

# 果麦

GUOMAI

关于果麦文化传媒股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市的中国证监会  
注册环节反馈意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



（河南省郑州市郑东新区商务外环路 10 号）

**中国证券监督管理委员会：**

贵会的反馈意见落实函已收悉。

根据贵会的要求，果麦文化传媒股份有限公司（以下简称“果麦文化”、“发行人”或“公司”）会同中原证券股份有限公司（以下简称“中原证券”、“保荐机构”）、上海澄明则正律师事务所（以下简称“发行人律师”）、大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”或“申报会计师”）等中介机构对注册环节反馈意见落实函中所提问题逐项核查，具体回复如下，请予审核。

## 说 明

如无特别说明，本回复使用的简称与《果麦文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（注册稿）》中的释义相同。

反馈意见落实函所列问题	黑体
对招股说明书的修订、补充	楷体（加粗）
对反馈意见落实函所列问题的回复、对招股说明书内容的引用	宋体

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

## 1. 关于风险因素事项

根据招股书，发行人：（1）在“特别风险提示”之“（三）图书产品权益遭受侵害风险”部分，存在“同时，公司结合自身实际，采取了一系列知识产权保护措施，建立起了完善的知识产权保护体系，包括制订严格的版权审核工作流程、签订严密的版权合同等。”等表述，以及“（五）经营业绩受到新冠肺炎疫情影响的风险有关”部分，存在“发行人于2020年2月10日开始分批次陆续复工复产，为了应对下游客户实体店销售下降影响，公司积极开展直播等线上营销活动并取得了显著成果，通过激活线上流量并带动了线上渠道的销售，部分读者的购书需求从实体店转移到了网店渠道。”等表述；（2）在“风险因素”之“一、经营风险”之“（三）版权合同到期不能续约的风险”部分，存在“尽管公司产品运营经验丰富、业绩良好、诚信合作，获得版权作者或代理机构的高度认可”等表述。

请发行人说明上述表述是否符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28号-创业板公司招股说明书（2020年修订）》第三十六条规定。如果不符合，请发行人予以删除。

请保荐机构核查风险因素中是否包含有关风险对策、发行人竞争优势及类似表述。

### 【回复】

**一、说明上述表述是否符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28号-创业板公司招股说明书（2020年修订）》第三十六条规定**

根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28号—创业板公司招股说明书（2020年修订）》第三十六条规定，上述表述不利于投资者准确理解发行人面临的风险因素。为本着客观、谨慎的原则，充分提示市场竞争风险，发行人对招股说明书中“重大事项提示”、“第四节 风险因素”的信息披露做了相应删除或修改，经删除和修改后的相关信息披露符合创业板公司招股说明书准则要求。

招股说明书“重大事项提示”经删除和修改后的信息披露内容如下：

## “二、特别风险提示

### （二）图书选题风险

选题是公司图书策划与发行业务的起点，该环节决定了图书的内容、形式以及所满足的需求等产品属性。图书选题环节需要根据市场情况、作者资源情况进行选择和加工，以判断是否可行、是否具有一定的文化价值及市场价值、是否为市场和读者需要、喜爱，这将决定该图书是否能够畅销和盈利。选题体系是否健全、是否拥有足够的优秀策划团队，是公司图书策划与发行业务能否实现良好经营业绩的核心环节。**如果公司选题的定位不准确、内容不被市场接受和认可，将可能对本公司的经营业绩构成不利影响。**

### （三）图书产品权益遭受侵害风险

侵害正版图书的各类非法出版物在全世界范围内都屡禁不止。畅销图书长时间以来都遭受知识产权侵害问题的困扰，侵权图书低劣的质量直接影响了使用者的阅读体验，同时也严重侵害了图书作者、出版商、发行商的利益。

近年来，政府有关部门制定了诸多打击非法出版行为、规范出版物市场秩序的法规和政策，加大了盗版打击力度，知识产权保护情况得到了明显改善。**但由于打击非法出版行为、规范出版物市场秩序是一个长期的工作，公司在一定时期内仍将面临知识产权保护不力、享有版权的出版物被他人盗版所带来的风险。**

### （五）经营业绩受到新冠肺炎疫情影响的风险

自新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“新冠疫情”、“疫情”）发生以来，公司及部分客户、供应商的生产经营均受到一定程度的不利影响。2020年2月开始新冠疫情在国内大规模蔓延，物流停运、延期复工复产以及限制公共场所人流聚集和人口跨区域流动等政策影响，上游出版社延迟复工，产品交付受到影响，同时，下游客户书店暂停营业，销量下降，公司图书销售受到了一定冲击。

出版社有序推动复工复产工作，相比出版业务来说，发行业务受疫情影响较大。部分出版社调整了经营策略，加大对市场热度较高的图书品种线上销售力度，经营状况逐渐好转。印厂由于疫情期间员工返工较为困难导致整体开机不足，当地政府对印厂出台了扶持举措，复工复产稳步推进。随着线上销售规模的快速增

长，出版社、图书策划公司业务恢复较快，印厂的订单随之增加，加上疫情得到根本控制及员工陆续返工，印厂整体开工负荷不断提高。

网店、实体书店方面，2020 年一季度新冠疫情对实体书店造成巨大冲击，2-3 月实体书店基本处于停业状态，造成实体店渠道销售出现明显下降。随着疫情逐渐好转，各地实体书店开始逐步恢复营业，图书市场也逐渐回暖，实体店渠道降幅收窄，而网店渠道增速有所提升。根据开卷统计数据显示，2020 年上半年，整体图书零售市场同比下降 9.29%；其中，网店渠道同比上升了 6.74%，实体店渠道同比下降了 47.36%。

对于采购来说，发行人存货备货中已考虑到安全库存，出版社及印厂的订单部分延迟执行情形对发行人正常经营影响很小。对于销售来说，发行人图书销售以委托代销模式为主，销售收入主要来源于下游客户的终端销售。一季度由于新冠疫情的冲击导致部分物流短期中断，部分客户延期复工等影响，销售受到一定影响。

随着我国统筹推进疫情防控和经济社会发展各项政策措施逐步落实落地，相关单位复工复产稳步推进，发行人经营状况持续改善，上半年疫情对发行人经营业绩的影响总体较小。”

招股说明书“第四节 风险因素”经删除和修改后的信息披露内容如下：

#### “一、经营风险

##### （一）政策监管风险

公司主营业务包括图书策划与发行、数字内容业务、IP 衍生与运营，所处行业大类归于新闻和出版业，属于具有意识形态属性的重要产业，受到国家相关法律、法规及政策的严格监管。为此，公司建立了较为严谨的选题及内容策划业务流程和相应的质量控制体系。公司所有选题首先须经公司选题委员会、社会效益和导向管理委员会审议通过；其次，确定的选题还需要通过国有出版社的审核，由国有出版社向省级新闻出版主管部门报备，最后由国家新闻出版署核发图书在版编目（CIP）（重大选题须报国家新闻出版署备案批准）。

公司图书策划品种主要集中于文艺、少儿及社科，属于大众类图书。自设立

以来，公司开展的业务未发生过违背或偏离国家政策导向和意识形态的情形。虽然公司策划发行的所有图书均需国有出版社来进行审核把关，但不排除由于对相关政策理解的偏颇而受到行业监管部门相应处罚的风险。

### （三）版权合同到期不能续约的风险

公司与版权方签署的授权合同期限一般为5年，合同到期后，版权方可以选择与公司续约或将版权授予其他图书公司或出版社，**不能排除由于市场竞争激烈导致未来版权合同到期后无法续约的风险**。如公司重要的畅销图书在版权合同到期后无法续约，可能会对公司经营业绩带来不利影响。

### （四）图书选题风险（同“特别风险提示”）

### （六）图书产品权益遭受侵害风险（同“特别风险提示”）

### （八）经营业绩受到新冠肺炎疫情影响的风险（同“特别风险提示”）

## 二、内控风险

### （二）核心人才流失的风险

公司从事的行业属于智力密集型产业，人才是公司的核心竞争力，是公司内容创新的关键驱动力。**具有丰富经验的高端人才在市场上较为匮乏，已经成为众多企业竞相追逐的对象**。对于图书策划与发行企业而言，优秀人才对内容策划的效果、服务客户的质量、内部管理体系的顺畅运行均起着决定性的作用，如果公司关键人才发生流失将对公司产生不利影响。

## 三、财务风险

### （四）参与电影投资的风险

公司参与的电影投资依托于自身的作者资源及版权储备，充分了解作者影响力、专业能力和故事内容在图书市场的表现，选择优质的合作伙伴和作品进行适度投资。按投资协议约定，公司仅作为资金提供方之一参与票房收入等收益分成，不参与电影作品的具体制作、拍摄、审批及发行等环节。报告期内，公司参与了韩寒导演的电影《乘风破浪》、《飞驰人生》的投资，两部电影累计投资金额分别为1,720万元、2,800万元。报告期，公司电影投资收益分别为88.67万元、1,394.72

万元、817.87 万元和 0.00 万元，占同期利润总额的比重分别为 2.59%、22.89%、11.95%和 0.00%，公司将参与的电影投资收益计入了非经常性损益。

**因电影投资具有投入大、周期长，风险因素多的特征，面临审查风险、票房不佳的可能，从而可能出现导致公司电影投资发生损失的风险。”**

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

保荐机构根据创业板公司招股说明书准则相关规定，逐一核实了招股说明书中风险因素语句表述是否包含有关风险对策、发行人竞争优势及类似表述等情况。

### （二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

发行人对招股说明书中风险因素的相应语句表述进行了删除和修改，经删除和修改后的风险因素中不包含有关风险对策、发行人竞争优势及类似表述，满足了创业板招股说明书准则的要求。

## 2. 关于信息披露

招股书“董事变动的情况”部分，有关表述“2018 年 1 月 2 日，经和谐成长提名，本公司召开 2018 年第一次临时股东大会，选举牛奎光担任本公司董事，陈颀不再担任本公司董事。”，与后续“董事牛奎光提名人为 IDG”表述之间存在差异。此外还披露，“2018 年 1 月离职董事和新任董事的提名人有差异主要由于彼时公司引入股东 IDG，各方签署的《关于果麦文化传媒股份有限公司之股东协议》（2017 年 12 月 29 日签订）同意给予 IDG 向公司委派董事的权利。”。

请发行人：

（1）说明牛奎光提名人，并在招股书中予以统一；

（2）说明和谐成长和 IDG 关系，以及招股书“彼时公司引入股东 IDG”的说法是否有误，并根据实际情况在招股书中予以相应调整。

请保荐机构核查并发表明确意见。

### 【回复】

#### 一、说明牛奎光提名人，并在招股书中予以统一；

牛奎光提名人为和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙），根据《招股说明书》释义部分，“和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）”简称为“和谐成长/IDG”，为便于投资者阅读，招股书已将“和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）”的简称统一调整为“和谐成长”。

#### 二、说明和谐成长和 IDG 关系，以及招股书“彼时公司引入股东 IDG”的说法是否有误，并根据实际情况在招股书中予以相应调整。

如前文所述，和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）的简称为“和谐成长/IDG”，即在本招股书内，“和谐成长”或“IDG”均指股东“和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）”，二者为同一股东的不同简称，招股书中“彼时公司引入股东 IDG”的说法不存在错误，但存在定义不清晰的问题，为便于投资者阅读，招股书已将“和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）”的简称统一调整为“和谐成长”。

#### 三、中介机构核查情况

##### （一）核查程序

查阅和谐成长工商信息及 IDG 公开信息资料，获取了股东和谐成长对其与 IDG 关系的确认。

##### （二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、牛奎光提名人为和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）。

2、“和谐成长”、“IDG”均为股东“和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）”的简称，招股书已将“和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）”的简称统一调整为“和谐成长”。

### 3. 关于 2017 年 12 月果麦合伙增资事项

根据申报材料，易中天、李继宏及黄山分别与果麦合伙于 2017 年 4 月签署《股权认购协议》，协议约定的目的系为了间接持有发行人的股份，果麦合伙已于 2017 年 5 月 27 日就前述认购办理完毕工商变更登记。由于发行人正忙于股改审计工作未能立即办理增资手续，于 2017 年 12 月完成了上述增资的工商变更登记。鉴于前述《股权认购协议》的签署时点为 2017 年 4 月且已明确约定认购价格，签署时点与浅石创投 2017 年 3 月受让周巧蓉股权相近，且上述认购安排已经发行人当时全体股东出具的同意函确认。因此，本次增资价格实质为参考发行人 2017 年 3 月浅石创投受让周巧蓉股权的转让价格，定价具有合理性，不构成股份支付。

招股书显示，发行人于 2017 年 12 月 15 日召开股东大会审议通过上述果麦合伙增资事项。

请发行人：

(1) 补充披露易中天、李继宏及黄山等人支付认购果麦合伙股份款项的具体时间；

(2) 补充披露发行人 2017 年 12 月股东大会审议果麦合伙增资事项对应的股权认购（增资）协议签署日期及果麦合伙支付认购增资款时间；

(3) 说明 2017 年 12 月份果麦合伙增资以发行人 2017 年 3 月份相关股权转让价格作为参考的合理性，本次果麦合伙增资是否构成股份支付以及相应会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、发行人律师、申报会计师对相关事项进行核查，并发表明确意见。

**【回复】**

一、补充披露易中天、李继宏及黄山等人支付认购果麦合伙股份款项的具体时间；

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（一）报告期

内发行人股本和股东变化情况”之“10、发行人2017年12月至2018年12月增资或股权转让情况”部分补充披露如下：

根据易中天、李继宏及黄山等人的价款支付凭证，其相关认购款项的支付时间如下：

姓名	付款时间
易中天	2017年7月至2017年8月
黄山	2017年11月
李继宏	2017年11月

二、补充披露发行人2017年12月股东大会审议果麦合伙增资事项对应的股权认购（增资）协议签署日期及果麦合伙支付认购增资款时间；

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（一）报告期内发行人股本和股东变化情况”之“10、发行人2017年12月至2018年12月增资或股权转让情况”部分补充披露如下：

2017年12月，发行人召开股东大会审议果麦合伙增资事项，果麦合伙未与发行人签署股权认购（增资）协议。鉴于果麦合伙系发行人员工持股平台，2017年4月，李继宏、易中天、黄山分别与果麦合伙签署了《股权认购协议》，协议中约定果麦合伙、发行人需办理相应工商变更登记，待发行人办理完工商变更登记后需向认购方提交相关证明。就该项增资及延迟办理工商变更事项已经于2017年5月获得了发行人彼时全体股东的同意。因此，该增资事项于2017年4月即已签署协议确定并获得了发行人彼时全体股东同意确认。

果麦合伙于2018年1月4日向发行人支付了认购增资款。上海荣业会计师事务所（普通合伙）于2018年1月16日出具的沪荣业验字（2018）第001号验资报告，验证截至2018年1月8日止，发行人已收到果麦合伙的股份认购款875万元，确认本次出资已足额缴纳。

三、说明2017年12月份果麦合伙增资以发行人2017年3月份相关股权转让价格作为参考的合理性，本次果麦合伙增资是否构成股份支付以及相应会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

2017年4月，李继宏、易中天、黄山分别与果麦合伙签署《股权认购协议》，约定向果麦合伙合计出资875万元认缴果麦合伙3.4444万元出资份额，间接持有发行人35.2467万股股份，并约定于一定期限内办理完毕发行人的工商变更登记，上述约定锁定了果麦合伙增资入股发行人的价格。

易中天、李继宏、黄山分别与果麦合伙于签署的《股权认购协议》的主要条款内容具体如下：

(1) 认购方（相关协议项下分别为易中天、李继宏、黄山）应向果麦合伙实际出资一定金额并成为果麦合伙的有限合伙人，认购方通过在果麦合伙的出资，间接持有发行人一定数额的股份。

(2) 认购方应在协议签订后一定期限内，向果麦合伙指定账户支付投资款项；果麦合伙应根据认购方要求，向认购方出具发行人的股东大会决议，股东大会决议需体现如下内容：全体股东同意果麦合伙以特定金额认购发行人特定数额新增股份。

(3) 果麦合伙应在收到认购方支付的投资款项后一定期限内，办理新增认购方作为合伙人的工商变更登记。

(4) 果麦合伙应在果麦合伙的工商变更登记办妥后一定期限内，向认购方提交发行人相应的工商变更登记证明。

易中天、李继宏、黄山分别于2017年4月与果麦合伙签署《股权认购协议》时即已通过协议约定方式锁定了果麦合伙增资入股发行人的价格，该等价格系相关方的真实意思表示，其入股价格的定价时点与2017年3月浅石创投受让股权时点相近，交易价格具有可参考性，价格公允。

根据发行人彼时全体股东出具的《同意函》，发行人彼时正筹划股改工作并已确定股改审计基准日，果麦合伙未立即要求发行人办理关于果麦合伙向发行人相应增资的工商变更登记手续等法律程序；并同意于发行人整体变更为股份公司后由果麦合伙以875万元的对价认购发行人股份，占增资后公司0.70%的股份。

鉴于：(1) 前述《股权认购协议》的签署时点为2017年4月且明确约定认购价格，签署时点与外部投资人浅石创投2017年3月受让周巧蓉的股权相近，

且（2）上述认购安排已经发行人当时全体股东出具的《同意函》进行确认，虽然果麦合伙向发行人增资的工商变更登记手续在 2017 年 12 月完成，本着实质重于形式原则，果麦合伙于 2017 年 12 月以 875 万元的对价认购发行人 35.2467 万股股份，其定价依据参照发行人上一轮融资（即 2017 年 3 月浅石创投受让周巧蓉股权）时的整体估值具有合理性。本次果麦合伙增资不构成股份支付，相应会计处理符合《企业会计准则》规定。

#### 四、中介机构核查情况

##### （一）核查程序

保荐机构、发行人律师、申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅果麦合伙增资发行人的相关文件、价款支付凭证、验资报告及工商登记文件；

