

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

## 恐龙园文化旅游集团股份有限公司

Dinosaur Land Culture&tourism Group CO.,LTD.

(常州新北区汉江路 1 号)

The logo consists of the letters 'DLG' in a bold, red, sans-serif font.

**恐龙园集团**  
DINOSAUR LAND GROUP

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

(申报稿)

免责声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



**中信证券股份有限公司**  
CITIC Securities Company Limited

(广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座)

## 声 明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

## 本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A股）
发行股数：	不超过5,870万股，占发行后总股本的比例不低于25%，最终以深圳证券交易所核准及中国证监会注册的数量为准；本次发行全部为新股，不涉及老股转让
每股面值：	1.00元
每股发行价格：	【】元
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块：	深圳证券交易所创业板
发行后总股本：	不超过23,480万股
保荐人（主承销商）：	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

## 重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必认真阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下重要事项及公司风险：

### 一、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

#### （一）自然灾害或重大疫情对公司运营产生重大不利影响的风险

“中华恐龙园”的综合运营是公司最主要的业务收入来源，2017年度、2018年度、2019年度和**2020年1-9月**园区综合业务收入占当期营业收入的比重分别为79.32%、77.73%、79.89%和**62.19%**，而主题公园游客接待量是影响公司园区综合运营业务的主要因素，自然灾害或重大疫情等情况将会直接导致主题公园游客减少，从而对本公司运营造成重大不利影响。自2020年1月新型冠状病毒肺炎疫情爆发以来，园区游客的接待量较往年同期大幅减少，**若新冠疫情反复或疫情影响持续扩大，出现集中性爆发的情况，“中华恐龙园”景区存在再次闭园的可能，公司面临2020年全年业绩大幅下滑甚至亏损的风险。**

#### （二）市场竞争加剧的风险

公司运营的“中华恐龙园”位于长三角核心地区，客源市场主要来源于长三角地区，并逐步扩展至山东、河南、湖北、江西、北京等省市区域。随着上海迪士尼等国际主题公园行业巨头纷纷涌入中国主题公园市场，以及周边城市陆续新建主题公园并开业运营，公司面临激烈的市场竞争风险。

激烈的市场竞争对公司产品的服务、质量、价格和公司的市场开拓能力提出了更高的要求，如果公司不能保持持续的创新能力，公司将面临市场竞争加剧对经营产生负面影响的风险。

#### （三）大型游乐设备运营故障或食品安全事故风险

公司经营的“中华恐龙园”内拥有多种大型游乐设备，其运营的安全性直接关系到游客的人身安全和公司的信誉，恶劣的天气条件、电力供应故障、设备机械故障、员工违反操作规程等均有可能导致大型游乐设备运营故障或事故。

虽然迄今为止公司并未发生过重大运营故障或事故，但是仍不排除将来可能发生设备故障或者安全事故从而对公司的经营和品牌产生负面影响的可能。

此外，主题公园、酒店和俱乐部提供配套餐饮服务，如果食品质量控制的某个环节出现疏忽，将影响食品安全甚至可能出现食品安全事故。尽管食品安全事故可能并非由本公司直接引起，潜在的投诉、索赔、诉讼、行政处罚及相关负面舆论仍会对本公司的经营产生不利影响。

## **二、本次发行相关的重要承诺**

与本次发行相关的重要承诺，包括股份流通限制、自愿锁定的承诺，公开发行前股东的持股意向及减持意向的承诺，稳定股价的措施和承诺等。具体内容请详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、相关承诺事项”。

## **三、本次发行前滚存利润分配方案**

2020年4月23日，公司召开2019年年度股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行股票并在创业板上市前滚存未分配利润分配方案的议案》，公司首次公开发行人民币普通股（A股）前滚存的未分配利润由首次公开发行后的所有新老股东按其各自持股比例共享。

## **四、本次发行后股利分配政策**

具体内容请参见“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”之“（二）本次发行后的股利分配政策”。

## 目 录

声 明.....	1
本次发行概况.....	2
重大事项提示.....	3
一、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险.....	3
二、本次发行相关的重要承诺.....	4
三、本次发行前滚存利润分配方案.....	4
四、本次发行后股利分配政策.....	4
目 录.....	5
第一节 释义.....	9
第二节 概览.....	13
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	13
二、本次发行概况.....	13
三、发行人报告期内主要财务数据和财务指标.....	14
四、公司主营业务情况.....	15
五、公司自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和 新旧产业融合情况.....	16
六、公司选择的具体上市标准.....	17
七、公司治理特殊安排及其他重要事项.....	17
八、募集资金用途.....	17
第三节 本次发行概况.....	18
一、本次发行的基本情况.....	18
二、本次发行股票的有关机构.....	18
三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系.....	20
四、本次发行有关重要日期.....	20
第四节 风险因素.....	21
一、创新风险.....	21
二、技术风险.....	21
三、经营风险.....	22

四、内控风险.....	24
五、财务风险.....	25
六、发行失败风险.....	26
七、募投项目风险.....	26
八、大股东不当控制的风险.....	26
第五节 发行人基本情况.....	28
一、发行人基本情况.....	28
二、发行人设立情况.....	28
三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况.....	43
四、发行人的股权结构.....	49
五、发行人控股子公司和参股公司情况.....	50
六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况 .....	55
七、发行人股本情况.....	62
八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况.....	65
九、发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持股情况 .....	73
十、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况.....	74
十一、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况.....	75
十二、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议、承诺及履行情况.....	76
十三、发行人董事、监事与高级管理人员及其他核心人员在最近二年内的变动情况.....	77
十四、发行人正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况.....	79
十五、发行人员工及社会保障情况.....	79
第六节 业务与技术.....	83
一、发行人主营业务情况.....	83
二、发行人所处行业的基本情况.....	108
三、发行人的销售情况及主要客户 .....	131
四、发行人的采购情况及主要供应商.....	150

五、发行人的主要资产情况.....	174
六、发行人的特许经营权情况.....	195
七、发行人研发设计和核心技术情况.....	195
八、发行人的境外经营情况.....	200
第七节 公司治理与独立性.....	201
一、概述.....	201
二、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会等机构和人员的运行及履职情况.....	201
三、特别表决权股份或类似安排的情况.....	206
四、协议控制架构的情况.....	206
五、发行人内部控制制度情况.....	206
六、发行人报告期内违法违规行为的情况.....	216
七、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况.....	216
八、发行人独立运行情况.....	216
九、同业竞争.....	218
十、关联方及关联关系.....	228
十一、关联交易情况.....	236
十二、发行人报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....	261
十三、报告期内关联方的变化情况.....	262
第八节 财务会计信息与管理层分析.....	263
一、财务报表和审计意见.....	263
二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况.....	269
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素及相关财务和非财务指标.....	270
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	273
五、税项.....	281
六、非经常性损益.....	283
七、主要财务指标.....	284
八、盈利预测.....	286
九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	286
十、盈利能力分析.....	288



