

证券代码：300144

证券简称：宋城演艺

公告编号：2017-026

## 宋城演艺发展股份有限公司

### 关于 2017 年度非公开发行股票摊薄即期回报的 风险提示、相关防范措施以及相关承诺的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

#### 重要提示：

本次非公开发行完成后，宋城演艺发展股份有限公司（以下简称为“公司”）净资产规模将增加，总股本亦将相应增加。随着募集资金投资项目陆续投产，预计公司的净利润将有所增加，但募集资金逐步投入并产生效益需要一定的过程和时间，因此，短期内公司的每股收益和净资产收益率可能出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

本公告中公司对每股收益的假设分析不构成对公司的盈利预测，公司制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，敬请广大投资者注意投资风险。

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）、中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的要求，为保障中小投资者利益，宋城演艺发展股份有限公司（以下简称为“公司”）就本次非公开发行股票事宜对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并提出了具体的填补回报措施，相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行做出了承诺。具体如下：

#### 一、本次发行对公司即期回报的摊薄影响

## （一）测算假设及前提

1、假设本次非公开发行人于 2017 年 11 月底完成（该完成时间仅用于计算本次发行对即期回报的影响，最终以经中国证监会核准并实际发行完成时间为准）。

2、发行人所处的宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化。

3、假设本次非公开发行股票数量为 19,000 万股（最终发行数量由董事会根据股东大会的授权、中国证监会相关规定及发行对象申购报价的情况与保荐机构协商确定），募集资金总额为 401,700 万元，不考虑发行费用。

4、发行人 2016 年度归属母公司股东的净利润扣除非经常性损益前后分别为 90,230.52 万元、88,713.99 万元。

5、假设 2017 年归属于上市公司股东的净利润和扣除非经常性损益归属于上市公司股东的净利润分别较 2016 年度持平、增长 10%、增长 20% 三种情况。

公司对净利润未来增长的假设是为了便于投资者理解本次非公开发行对公司即期回报摊薄的影响，并不构成公司的盈利预测及对公司未来利润的保证，投资者不应据此进行投资决策。

6、发行人 2015 年度利润分配方案以总股本 1,452,680,502 股为基数，向全体股东以每 10 股派发人民币 0.70 元现金（含税）的股利分红，合计派发现金红利人民币 10,168.76 万元。前述利润分配方案已于 2016 年 4 月 7 日实施完成。

根据发行人 2016 年度报告，公司经董事会审议通过的利润分配预案为：以 1,452,613,577 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 1.00 元（含税）。该预案提请公司 2016 年年度股东大会予以审议。

7、在预测公司总股本时，以本次非公开发行前总股本 1,452,613,577 股为基数，仅考虑本次非公开发行股份的影响，不考虑其他因素导致股本发生的变化。

8、未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务

费用、投资收益) 等的影响。

9、每股收益根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》(2010年修订)的有关规定进行测算。

## (二) 对公司即期回报的摊薄影响

基于上述假设前提，发行人测算了本次发行对2017年度每股收益指标的影响，如下所示：

项目	2016年度	2017年度/2017年12月31日	
		发行前	发行后
总股本(万股)	145,261	145,261	164,261
本次发行A股股数(万股)			19,000
本次募集资金总额(万元)			401,700
预计本次发行完成月份		2017年11月底	
<b>假设1：2017年扣非前后归属于母公司所有者的净利润较2016年持平</b>			
归属于公司普通股股东的净利润(万元)(扣非前)	90,231	90,231	90,231
归属于公司普通股股东的净利润(万元)(扣非后)	88,714	88,714	88,714
基本每股收益(元/股)(扣非前)	0.6212	0.6212	0.6145
稀释每股收益(元/股)(扣非前)	0.6212	0.6212	0.6145
基本每股收益(元/股)(扣非后)	0.6107	0.6107	0.6041
稀释每股收益(元/股)(扣非后)	0.6107	0.6107	0.6041
<b>假设2：2017年扣非前后归属于母公司所有者的净利润与2016年上升10%</b>			
归属于公司普通股股东的净利润(万元)(扣非前)	90,231	99,254	99,254
归属于公司普通股股东的净利润(万元)(扣非后)	88,714	97,585	97,585
基本每股收益(元/股)(扣非前)	0.6212	0.6833	0.6759
稀释每股收益(元/股)(扣非前)	0.6212	0.6833	0.6759
基本每股收益(元/股)(扣非后)	0.6107	0.6718	0.6645
稀释每股收益(元/股)(扣非后)	0.6107	0.6718	0.6645

<b>假设 3：2017 年扣非前后归属于母公司所有者的净利润较 2016 年上升 20%</b>			
归属于公司普通股股东的净利润 (万元) (扣非前)	90,231	108,277	108,277
归属于公司普通股股东的净利润 (万元) (扣非后)	88,714	106,457	106,457
基本每股收益 (元/股) (扣非前)	0.6212	0.7454	0.7374
稀释每股收益 (元/股) (扣非前)	0.6212	0.7454	0.7374
基本每股收益 (元/股) (扣非后)	0.6107	0.7329	0.7250
稀释每股收益 (元/股) (扣非后)	0.6107	0.7329	0.7250

根据上述测算，本次发行后，发行人总股本将会相应增加，但本次募集资金从资金投入到产生效益需要一定的时间，根据上述测算，本次融资募集资金到位当年（2017 年度）公司的每股收益存在短期内被摊薄的风险。

## 二、本次发行摊薄即期回报的风险提示

本次发行募集资金将用于推动公司主营业务的发展，募集资金使用计划已经通过管理层的详细论证，符合公司的长期发展战略，有利于公司的长期发展。随着募集资金的到位，公司净资产规模将有一定幅度的增加，总股本亦将相应增加。但由于募集资金投资项目尚需要一定的建设期，项目达产、达效也需要一定的周期，相关利润在短期内难以全部释放，短期内股东回报仍主要通过现有业务实现。因此，短期内公司的每股收益和净资产收益率可能出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

