

浙江祥源文化股份有限公司关于上海证券交易所有问询函回复的公告

证券代码:600576 证券简称:祥源文化 公告编号:临 2020-010

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

浙江祥源文化股份有限公司(以下简称“公司”)于2020年1月21日收到上海证券交易所出具的《关于浙江祥源文化股份有限公司2019年年度业绩预告有关事项的问询函》(上证公函[2020]0147号,以下简称“问询函”)。公司收到《问询函》后,对此高度重视,积极组织下属相关业务部门,对问询事项进行了认真分析,并联系相关方进行了认真沟通与讨论,现就相关问题回复如下:

一、截至2019年9月30日,公司商誉账面价值8.66亿元,主要由公司前中期收购瑞通动漫而形成。请公司结合拟计提商誉减值准备的子公司所处行业发展状况、经营环境、财务指标等情况,说明相关子公司业绩出现下滑的原因,计提商誉减值的合规性和合理性,并请公司年审会计师发表意见。

回复如下: 厦门瑞通动漫有限公司(以下简称“瑞通动漫”)始于2003年,系浙江祥源文化股份有限公司全资子公司,是文化部、财政部认证的国家级动漫企业、国家高新技术企业。瑞通动漫是国内最早专注于提供动漫相关移动增值服务和移动互联网动漫业务的企业之一。自成立以来,瑞通动漫依托自身的IP内容优势,利用多年增值电信业务的开发及运营经验积累,与三大运营商保持多年的深入合作,建立起“内容+渠道”的成熟业务模式,其营业收入按行业划分主要来自动漫及其衍生业务(包含移动互联网动漫的创意、策划、制作、发行;动漫版权授权;衍生品的开发和运营;动漫渠道支撑等)和游戏运营业务。

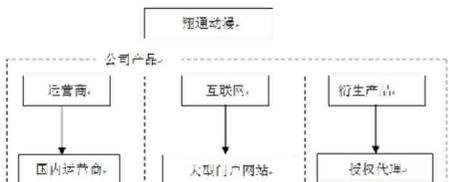
(一)动漫及其衍生业务 瑞通动漫的动漫及其衍生业务主要通过版权数据库和自身IP资源进行版权授权和新媒体运营推广方式来实现收入,收入方式包括:

(1)与三大电信运营商合作,即在获得电信运营商的内容提供商或服务提供商资质后,与电信运营商对终端用户消费动漫及其他优质内容产品的信息费用进行分成结算;

(2)出售线上或线下版权以及创意动漫产品,即向其他移动互联网企业销售动漫产品的线上版权或者通过对实体企业收取动漫形象线下版权授权费用。

(3)基于积累的渠道和运营的优势,通过第三方付费和互联网推广方式实现收入,即根据自身的运营需求,寻求第三方付费平台或者需推广产品进行合作,利用自身优势和渠道进行推广,最终在产品销售给终端消费者后,根据约定的结算规则,进行分成结算。

具体业务流程如下图所示:



2018年度,动漫及其衍生业务板块的主要收入组成及占比如下表所示:

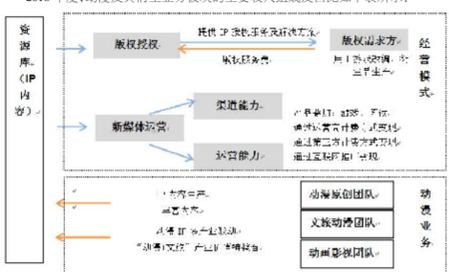


Table with 5 columns: 营业收入, 营业成本, 毛利, 营业收入占比, 毛利占比. Rows include 动漫衍生业务, 动漫版权授权等技术服务, 互联网推广, and 合计.

