

证券代码：300431

证券简称：暴风集团

公告编号：2018-030

# 暴风集团股份有限公司

## 2017 年年度报告摘要

### 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规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

**声明：**本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人冯鑫、主管会计工作负责人姜浩及会计机构负责人（会计主管人员）姜浩声明：保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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。

非标准审计意见提示

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 331,977,525 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.14 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	暴风集团	股票代码	300431
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	冯鑫（代）	赵娜	
办公地址	北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦 13 层		北京市海淀区学院路 51 号首享科技大厦 13 层
传真	010-62036697	010-62036697	
电话	010-62309066	010-62309066	
电子信箱	ir@baofeng.com	ir@baofeng.com	

## 2、报告期主要业务或产品简介

### （一）公司主营业务情况

作为中国知名的互联网企业，公司致力于成为互联网综合性娱乐领域的全球领先者。上市后，公司以海量用户为基础，经过三年的发展，公司已由单一的在线视频企业发展成为包括互联网视频、互联网电视、虚拟现实、互联网体育等多平台产品在内的集团化互联网企业。其中，互联网视频业务为 PC 端和移动端暴风影音软件平台运营；互联网电视业务为暴风电视硬件和软件平台一体化运营，是互联网视频业务在家庭互联网场景下的延伸；虚拟现实业务为暴风魔镜硬件和软件平台一体化运营，是公司布局下一代互联网的流量入口；互联网体育主要以暴风体育 APP 平台运营为主。暴风影音、暴风电视为上市公司合并范围业务，暴风魔镜、暴风体育为公司的战略布局。公司通过“DT”并逐渐升级为“AI”打通各个板块业务用户，充分发挥各个板块业务间的协同效应，提升公司运营效率和商业变现效率。

报告期内，上市公司的营业收入主要来源于 PC 端和移动端互联网视频（暴风影音）以及互联网电视（暴风电视）两个业务板块，以广告、增值服务、暴风电视业务相结合的多元化收入结构逐渐稳固。PC 端和移动端暴风影音是公司上市之前原有的业务模块，此业务模块主要通过广告及增值服务变现；为了构筑互联网视频业务的差异化竞争壁垒，公司上市后开启了软硬件一体化布局，开展了互联网电视业务即暴风电视，此业务主要通过硬件收入、广告业务、网络付费服务等变现。2017 年度，暴风电视基于“AI 助手战略”成功换道人工智能，全面带动用户数据和盈利能力的提升，2017 年暴风电视营业收入占上市公司总收入的 70% 以上，公司新业务发展成效显著。

### （二）报告期内公司所属行业的发展情况

#### 1、在线视频行业进一步发展，会员付费占比保持稳步增长，信息流广告带来新的增长机会

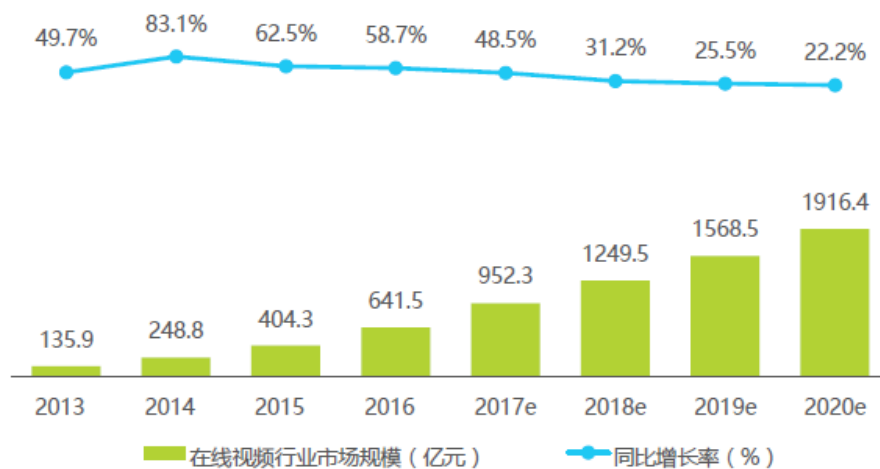
在线视频已经成为网络用户最主要的娱乐方式之一，中国在线视频行业的用户规模和使用率进一步提升。中国互联网络信息中心数据显示，截至 2017 年 12 月，在线视频用户规模达 5.79 亿，较去年底增加 3437 万，占网民总体的 75%；手机在线视频用户规模达到 5.49 亿，较去年底增加 4870 万，占手机网民的 73%。随着用户规模扩大，用户使用黏性增加，在线视频带来的商业资源不断升值，预计到 2018 年将成为千亿级市场，至 2020 年，整体市场规模将近 2000 亿元。

