

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>投资者交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	易方达、富国基金、广发基金、交银施罗德、博时基金、太平资管、泓德基金、东证资管、国海证券、西南证券、中信建投、广证恒生、安信商社、中信保诚基金、财通资管、国寿安保基金、鑫元基金、君厚资产、国联安基金、万和证券、兴业基金、和泰人寿、凯石基金、磐厚资产、兴业证券、国泰君安、国信证券、东方证券、南华基金、长江证券、西部证券、东方财富证券、杭州正辉资产、中泰资管、东吴证券、浙旅盛景资本、同犇资本、京笙投资、富舜资产、准锦投资、湘财基金、上海深梧资产、杭州中财生生资本、东海基金、上海鑫慧投资、西部证券、菲洛资产、东方港湾、毅木资产、德邦证券、景熙资产、国投瑞银、星石投资、殷实投资、星瀚投资、左驭资本、南京证券、鸿盛资产、申万宏源、玖鹏资产。
时间	2018年11月7日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	总裁张娴、财务总监兼董秘陈胜敏、证券事务代表侯丽
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、运营项目情况</p> <p><b>Q1：公司各项目前三季度的表现如何？</b></p> <p>A：前三季度公司的收入实现平稳增长，业绩增长主要来自于：三亚（25%+）、丽江（20%+）、宋城（15%+）等，六间房的营收增长不快，但优化成本控制，前三季度已经超额完成全年承诺业绩的 3/4。</p>

具体来看，今年以来各地项目的运营情况：

### 1、杭州大本营

**持续丰富景区内容。**剧目方面，为进一步提高杭州宋城景区 2 号剧院的利用率，公司将全息剧目《白蛇传》和九寨沟的《大爱无疆》（《山崩地裂》）打造成为独立产品，在 2 号剧院单独上演，受到观众的好评。**着重提升商业品质：**例如和新华书店合作一书房，以儿童书籍为主要切入点，逐渐提供符合各年龄层所需要的精品服务，后续即将引进朗读机，一书房外还搭建了舞台，为演员以及游客提供演出互动的平台。现在游客不仅仅对演出评价高，对商业运营的评价也越来越高。**整体升级方面，**公司将会利用旅游淡季，充分考量游客的需要，对各景区进行整改升级、继续增加演艺内容和剧目，升级后的景区与周边产品打包后，将推出一日游、二日游，乃至三日游的深度服务。

### 2、三亚项目

**三亚市场**随着国际旅游岛、自由贸易岛等规划的提出，政府对海南的关注度提升，逐步推动海南旅游的建设，对于三亚项目来说这是一个巨大的机遇。目前三亚的游客量较为可观，三亚项目的增长也比较靓丽，公司上下正齐心协力迎接冬季旅游旺季的到来。

### 3、丽江项目

**丽江市场**的整顿使市场秩序更加规范，再加上公司自 2014 年打造的产品已然成熟、质地优良，规范的市场更利于优质产品的脱颖而出。近两年，公司与旅行社等渠道的关系也维持较好。团散比方面，终端客栈主要是散客票源，丽江整顿后，客源的散和终端占比达到了 70%，数据非常健康。总体来看，丽江今年表现较好，也为明年市场的健康成长奠定了信心。

#### Q2：三亚 2 号剧院何时启用？

A：三亚 2 号剧院目前正在改造当中，扩建后预计能达到 2000-2500 个座位数，根据工程进度的完成情况和市场情况，适时选择开放时间。杭州目前两个剧院运营，高峰期每天 18 场，平均一个剧院每天 9 场（单一剧院时曾最高达到过单日 11 场的纪录），所以目前三亚在单一剧院的情况下还有提升空间，不会影响

三亚市场的发展，后续 2 号剧院是为了更大的接待容量和更多元的剧目演出做储备。

**Q3: 桂林项目的后续改进情况？**

**A:** **内容方面**，公司会对剧目进行持续改善，着重会在千古灵渠篇章以及强化广西民歌对唱等有当地特色风格元素上下功夫，同时针对部分细节内容进行修改，提升剧目的观赏性。**交通方面**，景区附近、由政府专门修建的“千古情”双向四车道大路目前已开通一半车道，预计元旦、最晚春节前会完全开通。根据公司对市场的考察，桂林的客流受季节影响较小，预计接下来会进入元旦、春节小旺季，到时交通也能跟上。**价格方面**，公司开业后，一般会有一年的培育期，等到市场培育较为成熟后，再探讨价格体系是否调整。近几年公司一直重视散客和终端市场，在销售渠道方面已形成了较为完善的综合覆盖团散客的开拓机制。