由上表可知,瑞通动漫之动漫及其衍生业务板块的营业收入中63.67%来源于动漫衍生业务,主要指与三大运营商开展的相关业务,即电信增值业务;18.93%来源于互联网推广服务;17.40%来源于技术服务,主要包括动漫版权授权服务。

1. 动漫衍生业务

(1) 行业发展及整体经营环境

2019年度,国内通信行业普遍面临传统业务日趋饱和、4G流量红利逐渐消退、新兴领域多元化竞争不断加剧等挑战。传统电信业务高速增长期已过,行业发展面临增速放缓、存量套费和宽带低价白热化竞争等多重压力,增量不增收的魔咒和不断扩大的数量剪刀差压缩着行业利润空间,移动、4G、宽带用户ARPU值几乎全面线下滑。根据工信部发布的2019年上半年通信业经济运行情况显示,上半年,三家基础电信企业实现移动通信业务收入4596亿元,同比下降4%;数据和互联网业务收入进入微增长通道;三家基础电信企业完成移动数据及互联网业务收入3086亿元,同比增长0.7%,增速较一季度和2018年全年分别回落1.5%和9.5%;根据三大运营商的2019年上半年财报,2019年上半年,三大运营商面向个人业务的收入,包括移动通讯、移动互联网、有线宽频等大幅增长,甚至出现负增长,三大运营商都面临着语音业务收入减少、互联网和流量业务收入增速放缓的困境,其中中国移动语音等增值业务收入同比下降22.85%,电信业务收入同比仅增长3.05%;中国电信语音业务收入同比下降11.8%,互联网收入同比增长3%;中国联通语音业务收入同比下降1.08%,非语音业务收入同比增长1.92%。面对这种下滑趋势,运营商在5G新赛道上加大建设投入。尤其是,2019年度,随着5G牌照的正式发放和5G规模商用日益临近,中国三大运营商积极打造5G核心能力网络建设,推进5G与云计算、AI等技术的融合创新,在个人市场、家庭市场和政企客户市场全面发力5G布局,积极抢占5G产业制高点。

电信增值业务方面,进入2019年,工信部对电信和互联网行业的专项整治行动,运营商代收费业务管控趋严,计费收入业务风险增大,各电信运营商相继开展了海内网间活动,并暂停了部分增值业务的推广;此外,随着手机号网政策的出台,各电信运营商为提升用户满意度,亦减少了增值业务的推广力度;为贯彻建国70周年服务保障要求,电信运营商亦减少合作增值业务逐步进行了全网停推。

(2) 瑞通动漫经营情况

对于瑞通动漫而言,运营商业务作为其最重要的变现通道,随着电信增值业务的全面萎缩,商业模式的不创新和应对传统业务高生存和利润空间的进一步挤压,以及各种基础功能免费APP应用对传统增值业务商业模式的瓦解,都造成2019年增值业务收入锐减,成本提高和毛利率逐步下滑。截至2019年三季度,瑞通动漫的动漫衍生业务收入同比2018年同期下降32.10%。

短视频行业近两年发展极其火热,随着网速的进一步提升和基础设施的完善,短视频正成为继文字、图片时代后,用户的内容表达形式,主流的文化消费产品。2019年中国短视频持续保持高速增长态势,据CNNIC第43次互联网发展报告显示,独立用户数达6.4亿人,网民使用率达78%,已超越网络视频,网民渗透率更高。艾媒咨询数据显示,短视频市场规模呈高速增长,但整体规模仍持续增长,预计2019年市场规模将达230亿元。

5G+短视频对瑞通动漫来说是一次产业变革的重大机会,抓住这次发展红利,依托自己的动漫IP的积累和优势,或许能实现新的业务突破。瑞通动漫基于传统业务运营的,特别是5G时代对短视频内容的需求判断,2019年将短视频等内容业务作为新业务拓展重点。5G网络的基础设施建设至全面落地后的商用需要一定的时间,5G时代应用大规模推广还需要在5G正式商用后的1-2年。因此2019年运营商的动漫内容收购并未如期而至,这也严重打乱了瑞通动漫短期规划的业务布局,瑞通动漫围绕运营商的新业务布局未能取得预期效果。

2. 动漫版权授权及服务

(1) 行业发展及整体经营环境

动漫产业的核心是创意,但动漫产业70%以上的利润来自原创动漫内容及IP的衍生开发,玩具手办和生活周边的销售以及主题公园的建设运营等是动漫IP产业的主要来源,而授权衍生品的生产与开发是动漫投资方成本回收的主要途径之一。