2、查阅果麦合伙历史上历次合伙份额变更的相关交易文件、价款支付凭证及工商登记文件；

3、查阅发行人全体股东出具的同意函。

##### （二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

2017 年 12 月份果麦合伙增资以发行人 2017 年 3 月份相关股权转让价格作为参考具有合理性，本次果麦合伙增资不构成股份支付，相应会计处理符合《企业会计准则》规定。

#### 4. 预付版税。

（1）请发行人说明报告期各期版权数量及金额分布情况，说明各层级版权数量及金额占比波动的原因及合理性；（2）请发行人说明从选题开始到版税结算各业务流程具体内容、时长、完成节点，说明从签订合同到图书出版周期是否合理；（3）说明报告期各期末，发行人预付版税余额中版权方未有初稿、已有

初稿、已有出版物（初次预付）、补充预付版税款的版权数量、金额分布情况；补充说明预付版税时版权方未有初稿、已有初稿、已有出版物（初次预付）、补充预付版税款四种情况下支付预付版税的内部决策流程与内部控制机制，重点说明发行人对版权价值评估、预付版税金额的决策与内控情况，结合报告期各期应付版税、预付版税及募投项目情况说明预付版税规模的合理性；（4）说明预付版税支付后，发行人对未有初稿、已有初稿两种情况下的内部控制与监督机制，如何保障前述已预付版税相关版权的顺利出版；说明预付版税合同是否约定版权出版期限，对未按期限出版的预付版税是否退回，报告期内是否存在预付版税后出版时间未达预期或相关作品无法出版情况，如存在，请说明具体情况及发行人的处理方式；结合发行人内部决策机制与内控过程，说明在尚未有历史销售数据情况下，如何评估预付版税在授权期内能否消耗完毕，如何确保报告期各期末尚未形成出版物的预付版税的资产减值已计提充分；（5）结合未有初稿、已有初稿的预付版税合同约定，前述版权形成出版物的不确定性，预付版税后发行人拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益资源的不确定性，说明对未有初稿、已有初稿版权的预付版税确认为资产是否符合会计准则规定；（6）说明发行人如何判断图书版权的价值周期，影响图书版权价值的主要因素，发行人对预付版税的成本结转方式、减值测试方法能否真实反映图书版权价值周期的影响；进一步对比存在预付版税业务的公司，包括但不限于出版社、影视、游戏公司等，说明发行人预付版税的成本结转方式、减值测试方法与前述公司是否存在差异，并以可比公司中位数进行测算，说明相关处理是否谨慎。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

**【回复】**

一、请发行人说明报告期各期版权数量及金额分布情况，说明各层级版权数量及金额占比波动的原因及合理性；

报告期各期末，发行人预付版税数量及金额分布情况如下：

单位：万元、个

预付版税余额	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	版权数	金额	版权数	金额	版权数

500 万以上	1,421.73	2	2,013.43	3	3,276.58	4
200-500 万	1,090.45	4	608.42	2	930.20	3
100-200 万	2,949.40	22	2,103.47	16	735.01	5
50-100 万	2,298.24	35	1,096.06	16	1,166.59	17
50 万以下	7,125.85	616	5,467.69	489	3,475.26	362
<b>合计</b>	<b>14,885.67</b>	<b>679</b>	<b>11,289.07</b>	<b>526</b>	<b>9,583.64</b>	<b>391</b>

注：上表是以作品口径统计列示报告期各期末预付版税原值，报表数据是以供应商口径按净额列示。

#### 各层级版权数量及金额占比

单位：%

预付版税余额	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额占比	数量占比	金额占比	数量占比	金额占比	数量占比
500 万以上	9.55	0.29	17.84	0.57	34.19	1.02
200-500 万	7.33	0.59	5.39	0.38	9.71	0.77
100-200 万	19.81	3.24	18.63	3.04	7.67	1.28
50-100 万	15.44	5.15	9.71	3.04	12.17	4.35
50 万以下	47.87	90.72	48.43	92.97	36.26	92.58
<b>合计</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

由上表可知，从版权数量来看，报告期各期末发行人预付版税 50 万以下的占比均在 90% 以上，超过 50 万的版权数量较少，其中 200 万以上的预付版税各期末数量占比保持在 1% 左右。

从金额占比来看，2018 年持有 4 个 500 万以上预付版税作品，其金额占比为 34.19%，主要系公司新增签约少儿图书领域知名作家杨红樱多个系列的作品授权，新增张皓宸、韩寒等已合作作家若干新作品的版权，以及蔡崇达《皮囊》的版权到期续约。2019 年以来，随着相关作品的陆续出版，500 万以上预付版税金额占比有所下降。200-500 万预付版税作品金额占比整体呈下降趋势，2020 年较 2019 年小幅增长主要系公司新增作家严歌苓多部作品的版权所致。100 万至 200 万预付版税金额占比从 2018 年底的 7.67% 上升至 2019 年的 18.63%，主要系随着预付版税的结转，200 万以上预付版税下落到该层级，如张皓宸的《听你的》、《后来时间都与你有关》等图书，同时 2019 年发行人新增了《中国人史纲》、《郭

德纲：我是文学家》等作品的版权授权。其他层级的金额占比总体较为稳定。

发行人预付版税主要包括新增优质版权储备和版权到期续约。报告期，发行人 100 万以上预付版税对应的主要为知名作家作品或畅销作品，作者及其作品的市场认可度高、竞争力强、风险较小。

综上，发行人各层级版权数量及金额占比的波动符合自身业务的实际情况。

**二、请发行人说明从选题开始到版税结算各业务流程具体内容、时长、完成节点，说明从签订合同到图书出版周期是否合理；**

公司从选题开始到版税结算各业务流程具体内容、时长、完成节点如下：

工作环节	工作内容	工作时长	完成节点
选题立项	产品经理对潜在产品进行调研后，形成包括产品内容概要及价值、作者分析、以往作品数据分析、社会价值、市场定位、赛道分析、竞品分析、风险提示、初步策划与装帧设计方案、投资回报分析、初始流量、营销方案等初步选题报告，经产品组内部讨论、产品总监与总编辑初步沟通后，经选题会和“社会效益和导向管理委员会”审议通过后可以立项。	约 1 个月	立项
签约	选题立项后，涉及版权采购的，根据选题会确定的采购预算，由专门的版权采购人员及选题会指定的人员以选题会通过方案与版权方沟通并协商谈判，达成一致后，公司与版权方签订《著作权许可使用协议》，取得版权方的作品著作权授权。	约 1 个月	签署《著作权许可使用协议》
预付版税	《著作权许可使用协议》签订后，部分版权项目根据合同约定需向版权方预付一部分版税，经总编辑审批后由产品经理提交付款申请，财务人员审核付款申请、财务总监复核、总裁审批，审批完成后，财务部安排付款。	自签约后约 1-2 个月	支付预付版税（如有）
交稿	公司与版权方签订的《著作权许可使用协议》中通常约定了交稿时间，由产品经理根据合同的约定与版权方沟通并取得稿件。涉及文言文、外文等需翻译的，公司在译者库中挑选合适的译者进行翻译获得译稿。	自签约后约 3-12 个月	取得书稿
内容策划、装帧设计	产品团队基于对内容的深刻理解和市场定位对内容进行策划，以产品组讨论、产品总监二审、产品终审确认的方式确定书名、一句话文案、序言导读、注解注释、勘校查证、总结内容体系；涉及插画的，在公司的插画师库中挑选、试稿并经产品总监（及	约 3-6 个月	齐清定稿件

	作者，如需) 评定后确定。 产品经理根据内容自行选择风格匹配的设计师，设计师充分理解内容的前提下，提出其设计理念并与产品团队、设计师总监反复沟通形成设计初稿，并根据策划方案、营销方案的变动而作相应的调整，最终由终审确定。		
图书出版	出版社负责图书选题的申报，并对图书内容进行“三审三校”，审校通过后，出版社向新闻出版管理部门申请 ISBN、CIP、著作权合同登记号(引进版图书)。	约 3-6 个月	出版图书
图书采购	公司与出版社签署的合同一般约定由公司独家发行，向出版社采购公司策划的图书，图书到达公司指定库房后，公司对图书质量、包装外观等进行检查和验收，验收合格之后办理入库。	约 1 个月	图书入库
版税结算	公司与版权方根据合同约定条款定期结算，经过内部审批流程后，财务部复核无误进行付款。	合同约定结算周期	支付版税

发行人从签订版权授权合同到图书出版周期通常需经过选题立项、签约、预付版税(如需)、交稿、内容策划和装帧设计、图书出版、图书采购、图书发行及版税结算等环节，具体周期时长主要受作品是否已出版、稿件内容是否需翻译、内容策划、装帧设计要求及出版环节进度等因素影响。

根据同行业可比公司读客文化的招股说明书披露，“公司的图书从支付预付版税到图书出版，时间间隔约为 2 年。”对于发行人来说，发行人与版权方签约到交稿通常需 3-12 月，对于已出版作品，通常书稿内容已较为成熟，涉及修改和调整的地方较少，所需时间较短；而对于新创作的作品、需要筛选译者翻译等情形，所需时间较长。交稿到图书出版一般需根据策划方案、设计方案及出版社出版环节情况而定，所需时间通常约为 6-12 个月。因此，发行人从签订合同到图书出版周期约需 9-24 个月，总体所需时长与同行业可比公司读客文化不存在重大差异。

三、补充说明报告期各期末，发行人预付版税余额中版权方未有初稿、已有初稿、已有出版物(初次预付)、补充预付版税款的版权数量、金额分布情况；说明预付版税时版权方未有初稿、已有初稿、已有出版物(初次预付)、补充预付版税款四种情况下支付预付版税的内部决策流程与内部控制机制，重点说明发行人对版权价值评估、预付版税金额的决策与内控情况，结合报告期各期应付版税、预付版税及募投项目情况说明预付版税规模的合理性；

## 1、公司预付版税余额不同书稿类型的具体构成情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、（一）4、预付款项”补充披露如下：

报告期各期末，发行人预付版税余额中版权方未有初稿、已有初稿、已有出版物（初次预付）、补充预付版税款的版权数量、金额分布情况如下：

单位：万元、个

类型		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
		版权数	预付余额	版权数	预付余额	版权数	预付余额
未有初稿		26	1,475.66	17	721.96	14	1,357.76
已有初稿		40	930.99	70	1,163.58	15	1,457.86
已有出版物（初次预付）	发行人未出版	209	4,788.64	240	4,784.11	182	2,845.45
	发行人已出版	404	7,690.38	191	4,558.74	179	2,986.57
补充预付版税		-	-	8	60.68	1	936.00
合计		679	14,885.67	526	11,289.07	391	9,583.64

各类型书稿预付版税的数量占比及金额占比如下：

单位：%

类型		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
		数量占比	金额占比	数量占比	金额占比	数量占比	金额占比
未有初稿		3.83	9.91	3.22	6.40	3.58	14.17
已有初稿		5.89	6.25	13.26	10.31	3.84	15.21
已有出版物（初次预付）	发行人未出版	30.78	32.17	45.45	42.38	46.55	29.69
	发行人已出版	59.50	51.67	36.55	40.38	45.78	31.16
补充预付版税		-	-	1.52	0.53	0.25	9.77
合计		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

报告期各期末，发行人预付版税余额主要为已有出版物，各期末数量占比在80%以上，金额占比70%以上。未形成完整书稿的作品整体占比较少，数量占比约为3%左右，余额占比在10%左右，其中2018年底未有初稿的金额占比为

14.17%，预付对象主要为饶雪漫《纸上的羚羊》《雀斑 II》、李筱懿《灵魂有香气的女子 2》、冯唐《成事：冯唐品读曾国藩嘉言钞》、韩寒《生活》、熊亮《游侠小木客》等等，上述作者均为业界知名的畅销书作者，绝大多数为与发行人合作多年的作家，其创作质量及商业信誉均具有良好口碑及保证。

2018 年底已有初稿数量占比为 3.84%，金额占比为 15.21%，主要系 2018 年新增了已合作重要作家新作品的版权，如张皓宸《最初之前》《听你的》、励婕《夏摩山谷》等，该部分版权作品对应的是畅销作家，所需预付版税金额较多所致。2019 年、2020 年已有初稿的金额占比逐年下降。

2、说明预付版税时版权方未有初稿、已有初稿、已有出版物（初次预付）、补充预付版税款四种情况下支付预付版税的内部决策流程与内部控制机制，重点说明发行人对版权价值评估、预付版税金额的决策与内控情况

#### （1）预付版税对应的书稿类型

类型	书稿属性
未有初稿	未有初稿指的是作者对作品的写作方向、内容提纲、故事概览等基本架构已确定，发行人对作者的业内知名度、行文能力及其既往作品的市场表现等方面已有充分的了解，完整内容尚需作者花费一段时间予以完成的书稿情形。
已有初稿	已有初稿指的是作品书稿内容已基本写完，但章节划分、书名尚待确定及内容细节尚需修改，该情形下书稿内容的主题思想及核心价值已形成。此外，根据发行人与版权方协商确定的策划方案，可能会对作品内容作进一步的调整和完善。
已有出版物（初次预付）	已有出版物（初次预付）指的是作品先前已由其他图书策划公司或出版社在市场上出版发行，作者及该作品均已经过了市场的检验，待作品版权授权期到期或临近到期时，版权方与发行人协商一致后将作品内容变更授权给发行人策划与发行。
补充预付版税款	补充预付版税款指的是作品先前已由发行人策划并在市场上发行，由于作品的版权授权期临近到期，发行人与版权方双方协商达成一致后，版权方向发行人延续了作品版权使用的授权，该情形下，作品已由发行人策划并对外发行，图书产品在市场上已实现了良好的销售成绩。

报告期各期末，发行人已有出版物（包括初次和补充）的预付版税余额占比在 70%-90%左右，未有初稿和已有初稿的预付版税余额占比在 10%-30%，未有初稿和已有初稿预付规模控制在较低的水平。

发行人从签订版权授权合同到图书出版需经过预付版税、交稿、内容策划、装帧设计、图书出版等工作环节。四种不同书稿类型除了在交稿时间上存在较大差异外，其余环节所花费时长大体一致，各具体品种可能会根据策划环节对作品内容调整、装帧设计的特殊要求（包括导读、腰封、排序、开本、字体、字号，版式设计、外观设计、插图设计等）以及出版环节的进度而有所差异。未有初稿的交稿时间通常自签约后 3-12 个月，已有初稿的交稿时间通常为 3 个月左右，如涉及根据发行人与版权方协商确定的策划方案对作品内容作进一步的调整和完善时，交稿时间可能会延长，一般为签约后 6 个月左右。

## （2）发行人对选题及版权采购建立了较为完善的内控体系

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、（四）1、图书策划与发行”补充披露如下：

### ① 发行人对选题及版权采购建立了较为完善的内控体系

发行人从选题源头即严格把关，对选题方向、选题来源、选题跟踪、选题审核等方面建立了一系列内控体系，根据市场情况、作者资源情况进行选择和加工，以判断是否可行、是否具有一定的文化价值及市场价值、是否为市场和读者需要、喜爱。

#### A、选题内控制度及执行情况

##### a、选题方向

公司以“传承文明，重建生活”为企业使命，以“传承文明”为产品价值判断依据，以“重建生活”来衡量对用户的使用价值。公司在策划理念上不盲目追求全品类，而专注于公司擅长的五条产品线，即：经典（公版图书）、中国文学、外国文学、历史、少儿等。公司始终坚持甄别、挖掘和创造优秀的思想和创意资源，将符合时代主旋律及当代读者需求的高品质内容策划成图书产品，做有价值的书。

公司通过对作品和作者的深刻理解及读者阅读需求、消费习惯的认识，进行产品的精准定位，最大限度挖掘市场价值。公司自主开发了“图书选题十维数据分析系统”，能够及时有效地收集时事热点、用户行为、文化母体、价值观

等信息或数据，实时提供对庞大数据的采集及分析功能，大大减少人员在搜集海量数据或信息的工作量，并且能够迅速获悉拟开发作品的市场偏好和潜在需求，有助于公司图书策划题材的精准定位。

#### b、选题来源

公司选题来源主要来自三个部分。第一，对于重要作家、学者的作品版权，由公司董事长、总经理、总编辑等直接负责与作家的接洽、协商获取版权或维护合作关系，为其新书出版或老书再版提供策划服务，以获取重要作家稳定的优质版权资源；第二，对于境外版权，公司与博达、大苹果、光磊等版权代理机构建立并保持长期良好的合作关系，上述版权代理机构定期提供海内外图书清单，公司通过阅览、分析、讨论决定选取其中部分图书版权进行采购；第三，寻找具有市场潜力、符合公司发展战略的原创作品，主动联系相关作者签订版权协议获得版权授权。

#### c、选题跟踪

公司自主开发了涉及图书运营的多个决策辅助分析系统，包括选题策划、项目管控（含进度控制、成本分析、盈亏分析、项目复盘）等一系列产品开发及运营分析系统，为选题跟踪提供了良好的支持作用。产品立项阶段，产品经理通过十维数据分析系统对某个选题在作者、题材、版权、竞品、赛道总盘、文化母体、社会话题、营销资源、关联词等多维度信息的抓取，同时，行业销售数据、最热评论、榜单、新媒体账号（阅读数、篇数、点赞数、粉丝数）、豆瓣评分等，整合信息资源后，为选题决策提供“可视、可分析、可溯源”客观的分析结果。产品设计阶段，产品经理能够借助十维数据分析系统确定包括翻译、插画、装帧、金字塔文案以及封面关键要素等。产品发行阶段，该分析系统能够提供销售数据监控、营销促销效果分析、加印智能分析、版税分析、绩效跟踪、盈利分析等数据支持。

