后，出版业开始普及，书籍生产成本大幅度降低，逐渐成为一种都市商品，从唐代开始就发现了盗版现象。为了保护自身利益，出版商开始寻求有别于普通财产的特殊保护。宋代程念人在其刻印的《东都市略》目录后有长方牌记云：“眉山程念人宅刊行，已申上司，不许复版”，表明了出版商力图独占著作权权益的诉求，标志着中国版权意识的萌芽。但是在一千多年前的宋代，这种对版权保护申请的许可只是属于官府的行政庇护，非来自于制度性保护，而这种保护也只是处于个别的、局部的、区域性的，难以进行大规模推广，因此中国古代的版权产业发展相对缓慢。而反观西方，1710年英国议会通过了被公认为“世界上第一部版权法”的《安妮法案》，成为版权产业发展的重要里程碑。该法案的全称是《于法定期间授予被印图书原稿之作者或购买者复制原稿权益促进知识之法》，已经隐含了现代《著作权法》的基本元素。《安妮法案》之后的近两个世纪，版权保护的理念经过几代出版人不断的完善和细化，也基本形成了国际通行的《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》，该公约奉行“国民待遇原则”、“自动保护原则”、“独立保护原则”和“最低保护限度原则”，在四项原则下，保护缔约国国民的或在缔约国内首次发表的一切文学艺术作品的精神权利和经济权利。在经过了历时近百年的多次增补和修订后，《伯尔尼公约》的实体条文于1971年获得绝大多数成员国的批准，标志着国际版权保护体系的初步形成。1992年10月，中国成为该公约的成员国。

在2000年前后，随着互联网及IT技术的蓬勃发展，作品的表现形式日趋丰富，内容数字化成为必然的趋势，而对于数字版权的保护也成为版权行业从业者面临的全新课题。其中的里程碑事件是美国于1998年宣布正式生效的《数字千年版权法》，这一法案实现了“印刷版权-电子版权-网络版权”保护的制度创新，是美国为应对数字化时代的挑战和世界知识产权组织的新规范而实施的重要法律，也针对数字技术和网络环境的特点，为全球数字版权的认证和保护提供了新的思考和范例。《数字千年版权法》实施后的1998年到2015年，美国核心版权业产值复合增速达到了5.5%，2015年产值突破了1.2万亿美元。

回归到国内数字版权行业的发展。随着2001年中国加入WTO，逐步融入全球经济贸易体系，经济增长飞速发展。特别是在2008年金融危机之后，以4G技术普遍应用为引领的移动互联网时代在国内快速到来，网络数字版权成为版权行业里面越来越重要的一个分支。根据《中国网络版权产业发展报告（2019）》统计显示，2018年中国网络版权的市场规模突破了7400亿元人民币，同比增速为16.6%，从2013年至2018年的年复合增速达到了28%；而在产业细分结构方面，新闻、游戏和视频成为三大支柱，合计贡献了85%的份额，同时，直播、动漫和短视频的占比也逐步提高，产业结构日益多元化；更重要的是，

从盈利模式上看，广告收入与用户付费的占比已经接近1:1，说明用户付费意识的觉醒，也为产业的发展，特别是优质内容的创作提供了更有利的生存环境。

目前，数字版权产业的发展有以下几个鲜明的特点：

- 内容生产大众化——“人人都是创作者、人人都是版权人”，以手机和其他外设工具为代表的创作工具的普及、AI技术的不断成熟以及内容消费需求的个性化趋势为基础，以各种创作平台/自媒体平台的蓬勃发展为环境，内容生产由原来具有较高门槛的专业商业化行为逐渐变为低门槛的普通大众化行为，大量非职业创作人进入内容生产领域，如何为海量创作者提供优质高效的服务将会是未来行业所面临的课题，也会是最大的行业增长点。
- 版权服务智能化——随着人工智能、区块链、云计算、大数据等技术的日益成熟，逐渐成为版权产业改变的重要推动力量，在内容生产、分发、消费的各个环节发挥越来越大的作用。主要表现为智能化生产、算法化分发、个性化&社交化消费，三者首尾相扣形成完整的闭环，相互影响相互驱动；而以传统巨头BAT和新兴巨头字节跳动为代表的各大平台，也在逐步构建内容新生态，如何利用技术提高服务的效率、扩大服务的范围成为从业者面临的新课题。
- 用户范围扩大化——随着移动互联网的高速发展，以微博、微信、抖音、快手等平台为代表的社交媒体快速壮大（微博平台MAU接近5亿，平均DAU超2亿；3500万微信公众号中活跃比例已达15%以上；抖音平台的DAU更是超过了4亿），这些庞大的用户催生了许多新兴的应用场景和服务，产业规模快速扩大，导致了对优质版权创作内容需求的激增，反向刺激了内容生产领域由小众专业市场向大众非专业市场的转变。
- 版权保护规范化——随着中美贸易协定的逐步签署，知识产权成为其中最为引人关注的议题。而作为知识产权重要组成部分的版权，国家的保护力度也在不断加大，始于2010年的“剑网行动”对网络侵权行为的打击日见成效，以《著作权法》为代表的相关法律不断完善。而公众版权意识的不断加强，也是版权产业不断壮大的核心推动力。在2019年的《政府工作报告》中，总理提到“全面加强知识产权保护，健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度，促进发明创造的转化运用”；而中共中央在印发的《深化党和国家机构改革方案》中，决定由中央宣传部统一管理版权工作。这一系列的措施，无不体现了党和国家对知识产权保护工作的高度重视，这也为版权产业的发展提供了新契机。