## 三、本次融资的合理性和必要性

### （一）合理性

#### 1、中国经济崛起支撑大国文化影响力提升

经济、政治和文化三者是构成社会赖以存续与协调发展的三个基本方面，文化影响力是一定的经济与政治影响力的反映。2016 年我国国内生产总值超过 74 万亿元，中国作为世界第二大经济体的地位不可撼动。对于国内文化产业大环境而言，经济腾飞意味着催生了庞大数量级的消费人群以及空前的消费力，构成文化产业加速发展的土壤和基石；放眼全球化大背景下的世界格局，中国作为拥有数千年历史的传统文化大国，亟待进一步夯实与我国经济实力相匹配

的文化影响力。

近年来，中央及国务院陆续出台了《文化产业振兴规划》、《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》等一系列政策文件，为文化产业发展提供持续性政策扶持。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》中重申，到 2020 年要使文化产业成为国民经济支柱性产业。

## 2、消费升级带动旅游服务行业深度发展

随着我国经济快速发展，居民可支配收入持续增长。根据国家统计局历年《国民经济和社会发展统计公报》所公布数据，从 2010 年到 2016 年，我国城镇居民与农村居民人均可支配收入分别从 19,109 元和 5,919 元上涨至 33,616 元和 12,363 元，年复合增长率分别达到 10% 和 13%。

快速上升的人均购买力推动消费者由基础类物质消费向体验类服务消费不断升级，而旅游业作为我国现代服务业的一大重要业态，亦随着经济增长步入大众消费时代。根据国家旅游局所发布数据显示，2016 年我国旅游经济继续领先宏观经济增速，成为稳增长、调结构、惠民生的重要力量；全年国内旅游约 44.4 亿人次，同比增长 11%；国内旅游总收入约 3.9 万亿元，同比增长 14%。

2015 年 8 月，国务院办公厅印发《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，阐明旅游业是我国经济社会发展的综合性产业，是国民经济的重要组成部分，全力改善旅游消费软环境、刺激旅游消费市场增长，将是推动我国现代服务业发展、提升人民生活品质的重要举措。后续出台的《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》提出，“以游客需求为导向，丰富旅游产品，改善市场环境，推动旅游服务向观光、休闲、度假并重转变，提升旅游文化内涵和附加值。”推动旅游服务升级、刺激旅游消费增长已成为国家层面的战略目标。

2016 年 12 月，国家发改委、国家旅游局发布关于《实施旅游休闲重大工程的通知》，通知中指出，实施旅游休闲重大工程是适应人民群众消费升级和产业结构调整的必要要求，对于扩就业、增收入，推动中西部发展和贫困地区脱贫致富、促进经济平稳增长和生态环境改善意义重大，对于提高人民生活质量、培

育和践行社会主义核心价值观也具有重要作用。通知中也强调了对乡村旅游、绿色旅游以及旅游扶贫项目的大力支持。

### **3、科技创新改善文化旅游服务行业用户体验**

党的十六大以来，中央高度重视推进文化与科技融合工作，始终把文化科技创新作为文化改革发展的重要内容。中央高层领导在 2012 年“关于文化和科技的讲话”中提到，文化与科技历来如影随形，科学技术的每一次重大进步，都会给文化的发展样式、传播方式、表现形式带来革命性变化，而文化与科技的融合又会对整个经济社会的发展进步产生深远的影响。当今时代，科学技术迅猛发展，不断孕育和催生着新的重大突破，新技术新应用层出不穷，科技的影响和作用从来没有像今天这样巨大。从掌握国际文化竞争主动权看，现代科学技术的迅猛发展，正在带来全球文化竞争格局的重大调整，各国都在谋求借助高新技术增强自身文化软实力，科技已成为文化核心竞争力的重要方面。从一定意义上说，谁拥有了高新技术的优势，谁的融合步伐快，谁就占据文化发展的制高点、掌握文化发展的主动权。

随着科技与生活的进一步融合与碰撞，原本被应用于工业领域的技术在消费领域的应用前景日益广泛，为用户体验带来了新一波革新。3D 与虚拟现实等技术原被应用于城市规划、先进制造业等专业领域，如今被广泛应用于电视电影、教育培训、房地产销售等场景，极大提升了消费者体验。将科技创新与消费场景进行融通，从而增进销售效率与用户体验，已经成为当代消费业态下一大核心竞争力。

国家旅游局在《关于促进智慧旅游发展的指导意见》中指出，运用新一代信息网络技术和装备，实现旅游体验的智能化，促进旅游业态向综合性和融合型转型提升，是游客市场需求与现代信息技术驱动旅游业创新发展的新动力和新趋势，也是全面提升旅游业发展水平、提高旅游满意度的重要抓手。

### **4、原创 IP 成为文娱产业发展新驱动**

20 世纪 80 年代，受改革开放红利影响，文化产业呈现巨大活力，催生了一批以四大名著为代表的 IP 被搬上荧屏。之后随着中国加入 WTO 以及社会主义市场经济体制的建立，大批境外文娱作品被引入国内，同时本土制作方对于文

娱题材的发掘与涉足也更为广泛，文娱作品数量呈现指数级增长。但海量文娱作品产生的背后，是难以避免的内容同质化、质量参差不齐等现象。在此背景下，基于受众对于文娱作品品质的更高诉求，结合国家政策对于原创内容的大力支持，强势原创 IP 重回视野。一批从受众体验出发进行打造的、兼具专业化与强体验的原创 IP 在文娱市场的激烈竞争中异军突起，收获了巨大流量、影响力以及经济效益，成为文娱产业当下新一轮驱动力。