#### d、选题审核

在选题立项工作环节中，发行人建立了三个层级审核机制对选题进行严密审核，采取集体决策、层层把关等多种内控措施，最大程度地保证对选题及预

付版税风险的控制。

第一层级选题提案需经产品组内部讨论、产品总监与总编辑审批确定。产品经理对潜在产品进行调研后，形成包括产品内容概要及价值、作者分析、以往作品数据分析、社会价值、市场定位、赛道分析、竞品分析、风险提示、初步策划与装帧设计方案、投资回报分析、初始流量、营销方案等初步选题报告，经产品组内部讨论、产品总监与总编辑初步沟通后，形成选题提案。

第二层级由选题会委员以投票的方式对选题提案进行集体决策，选题委员会由董事长、总裁、总编辑、资深产品总监等组成，集体决策选题是否符合公司战略方向及基本价值观。

第三个层级由社会效益和导向管理委员会对内容审核把关，该委员会由从事多年出版的内外部专家组成，专家熟知出版行业法律、法规及政策，对选题严格把关，以确保公司选题具有正向价值观与社会效益。

#### B、发行人版权采购预算的测算逻辑

对于版权书来说，版权采购预算属于选题提案的基本内容之一，经过选题会审议通过并立项后，由专门的版权采购人员及选题会指定的终审以选题会确定的采购预算与版权方沟通谈判。

以公司初次出版的杨红樱《淘气包马小跳》系列作品及补充预付版税款《皮囊》两种情形为例，具体确定预付版税款的测算过程如下：

##### a、杨红樱的《淘气包马小跳》系列作品

公司与作家杨红樱双方达成初步意向签约时，《淘气包马小跳》系列作品最近三年的开卷销量合计约为 1,000 万册。公司综合考虑作品题材、产品的生命周期等预估下一个版权期销量为 1000 万册，再根据市场的竞争情况得出风险调整系数为 20%，计算出公司最高意愿预付版税金额对应销售册数为 200 万册。公司基于此与版权方沟通并协商版权授权合同条款，最后经双方谈判协商一致，合同确定预付版税金额为 500 万元，对应册数为 137 万册，预计回收期占整个版权授权期的 14%；

另外，公司计算出该系列作品版权的盈亏平衡点作为效益测算的参考，盈亏平衡点考虑的成本包括版税率、印刷费、插画费、设计费、校对费、营销费用等，计算得出盈亏平衡点约为 122 万册。

#### b、蔡崇达的《皮囊》

公司策划发行的《皮囊》版权期合同将于 2019 年到期，至 2018 年底，公司已着手准备与蔡崇达协商版权续签事宜。根据公司历史销量统计，截止 2018 年底《皮囊》累计销量达 240 万册，平均每年销量约 60 万册，销量各年较为稳定，预估下一个版权期能够实现销量 300 万册；

公司综合考虑作品题材、产品生命周期、市场竞争情况等情况得出风险调整系数为 50%，据此确定最高的预付版税对应册数为 150 万册，公司基于此与版权方沟通并协商谈判，最后根据双方谈判结果达成一致，续签合同约定预付版税金额为 1,000 万元，对应册数为 143 万册；

公司根据预估收入成本情况计算出该作品的盈亏平衡点，盈亏平衡点考虑的成本包括版税率、印刷费、纸张成本、翻译费、插画费、设计费、校对费、营销费用等，计算出盈亏平衡点约为 64 万册。

#### C、发行人对四种书稿类型具体价值评估机制

针对不同书稿的情形，发行人决定是否预付和预付金额的内控机制有所不同，主要考虑市场环境、作者知名度、题材类型、相关图书的历史销售情况、公司对相关图书未来市场销售情况的合理预计、相关版权的市场竞争情况等因素，并经合同双方平等协商谈判确定。

##### a、未有初稿

预付版税对象通常为与公司合作多年的业内知名作家，且其过往同类作品市场表现突出，由公司董事长、总经理、总编辑等核心管理层直接负责与作家的接洽、协商获取版权或维护合作关系，锁定其新书版权等。

该情形下，公司通常已策划发行了作者同类作品，对作者的知名度及作品的畅销情况较为了解，或者可通过开卷信息等外部机构获取相关市场销售数据。

除此之外，公司通过“图书选题十维数据分析系统”对作者及其过往作品进行多维度的调查分析，广泛收集市场上的信息，包括社会热点、竞品销售表现以及作者相关作品评论、榜单、新媒体账号（阅读数、篇数、点赞数、粉丝数）、豆瓣评分等网络信息资源，综合分析和评估作者及其作品的市场价值。具体预付版税金额确定逻辑如下：

公司以作者历史版税率或者相关同类作品版税率为基础与作者协商确定版税率，参考其历史作品及初步装帧设计方案预估新书定价，并以此为基数，结合作者知名度、市场影响力、题材类型等各类因素预测未来版权授权期作品的销售数据、风险调整系数，测算未来版权期的预计采购成本及盈亏平衡点，与版权方洽谈后确定最终预付金额。

此外，公司与版权方签署的版权授权协议中约定了交稿期限，若在协议规定的交稿期限内仍未交稿，公司有权要求版权方退回预付金。

#### b、已有初稿

预付对象通常为已合作或长期保持联系作家的新作品，具有较高的行业知名度、同类作品市场表现较为突出等特点。公司通过“图书选题十维数据分析系统”搜集网络信息、市场数据、新媒体评论等相关信息，综合考虑产品的社会效益、市场定位、赛道分析及竞品情况初步判断该作品的市场价值。

公司对已有初稿的版权预付金额以开卷信息等外部机构或自身同类作品历史销售数据为基础，结合作者知名度、市场影响力、题材类型等各类因素预测未来版权授权期作品的销售数据，并以作者历史版税率或者同类作品版税率为基础协商确定版税率，测算未来版权期的预计采购成本及盈亏平衡点，并以此为基数，与版权方洽谈后确定最终预付金额。

#### c、已有出版物（初次预付）

公司产品团队判断作品价值是否已得到充分挖掘、原有产品定位是否合理、装帧设计是否体现“价值和美”、营销推广策略是否有效等各个因素重新研判版权的市场价值。

以杨红樱版权授权为例，具体考虑因素如下：

作者的知名度：杨红樱为国内著名的少儿作家，从事少儿作品创作三十多年，作品涉及校园小说系列、童话系列、亲子读本等。“杨红樱童话系列”、“杨红樱成长小说系列”、“淘气包马小跳系列”、“笑猫日记系列”为市场畅销且长销图书。“淘气包马小跳系列”之《巨人的城堡》获中宣部“五个一工程”奖；《漂亮老师和坏小子》获全国优秀儿童文学奖。作品被翻译英、法、德、日、韩、泰、越、阿拉伯等多语种在全球出版发行。

过往作品的市场表现：根据开卷信息的统计，杨红樱所有作品近年年销量在 1,000 万册以上，其本人及作品保持着良好的市场影响力。

与杨红樱等少儿知名作家合作符合公司的经营目标及行业发展趋势。公司为了迅速响应市场变化趋势，近年来加大了对少儿产品的投入力度，与杨红樱的合作将加大优质少儿内容版权的战略储备，进一步提升少儿类图书的销售比重，能够较好的完善公司的版权结构，丰富公司产品组合，进一步提升公司的品牌价值。

具体版权测算逻辑为公司能够从开卷信息、互联网电商平台等外部信息获取作者上一个版权期作品的销售数据，同时综合考虑作者知名度、市场影响力、题材类型等因素得出预计销量，并以协商确定的版税率测算未来版权期的预计采购成本及盈亏平衡点，以此为基数与版权方协商确定最终预付金额。

#### d、补充预付版税款

公司以自身的历史销售数据作为参考，并以与作者协商的版税率为基础，测算未来版权期的预计采购成本及盈亏平衡点，以此为基数，经与版权方洽谈后确定最终预付金额。

以蔡崇达的预付版税为例，《皮囊》是蔡崇达的经典作品，其历史销量始终较大，是公司的头部产品之一。根据开卷信息统计数据显示，2017 年-2019 年，由本公司策划发行的蔡崇达《皮囊》在散杂文类图书中连续三年销量位居前十。公司与蔡崇达于 2018 年签订《著作权许可协议》，约定《皮囊》的合同期限为作品出版后 5 年，预付金额为 1,000 万元。由于在该协议签订前，公司已有旧版《皮囊》的历史销售数据，故公司以《皮囊》上一轮版权期的实际销

量及其波动情况预测未来版权期的销量，并参考新的装帧设计方案预估新书定价，协商确定版税率，测算未来版权期的预计采购成本及盈亏平衡点，与版权方洽谈后确定最终预付金额。

综上所述，发行人针对预付版税建立了较为完善的内控制度并得到了有效执行，并对不同类型的作品形成了完善的价值评估机制。

### (3) 不同书稿类型的立项通过率

年度	未有初稿				已有初稿			
	未通过	通过	合计	通过率	未通过	通过	合计	通过率
2018年	2	11	13	84.62%	52	78	130	60.00%
2019年	-	15	15	100.00%	46	66	112	58.93%
2020年	8	15	23	65.22%	27	34	61	55.74%
年度	已有出版物				补充预付			
	未通过	通过	合计	通过率	未通过	通过	合计	通过率
2018年	121	261	382	68.32%	-	4	4	100%
2019年	206	295	501	58.88%	-	12	12	100%
2020年	38	64	102	62.75%	-	9	9	100%

报告期内，发行人各种书稿类型的立项通过率有所差异。其中，①补充预付版税款情形下，作品先前已由发行人策划并在市场上发行，一般为获得了市场广泛认可的产品，实现了良好的销售成绩，因此，补充预付版税时立项通过率均达到100%；②未有书稿立项数量报告期较少，导致立项通过率差异较大，2018年未通过立项2个主要系公司对其市场价值判断不高，未能获得选题会的审核所致，2020年未通过立项8个主要系书稿内容尚不够成熟、选题会判断不符合公司价值观以及交稿时间过长等原因所致；③已有书稿、已有出版物各期立项通过率基本相当，2018-2020年立项通过率总体在60%左右，立项通过率变化与选题数量、内容质量、与公司价值观的匹配度以及版权能否获取等因素相关。

### 3、结合报告期各期应付版税、预付版税及募投项目情况说明预付版税规模的合理性

#### (1) 结合报告期各期应付版税、预付版税及募投项目情况说明预付版税规

## 模的合理性

图书策划与发行业务是公司的核心业务，公司具有丰富的图书行业运营经验，善于把握读者需求，挖掘图书作品商业价值，进行准确的内容策划与设计，形成了一套完善的产品研发体系和策划方法。目前，公司已在中国古典文学、散杂文、小说、诗歌、历史、少儿文学等细分领域拥有较高的市场地位。

市场上围绕优质版权资源的竞争日益激烈，要获得更多的优质版权需要投入更多的资金。同时，版权续约通常也需预付一定金额版税，版权授权期通常为5年左右，由于公司对作品的成功策划与发行，作品成为了畅销作品，作者知名度也显著提升。在首个版权合同临近到期时，公司为保持与作者的良好合作关系，同时也防止同行业公司的竞争，按照市场惯例，需支付较大金额版税的预付款项获得作品版权的续约。

本次募投项目将为公司储备更多优质版权，巩固和扩大公司在文艺、社科、少儿类图书领域优势地位，丰富公司图书品种规模和产品线，进一步提升公司的品牌价值。整个募投项目计划采购图书版权550项，形成包含文艺、社科和少儿等大众图书的多类型品种布局。项目总投资金额为35,000万元，具体采购计划情况如下：

单位：万元

类别	T+1	T+2	T+3	合计
果麦经典	500.00	650.00	500.00	1,650.00
中国文学	2,922.22	3,600.00	877.78	7,400.00
外国文学	2,708.33	2,979.17	812.5	6,500.00
少儿类	1,900.00	2,900.00	2,600.00	7,400.00
社科类	3,250.00	2,850.00	1,500.00	7,600.00
商业类	1,400.00	1,750.00	1,300.00	4,450.00
<b>合计</b>	<b>12,680.55</b>	<b>14,729.17</b>	<b>7,590.28</b>	<b>35,000.00</b>

若以公司2018-2020年平均版税成本4,809.03万元为测算基准，募投项目投资额35,000.00万元可结转7.28年；若以2020年版税成本5,441.98万元及测算基准，可结转6.43年。

2018 年以来，预付款项增长主要系一方面公司获取了已合作重要作家新作品的版权及部分优质版权到期续约，如张皓宸《最初之前》《听你的》、励婕《夏摩山谷》、蔡崇达《皮囊》、张皓宸《我与世界只差一个你》《谢谢自己够勇敢》等；另一方面，公司加大对少儿产品的版权储备，与杨红樱等少儿知名作家的合作。

根据报告期各期情况对 2020 年末预付版税规模的测算如下：

项目	2018-2020 年平均值	占比	2020 年度	占比
版权成本中预付版税	2,611.68	54.31%	2,273.83	41.78%
版权成本中应付版税	1,963.05	40.82%	2,985.25	54.86%
版权成本中无形资产摊销金额	234.30	4.87%	182.89	3.36%
合计	4,809.03	100.00%	5,441.98	100.00%

续：

项目	2018-2020 年度平均值	2020 年度
图书策划与发行业务-营业收入	32,322.46	33,596.65
图书策划与发行业务-营业成本	16,859.08	17,804.80
毛利率	47.84%	47.00%
营业成本-版权成本	4,809.03	5,441.98
版税成本占比	28.52%	30.56%

续：

项目	2018-2020 年度平均值	2020 年度
2020 年末预付版税余额	13,222.16	13,222.16
减：已出版预付版税减值准备	1,943.72	1,943.72
小计	11,278.44	11,278.44
推算版权成本	20,767.59	26,992.73
推算图书策划与发行业务-营业成本	72,805.29	88,313.55
推算图书策划与发行业务-营业收入	139,583.28	166,642.62

注：1、推算版权成本=(2020 年末预付版税余额-已出版预付版税减值准备)/版税成本中预付版税比例；

3、推算图书策划与发行业务-营业成本=推算版权成本/版税成本占比；

4、推算图书策划与发行业务-营业收入=推算图书策划与发行业务-营业成本/(1-毛利率)。

公司 2020 年末预付版税余额 13,222.16 万元，抵减已出版预付版税减值准备 1,943.72 万元后金额为 11,278.44 万元。按照 2018 年-2020 年平均金额测算，版权成本中 54.31% 系由预付版权作品形成，结转抵减后预付版税余额需发生版权成本 20,767.59 万元；平均版权成本占图书策划与发行业务成本比例为 28.52%、平均图书策划与发行业务毛利率为 47.84%，按上述指标推算结转 2020 年末预付版税余额需实现图书策划与发行业务收入为 139,583.28 万元，系平均图书策划与发行营业收入的 4.32 倍，低于一般版权授权期 5 年。

按照 2020 年度相关指标测算，版权成本中 41.78% 系由预付版税作品形成，结转抵减后预付版税余额需发生版权成本 26,992.73 万元。2020 年版权成本占图书策划与发行业务成本比例为 30.56%、2020 年图书策划与发行业务毛利率为 47.00%，按上述指标推算结转 2020 年末预付版税余额需实现图书策划与发行业务收入 166,642.62 万元，系 2020 年图书策划与发行营业收入的 4.96 倍，低于一般版权授权期 5 年。

综上，版权是图书内容产品的重要来源，优质版权的储备能为图书企业形成较强的竞争优势，也是图书企业重要的收入和利润来源。对于行业认可度较高、市场竞争较激烈、需求潜力大的优质作品版权，图书策划公司新签订或续约作品版权时根据行业惯例及双方谈判结果通常需向版权方预付一定金额的版税。同时，图书策划公司通过预付版税能够提前锁定优质版权，有利于巩固或扩大自身产品的种类与市场竞争力。截至 2020 年末，发行人预付版税余额与同行业可比公司读客文化、新经典等基本一致，预付版税规模具有商业合理性。

## **(2) 预付版税相关风险提示**

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、(二) 预付款项风险”更新或补充披露如下：

### **(1) 预付版税金额较大风险**

近年来，市场上围绕优质版权的竞争越来越激烈，2018 年以来公司积极加大优质版权的储备，按协议约定需预付一定金额的版税。公司预付款项主要为预付版税，报告期各期末，公司预付款项净额分别为 7,844.73 万元、9,024.73 万元和 10,279.49 万元，占各期流动资产的比重分别为 25.44%、22.33%和 23.16%。

较大金额的预付版税不仅给公司的经营性现金流量带来一定压力，未来如果公司预付版税对应的图书不能实现良好的销售，还将可能产生预付版税减值的风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。

#### (2) 未有初稿版权价值评估风险、超期交稿风险

对于未有初稿而言，公司通常仅对市场认可度高、竞争力强、风险小、已形成长期合作的版权方预付版税。报告期各期末，公司预付版税余额中未有初稿的金额分别为 1,357.76 万元、721.96 和 1,475.66 万元，占整体预付版税余额的比重分别为 14.17%、6.40%和 9.91%。由于书稿内容未能完整形成，且最终能否形成出版物仍具有不确定性，不排除可能出现公司对其版权价值评估预期与实际情况产生较大差异的风险。另外，虽然公司与版权方在合同条款中约定了具体交稿时间，且未交稿版权方需退回预付版税，但仍不排除由于版权方未按协议约定履行相关义务而导致预付版税发生减值或者损失的风险。

#### (3) 预付版税对应未来印量、销量不及预期风险

图书行业需求主要受宏观经济状况、人口结构、收入水平、受教育程度、消费者偏好、社会热点、图书价格与质量等因素影响。影响图书版权价值实现的因素主要包括出版社或图书策划公司的策划能力、作品的内容价值和装帧设计、作者的影响力、以往作品的畅销程度、题材类别、销售渠道、同类版权的竞争状况等等，一部图书产品能否最终实现预期销售存在较多的不确定性，不排除由于选题的定位不准确、内容不被市场接受和认可而出现预付版税对应图书的未来印量、销量不及预期的风险，未来如果公司预付版税相关图书及上游供应商款项不能顺利实现销售或及时收回，将可能对公司的经营产生不利影响。