“内容生产大众化、版权服务智能化、用户范围扩大化、版权保护规范化”等趋势，推动版权行业高速发展，而中国的数字版权产业，也在展现出五大新气象：

- (1) 主动承担社会责任、反映社会现实生活；
- (2) 用户版权意识提高、付费意愿逐步增强；
- (3) 版权产业跨界融合、产业生态不断创新；
- (4) 创作形式持续创新、技术推动产业发展；
- (5) 海外布局力度加大、原创文化国际认可。

数字版权行业的高速发展壮大，为公司核心主营业务的增长提供了广阔的空间，公司将迎来高速发展的历史机遇期。公司将坚持以“让版权实现更大价值”为使命，以成为世界上最大的版权服务商为愿景，向内潜心修炼内功、向外积极拓展客户，通过不断强化以“版权家”为核心的对应不同业务品类的小生态，构建版权服务的大生态。

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（元）	432,752,748.83	714,872,486.11	-39.46%	658,420,472.76

归属于上市公司股东的净利润（元）	24,057,565.30	75,525,209.45	-68.15%	-365,071,834.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-239,770,406.84	13,564,916.22	-1,867.58%	-411,132,588.76
经营活动产生的现金流量净额（元）	69,955,034.18	-137,740,785.49	150.79%	-22,309,892.36
基本每股收益（元/股）	0.0388	0.1211	-67.96%	-0.5875
稀释每股收益（元/股）	0.0388	0.1211	-67.96%	-0.5875
加权平均净资产收益率	1.08%	3.42%	-2.34%	-16.63%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
总资产（元）	2,255,563,045.72	2,521,858,973.64	-10.56%	2,495,861,011.91
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,856,266,554.61	2,186,643,871.73	-15.11%	2,217,695,298.47

(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	109,921,294.29	87,610,727.26	87,131,679.53	148,089,047.75
归属于上市公司股东的净利润	99,520,927.44	738,097.97	-13,246,146.73	-62,955,313.38
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	243,807.92	-5,112,751.56	-14,140,127.84	-220,761,335.36
经营活动产生的现金流量净额	19,639,925.87	3,473,898.55	2,870,495.91	43,970,713.85

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	76,676	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	74,318	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	
林旭曦	境内自然人	14.90%	86,669,683				
张杰	境内自然人	6.90%	40,168,494	34,486,420			
杨超	境内自然人	3.63%	21,113,550	20,935,890	质押	20,699,998	
雷波	境内非国有法人	0.81%	4,700,000				
中国建设银行股份有限公司—华宝行业精选混合型证券投资基金	境内自然人	0.50%	2,885,539				

