

证券代码: 300144

证券简称: 宋城演艺

公告编号: 2021-006

# 宋城演艺发展股份有限公司 2020 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。

所有董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

立信会计师事务所(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。

本报告期会计师事务所变更情况:公司本年度会计师事务所由变更为立信会计师事务所(特殊普通合伙)。

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 2,614,694,040 为基数,向全体股东每 10 股派发现金红利 0.5 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	宋城演艺	股票代码	300144
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	侯丽	侯丽	
办公地址	浙江省杭州市之江路 148 号	浙江省杭州市之江路 148 号	
传真	0571-87091233	0571-87091233	
电话	0571-87091255	0571-87091255	
电子信箱	hl@songcn.com	hl@songcn.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### 1、愿景与使命

公司秉承滴水之恩当涌泉相报、“给我一天,还你千年”的经营理念,以“为客户提供温暖的现场娱乐体验”为企业追求,致力于用中国文化讲述全球故事,弘扬民族自信,做世界文化演艺第一。

#### 2、主要业务及产品

报告期内,公司主要从事文化演艺业务,现场演艺和旅游休闲是公司的主要业务。

现场演艺是公司的核心业务和主要收入及利润来源。公司独创“主题公园+文化演艺”的经营模式,依托“宋城”和“千古情”两大品牌,为客户提供主题公园集群游玩和千古情演出及多种剧目的观赏服务,主要通过出售门票实现业务收入。已经开业的项目包括《宋城千古情》、《三亚千古情》、《丽江千古情》、《九寨千古情》、《桂林千古情》、《张家界千古情》、《西安千古情》等,上海宋城项目将于2021年4月29日亮相,佛山、西塘、珠海等正在建设中的项目也将陆续推向市场。

旅游休闲主要指轻资产输出业务以及网络票务销售业务。轻资产输出业务基于公司多年经营形成的业务能力和品牌积

淀，向合作方提供品牌授权、规划设计、导演编创、托管运营等服务，并通过收取一揽子服务费用及受托经营管理费的方式实现业务收入。已经开业运营的轻资产输出项目有《炭河千古情》、《明月千古情》和《黄帝千古情》。网络票务销售主要是对公司运营项目的门票、演出票进行线上直销和分销，以及在此基础上叠加第三方景点的票务形成联票和套票销售。

### 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：元

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	902,586,125.63	2,611,753,208.86	-65.44%	3,211,192,814.48
归属于上市公司股东的净利润	-1,752,398,009.60	1,339,790,994.94	-230.80%	1,287,186,547.41
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,767,861,638.68	1,222,100,617.31	-244.66%	1,279,733,108.31
经营活动产生的现金流量净额	393,941,899.94	1,571,451,499.51	-74.93%	1,647,243,748.01
基本每股收益（元/股）	-0.6702	0.5124	-230.80%	0.8861
稀释每股收益（元/股）	-0.6702	0.5124	-230.80%	0.8861
加权平均净资产收益率	-20.50%	14.52%	-35.02%	16.38%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	9,195,342,831.06	11,041,076,933.58	-16.72%	10,817,160,458.62
归属于上市公司股东的净资产	7,412,287,432.06	9,614,069,166.64	-22.90%	8,471,075,013.49

#### (2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	134,352,197.80	148,522,407.15	335,646,114.92	284,065,405.76
归属于上市公司股东的净利润	49,960,280.55	-10,112,011.86	93,903,527.78	-1,886,149,806.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	18,467,729.86	1,512,334.57	91,357,882.55	-1,879,199,585.66
经营活动产生的现金流量净额	-20,444,426.81	-103,304,029.48	282,447,994.96	235,242,361.27

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	39,572	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	53,817	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							

