



证券代码：300766

证券简称：每日互动

公告编号：2019-037

浙江每日互动网络科技股份有限公司 2019 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

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	每日互动	股票代码	300766
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		
姓名	李浩川		
办公地址	浙江省杭州市西湖区西斗门路 9 号福地创业园二期 1 号楼 4 层		
电话	0571-81061638		
电子信箱	info@getui.com		

2、主要财务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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	250,133,521.17	250,882,764.85	-0.30%
归属于上市公司股东的净利润（元）	91,474,964.20	124,922,305.79	-26.77%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	79,426,187.08	115,718,950.04	-31.36%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-27,763,319.85	91,563,897.64	-130.32%

基本每股收益（元/股）	0.24	0.35	-31.43%
稀释每股收益（元/股）	0.24	0.35	-31.43%
加权平均净资产收益率	6.53%	13.24%	-6.71%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	1,743,494,239.57	1,222,241,672.50	42.65%
归属于上市公司股东的净资产（元）	1,671,466,763.17	1,129,866,399.50	47.93%

报告期内，公司营业收入同比基本稳定，收入实现结构性优化，新技术与产品的研发投入持续加强。公司依据年初制定的经营计划，稳步推进数据智能在更多垂直领域变现的既定战略，并取得显著成效。报告期内，公司公共服务与风控服务等业务取得大幅增长，2019年上半年分别实现营业收入4,239.15万元与2,903.80万元，较上年同期增加2,672.54万元与1,868.75万元，增长了170.59%与180.55%。但由于宏观经济下行压力影响，大型互联网公司用户增长服务方面投入的预算大幅缩减，公司增长服务也未能幸免行业下行压力。受新业务快速增长的鼓舞，也为更好地应对行业周期波动，强化未来多元竞争力，在经营过程中，公司对业务结构进行了适当调整，在更多的垂直变现领域强化了技术研发和产品创新，相应地加大了人员投入，营业成本相应增加。综合上述原因，公司2019年1-6月净利润有所下降。

报告期内，公司营业收入整体情况如下：

单位：人民币元

	本报告期		上年同期		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	250,133,521.17	100%	250,882,764.85	100%	-0.30%
分产品					
开发者服务	23,491,534.39	9.39%	20,400,833.08	8.13%	15.15%
数据服务	225,332,890.43	90.09%	228,772,464.69	91.19%	-1.50%
其中：增长服务	150,712,441.80	60.25%	193,792,064.49	77.24%	-22.23%
公共服务	42,391,466.08	16.95%	15,666,094.50	6.24%	170.59%
风控服务	29,037,979.92	11.61%	10,350,465.43	4.13%	180.55%
品牌服务	2,200,436.61	0.88%	8,395,311.03	3.35%	-73.79%
其他服务	990,566.02	0.40%	568,529.24	0.23%	74.23%
其他	1,309,096.35	0.52%	1,709,467.08	0.68%	-23.42%

3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数	20,198	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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
方毅	境内自然人	12.06%	48,265,192	48,265,192		
北京禾裕创业投资中心（有限合伙）	境内非国有法人	10.30%	41,229,591	41,229,591		
北京鼎鹿中原科技有限公司	境内非国有法人	9.81%	39,261,596	39,261,596		
杭州我了个推投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.34%	21,372,477	21,372,477		

沈欣	境内自然人	5.24%	20,959,197	20,959,197		
上海中民银孚投资管理有限公司—上海鸿傲投资管理中心（有限合伙）	其他	4.51%	18,040,000	18,040,000		
厦门赛富股权投资合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	4.43%	17,711,996	17,711,996		
北京信天商务服务有限公司	境内非国有法人	2.36%	9,446,400	9,446,400		
刘炳海	境内自然人	2.29%	9,180,720	9,180,720		
北京伯乐锐金股权投资基金管理中心（有限合伙）	境内非国有法人	2.21%	8,856,004	8,856,004		
西藏唯品会创业投资有限公司	境内非国有法人	2.21%	8,856,004	8,856,004		
上海凯石股权投资管理中心（有限合伙）—上海凯峰投资合伙企业（有限合伙）	其他	2.21%	8,856,004	8,856,004		
上述股东关联关系或一致行动的说明		沈欣、杭州我有个推投资管理合伙企业（有限合伙）为方毅的一致行动人。				
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）		无				

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、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，且在半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