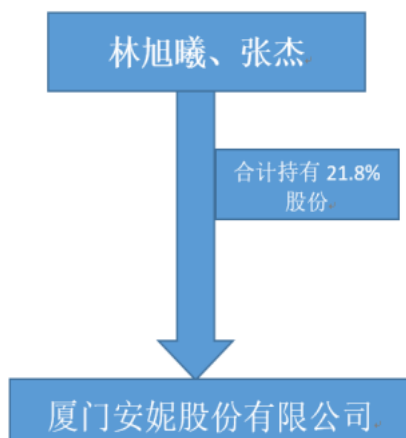
朱小燕	境内自然人	0.38%	2,196,000			
张海明	境内自然人	0.31%	1,826,850			
蔡晓东	境内非国有法人	0.30%	1,771,500			
浙江九章资产管理有限公司一九章幻方皓月 20 号私募基金	境内自然人	0.27%	1,590,585			
陈销钊	境内自然人	0.23%	1,343,400			
上述股东关联关系或一致行动的说明	前述股东中，张杰和林旭曦为夫妻关系；除此之外，公司不知悉其他股东之间是否存在关联关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	雷波所持股份 4,700,000 股通过其信用证券账户持有；蔡晓东所持股份中的 921,800 股通过其信用证券账户持有；陈销钊所持有股份 1,343,400 股通过其信用证券账户持有。					

(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，公司持续践行“让版权实现更大价值”，深耕版权综合服务市场，依托内部研发不断的技术迭代，提升版权产品服务、版权经营服务、版权管理服务的能力。公司组建不同的团队，针对版权领域不同的品类进行针对性的开发和拓展，

努力争取抓住版权行业高速发展的历史机遇期，在不断发展壮大的市场规模蛋糕中分得更多的市场份额。同时，公司在原有的传统互联网营销服务升级成新媒体矩阵的基础上，新增短视频广告植入等业务，努力实现传统产业的转型升级和资源的最大化利用。在商务信息用纸方面，公司依靠多年行业资源和品牌美誉度的积累，与重要客户持续保持稳定的合作关系，同时加紧开拓新客户和新市场，推进商纸业务的平稳发展。

（一）版权业务

报告期内，版权业务是公司的核心业务，通过对行业的深入研究分析，公司战略性的构建了三个蓝图产品服务，分别针对蓬勃发展的数字版权行业日益尖锐的“确权难、授权难、维权难”三大核心痛点。通过创作即确权提升权利人确权的效率，降低确权的成本；通过使用即授权提升授权交易过程中的透明度和信任度，促进授权交易市场的快速增长；通过发现即维权提升权利人维权的效率，同时增加侵权人的侵权成本，促进数字版权行业的健康发展。真正践行“让版权实现更大价值”的使命。

• 蓝图产品一：创作即确权

“版权家”版权综合服务平台应用人工智能、区块链、云计算、大数据等技术进行开发，利用区块链技术分布式记账、不可伪造、不可篡改、可溯源的特点，为权利人提供数字版权确权存证服务。版权家通过搭建国内领先的版权区块链联盟，引入中国科学院国家授时中心、天威诚信、司法鉴定中心等机构作为联盟中的重要节点，使得确权存证的服务更加具有公信力。针对增量的内容，权利人可以使用“版权家”平台实时记录作品的诞生过程，通过将作品创作时间、作者信息、作品内容转换成哈希值的方式，将作品的创作过程证据链固定在版权区块链联盟上；针对存量的内容，权利人可以通过“版权家”平台进行数字化整理，添加数字标签，并在版权区块链联盟上声明该内容的权属关系并将之固定。同时，“版权家”已与北京互联网法院“天平链”电子证据平台实现跨链存证数据互相引用，帮助权利人提升存证的司法效力，为权利人后续的版权价值挖掘奠定坚实的基础。

• 蓝图产品二：使用即授权

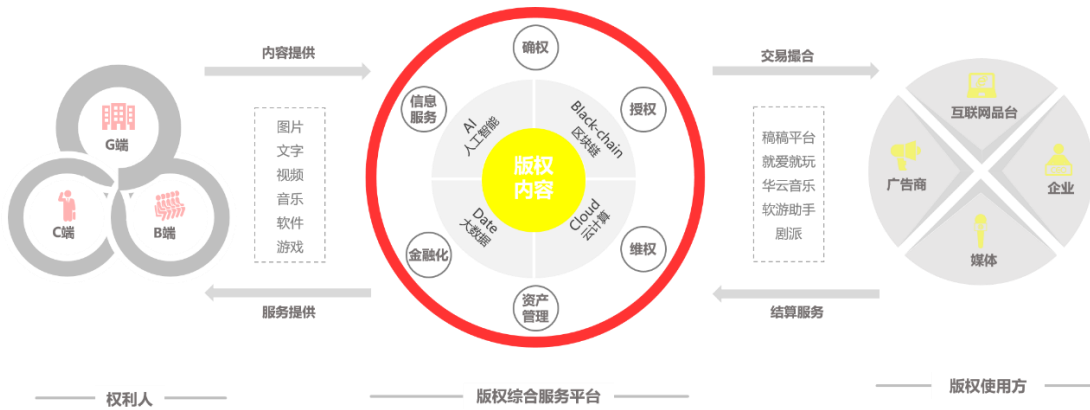
“版权家”版权综合服务平台应用人工智能、区块链、云计算、大数据等技术进行开发，依托旗下针对数字版权的不同表现形式（如图片、文字、视频、音乐、软件、游戏等）的各子业务平台，完整记录作品在权利人、平台、用权人中授权/转授权/使用的全过程，并通过版权区块链联盟在节点社区中广播，可实现版权流过程的全透明，在权利人和用权人以及相关中介方之间信息完全对称，有利于对版权内容的使用进行合理定价，并可根据相关智能合约的指令，由用权人通过平台向权利人进行自动化支付。由于授权交易过程的公开透明，大大降低了权利人、用权人和平台之间的不信任感，提升了版权授权交易的效率，培养了各相关方的使用习惯，能够促使授权交易的规模迅速增长。