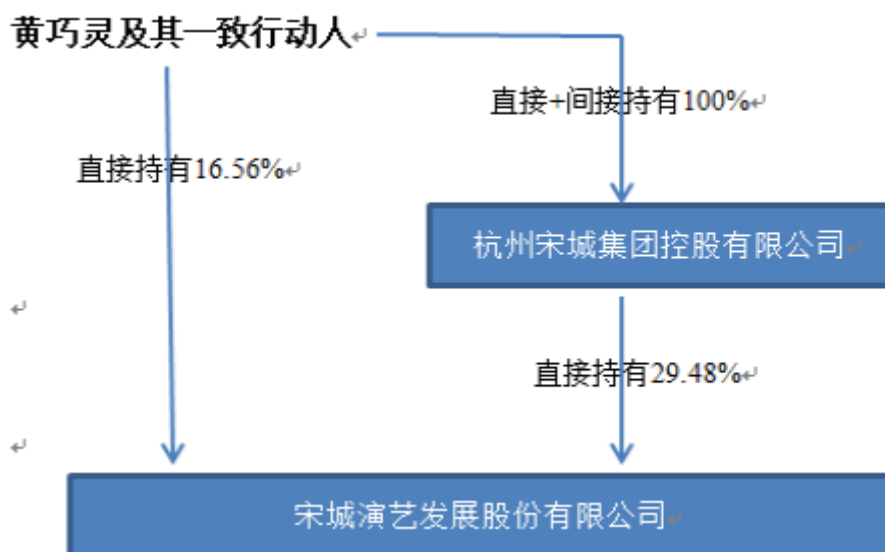
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
杭州宋城集团控股有限公司	境内非国有法人	29.48%	770,835,254	342,593,446	质押	122,400,000
黄巧灵	境内自然人	11.83%	309,192,225	90,640,989		
香港中央结算有限公司	境外法人	3.74%	97,849,470	66,514,862		
黄巧龙	境内自然人	3.28%	85,836,643	30,927,397		
兴业银行股份有限公司-兴全趋势投资混合型证券投资基金	其他	2.21%	57,764,086	32,388,617		
刘岩	境内自然人	1.70%	44,553,289	2,897,395		
全国社保基金一一二组合	其他	1.53%	39,889,483	39,889,483		
刘萍	境内自然人	1.37%	35,910,758	12,071,448		
全国社保基金一零八组合	其他	1.22%	32,000,000	32,000,000		
普信投资公司-客户资金	境外法人	1.16%	30,416,249	30,416,249		
上述股东关联关系或一致行动的说明	杭州宋城集团控股有限公司及黄巧灵为公司控股股东及实际控制人；黄巧龙、刘萍为实际控制人黄巧灵先生的关联自然人。					

## (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

2020年，是全世界历史上极不平凡的一年，是跌宕起伏的一年。COVID-19病毒在全球超过199个国家、地区的持续传播，对人类生命安全及全球经济发展造成了重大影响，大大增加了世界范围内的经济衰退和不确定性风险。供应链受到干扰、消费和投资需求萎缩、经济活动大幅减弱、市场信心受损等问题，对各国、各个经济实体的抗压韧性、治理水平带来了严峻考验。整个2020年对于文旅行业也是充满着生与死的考验，上半年全面停摆、产业链断裂，下半年逐步回暖又逢上二次疫情、艰难修复，修复中蕴含着浴火重生后的新机遇。

2020年，亦是中国全面建成小康社会和“十三五”规划的收官之年，也是“十三五”向“十四五”跨越的历史交汇期。在这一时期，我国经济向高质量发展、产业结构向现代服务业转型优化。文化产业与旅游业在高质量发展战略目标的要求下，进入了提质增效的新阶段，同时将进一步成为经济发展新动能。

报告期内，公司旗下各景区于2020年1月24日起暂停运营，并于2020年6月12日全面恢复营业。公司厉兵秣马、化危为机，坚持疫情防控和企业发展“两手抓”。公司在做好疫情防控的前提下，利用闭园停业期，从硬件、软件、营销、组织架构等多方面进行了优化升级。开展各个项目的整改提升，并以杭州宋城为试验田，全新打造杭州宋城演艺王国，从“一台剧目、一个公园、一张门票”的模式向多剧目、多种票型组合的演艺平台转变、升级。恢复营业以来，公司在做好充分准备的情况下，利用线上新媒体、短视频，线下地推、专题市场和活动等全方位的营销手段，积极推动客流及营收的恢复。新项目方面，西安和轻资产郑州项目成功首演，上海、佛山、西塘项目积极推进中，珠海项目顺利开工，轻资产延安项目完成签约，为公司未来持续增长储备充足动力。