四、说明预付版税支付后，发行人对未有初稿、已有初稿两种情况下的内部控制与监督机制，如何保障前述已预付版税相关版权的顺利出版；说明预付版税合同是否约定版权出版期限，对未按期限出版的预付版税是否退回，报告期内是否存在预付版税后出版时间未达预期或相关作品无法出版情况，如存在，请说明具体情况及发行人的处理方式；结合发行人内部决策机制与内控过程，说明在尚未有历史销售数据情况下，如何评估预付版税在授权期内能否消耗完毕，如何确保报告期各期末尚未形成出版物的预付版税的资产减值已计提充分；

1、说明预付版税支付后，发行人对未有初稿、已有初稿两种情况下的内部

## 控制与监督机制，如何保障前述已预付版税相关版权的顺利出版；

对于未有初稿、已有初稿的预付版权，发行人为了控制预付版税风险，已制定内控管理制度和决策程序，仅对市场认可度较高、竞争力强、风险小的版权方预付版税，该部分作者的创作能力及作品质量是经过了市场、时间等多方面客观因素的考验。在与版权方签订著作权许可协议时，对作者交稿期限、预付版税金额、剩余版税计算方式等均有明确约定。公司在版权方交稿前，定期联系作者关注作品创作进度并对已完成部分提出建议，及早地进入该作品的内容策划等工作。上述内部控制与监督机制总体能够保障未有初稿、已有初稿两种情况下已预付版税相关版权的顺利出版。

### 2、预付版税合同是否约定版权出版期限，对未按期限出版的预付版税是否退回，报告期内是否存在预付版税后出版时间未达预期或相关作品无法出版情况，如存在，请说明具体情况及发行人的处理方式

公司与版权方签订版权合同中对交稿期限、出版期限及授权期均有明确约定：交稿期限一般为自签约后 12 个月内，作品出版期限一般为版权方交稿后的 6-12 个月，版权授权期一般为图书出版后的 5 年左右。对版权方未按约定期限交稿，版权方应退回预付款；对于版权方已交稿但无法出版的，虽合同约定版权方无需退回预付款，但在实际经营过程中发生上述情况时，公司一般与版权方协商退回预付款，对于发行人因终止出版而无法收回的预付版税，公司将该部分预付版税直接计入当期损益。

报告期内，公司预付版税后发生超期交稿的金额为 2,422.76 万元，其中已收回 2,080.00 万元、已抵作版权方其他作品的版税 47.76 万元、已与作者签订延期协议 295.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	选题名	预付金额	版权方	预付款支付时间	预付版税的处理	后续情况
1	山海经	250.00	上海垂扬文化传播工作室	2017 年 11 月	2018 年 6 月退款	已退款
2	生活	1,000.00	韩寒	2018 年 5 月	2019 年 12 月退款	已退款
3	麻雀要革命等	500.00	蛙圃文化传播（上海）有限公	2018 年 8 月	2020 年 8 月退款	已退款

序号	选题名	预付金额	版权方	预付款支付时间	预付版税的处理	后续情况
			司			
4	人生若只如初见	300.00	张莉	2019年5月	2019年6月退款	已退款
5	混蛋列传	20.00	长兴安意影视文化工作室	2018年7月	2020年4月退款	已退款
6	所有的乡愁都是因为馋	5.00	林壁炫	2017年3月	2019年12月退款	已退款
7	桥下有人	5.00	北京牙仙广告有限公司	2017年11月	2019年1月退款	已退款
<b>已收回预付版税金额小计</b>		<b>2,080.00</b>				
1	女王乔安 2	30.00	张晓晗	2015年3月	转为该作者新书《快把我老公带走》预付版税	《快把我老公带走》尚在写稿中，部分文字已在公众平台连载
2	灵魂有香气的女子 2	17.76	李筱懿	2017年3月	转为该作者新书《情绪》预付版税	《情绪》尚在写稿中，预计2021年8月出版
<b>抵作其他作品版税金额小计</b>		<b>47.76</b>				
1	实战表演	10.00	北京爱奇艺科技有限公司	2020年5月	签订延期协议	已有初稿，作者修订中，预计2021年8月出版
2	小小鬼系列	20.00	北京小亮人文化传媒有限公司	2019年3月	签订延期协议	一个系列共四本，目前已交稿1本，计划2021年12月出版两本
3	优雅	100.00	北京阳光天女信息科技有限公司	2018年5月	签订延期协议	更名《大女生》，已交稿，目前在出版流程中，预计2021年6月出版
4	幸福力	20.00	北京阳光天女信息科技有限公司	2018年6月	签订延期协议	作者写稿中，预计2022年出版
5	让内心更强大的说话术	15.00	更好心情（北京）科技有限公司	2020年1月	签订延期协议	更名《高情商沟通》，已交稿，目前处于出版流程中，预计

序号	选题名	预付金额	版权方	预付款支付时间	预付版税的处理	后续情况
						2021年6月出版
6	雀斑 II	50.00	上海左耳影视文化工作室	2018年7月	签订延期协议	作者写稿中, 预计2021年12月交稿
7	西方哲学史讲义	40.00	周国平	2019年6月	签订延期协议	作者写稿中, 已有部分初稿, 预计2021年11月出版
8	周国平哲思精粹	40.00	周国平	2019年6月	签订延期协议	作者写稿中, 预计2022年出版
签订延期协议版 税金额小计		<b>295.00</b>				
合计		<b>2,422.76</b>				

由上表可知, 报告期内公司未有初稿且发生超期交稿的预付版税均已收回、已抵作版权方其他作品的版税或签订延期交稿协议, 经单项评估测试未发生减值的未有初稿预付版税已按照账龄政策计提减值准备, 未有初稿的预付版税减值准备计提充分。

相关作品无法出版的共有 17 部, 其中:

(1) 5 部作品对应的 192.00 万元的预付款项均已收回, 具体情况如下:

序号	选题名	预付金额 (万元)	版权方	预付款支付时间	未出版原因	预付版税的处理	后续情况
1	自在欢喜 (33 堂金刚经修心课)	10.00	费勇	2017年7月	出版方案未能与版权方达成一致	2020年11月退款	已退款
2	红礪 1994	10.00	高原	2019年9月	出版方案未能与版权方达成一致	2019年11月退款	已退款
3	苦才是人生	72.00	索达吉堪布	2019年1月	出版方案未能与版权方达成一致	2020年4月退款	已退款
4	一步一步						
5	做才是得到						
6	未定	100.00	慕容雪村	2015年1月	未能与版权方达成一致	2018年12月退款	已退款
合计		<b>192.00</b>					

(2) 终止出版的 12 部作品对应预付版税 45.90 万元计入了当期损益, 具体

情况如下：

序号	选题名	预付金额 (万元)	版权方代理机构	预付款支付时间	未出版原因	预付版税的处理	后续情况
1	捉月亮	2.97	Fleurus Editions	2017年2月	商业价值考量	2017年计入当期损益	未出版
2	Maybe Something Beautiful	2.47	Bardon-Chinese Media Agency	2017年6月	商业价值考量	2017年计入当期损益	未出版
3	做自己喜欢的，活着才有意义	0.27	Felicia Simion Photography	2017年6月	商业价值考量	2017年计入当期损益	未出版
4	大英博物馆认知系列	16.07	CA-Link International LLC	2017年7月	商业价值考量	2017年计入当期损益	未出版
5	在那高高的地方	3.11	The Grayhawk Agency	2016年12月	商业价值考量	2018年计入当期损益	未出版
6	电冰箱奇妙之夜+我很方的代理费	3.89	PK Agency	2016年12月	商业价值考量	2018年计入当期损益	未出版
7	亲爱的我	3.35	China Times Publishing Company	2016年12月	商业价值考量	2018年计入当期损益	未出版
8	为了鲸鱼先生	3.96	Tuttle-Mori Agency Inc	2017年1月	商业价值考量	2018年计入当期损益	未出版
9	口袋里的大象	2.80	Hercules Business & Culture GmbH	2017年9月	商业价值考量	2018年计入当期损益	未出版
10	波浪里的小男孩	2.28	DakaiAgency Limited	2017年4月	商业价值考量	2020年计入当期损益	未出版
11	孤高之人	2.45	CA-Link International	2016年6月	商业价值考量	2020年计入当期损益	未出版
12	漩涡尽头的西兰国	2.28	JAPANUNIAGENCY, INC	2016年11月	商业价值考量	2020年计入当期损益	未出版
	合计	<b>45.90</b>					

3、结合发行人内部决策机制与内控过程，说明在尚未有历史销售数据情况下，如何评估预付版税在授权期内能否消耗完毕，如何确保报告期各期末尚未形成出版物的预付版税的资产减值已计提充分

公司对未出版作品的预付版税进行单项评估，对于预计无法正常出版且决定终止的预付版权项目，直接将预付版税余额计入当期损益。

除上述终止项目以外的未有初稿的预付版税，公司对超过合同约定交稿时间的预付版税进行单项减值测试。在此情况下，公司判断作者是否仍在创作和未来交稿的可能性以及自身对作者延期交稿的意愿等因素综合判断是否存在减值，并对单项测试存在减值的计提减值准备。

对经单项评估测试不存在减值的未有初稿的预付版税，及已有初稿但未出版作品的预付版税，公司根据预付版税的账龄计提相应减值准备。未出版作品的预付版税减值准备计提比例如下：

账龄	预付版税计提比例（%）
1 年以内	10.00
1-2 年	20.00
2-3 年	30.00
3-4 年	50.00
4 年以上	100.00

五、结合未有初稿、已有初稿的预付版税合同约定，前述版权形成出版物的不确定性，预付版税后发行人拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益资源的不确定性，说明对未有初稿、已有初稿版权的预付版税确认为资产是否符合会计准则规定；

1、发行人未有初稿、已有初稿的预付版税，在版权形成出版物前具有不确定性，在预付版税后发行人即拥有并控制预期未来会给企业带来经济利益的版权资源，前述预付版权形成出版物后给企业带来的经济利益具有确定性

(1) 发行人与版权方签署的著作权许可协议对预付版税的约定

公司为了锁定优质版权，向市场认可度较高的版权方预先支付作品版税。在公司与版权方签订的著作权许可协议中，对版税支付金额、方式、交稿期限等均有明确约定。报告期内发行人在未有初稿、已有初稿的情况下预付版税金额前五大的合同约定如下：

①未有初稿的合同约定

版权方/作	协议签署	作品名称	预付金额	合同约定
-------	------	------	------	------

者	日期		(万元)	许可费/版税 支付	交稿期限
韩寒	2018/5/15	《生活》	1,000.00	自本协议签订之日起[10]日内，乙方应支付甲方人民币1000万元作为定金，定金可冲抵本协议第2.1（b）所列的许可费	甲方应于2018年10月30日前将作品的电子稿交给乙方。甲方不能按时交稿的，应在上述期限届满前10个工作日书面通知乙方，双方另行约定交稿期限，若届时甲方仍不能交稿，甲方应返还乙方已支付的预付金，且乙方有权终止本协议
严歌苓	2019/11/19	《熊的故事》、《涵若姑姑》、《尤物》、《女体操队员》、《下海南》、《写给女儿的书》、《666》	总合同1,112万，该7部未有初稿对应预付364万	自本协议签订之日起[40]日内，乙方应支付甲方人民币1112万元作为预付款，预付款可冲抵本协议第2.1（b）所列的许可费	甲方应于2029年12月31日前完成附件1所列7部作品，乙方收到稿件之日视为甲方交稿。
上海素女文化传媒工作室/冯唐	2019/8/28	《金字塔原理》	297.50	自本协议签订之日起[30]日内，乙方应支付甲方人民币297.50万元作为定金，定金可冲抵本协议第2.1（b）所列的许可费	甲方应于2021年6月30日前将作品的电子稿交给乙方。甲方不能按时交稿的，应在上述期限届满前10个工作日书面通知乙方，双方另行约定交稿期限，若届时甲方仍不能交稿，甲方应返还乙方已支付的预付金，且乙方有权终止本协议
北京在水边文化艺术工作室/独木舟	2019/7/11	《独木舟新书》	150.00	自本协议签订之日起[10]日内，乙方应支付甲方人民币150万元作为定金，定金可冲抵本协议第2.1（b）所列的许可费	甲方应于2019年12月30日前将作品的电子稿交给乙方。甲方不能按时交稿的，应在上述期限届满前10个工作日书面通知乙方，双方另行约定交稿期限，若届时甲方仍不能交稿，甲方应返还乙方已支付的预付金，且乙方有权终止本协议

版权方/作者	协议签署日期	作品名称	预付金额(万元)	合同约定	
				许可费/版税支付	交稿期限
北京阳光天女信息科技有限公司/杨澜	2018/4/12	《优雅》	100.00	自本协议签订之日起[10]日内,乙方应支付甲方人民币100万元作为预付金,预付金可冲抵本协议第2.1(b)所列的许可费	甲方应于原2018年8月30日(补充协议延期至2021年12月15日)前将作品的电子稿交给乙方。甲方不能按时交稿的,应在上述期限届满前10个工作日书面通知乙方,双方另行约定交稿期限,若届时甲方仍不能交稿,甲方应返还乙方已支付的预付金,且乙方有权终止本协议

②已有初稿的合同约定

版权方/作者	合同签署日期	作品名称	预付金额(万元)	合同约定	
				许可费/版税支付	交稿期限
张皓宸	2018/11/25	《最初之前》	675.00	自本协议签订之日起[10]个工作日内,乙方应支付甲方人民币675万元作为定金,定金可冲抵本协议第2.1(b)所列的许可费,剩余版税按如下公司计算并支付	甲方应于2019年2月28日前将作品的电子稿交给乙方。甲方不能按时交稿的,应在上述期限届满前10个工作日书面通知乙方,双方另行约定交稿期限,若届时甲方仍不能交稿,甲方应返还定金,且乙方有权终止本协议
励婕	2018/9/20	《夏摩山谷》	435.00	自本协议签订之日起[10]个工作日内,乙方应支付甲方人民币435万元作为定金,定金可冲抵本协议第2.1(b)所列的许可费,剩余版税按如下公司计算并支付。支付甲方的许可费产生的个人所得税由乙方缴纳	甲方应于2018年10月15日前将作品的电子稿交给乙方。甲方不能按时交稿的,应在上述期限届满前10个工作日书面通知乙方,双方另行约定交稿期限,若届时甲方仍不能交稿,甲方应返还定金,且乙方有权终止本协议

版权	合同签署	作品名称	预付金额	合同约定	
上海喜马拉雅科技有限公司	2019/1/26	《论俗》	360.00	自本协议签订之日起[10]个工作日内,乙方应支付甲方人民币360万元作为定金,定金可冲抵本协议第2.1(b)所列的许可费,剩余版税按如下公司计算并支付	甲方应于2019年8月1日前将作品的电子稿交给乙方。甲方不能按时交稿的,应在上述期限届满前10个工作日书面通知乙方,双方另行约定交稿期限,若届时甲方仍不能交稿,甲方应返还定金,且乙方有权终止本协议
励婕	2019/7/30	《莲花》、《七月与安生》、《一次旅行》	160.00	自本协议签订之日起[10]个工作日内,乙方应支付甲方人民币160万元作为定金,定金可冲抵本协议第2.1(b)所列的许可费,剩余版税按如下公司计算并支付	甲方应于2019年8月15日前将作品的电子稿交给乙方。甲方不能按时交稿的,应在上述期限届满前10个工作日书面通知乙方,双方另行约定交稿期限,若届时甲方仍不能交稿,甲方应返还定金,且乙方有权终止本协议
上海喜马拉雅科技有限公司	2020/3/16	《一堂好课》	150.00	自本协议签订之日起[30]个工作日内,乙方应支付甲方人民币150万元作为定金,定金可冲抵本协议第2.1(b)所列的许可费	甲方应按乙方要求,在每期《一堂好课》(第一季)视频节目播出后30日内,将该期视频内容的电子档和高清图片交付给乙方,以供乙方进行选篇编辑整理。

根据上述协议约定可知,发行人在未有初稿和已有初稿情形下预付版税属定金性质,在作者无法按合同约定时间交稿时应返还发行人,发行人对未有初稿、已有初稿的版权方预付定金系一项应收债权。

(2) 未有初稿、已有初稿的版权能否形成出版物具有不确定性,但在发生作者无法按照合同约定交稿时,发行人有收回已预付版税的权利

因未有初稿、已有初稿的版权能否形成出版物具有不确定性,预付版税存在一定风险,发行人为了控制预付版税风险,已制定内控管理制度和决策程序,仅对市场认可度较高、竞争力强、风险小的版权方预付版税。在与版权方签订著作权许可协议时,对作者交稿期限、预付版税金额、剩余版税计算方式等均有明确

约定。根据著作权许可协议约定，发行人应支付一定金额的版税预付金，该预付款可抵充未来形成出版物后的应付版税；同时，作者应按约定期限交稿，如果作者无法按约定期限交稿则应返还预付金，且发行人有权终止著作权许可协议。报告期内，发行人对未有初稿、已有初稿的预付版税金额前五大，因作者未能如期交稿而收回的预付金为 1,000 万元。