• 蓝图产品三：发现即维权

“版权家”版权综合服务平台应用人工智能、区块链、云计算、大数据等技术进行开发，并与旗下监测业务子公司强大的全网爬虫搜索技术和海量内容数据库相结合，能对已存证用户的数字版权进行“7*24”的不间断监测，通过AI自动比对全网内容与用户存证内容的相似性，对存在高度相似的内容实时固定证据并上链，同时将相关疑似侵权信息反馈至“版权家”平台，由平台提醒用户是否进行相关维权操作及采取何种方式维权，大幅提升权利人的维权效率，增加侵权人的侵权成本，有利于数字版权行业的健康发展。

基本商业模式

下图展示了公司版权业务的基本商业模式（附图一）



版权与作品同时诞生，在作品的内容价值产生的同时，作品的版权价值（17种权利）也同时产生。因此对版权的确权、维权、交易、增值等是确定的、持续存在的市场需求。公司版权业务的使命就是通过为市场提供版权综合服务，让版权实现更大价值。

图中展示的业务核心是公司的“版权家”版权综合服务平台，基于人工智能（AI）、区块链（Block-chain）、云计算（Cloud）、大数据（Data）等底层技术，通过网站、移动端、小程序等界面形态和应用工具、SAAS、PAAS、区块链联盟链等产品与服务形式为权利人提供确权、授权、维权、资产管理、金融化和信息服务，即“ABCD+6项服务”。公司定位于为权利人提供全方位的服务，针对不同细分品类（如图片、文字、视频、音乐、软件、游戏等）的权利人不同的需求特点，相应开发具有定制化特色的品类服务子平台，为权利人提供从版权诞生到版权变现的全价值链服务，让权利人能够将精力集中于内容生产及创作的核心工作而无其他后顾之忧，为权利人打造服务于数字版权内容生态的“基础设施”，并通过深耕每一个细分品类的垂直领域小生态，助力最终构建安妮版权大生态圈宏伟目标的实现。

公司的上游系具有版权服务需求的各类型权利人，包括C端个人权利人、B端机构权利人、G端政府权利人。

- 针对C端个人权利人，公司主要提供按次收费或按不同会员服务时长打包收费的服务形式，由客户根据自身需求进行自由选择。
- 针对B端机构权利人，公司主要采用会员服务收费的形式，提供不同级别的服务套餐供客户选择，同时亦可提供定制化的解决方案，解决客户的个性化需求。
- 针对G端政府权利人，公司主要根据其需求特点，采用“一事一议”的服务方式，通过提供定制化解决方案，包括前期系统开发维护、中期版权综合服务和后期版权管理等具体措施，为客户解决个性化问题。

目前公司的版权服务已积累了大量的版权信息数据，通过对数据的清洗和深度梳理，可以帮助公司后期建设和完善版权信息搜索引擎，并扩大版权内容数据库，为授权交易的业务打下坚实的基础。公司将持续通过“ABCD+6项服务”和版权区块链（联盟链）服务为顾客提升版权创造、保护、运用、增值等能力，助力顾客在自己的经营场景中获得更好的收益。同时，版权家以强大的整体体系赋能合作伙伴，提供整体效率和竞争力，为顾客提供优质高效便捷的版权综合服务。