报告期内，公司实现营业收入90,258.61万元，同比去年下降65.44%；归属于上市公司股东的净利润-175,239.80万元，同比去年下降230.80%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润-176,786.16万元，同比去年下降244.66%。

若不考虑数字娱乐平台财务数据及因持有花房科技的长期股权投资增减变动数据，则公司备考利润表情况如下：

报告期内，公司实现营业收入90,258.61万元，同比去年下降59.50%；归属于上市公司股东的净利润11,372.47万元，同比去年下降89.11%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润9,826.11万元，同比去年下降90.86%。

报告期内公司开展的重点工作如下：

#### （一）硬件扩容

##### 1、增加剧院类型及数量

公司以杭州宋城为样本，深度挖掘景区现有资源，推出不同类型、不同体验的室内外演出场所，打造升级的标准剧院、走动式剧院、悬崖剧院、森林剧院、水上看台等全新剧院，给游客以独特的感受及体验。2、3号千古情剧院是公司众多标准化剧院的升级版，悬崖剧院与高雅音乐融合，森林剧院与流行时尚结合，为游客提供了更多选择，满足不同的喜好。报告期内，仅杭州宋城景区利用疫情闭园期就新增10个室内外剧院、10000多个座位数，有条件的存量和新项目也新增设二号和更多形态的剧院，接待容量进一步增加。剧院数和座位数的持续增长，有利于丰富演出类型、提升接待能力、增强游客体验，为产品分层次、分内容、分票价提供充分的硬件可能性。

##### 2、延长游历路线

以三亚为例，原来游历线路只有几百米，公司通过分流、聚合等措施，结合原来未充分利用的空间，将线路变为原来的三至四倍。又如杭州宋城的整改，在不扩大面积的情况下重新设计游玩线路，增加室内室外小剧场、互动空间，结合系列新演出，大大增加了游历空间，提升了游客体验，有效延长了游客游历时间。

##### 3、新设网红打卡点

目前的Z世代喜爱种草、乐意分享，作为互联网原住民，消费倾向更新潮，更个性。为了满足年轻群体的需求，公司旗下各景区纷纷增设网红打卡点，网红台阶“云梯漫步”、网红外景《提线木偶》、天空树、阿月出浴外景网红点、互动游乐馆居士府油纸伞、爱情点赞装置、声音邮局、针雕墙等惊艳亮相。换装馆的推出也深受年轻人的喜爱，增强了体验感及景区氛围。

##### 4、配套完善

进一步完善景区配套，强化景观设计和呈现，打造大空间入口大厅，多方位增加游客休憩区，不断提升自营商业比例，持续推进打造“晴雨皆宜、老少同乐”的舒适便捷安全景区。以杭州宋城为例，新建的两个大型美食广场能够同时容纳1500人就餐与休息，汇集多种美食品类，满足游客用餐需求。其他各地项目也逐步增加自营商铺的占比，从产品类型、质量把控、硬件配套等方面升级，提高商业品质。

#### （二）内容升级

随着商业版图的持续扩张，公司已逐步形成以“千古情”系列为核心，“爱在”、“颜色”系列为补充，外场演出，合作、定制、引进、采购剧目百家齐放的内容矩阵。

##### 1、“千古情”系列

在总导演的带领下，在新的组织架构与编创模式下，公司艺术总团扎根根基、团结一心、踔厉奋进、锐意创新，

《西安千古情》、《黄帝千古情》谋篇布局接连开业，《上海千古情》、《佛山千古情》密锣紧鼓有序推进。报告期内《西安千古情》、《黄帝千古情》接连开业，公司挥军北上，市场价值与品牌价值显著提升，中国演艺第一品牌与行业领导地位进一步稳固。