综上，发行人对未有初稿、已有初稿的预付版税在无法交稿形成出版物的情况下，作者需返还预付版税款，发行人对该类的预付版税在未形成出版物前属于一项债权。

(3) 预付版税后发行人即拥有或者控制了预期会给企业带来经济利益的版权资源，该版权资源形成出版物后给企业未来带来经济利益具有确定性

发行人的主营业务为图书策划与发行，图书成本包括策划成本、直接支付给出版社的图书采购成本、以及支付给版权方的版权成本。发行人按照许可协议约定支付预付金，系预先支付给作者的版权采购款。版税成本构成公司的图书成本，公司预付版税也属于预付图书成本采购款性质。预付账款按照实际支付的金额入账，对公司而言预付账款是一项流动资产，是一项债权。该项债权系发行人要求作者以交付书稿、公司策划发行图书，获取未来经济利益的方式来进行偿付。发行人在预付后即拥有了并能控制该版权资源，并利用该项版权资源在未来给企业带来经济利益的流入，属于一项资产。

## **2、发行人对未有初稿、已有初稿版权的预付版税确认为资产符合会计准则关于资产的定义及确认条件**

### **(1) 企业会计准则关于资产的定义及确认条件**

资产是指企业过去的交易或者事项形成的、由企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源；流动资产是在一年或者超过一年的一个营业周期内能够变现、销售或者耗用掉的资产。资产作为一项资源，应当由企业拥有或者控制。

将一项资源确认为资产，需要符合资产的定义，还应同时满足以下两个条件：  
①形成企业拥有或控制的经济资源，并且与该资源有关的经济利益很可能流入企

业；②该资源的成本或者价值能够可靠地计量。

预付账款是指企业预付给供货单位的款项，如预付的材料采购款、产品预购定金等，系因采购而发生的。发行人的主营业务为图书策划与发行，图书成本包括策划成本、直接支付给出版社的图书采购成本、以及支付给图书版权方的版权成本。

发行人按照合同规定预付的款项系公司按照著作权许可协议约定，预付给版权方的版权成本采购款。版税成本构成公司的图书成本，公司预付版税也属于预付图书成本采购款性质。预付账款按照实际支付的金额入账，对公司而言预付账款是一项流动资产，是一项债权，要求作者以交付书稿、公司策划销售图书获取未来经济利益的方式来进行偿付。

(2) 公司对未有初稿、已有初稿版权的预付版税确认为资产符合会计准则规定

①公司在与版权方签署著作权许可协议、预付版税后，公司即拥有并控制了该项版权资源，并该项版权资源能为公司未来带来经济利益的流入

公司为了锁定优质版权资源，通过内部价值评估决策程序后与版权方签署《著作权许可使用协议》，根据协议约定的交易价格和支付方式，对于市场认可度较高、竞争力强、风险小的版权方，存在部分未有初稿、已有初稿支付预付版税的情形。

对于未有初稿、已有初稿的预付版权，公司在版权方交稿前，定期联系作者关注其作品创作进度并对已完成部分提出建议，公司对合同项下的作品版权资源能自合同签订之日起就可以实施控制。在协议有效期内，公司独占性的拥有该合同项下的著作权使用权，包括以图书形式出版发行物，以及可以再授权其他第三方使用该项版权，如电子书、有声书等，能始终拥有相关著作权使用权，且可以控制该著作权的使用。

公司未有初稿、已有初稿的预付版税属于预付定金性质，在支付预付金后，即建立与作者的版权采购关系。由于图书版权属于定制化产品，按照合同约定支付一定金额的采购预付款符合商业逻辑。因公司仅对业界知名的作家才会在未有

初稿、已有初稿的情况下签订合同并支付预付版税，该部分作者的创作能力及作品质量是经过市场、时间等多方面客观因素的考验，虽存在不确定性但未来形成出版物的可能性非常大，公司可以合理预期该部分预付版税未来给公司带来经济利益的流入有很大确定性，是在一年或者超过一年的一个营业周期内能够耗用掉的资产。

此外，根据合同约定，在作者无法按期交稿时公司有收回预付金的权利，因此该项预付版税属于公司的一项债权，该项债权的偿付方式为作者交付书稿、公司策划销售图书以获取未来经济利益。

## ②版税成本或者价值能够可靠地计量

公司与版权方签署的著作权许可协议属于版权采购业务，构成图书成本-版税成本，属于图书成本的采购范畴之一。公司与版权方在许可协议中对版税率、版税结算、支付方式等明确约定，在图书销售数量或印制数量确定的情况下，图书版税采购成本能够可靠计量。

综上，公司只对市场认可度较高、竞争力强、风险小的版权方预付版税，在在授权期内公司拥有并控制了前述形成出版物后预期会给企业带来经济利益流入的版权资源，是在一年或者超过一年的一个营业周期内能够变现、销售或者耗用掉的资产；根据许可协议约定，对未有初稿、已有初稿的预付版税，在作者无法按期交稿时公司有收回的权利，因此前述预付版税属于一项债权，该项债权的偿付方式为作者交付书稿、公司策划销售图书以获取未来经济利益的流入；公司与版权方对于版权成本，包括版税率、版税结算、支付方式等有明确约定，因此版权资源的成本或价值能够可靠地计量。

发行人对未有初稿、已有初稿版权的预付版税确认为预付账款符合会计准则关于资产的定义及确认条件。

**六、说明发行人如何判断图书版权的价值周期，影响图书版权价值的主要因素，发行人对预付版税的成本结转方式、减值测试方法能否真实反映图书版权价值周期的影响；进一步对比存在预付版税业务的公司，包括但不限于出版社、影视、游戏公司等，说明发行人预付版税的成本结转方式、减值测试方法**

与前述公司是否存在差异，并以可比公司中位数进行测算，说明相关处理是否谨慎。

## 1、发行人如何判断图书版权的价值周期

影响图书版权价值的因素主要包括图书策划机构的策划能力、作品的内容、作者的业内影响力、以往作品的畅销度、题材类别、作品的创作形式、相关权利的限制、以往版权交易情况、作品的使用范围、市场需求、同类版权的竞争状况等等。

发行人在判断图书版权的价值周期时主要关注图书行业供求状况、题材类型、作者的知名度、数据分析、自身策划能力、市场竞争情况等。具体因素如下：

### (1) 图书行业供求状况

公司所处行业为大众图书领域，大众图书的价值周期相比教材教辅更长。近年来，受到我国人口结构、收入水平、受教育程度、年龄结构、城镇化等社会因素的变化，教育支出不断增加，有助于延长图书的生命周期。特别是少儿、社科、文艺等图书零售规模稳步增长，图书市场呈现明显的向大众图书倾斜的趋势。2019年，少儿、社科、文艺类图书销售码洋占据前三大市场份额，合计约占图书销售总码洋的66.39%。

公司在图书策划理念上不盲目追求全品类，而专注于公司擅长的五条产品线，即：经典（公版图书）、中国文学、外国文学、历史、少儿等，均属于大众图书领域，在上述五条产品线的策划发行工作中形成了“果麦”特色的方法论，只专注于自身熟悉和擅长的产品领域，策划发行了众多名家名作，内容价值较高且主要为少儿、社科、文艺类等，图书受到市场的广泛欢迎，版权价值周期较长。

### (2) 作者的知名度

版权是图书内容产品的重要来源，对于作者知名度较高的优质版权拥有众多读者粉丝，内容也拥有较高的质量保障，能够长期为图书策划公司带来稳定收入和利润。公司在与作者、版权代理机构的合作过程中树立了良好口碑，目前公司已与易中天、杨红樱、韩寒、蔡崇达、张皓宸、严歌苓、冯唐、戴建业、李筱懿、熊亮、庆山、罗伯特·麦基、饶雪漫、杨澜、弗雷德里克·巴克曼、凯叔等作家、

学者建立了长期稳定的合作关系。上述作者已形成了较广的传播影响力，拥有一批忠实的读者消费群。

### （3）内容选择

对于内容的选择，公司坚持以“价值和美”为选取方向，坚持做好书、出精品。公司自成立以来专注于甄别、挖掘和创造优秀的思想和创意资源，打造畅销且长销的图书。公司的文学产品注重讴歌生活中的爱、善良与纯真；历史产品着眼人类命运共同体，致力于增强民族的历史自信和文化自信；少儿产品充满爱与希望，追求热情、探索、乐观。

公司关于价值有四个维度：①能被社会接受并长久留存的正向价值观；②真正有用的知识内涵；③作者文笔要雅俗共赏，易于传播；④营销、新媒体、销售团队等多位一体、协同合作。关于美的两个维度：①文笔美，作品需要符合汉语的美感；②外观美，摒弃传统重成本节约的思维方式，拒绝外观和纸质粗糙的产品。

### （4）数据分析和新媒体矩阵

公司坚持使用可量化的分析工具为图书策划提供决策依据，坚持以用户思维为基本出发点，从读者的角度出发，使得研发的产品能够紧随市场需求。

公司常年密切跟踪、挖掘、梳理多领域的海量信息，依靠历史销售数据为初步判断基础，运用“图书选题十维数据分析系统”等可量化的分析工具为版权价值提供决策依据，有力保障了公司策划图书整体上市生命周期长于一般图书。公司从作品自身价值与市场价值两方面进行长期筛选，精心选出畅销书和畅销作家，并通过自身建立的新媒体矩阵与读者保持有效沟通，策划符合读者的心理需求和喜爱的图书，从而与读者需求相契合。公司拥有三位一体的运营能力，通过自建的新媒体矩阵，直接接触读者，了解读者品味和需求的变化。通过新媒体矩阵带来的读者流量，果麦可以更好的完成书籍在各个渠道的销售。

同时，产品、设计及营销等部门内部及部门之间相互协作、相互监督，为决策有效性及所策划作品的畅销且长销提供有力保障。

### （5）策划方法体系

在选题、策划与设计工作中，发行人形成了具有果麦特色的有效工作方法体系。选题策划中，公司以金字塔原理为基础方法，从书名、一句话文案、70字以内的文案三层，采取自上而下和自下而上贯穿选题策划整个过程。选题中，通过自上而下逐层阐述产品的思想内容及核心价值，精选出与公司的战略方向及价值观吻合的优质作品。策划中，通过自下而上将内容浓缩成一句话文案，以精炼的一句话文案为读者呈现作品的核心精髓。此外，产品总监根据策划人员擅长的方向成立不同的产品组。在产品线的划分上，各产品组结合公司主攻方向自主确定产品提案，充分调动策划人员的主动性，激发出新思路、新方法和新点子，促进公司在各个产品线版权资源、策划品种长年稳步积累。

公司以较少的品种占有了相对较高的份额，体现了公司良好的图书版权价值周期判断能力。开卷监测数据显示，图书策划公司的品种效率（码洋占有率/品种占有率）约为2.48，出版社的品种效率约为0.8，发行人的品种效率为10.13，远高于行业的平均水平。

## **2、发行人对预付版税的成本结转方式、减值测试方法真实反映图书版权价值周期**

### **（1）公司图书版权价值周期**

图书版权价值呈现多种形式，大多数图书出版上市后的一段时间内销量较高，之后开始逐渐下落并趋于平稳；少部分图书一经上市销售额迅速增长，直接进入成长期并能长期保持畅销；还有一部分图书进入衰退期后，经过重新策划设计、营销推广后进入了第二个成长期。

根据公司已出版图书销售变动情况来看，随着图书品种数量的不断扩大，公司单位图书书品出版后的月均销量分布总体呈现出一定的版权价值规律。公司图书从出版发行至受到市场认可通常需要半年左右的导入期，出版后一年内各月销量变动幅度较大。随着公司营销推广效果及图书传播效应的逐渐显现，图书产品销量呈现较大幅度的上升趋势并在一段时间后下落并逐渐趋于平稳。

（2）公司对预付版税的初始确认、成本结转及减值测试方法、过程及依据  
发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、（十

一) 预付款项”补充披露如下:

公司预付账款主要核算预付版税(含翻译费)。

公司的著作权许可合同根据授权期内版税金额的计量方式不同,分为授权期内版权金额确定和授权期内版权金额不确定两类。

在初始确认时,授权期内版权金额确定的著作权许可合同作为无形资产核算;授权期内版权金额不确定的著作权许可合同,若按照合同约定存在预付版税或翻译费的,于支付预付款时计入预付账款-预付版税,具体核算方法如下:

#### ①初始确认

授权期内版权金额不确定的著作权许可合同,一般在合同中约定根据作品在授权期限内的销量或印量和约定版税率,与版权授权方结算相应版税金额。该类版权授权合同,授权日的版权金额未予以约定,公司将按照合同约定实际支付的预付版税金额作为预付版税计量核算。

#### ②成本结转

对于按销量与版权方结算版税的,公司根据实际销量确定的版税金额(图书销量\*定价\*合同约定的版税率)结转相应预付金额计入主营业务成本;对于按印量与版权方结算版税的,公司根据实际印量确定的版税金额(图书印量\*定价\*合同约定的版税率)结转相应预付金额计入存货成本,于图书销售时由存货成本结转计入主营业务成本。

#### ③减值测试

公司于资产负债表日对预付版税进行减值测试,对存在减值的预付版税计提相应资产减值损失。公司将预付版税按照授权书品是否已出版分为:A、已出版作品的预付版税;B、未出版作品的预付版税,其中未出版作品的预付版税又分为未有初稿和已有初稿两类。

公司按照上述不同类型的预付版税分别采用相应的减值测试方法,各类型预付版税的减值测试方法如下:

#### A、已出版作品的预付版税

公司对已出版作品的预付版税进行单项减值测试，判断是否存在减值。单项减值测试的具体方法如下：

第一步，公司于资产负债表日根据已出版全品类图书的各年（含当年）历史销售数量计算各年的销量环比变动率。即：①计算全部已出版图书出版发行后各月单位书品的平均销量（各月全品类图书销售总量/各月图书品种数量）；②按年度汇总各月份出版图书发行首年以后的各年单位书品总销量，取平均值计算出单位书品各年平均销量；③基于此得出该资产负债表日的单位书品各年销量的环比变动率（当年平均销量/上年平均销量）。

第二步，公司根据图书出版时间是否满一年为标准，将已出版作品的预付版税分为出版时间不满一年、满一年两种情形。对于出版时间不满一年的，公司根据当年（出版当月至资产负债表日）的实际销量和图书出版月份对应的年化率（各月份出版销量的年化率=单位书品出版后 1-12 个月的月均销量合计/单位书品出版当月至 12 月的月均销量合计）换算成全年销量，以此作为基期销量并按照第一步确定的各年销量环比变动率测算剩余授权期的预计销量；对于出版时间超过一年的，公司根据最近一年的实际销量作为基期销量并按照第一步确定的各年销量环比变动率测算剩余授权期的预计销量。

第三步，公司在对已出版作品的预付版税逐个单项减值测试过程中，对于个别书品销售已出现明显减值迹象的，按照第一步和第二步的一般方法预测未来销量的基础上作进一步的销量预计调整。对于遇到不可抗力等客观原因导致销量调整，需要履行内部决策审批程序，由财务部和销售部对市场的充分论证，财务经理拟定初步分析报告，提交至财务部负责人审核，审核通过后提交至公司高管会进行审议。如 2020 年国内受到新冠疫情的严重影响，公司在预测 2021 年及以后各年销量时考虑了对 2020 年基期销量的疫情补偿（2020 年，我国图书零售市场码洋规模首次出现负增长，公司图书策划与发行收入同比下降 5.80%，而 2017 至 2019 年公司该业务收入复合增长率为 28.62%，在假设无疫情影响且公司营销推广、定价策略与以前年度无重大变动的情况下，2020 年图书策划与发行业务仍可实现上述增长，即为该项业务实际实现收入金额的 136.54%，因此公司在预测 2021 年及以后各年销量时对 2020 年基期销量增加了 35% 的疫情补偿。

2021年1-4月图书销量较2020年同期增长69.27%，收入同比增长70.04%，均远超过疫情补偿水平)。另外，公司对于涉及促销版税的情形，以当年实际的促销比率（促销比率=该图书当年参加促销活动对应的图书销量/当年该图书实现的总销量）作为剩余版权期预计总销量的促销比率，并在此基础上测算促销版税对剩余授权期可结转版税金额的影响。

第四步，公司根据各书品的实际情况按照上述相应的方法预测剩余版权期预计总销量，根据图书定价、版税率及促销比率测算剩余版权授权期的可结转版税金额，若预计剩余版权授权期内的可结转版税金额低于当期末预付版税期末余额的，差额部分计提减值准备。

#### B、未出版作品的预付版税

公司对未出版作品的预付版税进行单项评估，对于预计无法正常出版且决定终止的预付版权项目，直接将预付版税余额计入当期损益。

除上述终止项目以外的未有初稿的预付版税，公司对超过合同约定交稿时间的预付版税进行单项减值测试。在此情况下，公司判断作者是否仍在创作和未来交稿的可能性以及自身对作者延期交稿的意愿等因素综合判断是否存在减值，并对单项测试存在减值的计提减值准备。

对经单项评估测试不存在减值的未有初稿的预付版税，及已有初稿但未出版作品的预付版税，公司根据预付版税的账龄计提相应减值准备。未出版作品的预付版税减值准备计提比例如下：

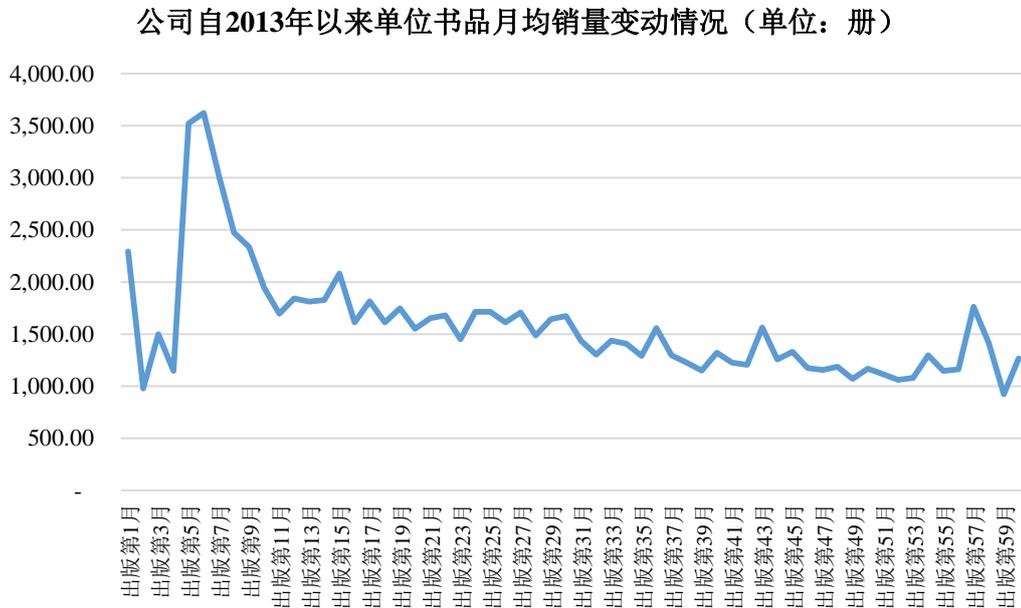
账龄	预付版税计提比例 (%)
1年以内	10.00
1-2年	20.00
2-3年	30.00
3-4年	50.00
4年以上	100.00