十一、财务状况分析.....	420
十二、资本性支出的分析.....	514
十三、报告期股利分配的具体实施情况.....	514
十四、现金流量分析.....	515
<b>第九节 募集资金运用与未来发展规划 .....</b>	<b>521</b>
一、募集资金运用概述.....	521
二、募集资金投资项目的具体情况.....	524
三、发行人未来发展规划.....	544
<b>第十节 投资者保护 .....</b>	<b>549</b>
一、投资者权益保护情况.....	549
二、股利分配政策.....	550
三、本次发行前滚存利润的分配安排.....	553
四、股东投票机制的建立情况.....	553
五、相关承诺事项.....	554
<b>第十一节 其他重要事项 .....</b>	<b>574</b>
一、重大合同.....	574
二、对外担保情况.....	581
三、诉讼或仲裁事项.....	581
四、控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为.....	583
<b>第十二节 有关声明 .....</b>	<b>584</b>
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....	584
二、发行人控股股东声明.....	585
三、保荐机构（主承销商）声明.....	586
四、发行人律师声明.....	589
五、会计师事务所声明.....	590
六、资产评估机构声明.....	591
七、验资机构声明.....	593
<b>第十三节 附件 .....</b>	<b>594</b>
一、备查文件.....	594
二、查阅时间及地点.....	594

## 第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定含义：

一、一般性释义		
恐龙园、恐龙园股份、发行人、公司、本公司	指	恐龙园文化旅游集团股份有限公司，曾用名为常州恐龙园股份有限公司
恐龙园有限、有限公司	指	常州中华恐龙园有限公司，本公司前身
常州新旅	指	常州新区旅游发展总公司，本公司控股股东龙城旅游控股集团有限公司前身
新区管委会	指	常州市人民政府新区管理委员会
常州国旅	指	常州国旅集团有限公司，本公司前股东
常州财政局	指	常州市财政局，本公司前股东
常州投资集团	指	常州投资集团有限公司，本公司前股东
常州信托	指	常州市信托投资公司，本公司前股东
常州证券	指	常州证券有限责任公司，本公司前股东
淡水河投资	指	北京淡水河投资有限公司，本公司前股东
金陵投资	指	金陵投资控股有限公司，现更名为华软投资控股有限公司，本公司前股东
常州市国资委	指	常州市人民政府国有资产监督管理委员会，本公司实际控制人
龙控集团	指	<b>龙城产业投资控股集团有限公司，本公司控股股东，曾用名为龙城旅游控股集团有限公司</b>
弘毅诚科技	指	天津弘毅诚科技发展合伙企业（有限合伙），曾用名天津弘毅诚股权投资基金合伙企业（有限合伙），本公司股东
业缘投资	指	常州业缘投资合伙企业（有限合伙），本公司股东
中信旅游	指	中信旅游集团有限公司，本公司股东
紫金文化	指	江苏紫金文化产业发展基金（有限合伙），本公司股东
红星美凯龙	指	红星美凯龙控股集团有限公司，本公司股东
杜拜投资	指	重庆杜拜投资有限公司，本公司股东
嘉辰投资	指	上海嘉辰投资管理有限公司，本公司股东
投新实业	指	常州投新实业有限公司
恐龙园旅行社	指	常州恐龙园旅行社有限公司，本公司控股子公司
恐龙园设计	指	常州恐龙园文化旅游规划设计有限公司，曾用名为常州卓筑景观规划设计有限公司、常州恐龙园景观规划设计有限公司，本公司控股子公司
恐龙园文科	指	常州恐龙园文化科技有限公司，本公司控股子公司
恐龙园文旅管理	指	常州恐龙园文化旅游管理有限公司，本公司控股子公司

恐龙人模块文旅	指	常州恐龙人模块文旅发展有限公司，本公司控股子公司
湖北交旅文化	指	湖北交旅文化旅游发展有限公司，本公司控股子公司
上海模块龙文化	指	上海模块龙文化发展有限公司，本公司控股子公司
恐龙人酒店	指	<b>常州恐龙人酒店发展有限公司，本公司控股子公司，曾用名常州环龙酒店管理有限公司</b>
恐龙人俱乐部	指	恐龙园文化旅游集团股份有限公司恐龙人文化创意体验中心，曾用名常州恐龙园股份有限公司恐龙人俱乐部
湖北交投	指	湖北省交通投资集团有限公司
龙缘必拓	指	常州龙缘必拓投资合伙企业（有限合伙）
环龙建设	指	常州环龙建设科技有限公司
龙城运营	指	常州龙城城市运营管理有限公司
龙城供应链	指	常州龙城供应链管理有限公司
新环环卫	指	常州新环环卫有限公司
新园绿化	指	常州新园市政绿化有限公司
龙旅传媒	指	江苏龙旅广告传媒有限公司
龙城城镇化建设	指	常州龙城新型城镇化建设发展有限公司
环龙实业/恐龙城实业	指	<b>常州环龙实业投资发展有限公司，曾用名常州环球恐龙城实业有限公司、常州环龙实业投资有限公司</b>
迪诺传媒	指	江苏迪诺文化传媒有限公司
迪诺商管	指	常州迪诺水镇商业管理有限公司
迪诺芳茂山商管	指	常州迪诺芳茂山商业管理有限公司
孟河苗圃	指	常州市孟河苗圃有限公司
孟河林场	指	常州市孟河林场有限公司
贝慈康养	指	常州龙城贝慈健康养老产业发展有限公司
贝慈三六九养老	指	常州贝慈三六九养老管理服务有限公司
香树湾酒店	指	常州香树湾花园酒店有限公司
东方盐湖城	指	东方盐湖城旅游发展有限公司
龙汤温泉	指	常州龙汤温泉酒店有限公司
东方盐湖城酒店	指	常州东方盐湖城酒店有限公司，现更名为常州道源酒店管理有限公司
东方盐湖城置业	指	东方盐湖城置业有限公司
迪诺大剧场	指	常州迪诺水镇大剧场有限公司
旅通商务	指	江苏旅通商务有限公司
龙城生态	指	常州龙城生态旅游管理有限公司
保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司

世纪同仁	指	江苏世纪同仁律师事务所
信永中和	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
元、万元	指	人民币元、万元
本次发行	指	恐龙园文化旅游集团股份有限公司本次向社会公开发行不超过 5,870 万股人民币普通股（A 股）的行为
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	现行的《恐龙园文化旅游集团股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	上市后拟实施的《恐龙园文化旅游集团股份有限公司章程（草案）》
招股说明书、本招股说明书	指	恐龙园文化旅游集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书
股东大会	指	恐龙园文化旅游集团股份有限公司股东大会
董事会	指	恐龙园文化旅游集团股份有限公司董事会
监事会	指	恐龙园文化旅游集团股份有限公司监事会
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
报告期	指	<b>2017 年 1 月 1 日至 2020 年 9 月 30 日</b>
报告期各期间	指	<b>2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月</b>
报告期各期末	指	<b>2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 9 月 30 日</b>