## 2、“爱在”、“颜色”系列

公司目前正在加紧筹备“爱在”和“颜色”系列。其中，“爱在”系列主打原生态民俗文化，着重表现当地的风土民俗、地域风情；“颜色”系列是一部专注于散客市场的精品演艺，是一台集聚时尚、文化、科技、光影、梦幻、惊奇、恐怖、悬疑等年轻人钟爱的元素于一体的大型互动秀场。公司在这些秀上启用总团和下属艺术团新锐的、年轻的导演组，利用这个机会培养年轻导演团队。

## 3、室内中小型剧

除了原有的5D实景剧《大地震》和全息秀《幻影》，公司于报告期内新推出了亲子秀《WA!恐龙》、怀旧剧《喀秋莎》、走动式演出《上甘岭》《库克船长》等，极大丰富了演艺王国的内容。

## 4、室外系列

外场演出方面，公司恢复了武侠剧《燕青打擂》、互动剧《铡美案》等经典传统剧目，新增了悬崖音乐会、森林和水上演唱会、电音趴等潮流内容，为游客提供更多选择。

### (三) 营销优化

报告期内，公司通过线上短视频和新媒体推广，线下下沉地推和专题市场渗透的方式开展营销工作，取得良好成效。

#### 1、线上

打造网络传播新空间，加强自媒体、短视频平台多元化发展。从内容营销、线上福利、线下导流等多方面着手，将品牌宣传与市场推广紧密对接，保持粉丝持续增长，粘性持续提高，粉丝留存率不断提高。全线开展“全员拍抖音”活动，激发员工创作热情，提高各景区在网络传播平台的曝光度。

#### 2、线下

近年来，小镇青年的消费也在逐步崛起。公司各地市场根据实际情况进行了第一轮的市场下沉工作，各市场下沉至重点来客地区的城镇村庄，从发传单、刷墙头、布物料等方式着手，直面潜在客户群体，进行了有效的品牌露出。

#### 3、活动

公司在恢复营业以来，根据周边游、暑期夜游、国庆、万圣节、双旦、春节等各类节庆和时点推出不同的主题活动，通过各类票价及产品组合测试市场，为未来演艺王国的多元票价体系做准备。

### (四) 组织架构完善

#### 1、优化垂直管理

公司的垂直管理对演出品质、设备使用、安全管理、景区运营进行全方位精细化、标准化管理，并形成例会制，已运行三年，卓有成效。随着项目的急剧增加，包括灯光、音响、舞蹈、道具、管理、对外接待等任何事情都须有章可循，用标准、垂直减少管理层级，确保管理点位的准确。

#### 2、优化创作团队

公司持续发展和疫情促使对创作团队进行了优化、调整和整合。原来的演员培育起来的编导队伍因综合素质受限，影响了产品编创的速度和质量。报告期内，公司对原有团队进行调整，部分转为艺术团管理、部分优秀的留在创作组，同时吸收部分曾参与大型演出编创的专业人才、北舞等院校优秀人才，目前的创作人员架构更完善，效率更高。

#### 3、成立创新部

公司新设立创新部，主要负责网红内容、创意装置引进。向公司及时介绍行业内外的相关新鲜资讯，给各景区增添、补充、完善新的业态、体验项目、景观氛围等。同时针对旅游和城市演艺、创作机构方面开展信息收集工作。解决原有的互联网应用、网红推广方面的不足，作为公司接触前沿项目的触手。

### (五) 上海项目筹备

上海项目位于城市永久性公园绿地世博公园内，离黄浦江近在咫尺，兼具海派文化、老工业基地、时尚活力等元素，区位、交通和配套优势都极为突出。在后疫情时代，上海政府提出了“打造亚洲演艺之都”的号召。公司利用好这个时机，在上海全力打造一个演艺奇迹。

