证券简称:大晟文化　　证券代码:600892　　公告编号:临 2023-023

大晟时代文化投资股份有限公司关于上海证券交易所 2022 年年度报告的信息披露监管工作函的回复公告

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。

大晟时代文化投资股份有限公司(以下简称“公司”或“大晟文化”)于 2023 年 4 月 26 日收到上海证券交易所上市公司管理二部下发的《关于大晟时代文化投资股份有限公司 2022 年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函【2023】0357 号,以下简称《工作函》)。公司对《工作函》高度重视,积极组织相关各方对《工作函》中涉及的问题进行逐项落实,现就《工作函》相关问题回复如下:

一、关于公司业绩

1.关于影视板块经营。年报显示,2022 年影视剧业务实现营业收入 471.98 万元,主要系影视剧发行成功确认收入,报告期末公司存货余额为 2,192.81 万元,主要有《八月未央》、《米露露求爱记》等,电视剧项目均已取得发行许可证,本期计提存货跌价准备 9.8 万元。请公司补充披露存货前五部电视剧电影存货跌价准备的计算过程,并结合公司存货政策,项目取得发行许可证时间、项目所处阶段及出售进展,说明存货跌价准备计提的充分性及合理性。请年审会计师发表意见。

回复:

一、公司存货政策、项目取得发行许可证时间、项目所处阶段及出售进展

(一)项目取得发行许可证时间、项目所处阶段

公司存货前五部电视剧电影具体情况如下:

单位:万元

项目名称	类型	账面余额	跌价准备	账面价值	取得发行许可证时间	项目所处阶段
《八月未央》	电视剧	4,669.81	2,858.49	1,811.32	2018 年 12 月	已取得发行许可证、出售中
《米露露求爱记》	电视剧	4,471.48	4,471.48	0.00	2017 年 12 月	已取得发行许可证、出售中
《紧急救援》	电影	1,796.64	1,796.64	0.00	2019 年 12 月	已上映未结算
《彼岸花》	电视剧	1,116.78	1,015.64	101.13	2017 年 12 月	已取得发行许可证、出售中
《我爱你,这是最好的安排》	电视剧	576.64	463.43	113.21	2017 年 12 月	已取得发行许可证、出售中
合计		12,631.34	10,605.68	2,025.66		

(二)出售进展

存货前五部电视剧电影出售进展情况如下:

项目名称	出售进展
《八月未央》	新媒体平台发行已与腾讯视频签订预售合同并收取部分预售款,预计 2023 年播出。
《米露露求爱记》	未发行成功,暂无相关意向采购方。
《紧急救援》	已上映未进行最终结算
《彼岸花》	新媒体平台(腾讯视频)及地面台已成功发行;已签订华南地区播映权、发行权、转授权销售合同;电视台卫视发行工作正在进行,已有安徽、山东、河南、辽宁等省级卫视有购买意向。
《我爱你,这是最好的安排》	新媒体平台(芒果 TV)已成功发行,已签订华南地区播映权、发行权、转授权销售合同;电视台卫视二轮发行工作正在进行,已有安徽、山东、河南、辽宁等省级卫视有购买意向。

(三)公司存货政策

在资产负债表日,存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时,提取存货跌价准备。计提存货跌价准备后,如果以前减记存货价值的影响因素已经消失,导致存货的可变现净值高于其账面价值的,在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回,转回的金额计入当期损益。

二、存前五部电视剧电影存货跌价准备的计算过程

单位:万元

项目名称	账面余额	跌价准备	以前年度计提金额	2022 年计提金额	2022 年末账面价值
《八月未央》	4,669.81	2,858.49	2,858.49	0.00	1,811.32
《米露露求爱记》	4,471.48	4,471.48	4,471.48	0.00	0.00
《紧急救援》	1,796.64	1,796.64	1,796.64	0.00	0.00
《彼岸花》	1,116.78	1,015.64	1,076.02	−60.38	101.13
《我爱你,这是最好的安排》	576.64	463.43	542.68	−79.25	113.21
合计	12,631.34	10,605.68	10,745.30	−139.63	2,025.66

(一)《八月未央》存货跌价准备计提情况

《八月未央》已于 2018 年 12 月取得发行许可证,同时该剧已与腾讯签订了预售合同,公司已收取预收款项 1,811.32 万元。《八月未央》在取得发行许可证后,长时间未能实现对外发行,以前年度已根据剧集的可收回价格,计提 2,858.49 万元减值准备。截至 2022 年末,公司根据剧集的销售单价预测情况及项目的预售收款情况进行存货跌价测试,2022 年度存货跌价准备未发生变动。《八月未央》预计将在 2023 年度实现播出。

