

证券代码：宋城演艺

证券简称：300144

## 宋城演艺发展股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>重组事项和中报业绩交流电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	国泰君安、国信证券、兴业证券、中信证券、招商证券、中金公司、华泰证券、海通证券、申银万国、长江证券、安信证券、国金证券、兴全基金、汇添富基金、国泰基金、嘉实基金、富国基金、中欧基金、太平资管、中融基金、世纪证券、浙商证券、工银瑞信、博时基金、华夏基金、南方基金、海富通基金、宝盈基金、交银施罗德基金、汇丰晋信基金、万家基金、上银基金、国联安基金、浦银安盛基金、摩根士丹利华鑫基金、东方基金、民生加银基金、中信保诚基金、天弘基金、中邮创业基金、华商基金、财通基金、中国人寿资管、泰康资管、新华资管、国泰人寿、上海东方资管、光大资管、华泰资管、长江资管、中泰资管、广州金控资管、中国民生信托、中国光大控股、红土创新基金、中科沃土基金、敦和资管、淡水泉投资、华夏未来、前海厚生资管、上善御富资管、北京鸿道投资、上海鼎锋资管、上海同犇投资、上海理成资管、西藏银帆投资、黑水磐石资管、深圳市景泰利丰投资、北京金百镭投资、吉富创业投资、融捷投资、瑞晟昌资管、泓德基金、圆信永丰基金、中阅资本、溪牛投资、深圳清水源投资、北京鑫乐达投资、南京摩通投资、上海盟洋投资、北京枫瑞资管等。
时间	2018年08月30日
地点	宋城演艺会议室
上市公司接待人员姓名	总裁张娴、财务总监兼董秘陈胜敏和证券事务代表侯丽
投资者关系活	一、关于重组事项

动主要内容介绍

**1、请您解释一下这次重组方案微调的影响？**

A：鉴于本次交易发生在六间房业绩承诺期内，为了更好地保护中小股东的利益，修订后的重组方案将原有方案调整为分批交割，具体为：2018 年交割密境和风 19.96% 股权，2019 年 4 月 30 日前交割剩余 80.04% 股权。修订后的重组方案涉及的估值未进行调整，仍为六间房的整体估值 34 亿元，密境和风的整体估值 51 亿元。此外，宋城演艺拟向适格投资者转让部分六间房股权的计划亦未进行调整。修订后的重组方案明确重组时间点，强化了交易的确定性，更好地保护了全体股东的利益，有利于进一步推进六间房与密境和风重组。

另外，根据修订后的重组方案，2018 年至第二次交割完成前，六间房仍是公司控股子公司，是公司财务报表合并对象，公司将根据会计准则合并六间房利润。

**2、方案调整后，后续还有什么审批手续吗？**

A：重组方案的调整经过汇报沟通后，已经充分体现了监管导向，保障了业绩承诺期的全体股东权益，也增强了项目重组的确定性。公司将于 2018 年 9 月 17 日召开股东大会审议本重组方案，待股东大会审议通过后予以实施。

**3、首次交割后密境和风的亏损会不会影响到业绩对赌？**

A：1) 本次交易完成后，六间房 2018 年的业绩可以清晰辨认，本次交易后密境和风对六间房的业绩影响将在计算六间房承诺业绩完成情况时予以扣除。

2) 艾瑞咨询对 2018 年上半年中国主流娱乐内容类直播 APP 的相关统计数据显示：①活跃用户量对比中，花椒以 2544.4 万排名第一；②月活跃渗透率对比中，花椒以 2.46% 排名第一；另外，2018 年上半年，花椒有效主播时长同比增长 11%，Q2 净利润实现扭亏为盈，单季实现净利润 1100 万元；各类数据显示，花椒经营状况良好。

3) 本次交易后，重组后集团将实现用户流量、主播资源、运营能力、成本效益以及品牌影响力等方面的协同及规模效应，有利于进一步提升宋城演艺的股东价值。

**4、老股转让有合适的接手方吗？**

A：关于老股转让，目前意向投资者很多，商务谈判工作正在有序推进中，力争

引入较好的战略投资者。

## 二、上半年公司经营情况及各项目进展情况

### 1、上半年三亚和丽江增长较好的驱动力是什么？

A：截止目前丽江和三亚持续保持较好的增速。虽然各景区不定期会受到外部市场环境的影响，但我们一直坚持在产品革新、市场挖掘与口碑宣传方面下功夫。例如杭州本部作为 20 多年的老景区，仍在保持增长，甚至经常出现超预期的情况，体现了宋城持续创新的精神和市场扩容的能力。因此，三亚、丽江项目长远来看，也会有持续的良好增长。