领先的在线视频平台，基于其庞大的用户基础和长期对用户视频观看行为的数据分析，不仅能够提供大量的有效曝光，还可根据数据进行定向推送，因此不断吸引各类型广告主进行投放，在线视频行业广告市场规模保持稳步增长，仍然是最主要的商业化路径。与此同时，在线视频平台引入信息流广告大大提高了整体广告市场空间，为广告市场规模带来新的增长机会，预计未来在线视频广告市场仍将长期保持活力，并且进一步提升在整体网络广告市场中的占比。

随着用户付费习惯逐渐培育成功、付费模式悄然崛起，在线视频行业付费用户规模迅速增长，会员付费占比保持稳步增长。根据中国网络视听节目服务协会数据，2017 年国内用户付费比例为 42.9%，且预计未来仍将保持较高速增长趋势。付费用户中选择单次点播付费比例呈逐年下降趋势，而包月服务的用户占比明显增长。未来随着在线视频企业发力用户付费内容，预计 2022 年占比将近 30%，与广告业务共同带动市场规模增长。

同时，2017 年在线视频行业出现掀起一些新浪潮，短视频在细分行业中异军突起。根据艾瑞咨询数据显示，2017 年短视频火热，用户规模的增长和广告主的关注带动整体市场规模提升，2017 年短视频市场规模达 57.3 亿，同比增长达 183.9%。未来 1-2 年内，短视频平台将开放大量的商业化机会，流量变现带来较大的市场规模增长，与此同时随着短视频内容营销质量的不断提升，内容变现也将出现较大机会，预计 2020 年短视频市场规模将超 300 亿。

2013-2020年中国在线视频行业收入规模及预测



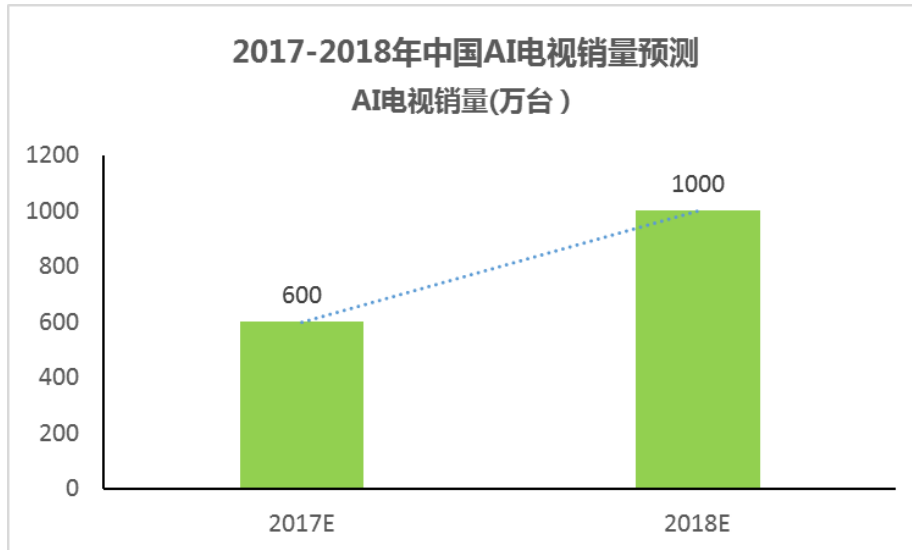
来源：中国网络视听节目服务协会、中国互联网络信息中心、艾瑞咨询《2017年度数据发布集合报告》