(二)《米露露求爱记》存货跌价准备计提情况

公司存货《米露露求爱记》于 2017 年 12 月取得发行许可证,因男演员卷入负面新闻导致发行困难,该剧很可能无法播出,以前年度已全额计提存货跌价准备,截至 2022 年末,《米露露求爱记》的预计销售情况未发生变化,存货账面价值为零。

(三)《紧急救援》存货跌价准备计提情况

公司于 2019 年 3 月与霍尔果斯影音影联文化传媒有限公司(以下简称“霍尔果斯影联”)签订《电影《紧急救援》投资份额转让协议》,协议约定霍尔果斯影联将影片投资总额的 2.5%转让给公司,公司支付全部价款后享有投资份额收益权。《紧急救援》存货原值为 1,796.64 万元,已于 2019 年 12 月取得电影公映许可证。公司以前年度根据电影票房情况已全额计提存货跌价准备。截至 2022 年 12 月 31 日,因《紧急救援》尚未完成最终结算,存货账面余额为 1,796.64 万元,存货跌价准备为 1,796.64 万元,存货账面价值为零。

(四)《彼岸花》存货跌价准备计提情况

公司存货《彼岸花》于 2017 年 12 月取得发行许可证,以前年度已实现了新媒体平台(腾讯视频)和地面台的发行,存货账面余额为对应的卫视及地面台的发行。以前年度已根据卫视及地面台的预计发行情况及价格,计提了 1,076.02 万元的存货跌价准备。

2022 年 12 月,《彼岸花》签订了华南地区销售合同,将广东省、广西省和海南省地区的有线、无线传统广播电视台播映权、发行权及转授权进行销售,相关剧集已在 2023 年 1 月完成交片,并按合同约定进度收到发行款项。公司根据已签订的销售合同及其他地区传统媒体预计发行价格,预计可回收金额为 101.13 万元,可收回金额大于存货成本的账面价值,2022 年转回存货跌价准备金额 60.38 万元。

该剧购买方已将该剧在广东省的播出版权授予广东省城市台电视剧采购联盟,预计将于下半年在广东省内多个地级市电视台陆续播出。

(五)《我爱你,这是最好的安排》存货跌价准备计提情况

公司存货《我爱你,这是最好的安排》于 2017 年 12 月取得发行许可证,以前年度已实现了新媒体平台的发行,存货账面余额为对应的卫视及地面台的发行。以前年度已根据卫视及地面台的预计发行情况及价格,计提了 542.68 万元的存货跌价准备。

2022 年 12 月《我爱你,这是最好的安排》签订了华南地区销售合同,将广东省、广西省和海南省地区的有线、无线传统广播电视台播映权、发行权及转授权进行销售,已在 2023 年 1 月完成交片,并按合同约定进度收到发行款项。公司根据已签订销售合同及其他地区传统媒体预计发行价格,预计可回收金额为 113.21 万元,可收回金额大于存货成本的账面价值,2022 年转回存货跌价准备金额 79.25 万元。

截至目前,该剧购买方已将该剧在广东省的播出版权授予广东省城市台电视剧采购联盟,预计将于下半年在省内多个地级市电视台陆续播出。

综合以上情况,公司基于未来预测数据,对存货进行了减值测算并计提了相关的存货跌价准备,公司 2022 年度存货跌价准备计提依据及会计估计合理,计提金额准确。

【会计师核查情况】

一、核查程序:

1、审阅影视剧明细表,对影视剧项目所处阶段进行检查,包括但不限于是否取得发行许可证、未来发行计划及目前出售进展情况;

2、复核管理层对存货跌价测试的相关考虑和客观证据,评价管理层是否充分识别已发生减值的存货;

3、对于期末尚未成功发行的影视剧,获取并检查其未来发行计划及已签订的销售合同,复核存货跌价准备计提是否充分;

4、查阅影视剧期末存货跌价准备计算过程,并对期末存货跌价准备进行重新计算、复核存货跌价准备计提是否准确;

5、查阅企业会计准则关于存货跌价的相关政策规定,检查所采用的存货跌价准备计提会计政策的适当性。

二、核查意见:

经核查,年审会计师认为:

1、公司已充分说明前五部电视剧电影项目基本情况;

2、公司已充分披露存货前五部电视剧电影存货跌价准备的计算过程;

3、公司存货政策符合企业会计准则关于存货跌价的相关规定,报告期内存货跌价准备的计提合理、充分。

2.关于销售费用和管理费用。年报显示,公司 2022 年管理费用 5,004.92 万元,占营业收入总额的 24%,较上年同期减少 2,789.04 万元,主要系职工薪酬减少和影视项目前期费用减少。报告期内销售费用 4,845 万元,占营业收入的 23.2%,明细科目中,广告宣传费用 4,114.4 万元,占销售费用的 84.92%,职工薪酬 705.12 万元,报告期内销售人员仅 1 名。请公司:

(1)补充说明职工薪酬归入管理费用、销售费用的职工人数,具体所在业务部门情况,说明销售人员仅 1 人的合理性;

回复:

公司职工薪酬归入管理费用的职工人数,具体所在业务部门情况如下:

公司名称	部门	人数	职工薪酬金额(单位:万元)
大晟时代文化投资股份有限公司本部及直管公司	管理人员	8	1,263.92
	总经办	2	
	金融证券部	2	
	投资部	3	
	审计监察部	3	
	计划财务部	11	
	人事行政部	7	
	除职工以外的董事监事	4	
深圳淘乐网络科技有限公司	财务部	6	2,249.81
	职能部	12	
	管理人员	2	
海南祺曜互动娱乐有限公司	综合部	6	82.06
无锡中联传动文化传播有限公司	管理部	2	137.98
	技术部	1	
	行政部	3	
	财务部	2	
合计		70	3,733.77

公司职工薪酬归入销售费用的职工人数,具体所在业务部门情况如下:

公司名称	部门	人数	职工薪酬金额(单位:万元)
深圳淘乐网络科技有限公司	市场部	33	682.63
海南祺曜互动娱乐有限公司	商务部	1	22.50
合计		34	705.13

淘乐网络市场部及祺曜互娱商务部的主要工作均为负责游戏产品的广告投放和商务渠道对接,所以公司将该两家子公司的业务部门人员薪酬列支为销售费用。但因各子公司内部管理的差别,淘乐网络市场部人员在年报中统计为业务人员。上述计入销售费用的市场相关人员合计为 34 人,占在职职工总人数的 8.11%;职工薪酬总额为 705.13 万元/年,人均薪酬为 20.74 万元。无论市场相关员工的数量还是薪酬水平,均具有合理性。

(2)补充披露广告宣传费的主要内容、涉及的前五大支付对象名称、是否为关联方及关联关系、业务内容及开展模式、合同金额及定价依据,说明相关费用占比较高的合理性;

回复:

(一)广告宣传费的主要内容、涉及的前五大支付对象名称、是否为关联方及关联关系、业务内容及开展模式、合同金额及定价依据

1、广告宣传费的主要内容

报告期内的广告宣传费主要为对公司现有游戏推广的费用,通过广告代理服务商在今日头条、百度、快手等各大平台投放信息流广告,即通过视频、图片、图文等形式将游戏推广穿插于平台信息之中,平台用户可通过点击广告下载公司游戏产品从而达到推广营销目的。

2、涉及的前五大支付对象名称、是否为关联方及关联关系、业务内容及开展模式、合同金额及定价依据

(1)2022 年度涉及的前五大支付对象明细如下:

公司名称	是否关联方关系	开展模式	业务内容[注]	广告宣传费金额(万元)	定价依据
侠客行(上海)广告有限公司	非关联方	自主投放	今日头条	1,672.81	CPM(按展示付费)
			快手	271.13	CPM(按展示付费)
凯丽隆(上海)软件信息科技有限公司	非关联方	自主投放	今日头条	1,524.68	CPM(按展示付费)
			广点通	49.09	CPC(按点击付费)
北京联美广告有限公司	非关联方	代运营投放	百度推广	122.15	CPC(按点击付费) CPT(按时长付费)
成都快赢科技有限公司	非关联方	自主投放	百度推广	88.99	CPC(按展示付费) CPC(按点击付费)
西安点聚创网络科技有限责任公司	非关联方	自主投放	今日头条	71.85	CPM(按展示付费)
合计				3,800.70	