行业相关主管部门连续发布指导意见，明确表态大力扶持自主原创。国家广电总局办公厅印发《开展网上境外影视剧信息申报登记工作的通知》，对于境外影视作品的引入提出了明确规定及要求；2016年6月，国家广电总局发布《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》，鼓励自主创新、大力扶持原创。

## **5、发行人积累了深厚的业务运营基础与成功经验**

宋城演艺主要从事文化演艺和泛娱乐业务。经过多年的发展，公司已经形成了现场演艺、互联网演艺和旅游休闲三大板块。其中，现场演艺业务主要为千古情系列演出和主题公园集群，包括《宋城千古情》、《三亚千古情》、《丽江千古情》、《九寨千古情》等；互联网演艺主要是六间房从事的互联网演艺业务，六间房是公司于2015年全资并购控股的一个基于平民艺人和粉丝关系的互联网演艺平台；旅游休闲服务业务主要是指宋城旅游承载的管理输出、品牌输出、创意输出的轻资产运营模式以及网络销售平台，形成自主投资运营和景区托管运营并重、直销和分销渠道并举的格局。

### **(1) “千古情”品牌的既往成功经验为异地复制奠定了坚实基础**

宋城演艺自成立以来，专注于旅游休闲与现场演艺业务的发展，“千古情”以其影响力成为了旅游演艺和创意产业的代表性品牌，杭州宋城千古情景区已成为杭州的地标式建筑。2010年底公司上市后，通过募集资金撬动杭州本地和多个异地项目成功实施，公司营业收入规模从2011年的50,453.22万元增加到2016年的155,401.64万元(剔除收购六间房因素后)，复合增长率达到25.23%。

异地千古情景区项目(包括三亚千古情景区、丽江千古情景区和九寨千古情景区等)的成功实施，为上市公司业绩高速增长提供了稳定支撑。三亚千古情景

区 2013 年 9 月开园，2013 年即实现 3,455.39 万元收入，2016 年实现收入 30,746.72 万元，年复合增长率达到 107.22%；丽江千古情景区 2014 年 3 月开园，2014 年即实现 7,393.34 万元的收入，2016 年实现收入 22,256.00 万元，年复合增长率达到 73.50%；九寨千古情景区 2014 年 5 月开园，2014 年即实现 6,346.58 万元的收入，2016 年实现收入 14,927.94 万元，年复合增长率达 53.37%。

经过二十余年发展，宋城演艺旗下现已拥有 30 个各类型剧院、65,000 个座位数，超过世界两大戏剧中心伦敦西区、美国百老汇的全部座位数。在 2016 年 6 月国际主题公园及景点行业权威组织 TEA 及顾问集团 AECOM 联合发布的《2015 年全球主题公园调查报告》中，发行人与迪士尼集团、环球娱乐集团等入选“全球主题公园集团十强”，公司旅游演艺业务的五个指标，包括演出场次、观众人数、演艺收入、演出利润以及毛利率，位居中国乃至全球市场领先地位。

宋城演艺以创意为起点、以演艺为核心、以主题公园为载体，千古情景区项目百花齐放，千古情系列观演人数超预期增长，成为公司业绩增长的主要驱动力，这也为发行人本次募集资金投向的异地演艺项目的发展奠定了基础。

## **(2) 科技元素在业务中的成功运用，为本次“科技宋城”相关募投项目建设奠定基础**

在技术不断革新的时代背景下，公司作为文化演艺企业所具备的突出的现场体验优势日益彰显。公司在自身的千古情演艺产品、千古情景区内一向重视科技元素的运用，是最早引入水幕电影的主题公园运营商，最早用动态画面的形式来呈现“清明上河图”的壮观场景，最早把数字多媒体、现代舞台机械运用到演艺剧目“千古情”系列中。

为推进“科技宋城”理念的进一步深化，公司于 2016 年 7 月成立杭州宋城科技发展有限公司，在机器人、无人机、VR、多媒体影像板块深入开展研究。同年 12 月，宋城演艺发布战略投资美国科技公司 SPACES 及开展业务合作的公告，同时与 SPACES 通过签署主开发协议以加快推动项目落地以及国内合资公司成立。合作的加深将快速推进双方优势资源的整合，宋城演艺将以自身优秀、深厚的运营和创意能力，辅以 SPACES 先进、独特的 VR、AR、MR 技术，



运用到旗下主题公园以及表演中。

在本次募投项目建设过程中，公司将延续对于科技元素的一贯重视与探索，秉持创新精神实行科技互动投资项目的建设，进一步丰富演出产品的舞台表现力与感染力，大幅提升园区游览的互动体验，以科技作为核心竞争力提升的重要工具。

### **(3) 演艺业务积累 IP 运营能力，为本次“网红宋城”、“IP 宋城”相关募投项目建设奠定基础**

在旅游演艺方面，发行人打造的“宋城”、“千古情”两大品牌立足于中国传统文化的深厚土壤，致力于弘扬民族文化的深远影响力，在 2016 年中国旅游演艺大会发布的《中国演艺排行榜》中，“千古情”系列演艺作品占据全国旅游演出总收入的 1/3 以上票房，发行人位列中国旅游演出机构十强首位。

在互联网演艺方面，公司于 2015 年成功收购六间房。六间房作为中国互联网直播行业的领先企业，桌面平台“六间房秀场”与移动平台“石榴直播”拥有庞大的用户社群、成熟的产品形态，服务了用户在桌面的重度体验、移动的轻便体验场景；从业务模式角度，六间房覆盖了个人与机构表演者的全部内容源形态，同时深度经营用户的交互体验，形成了以在线直播为基础的 C2C、B2C 闭环社区。宋城六间房目前拥有超过 22 万名签约主播，其月活跃用户数已超过 4,000 万。除了在直播主业发力，六间房还相继在二次元、AR 和人工智能等领域进行了深度研发和储备，积极探索新的业务增长点，全面开启以“在线直播+移动游戏+内容与 IP”为核心的平台战略。