#### (3) 具体测算及代表性作品预付版税测试过程

以2020年12月31日为例，公司对已出版作品的预付版税单项减值测试的

销售环比变动率计算过程如下：

①公司根据截至 2020 年底全部已出版图书自出版发行以来的销售数据计算出单位书品出版后各月的平均销量如下图所示：



从上图可见，公司单位书品出版后的月平均销量分布总体呈现出一定的版权价值规律。公司与众多知名作家、学者建立了长期稳定的合作关系，知名作家本身在行业中拥有忠实的粉丝群体，积累了较多的初始流量。公司通常在图书出版发行前一个月通过新媒体账号对外推送新书陈述购买理由进行预热，作者的初始流量以及图书预热期积攒的流量带动了单位书品出版后第一个月的销量往往处于较高水平。当初始流量效应逐渐减弱，单位书品的月均销量有所下滑，但随着公司营销推广活动效果及图书传播效应的逐渐显现，通常出版后第五个至第七个月处于销售高峰期，出版后第八个月单位书品月销量开始逐渐下降并趋于平稳。

②公司基于上述单位书品的月均历史销量数据，计算出单位书品出版后各年年均销量及销量环比比率，据此作为已出版作品在剩余授权期各年预计销量的测算依据。公司与版权方签署的版权合同约定的版权授权期一般为 5 年，2020 年底，版权期 5 年以内的预付版税金额占比为 92.29%。截至 2020 年 12 月 31 日，公司根据全部已出版图书的历史销售数据测算得出出版后 5 年内的销售环比变动率情况如下：

单位：册

项目	单位书品年均销量及销量环比变动率					
	出版当年	出版后第1年	出版后第2年	出版后第3年	出版后第4年	出版后第5年
单位书品年销量	26,369.18	23,822.58	17,815.47	14,993.45	13,261.08	12,152.69
销量环比变动率	-	90.34%	74.78%	84.16%	88.45%	91.64%

注 1：出版当年单位书品年销量系将 1-12 月各月出版发行图书年化计算后的年均销量

注 2：销量环比变动率=当年平均销量/上年平均销量

根据公司的历史销售数据计算结果来看，5 年内单位书品年均销量的各期环比比率较为稳定，各期当年销量/上年销量总体保持在 70% 到 90%。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司自 2013 年出版发行图书以来共有 8 年的图书销售历史数据，据此可以得出 8 年的销量环比变动率。因此，对于预付版税剩余授权期超过 8 年的，公司按预测第 8 年的销量作为剩余版权期超过 8 年以后的各年预计年销量。

以作品《一堂好课》为例，公司于 2020 年 12 月 31 日对其预付版税的单项减值测试过程如下：

①公司《一堂好课》2020 年具体销售情况如下：

单位：元/册、册

作品	定价	版税率	剩余授权期	出版时间	2020 年		
					实际销量	疫情影响弥补后销量	促销比率
《一堂好课》	58.00	14%	59 个月	2020 年 12 月	3,591	4,848	0.72%

注 1：疫情影响弥补后销量按实际销量的 135% 计算。

注 2：促销比率=该图书当年参加促销活动对应的图书销量/当年该图书实现的总销量。

公司《一堂好课》于 2020 年 12 月出版，当年销售时间为一个月，按照疫情弥补后销量及 12 月份对应的年化率（12 月份的年化率=截至 2020 年 12 月 31 日公司全部已出版图书的单位书品出版后 1-12 个月的月均销量合计/单位书品出版后第 1 个月的月均销量）计算基期 2020 年的全年销售数量，根据销售环比变动率计算剩余版权授权期的预计销量，具体情况如下：

单位：册

作品	年化率	年化	剩余版权授权期环比变动率及预计销量
----	-----	----	-------------------

		销量	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	合计
			90.34%	74.78%	84.16%	88.45%	91.64%	
《一堂好课》	1150.66%	55,784	50,397	37,689	31,719	28,054	23,567	171,426

注：2025年剩余授权期限为11个月，其预计销量=2024年预计销量×环比变动率91.64%÷12×11。

剩余版权授权期的可结转版税金额=剩余版权授权期预计总销量×定价×版税率-剩余版权授权期预计总销量×当年实际的促销比率×定价×版税率×50%。其中，对于参与促销的销量部分，根据公司与版权方签订的《著作权许可使用协议》约定，公司通常只需向版权方支付50%的版税。经测算，《一堂好课》剩余版权授权期的可结转版税金额低于预付版税期末余额，对差异部分计提预付版税减值准备，与上期末预付版税减值准备的差额部分计入当期资产减值损失。

单位：万元

作品	截至2020年12月31日		
	预付版税期末余额	剩余版权授权期可结转版税金额	预付版税减值准备
《一堂好课》	147.09	138.69	8.40

#### (4) 预付款项减值计提方法的调整

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、(二) 前期会计差错更正”补充披露如下：

### 1、预付款项减值计提方法的调整

#### (1) 调整前的预付版税减值计提方法

公司于资产负债表日对预付版税进行减值测试，对存在减值的预付版税结转版税损失或计提相应资产减值损失。公司将预付版税按照授权书品是否已出版分为：①已出版作品的预付版税；②未出版作品的预付版税，其中未出版作品的预付版税又分为未有初稿和已有初稿两类。本公司按照上述预付版税分类的不同，采用减值测试方法分别如下：

### ①已出版作品的预付版税

公司在资产负债表日对已出版作品中大额及账龄较长的预付版税,根据各作品历史销量情况,综合考虑实际销量及未来销售计划等因素,测算剩余合同期内可结转版税金额。对在剩余合同期内无法结转完毕的预付版税,测算其期初金额在剩余合同期限内平均摊销金额,将当期应摊销金额与已结转金额的差额结转营业成本。

### ②未出版作品的预付版税

公司对未出版作品的预付版税进行单项评估,对于预计无法正常出版且决定终止的预付版权项目,直接将预付版税余额计入当期损益。

除上述终止项目以外的未有初稿的预付版税,公司对超过合同约定交稿时间的预付版税进行单项减值测试。在此情况下,公司判断作者是否仍在创作和未来交稿的可能性以及自身对作者延期交稿的意愿等因素综合判断是否存在减值,并对单项测试存在减值的计提减值准备。

对经单项评估测试不存在减值的未有初稿的预付版税,及已有初稿但未出版作品的预付版税,公司根据预付版税的账龄计提相应减值准备。未出版作品的预付版税减值准备计提比例如下:

账龄	预付款项计提比例(%)
1年以内	0.00
1-2年	0.00
2-3年	10.00

3-4 年	30.00
4-5 年	50.00
5 年以上	100.00

## (2) 调整后的预付版税减值计提方法

公司于资产负债表日对预付版税进行减值测试,对存在减值的预付版税计提相应资产减值损失。公司将预付版税按照授权书品是否已出版分为:①已出版作品的预付版税;②未出版作品的预付版税,其中未出版作品的预付版税又分为未有初稿和已有初稿两类。本公司按照上述预付版税分类的不同,采用的减值测试方法分别如下:

### ① 已出版作品的预付版税

公司于资产负债表日对已出版作品的预付版税进行单项评估,根据已出版全品类图书的各年(含当年)历史销售数量计算各年的销量环比变动率,综合考虑作品的实际销量及未来销售计划等因素预测其在剩余版权期内的预计销量,并测算剩余版权期内可结转的版税金额,若预计剩余版权期内的可结转版税金额低于预付版税账面余额的,差额部分计提减值准备。

### ② 未出版作品的预付版税

公司对未出版作品的预付版税进行单项评估,对于预计无法正常出版且决定终止的预付版权项目,直接将预付版税余额计入当期损益。

除上述终止项目以外的未有初稿的预付版税,公司对超过合同约定交稿时间的预付版税进行单项减值测试。在此情况下,公司判断作者是否仍在创作和未来的

交稿的可能性以及自身对作者延期交稿的意愿等因素综合判断是否存在减值,并对单项测试存在减值的计提减值准备。

对经单项评估测试不存在减值的未有初稿的预付版税,及已有初稿但未出版作品的预付版税,公司根据预付版税的账龄计提相应减值准备。未出版作品的预付版税减值准备计提比例如下:

账龄	预付账款减值计提比例(%)
1年以内	10.00
1-2年	20.00
2-3年	30.00
3-4年	50.00
4年以上	100.00

## 2、会计差错更正

公司第二届董事会第四次会议通过决议,同意调整上述预付款项减值计提方法,并对该调整事项导致的2018年、2019年和2020年预付款项减值计提相关的会计差错采用追溯重述法予以更正。独立董事基于独立判断的立场发表了同意上述预付款项减值计提方法调整及会计差错更正事项的独立意见。

上述会计差错更正对报告期各期财务报告的影响情况如下:

单位:元

项目	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年度

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
	/2020年度	/2019年度	/2018年度
资产负债表			
预付款项	-27,563,426.22	-22,314,444.54	-13,595,562.44
其他流动资产	-320,883.64	-5,823.68	40,716.15
递延所得税资产	4,464,866.68	3,352,990.36	1,998,618.22
应交税费	9,469.11		
盈余公积	-2,342,891.23	-1,896,727.79	-1,155,622.81
未分配利润	-21,086,021.06	-17,070,550.07	-10,400,605.26
归属于母公司股东的 权益	-23,428,912.29	-18,967,277.86	-11,556,228.07
股东权益总额	-23,428,912.29	-18,967,277.86	-11,556,228.07
利润表			
主营业务成本	-2,794,501.41	-786,624.44	-1,332,736.06
资产减值损失	8,043,483.09	9,505,506.54	9,038,125.84
所得税费用	-787,347.25	-1,307,832.31	-1,155,808.47
净利润	-4,461,634.43	-7,411,049.79	-6,549,581.31
归属于母公司股东的 净利润	-4,461,634.43	-7,411,049.79	-6,549,581.31

上述预付版税减值计提方法的调整系公司根据业务发展实际情况，基于谨慎性原则，并经过审慎、合理的评估和分析作出的决策，符合《企业会计准则》的

规定。公司对该事项导致的 2018 年、2019 年和 2020 年财务报告采用追溯重塑造法进行会计差错更正处理。上述会计差错更正事项，已根据公司章程规定履行了相应的审议批准程序。公司对上述预付款项减值计提方法的调整不存在故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信息，滥用会计政策或者会计估计，操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录等情形。差错更正符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的规定，公司不存在会计基础工作薄弱和内控缺失情形，相关更正信息已恰当披露。公司整体变更为股份公司时不存在未弥补亏损，上述会计差错更正追溯调整报表也未致使整体变更时存在未弥补亏损，差错更正也未对公司整体变更时的股本造成影响。

根据《首发业务若干问题解答》中关于“问题 44 审计调整与差错更正”及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 19、28 条针对会计差错及追溯调整对股改时是否导致出现未弥补亏损等相关核查要求，经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人预付款项减值计提相关的会计差错更正事项不存在故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信息，滥用会计政策或者会计估计，操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录等情形。差错更正符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的规定，发行人不存在会计基础工作薄弱和内控缺失情形，相关更正信息已恰当披露。发行人整体变更为股份公司时不存在未弥补亏损，上述会计差错更正追溯调整报表也未致使整体变更时存在未弥补亏损，差错更正也未对发行人整体变更时的股本造成影响。

### 3、预付版税减值计提方法调整前后对发行人的业绩影响

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
调整前预付减值计提				
未出版减值金额①	135.35	2.00	31.86	169.21

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
已出版减值金额②	279.45	78.66	133.27	491.38
调整前预付减值金额合计	414.80	80.66	165.13	660.59
调整后预付减值计提				
未出版减值金额③	314.64	124.09	591.85	1,030.58
已出版减值金额④	625.06	828.46	343.82	1,797.34
调整后预付减值金额合计	939.70	952.55	935.67	2,827.92
调整前后未出版减值差额③-①	179.29	122.09	559.99	861.37
调整前后已出版减值差额④-②	345.61	749.80	210.55	1,305.96
调整前后减值合计差额	524.90	871.89	770.54	2,167.33

公司调整前预付版税减值计提方法中将未出版作品的预付版税减值计入资产减值损失科目、已出版作品的预付版税减值计入主营业务成本科目。调整后未出版和已出版作品的预付版税减值均计入资产减值损失科目。

2018 年至 2020 年，公司按调整后的预付减值方法计提减值金额各年分别较调整前增加计提 770.54 万元、871.89 万元和 524.90 万元，三年累计增加计提减值损失金额 2,167.33 万元。其中，预付减值方法调整后未出版减值金额较调整前增加计提 559.99 万元、122.09 万元和 179.29 万元；已出版减值金额较调整前增加计提 210.55、749.80 万元和 345.61 万元。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、（二）股份公司设立情况”补充披露如下：

2021 年 5 月 14 日，公司对报告期内预付版税（含翻译费）减值计提方法

进行调整，并采用追溯重述法进行了会计处理。考虑会计差错更正影响后，公司截至 2017 年 3 月 31 日的未分配利润为 2,560.70 万元，不存在未弥补亏损。

2021 年 5 月 14 日，大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了大华核字[2021]009131 号《果麦文化传媒股份有限公司关于前期会计差错更正对 2017 年 3 月 31 日股份制改制净资产差异情况说明的专项审核报告》。考虑会计差错更正对股改净资产影响后，发行人截至 2017 年 3 月 31 日的未分配利润为 2,560.70 万元，不存在未弥补亏损。

2021 年 5 月 14 日，公司第二届董事会第四次会议、第二届监事会第三次会议审议并通过了《关于会计差错更正的议案》等议案，同意公司就预付版税(含翻译费)减值计提方法进行调整并采用追溯重述法进行会计处理，并审议通过了《果麦文化传媒股份有限公司关于前期会计差错更正对 2017 年 3 月 31 日股份制改制的净资产的差异情况说明》，独立董事发表了同意的独立意见。

2021 年 5 月 31 日，公司召开 2021 年第一次临时股东大会，审议通过上述前期会计差错更正及追溯调整等事项。

保荐机构、发行人律师认为，发行人已就上述前期会计差错更正及追溯调整事项以及就前期会计差错更正对 2017 年 3 月 31 日股份制改制净资产、未分配利润的影响编制了股改净资产差异情况说明，大华会计师出具了专项审核报告，且已履行必要的审议程序，考虑会计差错更正影响后，发行人截至 2017 年 3 月 31 日不会导致出现未弥补亏损的情形。

3、对比存在预付版税业务的公司与发行人预付版税的成本结转方式、减值测试方法

通过查询存在预付版税业务的上市公司案例，相关行业预付版税的成本结转方式、减值测试方法情况具体如下：

#### （1）新经典

根据新经典《招股说明书》披露，“根据公司与图书作者或版权代理机构签订的版税合同，版税分为印制版税与销售版税。印制版税分为两种情况：（1）根据公司自有版权图书的印制数量及定价进行计提，计提方式为图书入库数量\*定价\*合同约定的印制版税率；（2）根据公司自有版权图书的印制数量进行计提，计提方式为图书入库数量\*单册版税金额，该类版税在图书入库时计入库存商品成本。销售版税根据公司自有版权图书的销售数量及定价进行计提，计提方式为图书销售数量\*合同约定的销售版税率\*定价，该类版税在图书实现销售时结转主营业务成本。”新经典招股说明书中未披露预付版税减值测试方法。

#### （2）读客文化

根据读客文化《招股说明书》披露，读客文化的预付版权成本结转方法如下：

对于销售版税，公司会在约定的版税结算日与版权方确认当期应付版税金额，计入主营业务成本，销售版税金额根据该版权对应图书的实际销售数量进行计算，计算方式为图书销售数量\*定价\*合同约定的版税率；对于印制版税，公司会在约定的版税结算日与版权方确认应结版税金额，计入库存商品成本，印制版税金额根据该版权对应图书的印刷数量进行计算，计算方式为图书印刷数量\*定价\*合同约定的版税率。如累计应付版税小于预付版税，则冲减预付版税；如超出预付版税，则须向版权方支付超出预付版税部分的新增版税金额。版权合同到期后仍存在尚未抵扣完毕的预付版税的，若公司与版权方进行续约，则预付版税留待以后年度继续抵扣；若公司不再与版权方进行续约，公司将该预付版税全额计提减值后核销。