近两年IP授权产业在国内迅速崛起,IP泛娱乐化发展势头迅猛。据《2019中国版权授权行业发展白皮书》数据统计,2018年我国年度版权授权零售总额达856亿元人民币,同比增长14.6%。截至2018年12月,我国企业实际开展版权业务的口径统计,活跃在我国的品牌授权企业总数为412家,已开展授权业务的IP为1473项。随着国内IP授权市场快速发展,市场纷纷加码IP生产,IP产业链的每个商业环节都在聚集资金和人力,快速发展。IP生产涵盖了当下各种IP原创孵化公司,拥有大量版权IP的视频平台如腾讯、爱奇艺也头部IP,阿里鱼和网易乐玩等IP授权交易平台纷纷成立,IP授权市场持续升温,头部IP效应日益凸显。

(2) 瑞通动漫经营情况

作为中国大陆最早从事手机游戏的大型企业,瑞通动漫已发展成为中国目前拥有动漫版权企业最多的公司,旗下拥有包括绿豆蛙、酷企鹅、功夫包子、萌萌熊等

知名品牌在内的超过600个原创动漫版权和1200多个动漫版权形象。瑞通动漫依托丰富的原创动漫版权,建立了庞大的动漫资源库,产品形式涵盖表情表情、连载漫画、动画短片、动漫杂志、动漫平台等。

但是打造一个成功的现象级IP,除了原创设计好之外,还需要不断的深挖市场需求加上成功的营销推广模式。虽然瑞通动漫拥有数量庞大、形式多样的IP资源库,但是经过多年挖掘,旗下IP在高端版权品类、需求已基本完成覆盖,版权交易金额也逐年下降。2019年,瑞通动漫多方面尝试深度授权,但是IP资源的开发是一个非常重要的投资,仅制作费用来计算,按照1分钟3万元人民币,一季52集,每集10分钟的动画剧集投入超过1500万,而动画电影的每分钟制作成本数倍于动画剧集,并且制作周期更长。这种一次性的前期投入是一笔大额支出,但是商业回报上具有较大不确定性,风险较高。另外,衍生品的商品化对接、后续产业布局,包括产品形态、品牌推广等,是与动漫原创能力不同的另外一种商务运营能力。受动漫行业业务下滑的影响,瑞通动漫无法做到在IP打造的高度和深度上多加投入。最终瑞通动漫无法及时通过动漫作品进行更新维持热度,推出热门的游戏、文创等优质衍生产品,导致无法进行强大的传播,动漫IP有效曝光不足,动漫IP爆款缺乏,整体版权授权业务拓展效果不佳。截至2019年三季度,瑞通动漫的动漫版权授权业务营业收入相比2018年同期下降48.19%。

面对电信增值业务和版权授权业务的持续下滑,瑞通动漫积极推动创新业务落地。自上市公司2017年实际控制人变更后,依托上市公司间接控股股东祥源控股集团丰富的旅游目的地的资源和全国旅游战略布局平台,上市公司战略性的提出“动漫+文旅”发展思路。目前“动漫+文旅”跨界合作项目尚处于初期阶段,尚未形成可观的经济效益。2018年末瑞通动漫也通过与一些知名企业达成战略合作,同时进行IP开发和运营推广,公司根据该IP的人格化特点定制了线上线下相结合的整合方案,推动“人格化+线下强曝光+线下场景体验”,希望给合现有的动漫IP资源方案一起,共同打造创新的动漫IP。但是由于后期整体资源投入未能按照预期的时间完成,该项目最终未能达到预期效果。