**Q4: 藏谜和九寨千古情的进展？**

**A:** 预计藏谜明年会先行开业。藏谜与九寨千古情定位不同，剧院座位数充足，结合九寨沟整体旅游环境，票价设置不高、综合成本也相对较低。九寨千古情定价和综合成本较高，具体开业时间需要根据当地政策结合整体市场容量提升才能确定。

**Q5: 重资产项目的回报期？**

**A:** 重资产项目在项目实施前会进行可研预测，基于审慎原则，预测结果一般是 7-8 年的回报期，但从实际开业经营的项目来看，回报期基本上都短于 7 年，一般是 5-6 年左右。

**二、轻资产项目发展的现状**

**Q1: 轻资产项目进展？**

**A:** 宁乡项目作为轻资产模式的代表，一直在给市场创造惊喜。宁乡项目不仅为公司带来了可观的现金收入，同时改善了宁乡的招商环境，已有数个文旅项目主动与宁乡政府探讨合作，看好宁乡的旅游市场。

后续签约的宜春、佛山、新郑等轻资产项目，选址、自身资源等条件因素都远比宁乡优越。例如将于今年 12 月底开业的宜春项目有温泉和 5A 级景区明月山资源，交通可进入性也较好。

**Q2：宁乡轻资产项目的客流及客单价？**

A：公司每个月都会预提营收提成，从财务数据上来看，宁乡项目一直都是超预期发展。目前项目已经开业超过一年，同比收入数据是上升的，这标志着项目的影响力成熟和客流量的稳定增长。

**Q3：宁乡项目的剧院座位数是不是会限制高峰期承载量？**

A：根据当时的整体规划，宁乡项目仅有 2200 个座位。由于运营效果优异，客流量较好，从而显得剧院座位数预估不足，但以宋城的经验来看，尽管座位数在国庆等节假日黄金时间段承载量承压，但全天候来看，剧院的演出场次还是有较大提升空间的。

**Q4：轻资产项目中是否有 PPP 资金？**

A：没有。

**三、未来项目发展的重点方向和目标**

**Q1：上海项目的进展？**

A：上海项目计划于 2020 年上半年正式开业，争取 19 年底或 20 年初进行试营业。公司十分重视上海项目，上海的优势在于人口数量多、市场基数大；市场担心的是项目投资体量大，以及观众是否认可城市演艺的模式。其实仔细分析，上海项目决定其成功的首先还是公司所熟悉的《上海千古情》这一成熟业态，其次再精心打造城市演艺的几台秀。

《上海千古情》座位数超过 3200 个，《上海一秀》的座位数也提升到了 2400 个左右，城市演艺容量很大，不见得只能做 800 座的剧院，公司测算座位多，投入产出比预计将会有进一步的提升。《上海一秀》的定位是时尚、年轻

化、结合多媒体。主题并不是像千古情一样贯穿节目始终，而是作为引线把整个表演勾连起来。《上海一秀》、《我回上海滩》与千古情都存在着显著差异，这也是公司新的尝试和新的挑战，但只要千古情市场站稳，新的尝试都只是加分项。

**Q2：澳洲项目的进展？**

A：对于澳洲项目，公司针对项目方案进行了进一步的优化调整，带来项目审批进度滞后约六个月。

另外，市场担忧 20 亿投资规模太大，但 20 亿包含的不止是一个公园和一台秀，还有其他秀场、小型动物园等。项目一期也不会投资那么大，以当地文化和公园为主，这也是宋城最为擅长的领域。预计明年下半年开工，同时能够满足与国内项目的节奏接驳。

**Q3：项目是否有持续落地？**

A：今年桂林已经开业，年底明月山开业；张家界及西安项目争取明年开业；加上后年的上海、佛山、新郑及其他储备项目，预计 18-20 年合计约 10 个项目开业。目前平均每年 3 个项目的开业节奏较为合理，把握好节奏，持续做出更优质的产品是公司的目标，当然在这个过程中，公司新的项目落地选址和洽谈也一直在进行中。