1、版权综合服务平台的搭建与优化

公司以“创作即确权、使用即授权、发现即维权”作为产品思路，在“版权家”版权综合服务平台的基础上，针对客户版权信息一站式搜索的需求痛点，开发了版权信息搜索引擎——“版权百科”；针对不同品类客户的需求特性，开发了服务于各品类垂直市场的稿件交易平台——“稿稿平台”、歌曲交易平台——“华云音乐”、游戏交易平台——“就爱就玩”、剧本交易平台——“剧派网”、软件著作权/游戏版号登记平台——“软游助手”；针对客户无法高效监测侵权行为的痛点，通过投资入股的方式，与版权监测维权平台——“图盾”通力合作，为客户提供实时的监测服务。构建了确权-授权-维权的一体化产品矩阵。



报告期内，“版权家”平台累计为客户提供版权服务逾百万次，在行业内树立了较好的品牌形象，逐渐形成稳定的版权服务流量入口；“版权百科”平台积累版权信息数据近42万条，能够为用户提供高效的版权信息查询；“稿稿平台”通过搭建原创稿件的中央厨房，已成功撮合稿件交易逾21万次；“华云音乐”平台对接DCI体系，为音乐人提供超25万次音乐版权登记服务；“剧派网”以“十万文人打造同一影视IP”为理念，目前已积累了涉及科幻、玄幻、武侠、校园、职场、情感等题材的众多IP有待商业开发；“软游助手”作为一站式软件著作权申报平台，已为相关企业客户高效申请软著近6万次；“图盾”通过持续的技术迭代，目前已能够实现8秒之内在全网范围内快速定位到侵权图片，通过自主研发的图片比对数据库和爬虫系统，为用户提供几乎零时滞的全天候监测。

完整的产品矩阵和业务体系，为实现跨越版权管理、版权经营、版权产品三个层次的版权综合服务奠定了坚实的基础，同时也为创新业务的孕育孵化提供了肥沃的土壤。

2、外延合作渠道的开发与拓展

公司在不断修炼内功、迭代优化产品的同时，积极拓展上下游客户。报告期内，公司与俄罗斯艾尔米塔什博物馆（冬宫）签订了关于其艺术品IP在中国区域内授权开发的业务协议，并通过自主研发及外部授权合作的方式，深入挖掘艺术品IP的价值；公司与德国“红点设计博物馆”达成战略合作，旨在未来进行原创设计版权领域的深度合作；公司与腾讯课堂签订了版权服务协议，为其提供教育类视频的版权确权等综合服务；公司还与线装书局签订战略合作协议，为其丰富的线装书资源提供版权管理和侵权监测等服务。

除了上述B端客户及合作伙伴的开拓外，在G端政府客户拓展方面，公司也取得了较大的进展。报告期内，公司与深圳前海管理局达成合作，由公司和前海科创投牵头，共同发起设立了“版权创新研究院”，全面助力“国家版权创新发展基地”的建设；公司的“版权家”系统与北京互联网法院“天平链”电子证据系统实现跨链数据引用，并于4月份助力北京互联网法院完成采纳“天平链”电子证据宣判的侵害作品信息网络传播权纠纷案的首例判决。

3、积极投入技术研发

公司不忘技术是第一生产力的真理，在加大对外拓展业务的同时，也在加大在技术研发方面的投入。公司研发费用为2213.46万元，公司目前版权业务研发团队人数有61人，其中具有高级职称资格4人。公司的“版权家”系统基于区块链等技术深度开发，通过积极对接工信部电子技术标准研究院、IEEEP等组织，积极参加区块链多项国际/国家/行业标准的拟定工作，并成为中国版权保护中心牵头发起的DCI标准联盟链首批12家成员单位之一。报告期内，公司成为首批获得区块链信息服务备案的机构之一，公司的“版权家可信存证系统”获得第三届中国区块链开发大赛的一等奖，由公司牵头并由中国区块链技

术和产业发展论坛各单位参与编写的团体标准T/CESA1048-2018《区块链存证应用指南》成为入选“百项团体标准应用示范项目”的区块链领域唯一标准。

(二) 商务信息用纸业务

商务信息用纸业务是公司的传统业务，承载着公司多年的品牌积累，经过逾20年的发展，已经形成了一体化生产体系优势和多产品系列优势。通过综合个性化产品设计，积极钻研产品技术，为客户提供整体解决方案，最大化满足客户的需求。报告期内，公司拥有以“安妮”为核心品牌的多个产品系列，范围覆盖热敏纸、无碳纸、彩色喷墨打印纸、双胶纸等，公司通过加强层级管理，引入先进的管理理念，加大薪酬绩效激励作用，充分调动了团队的积极性。公司商务信息用纸定制产品在保持市场较强竞争力的同时，销量和份额也实现稳中有升；彩票用纸继续保持对10个省级彩票中心的供应合作；公司标签业务产品持续为包括BP、固特异轮胎、博世等世界500强在内的多家客户提供服务。整体商务信息用纸业务继续保持稳定盈利。