3. 互联网推广业务

(1) 行业发展及整体经营环境

随着通信基础设施的完善,网民规模的增长和“互联网+”计划的出台,互联网带动了传统产业的变革和创新,广告和互联网相结合的互联网推广行业也在快速发展。互联网推广以其精准度高、互动性强以及营销成本相对较低等显著特征,吸引了越来越多的广告主。互联网推广已成为广告客户的主要投放方式之一,市场规模也在持续高速增长。目前,全球范围内的互联网推广市场仍处于快速发展阶段,新的媒体类型、营销模式、技术手段不断涌现,相比传统广告营销方式更有活力,增幅相对更快,中国是仅次于美国的全球第二大互联网广告市场,2017年总收入达到457亿美元,比上年增长21.9%。2019年12月9日,IDC发布《IDC看法:中国互联网信息市场研究,2019》显示,2018年中国互联网广告市场规模达564.7亿美元,预计到2023年增长到990亿美元,五年复合增长率为11.9%。国内互联网广告市场仍有巨大的发展空间。

(2) 瑞通动漫经营情况

2019年,面对电信增值业务的萎缩,瑞通动漫加大互联网推广业务的投入,搭建信流平台,积累大数据,尝试大数据挖掘,不断加强和业内优质资源公司合作,加强产品开发和推广力度,努力打造核心竞争力。渠道方面,通过赋能积极发展“信流业务”,完成了广告信流的整合,与今日头条、章鱼、快手等媒体进行了合作。截至2019年三季度,互联网推广业务营业收入相比2018年同期增长155.78%,不过因整体互联网推广业务毛利率较低,对瑞通动漫整体业务板块的利润贡献较低。

与此同时,行业内随着互联网流量的不断涨价,网盟业务的CPA价格逐步提升,限制了广告主投放的积极性,同时2019年广告主遇到上海高登“海集果”的运营事件(破产托管事件,对公司应收账款带来无法收回的重大风险,严重影响了互联网推广的收益预期),严重打击了互联网推广业务的投入力度,进而瑞通动漫对其互联网推广业务的发展策略进行了调整,全力收回互联网推广的规模,将严重影响2020年互联网推广业务的布局。

(二) 游戏业务

1. 行业发展及整体经营环境

艾媒咨询发布的《2019年中国移动游戏行业研究报告》显示,2016-2018年,前十名的移动游戏厂商占中国移动游戏市场的总份额,分别为67.0%、73.8%、78.9%,市场集中度不断提升,其中,腾讯游戏和网易游戏分别占据了第一和第二的位置。根据中国音协游戏工委正式对外发布的《2019年中国游戏产业报告》显示,2019年的游戏产业经过长期高速发展,我国游戏用户规模已达6.4亿人,2019年新增1.4亿人,同比增长0.1%,同比增长2.5%,增速明显放缓,目前已趋于饱和状态。在人口红利消失、实施网络游戏总量调控政策影响下,中国游戏产业自2018年开始整体收入的增长明显放缓。2019年中国游戏产业实际销售收入为2308.8亿元,同比下降164.4亿元,同比增长7.7%,增速较之前提升2.4个百分点。相对于2018年之前的高速增长时期,中国的游戏产业明显进入了瓶颈(以移动游戏市场为例,2015年和2016年市场规模的同比增长都在90%以上)。

此外,版号的暂停发放,客观上刺激了游戏行业重新洗牌。其间,不少以游戏板块为“现金牛”的企业出现业绩下滑,以调整框架和业绩以及及时自我修复;而中小企业在等待号、融资和产品投入之间艰难平衡;不少经营能力弱的小团队,则直接出局。有关资料及天眼查数据显示,2015年,注销、吊销的游戏公司仅为1122家,与当年新成立的公司数量基本持平;2016年,这一数字增长至3019家;2017年增至5336家,2018年同比增长至9705家,2019年更进一步达到18710家,较2018年增长了92.79%。而在2020年截至1月15日,短短15天内,全国共有194家游戏企业倒闭。