## 二、专业术语释义

OTA	指	Online Travel Agent 的简称，意为在线旅行社，如携程网、驴妈妈网、去哪儿网、同程网、途牛网等
IP	指	Intellectual Property 的简称，意为知识财产，在动漫及影视娱乐相关行业中通常代指某个作品的版权及其衍生出的一系列产品
3D、3D 电影	指	D 是英语 Dimension（线度，维）的英文缩写，3D 指三维空间，3D 电影亦称立体电影，放映时，需将左右眼画面同时或交替投放在金属或非金属银幕上，形成左像右像双影。观看时，观众戴上特制的眼镜就会看到立体画面，并感到景物扑面而来，或进入银幕深处
4D 电影	指	是 3D 立体电影和特技影院效果结合的产物。除了立体的视觉画面外，放映现场还能模拟闪电、烟雾、雪花等自然现象，观众的座椅还能产生下坠、震动、喷风、喷水、拍扫腿等动作。现场特技效果和立体画面与剧情紧密结合，在视觉和身体体验上给观众带来全新的娱乐效果
VR	指	Virtual Reality 的简称，意为虚拟现实，其具体内涵是综合利用计算机图形系统和各种现实及控制等接口设备，在计算机上生成的、可交互的三维环境中提供

		沉浸感觉的技术
AR	指	Augmented Reality 的简称，意为增强现实，是以现实世界的实体为主体，运用多媒体、三维建模、实时跟踪及注册、智能交互、传感等多种技术手段，将计算机生成的文字、图像、三维模型、音乐、视频等虚拟信息模拟仿真后，将虚拟信息与真实世界巧妙融合，应用到真实世界中
MR	指	Mix reality 的简称，意为混合现实，是将物理世界实时彻底地数字化的技术，其同时包含了 VR 和 AR 设备的功能，创造了新的环境和可视化三维世界
O2O	指	Online To Offline 的简称，是将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台
B2B	指	Business-to-Business 的缩写，是企业与企业之间通过专用网络或 Internet，进行数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式

本招股说明书中任何表格中若出现合计数与各分项直接相加之和不符，均为四舍五入所致。

## 第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

### 一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

(一) 发行人基本情况			
发行人中文名称	恐龙园文化旅游集团股份有限公司	有限公司成立日期	2000年7月7日
发行人英文名称	DINOSAUR LAND CULTURE&TOURISM GROUP CO.,LTD.	股份公司成立日期	2011年5月28日
注册资本	17,610.00 万元	法定代表人	沈波
注册地址	常州新北区汉江路1号	主要生产经营地址	常州新北区汉江路1号
控股股东	龙控集团	实际控制人	常州市国资委
行业分类	R89 娱乐业	在其他交易场所(申请)挂牌或上市情况	2015年10月15日,在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信证券股份有限公司	主承销商	中信证券股份有限公司
发行人律师	江苏世纪同仁律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)	评估机构	上海东洲资产评估有限公司/江苏华信资产评估有限公司

### 二、本次发行概况

(一) 本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股(A股)		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 5,870 万股(不含采用超额配售选择权发行的股票数量)	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中:发行新股数量	不超过 5,870 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	本次发行不涉及老股转让	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 23,480 万股		
每股发行价格	【】元。公司与主承销商根据市场情况等因素,通过向询价对象询价并结合当时市场情况确定发行价格,或中国证监会要求或认可的其他方式		
发行市盈率	【】倍(按每股发行价格除以发行后每股收益计算,发行后每股收益按照发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰		

	低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算)		
发行前每股净资产	5.46元(按经审计的截至2020年9月30日归属于母公司股东的净资产除以发行前总股本计算)	发行前每股收益(元)	【】
发行后每股净资产	【】元(按【】年未经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算)	发行后每股收益(元)	【】
发行市净率	【】倍(按每股发行价除以发行后每股净资产计算)		
发行方式	采取网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式,或中国证监会要求或认可的其他方式		
发行对象	符合资格的询价对象和已在深圳证券交易所开立创业板股票账户的境内自然人、法人和证券投资基金等投资者(国家法律、法规及证券监管部门禁止购买者除外)		
承销方式	主承销商余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	不适用		
募集资金总额	【】		
募集资金净额	【】		
募集资金投资项目	恐龙科普研学基地建设项目		
	中华恐龙园夜间精品旅游体验项目		
	中华恐龙园沉浸式场景体验项目		
	文科融合创意技术研发中心项目		
	恐龙IP提升及文创开发项目		
	补充流动资金项目		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元,包括:保荐承销费【】万元,审计及验资费用【】万元,评估费用【】万元,律师费用【】万元,发行手续费用【】万元,其他费用【】万元		
(二) 本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日		
开始询价推介日期	【】年【】月【】日		
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日		
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日		
股票上市日期	【】年【】月【】日		

### 三、发行人报告期内主要财务数据和财务指标

项目	2020年1-9月 /2020-09-30	2019年度/ 2019-12-31	2018年度/ 2018-12-31	2017年度/ 2017-12-31
----	--------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

项目	2020年1-9月 /2020-09-30	2019年度/ 2019-12-31	2018年度/ 2018-12-31	2017年度/ 2017-12-31
资产总额(万元)	134,441.58	139,102.34	131,547.23	120,114.88
归属于母公司的所有者权益(万元)	96,094.87	94,734.96	77,792.52	70,750.49
资产负债率(母公司)(%)	27.60	33.14	41.17	40.97
营业收入(万元)	31,461.65	65,281.46	57,959.23	51,273.25
净利润(万元)	1,208.95	9,512.89	8,680.31	7,320.35
归属于母公司所有者的净利润(万元)	1,359.91	9,669.53	8,752.03	7,320.35
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润(万元)	701.43	9,257.70	7,959.67	6,701.35
基本每股收益(元)	0.08	0.58	0.53	0.44
稀释每股收益(元)	0.08	0.58	0.53	0.44
加权平均净资产收益率(%)	1.42	11.52	11.76	10.91
经营活动产生的现金流量净额(万元)	8,839.64	22,910.49	20,927.51	18,609.39
现金分红(万元)	-	-	1,485.00	990.00
研发投入占营业收入比例(%)	4.07	3.30	2.75	2.16

## 四、公司主营业务情况

### (一) 主营业务和经营模式

公司的主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务。公司以恐龙文化创意为核心，通过对“中华恐龙园”园区的开发运营，为消费者带来科普教育、文化感悟及娱乐消费于一体的综合游乐体验；凭借多年“中华恐龙园”运营管理积累的经验和资源，公司已将业务延伸至文旅产业相关的创新创意服务，为客户提供文化创意策划、景区规划设计以及景区管理咨询等多元化的整体服务方案。目前公司的主要产品和服务为园区综合业务、创新创意服务和旅游配套服务。