互联网营销业

报告期内，大数据作为国家基础性战略资源，进一步发挥在驱动产业变革和创新过程中的重要引擎作用，大数据相关产业迎来发展新契机。但与此同时，受年初以来国内外复杂经济形势影响，互联网行业预算收紧。在此背景下，公司坚持专业的“数据智能”服务商这一战略定位，依据年初制定的经营计划，持续夯实推送等基础业务技术服务能力，加大拓展与深度挖掘大数据平台，稳步推进数据智能在更多垂直领域赋能变现。同时受新业务快速增长的鼓舞，也为更好地应对行业周期波动，强化未来多元竞争力，在经营过程中，公司对业务结构进行了适当调整，在更多的垂直变现领域强化了技术研发和产品创新，相应地加大了人员投入。报告期内，公司实现营业收入 250,133,521.17 元，与上年基本持平，较上年同期减少 0.30%，公司实现归属于母公司净利润 91,474,964.20 元，受上述互联网行业预算收紧、公司加大研发投入等因素影响，较上年同期减少 26.77%。

（一）开发者服务持续夯实底层数据，技术迭代开拓全新触点

报告期内，公司开发者服务继续为移动应用开发者提供高效的消息推送、丰富的用户画像、精确的数据统计等技术服务，产品包括“个推 SDK”、“个像 SDK”、“个数 SDK”等。随着市场上 App 数量持续增长、第三方推送行业渗透率逐步提升，以及公司基础业务竞争力的不断增强，公司产品的终端覆盖数量、SDK 安装量不断攀升。报告期内，开发者服务 SDK 日活跃独立设备数（已去重）达 4.3 亿，其中智能 IOT 设备日活跃数超 1500 万。截至报告期末，开发者服务 SDK 累计安装量突破 440 亿，其中智能 IOT 设备上开发者服务 SDK 累计安装量达 4500 万。

报告期内，公司加快开发者服务功能优化与技术迭代速度，数据智能服务基础进一步夯实。

“个推 SDK”功能进一步强化，推送服务不断升级和完善；完成某国际前列手机厂商的私有化推送系统建设，该系统将实现个推 SDK 在该厂商手机出厂预置，提升公司产品设备覆盖的深度和广度；公司推送业务存量头部客户粘合力持续增强，上半年新增头部客户数十个，囊括了多家极具影响力的移动应用客户。

“个像”完成自助画像系统的开发，客户可通过该系统自行定义符合其行业特性的用户标签集，用于其精细化运营，未来可开放给更多领域的客户服务，大幅缩短了公司向客户提供定制化标签服务的响应时间；完成相似性画像系统的开发，客户可借助该系统输入一定量用户样本，通过数据智能相关等算法而获得更多相似人群，未来可更好地帮助客户高效完成程序化广告的投放，该系统同样节省了向客户提供服务的响应时长，有助于提升公司运营效率、降低运营成本。

“个数”产品持续完善移动应用用户行为数据等统计分析服务的能力，有效指导客户的产品运营和推广决策，助力客户寻找新的变现方式，上半年个数 SDK 覆盖量进一步提升。

报告期内，公司加大拓展全新触点产品，在智能汽车、智能电视、智慧大屏等新兴智能 IOT 终端上实现消息推送、用户画像等服务，拓宽数据获取的渠道和平台，也为地震预警等科技公益打通多元通路。未来将进一步探索为更多的设备在更广泛的场景中提供实时连接、数据智能的服务。

报告期内，公司开发者服务业务实现营业收入 23,491,534.39 元，较上年同期增长 15.15%。

（二）增长服务受宏观影响短期承压，业务拓展提速深挖市场

报告期内，增长服务凭借公司强大的数据获取和分析挖掘能力，为客户提供 APP 全渠道获客与促活服务，智能高效拓展新用户，针对性提升老用户活跃度。尤其在当前移动端用户增速放缓且获客成本上升的态势下，移动互联网竞争已经从用户规模全面转向对用户使用时长的关注，头部客户快跑进入深耕细作阶段，更加注重对存量用户的促活需求，通过特有数据增能客户在有限资源内实现精细化运营成为公司核心竞争优势。

报告期内，公司服务能力持续提升，增长服务投放平台不断迭代优化，以腾讯广点通、头条巨量引擎、芒果 tv 等流量为基础，新增接入多个第三方流量平台，同时依托公司精准大数据面向广告主提供全新的投放推广业务；公司在原有客户基础上，新增拓展多家头部电商平台、直播平台，且合作深度成逐步递增的趋势。

