

信息披露

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情况,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

大华会计师事务所(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:本报告期会计师事务所未发生变更。

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

公司上市时盈利且目前未实现盈利。

□ 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72,039,937为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.05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	果麦文化	股票代码	301052
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董秘办秘书	证券事务代表	
姓名	魏佳如	董秘	
办公地址	上海市徐汇区吉隆路181号B座5层	上海市徐汇区吉隆路181号B座5层	
传真	021-64396591	021-64396591	
电话	021-64396595	021-64396595	
电子邮箱	guomaicn@guomaicn.com	guomaicn@guomaicn.com	

2、报告期主要业务或产品简介

得益于“出版+互联网”的商业模式,公司营收较疫情前2019年增幅20%,较2020年增幅30%。

公司2021年全年实现营业收入46,127万元,较2020年增长30%,较2019年增幅20%。实现净利润6,707万元,较2020年增长40%。

图书出版发行业务

(1) 公版图书出版发行业务

秉承“只有阅读,我们才能读经典”的理念,公司一直致力于在公版图书领域打造“果麦经典”产品线,通过对自人类诞生文字记录以来,三千多年的文明史进行梳理,为读者精选、严选受过漫长时间筛选和沉淀后的中华优秀文化瑰宝,并赋予其当代的精神和内涵。截至目前,公司已积累了包含四千多种经典图书的数据库,其中已开发或正在开发的近千种。2021年,公司明确了“打造‘果麦经典’畅销长销”的战略目标,确立了“图、轻、新”的品牌设计理念和专属的事业部。

2021年,在公司强大的互联网营销能力、互联网直销渠道以及全渠道的销售渠道支撑下,很多已上市年的“果麦经典”图书产品销量不仅抑制住了生命周期的下滑趋势,反而实现了巨大增幅,如《狂人日记》、《鲁迅经典集》、《鲁迅杂文集》、《阅读是一座随身携带的避难所》、《平凡四部曲》及《悉达多》等销售增幅均超过了100%。

(2) 版权图书出版发行业务

近年来,公司在社科领域的学术文化、心理自助、女性成长、教育等垂直赛道推出了一系列畅销书,历史赛道,策划发行了《易中天华山系》,系列历时9年于2021年底完成整个系列出版上市,该系列累计销售600万册,计划自2022年起每年系列套装持续进行营销和销售工作;心理自助赛道,出版了罗伯特·戴博德·帕特森先生去看心理医生,该书是中国大陆的前两个版本销售均不到1万册(非果麦出版发行)。公司采用了该书的第三个版本期权,于2020年8月上市,通过公司的互联网产品矩阵赋予该书初始定价并溢到其他销售渠道,截至2021年底该书累计销售量已达250万册,位居2021年非虚构类销量首位,并因此奠定了公司在大众图书市场心理自助赛道的核心地位。随后公司策划发行的同赛道产品(也许你该找个人聊聊)、《拆穿棒棒的自己》也有数十万册量级的年销量,并推动了公司已上市多年的心灵自助类图书《世界尽头的咖啡馆》等再次焕发生命力,成为当年销售十亿册的畅销高峰;女性成长赛道,李筱懿2021年底新书《情绪自控》及《长情的你》是什么?——关于女人生活智慧的44个故事》、《先生课,再谋爱》、《气场哪里来》、《杨澜新书《大女生》……正逐步形成并拓宽女性成长的图书市场;社科专业知识赛道,建筑业《精英老子》,及2021年新书《我的个老子》、《刑法学讲义》及2021年新书《法治的细语》(上市4个月销量破30万册)等,逐步巩固公司在社科专业知识细分领域的市场份额领先地位;罗伯特·麦基《故事》(累计销售过百万册)、《故事经济学》、《对与错》及其影视教科书级别加之2021年新书《认识电影》、《致猫咪》等也逐步奠定公司在电影理论领域的专业地位。

二、互联网业务

公司互联网业务,是指公司基于互联网产品矩阵连接用户并产生收入的业务,包括通过互联网产品矩阵直销产生的互联网图书收入,以及互联网广告收入等。

(1) 互联网用户数增长达50%

公司的互联网用户数,从2020年底的4200万,增至2021年底的6300万,增幅50%,其中超过10万粉丝的新注册平台账号由2020年底的32款增至2021年的2款。

(2) 互联网广告收入增幅达95%

公司基于自有内容数据库研发图书、音频、视频等互联网内容,在连接6300万互联网用户的帮助下,通过图文、声音传播、短视频和直播以及各大电商的商家自营旗舰店等方式向用户推送相关的产品信息,精准2C直连带货,产生互联网图书收入。2020年互联网图书收入为3,435万元,2021年为7,099万元,增幅达95%。