宋城与六间房两个千万量级用户平台的相互结合，可形成相互导流、共同发展的态势，为内容、艺人、IP 的流转提供了更为广阔的空间，平台优势有助于公司打造具有品牌性、主导性和创新性的、覆盖线上和线下的泛娱乐生态系统。同时，旅游休闲、现场娱乐、互联网娱乐等领域的几大平台实现了较高度度的行业融合，令公司具备明显的产业链优势，抗风险能力相对较强。

### **(4) 多年行业深耕孕育专业化团队，护航募投项目实施**

公司深耕演艺行业多年，团队对于行业发展的规律和特点有较强的把握能

力，在项目选址、投资把控、演艺创意、创作设计、舞台呈现、服装道具、景区运营、观演体验、日常管理等各个环节上体现出高度的专业性。

公司拥有独立完整的规划设计和创作演出团队，是一支具有丰富的创作和设计水平经验的专业自主创造队伍。在对主题公园的规划和设计以及演艺产品编创过程中，结合自身的创新理念，能够充分挖掘当地文化；同时，在产品运营期间，专业团队能够根据行业和市场的变化，不断融入自身的灵感和原创性的内容，对主题公园及演艺产品进行持续整改，及时获取和融合新鲜元素，使得产品体现出鲜明的特性和较高的文化内涵。创作和设计的优势是公司保持差异化经营和持续创新的重要保障。

此外，公司在长期的创意经营中组建了成熟、完善的内部策划团队，在互联网化、互联网移动化和新媒体崛起的背景下，充分发挥创意能力，线上线下联动开展创意营销，制造话题效应，推动媒体自发传播，实现产品和服务在消费者中的低成本广覆盖，为市场拓展和收入增长提供了强有力的保证。

综上，发行人在旅游演艺和互联网演艺板块业务的运作过程中积累了丰富的演艺资源与品牌打造经验。在本次募投项目的建设过程中，发行人将基于自身在文化产品打造与运营领域多年的探索实践，全力推动相关募投项目的建设，助力于“演艺宋城、旅游宋城、国际宋城、网红宋城、IP 宋城、科技宋城”六个宋城战略版图的全面实现。

## **（二）必要性**

### **1、符合大国文化影响力提升的客观要求**

在全球化浪潮面前，一个国家应该有属于本国的、代表民族与历史特色的载体，站在时代面前，迎接全世界的关注。我国的传统文化有博大精深、厚重凝练的形、意、魂，同时工匠精神又使得文化产品得以长久延续、保持强大的生命力。

本次发行募集资金投资项目包含位于澳大利亚昆士兰黄金海岸的“澳大利亚传奇王国”项目。发行人将秉承一贯“建筑为形，文化为魂”的理念，除结合当地自然条件和澳洲风土人情实施园区开发建设，还将立足于中国传统文

化，本着工匠精神精雕细琢文化演艺项目，增强中国的文化自信，使其成为成为一带一路的载体和国际游客了解中国文化的窗口。

本项目实施后，发行人将基于自身强大的旅游演艺运营能力，将国内市场的成功经验复制到海外落地，向“世界演艺第一、全球主题公园集团前三”的目标进一步推进。发行人将以“演艺”这一世界通行的表现方式，向全球输出宋城对于传统文化的执着探索、别具一格的表达形式，让世界见证工匠精神的精髓与传承。

## **2、顺应旅游服务行业深度发展的行业趋势**

我国的国内外出游人数持续上升，游客对于旅游体验的诉求也呈现升级，相应对于体验的付费意愿同步走强。据艾瑞咨询《2016 年中国景区旅游研究报告》，87.9%的景区旅游用户会产生额外消费，除基本食宿外，主要为购物和娱乐项目；没有在景区产生额外消费的用户中，58.9%因为没有感兴趣的产品/项目，27.0%因为项目/产品的品质较差。综上，我国当代消费者已逐渐不再满足于传统模式的景点游览与消费体验。

本次发行募集资金投资项目实施后，发行人将进一步完善自身的产业布局，其中“宋城演艺·世博大舞台改扩建项目”将在城市核心打造多功能、全天候的旅游文化演艺景观地标，对城市工业文明遗存给予全新表达；“阳朔·宋城旅游建设项目（暨桂林‘漓江千古情’演艺建设项目）”、“张家界千古情建设项目”将在桂林、张家界等以传统观光旅游为主的景区，结合当地独特而多元的文化风俗，打造升级化、与时俱进的文化旅游品牌。发行人作为旅游演艺领域的品牌运营翘楚，将为游客提供高品质、极富文化特色的强体验，满足当今游客对于体验诉求的升级，增强游客的参与感，延长游客停留时间，并有力刺激消费。

## **3、运用科技手段赋予传统旅游演艺项目新的生命力**

本次发行募集资金投资项目“演艺科技提升及科技互动”项目实施后，发行人将通过“千古情”系列演出的提升整改、主题公园的科技改造、VR 项目的建设等，贯彻“科技宋城”的战略目标，具体建设项目包括黑暗骑乘、飞行影院、全息投影、结构投影、动态雕塑、VR 产品等。其必要性包括：

(1) “千古情”系列作为公司的核心产品，一贯秉承“每月一小改、每年一大改”的理念，坚持与时俱进、与观众不断演变的需求俱进。本次募投项目对“千古情”系列演出进行提升整改，将科技元素与文化演出有机结合，通过在演出中增加全息投影、结构投影、动态雕塑等科技元素，满足观众不断升级的感官需求，持续改善观影体验，强化“千古情”演出的品牌竞争力；

(2) 随着科技时代来临，新型主题公园及园内项目将持续向数字化、虚拟化和智能化方向发展。本次募投项目中对于虚拟现实空间、激光、模拟器等技术手段与设备的大量运用，能够令游客收获无与伦比的参与感与沉浸感，刺激游客产生更多园内消费；