## 2、互联网电视行业进入全面爆发期，人工智能电视逆势增长，即将步入发展快车道

互联网电视发展的重要驱动力是用户对于电视的使用有回暖的趋势。由于传统电视的互动性较弱，在互联网发展起来后，用户经历了逐渐远离电视，通过互联网获取视听内容的过程。而随着互联网电视的发展，电视智能化、拥有更多功能，除了传统的收看视频功能，更可能作为家庭娱乐中枢，为用户提供更多使用选择。一方面用户在 PC 端、移动端已经培养了互联网服务的使用习惯，对大屏互联网内容的要求也越来越高，开始将互联网使用习惯带回到电视端；另一方面在互联网电视行业不断探索的推动下，大量用户已经开始客厅娱乐的尝试，用户逐渐回归客厅成为可能。与此同时，在移动端培养成的电子产品消费习惯，加之电视硬件更新换代速度加快，价格降低，电视有可能从耐用消费品向消费型电子产品转化，更新换代速度加快，互联网电视已经成为发展主流，未来几年互联网电视的渗透率将会不断提升，传统的电视机将会逐渐退出市场，互联网电视行业将快速发展迎来全面爆发期。

互联网电视时代，智能电视终端将成为连接内容与用户的核心入口，内容分发的唯一渠道。用户将通过终端直接观看内容，因此负责用户运营，并整合内容资源的终端系统就成为了新时代下的流量入口以及内容分发渠道。除了传统电视产业链价值的转移，互联网电视的盈利模式更加多样化，除硬件销售外，内容收费、广告、应用分发、游戏、电商等互联网行业的典型盈利手段使互联网电视企业在实现规模化后盈利能力大幅提高，相对于 PC 端和移动端互联网视频，互联网电视的 ARPU 值更高。作为互联网娱乐和智能家居的重要入口，互联网电视将成为 PC 互联网、移动互联网之后第三大网络新兴产业，未来随着用户量的增长，更多的商业模式将进一步探索，互联网电视生态系统盈利空间巨大，将率先迎来近千亿市场价值的转移和释放。

2017 年是人工智能电视爆发的一年。传统电视品牌以及互联网电视品牌纷纷推出各自的人工智能电视，极大地普及了人工智能在电视行业的应用。目前，人工智能在电视领域的应用主要集中语音识别、推荐和家居控制等方面，其中语音识别是最主要的应用模式，在家庭场景下，语音交互显然比屏幕触控操作更加自然、更加自由，随着人工智能电视语音交互功能越来越强大，成为家庭内部智能交互中心的可能性很大，通过语音方式可以随时控制接入其它智能家居设备，这是非常符合家庭生活场景的交互方式。人工智能电视机已经大大超越了传统电视机的使用方法和使用范围，已成为家庭助手的一个大屏终端。将来，人工智能电视会分析用户的使用习惯，结合深度学习算法，掌握用户偏好和行为逻辑，实现更精准的交互及个性化内容推荐。根据前瞻产业研究院预测，2018 年，全国人工智能电视销量或将达到 1000 万台。



来源：前瞻产业研究院预测，平安证券研究所

### 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

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

单位：人民币元

	2017年	2016年	本年比上年增减	2015年
营业收入	1,914,973,679.51	1,647,348,906.38	16.25%	652,110,125.99
归属于上市公司股东的净利润	55,139,272.90	52,811,717.89	4.41%	173,313,702.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	40,315,980.27	37,570,198.02	7.31%	54,090,972.62
经营活动产生的现金流量净额	-493,490,047.09	-175,717,643.36	-180.84%	88,583,498.03
基本每股收益(元/股)	0.17	0.17	0.00%	0.70
稀释每股收益(元/股)	0.17	0.16	6.25%	0.69
加权平均净资产收益率	5.97%	7.00%	-1.03%	33.84%
	2017年末	2016年末	本年末比上年末增减	2015年末
资产总额	2,951,758,507.99	2,560,174,553.09	15.30%	1,348,505,214.09
归属于上市公司股东的净资产	1,066,684,360.84	907,248,969.19	17.57%	641,115,970.95