读客文化的预付版权减值测试方法如下：

在每个资产负债表日，公司将所有预付版权项目按照未出版且未取得初稿、未出版但已取得初稿、已出版但未超过 12 个月和已出版超过 12 个月项目分别进行减值测试。

①对于尚未出版且未取得初稿的项目，按照预付版税账龄计提减值，具体如下：

账龄	预计版税计提比例（%）
1年以内	10
1-2年（含1年）	50
2年以上	100

此外对于存在以下情况的项目，全额计提减值准备：

- A、超过合同约定或与公司协商约定的交稿期限仍未能交稿的项目；
- B、已经存在明显迹象表明该项目无法正常出版或出版后无法正常销售的。

②对于尚未出版但已取得初稿的项目，按照预付版税账龄计提减值，具体如下：

账龄	预计版税计提比例（%）
1年以内	5
1-2年（含1年）	30
2-3年（含2年）	50
3年以上	100

对于已经存在明显迹象表明，预付版权项目对应图书无法正常出版或出版后无法正常销售的，全额计提减值准备。

③对于已出版但上市未超过12个月的项目，按照预付版税账龄计提减值，具体如下：

账龄	预计版税计提比例（%）
1年以内	5
1-2年（含1年）	30
2-3年（含2年）	50
3年以上	100

对于已经存在明显迹象表明，预付版权项目对应图书无法正常出版或出版后无法正常销售的，全额计提减值准备。

④对于已出版且上市超过 12 个月的项目,减值方法和计算过程如下:

公司对所有预付版税余额超过 10 万元的主要预付版权项目逐项进行减值测试。公司根据整体版权历史销量衰减趋势,按销量衰减后预计未来可结算版税金额与预付版税账面余额的差额,计提减值准备。预计未来可结算版税金额计算过程如下:

预计未来可结算版税金额=已实现未结算版税+推算剩余版权期内总销售码洋或收入\*版税率;

推算剩余版权期内总销售码洋或收入=近两年月均销售码洋或收入\*剩余版权期限(月)\*销量衰减系数,近两年月均销售码洋或收入=最近两年销售码洋或收入/24,如版权实际销售期间少于两年,近两年月均销售码洋=实际销售码洋或收入/实际销售月数。”

### (3) 掌阅科技

根据掌阅科技《招股说明书》披露,“公司采购的数字版权按照交易模式划分主要分为买断版权和分成版权,分成版权又分为有保底和无保底两种模式。”“部分分成版权包含保底预付条款,即公司在采购时预付保底分成款,并在之后的收入分成中抵扣,保底分成款全部抵扣后公司再正常进行分成。公司将支付的保底款计入预付账款,自版权授权开始日每月根据具体分成的金额计入主营业务成本,抵减预付账款。当合同期间内分成金额大于保底款时,即预付账款抵减完后计入应付账款;当合同期间内分成金额小于保底款时,在合同约定的最后一期将剩余未抵减的预付账款计入当期主营业务成本。”掌阅科技招股说明书中未披露预付版税减值测试方法。

### (4) 芒果传媒(快乐购物)

根据《快乐购物股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易之独立财务顾问报告》披露,“报告期内,芒果互娱自主研发的游戏分为两种发行模式:由游戏发行商独家代理发行和自主发行。游戏发行商独家代理发行模式下,芒果互娱作为游戏研发商,与其他游戏发行商的合作模式为授权运营。游戏发行商以支付版权金或预付分成款的方式获得芒果互娱研发的游戏产品的代理

发行权，负责游戏产品在指定区域、指定平台或渠道的发行。游戏发行商和游戏运营商负责推广运营、游戏运营收入的结算。游戏发行商在获取游戏运营收入后，根据与芒果互娱约定的分成比例在每月对账后向芒果互娱进行分成，芒果互娱按照与游戏发行商核对后的对账情况确认收入。”

#### (5) 中信出版

根据中信出版《招股说明书》披露，预付版税的金额一般根据图书首印数乘以定价再乘以约定的版税率得出。中信出版将预付版税或首印版税全部计入首印批次的图书成本中。版税分为印数版税和销量版税，印数版税根据本公司出版图书的印刷数量进行计算，计算方式为图书印刷数量\*合同约定的印数版税率\*定价，该类版税在图书入库时计入图书成本。销量版税根据公司出版图书的销售数量进行计算，计算方式为图书销售数量\*合同约定的销量版税率\*定价。为保证图书入库成本的完整性，本公司在图书入库时根据印刷数量对销量版税进行计提，即将销量版税在图书入库时计入图书成本。中信出版招股说明书中未披露预付版税减值测试方法。

#### 4、测算发行人预付版税结转及减值情况，报告期各期末发行人预付版税余额较大版权的减值测试情况，充分说明减值准备计提的充分性

##### (1) 测算发行人预付版税结转及减值情况

由于前述公司招股说明书披露信息有限，无法获取预付版税结转及其减值计提的信息，且与发行人属于同行业的可比公司为新经典、读客文化、天舟文化、世纪天鸿等，因此，以上述可比公司已有信息进行相应指标的对比和测算如下：

果麦文化及同行业可比公司预付款项各期末余额及周转率

公司	2020年		2019年		2018年	
	预付版税余额	周转率	预付版税余额	周转率	预付版税余额	周转率
果麦文化	13,222.16	0.45	10,842.11	0.54	8,926.30	0.62
读客文化	12,224.54	0.46	11,611.00	0.51	8,735.50	注3
新经典	未披露	未披露	16,554.54	0.92	16,746.00	未披露
天舟文化	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露

公司	2020 年		2019 年		2018 年	
	预付版税 余额	周转率	预付版税 余额	周转率	预付版税 余额	周转率
世纪天鸿	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露

注：1、周转率=当期版税成本/[上年期末预付版税余额+当期期末预付版税余额]/2；其中，新经典版税成本以 2014 年至 2016 年招股书平均版税成本占比乘以 2019 年图书业务成本得出；

2、天舟文化与世纪天鸿未披露相应数据；

3、由于读客文化未披露调整后预付减值测试方法下的 2017 年预付版税期末余额数，故无法准确计算出 2018 年预付版税周转率。

经对比同行业可比公司公开数据，2018-2019 年，发行人预付版税周转率总体与读客文化相当，新经典业为上市公司，其业务规模较大，预付周转率相对较高。

果麦文化与同行业可比公司预付版税比例的对比情况如下：

公司	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
果麦文化	38.14%	29.57%	31.00%
读客文化	32.30%	30.66%	28.39%
新经典	未披露	21.49%	23.46%
天舟文化	未披露	未披露	未披露
世纪天鸿	未披露	未披露	未披露

注：1、预付比例=当期预付版税余额/收入

2、注 1 中分母收入金额为同行业可比公司年度报告、招股书中披露的图书策划与发行业务、数字内容业务合计；

3、天舟文化及世纪天鸿未单独披露预付版税余额，无法计算其预付比例。

2018-2019 年，果麦文化预付比例与读客文化较为接近。新经典业务规模较大，其版权储备相对丰富，预付比例相对较低。

以新经典、读客文化的相关指标平均数为测算依据，并以上述指标测算发行人预付版税金额如下：

单位：万元

项目	2020.12.31/2020 年	2019.12.31/2019 年	2018.12.31/2018 年
读客文化	32.30%	30.66%	28.39%
新经典	未披露	21.49%	23.46%

平均比例	32.30%	26.08%	25.93%
按平均比例测算发行人预付版税	11,198.63	9,563.51	7,465.76
发行人实际预付版税	13,222.16	10,842.11	8,926.30
差额	-2,023.53	-1,280.44	-1,461.98

经测算，发行人预付版税规模与同行业差异较小，与可比公司预付版税平均规模变动趋势一致，均呈现稳定增长态势，这与图书行业的发展状况相吻合，特别是对艺、社科、少儿等细分市场占有率高优质版权的提前锁定已成为大众图书行业的主要竞争方向之一。

综上所述，发行人版税成本结转的相关会计政策符合《企业会计准则》的相关规定、合同条款约定和同行业可比公司的通行做法，相关指标正常。

## （2）预付版税减值准备计提情况

### ①发行人预付版税减值准备计提

报告期各期末，公司预付版税计提资产减值准备情况如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
未出版预付版税减值准备	1,201.20	886.56	765.97
已出版预付版税减值准备	1,943.72	1,381.76	600.94
<b>合计</b>	<b>3,144.92</b>	<b>2,268.33</b>	<b>1,366.91</b>
预付版税余额	13,222.16	10,842.11	8,926.30
<b>综合计提比例</b>	<b>23.79%</b>	<b>20.92%</b>	<b>15.31%</b>

### ②同行业可比公司读客文化预付版税减值准备计提

报告期各期末，读客文化预付版税计提资产减值准备情况如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
预付版税减值准备	4,656.31	3,255.93	2,653.06
预付版税余额	12,224.54	11,611.00	8,735.50
<b>综合计提比例</b>	<b>38.09%</b>	<b>28.04%</b>	<b>30.37%</b>

根据读客文化招股说明书披露，其已预付给版权方的版税金额均不会要求对方退回。因此，读客文化根据自身特点对未有初稿、已有初稿的预付版税制定了较高比例的减值准备比例。针对未有初稿，读客文化对账龄 1 年以内的预付版税减值计提 10% 的准备，1-2 年（含 1 年）计提 50%，2 年以上计提 100%；针对已有初稿，对 1 年以内的预付版税减值计提 5% 的准备，1-2 年（含 1 年）计提 30%，2-3 年（含 2 年）计提 50%，3 年以上计提 100%。报告期各期末，读客文化未有初稿的减值准备计提比例分别为 47.20%、57.44% 和 41.78%，已有初稿未有出版物的减值准备计提比例分别为 35.31%、50.53% 和 73.62%。

发行人与版权方签订的版权合同通常约定在作者无法按期交稿时，发行人有收回预付金的权利，因此，对于发行人而言，未有初稿和已有初稿的预付版税属于定金性质，在作者无法按合同约定时间交稿时应返还发行人。发行人针对未有初稿、已有初稿等未出版作品的预付版税计提政策为 1 年以内按 10% 计提，1-2 年按 20% 计提，2-3 年按 30% 计提，3-4 年按 50% 计提，4 年以上按 100% 计提。报告期各期末，发行人未有初稿的减值准备计提比例分别为 11.35%、14.57% 和 17.05%，已有初稿的减值准备计提比例分别为 27.59%、29.03% 和 31.46%，减值准备率保持逐年增加。

总体来说，发行人根据自身的业务实际情况制定了可靠、谨慎的预付版税减值计提政策，减值测试方法与同行业可比公司不存在显著差异，减值金额计提充分且合理。

### （3）报告期各期末前五大预付版税减值计提情况

报告期各期末，公司前五大预付版税减值测试方法及计提金额情况如下：

单位：万元

预付对象	2020 年 12 月 31 日				
	预付余额	状态	测试方法	减值准备金额	计提比例
严歌苓	1,043.46	部分出版	未出版按账龄计提、已出版单项测试	104.35	10.00%
张皓宸	1,004.63	部分出版	同上	651.74	64.87%
杨红樱	992.37	部分出版	同上	182.45	18.39%

预付对象	2020年12月31日				
	预付余额	状态	测试方法	减值准备金额	计提比例
蔡崇达	661.04	已出版	已出版单项测试	-	0.00%
上海瑟宁文化传播工作室	549.32	部分出版	未出版按账龄计提、已出版单项测试	240.38	43.76%
<b>合计</b>	<b>4,250.82</b>			<b>1,178.92</b>	<b>27.73%</b>

续:

单位: 万元

预付对象	2019年12月31日				
	预付余额	状态	测试方法	减值准备金额	计提比例
杨红樱	1,360.47	部分出版	未出版按账龄计提、已出版单项测试	153.98	11.32%
蔡崇达	876.70	已出版	已出版单项测试	-	0.00%
李继宏	651.31	部分出版	未出版按账龄计提、已出版单项测试	124.62	19.13%
张皓宸	537.10	已出版	已出版单项测试	373.35	69.51%
励婕	470.21	部分出版	未出版按账龄计提、已出版单项测试	178.63	37.99%
<b>合计</b>	<b>3,895.79</b>			<b>830.58</b>	<b>21.32%</b>

续:

单位: 万元

预付对象	2018年12月31日				
	预付余额	状态	测试方法	减值准备金额	计提比例
杨红樱	1,000.00	未出版	未出版按账龄计提	100.00	10%
蔡崇达	981.87	未出版	未出版按账龄计提	98.19	10%
韩寒	944.29	未出版	未出版按账龄计提	94.43	10%
李继宏	690.57	未出版	未出版按账龄计提	69.06	10%
张皓宸	669.45	未出版	未出版按账龄计提	66.94	10%
<b>合计</b>	<b>4,286.17</b>			<b>428.62</b>	<b>10%</b>

报告期各期末, 公司前五大预付版税的减值准备率分别为 10%、21.32% 及 27.73%, 逐年稳步增长, 与公司整体预付版税减值准备率变动趋势一致。

2018 年末, 公司前五大预付版税减值准备率为 10%, 主要系前五大预付版

税均为公司为获取优质版权或续约已到期版权当年发生的预付版税，截至 2018 年末均为未出版作品，根据未出版作品的账龄计提政策，一年以内按 10% 计提相应的减值准备。

2019 年末，公司前五大预付版税中预付蔡崇达版税未计提减值，主要系公司于 2018 年与蔡崇达签订其作品《皮囊》的版权续约合同。《皮囊》上一轮版权期即已授权至本公司，该作品一直保持畅销，每年销量在 200 多万册，根据公司已出版作品的单项测试方法测试后未发生减值。2020 年在疫情的影响下，《皮囊》仍实现了良好的销售成绩，经单项测试后，2020 年末也未发生减值。

2020 年末，公司前五大预付版税中预付严歌苓版税按 10% 计提减值准备，主要系公司与严歌苓签订《著作权许可协议》，约定 A 类 8 部作品为版权的续约，合同有效期至 2029 年 12 月 31 日；B 类、C 类合计 23 部作品为新签作品版权，其中 B 类合同有效期至 2029 年 12 月 31 日，C 类合同期限为出版后 5 年，合同总预付金额为 1,112 万元，于 2020 年支付该款项，其中，A 类作品产生的版税可以抵扣合同项下的预付款项。截至 2020 年末，B、C 类作品仍未出版，根据未出版作品按账龄计提减值的政策，对其余额 1,043.46 万元按 10% 的比例计提相应的减值准备。

因此，报告期各期末，公司前五大预付版税余额版权的减值测试均按照公司制定的各类型预付版税测试方法及计提政策进行相应的单项测试或按账龄计提，减值准备计提充分。

综上所述，发行人版税成本结转基于与版权方签订的《著作权许可使用协议》条款约定，相关会计处理符合行业普遍做法及《企业会计准则》的相关规定，资产减值计提充分，能够真实反映图书版权价值周期的影响。

## 七、中介机构核查情况

### （一）核查程序

保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取预付版税按作品细分明细表，检查各期末余额、作品状态，对报告期内预付版税金额变动及合理性进行分析；

2、获取主要作品稿件交付、后期策划、报送出版社审批各环节资料及沟通记录，分析作品从签约到出版周期的合理性；

3、查阅公司对版权价值评估、预付版税金额的内部决策文件，获取相关内控制度。分析预付版税规模是否合理，核查内部控制是否有效；

4、获取公司预付版税后出版时间未达预期或无法出版的作品明细表，核查其合同、付款、退款等情况，了解其后续出版情况；

5、获取公司关于预付版税评估的内控制度，核查公司预付版税的减值计提；

6、查阅《企业会计准则》，分析相关处理是否准确；

7、查阅分析各类图书价值周期，分析公司减值测试、成本结转方式是否合理。

8、查阅了《首发业务若干问题解答》中关于“问题 44 审计调整与差错更正”及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 19、28 条针对会计差错及追溯调整对股改时是否导致出现未弥补亏损等相关核查要求。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人版权数量及预付金额变动、分布合理；

2、发行人从签订合同至图书出版周期与同行业可比公司不存在重大差异；

3、发行人内部决策及管理制度完善，预付版税规模合理；

4、发行人对各类预付作品后续监督机制完善，对尚未有历史销售数据出版的预付版税计提减值充分；

5、发行人对未有初稿、已有初稿版权的预付版税相应会计处理符合《企业会计准则》规定；

6、发行人减值测试方法及成本结转方式已考虑图书价值周期，减值准备计提充分，发行人与同行业可比公司无重大差异。

7、发行人预付款项减值计提相关的会计差错更正事项不存在故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信息，滥用会计政策或者会计估计，操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录等情形。差错更正符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的规定，发行人不存在会计基础工作薄弱和内控缺失情形，相关更正信息已恰当披露。发行人整体变更为股份公司时不存在未弥补亏损，上述会计差错更正追溯调整报表也未致使整体变更时存在未弥补亏损，差错更正也未对发行人整体变更时的股本造成影响。

5. 关于经销商。请发行人补充披露报告期各期经销商数量，按适当的销售金额标准进行分层，列式不同层级经销商数量、收入金额及占比；补充披露报告期各期新增、减少及持续往来经销商平均单家销售金额，说明经销商的增减变动、经销收入的增减变动原因及合理性，说明是否与同行业可比公司存在重大差异；补充披露经销商的终端销售及期末存货情况。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充披露报告期各期经销商数量，按适当的销售金额标准进行分层，列示不同层级经销商数量、收入金额及占比；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、（二）产品或服务的主要客户群体”之“5、经销商分层及新增与退出情况”部分补充披露如下：

报告期各期，发行人收入 10 万元以上的经销商数量及收入金额分层占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年			2019 年			2018 年		
	收入	占经销收入比	经销商数量	收入	占经销收入比	经销商数量	收入	占经销收入比	经销商数量
500 万元及以上	21,068.21	69.10%	8	24,041.74	67.40%	11	17,770.82	63.68%	9
100 万元至	5,321.63	17.45%	26	6,783.17	19.02%	35	5,977.24	21.42%	32

项目	2020年			2019年			2018年		
	收入	占经销收入比	经销商数量	收入	占经销收入比	经销商数量	收入	占经销收入比	经销商数量
500万元									
50万元至100万元	1,596.84	5.24%	23	2,224.82	6.24%	32	1,869.35	6.70%	25
10万元至50万元	1,978.13	6.49%	83	2,116.42	5.93%	82	1,811.95	6.49%	67
合计	29,964.82	98.28%	140	35,166.15	98.59%	160	27,429.36	98.29%	133