报告期内，广告代理业务将公司业务有效拓展至更多长尾客户，通过对接广点通等平台提供的程序化接口，我们可以实现九成以上自动化投放操作，自动化广告投放占比持续提高，在腾讯广告代理中处于第一阵营；2019 年 2 月取得腾讯广点通签约服务商的资格，持续深耕移动互联网广告行业。

与此同时，增长业务对实体经济波动影响相对敏感，年初以来，受国内外复杂经济形势影响，整个互联网行业公司广告预算缩减，公司相应业务短期增速承压。报告期内，公司增长服务业务实现营业收入 150,712,441.80 元，较上年同期减少 22.23%。

报告期内，增长服务客户相关情况具体如下：

业务名称	客户类别	客户数	收入（元）	客户留存率
增长服务	直客	74	121,412,289.93	48.39%
	代理	17	29,300,151.87	48.15%
小计			150,712,441.80	48.33%

报告期内，轻推送、效果广告服务相关业务数据具体如下：

报告期	业务名称	展示量	点击量	收入（元）	展示率	点击率	点击单价（元/个）
2019年1-6月	轻推送与效果广告	16,554,752,554	784,463,949	148,082,454	88.06%	4.74%	0.19

注：点击率=点击量/展示量，点击单价=收入/点击量，展示率=展示量/下发量（部分平台未返回下发量参数，其数据未计算在内）。以上数据来自公司自有数据及合作平台返回数据统计。

报告期内，增长服务业务数据或流量的导入方式：

类型	导入方式	占比
数据	自有平台导入	100%
	第三方导入	0.00%
流量	自有平台导入	37.6%
	第三方导入	62.4%

注：公司增长服务均来自移动端用户，移动端收入占比 100%，自有流量日活跃用户数量（独立设备）约 4.0 亿。日活跃设备数根据当月所有用户状态汇报日志文件中记录的 IMEI 及用户 ID 去重统计获得，该用户 ID 系每个应用使用个推 SDK 下发消息达到最终用户后触发产生的用户注册编号。由于同一移动设备上，通常存在多个 APP 中均有个推 SDK 的情形，故此处的活跃用户数并不等于移动终端用户数，而活跃设备数指标可更为准确反映实际移动终端用户数量。以上数据来自公司自有数据统计。第三方流量用户数量及日活跃用户数量，由于流量来源广泛，且无权威信息有效评估，故无法估算其准确数据。

报告期内，增长服务业务主要合作平台交易金额情况：

类型	交易金额（元）	占交易总额的比例
广告交易平台（ADX）	1,740,609.53	0.70%
需求方平台（DSP）	248,258,969.15	99.30%
供应方平台（SSP）	0.00	0.00%
小计	249,999,578.68	100.00%

注：公司代理业务，对应的广点通等平台的消耗金额为 9,928.71 万元，计入上表交易金额，该部分代理业务按净额确认收入，报告期内确认代理收入金额 263.00 万元。

报告期内，增长服务业务按照不同终端类型、不同业务类别下的收入金额：

终端类型	业务类别	收入金额（元）	占增长服务收入总额的比例
移动端	程序化购买	150,712,441.80	100.00%
	搜索引擎营销	0.00	0.00%
	积分墙	0.00	0.00%
非移动端	程序化购买	0.00	0.00%
	搜索引擎营销	0.00	0.00%
	积分墙	0.00	0.00%
合计		150,712,441.80	100.00%

报告期内，增长服务合作媒介的采购情况：

计费模式	媒体类别	不含税采购金额（元）	占采购总额的比例
流量计费	应用开发商	134,884,683.87	100.00%
	其中：腾讯广点通	113,867,114.65	84.42%
包断计费	-	0.00	0.00%
合计		134,884,683.87	100.00%

注：公司代理业务，对应的广点通等平台的消耗金额为 9,928.71 万元，计入上表媒介采购情况，该部分代理业务按净额确认收入，报告期内确认代理收入金额 263.00 万元。

（三）公共服务业务实现爆发增长，更多应用场景值得期待

近年来，国家及地方政策多次明确大数据运用对提高政府服务能力和降低监管成本的必要意义。习总书记强调“善于获取数据、分析数据、运用数据，是领导干部做好工作的基本功。各级领导干部要加强学习，懂得大数据，用好大数据，增强利用数据推进各项工作的本领，不断提高对大数据发展规律的把握能力，使大数据在各项工作中发挥更大作用。”公共服务