公司业务以园区综合业务为主，创新创意服务和旅游配套服务为辅，形成了主题公园景区运营、主题公园整体解决方案供应商、配套服务提供商的业务发展结构。



## （二）所处行业地位

经过近二十年的探索和实践，公司经营的“中华恐龙园”在全国和亚太地区均具有较高的知名度。公司已获得AAAAA国家级旅游景区、国家文化产业示范基地、第十一届“全国文化企业30强”提名企业、全国青少年科技教育基地、全国科普教育基地、恐龙科研科普基地、中国古生物学会科普教育基地、中国地质文化产业示范基地、国家国土资源科普基地等多项国家级荣誉称号。

## 五、公司自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

### （一）公司自身的创新、创造、创意特征

公司的主营业务切实体现了创新、创造、创意特征。

在园区综合业务方面，公司以恐龙文化创意为核心，深入挖掘其文化内涵，将其运用于“中华恐龙园”的开发、运营及改扩建等方面，持续开发新型游乐项目，报告期内新增恐龙基因研究中心、雨林探险拓展基地以及阿细神奇实验课等项目，为消费者提供更优质的服务。

公司在园区综合业务稳步发展的同时，大力发展附加值较高的文化创新创意业务，依托“文旅产品研发中心”这一平台，充分整合各种文化元素和资源，形成创意方案，并应用于策划设计、内容制作、衍生品开发、文科融合以及主题演艺等方面，使文化创意的价值得以实现，形成切实可行的文化创意产业链，推动产业的升级发展。

### （二）公司科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

经过多年的经营探索和运营实践，公司已经形成适合自身的科技创新、模式创新、业态创新模式，具体表现为：公司将内容创新、环境艺术、声光技术、影视动漫、机械平台、信息通信等技术整合运用于文旅项目，公司的园区游乐设施在VR、AR、MR、5D、5G等新技术的应用上日趋成熟，经营发展趋势从传统的园区运营向泛文旅新产业转型升级，实现“创意+体验”、“研学+旅游”等新业态的融合，丰富了游客的游览体验，通过互联网平台销售、网红直播、“主题+”产品销售等新模式的应用进一步拓宽公司的业务领域。

## 六、公司选择的具体上市标准

公司本次上市选择的标准为《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 2.1.2 条第（一）项，即“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5000 万元”。

公司 2018 年、2019 年两年归属于母公司股东的净利润分别为 8,752.03 万元和 9,669.53 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,959.67 万元和 9,257.70 万元，扣除非经常性损益前后孰低的净利润均为正且累计不低于人民币 5,000 万元，符合上述标准。

## 七、公司治理特殊安排及其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排。

## 八、募集资金用途

公司实际募集资金扣除发行费用后将全部用于公司主营业务相关的项目，具体如下：

单位：万元

序号	募集资金投资项目	拟投入募集资金额	项目备案情况
1	恐龙科普研学基地建设项目	12,411.10	常新行审内备[2019]661号
2	中华恐龙园夜间精品旅游体验项目	15,265.58	常新行审内备[2019]663号
3	中华恐龙园沉浸式场景体验项目	12,442.00	常新行审内备[2019]665号
4	文科融合创意技术研发中心项目	6,130.00	常新行审内备[2020]315号
5	恐龙 IP 提升及文创开发项目	5,430.00	常新行审内备[2019]662号
6	补充流动资金项目	5,500.00	-
合计		<b>57,178.68</b>	

若公司募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金的方式解决。本次公开发行募集资金到位之前，若公司已根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，在募集资金到位之后将予以置换。

## 第三节 本次发行概况

### 一、本次发行的基本情况

项目	基本情况
股票种类:	人民币普通股 (A 股)
每股面值:	1.00 元
发行股数:	拟发行不超过 5,870.00 万股, 发行后公司股本总数不超过 23,480.00 万股, 本次拟公开发行股票数量不超过发行后公司股本总数的 25.00%, 本次发行不涉及老股转让
每股发行价格:	【】元。公司与主承销商根据市场情况等因素, 通过向询价对象询价并结合当时市场情况确定发行价格, 或中国证监会要求或认可的其他方式
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	不涉及
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	不涉及
发行后市盈率:	【】倍 (按每股发行价格除以发行后每股收益计算, 发行后每股收益按照发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算)
发行前每股净资产:	5.46 元 (按经审计的截至 2020 年 9 月 30 日归属于母公司股东的净资产除以发行前总股本计算)
发行后每股净资产:	【】元 (按【】年末经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算)
发行后市净率:	【】倍 (按每股发行价格除以发行后每股净资产计算)
发行方式:	采取网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式, 或中国证监会要求或认可的其他方式
发行对象:	符合资格的询价对象和已在深圳证券交易所开立创业板股票账户的境内自然人、法人和证券投资基金等投资者 (国家法律、法规及证券监管部门禁止购买者除外)
承销方式:	主承销商余额包销
发行费用概算:	本次发行费用总额为【】万元, 包括: 保荐承销费【】万元, 审计及验资费用【】万元, 评估费用【】万元, 律师费用【】万元, 发行手续费用【】万元, 其他费用【】万元

### 二、本次发行股票的有关机构

#### (一) 保荐人 (主承销商)

名称:	中信证券股份有限公司
法定代表人:	张佑君
住所:	广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场 (二期) 北座
联系电话:	010-60838286

传真:	010-60833083
保荐代表人:	李建、庄子听
项目协办人:	王思育
项目其他经办人:	陈双双、裘佳杰、范凯文、方羚、殷越

## (二) 律师事务所

名称:	江苏世纪同仁律师事务所
机构负责人:	吴朴成
住所:	南京市中山东路 532-2 号金蝶科技园 D 栋 5 楼
联系电话:	025-83302638
传真:	025-83329335
经办律师:	潘岩平、孟奥旗

## (三) 会计师事务所

名称:	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人:	叶韶勋
住所:	北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 A 座 8 层
联系电话:	010-65542288
传真:	010-65547190
经办注册会计师:	邵立新、吴晓蕊

## (四) 资产评估机构

### 1、上海东洲资产评估有限公司

名称:	上海东洲资产评估有限公司
法定代表人:	王小敏
住所:	上海市奉贤区化学工业区奉贤分区目华路 8 号 401 室
联系电话:	021-52402166
传真:	021-62252086
经办评估师:	黎云、孙业林

### 2、江苏华信资产评估有限公司

名称:	江苏华信资产评估有限公司
法定代表人:	胡兵
住所:	南京市鼓楼区云南路 31-1 号 22 层

联系电话:	025-83235010
传真:	025-84410423
经办评估师:	袁亚东、赵永顺、张俊

#### (五) 股票登记机构

名称:	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所:	深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
联系电话:	0755-21899999
传真:	0755-21899000