#### (2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	448,390,060.17	377,944,358.60	447,901,264.38	640,737,996.36
归属于上市公司股东的净利润	-16,478,857.20	32,203,731.47	4,517,277.68	34,897,120.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-26,121,286.95	28,013,239.36	1,084,010.15	37,340,017.71
经营活动产生的现金流量净额	-30,511,565.67	-105,653,331.75	19,076,898.70	-376,402,048.37

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

## 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

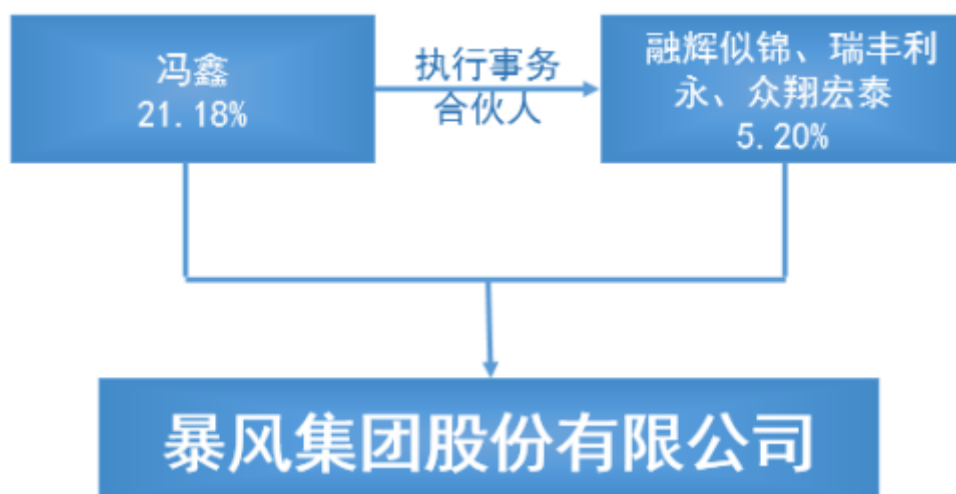
报告期末普通股股东总数	79,458	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	88,944	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
冯鑫	境内自然人	21.18%	70,322,408	70,322,408	质押	59,768,816	
北京和谐成长投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.87%	9,532,745	0			
天津瑞丰利永企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.24%	7,427,120	7,427,120	质押	2,292,198	
天津融辉似锦企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	2.05%	6,792,709	6,792,709			
天津众翔宏泰企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.91%	3,023,074	3,023,074	质押	249,761	
崔天龙	境内自然人	0.79%	2,611,397	1,995,899			
#袁涤云	境内自然人	0.60%	2,000,000	0			
#乔红	境内自然人	0.55%	1,840,980	0			
毕士钧	境内自然人	0.52%	1,731,699	1,731,699			
韦婵媛	境内自然人	0.36%	1,197,034	837,924			
上述股东关联关系或一致行动的说明		天津瑞丰利永企业管理合伙企业（有限合伙）、天津融辉似锦企业管理合伙企业（有限合伙）和天津众翔宏泰企业管理合伙企业（有限合伙）三家有限合伙企业的实际控制人为冯鑫先生，根据《上市公司收购管理办法》，上述股东构成一致行动人。					