(3) 互联网广告收入增幅达40%

在公司互联网产品矩阵拥有较大基数的用户规模后,商务广告方基于其品牌和产品特性,授权至公司互联网平台进行营销推广而产生广告收入。

2020年公司互联网广告收入为356万元,2021年增至490万元,增幅达40%。随着互联网用户规模增长,互联网广告效应将愈发显著。

三、其他衍生业务

其他衍生业务包括电子书、有声书业务,以及IP衍生与运营业务如文创产品等。

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

公司是否需要追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:元

	2021年末	2020年末	本年末比上年末增减	2019年末
总资产	607,008,717.21	474,908,076,073.02	44.07%	422,708,626.26
归属于上市公司股东的净资产	663,346,810.00	391,112,003.03	41.49%	361,316,694.47
2021年末	2020年末	本年末比上年末增减		2019年末
营业收入	401,269,310.03	366,279,044.43	20.93%	384,265,569.18
归属于上市公司股东的净利润	66,727,363.00	40,891,516.16	63.73%	61,300,330.69
扣除非经常性损益的净利润	52,646,849.69	38,111,370.93	37.97%	43,785,272.39
经营活动产生的现金流量净额	87,790,177.40	27,666,840.92	217.46%	41,764,672.62
基本每股收益(元/股)	0.0440	0.0269	240%	0.0606
稀释每股收益(元/股)	0.0440	0.0269	240%	0.0606
扣除非经常性损益后基本每股收益	11.166	10.265	13.1%	13.46%

(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	92,215,242.04	111,391,407.03	133,699,171.69	143,070,238.47

归属于上市公司股东的净利润

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润

经营活动产生的现金流量净额

基本每股收益(元/股)

稀释每股收益(元/股)

扣除非经常性损益后基本每股收益

□ 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

股东名称	持股比例	持股数量	持有有限售条件股份数量	股份状态	限售
境内自然人	24.47%	17,626,460	17,626,460		
境内机构投资者	8.76%	6,303,360	6,303,360		
境内非国有控股法人	6.94%	6,000,000	6,000,000		
境内上市外资股	6.65%	4,790,560	4,790,560		
境外自然人	4.24%	3,061,665	3,061,665		
境内机构投资者(境内合格境外机构投资者)	3.40%	2,446,361	2,446,361		
境内非居民企业	3.07%	2,200,100	2,200,100		
境内上市外资股(境内合格境外机构投资者)	2.16%	1,566,560	1,566,560		

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

5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□ 适用 √ 不适用

(1) 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

6、公司及股东情况

(1) 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

□ 适用 √ 不适用

7、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□ 适用 √ 不适用

三、重要事项

本报告涉及的未来计划等前瞻性陈述,不构成公司对投资者的实质承诺,请投资者及相关人士对此保持足够的认识,理解、预测、分析和谨慎对待。公司近期不存在可能对生产经营状况、财务状况持续盈利能力有严重影响的重大风险因素,敬请广大投资者注意投资风险。公司面临的诉讼或与应对措施详见本报告“第三节管理层讨论与分析”的“十一、公司未来发展的展望”等相关内容。

8、其他重大信息

本报告涉及的未来计划等前瞻性陈述,不构成公司对投资者的实质承诺,请投资者及相关人士对此保持足够的认识,理解、预测、分析和谨慎对待。公司近期不存在可能对生产经营状况、财务状况持续盈利能力有严重影响的重大风险因素,敬请广大投资者注意投资风险。公司面临的诉讼或与应对措施详见本报告“第三节管理层讨论与分析”的“十一、公司未来发展的展望”等相关内容。

9、公司报告期无重大诉讼、仲裁情况

10、公司报告期无重大担保情况

11、公司报告期无重大关联交易情况

12、公司报告期无重大购买、出售资产情况

13、公司报告期无重大投资情况

14、公司报告期无重大筹资活动

15、公司报告期无重大外汇汇率变动影响

16、公司报告期无重大资产折旧、摊销情况

17、公司报告期无重大资产损失情况

18、公司报告期无重大资产减值情况

19、公司报告期无重大资产报废情况

20、公司报告期无重大对外担保情况

21、公司报告期无重大诉讼、仲裁情况

22、公司报告期无重大关联交易情况

23、公司报告期无重大购买、出售资产情况

24、公司报告期无重大投资情况

25、公司报告期无重大筹资活动

26、公司报告期无重大外汇汇率变动影响

27、公司报告期无重大资产折旧、摊销情况

28、公司报告期无重大资产减值情况