蓝海市场，成长潜力巨大。

公司积极探索数据智能与公共服务的结合点，为政府相关部门和各级企事业单位在应急管理、抗震减灾、公共安全、智慧文旅、人口与空间规划等公共领域提供大数据服务，助力社会治理持续创新。

报告期内，公共服务相关业务在全国范围内快速拓展，覆盖千余个区县，公司提供的优质、高效且能满足各地精细化需求的数据智能解决方案，公司业务的渗透率极速提升。

旅游大数据管理平台“个旅”继续发力，通过海量数据资源转化为智能化的数据分析和可视化系统，指导各地景区规划、推广营销等相关管理和决策，并进一步通过将成熟服务产品化的方式，大大提升了运营效率。

公司进一步探索人口与空间大数据研究，推动数据智能在城市规划领域的应用，为城市管理、城市规划、商业规划与决策等领域提供全面客观的数据支持，助力打造智慧城市。2019 年 7 月，公司相继与国家发展和改革委员会城市和小城镇改革发展中心、浙江省城乡规划设计研究院签署战略合作协议，推动数据智能在城市规划方面的创新应用与探索，相关合作已全面启动，下半年将重点推动落地并予以变现。

报告期内，公共服务规模大幅增长，实现营业收入 42,391,466.08 元，较上年同期增长 170.59%。

（四）风控服务助力普惠金融，非金融领域需求增长

报告期内，金融科技快速发展，金融结构迅速调整，传统金融下沉，行业的变化为公司业务的开展奠定了外部基础，公司凭借丰富的数据资产与强大的建模能力，为金融客户提供大数据智能风控与营销获客服务，以数据智能驱动风险管控与用户增长。

报告期内，公司金融风控产品模型数量进一步扩容，模型分持续优化；客户结构仍以银行、保险、互联网金融、消费金融等金融机构为主，优先选择规范、稳定的大型持牌机构进行合作，客户数量有效扩容，打造金融风控领域发展优势。

报告期内，公司还为互联网公司提供风险管控的大数据解决方案，覆盖 O2O、电商获客反黑产等应用场景；风控模型增加了线下场景特征，准确率大幅提升，取得客户高度认可，业务发展迅速。此外，公司正在进一步探索数据智能在更多场景风控领域中的应用，引领数据风控行业大发展。

报告期内，风控服务实现快速成长，实现营业收入 29,037,979.92 元，较上年同期增长 180.55%。

（五）品牌服务轻装上阵，数据赋能精准营销回归本源

2015 年，公司推出了专门服务品牌广告主的场景化移动营销平台“个灯”，依托大数据用户画像和地理围栏技术，实现广告的实时精准投放，为品牌广告主提供基于大数据的营销解决方案。多年来，公司坚持不懈地在移动营销领域进行数据赋能的不断探索。今年，李克强总理在国务院常务会议上进一步明确：“要顺应商业变革和消费升级趋势，鼓励运用大数据等技术，促进定制消费、智能消费等商业新模式发展。”

报告期内，随着数据驱动的精准营销行业逐步成熟、行业分工日趋清晰，公司更加专注于以第三方 DMP 为核心的数据服务体系，推出个灯数盘，以便于更好地服务于广告主、提升业务运营效率，提供包括精准人群定向、媒体策略优化和智能流量评估等服务，以“人”为核心，驱动营销决策创新升级。同时，以由公司推动的客户广告投放金额为基数，按点数（百分比）计费，还原数据智能精准营销解决方案的真实价值。