## (2) 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

公司报告期无优先股股东持股情况。

## (3) 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



## 5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券  
否

## 三、经营情况讨论与分析

## 1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求

是

互联网视频业

2017年，公司秉承“DT大娱乐”战略目标，在“N421战略”指导下，根据年初制定的经营计划，以用户为核心，全方位开展各项工作，稳步有序推进各项业务。2017年9月，公司战略进行升级和聚焦，由“N421战略”升级为“AI+2块屏”，以用户平台为基础，从“DT”升级到“AI”，核心业务聚焦TV和VR两块新视频入口。产品则围绕“升级”开展，从视频、电视、VR三个业务推动行业升级，持续创造娱乐新体验。

报告期内，为了不断扩大公司用户规模，增加用户粘性，进一步提高公司商业变现效率，公司各业务板块全面拥抱信息流，以信息流模式升级和改版了PC端和移动端暴风影音、暴风TV软件端等软件，搭建了一套信息流化的千人千面影视及泛娱乐内容推荐服务体系，更为精准的信息流广告大大提高了公司广告展现机会，降低成本、提升商业变现效率，信息流陆续成为公司各个产品线的核心，完成产品模式的重新定义。

互联网视频业务方面，2017年度，暴风影音通过信息流的升级改造，从传统视频升级到全行业第一家实现影视视频信息流，推动了视频体验进入长视频+信息流时代。软件方面，公司以提升用户体验为核心，不断进行产品优化迭代，致力于打造极致用户体验，通过全面完善会员支付体系、优化会员转化路径等，进一步提升公司会员产品竞争力，增强公司用户使用粘性，VIP付费用户数实现稳步增长。

互联网电视业务方面，2017年度，暴风电视基于“AI助手战略”，凭借AI远讲语音和AI信息流成功换道人工智能，重构了互联网电视的用户价值。报告期内，暴风电视产品上线整两年，经过市场的检验和赛跑，暴风电视在创新能力、业务规模、

渠道覆盖及供应链能力都得到大幅提升；与此同时，AI充分发挥了电视大屏的价值，暴风电视的用户粘性进一步增强，活跃用户规模逐步提高。随着AI迭代更新，暴风电视将始终保持人工智能赛道领先优势，针对大屏AI服务的场景也将多元化。

报告期内，公司多元化收入结构逐渐稳固，业务收入主要来源于广告业务、暴风电视硬件收入、网络付费服务三个核心板块。报告期内，公司实现营业收入191,497.37万元，同比增长16.25%；其中，硬件收入128,341.13万元，同比增长39.93%；网络付费服务收入11,450.71万元，同比增长46.61%。归属于上市公司股东净利润为5,513.93万元，同比增长4.41%。

随着公司战略的不断升级聚焦，各业务平台健康、快速发展，公司软硬件一体化业务形态日趋完善，行业壁垒优势不断提高，2017年度公司具体的经营情况如下：

### **2017年公司具体的经营情况如下：**

#### **1、在线视频平台全面拥抱信息流，VIP会员渗透率跃上新台阶**

2017年，公司互联网视频业务开始探索全面拥抱信息流，扎实推进在内容、推荐算法、后端服务、APP前端4个层面的建设。增补了影视剧主题短视频，构建UGC内容循环体系，通过合作引入第三方泛娱乐短视频内容，进一步丰富公司内容体系。通过4次大迭代实现了个性化、高时效性、通用的内容推荐服务架构，并成功实现从通发机制到个性化分发机制的转变，提升了后续业务拓展空间。同时，实现了首页、频道首页、详情页等多个应用核心流量页面的重构。

通过信息流的升级改造，公司的互联网视频业务取得丰硕成果。信息流广告形成新的收入来源，为公司广告业务带来新的增长机会；通过个性化推荐，实现了长尾视频资源、短视频资源的充分曝光；同时，首页由单纯的热片索引到个性化信息流的转变，用户消费入口大幅转移至首页，降低用户消费路径，提升了首页人均内容点击、观看时长等关键数据，日平均使用时长取得了大幅提升。