**Q4：各个距离较近的项目间是否会相互排斥？**

A：其实公司目前的几个项目距离并不远，佛山到桂林两小时，佛山距长沙、宁乡也较近，张家界距宜春也不远，公司并不担心项目之间互相排斥。因为每个地方的文化内涵不同，公司有较强的市场运营能力和策划能力，而且每个地方都有文化、旅游消费的巨大需求。

**四、宋城演艺战略层面的思考和需求**

**Q1：六间房重组进展，六间房和花椒重组后会不会上市？**

A：交易分两步走，目前交易节奏按计划进行，正在推动相应股东的换股、变更手续，预计 2018 年 12 月 31 日完成第一步，2019 年 4 月 30 日完成第二步。

后续的资本安排则由整合后的董事会和股东会商讨。

**Q2：六间房 2018 年的盈利情况，若未来六间房花椒业绩下滑，公司是否存在资产减值风险？**

A：六间房 2018 年承诺业绩 3.57 亿，过去三年六间房每年均超额完成当年承诺净利润。未来六间房+花椒直播的业绩预计将呈现逐渐上升趋势，公司基本不存在资产减值风险：首先，六间房经营非常稳健，过往历史和公司特质都可证明；其次，花椒第二季度已经开始盈利，之前的亏损主要因为主播分成比例过高，直播行业上规模的公司通行的净利率基本上是 20%-25%，因为是比较标准的业务模式，各家相差不大会太大，在调整主播分成比例后，按照行业通行的净利率水平，花椒直播净利润存在很大的上升空间；按照交易进度，六间房+花椒直播将于 2019 年 4 月 30 日之前完成重组交易，届时六间房商誉将出表，转为长期股权投资。

**Q3：经济增长放缓是否会影响公司项目的表现？**

A：公司的文化旅游特质属于弱周期行业，目前看来没有明显的压力，反而还会受到“口红效应”正面影响。

**Q4：国有景区降价对公司的影响？**

A：国有景区降价对公司影响较小，因为公司是民营股份制企业，定价应该还是遵循市场规律。

**Q5：公司是否会做影视作品？**

A：对于做影视作品，公司其实是有储备剧本的，但不会贸然行动，更不会将其作为主业，可能会做一些有情怀的或者带有宣传作用的影视剧。公司会选择自己的长处，走出适合自己的道路。

**Q6：公司是否有再融资计划？**

A：目前没有，公司的自有资金已经可以满足公司的资金需求。未来若上马新项目，可以考虑债务融资，适当提升财务杠杆。

**Q7：对明年的展望，存量项目+增量项目，公司是如何考量的？**

	<p>A：二十多年的运营经验积累，宋城在内部考核方面是非常完善的。为了起到激励作用，每年的考核指标都不激进，不同阶段的项目侧重点不同，公司近几年非常重视软实力、内容和服务的提升，从而带来游客口碑和营收的稳步提升。例如 2017 年底时，预期 2018 年宋城景区业绩增长 7%，结果 2018 前三季度业绩增速就已经达到了 15%，表现十分优异。</p> <p><b>存量项目方面</b>，在高基数上保持稳定增长；<b>增量项目方面</b>，公司曾在关注函回复中披露过：根据地方旅游局游客数据统计，新一轮项目的游客基数是原来项目的 3 倍。上海、西安都是超一线的旅游目的地，其游客数量远胜杭州和三亚；桂林、张家界与丽江、九寨沟相比，游客数量也是远远超出。只要我们把产品做好，市场是可期的。</p> <p><b>Q8：公司门票的定价及销售渠道？</b></p> <p>A：公司收入主要来自于门票，所以对门票的定价非常重视，定价体系很丰富。渠道方面主要分三大类：传统旅行社模式、线上网络销售模式、终端和门店直销模式。</p> <p><b>Q9：集团是否有投资其他文创地产项目的规划？</b></p> <p>A：集团在酒店、休闲产业和大活动策划、运营方面拥有丰富的经验和人才，目前集团的业务基本都是存量资源，也不排除引入合作伙伴的可能性。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2018 年 11 月 7 日