具体来说，三亚项目开业时的 2013 年刚好逢上新旅游法颁布，这些年三亚的旅游市场秩序逐步规范，同时我们的产品口碑持续积累和提升，带来长期的利好。去年末旺季来临前三亚旅游市场又有新一轮的整治，引发了市场阶段性的恐慌，但事实证明优秀、合规的产品不会受影响，因为市场是不会中断的，持续的客流有着持续的需求，政府对市场的监管只会加强良币的竞争力，这对宋城是好事。

丽江旅游市场的严厉整治现在仍在持续，但是丽江项目：1) 没有单一依赖旅行社渠道，而是更加深化了与终端客栈渠道、电商渠道的合作。丽江的客栈已经从去年的低迷期走出，今年客栈的生意都非常好，意味着散客在增长，所以我们这些年各地市场持续抓散客客源、抓终端市场是有效的，带来了业绩的增长。

2) 我们去年下半年在丽江举办了市场拓展会议，并对部分渠道的结算价进行了调整，对增速也有帮助。

不管市场如何变化，我们始终坚信老百姓对优质文化产品的需求是强烈的，所以我们要抓住产品质量、重视口碑宣传，最大的风险就是失去创新能力。

### 2、千古情项目在三亚、丽江和九寨等地全国首轮布局成功的核心竞争力是什么？有哪些经验可以被持续使用。

A：首轮布局的项目所在地市场各有特点——三亚市场，在千古情上演前几乎没有其他演艺产品，因此是一个教育市场形成观演习惯的过程，然后产生大的增量；丽江市场，有其他知名品牌的演艺产品，所以千古情推出后是一个互为补充、形成差异化竞争的格局；九寨市场原先比较混乱，存在很多体量较小的演艺产品，公司通过千古情和藏谜两个品牌逐步规范和提升市场占有率。有了这三个

不同类型市场的打磨和经验，我们对成功驾驭其他市场很有信心。谈及核心竞争力，黄总曾比喻宋城的竞争力像一串珍珠项链，缺了哪个环节，项链就会断线、珍珠再美也会散落了，意思就是宋城的综合能力较强，在产品打造、规划设计、策划推广、运营管理、市场体系等等方面，都有较为全面和出色的能力。

### **3、桂林项目运营到现在的情况怎样，包括上座率？**

A：对于新景区开业，我们有丰富的经验和数据积累，桂林项目首月的游客体量基本上是当年第一轮项目开业当月同比的 2 倍，尽管后续的市场还需要持续努力，但对于桂林项目刚开业的情况，公司还是满意的。

### **4、桂林项目不夜城有没有引流的作用，桂林景区二期项目规划的时间大致是怎么样的？**

A：不夜城肯定是有引流作用的，目前阳朔游客主要游览的是西街、新西街，我们的不夜城会进行差异化竞争，打造与众不同的特色和商业、休闲氛围来吸引客流。

不夜城也是我们对开放式运营的进一步尝试，以宋城、包括集团运营过的许多综合配套项目经验来看，我们站在从提升服务出发，引进品牌商户进行合作，加快基础设施建设，预计不夜城也将对我们的营收带来良性效益。由于还需要建设和前期筹备的时间，预期不夜城在明年开始运营。

### **5、桂林的市场规模和市场环境是怎么样的？**

A：桂林的市场规模大家可以参看下 6 月份深交所关注函回复中，公司提到的一些数据：从各地公开的 2017 年接待游客人次来看（数据来源于各地旅游局或统计局），第二轮自主投资拓展项目相较于目前运营的项目所处地均为市场潜力更大的一线旅游目的地和一线城市。目前运营中的四个项目所在地游客量合计为 22668 万人次（杭州 16287 万人次、丽江 4069 万人次、三亚 1831 万人次，九寨沟 481 万人次、地震导致 2017 年接待人次下降），而第二轮项目所在地游客量合计为 68210 万人次（上海 31845 万人次、西安 18093 万人次、桂林 8233 万人次、张家界 7336 人次、澳洲 1200 万人次、嘉善 1503 万人次），是原来四个项目所在地合计接待游客量的 3 倍。

