

龙韵股份 2021 年度董事会工作报告

一、 董事会关于公司 2021 年经营情况的讨论与分析

2021 年由于上一年疫情的低基数原因,全国 GDP 增长达到 8.1%,创近年来新高,2021 年我国整体通胀较往年提升,名义 GDP 增速达到 12.8%,比 8.1%的实际增速快不少,因此 GDP 总量上也再上台阶,达到 114 万亿元。在此背景下,广告市场恢复性增长良好,根据 CTR 媒介智讯连续性广告监测数据库显示,2021 年广告市场整体同比增长 11.2%,从整体看,2021 年广告市场不断恢复,但与 2019 年相比仍旧存在差距。未来,媒体传播融合创新、传播技术迭代进步、测量调研科学专业、品牌传播智慧立体等均会在不同角度助力广告市场整体前进。

(数据来源:《中国经营报》、《CTR 媒介智讯》)

行业发展方面,表现出以下特征:

- 一、文化与科技的融合:技术与文化融合,加速推动文化创意走向实体。
- 二、复合化:以 IP 为核心,动漫、游戏、短视频等多业态复合化趋势明显。
- 三、消费升级:文化新业态促进消费开始由一般的功能性需求向高品质性需求转变。
- 四、竞争加剧:在整个行业快速发展与变革的背景下,压力与机遇并存。

报告期内,公司持续加强风险管控能力,通过严格把关新开发客户,同时对原有客户结构进行梳理和信用评级,对高风险客户进行优化,提高业务增长质量;通过调整客户结构、建立信用评价制度、实施全过程控制等综合性措施,加强应收账款的管理,最大限度地降低应收账款的风险,确保公司经营质量。

在上述背景下,报告期内,公司积极调整发展战略和经营策略,谨慎防范经营风险,重点推进了以下工作:

一、为了全面、准确的配合公司战略发展布局，实现公司未来产业规划，进一步推进业务转型路线，公司于2021年10月份变更公司名称为：“上海龙韵文创科技集团股份有限公司”，用科技打造文创内容新高地。公司牢牢抓住内容创意营销这条主线，巩固并提升公司在内容营销领域的领先地位，并持续扩大存量客户的合作粘性与合作规模，加大优质客户的拓展力度，促进公司品牌营销业务持续健康发展。

二、公司不断拓展行业头部资源，发挥内容创意营销领域的经验和优势，加大优质客户的拓展力度，促进品牌营销业务发展取得显著成果。进一步优化公司的客户结构，持续扩大客户与公司的合作粘性与合作规模，促使公司业务稳步健康发展。

三、公司借助参股公司愚恒影业内容营销的加持，持续贯彻公司“大文娱”发展战略，充分发挥内容创意领域的优势能力，加快新业务发展，优化业务模式，拓展新媒体资源，加大投入效果广告、短视频内容营销等业务，并取得规模性成效。持续加强内容营销相关的策划、执行等业务人才的培养，进一步布局内容生产板块，融合服务内容，提高公司核心竞争力，为公司统筹规划整合营销业务不断提供支撑。

二、 报告期内主要经营情况

报告期内，公司实现营业收入739,825,941.18元，同比上升19.05%，营业成本719,426,100.27元，同比上升32.24%。报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润-63,019,952.45元，较去年同期下降191.34%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-61,992,404.22元，较去年同期下降113.63%。

(一) 主营业务分析

1. 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	739,825,941.18	621,431,825.20	19.05
营业成本	719,426,100.27	544,045,136.39	32.24

销售费用	27,403,767.90	18,514,584.26	48.01
管理费用	51,912,948.88	46,357,349.64	11.98
财务费用	8,177,130.35	10,003,737.46	-18.26
研发费用	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	20,040,040.28	-29,063,188.53	不适用
投资活动产生的现金流量净额	2,114,028.43	117,750,256.53	-98.2
筹资活动产生的现金流量净额	-90,163,723.86	4,272,236.01	不适用