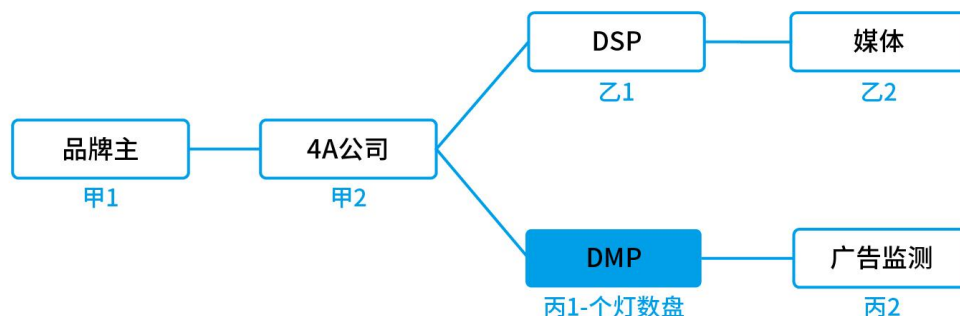


图 4

注：目前整个数字营销生态图谱中，主要有六方参与者：品牌主（甲1）、代理商（甲2）、DSP供应商（乙1）、媒体方（乙2）、第三方DMP（丙1）、监测方（丙2）。品牌主是整个广告投放的需求方，代理商为品牌主提供广告服务，DSP是为广告主和代理商提供多渠道流量来源管理的平台，媒体是整个链条中的流量供应方。投后监测虽然能对整个营销闭环起到非常重要的作用，但DMP前验才是当今数字营销行业中最稀缺的角色，只有找到第三方做好投放前期的数据验证，品牌主才能实现更加完整的用户洞察，从而筛选更加优质的广告流量，避免营销预算的浪费。为了给品牌主提供专业的数据服务，个灯数盘以第三方DMP能力为立足点，为品牌主提供数据前验服务。

报告期内，数据驱动营销业务持续探索，成功推出新一代人群画像工具，可将品牌广告主的千万级用户数据，从原有的低维度利用（发短信等传统模式）转到利用公司大数据能力实现秒级全方位用户画像提供。



图 5

注：广告主的第一方DMP数据精准而具体，但实际用于广告投放时，因数据量过少而不能满足广告投放的需求，此时需要通过第三方DMP平台对数据进行相似人群扩量，在精准的前提下找到更多的潜在目标用户。

报告期内，品牌行业拓展战略逐步清晰，日用快消、母婴等重头行业头部客户带动未来腰部客户拓展，汽车等新布局行业蓄势待发；客户满意度与忠诚度进一步提升，新增多家知名品牌客户。

报告期内，公司依托庞大的移动终端覆盖量，凭借持续的热数据获取能力、海量流式数据处理能力，对几乎全网移动互联网用户形成丰富、准确的用户洞察，并已对接腾讯广点通、阿里妈妈等国内主要流量平台，助力品牌广告主实现精准营销。

报告期内，个灯数盘因专注提供第三方 DMP 服务，原有业务中涉及“广告媒体流量的采购与投放”的相关业务流水不再体现，收入规模相应下降，但核心 DMP 业务仍保持稳健发展，上半年实现营业收入 2,200,436.61 元，为品牌广告主驱动数字化投放的金额达到 1,656.90 万元，较上年同比增长 101.42%。

（六）研发创新驱动发展，组织人才支撑体系优化

公司自设立以来，一直坚持“如果不难，要你干嘛”追求技术极致的研发文化，不断加大在开发者服务新产品研发、大数据平台、城市规划等垂直领域的研发投入，持续打造与完善组织人才的体系建设，不断积累公司技术优势与商业变现能力。去年年底，公司组建“两院”，即“数据与技术研究院”和“产品与模式创新院”，聚焦垂直行业的数据智能应用探索与创新；另外，公司陆续与浙江大学、浙江省城乡规划设计研究院等外部科研机构合作设立“数据智能研发中心”、“智慧城市大数据联合实验室”等，在多个领域开展合作和创新。

报告期内，公司与中国地震局、中科院等单位一起参与国家重点研发计划“重大自然灾害监测预警与防范”之“地震预警新技术研究与示范应用”项目，着力发展海量用户亚秒级信息发布技术、研制地震预警信息发布软件系统，开展地震预警系统整体示范应用。

公司持续加强对创新优秀人才的招募和培养，构建系统化的人才梯队建设，充分发挥优秀人才在各条线绩效优化方面的卓越引领作用。

（七）科技助力公益，积极践行社会责任

公司秉持“技术改变公益、技术助力公益”的理念，积极履行社会责任。2013 年，公司和中国地震台网中心联合推出了“地震速报”APP,凭借公司大数据技术能力，可第一时间为社会大众及时推送地震消息，帮助民众了解震后的人群分布及流向，实现及时避险，后获得中国地震局颁发的“防震减灾科技成果奖”。同时，公司还持续以大数据助力地震救援和科学研究，并联合业内众多知名 APP 共同成立移动互联网公益推送联盟,在国家有关部门的指导下开启了预警信息推送的公益服务，及时为社会公众传递各类灾害预警和公共突发事件信息。2019 年 6 月 17 日四川省宜宾市长宁县发生 6.0 级地震，在地震发生时，移动互联网公益推送联盟基于个推精准的推送以及大数据分析技术，为宜宾、成都、重庆等多城区实现了地震预警。