2. 瑞通动漫运营情况的变化

瑞通动漫自2015年下半年开始积极布局移动游戏的发行,同时为适应整体移动互联网游戏整体发展的趋势,建立公司核心产品竞争力,公司在2016年至2017年布局自主研发手游业务,在手游特别是二次元游戏的开发上持续加大研发投入,但由于自主研发周期长,且需要申请版号,公司游戏自研方面一直未能达到预期盈利效果。为此,2016年开始,瑞通动漫调整策略,积极开拓海外代理发行业务。2016年6月在海外成功代理发行手机游戏《猪来了》,一定程度上弥补了国内发行游戏的缺口。2018年,瑞通动漫旗下研发和代理了《猪来了》、《剑仆剑》、《梦想江湖》、《剑指江湖》、《口袋大冒险》、《御龙战魂》等多款手游。但是,从2018年3月29号暂停所有游戏版号发放,至同年12月重新开放,我国游戏行业经历了“版号寒冬”。这一轮周期漫长的停发期,对很多中小游戏开发公司造成了巨大的负担,受影响,瑞通动漫大部分游戏项目上线延迟,更加剧了2018年12月报账审批、游戏业务逐步放开审核,但另一方面研发投入加大,自然形成亏损。从2018年12月起,瑞通动漫的自主研发手游业务逐步放开审核,但一方面研发投入加大,自然形成亏损。从2018年12月起,瑞通动漫的自主研发手游业务逐步放开审核,但一方面研发投入加大,自然形成亏损。从2018年12月起,瑞通动漫的自主研发手游业务逐步放开审核,但一方面研发投入加大,自然形成亏损。

(三) 2019年瑞通动漫经营情况

2019年开始,受宏观经济环境及行业政策等因素影响,国内文化传媒行业整体深度调整,公司作为三大电信运营商新媒体动漫及增值服务合作方,业绩亦受到较大影响。如同题一回复中所说,因传统电信业务市场趋于饱和,流量红利快速消退,再加上监管力度不断加强,提速降费业务举措持续推进,运营商增值服务政策全面收紧,并加紧布局5G等,导致作为三大运营商新媒体动漫及增值服务合作方的瑞通动漫业绩受到重大影响。面对复杂多变的运营环境,电信运营商的布局调整和整体政策收紧,公司紧紧围绕计划和发展目标,继续以动漫为核心,深耕新媒体动漫,版权授权等业务,积极拓展动漫影视等新业务,深入探索文旅与动漫的多元合作模式,拓展业务范围,提升自主可控发展能力;同时全面清理、集中处理历史遗留问题及相关风险,剥离淘汰亏损业务,缩减业务规模,优化组织架构,提升管理效率和人均效能,促进公司长远健康发展。

公司判断,运营商未来的业务重点是:5G超高清直播、5G超高清视频、VR/AR带来的沉浸式体验的应用,还有车联网、远程驾控、工业互联网等领域的合作。相对传统的电信增值业务还有运营商业务中的非主流业务将继续存在,其经营环境预计将持续2019年的政策,不会得到明显的改善。虽然瑞通动漫仍然会坚持跟踪运营商的政策变化,争取到业务发展的平稳发展,但是可以预见的是主要依靠运营商的合作盈利模式在未来发展是具有较大不确定性的,瑞通动漫将继续找到新的盈利模式及发展未来。但是2019年,在新业务拓展方面,受整体行业影响,前期确定的部分战略合作未能达到预期目标。互联网推广方面,虽持续加大投入,但毛利率较低,另一方面受“海集果”事件影响,全面收回推广规模,使得推广运营业务的推进和拓展均未达预期。目前“动漫+文旅”跨界合作项目尚处于初期阶段,尚未形成可观的经济效益。

因此,瑞通动漫原有的优势业务因政策及市场环境变化,预计将持续下滑;新业务在短期内将无法实现预期的业绩表现和支撑。根据《企业会计准则》及公司会计政策的相关规定,并按照谨慎性原则,公司从行业发展趋势、现时经营状况和风险角度出发,调整了未来五年期财务预测,认为在2019年末对收购瑞通动漫形成的商誉需计提减值准备。

有关2019年瑞通动漫商誉减值准备公司已聘请上海会计师事务所(特殊普通合伙)和上海华信资产评估有限公司分别进行审计和评估工作,目前预计金额《企业会计准则》第8号—资产减值》等会计准则和会计监管风险提示第8号—商誉减值》等相关规定和程序。综上所述,公司对瑞通动漫减值准备在2019年计提大额商誉减值,其原因系行业政策及资产自身经营发生之变化所致,具有合理性,不存在通过计提大额商誉减值准备对2019年度财务报表进行不当盈余管理的情形。