2. 收入和成本分析

报告期内，公司实现营业收入 739,825,941.18 元，同比上升 19.05%，营业成本 719,426,100.27 元，同比上升 32.24%。

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区、分销售模式情况

单位：元 币种：人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
1.广告业	697,193,075.52	690,093,543.34	1.02	16.46	29.81	减少 10.18 个百分点
2.酒业	41,172,265.05	28,193,152.84	31.52	81.39	128.30	减少 14.08 个百分点
3.租赁	1,460,600.61	1,139,404.09	21.99	2,088.74	1,607.42	增加 21.99 个百分点
合计	739,825,941.18	719,426,100.27	2.76	19.05	32.24	减少 9.69 个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
1.媒介代理	295,756,312.20	295,627,300.36	0.04	163.25	201.37	减少 12.65 个百分点
2.全案服务	401,436,763.32	394,466,242.98	1.74	-17.45	-9.01	减少 9.11 个百分点
3.酒类销售	41,172,265.05	28,193,152.84	31.52	81.39	128.30	减少 14.08 个百分点
4.租赁收入	1,460,600.61	1,139,404.09	21.99	2,088.74	1,607.42	增加 21.99 个百分点

合计	739,825,941.18	719,426,100.27	2.76	19.05	32.24	减少 9.69 个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
华东	635,191,114.69	624,677,082.09	1.66	30.29	45.41	减少 10.28 个百分点
华北	81,412,204.00	75,999,109.79	6.65	-9.04	-4.31	减少 4.61 个百分点
中南	6,962,263.20	7,010,968.32	-0.70	-73.12	-66.86	减少 19.04 个百分点
西南	11,457,038.95	9,502,995.21	17.06	-13.13	-7.65	减少 4.91 个百分点
东北	1,569,911.52	862,656.84	45.05	-32.88	-31.70	减少 0.95 个百分点
西北	3,233,408.82	1,373,288.02	57.53	8.70	-47.55	增加 45.56 个百分点
合计	739,825,941.18	719,426,100.27	2.76	19.05	32.24	减少 9.69 个百分点
主营业务分销售模式情况						
销售模式	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减 (%)
服务	698,653,676.13	691,232,947.43	1.06	16.69	30.01	-10.14
经销	41,172,265.05	28,193,152.84	31.52	81.39	128.30	-14.08
合计	739,825,941.18	719,426,100.27	2.76	19.05	32.24	-9.69

(2). 成本分析表

单位：元

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
1. 广告业	购买媒体资源	690,093,543.34	95.92	531,629,474.93	97.72	29.81	业务量上升所致

2. 酒业	购买酒类产品	28,193,152.84	3.92	12,348,928.98	2.27	128.3	业务量上升所致
3. 租赁	房屋租赁	1,139,404.09	0.16	66,732.48	0.01	1,607.42	租金增加所致
合计		719,426,100.27	100	544,045,136.39	100	32.24	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
1. 媒介代理	购买媒体资源	295,627,300.36	41.09	98,095,337.89	18.03	201.37	业务量上升所致
2. 全案服务	购买媒体资源	394,466,242.98	54.83	433,534,137.04	79.69	-9.01	业务量下降所致
3. 酒类销售	购买酒类产品	28,193,152.84	3.92	12,348,928.98	2.27	128.3	业务量上升所致
4. 租赁服务	房屋租赁	1,139,404.09	0.16	66,732.48	0.01	1,607.42	租金增加所致
合计		719,426,100.27	100	544,045,136.39	100	32.24	

成本分析其他情况说明

成本主要为购买媒体资源成本、购买酒类产品成本、房屋租赁成本。

(3). 主要客户和主要供应商情况

前五名客户销售额 49,297.64 万元，占年度销售总额 66.63%；其中前五名客户销售额中关联方销售额 0 万元，占年度销售总额 0%。

前五名供应商采购额 32,172.73 万元，占年度采购总额 44.72%；其中前五名供应商采购额中关联方采购额 10,348.23 万元，占年度采购总额 14.38%。