(3) 游乐项目内容可以随着技术升级而实时更新和调整，持续满足消费者的需求演变，同时可以灵活融合宋城娱乐自身的 IP、线下演艺、线上娱乐内容，形成产业链式的品牌效应；

(4) 科技项目的实施大多位于室内，可有效避免季节与天气变化对游览的影响；

(5) 随着 80、90、00 后逐渐成为社会的主力消费人群，景区的科技改造有助于发行人覆盖更广泛的新兴客群。

#### **4、以原创 IP 为核心，构建宋城演艺泛娱乐生态新格局**

本次募投项目实施后，发行人将基于在线下旅游演艺领域和线上互联网演艺领域积累的丰富经验，打造优质自有 IP——树屋女孩。女团成员的外形着装从中国传统文化元素汲取灵感，内容创作将基于经典进行现代化改编，并由发行人基于丰富的宣传渠道与推广经验实现传播。

打造大型演艺女子天团“树屋女孩”是发行人构建“IP、现场娱乐、互联网娱乐、旅游休闲”四位一体娱乐生态圈的重要举措，也是发行人实现“以演艺为核心、跨媒体跨区域的泛娱乐生态圈”的重要抓手。同时该项目对于发行人的 IP 版图、旅游演艺、现场娱乐和互联网娱乐存在反哺与拉动效应，能够为公司创造持续盈利。

#### **四、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募投项目在**

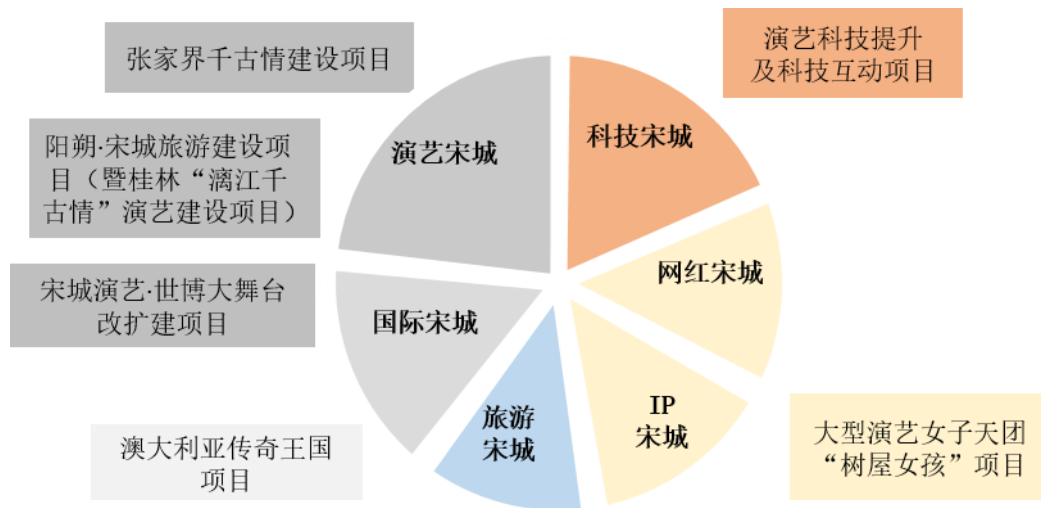
## 人员、技术、市场等方面的储备情况

### （一）本次募投项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目分别为“澳大利亚传奇王国项目”、“宋城演艺·世博大舞台改扩建项目”、“阳朔·宋城旅游建设项目（暨桂林‘漓江千古情’演艺建设项目）”、“张家界千古情建设项目”、“演艺科技提升及科技互动项目”以及“大型演艺女子天团‘树屋女孩’项目”。

公司本次募集资金投资项目与公司的发展战略“六个宋城”（演艺宋城、旅游宋城、国际宋城、网红宋城、IP 宋城、科技宋城）相契合，紧密围绕公司战略进行投资建设。其中“宋城演艺·世博大舞台改扩建项目”、“阳朔·宋城旅游建设项目（暨桂林‘漓江千古情’演艺建设项目）”、“张家界千古情建设项目”属于“演艺宋城”类项目，将复制宋城演艺在杭州、三亚、丽江、九寨等地的多年成功经验，运营“主题公园+文化演艺”的千古情产品；“澳大利亚传奇王国项目”契合“国际宋城”的战略方向，在国际一线旅游目的地澳大利亚开发新景区，输出“主题公园+文化演艺”的拳头产品，传播中国文化；“演艺科技提升及科技互动项目”是基于“科技宋城”战略，通过千古情系列演艺产品的提升整改、景区的科技项目改造和 VR 交互体验产品的建设等，以丰富的科技互动手段增强宋城演艺的核心竞争力；大型演艺女子天团“树屋女孩”是基于“网红宋城”和“IP 宋城”战略推出的偶像团体，旨在为宋城的泛娱乐生态圈布局，丰富现场和互联网演艺的产品内容。

本次募集资金投资项目与公司战略关系如下所示：



## (二) 公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

宋城演艺主要从事文化演艺和泛娱乐业务。经过多年的发展，公司已经形成了现场演艺、互联网演艺和旅游休闲三大板块。其中，现场演艺业务主要为千古情系列演出和主题公园集群，包括《宋城千古情》、《三亚千古情》、《丽江千古情》、《九寨千古情》等；互联网演艺主要是六间房从事的互联网演艺业务，六间房是公司于 2015 年全资并购控股的一个基于平民艺人和粉丝关系的互联网演艺平台；旅游休闲服务业务主要是指宋城旅游承载的管理输出、品牌输出、创意输出的轻资产运营模式以及网络销售平台，形成自主投资运营和景区托管运营并重、直销和分销渠道并举的格局。