公司年审会计师意见:

2019年度审计工作正在紧张进行过程中,根据截至2020年1月23日所获取的资料以及所了解到的信息,初步判断公司因购买瑞通动漫形成的商誉存在较大

减值风险。具体情况需待审计工作进一步开展和完成。

三、公司业绩预亏公告称,随着传统电信业务市场趋于饱和、流量红利快速消退,电信运营商更多资源投入5G平台建设以求寻求新的增长曲线,传统运营商增值业务市场份额出现大幅萎缩,行业整体呈现负增长,瑞通动漫作为运营商新媒体动漫及增值服务合作方影响较大。而在2018年年报中公司称,5G时代对视频内容的需求带动增值业务产业用户及市场规模快速增长,动漫视频化内容也在5G时代迎来更快速的增长势头。请公司结合行业实际发展情况、同行业公司业绩说明,不到一年内,公司对行业前景判断产生重大差异的原因,前期信息披露是否准确、完整。

回复如下: 如公司2018年年度报告所披露,公司发展战略自2019年开始进行了一定的调整,由以往的“互联网+文化+互联网+”调整为围绕互联网生态链布局,以内容、渠道、动画影视业务为核心,以“内容+渠道”为主要优势,秉承中国原创、文化自信的理念,深挖中国传统文化精华,加码科技投入,全面依托自身IP内容优势和运营多年产品开发、动画影视、文旅运营经验积累,与三大运营商保持多年的深入合作,建立起“内容+渠道”的成熟业务模式,拥有强大的运营能力和渠道优势。

但是,2019年,国内通信行业普遍面临传统业务日趋饱和、4G流量红利逐渐消退,新兴领域多元化竞争不断加剧等挑战,行业整体呈现负增长。面对这种下滑趋势,运营商在5G新赛道上加大建设投入,不断完善5G网络建设并拓展新业务成为运营商需要重点考虑的问题,相对传统的电信增值业务只能是运营商业务中的非主流业务继续存在。

而伴随着工信部对电信和互联网行业的专项整治行动,国家对运营商代收费业务管控趋严,计费收入业务风险加大;以及为提升用户满意度,全面抵制增值业务的推广,运营商对电信增值业务政策越来越收紧。上述各方面因素的综合影响,2019年,整个电信增值业务市场环境低迷,传统运营商增值业务市场份额出现大幅萎缩,行业整体呈现负增长。

从同业类上市公司来看,号百控股(600640)作为中国电信旗下统一的互联网文娱业务平台,2019年1-9月动漫业务营业收入同比下降63.16%。并且,近日,号百控股发布2019年半年度业绩预告,公告称其2019年度归属于上市公司股东的非经常性损益的净利润与上年同期相比,预计下降54.60%至74.06%。网际天梯科技股份有限公司(872554)作为一家从事增值服务和互联网增值服务的服务公司在2019年半年度报告中提到,受行业政策及周期性调整的影响,电信增值业务收入下降幅度较大,造成2019年半年度营业收入同比减少31.05%。

作为三大运营商新媒体动漫及增值服务合作方的瑞通动漫业绩同样受到很大影响,运营商业务作为瑞通动漫最重要的变现通道,随着电信增值业务政策变化将直接影响公司业绩下滑。

(3)5G时代来临,视频内容需求快速提升,公司调整战略,强化“内容+渠道”优势,在国家政策大力支持下,各地政府积极推动下,我国5G实现了快速发展,5G带来的改变是“制大颠覆”,信息传播链条上的每一个环节(内容、终端、信息形态)都会被改变。5G时代,不仅颠覆了媒体组织内容生产的方式,形成符合其终端特性和网络特征的独特的内容生产形式,也为已经呈现爆发态势的“短视频”市场带来井喷式的发展机遇。从某种程度上讲,5G将是一个真正意义上的融合网络,在这种融合网络下,媒体边界将彻底消失,信息服务将无处不在。