3. 费用

销售费用同比增加 48.01%，主要系报告期内公司开拓销售渠道，多方位开展业务相应费用增加所致。

管理费用同比增加 11.98%，主要系报告期内为满足业务量增长需求，相应费用有所增加

所致。

财务费用同比下降 18.26%，主要系报告期内银行借款减少，相应的利息费用减少所致。

4. 现金流

报告期内，经营活动产生的现金流量净流入 2,004.00 万元，主要系报告期内业务投放量增加，客户回款较好所致。

报告期内，投资活动产生的现金流量净流入 211.40 万元，主要系报告期内公司投资结构性存款减少所致。

报告期内，筹资活动产生的现金流量净流出 9,016.37 万元，主要系报告期内偿还银行借款所致。

(三) 资产、负债情况分析

1. 资产及负债状况

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例 (%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例 (%)	本期期末金额较上期期末变动比例 (%)	情况说明
货币资金	49,167,515.58	5.04	117,177,170.73	11.18	-58.04	主要系报告期内业务量上升，业务营运资金增加及归还银行借款所致
应收票据	-	-	601,810.42	0.06	-100	主要系报告期内，客户以汇票结算减少所致
预付款项	97,108,957.01	9.95	153,014,032.13	14.59	-36.54	主要系报告期内收回影视剧《玉昭令》投资款等所致
其他应收款	66,475,639.95	6.81	16,569,891.74	1.58	301.18	主要系报告期内愚恒影业分红，分红款尚未收到所致

存货	21,434,374.90	2.2	4,090,912.98	0.39	423.95	主要系报告期内酒业公司为后续销售增加存货采购量所致
使用权资产	10,365,589.24	1.06	-	-	100	主要系报告期内实行新租赁准则将后续年限租赁费用折现为使用权资产所致
短期借款	127,739,022.66	13.09	206,531,749.81	19.7	-38.15	主要系报告期内归还银行借款所致
应付账款	73,607,354.53	7.54	37,804,085.98	3.61	94.71	主要系报告期内业务投放量增加所致
合同负债	18,688,458.42	1.91	4,358,804.26	0.42	328.75	主要系报告期内预收广告客户及酒类客户货款增加所致
应付职工薪酬	5,386.93	-	2,110,751.83	0.2	-99.74	主要系报告期内支付上年由于疫情影响暂缓缴纳的社保所致
应交税费	2,000,072.49	0.2	3,610,597.06	0.34	-44.61	主要系报告期内税金留底部分增加，所需计提缴交的税金部分减少所致
其他应付款	15,280,140.28	1.57	3,981,249.96	0.38	283.8	主要系报告期内预收愚恒影业对应的业绩承诺补偿款所致
一年内到期的非流动负债	2,994,356.40	0.31	-	-	100	主要系报告期内执行新租赁准则将应付未付租赁费转入租赁负债，一年内到期的租赁负债重分类入一年内到期非流动负债所致
其他流动负债	2,005,382.91	0.21	333,609.30	0.03	501.12	主要系报告期内预收广告客户及酒类客户货款增加，待转销项税增加所致
租赁负债	7,329,419.77	0.75	-	-	100	主要系报告期内执行新租赁准则将应付未付租赁费转入租赁负债所致
递延收益	2,496,666.71	0.26	1,586,666.67	0.15	57.35	主要系报告期内，公司收到与资产有关的政府补助收益增加所致

递延所得税负债	34,940.36	-	396,666.67	0.04	-91.19	主要系报告期内，公司收到与资产有关的政府补助收益缴交所得税冲减所对应的所得税费用所致
少数股东权益	2,725,121.33	0.28	1,450,020.34	0.14	87.94	主要系报告期内，子公司利润增加少数股东权益增加所致

其他说明

上述列示为重要且同期变化超过 30%的资产及负债类项目。

(四) 行业经营性信息分析

报告期内，公司主营业务属于广告业，主要业务模式分为广告全案服务及广告媒介代理业务两类。

1、全案服务业务

(1) 报告期内，公司全案业务实现营业收入 401,436,763.32 元，同比减少 17.45%；营业成本为 394,466,242.98 元，同比减少 9.01%；平均毛利率为 1.74%。