注：上表统计各期经销商分别为对应期间与发行人存在交易的经销商，当期无交易额的不在统计之列。上述统计数量为经销商单体口径。

报告期内，公司经销商数量整体保持稳中有升，公司与主要经销商保持稳定的合作关系，2018年至2020年，年收入不低于50万元的经销商数量分别为66家、78家和57家，2020年由于疫情影响，个别主要经销商收入出现一定下滑，导致当期年收入不低于50万元的经销商数量同比有所减少。年收入不低于10万元的经销商报告期各期收入占经销收入比重分别为98.29%、98.59%和98.28%，年收入10万元以下经销商与发行人交易具有一定的偶发性，对发行人收入整体影响很小。

二、补充披露报告期各期新增、减少及持续往来经销商平均单家销售金额，经销商的增减变动、经销收入的增减变动原因及合理性，说明是否与同行业可比公司存在重大差异；

1、报告期各期新增、减少及持续往来经销商平均单家销售金额，经销商的增减变动、经销收入的增减变动原因及合理性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、（二）产品或服务的主要客户群体”之“5、经销商分层及新增与退出情况”部分补充披露如下：

报告期内，公司经销商新增的情况如下：

单位：万元

期间	当期新增			
	经销商数量	当期收入	平均单家收入	占收入比重
2020年	42	1,329.60	31.66	3.74%
2019年	46	720.24	15.66	1.87%

2018年	15	383.73	25.58	1.26%
-------	----	--------	-------	-------

报告期内，公司合作的经销商数量呈现稳定增长，主要收入仍来源于公司持续合作的主要经销商，新增经销商收入贡献占比较小，报告期每期新增经销商当期贡献收入占比分别为1.26%、1.87%和**3.74%**。其中2019年占比略有提高，主要系当期公司积极拓展了对抖音和微信公众号等新媒体平台的销售，**2020年占比提高至3.74%**主要系公司拓展了网络主播直播带货和B站等新媒体平台销售。报告期内，公司经销商退出的情况如下：

单位：万元

期间	退出经销商数量	退出当期			退出前一年	
		收入	平均单家收入	占总收入比重	收入	占总收入比重
2020年	11	5.76	0.52	0.02%	1,797.72	5.06%
2019年	18	242.19	13.46	0.63%	433.93	1.42%
2018年	25	172.51	6.90	0.56%	304.46	1.25%

报告期内退出的经销商在退出当年及前一年对公司收入贡献整体不大，除博文明志（北京）图书发行有限公司、吉林出版集团网络图书经营有限责任公司、亚马逊和昊宇轩外，主要为区域性中小型经销商，清户的主要原因系该类客户销售情况不理想或回款不及时。2018年减少的主要经销商为博文明志（北京）图书发行有限公司和吉林出版集团网络图书经营有限责任公司，原因系发行人无法及时收回销售款，双方终止合作，公司对博文明志（北京）图书发行有限公司和吉林出版集团网络图书经营有限责任公司收入合计金额在2018年为110.06万元。2019年亚马逊关闭了其在中国大陆的纸质图书销售业务，公司与其就纸质图书的合作终止，电子书的合作仍正常进行，**2018年至2019年**，公司对亚马逊的纸质图书收入分别为427.20万元和177.40万元，呈逐年下降趋势。2020年，由于公司与昊宇轩就销售折扣、回款安排等关键交易条款上无法达成一致，昊宇轩出现无法出具结算清单的情形，双方合作终止，报告期各期，公司对昊宇轩收入分别为1,525.77万元、1,737.96万元和0.00万元，占公司营业收入比重分别为5.00%、4.52%和0.00%，整体对公司收入影响不大。

报告期各期，公司对持续合作的经销商（销售额不低于10万元）的销售情况如下：

单位：万元

期间	持续合作的经销商			
	经销商数量	当期收入	平均单家收入	占总收入比重
2020年	87	28,629.46	329.07	80.58%
2019年	96	34,203.73	356.29	89.01%
2018年	93	26,873.13	288.96	88.01%

注：上表统计各期经销商分别为对应期间与发行人存在交易的经销商，当期无交易额的不在统计之列。

2018年至2019年，公司图书经销收入增加，持续合作的经销商数量保持基本稳定，公司对持续合作的经销商收入总额和平均收入增加，主要系公司头部品种不断增多，持续推出广受市场欢迎的新品，品牌市场影响力不断增强所致。2020年受新冠疫情影响，公司持续合作的经销商数量同比下降9.38%，图书经销收入同比下降15.11%。

2018年和2019年公司持续合作的经销商收入占总收入比重保持相对稳定，2020年略有下降，主要系2020年公司开拓了网络直播、B站等新媒体渠道的经销商，相关收入增长迅速，其收入占比上升所致。

综上，报告期内，公司与主要经销商保持稳定的合作关系，新增和退出的经销商对公司收入不构成重大影响。

## 2、与同行业可比公司经销商及经销收入对比情况

同行业可比公司销售模式的情况具体如下：

可比公司	图书销售模式	经销模式下图书收入情况
新经典	该公司产品按照销售交易形式的不同，分为直销、委托代销两种方式，以委托代销为主。	2014年、2015年及2016年1-6月，该公司对网络销售公司及其他图书发行零售公司的销售模式均为非卖断式委托代销。2016年下半年开始，该公司采用卖断式销售方式向当当网独家供应少量少儿类图书。 2014年至2016年，新经典代销模式销售收入占比分别为97.43%、97.71%和98.54%，2017年后该公司未披露代销模式下收入情况，根据其近三年年报披露，新经典仍以委托代销模式为主。

可比公司	图书销售模式	经销模式下图书收入情况
读客文化	该公司纸质图书的销售渠道分为线上和线下两种，线上渠道包括当当网、京东等电商平台，线上渠道的销售主要是代销模式。2018年读客文化设立了天猫旗舰店，通过线上渠道进行直销（即“买断模式”），该种情况下，图书发出、客户确认收货后确认销售收入。	报告期各期，读客文化纸质图书销售收入中，代销模式的收入占比分别为99.66%和94.71%和88.79%。
世纪天鸿	在图书发行环节，该公司的销售模式主要包括经销和代销，销售对象为其它图书经营机构。该公司的经销客户主要为地方新华书店和大型民营图书经营机构，经销模式的特点是经销商一般根据已获取的订单批量订货，类似于一次性买断。此外，该公司于2016年开辟了电商模式。	该公司主要图书产品为教辅类图书等助学读物，2014年至2017年上半年，在图书发行环节，经销收入占比分别为69.17%、75.01%、79.08%和75.16%，代销收入占比分别为30.83%、24.99%、19.46%和22.36%。因此，其上述期间经销模式（买断式经销和代销）收入占比分别为100.00%、100.00%、98.54%和97.62%。
天舟文化	该公司产品按照销售渠道的不同，分为系统销售、经销、政府采购三类，其中系统销售、政府采购、部分经销图书无销售退回条件。	该公司主要从事青少年读物（含教材教辅以及其他课内外少儿读物，社科类图书占比较小）的策划、设计、制作与发行业务，销售模式通常为系统销售和政府采购，经销占比较低。该公司未披露近年来各销售模式下收入。

注：以上信息来源于同行业可比公司公开披露的招股说明书或年度报告，新经典、世纪天鸿和天舟文化未披露其2017年至2019年其各销售模式下收入数据。

发行人同行业可比公司均采用经销模式，其中新经典、读客文化、世纪天鸿以经销模式为主，发行人销售模式与同行业无重大差异。

根据读客文化招股说明书披露：2019年，由于亚马逊退出中国，受到亚马逊纸质图书逐步退出中国的影响，2018年和2019年，读客文化来自亚马逊的收入分别较上年度下降了54.39%和37.57%。与此同时，2018年至2020年，发行人对亚马逊的纸质图书收入分别为427.20万元、177.40万元和0万元，报告期内也呈逐年下降趋势。

由于同行业可比公司新经典、天舟文化、世纪天鸿未公告报告期经销收入情况，且读客文化未披露经销商增减变动，因此，根据可获得的同行业可比公司经销情况，报告期内发行人与读客文化经销收入变动情况如下：

单位：万元

公司简称	2020年		2019年		2018年	
	收入	增长率	收入	增长率	收入	增长率
读客文化	29,450.89	-6.34%	31,444.90	15.25%	27,285.21	16.96%
发行人	30,487.86	-15.11%	35,915.61	28.03%	28,052.30	25.57%

报告期内，发行人与读客文化经销收入均保持增长态势，与图书行业的整体变动趋势一致。

综上，报告期内，公司与主要经销商保持稳定的合作关系，新增和退出的经销商对公司收入不构成重大影响。

### 三、补充披露经销商的终端销售及期末存货情况。

公司经销模式具体分为委托代销模式和买断式经销模式，其中，以委托代销为主，报告期内收入逐年增加，占图书销售比重达90%以上；买断式经销收入占比较低。

#### 1、委托代销模式下经销商的终端销售及期末存货情况

报告期内，公司委托代销模式收入情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
委托代销收入	28,760.64	34,515.07	26,684.29
占图书收入比例	84.78%	93.77%	92.77%

委托代销模式下，公司将发往经销商处销售的商品计入委托代销商品核算，经销商在商品实现最终销售后向公司出具代销清单或结算单，公司依据代销清单或结算单确认收入。因此，委托代销模式下，公司账面确认收入均已实现终端销售，发往经销商处尚未实现最终销售的期末库存在委托代销商品科目核算。

中介机构针对委托代销模式下销售真实性的相关核查主要通过查看经销商系统销售记录情况、核对进销存勾稽关系、函证、走访、抽盘等方法。

(1) 获取并检查公司与主要经销商签署的合同，查阅其约定的结算条款，与客户确认的销售清单或结算单记录核对；抽查公司与经销商交易的原始单据，

如发货单据、代销清单、银行流水、发票等，检查账面收入确认和回款情况，核查收入确认期间和金额是否真实、准确；

(2) 获取主要客户（前 20 大客户）结算明细，检查报告期内发行人与其结算频次、结算周期情况，核查对账频率及其变动的合理性，核查发行人是否存在通过调整对账周期调整收入分布的情形；

(3) 检查发行人的进销存情况，核对其勾稽关系，抽查对主要经销商的代销清单、库存明细与相关进销存记录是否能核对一致，进一步核实代销清单数据合理性；

(4) 对经销商收入和期末库存执行函证程序

对主要经销商的代销清单/结算单和收入确认执行函证程序，获取主要经销商出具的报告期对发行人对其的销售明细确认和委托代销商品库存明细确认，对报告期内销售金额、应收金额、销售明细和期末结存明细进行核查。

其中，对经销收入的函证情况如下：

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
发函比例（发函金额/图书销售收入）	80.68%	90.49%	93.62%
回函金额占图书销售收入比重	77.08%	86.43%	87.54%

对经销模式下期末库存明细的函证情况如下：

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
发函比例（发函金额/期末委托代销商品余额）	77.13%	88.51%	90.73%
回函金额占期末委托代销商品比重	68.65%	87.95%	86.65%

(5) 对经销商进行走访或访谈

对主要 28 家经销商执行走访或访谈程序，了解其主营业务、经营规模等基本情况，以及其与发行人合作背景、历史、报告期内具体合作情况等信息，以及买断式经销模式下终端销售情况；获取其工商信息、无关联关系声明，对交易合理性、真实性、双方关联关系等进行核查。

通过走访、访谈方式核查经销商的情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
走访经销商收入占图书销售收入比例	63.41%	71.23%	70.20%

(6) 对委托代销的终端销售真实性及代销清单执行的进一步核查

发行人主要代销客户如当当、京东等向其供应商开放供应商端口，通过该端口能够查看供应商每月的商品销售和库存情况。中介机构登录平台系统获取相关数据并进行检查，将其与发行人自身的系统发货记录、收入明细、财务入账记录进行抽查及交叉核对；另外，中介机构通过复核代销平台提供的销售明细，并比对其系统数据，对委托代销模式下主要经销商的终端销售进行核查。经核查，线上代销平台的销售明细能够反映其终端实际销售情况，经销商系统数据可靠，未见异常。

(7) 期末存货盘点情况

中介机构对主要代销商处的期末委托代销商品进行实地抽盘或走访观察（由于京东不配合中介机构抽盘要求，中介机构采取走访观察方式进行委托代销商品核查，且对方已向中介机构提供了发行人对其销售清单和委托代销商品清单），对包括当当网无锡仓库、京东昆山仓库、浙江新华杭州库、博库海宁仓库、安徽新华合肥仓库、江苏凤凰南京仓库、西西弗上海仓库等主要仓库实施了走访、抽样盘点程序，2018 年末、2019 年末、2020 年末走访和抽样盘点的客户数量分别为 8 户、14 户、14 户，仓库数量分别为 10 户、18 户、16 户，上述客户的期末委托代销商品余额占公司委托代销商品余额的比例分别为 38.00%、59.01%、48.51%。

2、买断式经销模式下经销商的终端销售及期末存货情况

报告期内，发行人买断式经销模式下销售收入实现情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
买断式经销营业收入	1,727.22	1,400.54	1,368.02
占图书收入比例	5.09%	3.81%	4.76%

**买断式经销模式实现的营业收入占比较小，且除非图书存在质量问题，否则不允许对方退货。发行人与该类经销商的主要合作模式分以下两种：**

模式一：经销商与发行人在图书策划与发行领域开展合作，将其持有的部分图书版权授权给发行人，由发行人将其策划成图书产品并对外发行，在图书发行阶段，发行人根据经销商的订货数量，将该等图书以买断方式销售给经销商或其关联公司，由其进行销售。根据双方销售合同约定，发行人对其售出图书无质量问题不得退换货。该类经销商主要为北京凯声。报告期内，发行人与北京凯声合作的图书市场销售情况良好，不存在发行人为虚增收入在经销商处进行大额铺货的情形。

该模式下的主要经销商为北京凯声及其子公司，报告期各期，发行人对北京凯声及其子公司的销售金额分别为 400.92 万元、604.77 万元和 227.31 万元，占买断式经销收入比重分别为 29.31%、43.18%和 13.16%。报告期内，发行人销售给北京凯声及其子公司的图书市场销售情况良好。截至报告期末，北京凯声及其子公司结存发行人产品实洋金额为 140.62 万元，报告期内发行人对其销售实洋总额为 1,233.34 万元，其期末结存占报告期内发行人对其销售实洋比重为 11.40%，期末结存金额较小。

针对上述买断式经销模式具体核查情况如下：

(1) 获取并查阅发行人与北京凯声及其子公司签署的协议，了解协议对发货、退货、结算等的约定，判断其具体经销模式；

(2) 获取并检查公司对北京凯声及其子公司的销售明细，并与账面收入确认情况进行交叉核对；对发货记录、银行回单等原始交易凭证进行抽查，核查相关收入确认准确性；

(3) 获取并检查北京凯声出具的期末库存明细，与发行人系统发货记录核对，并对其当期对外销售情况、商品期末结存金额进行测算；

(4) 对该等经销商执行函证程序，确认报告期各期销售码洋和实洋金额，并与发行人系统发货数据、获取的库存明细进行核对；

(5) 对该等经销商进行访谈，了解其与发行人合作的具体情况以及相关商

品的终端销售等情况；

(6) 对王凯、北京凯声及其子公司的情况进行网络核查，查询北京凯声及其子公司的工商信息，并登录北京凯声微信小程序在查看其在售商品，对交易合理性进行核查。

模式二：发行人根据“新世相”、“一条”等新媒体平台的订单为其发货到终端客户处，除因图书质量问题外，经销商不得退货，发行人与经销商定期就相关订单进行结算。该模式下，发行人销售给经销商的商品均已实现对外销售，发行人账面确认相应收入金额均已实现终端销售。**通常情况下，该模式不存在期末库存。**

综上，发行人买断式经销模式的终端销售情况良好，期末存货结存金额较小，不存在通过经销商囤货虚增收入的情形。

#### 四、中介机构核查情况

##### (一) 核查程序

保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解公司与销售及收款相关的内部控制及关键控制点，测试并评价相关内部控制设计、执行和运行有效性；

2、通过访谈发行人管理层，了解公司业务情况、业务流程、销售模式及相应会计政策；

3、获取并查阅同行业可比公司公开资料，了解同行业可比公司销售模式、会计政策以及销售情况，并与发行人情况进行对比分析；

4、获取发行人客户收入明细，检查主要经销商合同，对主要经销商进行函证、走访，检查相关交易代销清单或结算单、发票、回款单据等原始凭证；

5、通过实地走访获取或网络查询等方式，获取主要经销商工商信息及无关联关系声明，对经销模式合理性、相关经销收入真实性、发行人与经销商的关联关系进行核查；

6、对报告期各期末主要代销商处的期末委托代销商品进行实地抽盘。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

报告期内，发行人经销商的增减变动、经销收入的增减变动原因合理，与主要经销商保持稳定的合作关系，与同行业可比公司不存在重大差异，新增和退出的经销商对公司收入不构成重大影响。

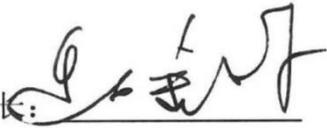
（此页无正文，为果麦文化传媒股份有限公司《关于果麦文化传媒股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）



2021年6月27日

## 发行人董事长声明

本人承诺本回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

董事长：

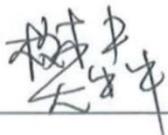
路金波

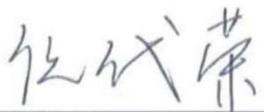


2021年6月29日

（此页无正文，为中原证券股份有限公司《关于果麦文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的中国证监会注册环节反馈意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：

  
\_\_\_\_\_  
樊 犇

  
\_\_\_\_\_  
倪代荣



## 保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《关于果麦文化传媒股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的中国证监会注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



菅明军