### 1、“千古情”品牌的既往成功经验为异地复制奠定了坚实基础

宋城演艺自成立以来，专注于旅游休闲与现场演艺业务的发展，“千古情”以其影响力成为了旅游演艺和创意产业的代表性品牌，杭州宋城千古情景区已成为杭州的地标式建筑。2010 年底公司上市后，通过募集资金撬动杭州本地和多个异地项目成功实施，公司营业收入规模从 2011 年的 50,453.22 万元增加到 2016 年的 155,401.64 万元(剔除收购六间房因素后)，复合增长率达到 25.23%。

异地千古情景区项目(包括三亚千古情景区、丽江千古情景区和九寨千古情景区等)的成功实施，为上市公司业绩高速增长提供了稳定支撑。三亚千古情景区 2013 年 9 月开园，2013 年即实现 3,455.39 万元收入，2016 年实现收入 30,746.72 万元，年复合增长率达到 107.22%；丽江千古情景区 2014 年 3 月开

园，2014年即实现7,393.34万元的收入，2016年实现收入22,256.00万元，年复合增长率达到73.50%；九寨千古情景区2014年5月开园，2014年即实现6,346.58万元的收入，2016年实现收入14,927.94万元，年复合增长率达53.37%。

经过二十余年发展，宋城演艺旗下现已拥有30个各类型剧院、65,000个座位数，超过世界两大戏剧中心伦敦西区、美国百老汇的全部座位数。在2016年6月国际主题公园及景点行业权威组织TEA及顾问集团AECOM联合发布的《2015年全球主题公园调查报告》中，发行人与迪士尼集团、环球娱乐集团等入选“全球主题公园集团十强”，公司旅游演艺业务的五个指标，包括演出场次、观众人数、演艺收入、演出利润以及毛利率，位居中国乃至全球市场领先地位。

宋城演艺以创意为起点、以演艺为核心、以主题公园为载体，千古情景区项目百花齐放，千古情系列观演人数超预期增长，成为公司业绩增长的主要驱动力，这也为发行人本次募集资金投向的异地演艺项目的发展奠定了基础。

## **2、科技元素在业务中的成功运用，为本次“科技宋城”相关募投项目建设奠定基础**

在技术不断革新的时代背景下，公司作为文化演艺企业所具备的突出的现场体验优势日益彰显。公司在自身的千古情演艺产品、千古情景区内一向重视科技元素的运用，是最早引入水幕电影的主题公园运营商，最早用动态画面的形式来呈现“清明上河图”的壮观场景，最早把数字多媒体、现代舞台机械运用到演艺剧目“千古情”系列中。

为推进“科技宋城”理念的进一步深化，公司于2016年7月成立杭州宋城科技发展有限公司，在机器人、无人机、VR、多媒体影像板块深入开展研究。同年12月，宋城演艺发布战略投资美国科技公司SPACES及开展业务合作的公告，同时与SPACES通过签署主开发协议以加快推动项目落地以及国内合资公司成立。合作的加深将快速推进双方优势资源的整合，宋城演艺将以自身优秀、深厚的运营和创意能力，辅以SPACES先进、独特的VR、AR、MR技术，运用到旗下主题公园以及表演中。

在本次募投项目建设过程中，公司将延续对于科技元素的一贯重视与探

索，秉持创新精神实行科技互动投资项目的建设，进一步丰富演出产品的舞台表现力与感染力，大幅提升园区游览的互动体验，以科技作为核心竞争力提升的重要工具。

### **3、演艺业务积累 IP 运营能力，为本次“网红宋城”、“IP 宋城”相关募投项目建设奠定基础**

在旅游演艺方面，发行人打造的“宋城”、“千古情”两大品牌立足于中国传统文化的深厚土壤，致力于弘扬民族文化的深远影响力，在 2016 年中国旅游演艺大会发布的《中国演艺排行榜》中，“千古情”系列演艺作品占据全国旅游演出总收入的 1/3 以上票房，发行人位列中国旅游演出机构十强首位。

在互联网演艺方面，公司于 2015 年成功收购六间房。六间房作为中国互联网直播行业的领先企业，桌面平台“六间房秀场”与移动平台“石榴直播”拥有庞大的用户社群、成熟的产品形态，服务了用户在桌面的重度体验、移动的轻便体验场景；从业务模式角度，六间房覆盖了个人与机构表演者的全部内容源形态，同时深度经营用户的交互体验，形成了以在线直播为基础的 C2C、B2C 闭环社区。宋城六间房目前拥有超过 22 万名签约主播，其月活跃用户数已超过 4,000 万。除了在直播主业发力，六间房还相继在二次元、AR 和人工智能等领域进行了深度研发和储备，积极探索新的业务增长点，全面开启以“在线直播+移动游戏+内容与 IP”为核心的平台战略。

宋城与六间房两个千万量级用户平台的相互结合，可形成相互导流、共同发展的态势，为内容、艺人、IP 的流转提供了更为广阔的空间，平台优势有助于公司打造具有品牌性、主导性和创新性的、覆盖线上和线下的泛娱乐生态系统。同时，旅游休闲、现场娱乐、互联网娱乐等领域的几大平台实现了较高度度的行业融合，令公司具备明显的产业链优势，抗风险能力相对较强。

### **4、多年行业深耕孕育专业化团队，护航募投项目实施**

公司深耕演艺行业多年，团队对于行业发展的规律和特点有较强的把握能力，在项目选址、投资把控、演艺创意、创作设计、舞台呈现、服装道具、景区运营、观演体验、日常管理等各个环节上体现出高度的专业性。



公司拥有独立完整的规划设计和创作演出团队，是一支具有丰富的创作和设计水平经验的专业自主创造队伍。在对主题公园的规划和设计以及演艺产品编创过程中，结合自身的创新理念，能够充分挖掘当地文化；同时，在产品运营期间，专业团队能够根据行业和市场的变化，不断融入自身的灵感和原创性的内容，对主题公园及演艺产品进行持续整改，及时获取和融合新鲜元素，使得产品体现出鲜明的特性和较高的文化内涵。创作和设计的优势是公司保持差异化经营和持续创新的重要保障。