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
纸制品及相关服务	281,301,509.14	224,973,622.91	20.02%	3.91%	0.84%	2.43%
互联网及相关服务	139,404,499.49	64,545,899.84	53.70%	-68.16%	-78.70%	22.91%

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，公司营业收入比上年同期减少39.46%，营业成本比上年同期减少44.53%，是因为影视及游戏分发业务受政策影响下降幅度比较大；

报告期内，公司归属上市公司股东净利润比上年同期减少68.15%，是因为影视及游戏分发业务受政策影响下降幅度比较大；

报告期内，公司归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润比上年同期减少-1,867.58%，主要是因为公司计提商誉减值损失22,061.48万元；

报告期内，公司经营活动产生的现金流净额比上年同期增加150.79%，是因为公司加大应收账款回款力度；

报告期内，公司基本每股收益、稀释每股收益比上年同期减少67.96%，是因为公司净利润减少。

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

(1) 财政部于2017年发布了修订后的《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——套期会计》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》（上述四项准则以下统称“新金融工具准则”）。

新金融工具准则将金融资产划分为三个类别：（1）以摊余成本计量的金融资产；（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在新金融工具准则下，金融资产的分类是基于本公司管理金融资产的业务模式及该资产的合同现金流量特征而确定。新金融工具准则取消了原金融工具准则中规定的持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产三个类别。新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型。

(2) 财政部于2019年4月发布了《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“财务报表格式”），执行企业会计准则的企业应按照企业会计准则和该通知的要求编制财务报表。

本公司于2019年1月1日起执行上述修订后的准则和财务报表格式，对会计政策相关内容进行调整。

2. 会计政策变更的影响

(1) 执行新金融工具准则的影响

合并报表项目	2018年12月31日	2019年1月1日	调整数
流动资产：			
交易性金融资产		760,845,392.81	760,845,392.81
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	440,704,055.56		-440,704,055.56
其他流动资产	224,878,422.52	24,878,422.52	-200,000,000.00
可供出售金融资产	211,611,337.25		-211,611,337.25
其他权益工具投资		90,120,000.00	90,120,000.00
其他非流动金融资产		1,350,000.00	1,350,000.00
其他综合收益	120,141,337.25		-120,141,337.25
未分配利润	-298,489,381.22	-178,348,043.97	120,141,337.25

母公司资产负债表

母公司报表项目	2018年12月31日	2019年1月1日	调整数
流动资产：			
交易性金融资产		670,707,726.14	670,707,726.14
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	350,566,388.89		-350,566,388.89
其他流动资产	200,859,237.30	859,237.30	-200,000,000.00
可供出售金融资产	206,831,337.25		-206,831,337.25
其他权益工具投资		85,340,000.00	85,340,000.00
其他非流动金融资产		1,350,000.00	1,350,000.00
其他综合收益	120,141,337.25		-120,141,337.25
未分配利润	-285,036,653.68	-164,895,316.43	120,141,337.25

本公司根据新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即2019年1月1日）的新账面价值之间的差额计入2019年年初留存收益或其他综合收益。

(2) 执行修订后财务报表格式的影响

根据财务报表格式的要求，除执行上述新金融工具准则产生的列报变化以外，本公司将“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”两个项目，将“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”两个项目。本公司相应追溯调整了比较期间报表，该会计政策变更对合并及公司净利润和股东权益无影响。

上述会计政策变更已经公司第四届董事会第29次会议审议审批通过。

(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

- 1、2019年2月28日，公司投资设立厦门安妮文化产业开发有限公司；
- 2、2019年3月13日，公司投资设立厦门安普农食品有限公司；
- 3、2019年6月26日，公司全资子公司北京淘智慧电子商务有限公司投资设立北京稿稿文化传播有限公司；
- 4、2019年12月，厦门安妮知识产权服务有限公司投资设立安妮版权创新发展科技（深圳）有限公司和安妮创意设计服务（深圳）有限公司。

厦门安妮股份有限公司

法定代表人：张杰

二〇二〇年四月二十八日