经过两年多时间的打造，特别是疫情以来演艺王国模式的深度开发和模式测试，上海项目将以丰富的节目内容迎接开业。

主秀《上海千古情》根植于上海恢弘的历史长卷，用深厚的文化、饱满的激情、高科技国际化的舞台手段，讲述了上海波澜壮阔的篇章。演出分为《申沪溯源》、《1921》、《摩登时代》、《上海人家》、《风从海上来》等章节，再现了申城6,000年前的崧泽遗址到战国时春申君封邑，中共一大的光辉历程，二三十年代十里洋场的风云跌宕，更有新世纪世博会的开放大气，特别是浦东开发开放30年的文化内核，将上海红色文化、海派文化、江南文化表现得淋漓尽致，带给观众视觉冲击和心灵震撼。

演艺公园同时还推出适合不同人群、风格迥异的4台个性化演出，来自十余个国家的数百位演员联袂出演。High秀《颜色》围绕上海宋城的演艺综合体，在不同楼层跨度上设置了多个风格迥异的演出空间。每一个演艺空间都别具匠心地设置了独立的剧情，以电影级的场景布置，高度还原了不同主题下的真实质感。走入《颜色》的演出空间，每一个转角，都会邂逅别样的人物，触发不同的故事。亲子秀《WA!恐龙》作为高科技舞台大制作，是艺术和科学的碰撞，全程铺满知识点。大型带餐秀《热情桑巴》汇聚了来自阿根廷、古巴、俄罗斯、乌克兰的顶尖舞者，力图为观众献上最纯正的南美风味，丽影秀《S》秀流光溢彩，为都市人群增添新的活力。

这是一个颠覆想象的全新演艺公园。《淞沪会战》、《大地震》、《幽灵船》、《聊斋惊魂》、《暴风眼》、裸眼3D等大型互动体验项目惊心动魄，摄人心魄；流连在穿越街、魔幻街、天上街市、千古情街，恍若隔世；音乐广场、

彩色森林、精灵谷、天空之城、玻璃挑台、藤桥一步一景；标准剧院、鸟秀剧院、森林剧院、悬崖剧院等20多个剧院和表演场所每天精彩纷呈。此外，宋城Downtown作为一个开放的艺术街区，拥有多个可变空间以及容纳上万人的演艺广场，是一个综合性的艺术展演平台。演艺公园天天有大戏，周周有潮趴，老少同乐，晴雨皆宜。

通过个性化的硬件打造、多元化的内容打造和圈层定制的票价体系，上海项目将实现对整体人群的全面覆盖和对细分人群的精准渗透。上海项目内容丰富，面对的客群也是多样化的，票价体系也将更加多元，既有单票，也有包含千古情在内的套票、组合票，还有多人直购的优惠票、儿童票、夜游潮趴票等。

#### (六) 直播平台

近年来，互联网演艺/数字娱乐行业已进入平稳发展阶段，行业竞争加剧，其中PC端市场持续受到移动端市场的蚕食。报告期内，受疫情影响，全民开启居家模式，居民互联网使用时长显著增长，数字娱乐平台迎来新一波流量红利；直播技术赋能线下行业，直播教育、直播会诊、“云演唱会”、“云婚礼”、“云招聘”相继涌现，融入百姓日常生活的方方面面。当前市场环境下，数字娱乐行业机遇与挑战并存，未来可期。报告期内，花房科技总体业务发展良好，充值用户、消费用户及营业收入、经营性利润增长。分部看，六间房业绩进入业务优化、提升运营水平阶段，业绩出现波动，花椒直播则呈现增长趋势，用户使用时长与活跃用户渗透率持续处于行业领先地位。

#### (七) 其他

2020年，全球新冠疫情大爆发让文旅行业几乎停摆，在此期间公司战略发展的思考和新项目拓展并未止步，同时公司对现有项目及业务进行全面评估。鉴于浙江宋城龙泉山旅游开发有限公司的主营业务与公司未来战略发展规划的重点不同，公司于2021年4月与浙江省龙泉市人民政府旗下龙泉市旅游投资发展股份有限公司签约转让浙江宋城龙泉山旅游开发有限公司全部股权，拟交易总对价为2.76亿元。本次股权转让交易实施后将使龙泉山项目实现稳健的经营移交，也有利于公司优化资金、资源配置和资产结构，提高资产运营效率，有利于公司进一步聚焦主业。

