

证券代码：300144

证券简称：宋城演艺

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>投资者交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	天风证券、海通证券、申万宏源、方正证券、德邦证券、光大证券、国盛证券、华创证券、东北证券、国海证券、银河证券、华西证券、国金证券、国信证券、中信证券、兴业证券、国泰君安证券、中金公司、高盛、摩根士丹利华鑫证券、瑞银证券、东方证券、东吴证券、长江证券、中信建投证券、华泰证券、安信证券、招商证券、开源证券、汇添富基金、兴证全球基金、中欧基金、交银施罗德基金、富国基金、易方达基金、贝莱德基金、邓普顿基金、鹏华基金、大成基金、景顺长城基金、国泰基金、工银瑞信基金、睿远基金、淡马锡富敦、华泰柏瑞基金、华安基金、中银基金、上投摩根基金、博时基金、招商基金、东方资管、万家基金、光大保德信基金、海富通基金、南方基金、农银汇理基金、汇丰晋信基金、嘉实基金、中金资管、中信资管、平安资管、泰康资产、人寿资产、人保资产、招银理财、兴业资管、石锋资产、朱雀投资、丹羿资管、恒识投资、敦和资产、华夏久盈资产、泓澄投资、益菁汇资产、华宝基金、鹏扬基金、长信基金、银河基金、中海基金、德邦基金、恒越基金、华宝兴业基金、中加基金、长盛基金、平安基金、长城基金、前海开源基金、民生加银基金、银华基金、新华基金、国联安基金、诺安基金、天治基金、安信基金、中海基金、东吴基金、华泰保兴基金、诺德基金、东兴基金、太平基金、浦银安盛基金、湘财基金、泰信基金、国寿安保基金、风和投资、毅恒资本、美国开心龙基金、安信自营、太平资产、长江养老、国寿养老、中信保诚、上海人寿、华泰保险、中华联合保险、国元自营、永盈基金、兴银理财、方正资管、建信保险资管、百年人寿保险、东方自营、中泰自营、财通资管、淳厚基金、钦沐资产、天虫资本、金建投资、上海玖歌投资、恒复投资、六禾投资、上海君和立成投资、北京金百镨投资等机构及个人投资者合计约 350 人。
时间	2021 年 4 月 29 日
地点	上海宋城
上市公司接待人员姓名	董事长黄巧灵、总裁张娴、董事会秘书侯丽等
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">上海宋城开业投资者交流活动主要内容</p> <p>关于上海宋城：</p> <p>上海宋城位于世博公园内，与黄浦江近在咫尺，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。上海宋城总建</p>

筑面积 4 万多方，上下共 7 层，拥有 3 个可容纳数千人的室内大剧场，以及森林剧院、电音广场、演艺广场、朋克走廊、悬崖剧院等室外剧院，还有上海风情街、鬼屋、夜巴黎酒吧、星空酒吧等供人们休闲娱乐体验场所。能够满足个人、情侣、朋友、家庭、公司、旅行团等各色人群的需求。

上海宋城室内剧院演出有《上海千古情》、《WA! 恐龙》、《热情桑巴》、《颜色》、《S》秀等，室外剧场、公共区域的表演有电音、朋克、芭蕾舞、鸟秀、泡泡秀等，天天有大戏，周周有潮趴，老少同乐，晴雨皆宜。上海宋城实现了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，票价体系也更加多元，既有单票，也有包含千古情在内的套票、组合票。

关于创作团队：

公司持续发展和疫情促使公司完善了组织架构，公司对创作团队进行了优化、调整和整合。从过去的黄总为主亲力亲为，转变成现在成建制的创作团队。目前整个编创团队一共有 60 多个人，包括编导、多媒体、音乐、舞台科技、灯光、舞美、编剧等。以前创作团队成员很多是演员转型过来的，现在大多是专业对口的艺术院校人才，有来自于北舞、上戏的。黄总现在主要负责剧目的整体把关，创作和执行都由专业人员完成。创作团队的优化一方面解放了黄总，使其能够脱离具体事务从而站在更宏观的层面进行整体把控，另一方面也释放了团队的创造性和承载量，创作速度从一年两台提速到一年十台各种演出，质量有把控，类型更丰富。

除了自制节目，公司还将通过定制、采购、引进以及搭建艺术交流平台等方式强化内容的丰富度和多元化。

关于演艺公园：

城市演艺模式包括国有院团模式、小而散的各类演出、拉斯维加斯科技秀、百老汇模式等，各有优缺点，但商业化过程中都碰到这样那样的难题。上海宋城有城市演艺的内容，但模式上又有不同，它是一个演艺公园的概念。

早在 25 年前公司刚成立之时，当时的宋城实际上就是演艺公园的模

式，有近百台大小节目，包括燕青打擂、劫法场等。千古情推出后一剧独大，那些节目慢慢就不演了。后来去了法国狂人国交流学习，发现和几十年前的宋城是一样的，证明这种模式在东西方都得以验证，是对的。

现在的宋城就是这样的演艺公园，节目很多很丰富，适合各类人群，观众可以选择看一天、两天，也可以看完一次过段时间再来看。演艺公园模式将从上海开始，拓展到杭州、西安、珠海等更多地方。公司计划用 2 年左右时间打造演艺公园概念。演艺公园的客单价较高，因为团客较少，渠道成本较低。

关于平台建设：

疫情对产业链和产业架构造成破坏，但同时孕育新的机会。公司在疫情中保存了实力，有能力有条件也有志于成为演艺相关行业集聚的平台，例如演艺票务平台、艺术家交流平台、专业设备平台、剧目交流平台、国际艺术交流平台等。

这次上海项目的预售门票，自有平台销售占比已经占到了 50% 以上。结合宋城的优势，自有的票务平台可以提供高效的流量和优质的服务，比如将公司的广告位阶段性部分提供给合作的演出，为其宣传和引流。

宋城也可以是各种音乐、艺术家交流的平台。在艺术家领域也存在信息不对称，所以宋城想建立世界艺术家平台，通过平台点对点为艺术家赋能。包括很多的世界流浪艺术家，我们也可以把他们请过来，艺术家需要的是观众和表演的舞台，而这恰恰是宋城所拥有和擅长的。

关于票价体系：

多元化剧目为多元化票价体系奠定了基础。过去的景区是一张门票全园通用，带来一些问题。过去宋城提供的内容非常丰富，但因为时间关系部分观众没有体验到全部的演出，就可能给差评。现在把各个演出独立销售，效果很好。

只要有品质的东西，就会有需求有市场。公司拥有丰富的接地气的产品和内容，有充分条件根据产品属性、内容差异、客群分类搭建不同的票价

	<p>体系，同时也会根据当地的情况、项目的成熟程度进行及时调整。</p> <p><u>关于竞争优势：</u></p> <p>宋城目前在全国拥有绝对的卡位优势，从过去的旅游演艺，到现在的演艺公园，宋城一直在进化，恰如其分地把握好艺术和商业的平衡，这是很难做到的。宋城的团队很努力，世界上没有这么年轻、富有活力的团队。局部的竞争永远都存在，面对各种竞争，我们一要做好宋城品牌；二要创作对标产品应对。宋城必须保持在任何地方的优势，个别地区的局部竞争只是时间的问题，因为宋城是像好莱坞一样，通过工业化的制作、艺术化的标准，来实现别人做不到的事情。</p> <p>上海宋城开业后还需要一定的培育周期，但这个市场容量很大，也有标杆意义，公司有信心把丰富多元的上海宋城演艺公园模式打造好，上海模式也一定会复制到更多的地方。</p>
	无
日期	2021年4月29日