

浙江祥源文化股份有限公司关于上海证券交易所问询函回复的公告

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，并对其中内容的真实性、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年度业绩预亏相关事项的问询函》（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，主要由于公司前期收购翔通动漫而形成。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、财务指标变化等情况，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：

厦门翔通动漫有限公司（以下简称“翔通动漫”）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、财政部认定的国家级动漫企业、国家高新技术企业。翔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，翔通动漫依托自身的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；动漫基地支撑等）和游戏运营业务。

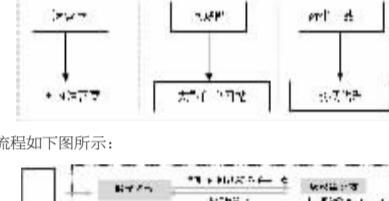
（一）动漫及其衍生业务

翔通动漫之动漫及其衍生业务主要通过版权资源库和自身IP资源进行版权授权和新媒体运营推广方式来实现收益，收入方式包括：

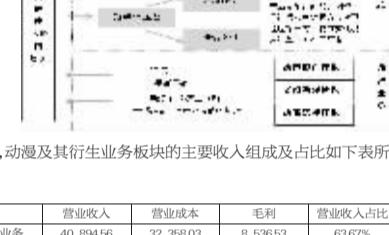
（1）与三大电信运营商合作，即在获得电信运营商的内容提供商或服务提供商资质后，与电信运营商对终端用户消费动漫及其他优质内容产品的信息费收入进行分成结算。

（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。

（3）基于积累的渠道和运营的优势，通过第三方计费和互联网推广方式实现收入：即根据自身的运营需求，寻求第三方计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：

单位：万元

	营业收入	营业成本	毛利	营业收入占比	毛利率
动漫衍生业务	40,894.56	32,358.03	8,536.53	63.67%	41.01%
动漫授权及技术服务	11,176.48	1,320.23	9,856.25	17.40%	47.35%
互联网推广	12,161.78	9,734.24	2,424.34	18.93%	11.69%
合计	64,222.82	43,415.70	20,817.12	100.00%	100.00%

由上可知，翔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，国内电信行业普遍面临传统业务日趋饱和、4G流量红利逐渐消退、新兴领域多元竞争不断加剧等挑战。传统电信业务高速增长已过，行业发展面临提速降费、不限量套餐和廉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量收剪刀差压缩着行业利润空间，移动、4G、宽带用户ARPU值几乎面临全线下滑。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%；数据及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3066亿元，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用户的收入，包括移动通信、移动上网、无线宽带等增长率都较低，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%，数据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11.18%，互联网收入同比下降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下降1.92%。面对这种下滑局势，运营商在5G新赛道上加紧建设步伐。尤其是，2019年底，随着5G牌照的正式发放和5G商用日益临近，中闻三大运营商积极打造5G核心能力和网络建设，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加快5G布局，积极抢占5G产业风口。

电信增值业务方面，进入2019年，随着工信部对电信和互联网行业的专项整治行动，运营商代收费业务趋严，计费收入业务风险增大，各电信运营商相继开展了净网护网活动，并暂停了部分增值业务的推广；此外，随着携号转网政策的出台，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时间；为贯彻建国70周年服务质量保障要求，电信运营商对合作增值业务逐步进行了全网暂停。

（2）翔通动漫经营情况

对于翔通动漫而言，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，基地模式的不断创新和变革对传统服务商生存和利润空间的进一步压缩，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，增速提高和毛利率急速下滑。截至2019年三季度，翔通动漫的动漫衍生业务营业收入相比2018年同期下降32.10%。

短视频行业近几年发展极其火热，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，用户新的表达形态，主流的文化消费产品。2019年中国短视频持续保持高增长态势，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、网民渗透率高。艾媒咨询数据显示，短视频市场规模增速趋缓，但整体规模仍持续增长，预计2019年市场规模超过320亿元。

5G+短视频对翔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，依托自己的动漫产业的积累和优势，或许能实现新的业务突破。翔通动漫基于移动运营商的业务，特别是5G时代对于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点。

但是5G网络的基础设施建设至全面落地最终的商用需要一定的时间过程，5G时代新应用大规模爆发还需要在5G正式商用后的1-2年。因此导致2019年运营商的动漫内容采购等并未如期而至，这亦严重的打乱了翔通动漫视频内容的业务布局，翔通动漫因运营商的新业务布局未能取得预期效果。

2、动漫版权授权等技术服务

（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动漫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产业产值的主要来源，而授权动漫衍生品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，泛娱乐化发展势头迅猛。据《2019年中国品牌授权行业发展白皮书》数据统计，2018年我国年度被授权商品零售额达856亿元人民币，同比增长14.6%。截至2018年12月，按照企业实际开展授权业务的口径统计，活跃在我国的品牌授权企业总数约412家，已经开展授权业务的IP为1473项。随着国内IP授权市场快速发展，市场竞争加剧，IP产业链的每个商业环节都在集聚资金和人力，快速发展。IP生产端除了当下各种IP原创孵化公司，拥有大量版权IP的视频平台如腾讯、爱奇艺等已入局，阿里鱼和网易聚玩等IP授权交易平台纷纷成立，IP授权市场持续走高，头部IP效应日益凸显。