此外，公司积极参加社会公益项目，以“科技改变每日生活”为愿景，持续践行企业社会责任。2018 年，公司远赴西藏高原山沟村帮助当地村民建造机井，送去“生命之水”；捐赠浙江大学设立的专项助学金，将大爱精神继续传递。

（八）资本平台助力实业发展，数据智能增能实体经济

2019 年 3 月 25 日，公司成功登陆深圳证券交易所创业板，开启公司未来发展的新篇章，公司将进一步借助资本的力量，完善公司在数据收集、数据处理和数据变现上的战略性布局，推动产业协同与创新，增强公司可持续发展能力。

未来，公司将继续坚持专业的“数据智能”服务商这一战略定位，全面贯彻“碗、锅、田、野”战术指导思想，即：深挖碗里的，聚焦攸关短期绩效的当前核心业务；精炼锅里的，挑选并拓展成长期的未来核心业务；培育田里的，探索新商业、新产品、新体验；探索野里的，对趋势性的、社会需要的未来性产品、体验等先驱性投入。公司将继续拥抱信息化第三波浪潮所带来的机遇与挑战，以数据智能的强大力量，服务于实体经济，为经济建设、社会治理增能，为新一轮科技革命和产业变革做出贡献。

公司需遵守《深圳证券交易所创业板行业信息披露指引第 8 号——上市公司从事互联网营销业务》的披露要求：

详情请见本报告第四节“经营情况讨论与分析”中的“一、概述”相关内容。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的说明

√ 适用 □ 不适用

1) 2019 年 4 月 23 日召开公司第一届董事会第二十三次会议，审议通过了《关于公司会计政策变更的议案》。

2017 年 3 月 31 日，财政部发布了《关于印发修订〈企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量〉的通知》（财会〔2017〕7 号）、《关于印发修订〈企业会计准则第 23 号——金融资产转移〉的通知》（财会〔2017〕8 号）、《关于印发修订〈企业会计准则第 24 号——套期会计〉的通知》（财会〔2017〕9 号）；2017 年 5 月 2 日，财政部发布了《关于印发修订〈企业会计准则第 37 号——金融工具列报〉的通知》（财会〔2017〕14 号），规定除境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报告的企业之外的其他境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起施行上述准则（以下统称“新金融工具准则”）。公司自 2019 年 1 月 1 日起执行上述变更后的政策，无需重述前期可比数，本次会计政策变

更不影响公司 2018 年度相关财务指标。

具体内容详见公司于 2019 年 4 月 25 日披露于中国证监会指定信息披露网站上的《关于公司会计政策变更的公告》（公告编号：2019-010）。

2) 2019 年 8 月 16 日召开第二届董事会第三次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》。

2019 年 4 月 30 日，财政部发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）的通知，对一般企业财务报表格式进行了修订。本次会计政策变更仅对财务报表项目列示进行调整，并调整可比会计期间的比较数据，不影响公司净资产、净利润等相关财务指标。

2019 年 5 月 9 日，财政部发布了《关于印发修订<企业会计准则第 7 号-非货币性资产交换>的通知》（财会[2019]8 号），于 2019 年 5 月 16 日发布了《关于印发修订<企业会计准则第 12 号-债务重组>的通知》（财会[2019]9 号），要求在所有执行企业会计准则的企业范围内实施；根据新旧准则衔接规定，企业对 2019 年 1 月 1 日至准则施行日之间发生的非货币性资产交换、债务重组，应根据准则进行调整，对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换、债务重组，不要求进行追溯调整。即企业 2019 年半年度及以后期间的财务报告中，比较财务报表列报的信息与准则要求不一致的，不需要进行追溯调整。因此，本次变更不会对会计政策变更之前公司总资产、负债总额、净资产及净利润产生重大影响。

具体内容详见公司于 2019 年 8 月 19 日披露于中国证监会指定信息披露网站上的《关于会计政策变更的公告》（公告编号：2019-033）。

（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）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明

☐ 适用 ☒ 不适用

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

浙江每日互动网络科技股份有限公司

董事长：方毅

2019 年 8 月 28 日