#### (六) 收款银行

名称:	中信银行北京瑞城中心支行
户名:	中信证券股份有限公司

#### (七) 申请上市的证券交易所

名称:	深圳证券交易所
住所:	深圳市福田区莲花街道福田区深南大道 2012 号
联系电话:	0755-88668888
传真:	0755-82083295

### 三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

截至本招股说明书签署日,公司保荐机构(主承销商)中信证券的第一大股东中国中信有限公司的全资子公司中信旅游持有公司 6.3032%股份。

除上述情况外,本公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在其他直接或间接的股权关系或其他权益关系。

### 四、本次发行有关重要日期

发行安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

## 第四节 风险因素

投资者在评价公司本次公开发售的股票价值时，除应认真阅读本招股说明书提供的其他资料外，还应该特别考虑下述各项风险因素。以下各项风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

### 一、创新风险

公司长期坚持文化旅游领域的创新和突破，依托文旅产品研发中心这一平台，充分整合各种文化元素和资源，形成创意方案，并应用于策划设计、内容制作、衍生品开发、文科融合以及主题演艺等方面，不断推进 VR、AR、MR、5D、5G、人工智能等各项新技术与文旅行业快速融合。但随着文旅行业尤其是主题公园领域的行业竞争日趋激烈，市场对公司的持续创新能力提出了更高的要求，消费者对沉浸式体验感和现代化技术融合的要求不断提高。公司需要及时根据市场需求变化情况开发新项目、新产品，并通过新技术的运用完善并整合模块化文旅产品，以保持强大的市场竞争力和生命力。

近年来，公司在原有文化旅游创新研发的基础上于“中华恐龙园”相继推出了恐龙基因研究中心项目、雨林探险拓展基地等项目，未来园区业务也将持续推陈出新。如果公司推出的新项目未能获得市场的认可和游客的喜爱，将会对公司的经营业绩带来不利影响。此外，公司策划设计与咨询管理业务的开展依赖于丰富的内容输出、创意输出以及技术输出，如果公司内容创新或科技创新失败，可能会导致创新创意服务收入产生波动。

### 二、技术风险

#### （一）核心技术泄密和知识产权纠纷风险

通过在主题创意研发、演艺演出编排以及设计方案策划等方面持续的技术创新和研发投入，公司的产品和服务处于行业较高水平。除已申请专利或软件著作权的核心技术外，公司所掌握的部分核心技术以技术秘密等形式存在。虽然公司已对核心技术采取了保护或保密措施，防范技术泄密，但仍可能出现因了解相关技术的人员流失、专利保护措施不利等导致公司核心技术泄密的风险。如前述情

况发生，将削弱公司的技术优势，从而对公司生产经营产生不利影响。

此外，鉴于知识产权的监控和权利保护较为困难，公司未来可能无法完全阻止他人盗用公司知识产权，如果未来出现知识产权保护不利、被第三方侵犯的情况，可能对公司生产经营造成不利影响。

## （二）技术人才流失的风险

公司在多年的运营实践中，拥有多名具有多年主题公园运营管理经验的综合性人才，同时也培养和吸纳了部分创新性技术性人才，形成以核心技术人员为主，其他专业技术人员为辅的研发人员梯队建设培养模式，聚集了一批专业程度较高的文旅产业应用型人才。随着行业竞争的日趋激烈，行业内竞争对手对上述人才的争夺也将加剧，公司存在一定的人才流失风险。如果公司技术人才出现大量流失，同时公司未能及时吸引符合要求的人才加盟，将削弱公司在人才和创新方面的技术优势与竞争力，对公司生产经营造成不利影响。

## 三、经营风险

### （一）自然灾害或重大疫情对公司运营产生重大不利影响的风险

“中华恐龙园”的综合运营是公司最主要的业务收入来源，2017年度、2018年度、2019年度和**2020年1-9月**，园区综合业务收入占当期营业收入的比重分别为79.32%、77.73%、79.89%和**62.19%**，而主题公园游客接待量是影响公司园区综合运营业务的主要因素，自然灾害或重大疫情等情况将会直接导致主题公园游客减少，从而对本公司运营造成重大不利影响。自2020年1月新型冠状病毒肺炎疫情爆发以来，园区游客的接待量较往年同期大幅减少，**若新冠疫情反复或疫情影响持续扩大，出现集中性爆发的情况，“中华恐龙园”景区存在再次闭园的可能，公司面临2020年全年业绩大幅下滑甚至亏损的风险。**

### （二）公司业务受极端天气影响的风险

公司经营“中华恐龙园”园区有较多的户外项目，在极端天气（如严寒天气、雨雪天气、大风天气等）时，游客出门游玩的可能性降低，入园游客数量减少，进而会对公司的经营业绩产生一定影响。

### （三）市场竞争加剧的风险

公司运营的“中华恐龙园”位于长三角核心地区，客源市场主要来源于长三角地区，并逐步扩展至山东、河南、湖北、江西、北京等省市区域。随着上海迪士尼等国际主题公园行业巨头纷纷涌入中国主题公园市场，以及周边城市陆续新建主题公园并开业运营，公司面临激烈的市场竞争风险。

2015-2019年，常州市国内旅游人数情况如下：

单位：万人

项目	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年
长三角国内旅游人数 ①	344,665.52	308,829.14	275,453.11	240,253.30	210,535.00
常州市国内旅游人数 ②	7,947.05	7,224.50	6,582.71	5,989.60	5,443.00
常州5A、4A级景区接待人次③	7,557.95	7,140.69	6,850.80	6,450.10	6,023.74
恐龙园入园人数④	302.90	275.33	264.33	230.04	234.32
常州市国内旅游人数 占长三角国内旅游人数 比例②/①	2.31%	2.34%	2.39%	2.49%	2.59%
恐龙园入园人数占长 三角国内旅游人数比 例④/①	0.09%	0.09%	0.10%	0.10%	0.11%
恐龙园入园人数占常 州市国内旅游人数④ /②	3.81%	3.81%	4.02%	3.84%	4.30%
恐龙园入园人数占常 州5A、4A级景区接待 人次比例④/③	4.01%	3.86%	3.86%	3.57%	3.89%

数据来源：国家旅游局、江苏省统计局、上海市统计局、浙江省统计局、安徽省统计局

2015-2019年，常州市国内旅游人数逐年增长，年均增长率为9.92%，恐龙园入园人数持续增长，年均增长率为6.63%，与长三角国内旅游人数及常州市国内旅游人数保持同步增长。

激烈的市场竞争对公司产品的服务、质量、价格和公司的市场开拓能力提出了更高的要求，如果公司不能保持持续的创新能力和市场竞争力，公司将面临市场竞争加剧对经营产生负面影响的风险。