(2) 结算政策：按合同约定结算。

2、常规媒介代理业务

(1) 报告期内，公司常规媒介代理业务实现营业收入 295,756,312.20 元，同比增加 163.25%；营业成本为 295,627,300.36 元，同比增加 201.37%；平均毛利率为 0.04%。

(2) 常规媒介代理业务按客户广告播出计划签署，平均代理期限为一年以上。

(3) 媒体结算政策：公司根据客户需求下单购买相应的广告时段，逐单据实按照每笔广告订单发生金额与媒体进行结算。

三、 董事会会议履职情况

2021 年，公司全体董事勤勉尽责、恪尽职守、高效决策，共召开十四次董事会，会议情

况如下：

(一) 董事会会议召开情况

2021/1/5	第五届董事会第四次 会议	《关于收购贺州辰月科技服务有限公司 85%股权 并签署股权收购协议暨关联交易的议案》
		《关于提请召开公司股东大会的议案》
2021/1/12	第五届董事会第五次 会议	《关于终止收购贺州辰月科技服务有限公司 85% 股权暨关联交易的议案》
2021/1/21	第五届董事会第六次 会议	《上海龙韵传媒集团股份有限公司关于预计 2021 年度日常关联交易的议案》
		《关于提请召开公司股东大会的议案》
2021/4/29	第五届董事会第七次 会议	《2020 度总经理工作报告》
		《2020 年度董事会工作报告》
		《2020 年度独立董事述职报告》
		《审计委员会 2020 年度履职情况报告》
		《2020 年度报告》及《2020 年度报告摘要》
		《公司 2020 年度利润分配方案》
		《公司 2020 年度财务决算报告》
		《2020 年度审计报告》
		《2020 度内部控制的评价报告》
		《关于确认公司 2020 年度董事、监事及高级管理 人员薪酬的议案》

		《关于预计 2021 年使用自有资金进行委托理财的议案》
		《关于拟注销 2019 年股票期权激励计划部分未行权股票期权的议案》
		《股票期权激励计划第一个行权期末未达行权条件并注销相关股票期权的议案》
		《关于修订<公司章程>的议案》
		《关于修订<内幕信息知情人管理制度>的议案》
		《关于修订<信息披露管理制度>的议案》
		《上海龙韵传媒集团股份有限公司子公司管理办法》
		《关于公司会计政策变更的议案》
		《2021 年第一季度报告》
		《关于提请召开 2020 年度股东大会的提案》
2021/5/6	第五届董事会第八次会议	《关于终止 2019 年股票期权激励计划暨注销剩余股票期权的议案》
2021/6/9	第五届董事会第九次会议	《关于公司符合非公开发行股票条件的议案》
		《关于公司非公开发行股票方案的议案》
		(1) 本次发行股票的种类和面值
		(2) 发行方式和发行时间
		(3) 发行对象及认购方式

		<p>(4) 定价基准日、发行价格和定价原则</p> <p>(5) 发行数量</p> <p>(6) 限售期</p> <p>(7) 募集资金用途</p> <p>(8) 本次非公开发行前滚存未分配利润的安排</p> <p>(9) 上市地点</p> <p>(10) 决议有效期</p>
		《关于〈上海龙韵传媒集团股份有限公司 2021 年度非公开发行股票预案〉的议案》
		《关于投资者免于发出要约的议案》
		《关于与特定对象签署附生效条件的非公开发行股票认购协议的议案》
		《关于公司无需编制前次募集资金使用情况报告的议案》
		《关于非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告的议案》
		《关于非公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响及公司采取措施的议案》
		《关于提请股东大会授权董事会全权办理本次非公开发行股票相关事宜的议案》
		《关于公司非公开发行股票涉及关联交易的议