注:今日头条的主要投放平台为抖音 app、今日头条 app;快手的主要投放平台为快手 app;百度推广的主要投放平台为百度搜索、百度品专和百度原生;广点通的主要投放平台为微信朋友圈、腾讯平台和内容媒体。

(2)前五大支付对象与公司无关联关系

上述供应商均为各大推广平台(如今日头条、百度、快手等)的代理商,与公司不存在关联关系。因推广平台不直接对接广告主提供推广服务,公司需要与其代理商进行合作,通过代理商在相关的推广平台上开户并充值,故公司需要通过广告代理服务商实现推广投放目的。

公司在选择代理服务商时优先选择规模大、行业口碑较好、与平台沟通效率更高的代理服务商。其中,侠客行(上海)广告有限公司和凯丽隆(上海)软件信息科技有限公司为今日头条的一级代理商。

上述代理商的工商信息如下:

供应商名称	主营业务	法定代表人	注册资本	成立时间	股东情况
侠客行(上海)广告有限公司	广告设计、代理;广告发布;广告制作;	张小雨	5000 万元	2014-05-09	新美星空(北京)数字科技有限公司
凯丽隆(上海)软件信息科技有限公司	广告设计、制作、代理	刘欢	1000 万元	2011-05-16	珍岛信息技术(上海)股份有限公司
北京联美广告有限公司	设计、制作、代理、发布;广告;	吴笛	1000 万元	2014-01-07	吴笛、成仁凤
成都快赢科技有限公司	广告制作;广告设计、代理	梁旭	200 万元	2021-06-03	侯军、梁旭、张海帆、邓丽
西安点聚创网络科技有限责任公司	广告发布;广告设计、代理;广告制作;	张云超	2000 万元	2019-04-30	西安正大网络科技有限公司、西安易联趣网络科技有限责任公司

(3)推广业务内容及开展模式

公司的推广业务主要是在今日头条、百度、快手等各大平台推广公司现有游戏。公司将推广充值款付款至各大平台广告代理商,由广告代理商充值至公司的平台推广账户中。目前公司存在两种投放模式,一是由公司自主在推广平台创建计划并进行投放,二是由代运营合作方在推广平台创建计划并进行投放。

(4)合同金额

公司与各代理服务商签订框架合同,在推广平台中不同广告位及不同时间点的推广投放价格不一,平台根据实际推广计划及投放情况在账户中扣费。上表中统计合同金额为本期推广平台实际消费金额。

(5)定价依据

目前公司在各大推广平台中的消费主要存在三种定价模式,分别为 CPM、CPC 及 CPT。CPM 为按每千次展示计价,依据相关广告营销服务产生的产品展示次数等流量数据,结合对应的单价进行账户扣费。CPC 为按点击计价,依据相关广告营销服务产生的点击量,结合对应的单价进行账户扣费。CPT 为按时长计价,依据相关广告营销服务展示时长,结合对应的单价进行账户扣费。

(二)相关费用占比较高的合理性

1、公司游戏推广费用情况

目前游戏市场竞争异常激烈,为更好的获取新用户以及提高老用户的活跃度,公司于 2020 年逐渐加大在新媒体平台的推广。而推广力度的加大以及因广告资源供不应求导致的推广价格上涨使得公司自 2020 年以来推广费用逐年增长。

公司的推广投放主要集中在手游《桃花源记》和手游《仙灵逍遥》,两款游戏在 2021 年度及 2022 年度的游戏收入金额与推广费用金额如下:

单位:万元

游戏名称	年度	游戏收入	推广费金额	当年度游戏推广费用总额	推广费占比
手游《桃花源记》	2021	11,925.12	4,508.63	5,152.69	87.50%
	2022	11,981.35	3,619.57	4,114.49	87.97%
手游《仙灵逍遥》	2021	1,990.30	496.02	5,152.69	9.63%
	2022	1,620.16	338.06	4,114.49	8.22%

公司于 2020 年逐渐加大在新媒体平台推广并取得较好的推广效果。新媒体平台的推广持续为游戏带来新用户的同时也拉动了游戏内的付费充值。2021 年公司优化推广策略并继续加大推广力度,主推手游《桃花源记》,2021 年手游《桃花源记》收入增长率为 102.49%;由于手游《仙灵逍遥》推广投入有所下降,因此收入下滑。