（2）翔通动漫经营情况

作为中国大陆最早从事手机动漫的大型企业，翔通动漫已发展成为中国目前拥有动漫版权数量最多的企业，旗下拥有包括绿豆蛙、酷巴熊、功夫包子、萌萌熊等知名IP在内的超过600个原创动漫IP和1200多个动漫版权形象。翔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，产品形式涵盖形象表情、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，除了原创设计之外，还需要不断的深耕市场需求加上成功的营销推广模式。虽然翔通动漫拥有数据庞大、形式多样的IP资源库，但是经过多年挖掘，旗下IP在简单授权品类、需求已基本完成覆盖，版权交易金额也逐年下降。2019年，翔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大的投资，仅制片费用来算，按照

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，而动画电影的单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。受动漫衍生业务下滑的影响，翔通动漫无法做到在IP打造的广度和深度上加以投入。最终翔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、文创等优质衍生品，导致无法进行强大的传播，动漫IP有效曝光度不足，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，翔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，翔通动漫积极推动创新业务落地。自上市公司2017年实际控制人变更以后，依托上市公司间接控股股东祥源控股集团丰富的旅游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”发展规划。但目前“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年末翔通动漫也曾与一些知名企业达成战略合作，共同进行IP开发和运营IP。公司根据该IP的人格化特点定制了线上线下线下的营销整合方案，推动“人格化+线上强曝光+线下场景体验”，希望结合现有的动漫IP资源一起，共同打造出新的动漫头部IP。但是由于后期整体资源整合步调不一致，导致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性，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，比上一年提高了21.9%。2019年12月9日，IDC发布了《IDC看法：中国互联网信息流市场研究》，2019年中国互联网广告市场规模达5647亿美元，预计到2023年增长到990亿美元，五年复合增长率11.9%。国内互联网广告市场仍有巨大的发展空间。

（2）翔通动漫经营情况

2019年，面对电信增值业务的萎缩，翔通动漫加快互联网推广业务的投入，搭建信息服务平台，积累大数据，尝试数据挖掘。不断加强和业内顶级资源公司合作，加强产品开发和市场拓展力度，努力打造核心竞争力。渠道方面，通过赋能积极发展广告信息流业务，完成了广告信息流的合作模型，与今日头条、抖音、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%，不过因为整体互联网推广业务毛利率较低，对翔通动漫整个业务板块的利润贡献率较低。

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年末公司遇到上海欢腾（“淘集集”的运营主体）破产黑天鹅事件，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放力度。进而翔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。

（3）游戏业务

1、行业发展状况及经营环境发生变化

艾瑞咨询发布的《2019年中国移动游戏行业研究报告》显示，2016-2018年，前十位上市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牢牢占据了第一和第二的位置。

根据中国音数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，我国游戏玩家规模已达6.4亿人，2019年较2018年仅增加0.1亿人，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等政策影响下，中国游戏产业自2018年开始在整体收入上的增幅明显放缓。2019年中国游戏产业实际销售收入为2308.8亿元，同比2018年增长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）。

2019年，面对游戏版号暂停发放，客观上刺激了游戏行业重新洗牌。其间，不少以游戏板块为营收“现金牛”的巨头出现业绩下滑，以调整框架和业务以求及时自我修复；而中小企业在等待版号、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年进一步增长至9705家，2019年进一步达到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。

根据中国音数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，我国游戏玩家规模已达6.4亿人，2019年较2018年仅增加0.1亿人，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等政策影响下，中国游戏产业自2018年开始在整体收入上的增幅明显放缓。2019年中国游戏产业实际销售收入为2308.8亿元，同比2018年增长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）。

2019年，面对游戏版号暂停发放，客观上刺激了游戏行业重新洗牌。其间，不少以游戏板块为营收“现金牛”的巨头出现业绩下滑，以调整框架和业务以求及时自我修复；而中小企业在等待版号、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年进一步增长至9705家，2019年进一步达到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。

3、2018年度商誉减值情况

翔通动漫之动漫及其衍生业务板块的营业收入组成及占比如下表所示：

单位：万元

	营业收入	营业成本	毛利	营业收入占比	毛利率
动漫衍生业务	40,894.56	32,358.03	8,536.53	63.67%	41.01%
动漫授权及技术服务	11,176.48	1,320.23	9,856.25	17.40%	47.35%
互联网推广	12,161.78	9,734.24	2,424.34	18.93%	11.69%
合计	64,222.82	43,415.70	20,817.12	100.00%	100.00%

由上可知，翔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，国内电信行业普遍面临传统业务日趋饱和、4G流量红利逐渐消退、新兴领域多元竞争不断加剧等挑战。传统电信业务高速增长已过，行业发展面临提速降费、不限量套餐和廉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量收剪刀差压缩着行业利润空间，移动、4G、宽带用户ARPU值几乎面临全线下滑。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%；数据及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3066亿元，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用户的收入，包括移动通信、移动上网、无线宽带等增长率都较低，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%，数据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11.18%，互联网收入同比下降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下降1.92%。面对这种下滑局势，运营商在5G新赛道上加紧建设步伐。尤其是，2019年底，随着5G牌照的正式发放和5G商用日益临近，中闻三大运营商积极打造5G核心能力和网络建设，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加快5G布局，积极抢占5G产业风口。

电信增值业务方面，进入2019年，随着工信部对电信和互联网行业的专项整治行动，运营商代收费业务趋严，计费收入业务风险增大，各电信运营商相继开展了净网护网活动，并暂停了部分增值业务的推广；此外，随着携号转网政策的出台，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时间；为贯彻建国70周年服务质量保障要求，电信运营商对合作增值业务逐步进行了全网暂停。

（2）翔通动漫经营情况

对于翔通动漫而言，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，基地模式的不断创新和变革对传统服务商生存和利润空间的进一步压缩，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