### （四）大型游乐设备运营故障或食品安全事故风险

公司经营的“中华恐龙园”内拥有多种大型游乐设备，其运营的安全性直接



关系到游客的人身安全和公司的信誉，恶劣的天气条件、电力供应故障、设备机械故障、员工违反操作规程等均有可能导致大型游乐设备运营故障或事故。

虽然迄今为止公司并未发生过重大运营故障或事故，但是仍不排除将来可能发生设备故障或者安全事故从而对公司的经营和品牌产生负面影响的可能。

此外，主题公园、酒店和俱乐部提供配套餐饮服务，如果食品质量控制的某个环节出现疏忽，将影响食品安全甚至可能出现食品安全事故。尽管食品安全事故可能并非由本公司直接引起，潜在的投诉、索赔、诉讼、行政处罚及相关负面舆论仍会对本公司的经营产生不利影响。

#### **（五）公司经营的季节性波动风险**

受自然气候和游客闲暇时间分布等客观因素的影响，公司主题公园运营收入具有明显的季节性特征。受学生暑假以及“十一”长假等因素的影响，每年的7月、8月和10月，公司园区游客数量明显高于其他月份，属于公司的经营旺季，2017年度、2018年度、2019年度，此3个月合计接待的游客量分别占各年游客总量的50.72%、54.83%和48.87%。每年12月至次年2月，受天气寒冷等因素影响，游客人数较少，属于公司的经营淡季。在经营旺季，公司必须投入充足的人力和物力以应对游客人数大量增长带来的经营负荷压力；在经营淡季，公司通过举办主题活动等措施以吸引游客，减少淡季的影响。如果公司无法根据季节波动规律提前制定相应的经营策略，则存在公司旺季时无法充分满足游客的旅游需求，淡季时采取的措施未达到预期效果带来的经营风险。

#### **（六）租赁关联方物业未取得房产证的风险**

报告期内，发行人存在向关联方租赁房产的情况，部分租赁房产尚未取得权属证书，关联方环龙实业系该等租赁房产的实际所有权人，并授权迪诺商管负责运营出租。根据环龙实业提供的土地使用权证以及《商品房初始登记权属清册》，上述租赁房屋土地使用权人及房屋所有权人均为环龙实业，环龙实业前期已履行报批报建手续，不属于违法违规建筑，但由于相关房产证尚未取得，发行人仍然面临无法继续租用该物业的风险。

### **四、内控风险**

截至本招股说明书签署日，公司拥有8家全资或控股子公司。公司及各子公

司建立了一系列内部控制制度对生产经营、投资决策进行管理。

但随着公司及各子公司经营规模的不断扩张，主要产品和服务的销售区域不断增加，若公司及各子公司内部控制制度不能得到有效执行，将可能导致管理失控、资产流失、经营亏损等问题，给公司的生产经营带来一定的内部控制风险。

## 五、财务风险

### （一）流动性风险

报告期各期末，公司的流动比率分别为 0.32、0.56、0.66 和 **0.79**，速动比率分别为 0.28、0.51、0.59 和 **0.72**，流动比率和速动比率较低。公司目前主要通过经营活动现金流入、银行贷款为业务经营提供资金，虽然公司现金流量可以覆盖有息负债利息成本，短期偿债风险较小，但本公司获取额外资金的能力可能受到非本公司控制因素的影响，例如整体市场状况恶化、金融市场受到严重干扰等。如果本公司不能及时获得所需资金，可能面临流动性风险，会对本公司的业务、财务状况和经营业绩造成不利影响。

### （二）税收优惠政策变化风险

报告期内，公司门票收入中，科普类收入部分依据国家相关政策享受增值税的减免。科普类收入税收优惠对于公司净利润影响如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
增值税税收优惠	141.61	62.31	379.85	596.73
净利润	1,208.95	9,512.89	8,680.31	7,320.35
占净利润比例	11.71	0.66	4.38	8.15

注：与科普类收入相关的增值税进项税额不能抵扣销项税额，需要结转成本。

2017年度、2018年度、2019年度和**2020年1-9月**，发行人享受的增值税税收优惠占当期净利润的比例分别为 8.15%、4.38%、0.66%和 **11.71%**，该等税收优惠政策对报告期内公司经营成果不构成重大影响。虽然公司的经营业绩对税收优惠不存在严重依赖，但如果相关税收减免政策不再实行，或者公司门票价格中认定的科普类收入的金额降低，将会对公司的经营业绩造成不利影响。

## 六、发行失败风险

公司本次拟申请发行股票并在创业板上市，根据创业板股票发行与承销相关规定，本次发行将通过向证券公司、基金管理公司、信托公司、财务公司、保险公司、合格境外机构投资者和私募基金管理人等专业机构投资者询价的方式确定股票发行价格。如公司的投资价值未能获得足够多投资者的认可，将有可能导致最终发行认购不足等情况发生，从而导致公司面临发行失败的风险。

## 七、募投项目风险

### （一）募投项目未达预期收益的风险

本次募集资金投资项目拟投资于恐龙科普研学基地建设项目、中华恐龙园夜间精品旅游体验项目、中华恐龙园沉浸式场景体验项目、文科融合创意技术研发中心项目、恐龙 IP 提升及文创开发项目和补充流动资金项目。上述项目的实施符合公司发展战略，能有效提升公司的景区运营服务能力，加强研发和管理能力，有利于公司持续、快速发展。虽然上述项目经过了审慎、充分的可行性研究论证，但可行性分析是基于当前市场环境和行业发展趋势等因素做出的，在项目实施过程中，可能存在因技术更新换代或市场竞争格局、市场消费环境发生变化而导致募投项目未能实现预期收益的风险。

### （二）本次发行摊薄即期回报的风险

2017年、2018年、2019年和2020年1-9月，扣除非经常性损益后，公司加权平均净资产收益率分别为9.99%、10.70%、11.03%和0.73%，每股收益分别为0.41元、0.48元、0.55元和0.04元。本次公开发行股票后，公司资金实力将大幅增强，净资产和股本规模亦将随之扩大。募集资金项目的实施和预期收益水平的实现需要一定的周期，短期内公司利润实现和股东回报仍主要依赖现有业务。在公司总股本和净资产均有增长的情况下，每股收益和加权平均净资产收益率等收益指标存在短期被摊薄的风险。

## 八、大股东不当控制的风险

本次发行前，龙控集团持有公司51.5332%的股份，系公司控股股东，常州市国资委系公司实际控制人。本次发行完成后，龙控集团持有公司的股份比例有

所下降，但对公司仍具有绝对控制力，可通过股东大会和董事会等对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配、关联交易和对外投资等重大决策产生重大影响。虽然公司已建立了完善的法人治理结构，从制度安排上避免控股股东或实际控制人控制不当的情形发生，但在公司利益与控股股东或实际控制人利益发生冲突时，如果控股股东不恰当行使其表决权，则可能影响甚至损害公司及公众股东的利益。