2022 年上半年手游《桃花源记》收入同比增长 20.35%,2022 年下半年因 IOS 端游效安装包下架,游戏充值流水下降,导致收入同比下滑 19.90%,综合 2022 年全年游戏收入较 2021 年基本持平。而受 IOS 端游效安装包下架影响,公司三季度推广投入减少,推广费用金额下降。

综上,公司对游戏的推广投入带动了游戏充值流水的增长,游戏推广费用占比较高具备商业合理性。

2、同行业公司推广费用比较情况

2022 年度公司与同行业游戏公司的广告宣传费用率对比情况如下:

单位:万元

同行业可比公司	游戏相关业务收入	广告宣传费	广告宣传费用率
完美世界	724,246.80	71,630.54	9.89%
巨人网络	202,499.96	22,568.57	11.14%
三七互娱	1,623,109.91	816,977.63	50.33%
冰川网络	204,529.52	122,352.78	59.82%
同行平均水平	688,596.55	258,382.38	37.52%
本公司	20,196.42	4,114.49	20.37%

公司的广告宣传费用率介于同行业之间,具有合理性。

综上,公司的推广相关费用占比合理。

(3)结合人均薪酬变化和具体经营情况,补充说明营业收入持平的情况下本期管理费用、销售费用与上一报告期变动情况存在较大差异的具体原因与合理性。请年审会计师对问题(2)(3)发表意见。

回复:

(一)管理费用与上一报告期变动情况存在较大差异的具体原因与合理性。

公司 2022 年度管理费用与 2021 年度管理费用同比变动情况如下:

单位:万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动金额	变动比例
职工薪酬	3,733.77	5,344.33	−1,610.56	−30.14%
中介费	374.42	396.25	−21.83	−5.51%
折旧	358.31	453.78	−95.47	−21.04%
租赁费	254.88	228.81	26.08	11.40%
业务招待费	145.79	203.07	−57.28	−28.21%
办公费	83.41	173.89	−90.48	−52.03%
差旅费	52.83	88.42	−35.59	−40.25%
长期待摊费用摊销	10.49	20.67	−10.18	−49.24%
财产保险费	10.18	6.37	3.81	59.85%
无形资产摊销	5.55	5.51	0.05	0.90%
影视项目前期费用	0.00	580.29	−580.29	−100.00%
其他	−24.71	292.58	−317.30	−108.45%
合计	5,004.92	7,793.96	−2,789.04	−35.78%

公司 2022 年管理费用比 2021 年减少 2,789.04 万元,主要为职工薪酬、影视项目前期费用、其他等费用减少所致。

1、职工薪酬变动原因

报告期内职工薪酬较上一报告期下降的原因主要系工资及奖金下降导致,管理费用职工薪酬具体构成如下:

单位:万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动金额	变动比例
工资	1,400.22	1,658.97	−258.75	−15.60%
奖金	1,794.21	3,195.99	−1,401.78	−43.86
社保公积金等	539.34	489.37	49.97	10.21%
合计	3,733.77	5,344.33	−1,610.56	−30.14%

公司管理人员平均人数及人均工资情况如下:

项目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动比例
平均人数(人)	70	79	−9	−11.39%
人均工资(万元)	20	21	−1	−4.75%

(1)工资的下降

公司 2021 年与 2022 年人均工资基本持平,工资下降原因主要系公司管理人员人数下降导致。

(2)奖金的下降

2022 年度奖金下降主要系核心激励及母公司员工奖金下降所致。

= 1 * GB3 ①核心激励

核心激励系控股子公司淘乐网络对核心管理人员实施奖金激励,核心激励方案已于 2021 年通过公司的董事会及股东会审议,核心激励方案的审议情况及主要内容如下:

1)审议情况

公司于 2021 年 3 月 4 日召开第十一届董事会第二次会议,审议通过了《关于子公司拟对核心管理人员实施奖金激励并签署相关协议暨关联交易的议案》,该议案已提交 2020 年年度股东大会,并于 2021 年 3 月 26 日通过审议。

2)主要内容

核心激励方案主要内容为“淘乐网络与其核心管理人员签订奖金协议,2021 年及以后各会计年度,每个会计年度结束后,淘乐网络将其经会计师审定的合并报表中净利润按约定比例得出的金额作为激励奖金,每年激励金额范围在淘乐网络净利润的 30%-50%之间,上一年度激励金额发放完成后 30 日内,淘乐网络有权确定本年度激励比例,但调整后激励金额比例不得低于淘乐网络净利润的 30%。”