1. 5G时代,视频将成为信息的主要表现形式

随着5G时代的到来,新闻逐步由图文、文字媒体走向全面视频化,为媒体行业提供了一个全新的发展契机。当下,各头部互联网公司在视频领域的频繁布局,激烈竞争恰印证了这一点。也正如公司2018年年报中披露,随着5G时代的到来,越来越多的用户对短视频的需求增加。据英特尔与世界知识产权权威咨询公司Ouvum共同发布的《5G经济报告》中预测,未来视频流量将通过5G技术带来的传输速度提升,实现巨大增长,5G用户的月平均流量将从2019年的11.7GB增长至2028年的84.4GB,届时视频将占5G流量的90%;到2028年,仅仅是消费者在视频、音乐和游戏上的支出,就会超过现在一倍,全球总流量将达到近1,500亿美元。

2. 动漫市场发展前景广阔

根据艾媒咨询发布的《2019年中国动画行业研究报告》,我国动画行业总产值规模从2013年的882亿元增长至2018年的1712亿元,2019年预计将超过1900亿元。整个动画行业在国家政策的支持下,动漫行业上升为国家的“软实力”的象征,特别是暑期档动画电影《哪吒之魔童降世》的上映后,社会对于动漫行业的关注度和话题度显著提升。



资料来源:艾媒咨询

3. 战略调整,加大优质动漫视频投入,强化“内容+渠道”优势

5G时代对视频内容的需求带动增值业务产业用户及市场规模快速增长,动漫视频化内容将在5G时代迎来更快速的增长势头。公司旗下瑞通动漫虽然目前拥有动漫版权企业最多的公司和中国的最大的动漫版权企业之一,但是目前现有产品形式及包括表情表情、连载漫画、动画短片、手绘地图及绘本等,无法支撑5G时代持续增长的用户对于视频内容需求和质量的提升。为了顺应行业发展趋势和需求,结合公司现有的优质动漫IP资源,急需通过动画电影、动画剧集、动画短视频等视频产品满足市场不断增长的需求。

2019年度公司利用资本优势,加强动漫影视团队和资源整合,内容+渠道+推广多层次,实现全产业链联动,努力打造一流的文旅科技创意平台:(1)收购国内优秀原创动画电影制作团队北京其卡通文化传媒有限公司(以下简称“其卡通”),以此全面提升公司动漫IP视频化创作能力,加快在动画电影、动画剧集、动画教育视频、动画短视频等领域的布局;(2)推出非公开发行股票预案,用于投入动漫IP视频化建设项目,希望进一步丰富公司产品内容,完善公司战略布局和全面实施全产业链建设,努力打造国内一流的原创动漫精品内容和运营平台。

但是,受宏观经济环境及行业政策等因素影响,2019年国内文化传媒行业整体深度调整,影视行业持续深度调整和产能管理升级,全产业链条、开机、上线项目均出现大幅下滑。公司非公开发行事项能否取得相关批准或核准,以及最终取得批准或核准的时间尚存在一定不确定性。综上,公司应对5G发展对动漫及短视频的布局和在2019年度暂时无法实现经济效益。

综上,公司并不存在对行业前景判断产生重大差异的情形,前期信息披露不存在不准确或不完整的情形。随着传统电信业务市场趋于饱和以及5G的大力发展,传统运营商增值业务市场份额出现大幅萎缩,行业整体呈现负增长,运营商增值业务政策全面收紧,并加紧布局5G,从而对赖以主要经营模式为主的瑞通动漫的收益造成重要影响,也导致瑞通动漫与运营商构建的合作模式下降。但同时,公司仍坚定看好动漫行业和5G技术未来的发展,看好5G时代对视频化内容的需求,并在公司发展战略上做好相应调整,积极布局了动画影视行业,提升公司动画影视内容创作能力,强化内容优势和渠道。但是受动画影视行业制作周期的影响,对动画影视的布局短期内无法体现收益。

特此公告。

浙江祥源文化股份有限公司董事会 2020年2月6日

中国邮政储蓄银行股份有限公司关于控股股东增持股份计划进展公告

证券代码:601658 证券简称:邮储银行 公告编号:临 2020-007

易系统买入方式累计增持本行A股244,890,335股,累计增持金额1,351,568,116元,占本行已发行普通股总股份的0.28%。

根据上海证券交易所的相关规定,现将具体增持情况披露如下:

一、增持主体的基本情况 (一)增持主体名称:中国邮政集团有限公司 (二)增持主体持有已发行股份的数量、持股比例:本次增持实施前,邮政集团持有本行A股55,847,933,782股,占本行已发行普通股总股份的64.79%(若不考虑本次增持,行使超额配售选择权后邮政集团持股比例占本行已发行普通股总股份的64.21%)。

二、增持计划的主要内容 邮政集团计划自2019年12月10日起十二个月内择机增持本行股份,增持金

额不少于25亿元,本次增持不设价格区间,具体内容详见2019年12月9日本行披露的《中国邮政储蓄银行股份有限公司关于控股股东增持股份计划公告》。

三、增持计划实施的不确定性风险

本次增持计划实施可能存在因证券市场发生变化等因素,导致无法完成增持计划的风险。

四、增持计划的实施进展

2019年12月10日至2020年2月4日期间,邮政集团通过上海证券交易所交易系统买入方式累计增持本行A股244,890,335股,占本行已发行普通股总股份的0.28%(行使超额配售选择权后),累计增持金额1,351,568,116元。本次增持实施后,截至2020年2月4日,邮政集团持有本行A股56,092,824,117股,占本行已发行普通股总股份的64.49%(行使超额配售选择权后)。

五、其他相关说明

(一)本次增持符合《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》等法律法规、部门规章及上海证券交易所业务规则等相关规定。

(二)邮政集团承诺,在增持实施期间及法定期限内不减持所持的本行股份。

(三)本行将根据《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司收购管理办法》和《上海证券交易所上市公司股东及一致行动人增持行为指引》的相关规定,持续关注邮政集团增持本行股份的有关情况,及时履行信息披露义务。

特此公告。

浙江祥源文化股份有限公司董事会 2020年2月6日

中国邮政储蓄银行股份有限公司关于控股股东增持股份计划进展公告

证券代码:601658 证券简称:邮储银行 公告编号:临 2020-007

易系统买入方式累计增持本行A股244,890,335股,累计增持金额1,351,568,116元,占本行已发行普通股总股份的0.28%。

根据上海证券交易所的相关规定,现将具体增持情况披露如下:

一、增持主体的基本情况 (一)增持主体名称:中国邮政集团有限公司 (二)增持主体持有已发行股份的数量、持股比例:本次增持实施前,邮政集团持有本行A股55,847,933,782股,占本行已发行普通股总股份的64.79%(若不考虑本次增持,行使超额配售选择权后邮政集团持股比例占本行已发行普通股总股份的64.21%)。

二、增持计划的主要内容 邮政集团计划自2019年12月10日起十二个月内择机增持本行股份,增持金

额不少于25亿元,本次增持不设价格区间,具体内容详见2019年12月9日本行披露的《中国邮政储蓄银行股份有限公司关于控股股东增持股份计划公告》。

三、增持计划实施的不确定性风险 本次增持计划实施可能存在因证券市场发生变化等因素,导致无法完成增持计划的风险。

四、增持计划的实施进展

2019年12月10日至2020年2月4日期间,邮政集团通过上海证券交易所交易系统买入方式累计增持本行A股244,890,335股,占本行已发行普通股总股份的0.28%(行使超额配售选择权后),累计增持金额1,351,568,116元。本次增持实施后,截至2020年2月4日,邮政集团持有本行A股56,092,824,117股,占本行已发行普通股总股份的64.49%(行使超额配售选择权后)。

五、其他相关说明

(一)本次增持符合《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》等法律法规、部门规章及上海证券交易所业务规则等相关规定。

(二)邮政集团承诺,在增持实施期间及法定期限内不减持所持的本行股份。

(三)本行将根据《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司收购管理办法》和《上海证券交易所上市公司股东及一致行动人增持行为指引》的相关规定,持续关注邮政集团增持本行股份的有关情况,及时履行信息披露义务。

特此公告。

浙江祥源文化股份有限公司董事会 2020年2月6日