## 第五节 发行人基本情况

### 一、发行人基本情况

公司名称:	恐龙园文化旅游集团股份有限公司
英文名称:	DINOSAUR LAND CULTURE&TOURISM GROUP CO.,LTD.
注册资本:	17,610.00 万元
法定代表人:	沈波
有限公司成立日期:	2000 年 7 月 7 日
整体变更设立日期:	2011 年 5 月 28 日
公司住所:	常州新北区汉江路 1 号
邮政编码:	213000
电话号码:	0519-85527810
传真号码:	0519-85608696
互联网网址:	<a href="http://www.klygf.com/">http://www.klygf.com/</a>
电子信箱:	kly@klygf.com
负责信息披露和投资者关系部门:	证券法务部
证券法务部负责人:	丁光辉
证券法务部电话号码:	0519-85527810

### 二、发行人设立情况

#### (一) 有限责任公司设立

公司的前身恐龙园有限系由常州新旅、常州国旅、常州财政局、常州信托和常州证券于 2000 年 7 月投资设立。

1997 年 2 月,原中华人民共和国地质矿产部与常州市人民政府签订《合作协议书》,决定合作建设中国地质博物馆中华恐龙馆,博物馆的建设及建成后的运营由中国地质博物馆和常州市旅游局具体负责。1997 年 5 月,常州市旅游局下属企业常州外事旅游汽车总公司与常州新旅共同筹建常州中华恐龙园有限公司,并向常州市工商行政管理局申请公司设立登记,后取得《企业法人营业执照》副本。但常州外事旅游汽车总公司与常州新旅并未签署《公司章程》,也未对恐龙园有限实际出资。

1997年10月，经常州市人民政府市长办公会议（第22号）决定，正式组建常州中华恐龙园有限公司。2000年3月20日，常州新旅、常州国旅、常州财政局、常州信托和常州证券签署了《常州中华恐龙园有限公司章程》，约定成立恐龙园有限，注册资本为8,500万元，其中常州新旅以现金出资2,500万元；占注册资本的29.41%；常州国旅以现金出资2,000万元，占注册资本的23.53%；常州财政局以现金出资2,000万元，占注册资本的23.53%；常州信托以现金出资1,000万元，占注册资本的11.76%；常州证券以现金出资1,000万元，占注册资本的11.76%。

2000年4月21日，常州汇丰会计师事务所出具《验资报告》（常汇会验（2000）内258号），经审验：截至1999年12月31日，恐龙园有限收到注册资本8,500万元，其中新区管委会出资2,500万元，常州旅游局出资2,000万元，常州财政局出资2,000万元，常州信托出资1,000万元，常州证券出资1,000万元，出资方式均为货币出资。

2000年7月7日，恐龙园有限在江苏省常州工商行政管理局办理完毕设立的工商登记手续，并领取了注册号为“3204041401289”号的《企业法人营业执照》。恐龙园有限设立时的注册资本为8,500万元，经营范围为“旅游服务、文化娱乐服务（以上均凭许可证经营）；摄影服务；餐饮服务；工艺美术品（除专项规定）、百货、五金、交电的销售”。

恐龙园有限设立时，股权结构如下：

单位：万元、%

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	出资比例
1	常州新旅	2,500.00	2,500.00	29.41
2	常州财政局	2,000.00	2,000.00	23.53
3	常州国旅	2,000.00	2,000.00	23.53
4	常州信托	1,000.00	1,000.00	11.76
5	常州证券	1,000.00	1,000.00	11.76
合计		<b>8,500.00</b>	<b>8,500.00</b>	<b>100.00</b>

2000年7月7日恐龙园有限设立时领取的《营业执照》载明恐龙园有限成立日期为1997年5月29日，其原因系恐龙园有限1997年筹建时存在领取《企业法人营业执照》副本从事中华恐龙园项目筹建的行为。根据江苏省常州工商行

政管理局于 2013 年 1 月 6 日出具的《关于对常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事宜的说明》，恐龙园有限领取《企业法人营业执照》副本从事中华恐龙园项目筹建的行为，系特定历史条件下的行为，且经过当时工商部门同意，恐龙园有限于 2000 年正式设立时取得正式《企业法人营业执照》。恐龙园有限设立时的验资报告等材料载明，恐龙园有限上述出资实际到位，该等行为未损害相关方合法权益及社会公众利益，工商行政管理部门未就该等行为予以行政处罚。

## （二）股份有限公司设立

公司是由常州中华恐龙园有限公司于 2011 年 5 月 28 日采用整体变更方式设立的股份有限公司。

2011 年 5 月 22 日，恐龙园有限股东会通过决议：（1）同意恐龙园有限以整体变更方式设立股份有限公司，公司名称变更为“常州恐龙园股份有限公司”；（2）同意信永中和会计师事务所有限责任公司以 2011 年 4 月 30 日为基准日出具的《审计报告》（XYZH/2010SHA3041 号），确认截至 2011 年 4 月 30 日，恐龙园有限经审计的净资产值为 392,574,163.12 元；（3）同意东洲评估以 2011 年 4 月 30 日为基准日出具的《评估报告》（沪东洲资评报字第 DZ110239044 号），确认截至 2011 年 4 月 30 日，恐龙园有限经评估的净资产值为 468,800,000.00 元；（4）同意以恐龙园有限截至 2011 年 4 月 30 日经审计的净资产值进行折股，其中折为股份公司股本 8,000 万股（每股面值 1 元），其余 312,574,163.12 元计入股份公司的资本公积，股份公司发起人按其在公司的持股比例认购股份公司发行的 8,000 万股股份。

2011 年 5 月 22 日，恐龙园有限的全体股东签署《发起人协议》，约定由龙控集团、弘毅诚科技、淡水河投资、杜拜投资、金陵投资、业缘投资、嘉辰投资、紫金文化作为发起人，以整体变更方式设立股份公司。

2011 年 5 月 22 日，公司召开创立大会，审议通过了《关于整体变更设立常州恐龙园股份有限公司的议案》等设立股份公司的相关议案，同意以 2011 年 4 月 30 日为整体变更的基准日，各发起人以有限公司截至 2011 年 4 月 30 日经审计的净资产按比例出资设立股份公司，其中折为股份公司股本共计 8,000 万股（每股面值 1 元），其余 312,574,163.12 元计入股份公司的资本公积。同日，全体股

东签署了《常州恐龙园股份有限公司章程》。

2011年5月23日，信永中和出具《验资报告》（XYZH/2010SHA3042号）。根据该验资报告，截至2011年5月22日，恐龙园股份（筹）已将净资产折股转为实收资本（股本）8,000万元。

2011年5月28日，常州工商行政管理局换发注册号为320407000003483的《企业法人营业执照》。

恐龙园股份设立时的股东及股权结构如下：

单位：万股、%

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	龙控集团	4,400.00	55.00
2	弘毅诚科技	1,200.00	15.00
3	业缘投资	800.00	10.00
4	杜拜投资	440.00	5.50
5	紫金文化	400.00	5.00
6	淡水河投资	360.00	4.50
7	金陵投资	240.00	3.00
8	嘉辰投资	160.00	2.00
合计		8,000.00	100.00