2022 年度与 2021 年度核心激励比例及金额变动情况如下:

项目	2022 年度	2021 年度	变动金额
核心激励比例	30%	43.24%	/
核心激励金额(万元)	1,706.64	2,556.58	−849.94

2022 年度与 2021 年度公司对关联自然人徐宁发放的激励金额情况如下:

单位:万元

核心管理人员	2022 年度	2021 年度
徐宁	400.00	600.00

2022 年度核心激励薪酬较 2021 年度下降 849.94 万元。下降的原因主要系在当前竞争激烈的行业环境下公司为了促进新游戏的上线研发和稳定研发团队,降低了 2022 年核心激励金额,用以扩大研发团队规模并提升研发团队薪酬,相应 2022 年度公司研发费用薪酬上升 1,047.56 万元。

2022 年度与 2021 年度研发人员平均薪酬及人数变动情况如下:

项目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动比例
研发费用职工薪酬(万元)	7,331.95	6,484.39	1,047.56	16.16%
平均人数(人)	273	253	20	7.91%
人均薪酬(万元)	27.59	25.63	1.96	7.65%

= 2 * GB3 ②员工奖金

因母公司未完成相关的年度考核,经公司管理层决定,取消大晟文化母公司的十三薪奖金,并减少相应管理团队的年终奖金额。

2、影视项目前期费用变动主要原因

公司 2021 年度发生的影视项目前期费用为《逆火救援》终止拍摄导致项目前期已支出费用的损失 260 万元以及结转计划不再进行拍摄的原材料(剧本、改编权)存货成本 320.29 万元,2022 年无上述费用。

3、其他费用变动主要原因

公司 2021 年度对因将授权过期且无游戏研发计划的《青云志》商标授权结转至管理费用,金额为 161.32 万元,2022 年无此项费用。公司 2022 年度由于诉讼胜诉,相关诉讼费用退回,冲减原已计提的诉讼费用。

(二)销售费用与上一报告期变动情况存在较大差异的具体原因与合理性。

公司 2022 年度销售费用与 2021 年度销售费用同比变动情况如下:

单位:万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动金额	变动比例
广告宣传费	4,114.49	5,153.02	−1,038.53	−20.15%
职工薪酬	705.12	620.75	84.38	13.59%
差旅费	0.25	1.61	−1.36	−84.20%
业务招待费	0.11	1.84	−1.73	−94.01%
其他	25.30	14.84	10.45	70.42%
合计	4,845.27	5,792.06	−946.79	−16.35%

公司 2022 年销售费用比 2021 年减少 946.79 万元,主要为广告宣传费减少所致。

广告宣传费主要为公司对现有游戏推广的费用,其中主要系对手游《桃花源记》和手游《仙灵逍遥》进行推广,手游《桃花源记》IOS 端游效安装包于 2022 年 6 月底被下架,并于 2022 年 9 月重新上架,重要渠道安装包的下架影响了广告投放计划,重新上架后推广投放恢复正常。

2022 年手游《桃花源记》游戏收入与推广费金额按月数据如下:

单位:万元

月份	游戏收入	推广费金额
1 月	860.56	512.79
2 月	994.76	166.60
3 月	1,384.88	434.17
4 月	1,383.05	623.20
5 月	1,389.89	569.30
6 月	1,270.74	146.31
7 月	845.38	236.96
8 月	760.37	55.15
9 月	602.08	14.17
10 月	731.57	301.36
11 月	800.28	265.42
12 月	957.78	300.12
合计	11,981.35	3,619.57

受手游《桃花源记》游戏安装包下架影响,公司三季度推广费金额明显下降,从而导致本年推广费金额下降。

【会计师核查情况】

一、核查程序:

1、获取并检查公司与主要推广代理商的推广合同、推广执行单、付款回单、广告账号充值与消耗记录等,核查推广费用的真实性;

2、对公司主要广告代理商实施函证程序;

3、获取公司工资汇总表,并与账面记录金额进行核对;对当期应付职工薪酬支付情况进行抽样检查,将应付职工薪酬支付金额与银行回单进行核对,验证应付职工薪酬支付的准确性;

4、获取并检查公司核心激励政策及核心激励计算过程,复核核心激励金额计算的准确性,并对核心激励金额变动进行合理性分析;

5、查阅核心激励政策相关董事会文件及上市公司公告;

6、获取并检查期末应付及奖金支付的凭证和银行流水,核查期末工资及奖金计提是否完整。

二、核查意见:

经核查,年审会计师认为:

1、广告宣传费系对现有游戏的推广,公司与前五大广告代理商不存在关联关系;公司已补充披露相关的业务内容及开展模式、合同金额及定价依据。公司的游戏推广具备商业逻辑,广告宣传费占比较高具备合理性。

2、管理费用变动原因主要系职工薪酬减少导致,管理费用的下降符合公司本年的经营情况,管理费用变动原因具备合理性。

3、销售费用变动原因主要系游戏广告宣传费用下降,销售费用的下降符合公司本年的经营情况,销售费用变动原因具备合理性。

3.关于商誉。年报显示,公司期末商誉账面价值为 1.59 亿元,占报告期末净资产的 89%,主要系收购深圳淘乐网络科技有限公司(以下简称深圳淘乐)形成,2022 年年度报告未对其计提减值。请公司:

(1)补充披露深圳淘乐本期主要财务数据、各类游戏充值金额及同比变动情况,并对比收购时的预测数据说明是否存在显著差异及差异原因;

回复:

(一)深圳淘乐 2022 年主要财务数据、各类游戏充值金额及同比变动情况

深圳淘乐 2022 年主要财务数据及同比变动情况如下表:

单位:万元

项目	2022 年度	2021 年度	同比变动
营业收入	19,801.51	19,891.26	−0.45%
营业成本	1,371.04	1,062.00	29.10%
销售费用	4,822.59	5,768.36	−16.40%
管理费用	2,544.35	3,606.08	−29.44%
研发费用	7,134.58	5,870.98	21.52%
财务费用	60.41	53.61	12.68%
净利润	4,205.62	3,688.24	14.03%
总资产	17,757.92	17,987.41	−1.28%
净资产	10,644.68	9,890.06	7.63%

深圳淘乐主要财务数据同比变动原因分析如下:

1、营业收入:2021 年度、2022 年度两年基本持平。

2、营业成本:深圳淘乐 2022 年营业成本增加主要系手游《桃花源记》外包技术服务费增加。

3、销售费用:深圳淘乐手游《桃花源记》2022 年 6 月份 IOS 端游效安装包被下架,推广计划受到影响,三季度推广费金额明显下降,导致销售费用下降。

4、管理费用:2022 年核心管理人员激励比例下调,导致核心激励金额下降,管理费用下降。

5、研发费用:2022 年深圳淘乐研发团队规模扩大,研发人员薪酬费用增加,导致研发费用增加。

6、净利润:深圳淘乐 2022 年营业收入与 2021 年保持持平,期间费用总体下降,导致净利润增加。

(二)深圳淘乐 2022 年各类游戏充值金额及同比变动情况如下表:

单位:万元

项目	2022 年度	2021 年度	同比变动
桃花源记二(端游)	3,577.46	3,840.53	−6.85%
桃花源记二(端游)	3,900.41	3,386.79	15.17%
桃花源记(手游)	15,755.03	16,642.48	−5.33%
仙灵逍遥(御剑红尘)(手游)	6,663.17	5,533.92	20.41%

目前深圳淘乐主要运营 4 款游戏,其中:

《桃花源记一》(端游)为深圳淘乐的创业产品,由深圳淘乐自主研发自主运营,并于 2011 年 6 月上线,目前已经上线运营 10 年以上,属于经典游戏,目前进入正常的经营衰减期。

《桃花源记二》(端游)2015 年 10 月上线,兼顾自主运营模式与联运模式,该游戏 2022 年与 2021 年相比,充值流水出现一定幅度的增长,主要原因系公司加强游戏的精细化运营及持续优化力度,以及联运渠道的增加。

《桃花源记》(手游)由深圳淘乐原研发团队,历时两年的打造移动回合制游戏,2016 年正式推出并开始内测,2017 年正式上线,该游戏运营多年,2021 年经营模式有所调整,利用新媒体平台进行推广,充值流水大幅度增长。但 2022 年 6 月其 IOS 端游戏包下架,2022 年 9 月才重新上架,充值流水有所减少。

《仙灵逍遥》(手游)是一款大型多人在线国风仙侠回合制手游,于 2018 年正式上线,主要充值流水来自于联运渠道,2022 年联运渠道的增加,使得游戏充值流水有一定幅度的增长。