		案》
		《未来三年股东回报规划（2021年-2023年）》
		《关于提请召开公司股东大会的议案》
2021/6/21	第五届董事会第十次会议	《上海龙韵传媒集团股份有限公司关于新增预计2021年度日常关联交易的议案》
2021/7/15	第五届董事会第十一次会议	《上海龙韵传媒集团股份有限公司2021年半年度报告及摘要》
2021/8/9	第五届董事会第十二次会议	《公司拟签署〈联合投资协议〉暨关联交易的议案》
2021/8/20	第五届董事会第十三次会议	《公司关于调整新疆愚恒影业集团有限公司业绩承诺方案的议案》
		《关于提请召开公司股东大会的议案》
2021/9/10	第五届董事会第十四次会议	《关于变更公司名称、经营范围及修订〈公司章程〉并办理工商变更登记的议案》
		《关于提请召开公司股东大会的议案》
2021/9/22	第五届董事会第十五次会议	《关于公司向银行申请授信额度的议案》
2021/10/28	第五届董事会第十六次会议	《2021年第三季度报告》
		《关于终止非公开发行A股股票事项的议案》

2021/11/24	第五届董事会第十七次会议	《关于聘请公司 2021 年度会计师事务所的议案》
		《关于变更经营范围及修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》
		《关于提请召开公司股东大会的议案》

(二) 董事会召集股东大会情况

2021 年，公司董事会共召集召开 6 次股东大会，会议情况如下：

2021/2/9	2021 年第一次临时股东大会会议	《上海龙韵传媒集团股份有限公司关于预计 2021 年度日常关联交易的议案》
2021/6/17	2020 年年度股东大会	《2020 年度董事会工作报告》
		《2020 年度监事会工作报告》
		《2020 年度独立董事述职报告》
		《2020 年度报告》及《2020 年度报告摘要》
		《公司 2020 年度利润分配方案》
		《公司 2020 年度财务决算报告》
		《关于确认公司 2020 年度董事、监事及高级管理人员薪酬的议案》
		《关于预计 2021 年使用自有资金进行委托理财的议案》
		《关于修订<公司章程>的议案》

		《关于终止 2019 年股票期权激励计划暨注销剩 余股票期权的议案》
2021/7/7	2021 年第二次临时 股东大会	《关于公司符合非公开发行股票条件的议案》
		《关于公司非公开发行股票方案的议案》 (1) 本次发行股票的种类和面值 (2) 发行方式和发行时间 (3) 发行对象及认购方式 (4) 定价基准日、发行价格和定价原则 (5) 发行数量 (6) 限售期 (7) 募集资金用途 (8) 本次非公开发行前滚存未分配利润的安排 (9) 上市地点 (10) 决议有效期
		《关于〈上海龙韵传媒集团股份有限公司 2021 年度非公开发行股票预案〉的议案》
		《关于投资者免于发出要约的议案》
		《关于与特定对象签署附生效条件的非公开发行 股份认购协议的议案》
		《关于公司无需编制前次募集资金使用情况报告 的议案》

		《关于非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告的议案》
		《关于非公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响及公司采取措施的议案》
		《关于提请股东大会授权董事会全权办理本次非公开发行股票相关事宜的议案》
		《关于公司非公开发行股票涉及关联交易的议案》
		《未来三年股东回报规划（2021年-2023年）》
		《上海龙韵传媒集团股份有限公司关于新增预计2021年度日常关联交易的议案》
2021/9/7	2021年第三次临时股东大会	《公司关于调整新疆愚恒影业集团有限公司业绩承诺方案的议案》
2021/9/28	2021年第四次临时股东大会	《关于变更公司名称、经营范围及修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》
2021/12/14	2021年第五次临时股东大会	《关于变更经营范围及修订<公司章程>并办理工商变更登记的议案》
		《关于聘请公司2021年度会计师事务所的议案》

（三）董事会专门委员会程序履职情况

董事会战略委员会、审计委员会、薪酬和考核委员会、提名委员会积极开展各项工作。

按照公司《战略委员会议事规则》，战略委员会对公司发展战略的细化和实施给予了许多切实中肯的建议；审计委员会在公司 2021 年度财务报告审计机构进场前、后多次与注册会计师进行深入的交流沟通，合理地安排了对财务报告的审计工作并了解进展情况；薪酬与考核委员会按照《薪酬与考核委员会议事规则》等规定，在听取公司经营层的经营成果汇报的基础上，合理评价经营层的经营业绩，严格监督公司高管的薪酬发放情况。