市场环境和竞争这方面，如前所述，宋城演艺经历过各种市场的挑战，有绝

对的自信将产品打造好、并 through 努力将任何潜在的不确定性逐步转化为成长的确定性。

#### **6、公司后续项目的开业节奏如何？**

A：公司未来几年将保持每年 2-3 个项目开业的节奏，其中，宜春项目将于今年年底或明年初开业，西安项目将于明年 4-5 月左右开业，张家界项目将于明年 6-8 月左右开业，上海项目将于明年年底或 2020 年开业，新郑、佛山等项目，预计将于 2020 年开业。

#### **7、想了解一下上海项目的进展情况？**

A：上海项目地理位置优越，前期在各方面审批时有一些滞后，现在应有的审批已完成，拆除工作也已基本完成，目前上海项目的方案还在进行细节的优化，预计很快将全面动工。

#### **8、西塘演艺小镇项目的进展情况。**

A：西塘是演艺小镇的模式，结合上市公司运营主题公园与演艺项目的经验，以及集团公司承办大型活动、打造综合体的经验，我们对演艺小镇模式的突破、创新、尝试拥有充分信心，这也是我们的重要目标。

首先，未来人群对于文化产品消费需求的趋势，意味着演艺这种产品形态不会消亡，而且会随着国民教育水平的提升迎来更宽广的市场；另外，项目在选址方面的重点将不仅局限于一线旅游目的地，而是覆盖车程 3 小时以内的大客源市场，我们不仅要打造全国性的演艺小镇目的地，也要打造吸引周边客流的重游型目的地；众所周知，主题公园有很多种模式，有的一台游乐设备就需要约 1 亿的投资，相比而言，演艺项目投资的有效性和性价比能做得很好，其成功与否主要在于创意、内容。

所以我们会抓紧推进演艺小镇的落地和实施，并且以演艺小镇为引领，持续丰富千古情以外的演艺表演内容和创新艺术表现形式，这是我们坚定不移的目标。

#### **9、九寨沟项目因地震影响还未开业，未来重启安排如何？**

A：九寨项目目前整改工作持续进行中，今年将整改完毕达到明年可以开业的状

态。关于具体的开业时间，首先我们需要结合政府对九寨沟景区客流量的限制和恢复情况；其次，我们还需根据市场和当地环境长远考虑，因此明年具体开业时间尚未确定。对公司业绩的影响方面，公司今年中报在没有九寨贡献的情况下，依然实现了良好的增长，得益于公司全国连锁布局的优势。

**10、国有景区普遍面临调价问题，我们公司定价策略有没有变化？**

A：景区调价主要是国有景区，中青旅曾公告门票调价，将东栅门票价格下降了10元，主要因为东栅是历史村落形成的旅游资源，属于国有景区，而其新建的西栅并未纳入调价范围；同时也要理解政府通过调价惠民、刺激消费的诉求。

我们作为一个有公众责任感的上市公司，从对产品的投入和产品本身的价值来评估，价格是合理的，目前的价格体现了我们对产品的理解以及对市场环境的评估，公司不存在降价的可能性；但同时，公司一直通过优惠、免费、文化捐赠等方式在各大项目所在地对当地老百姓实施一系列文化惠民活动，以独特的、全新的形式弘扬中华文明、传播中国传统文化，并对公众进行回馈，体现社会责任。

比如杭州宋城今年已经是第四个年头开展了“新老杭州人”的优惠回馈活动，今年在暑期末开展，成绩亮眼，活动期九天客流近100万人次，较低的票价赢得了市民的认可，但同时每天的营收却仍在千万级，代表了市场的需求。

**11、宁乡项目位于三四线旅游目的地，后续成长预期如何？**

A：宁乡项目作为我们对三四线城市的一种尝试，暑期两个月每天的数据都超预期。我们推出惠民活动给予宁乡居民每人一次免费观演机会，但根据5月份的数据，已经来过景区的宁乡本地居民不足10%。所以宁乡项目的客流不是主要由当地居民支撑的，这反映出市场旺盛的需求，长远的市场仍需要时间来证明，但一年多以来，我们对市场是感到欣慰的。未来在一线以外的目的地还有很多机会，我们会在注重品质的前提下，有节奏地落地和开业。

**12、轻资产项目会确认节目制作费，确认收入的时间节点是怎么样？**

A：根据会计政策，轻资产项目的收入是按照已完工作量分阶段予以确认。通常是轻资产项目签约至开业时公司已完工作量70%-80%；项目开业后将陆续确认剩余的20%-30%，其主要是品牌使用费及千古情项目维护、改造、升级的费

	用。
附件清单（如有）	无
日期	2018年08月30日