(三)深圳淘乐与收购时的预测数据对比及差异原因

大晟文化并购深圳淘乐的评估基准日为 2014 年 12 月 31 日,预测期为 5 年,即 2015 年-2019 年,2020 年起与 2019 年经营数据保持不变并永续经营。本期 2022 年对应收购时的永续期,各项财务数据对比及差异情况如下:

单位:万元

项目	收购时永续期数据	2022 年度实际经营数据	对比差异
一、主营业务收入	25,645.37	19,801.51	−22.79%
二、主营业务利润	23,529.91	18,325.57	−22.12%
减:销售费用	5,456.29	4,822.59	−11.61%
管理费用(含研发费用)	7,374.97	9,678.93	31.24%
财务费用		60.41	
三、营业利润	10,698.65	4,190.21	−60.83%
四、利润总额	10,698.65	4,190.18	−60.83%

深圳淘乐 2022 年主要财务数据与收购时的预测数据对比存在显著差异,存在差异的差异原因分析如下:

1、主营业务收入

2022 年主营业务收入较收购时的预测数据对比减少 5,843.86 万元,差异率为 22.79%,原因主要系:

(1)国家政策

2018 年以来,国家陆续推出多项政策包括规范游戏行业的发展政策、约束未成年人的游戏时间等不利于深圳淘乐经营收入的政策,具体政策如下:

序号	发布时间	政策名称	要点
1	2018 年 8 月	《综合防北儿童营沙年近视实施方案》	实施网络游戏总量调控,控制新增网络游戏上网运营数量,探索符合国情的适龄提示制度,采取措施限制未成年人使用时间。
2	2019 年 10 月	《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》	(1)实行网络游戏账号实名注册制度,所有网络游戏用户均需使用有效身份信息方可进行游戏账号注册。 (2)严格控制未成年人使用网络游戏时段时长,规定每日 22 时到次日 8 时不得为未成年人提供游戏服务,法定节假日每日不得超过 3 小时,其他时间每日不得超过 15 小时。 (3)规范向未成年人提供付费服务,规定网络游戏企业不得为未满 8 周岁的用户提供游戏付费服务;同一网络游戏企业所提供的游戏付费服务,8 周岁以上未满 16 周岁的未成年人用户,单次充值金额不得超过 50 元人民币,每月充值金额累计不得超过 200 元人民币;16 周岁以上的未成年人用户,单次充值金额不得超过 100 元人民币,每月充值金额累计不得超过 400 元人民币。(4)切实加强行业监管,要求对未落实本通知要求的网络游戏企业,各地出版管理部门应责令限期改正;情节严重的,依法依规予以处理,直至吊销相关许可。 (5)探索实施适龄提示制度,帮助未成年人、家长和老师等更好区分网络游戏,引导未成年人更好使用网络游戏。适龄提示并不等同于西方的分级制度,决不允许危情、血腥、暴力、赌博等有害内容存在于面向成年人的游戏中。 (6)积极引导家长、学校等社会各界力量履行未成年人监护守护责任,帮助未成年人树立正确的网络游戏消费观念和行为习惯。
3	2020 年 12 月	《网络游戏适龄提示》	(1)适龄提示的标识符以 3 个不同的年龄为标准,分别为绿色的 8+、蓝色的 12+、黄色的 16+。(2)标准规定了标识符使用的基本要求,规定了标识符的下载渠道、展示时长、尺寸比例和更新频率,同时对有可能刻意模糊强化标识使用和提示语的行为做了必要规范,以维护标识标准的权威性、统一性和实时性。 (3)明确了标识符的具体使用场景,即适龄提示标识必须发放在游戏产品界面的显著位置,包括但不限于游戏的官网、客户端主册、登录节点、游戏付费界面和宣传视频、广告等,以突出标识在游戏产品中的能见度和可视性。
4	2021 年 3 月	《游戏审查评分细则》	(1)从“观念导向”“原创设计”“制作品质”“文化内涵”“开发程度”5 个方面进行评分,再结合 5 项得分给出总分。 (2)总分和每个分项的评分范围是 05 分,5 分为最高分,0 分为最低分,3 分为及格分,任何一项出现 0 分游戏“一票否决”。
5	2021 年 8 月	《游戏审查评分细则》	(1)严格限制向未成年人提供网络游戏服务的时间,所有网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日 20 时至 21 时向未成年人提供 1 小时服务,其他时间均不得以任何形式向未成年人提供网络游戏服务。 (2)严格落