报告期内，公司坚持以用户为核心，全面建设会员支付通道，持续优化会员转化路径；内容方面新增经典片库、付费电视剧、网络大电影等，提升片库内容品质；同时积极拓展合作渠道，实现会员用户量和会员收入的稳步增长，会员转化率大幅提升，VIP会员渗透率较去年同比提高139%。

另一方面，公司围绕“AI+信息流”升级，报告期内，加大在人工智能领域的研发投入。推动建设AI图像智能识别系统，促进影片广告空间提取、图像内容分析、人脸解锁等领域的发展，开发AI短视频工具，推动长视频和短视频的良性互动，实现自动关联，极大改善了工作效率。

根据艾瑞数据，截至2017年12月31日，公司互联网视频平台的总体月度活跃用户约达2.5亿，其中PC端月度活跃用户约为1.96亿，移动端月度活跃用户约为5400万。（数据来源：iUser Tracker）截至2017年12月31日，公司的注册用户数约8300万，其中PC端约7000万，移动端约1300万。

#### **2、暴风电视聚焦AI电视，抢占人工智能赛道，互联网运营能力进一步增强**

报告期内，暴风电视聚焦AI电视，以AI电视为突破点，抢占人工智能先机，推进硬件产品不断升级，同时发挥软件运营优势，提高暴风电视销量和活跃用户规模，提升暴风电视产品的应用价值。2017年度暴风TV实现营业收入134,827万元，同比增长45%，2017年电视产品亏损减少32%，亏损明显缩窄，同时，TV单台平均销售单价提升33%，运营端收入实现约6,700万元，同比增长约370%，互联网运营能力大幅提高。

2017年5月，暴风电视发布行业首台人工智能语音电视X5 ECHO系列，通过创新性免遥控远讲语音和颠覆性、可感知的人工智能场景化服务，实现更自然的人机交互，完美诠释了人工智能。暴风人工智能电视一经问世，即获得京东平台近100%用户好评，并荣获“2017产品创新奖”、“2017人工智能电视行业贡献奖”等多项奖项，引领电视进入家庭助手时代。9月，暴风电视正式发布AI2.0人工智能迭代产品，在AI交互、信息流、场景服务三大方面全面升级家庭人工智能助手，为用户提供全新的产品体验。11月，暴风电视进一步深化“AI+屏”战略，正式发布“暴风AI无屏电视Max6”，抢占家用投影仪市场，Max6

是一款高亮度、高分辨率1080p的智能微型投影机，并搭载了全新的暴风AI2.0系统，融合暴风AI技术和丰富的互联网资源及服务，为用户带来更多的体验价值。12月，暴风电视正式推出暴风AI无屏电视品牌第二款家用投影高端产品“暴风AI无屏电视Real6”，从AI+、亮度、配置、音质、设计、内容六大方面进行了升级，配置达到同类产品旗舰配置。

报告期内，暴风电视为始终保持AI赛道的领先优势，在研发战略上开启加速模式，与科大讯飞成立人工智能联合实验室，并会同香港科技大学合作AI技术研发；与此同时，暴风TV内部成立专业AI应用研发测试团队，在自然语言处理（NLP）、智能推荐算法、语音唤醒识别（ASR）和图像识别技术上加大研发力度。目前暴风电视已积累了大量数据用于优化AI引擎，并建立起自己的测试方法体系，通过协同合作加深拓展多项AI技术，为用户不断提升暴风AI电视使用体验。

报告期内，暴风电视以信息流为核心，对操作系统进行了大版本升级，产品展示方面通过信息流方式推荐数据，实现了流式布局、焦点自动预览播放、短片推荐长片；数据方面建立用户画像和内容关联知识库，以AI引擎为推荐核心，自动根据用户行为和用户画像推荐内容，内容分发更精准。报告期内，信息流的上线大大提升了用户体验，暴风电视的日平均使用时间从6个小时提高到7个半小时。