此外，公司在长期的创意经营中组建了成熟、完善的内部策划团队，在互联网化、互联网移动化和新媒体崛起的背景下，公司团队充分发挥创意能力，线上线下联动开展创意营销，制造话题效应，推动媒体自发传播，实现产品和服务在消费者中的低成本广覆盖，为市场拓展和收入增长提供了强有力的保证。

综上，发行人在旅游演艺和互联网演艺板块业务的运作过程中积累了丰富的演艺资源与品牌打造经验。在本次募投项目的建设过程中，发行人将基于自身在文化产品打造与运营领域多年的探索实践，全力推动相关募投项目的建设，助力于“演艺宋城、旅游宋城、国际宋城、网红宋城、IP 宋城、科技宋城”六个宋城战略版图的全面实现。

## **五、公司根据自身经营特点制定的填补即期回报的具体措施**

### **（一）公司现有业务板块运营状况、发展态势、面临的主要风险及改进措施**

#### **1、现有业务板块运营状况、发展态势**

宋城演艺主要从事文化演艺和泛娱乐业务。经过多年的发展，公司已经形成了现场演艺、互联网演艺和旅游休闲三大业务板块，是国际权威组织公布的全球主题公园集团十强企业，连续七届被评为“中国文化企业三十强”。

现场演艺业务主要为千古情系列演出和主题公园集群，包括《宋城千古情》、《三亚千古情》、《丽江千古情》、《九寨千古情》等，其收入主要来源于演出门票收入。报告期内，公司各大演出受到游客的高度欢迎，观演人数同

比高速增长，成为公司业绩增长的主要驱动力。目前，公司已经初步建成一个覆盖全国一线旅游休闲目的地的旅游演艺平台，“千古情”作为一个强大的 IP，品牌已经走向全国，凸显了公司以“演艺”为核心的竞争力，中国演艺行业龙头地位得到持续巩固和加强。

互联网演艺主要是六间房从事的互联网演艺业务。六间房作为中国互联网直播行业的领先企业，将充分利用公司在互联网社交和多媒体互动领域的经验，持续开发面向不同用户群、不同业务形态的产品。六间房主要从事平台的运营业务，其收入主要来自于虚拟物品的销售收入。报告期内，互联网演艺行业蓬勃发展，六间房的主播数和用户数持续增长，用户付费意愿不断提升，驱动六间房业务高速增长，进一步巩固了其作为中国互联网演艺平台领先者的地位。

旅游休闲服务业务主要是指公司全资子公司杭州宋城旅游发展有限公司，成为承载管理输出、品牌输出、创意输出的轻资产运营模式的主体。公司将与潜在合作伙伴用合资、合作、品牌输出、人才管理、规划设计、艺术编创和委托经营等各种方式，快速布局和推进项目。公司与合作方共享宋城品牌与专业优势，做到既拥有成熟的宋城模式、又深挖当地文化特色，共同打造当地文化旅游地标。与此同时，公司在线上直销和分销平台上也实现快速增长。报告期内，公司结合当下热点事件和线下活动推广直营微信、微网站，带动自营销售；公司加强与各大 OTA 平台合作，结合各家优势推广资源，适时推出演出包场、OTA 会员日特价活动，积极拓展新生渠道合作，拓展细分市场业务。公司将大力发展旅游休闲服务业务，实现轻资产输出的快速业务拓展。

## **2、发行人现有业务板块面临的主要风险及改进措施**

### **(1) 自然因素和社会因素的风险**

本公司主营业务为文化演艺和泛娱乐业务，包括现场演艺、互联网演艺和旅游休闲三大板块。游客和观众接待量是影响公司业绩的主要因素，自然灾害、重大疫情、大型活动等自然因素和国家对公司所在行业的宏观政策等社会因素将会对公司经营业绩产生影响，同时此类因素对公司而言具有不可抗力。

### **(2) 经济周期影响的风险**

目前，我国国民经济运行总体平稳、稳中有进，缓中趋稳、稳中向好，虽然文化休闲消费已逐渐成为新的消费热点并受政策鼓励，但仍受到国家宏观经济政策的影响和我国经济发展水平的制约。国家经济的周期性波动以及宏观环境发生变化可能会影响文化休闲消费需求，从而在一定程度上影响到公司的经营业绩和持续发展。

### （3）竞争风险

行业新进入者涌入带来的竞争加剧风险；娱乐形式多样化对旅游演艺市场带来的冲击风险。

近年来，旅游演艺产业发展迅猛，众多社会资本纷纷涌入实景演艺和主题公园行业，其中不乏资金实力雄厚的其他行业巨头。行业参与者数量的增加，使得行业竞争不断加剧。面对日益激烈的市场竞争，公司牢牢立足于文化，通过深挖城市文化的根与魂，为产品和服务注入文化基因和城市特质，使得公司显著区别于竞争对手，保证了公司在激烈的市场竞争中保持领先优势。

在科技进步和文化消费大发展的浪潮下，以影视传媒、综艺节目、互联网娱乐为代表的娱乐形态异军突起，为人们的文化娱乐消费提供了更多选择。面对这种情况，公司始终坚信现场娱乐的不可替代性。同时，一方面公司通过不断的氛围改造提升和大量的创意和策划活动，大大增强了景区的氛围和体验感，提升了产品和服务的参与性及互动性。另一方面，公司以开放的心态拥抱互联网，通过收购互联网演艺龙头六间房公司积极介入线上娱乐，努力打造线下演艺和线上娱乐的 O2O 生态圈。