四、 董事会关于公司未来发展的讨论与分析

（一） 行业格局和趋势

2021 年，我国科学统筹疫情防控和经济社会发展，经济总体保持恢复态势，顺利实现了年初制定的经济发展主要目标任务。全年最终消费和净出口对经济增长的贡献率较疫情前明显提升；工业经济保持稳定复苏态势，服务业复苏受疫情扰动波动较大、结构有所分化。展望 2022 年，随着发达国家疫情期间刺激政策退出以及部分新兴和发展中经济体复苏的脆弱性，全球经济可能重新落入缓慢增长的轨道并出现新的分化。目前，高传染性的奥密克戎毒株正在海外快速蔓延，境内“外防输入、内防反弹”的压力增加，疫情仍是左右 2022 年中国经济增长的重要因素，根据 2021 年的经验，在疫情持续影响之下，不同行业复苏状况也存在较大差异，这种差异也体现在不同群体的收入增长方面，政策推动的投资将成为稳增长的关键。综合各方面情况，预计 2022 年应在过去两年中国经济转型所取得的积极成果基础上“整固前行”，推动经济实现质的稳步提升和量的合理增长。（部分引用自《2021 年中国经济回顾与 2022 年经济展望》）

CTR 分析认为中国广告市场同比呈现恢复性增长，广告主看好自身和行业以及市场整体发展趋势，预期在数字营销上增加推广费用，广告预算分配呈现“大、新、联”三大特征。（部分引用《2022 年搜索营销预算趋势报告》）。

中国广告业随着媒介和技术的进步将稳步向前推进。大数据背景下“体验”、“互动”取代“媒体”、“渠道”，数字化广告主导市场;传统媒体广告进入调整期。(1)网络营销新技术步入数据化深水区，流量与数据管理受到高度关注。(2)广告主偏好呈现钟摆效应，内容营销成未来策略重心。(3)广告理念层面，未来将由点到体模式升级创新，单一工具赋能到业务线优化，跨部门平台到营销模式变革。(4)更加重视联动和整合营销。

(二) 公司发展战略

公司持续深化落实“大文娱”发展战略，将 OBM Optimal Buy-in Media 升级为 Optimal Business Model，即最优商业模式,通过数据科学帮助企业实现数字化转型及品效合一。继续坚持以客户价值为导向，加速向数字化营销靠拢，数据即市场，市场即用户，用户即根本。提升整合全产业链资源能力，为广告主提供精准、专业、有效的个性化营销推广服务，探索多元化产品，积极开拓市场新领域。

(三) 公司经营计划

1、公司将加强顶层设计、系统规划、基层建设，服务和保障公司健康、持续、高质量发展，进一步健全规范化的内部控制体系，继续优化现有机制，提高公司内部流程工作效率。

2、围绕组织建设、文化认同、思想引领、制度创新，进一步加强队伍建设，打造一支“想干事、能干事、干成事”的优秀团队。根据不同部门职能，有针对性的招聘专业化人才，进一步建立完善的培训、薪酬、绩效和激励机制，最大限度地发挥人力资源的潜力，不断引入新鲜血液，保持团队的活力，为公司的可持续发展提供人才保障。

3、运营管理能力持续强化打造，坚持以客户为中心、以市场为导向，为客户创造价值为经营本质。始终坚持以消费者需求、终端运营为核心，与公司媒介管控、职能系统通力协作，以持续升级的信息化能力作为串联，整合各方资源，使得体系能够更精简高效地运行。

4、按照新《证券法》《公司法》及相关法律法规的要求，进一步完善公司治理、信息披露、投资者关系维护等工作，进一步加深纵向整合业务布局，推进资本运作，集聚内容和技术服务优势，打通全产业链，提高利润增长点，以适当、合理的方式持续回报投资者。

上海龙韵文创科技集团股份有限公司董事会

2022年4月26日