## 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
1、杭州宋城旅游区	286,877,405.89	17,713,390.19	34.90%	-68.78%	-96.49%	-33.69%
2、三亚宋城旅游区	127,098,246.23	79,054,679.57	76.95%	-67.64%	-73.88%	-8.04%
3、丽江宋城旅游区	136,520,949.23	74,962,536.68	74.85%	-59.06%	-70.32%	-7.35%
4、设计策划费	183,396,698.05	176,470,546.30	95.58%	5.84%	2.58%	-2.08%

## 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

报告期内，公司实现营业收入90,258.61万元，同比去年下降65.44%；归属于上市公司股东的净利润-175,239.80万元，同比去年下降230.80%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润-176,786.16万元，同比去年下降244.66%。

报告期内公司经营业绩同比变动的主要原因如下：

1) 报告期内，公司旗下各景区受疫情影响于2020年1月24日起暂停运营，并于2020年6月12日全面恢复营业。2) 公司对持有北京花房科技有限公司的长期股权投资计提减值准备186,129.73万元。

## 6、面临退市情况

□ 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) 执行《企业会计准则第14号——收入》（2017年修订）（以下简称“新收入准则”）

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第14号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自2020年1月1日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整2020年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，比较财务报表不做调整。执行该准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	对2020年1月1日余额的影响金额	
			合并	母公司
(1) 将与合同收入相关的预收款项重分类至合同负债。	第七届董事会第六次会议	预收款项	-311,838,903.34	-731,628.89
		合同负债	294,302,487.38	710,319.31
		其他流动负债	17,536,415.96	21,309.58

与原收入准则相比，执行新收入准则对2020年度财务报表相关项目的影响如下（增加/（减少））：

受影响的资产负债表项目	对2020年12月31日余额的影响金额	
	合并	母公司
合同负债	188,550,237.52	
预收款项	-192,064,139.60	
其他流动负债	3,513,902.08	

(2) 执行《企业会计准则解释第13号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》（财会〔2019〕21号，以下简称“解释第13号”），自2020年1月1日起施行，不要求追溯调整。

#### ①关联方的认定

解释第13号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第13号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

#### ②业务的定义

解释第13号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自2020年1月1日起执行解释第13号，比较财务报表不做调整，执行解释第13号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(3) 执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于2019年12月16日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会〔2019〕22号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自2020年1月1日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自2020年1月1日起执行该规定，比较财务报表不做调整，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(4) 执行《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》

财政部于2020年6月19日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》（财会〔2020〕10号），自2020年6月19日起施行，允许企业对2020年1月1日至该规定施行日之间发生的相关租金减让进行调整。按照该规定，对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让，企业可以选择采用简化方法进行会计处理。

本公司对于属于该规定适用范围的租金减让全部选择采用简化方法进行会计处理，并对2020年1月1日至该规定施行日之间发生的相关租金减让根据该规定进行相应调整。

本公司作为承租人采用简化方法处理相关租金减让冲减本期营业成本、管理费用和销售费用合计人民币13,042,042.83元。

**(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

本期新增合并单位5家，原因为：

本年新增合并单位	投资比例	备注
珠海宋城演艺王国有限公司	100%	2020年新设
珠海南方影视文化产业有限公司	100%	2020年收购100%股权
珠海华茵园林绿化有限公司	55%	2020年收购的珠海南方影视文化产业有限公司下属持股55%控股子公司
宋城品牌经营管理有限公司	100%	2020年新设
千古情艺术管理有限公司	100%	2020年新设

本期减少合并单位2家，原因为：

本年减少合并单位	投资比例	备注
杭州宋城艺术团有限公司	100.00%	2020年注销
浙江宋城娱乐文化传媒有限公司	100.00%	2020年注销