### （4）安全事故风险

由于公司经营的旅游文化演艺节目均为室内演出，可能会因剧场设施故障等原因发生运营事故；公司经营的游乐类主题公园拥有多种大型游乐设备，自然因素和人为因素也有可能导致大型游乐设备的运营故障而产生事故，设备运营的安全性直接关系到游客人身安全和公司信誉，安全事故的发生将直接对公司的经营和品牌产生负面影响。

### （5）投资并购整合风险

2016 年是公司“五五计划”的开局之年，亦是公司构建繁荣生态圈，加快国际化步伐的关键年。公司将致力于实现两个目标，一是在品牌上，成为“世界演艺第一”，在规模上跻身“全球主题公园集团”前三；二是成功打造“以演艺为核心的跨媒体跨区域的泛娱乐生态圈”。在这个过程中，兼并收购是重要的手段。在成功并购六间房以后，公司未来仍将继续通过兼并收购和参股投资的方式在互联网娱乐、IP 内容、现场娱乐和国际化等相关领域进行布局，而进入新的业务领域和引入新的团队必然面对团队融合的风险和企业经营的风险，存在商誉减值的可能。

## **（二）提高公司日常运营效率、降低公司运营成本、提升公司经营业绩的具体措施**

### **1、加快实践战略规划，进一步提升公司的核心竞争力**

未来五年公司将致力于实现两个目标，一是在品牌上成为“世界演艺第一”，在规模上跻身“全球主题公园集团”前三；二是成功打造“以演艺为核心的跨媒体跨区域的泛娱乐生态圈”。

公司要在三个方向实现战略升级，一是从过去“深挖一口井”的单业务发展向多业务协同发展转变，在继续强化现场娱乐和互联网演艺两大主业竞争优势、保持主业快速增长的前提下，挖掘新的业务增长点；二是从过去“自给自足”的全产业链生产模式向“开放共享”、“合作共赢”的资源整合型生态转换，通过业务合作和兼并收购的方式，整合社会优质资源，共同把线下线上平台做大做强；三是在人才队伍上，从过去传统企业的偏“劳动密集型”向互联网产业的“智力密集型”转变，打造更加专业化、互联网化、国际化的人才团队。

从业务板块来看，基于公司的生态架构、核心竞争优势与市场前景，公司将以连接“人与娱乐”为目标，围绕“粉丝经济”，以 IP 为源动力，以创意为核心竞争力，打造“现场娱乐+互联网娱乐+旅游休闲+IP”四位一体，线上线下双轮驱动、相互联动的综合性娱乐生态圈。

未来，公司将以凝聚粉丝为核心，以做大用户为基础；着力构建旅游休闲、现场娱乐、互联网娱乐三大消费场景；通过多样化的投资手段参与打造文学、动漫、音乐系列 IP，利用 IP 连接用户和消费场景，实现用户变现和消费场

景的货币化。在战略执行过程中，公司将更加注重国际化，积极“走出去”、“引进来”。

## **2、加快募投项目投资进度，尽快实现项目预期效益**

发行人本次募投项目包括“澳大利亚传奇王国项目”、“宋城演艺·世博大舞台改扩建项目”、“阳朔·宋城旅游建设项目（暨桂林‘漓江千古情’演艺建设项目）”、“张家界千古情建设项目”、“演艺科技提升及科技互动项目”以及“大型演艺女子天团‘树屋女孩’项目”，符合国家的文化产业相关政策以及公司的远期发展战略，并且具有良好的市场前景和经济效益。随着项目逐步进入达产期，发行人的盈利能力和经营业绩将出现显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。本次发行募集资金到位前，为确保募投项目按计划实施并尽快实现预期效益，发行人将积极调配资源，提前实施募投项目的前期准备工作。

## **3、加强募集资金管理，保障募集资金按计划使用**

本次募集资金到位后，发行人将对募集资金进行严格监管，要求必须存放于公司董事会指定的募集资金专项账户中，便于对募集资金的管理和使用情况加以监督。发行人董事会将严格按照相关法律法规及募集资金管理相关制度的要求规范管理募集资金，确保资金安全使用。同时，发行人将进一步推进募集资金投资项目的建设进度，使募投项目加速进入达产期，实现预期效益。随着募集资金投资项目的顺利实施，发行人将加速发展“六个宋城”战略的实施步伐，进一步完善自身在泛文化产业领域的战略布局。

## **4、落实利润分配政策，优化投资回报机制**

发行人现行《公司章程》中对于利润分配政策的规定，特别是对于现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件的规定，符合《中国证监会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》、《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》的要求。发行人将严格执行《公司章程》明确的利润分配政策，在主营业务实现健康发展和经营业绩持续增长的过程中，给予投资者持续稳定的合理回报。

为进一步明确未来三年的股东回报计划，继续引导投资者树立长期投资和理性投资的理念，积极回报投资者，在《未来三年股东回报规划(2015-2017年)》的基础上，公司制定了《未来三年股东回报规划(2017-2019年)》，规划明确了公司未来三年股东回报规划的具体内容、决策机制以及规划调整的决策程序，强化中小投资者权益保障机制。《未来三年股东回报规划(2017-2019年)》已经公司第六届董事会第九次会议审议通过，并提请公司2016年年度股东大会予以审议。

#### **六、公司董事、高管关于保证公司填补即期回报措施切实履行的承诺**

为切实优化投资回报，维护投资者特别是中小投资者的合法权益，发行人董事、高级管理人员签署了《承诺书》，承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；约束个人的职务消费行为；不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；若发行人公布股权激励方案，承诺拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

#### **七、公司控股股东、实际控制人的承诺**

发行人控股股东杭州宋城集团控股有限公司、发行人实际控制人黄巧灵先生根据中国证监会相关规定，承诺不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益，切实履行对发行人填补回报的相关措施。

特此公告。

宋城演艺发展股份有限公司

董事会

二〇一七年三月十三日