内容方面，2017年度，暴风电视通过影视内容的推荐、应用合作、大屏电商以及原创内容引入等多方面不断丰富内容资源。报告期内，暴风电视制作了150个影视专题、30个热点、25个盘点，目前已拥有电影近12000部、电视剧3000部、综艺2800部。2017年度新增电影3000部，院线占比超过80%，新增电视剧近500部，新增综艺近200部，在暴风电视平台上播放量达百万级别影视综艺合计超过200部，其中部分电视剧达到千万级别播放量。与此同时，2017年度暴风电视与兔小贝、乐看儿童等多家少儿合作方合作，推出400余部少儿作品，共2100小时的内容，其中包括超级飞侠、可可小爱、兔小贝儿歌、宝宝巴士等重要IP。另一方面，暴风电视积极与第三方应用合作，报告期内先后与QQ音乐、当贝网络、炫彩互动等达成合作，为暴风电视提供了20多款应用，涵盖生活、影视、游戏、教育等四大分类，整个17年，第三方应用为暴风电视带来的营收环比上涨50%。报告期内，暴风电视持续新增大屏电商，大屏电商主要来源于环球购物以及电视淘宝，目前电视购物节目已经累计超过1300个；同时，暴风电视推出风迷频道，在17年引入了80家优质合作方，创建了近100个频道，涉及生活、美食、学习、搞笑、体育、次元等多项分类，包括军武mini、火星电影情报站等专业原创。

报告期内，暴风电视继续加强渠道优势，从4月开始升级新零售模式“风迷帮2.0”，通过落地分账、会员分红等手段解决线上线下资源不能共享的问题，同时采取灵活的合作模式，与不同类型的渠道合作伙伴紧密合作。截至目前，暴风电视线下实现零售门店共6300家，其中旗舰店300多家，标准店1600多家，协销店共4300多家，覆盖全国近2千个县/区以上行政区域，渠道纵深布局对18年渠道再造与拓展、新零售革新奠定良好基础；线上京东、天猫、苏宁易购三大平台运营能力持续迭代。

12月7日，暴风电视签署《深圳暴风统帅科技有限公司增资协议》进行增资扩股并引入苏州东山精密制造股份有限公司（以下简称“东山精密”）、如东鑫濠产业投资基金管理中心（有限合伙）（以下简称“如东鑫濠”）作为战略投资者。东山精密、如东鑫濠合计向暴风电视增资人民币8亿元，此次引入东山精密和如东鑫濠大大加强了暴风电视在供应链的产业整合能力，提升暴风电视整体的运营效率，8亿元的战略投资解决了处于入轨期暴风电视业务发展的资金需求，推动其业务更好更快发展，保证暴风电视能够顺利完成入轨期的业务目标进入盈利期。

#### 产品展示：





2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是  否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用  不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
销售商品	1,283,411,325.06	-91,701,637.73	-7.15%	39.93%	30.05%	8.14%
广告业务	427,657,911.30			-26.13%		
网络付费服务	114,507,131.76			46.61%		
管理费	63,726,639.99			27.39%		

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是  否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用  不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用  不适用

## 7、涉及财务报告的相关事项

### (1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

(1) 2017年5月10日，财政部公布了修订后的《企业会计准则第16号——政府补助》，该准则修订自2017年6月12日起施行，同时要求企业对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，对2017年1月1日至该准则施行日之间新增的政府补助根据修订后的准则进行调整。

本公司自2017年6月12日开始采用该修订后的准则，上述会计政策变化的主要内容为：公司将与企业日常活动有关的政府补助按照经济业务实质自“营业外收入”调整至“其他收益”科目核算，与企业日常活动无关的政府补助在“营业外收入”科目核算，在利润表中增加“其他收益”项目单独列报。

(2) 2017年4月28日，财政部发布了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，该准则自2017年5月28日起施行。本公司根据该准则及财政部《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30号）的规定，在利润表中新增了“资产处置收益”项目，并对净利润按经营持续性进行分类列报。本公司按照《企业会计准则第30号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据进行调整。

### (2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

### (3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

详见本报告“第十一节 财务报告 八、合并范围的变更”。