**（三）发行人历史上的历次出资、股权转让等股权变动存在瑕疵的具体情况、已采取的整改或者补救措施，相关纠纷的解决情况**

发行人历次股权变动情况如下：



时间/事项	股权变动情况	审批情况	评估备案	转让方式	是否挂牌交易	备注
2000年有限公司设立	恐龙园有限设立。	有	不适用	不适用	不适用	经常州市人民政府市长办公会议（第22号）决定，正式组建常州中华恐龙园有限公司。
2001年第一次股权转让	常州国旅将250万元出资转让给常州市新区会计中心。	无	无	司法裁定	不适用	根据常州市中级人民法院作出的“（2001）常执字第239号”《民事裁定书》进行的转让。
2002年第一次增资	常州新旅增资2,000万元，常州财政局增资1,000万元，常州信托增资1,000万元，常州证券增资400万元。	无	无	不适用	不适用	本次增资的股东均为国有股东，不存在损害国有资产利益的情形。
2002年第二次增资	整体吸收合并投新实业。投新实业注册资本为1,200万元，其中常州市投资公司出资720万元，常州新旅出资480万元，常州市投资公司出资的720万元作为其投入恐龙园有限的新增出资，常州新旅出资的480万元作为其投入恐龙园有限的新增出资。	无	无	不适用	不适用	吸收合并行为在国有单位之间进行，不存在损害国有资产利益的情形。
	常州新旅以土地使用权作价1,008万元向恐龙园有限增资。	无	无	不适用	不适用	2009年2月，龙控集团（2005年常州新旅更名为龙控集团）调整出资方式，改为以货币方式向恐龙园有限出资1,008万元。
2002年第二次股权转让	常州证券将1,400万元出资转让给常州信托。	无	无	协议转让	无	股权转让行为在国有单位之间进行，不存在损害国有资产利益的情形。
	常州投资集团整体接收常州信托、常州市投资公司的出资。	有	不适用	股权划转	不适用	根据常州市人民政府下发的《关于成立常州投资集团有限公司的通知》（常政发[2002]23号）进行的整体划转。
2004年第三次股权转让	常州财政局将3,000万元出资划转给常州投资集团。	有	不适用	股权划转	不适用	根据常州市国资委办公室下发的《关于同意常州市财政局股权划转的批复》（常国资委办[2004]1号）进行的整体划转。

时间/事项	股权变动情况	审批情况	评估备案	转让方式	是否挂牌交易	备注
	常州市新区会计中心持有的恐龙园有限 250 万元出资划转给常州新旅。	有	不适用	股权划转	不适用	根据常州市新北区国有资产管理委员会核发的《关于常州新区城市建设投资公司等公司股权划转的批复》(常新国资委[2004]1 号) 进行的整体划转。
2005 年第四次股权转让	常州投资集团将 3,000 万元出资转让给常州市新区会计中心。	无	无	司法裁定	不适用	根据常州市中级人民法院作出的“[2005]常执字第 11 号”《民事裁定书》进行的转让。
	常州市新区会计中心将其持有的恐龙园有限 3,000 万元出资划转给常州新旅。	有	不适用	股权划转	不适用	根据常州高新区(新北区)国有资产管理委员会核发的《关于常州恐龙园有限公司股权划转的批复》(常新国资委[2005]3 号) 进行的整体划转。
2006 年第五次股权转让	常州国旅将 1,750 万元出资转让给常州市旅游培训中心。	无	无	协议转让	不适用	1、转让行为在国有单位之间进行,不存在损害国有资产利益的情形; 2、常州旅游局出具《关于常州恐龙园股份有限公司历史沿革之涉及市旅游局相关事宜的说明》予以确认。
2009 年变更增资方式及实收资本	龙控集团将原定以土地使用权作价 1,008 万元增资改为以货币增资。	有	无	不适用	不适用	1、增资的股东为国有股东,不存在损害国有资产利益的情形; 2、常州高新区(新北区)国有资产管理委员会签发办文单(常新国资委办文[2009]5 号)予以批准同意。
2010 年第六次股权转让	常州投资集团将 4,120 万元出资转让给龙控集团。	有	无	协议转让	不适用	1、转让行为在国有单位之间进行,不存在损害国有资产利益的情形; 2、江苏省人民政府国有资产监督管理委员会出具《关于同意协议转让常州中华恐龙园有限公司股权的批复》(苏国资复[2010]106 号)予以批准同意。
	常州旅游培训中心将 1,750 万元出资转让给龙控集团。	有	无	协议转让	不适用	1、转让行为在国有单位之间进行,不存在损害国有资产利益的情形; 2、常州财政局向常州旅游局下发《关于同意常州市旅游培训中心所持常州中华恐龙园有限公司国有股权协议转让的批复》(常财资[2010]22 号)予以批准同意。

时间/事项	股权变动情况	审批情况	评估备案	转让方式	是否挂牌交易	备注
2011年第三次增资	恐龙园有限增资123,610,909.09元,由弘毅诚科技、淡水河投资、杜拜投资、金陵投资、业缘投资、嘉辰投资、紫金文化7名投资者共计出资191,045,454.55元予以认购。	有	有	不适用	不适用	1、上海东洲资产评估有限公司出具《评估报告》(沪东洲资评报字第DZ100900024号); 2、常州市国资委出具《关于对常州中华恐龙园有限公司资产评估报告核准的批复》(常国资[2011]9号),核准前述评估报告; 3、常州市国资委下发《关于同意常州中华恐龙园有限公司增资扩股的批复》(常国资[2011]17号)予以批准同意。
2011年整体变更设立股份公司	恐龙园有限以截至2011年4月30日净资产值进行整体折股,其中折为股本8,000万股(每股面值1元),312,574,163.12元计入资本公积。	有	有	不适用	不适用	1、上海东洲资产评估有限公司出具了《资产评估报告书》(沪东洲资评报字第DZ110239044号); 2、常州市国资委出具《关于对常州中华恐龙园有限公司资产评估报告核准的批复》(常国资[2011]43号)核准前述评估报告; 3、江苏省人民政府国有资产监督管理委员会出具《关于常州恐龙园股份有限公司国有股权管理有关事项的批复》(苏国资复[2013]24号)予以确认。
2013年资本公积转增股本	公司以总股本8,000万股为基数,以资本公积金转增股本,每10股转增10.625股,共计转增8,500万股。	不适用	不适用	不适用	不适用	江苏省人民政府国有资产监督管理委员会出具《关于常州恐龙园股份有限公司国有股权管理有关事项的批复》(苏国资复[2013]24号)予以确认。
2014年第七次股份转让	淡水河投资将其持有的公司742.50万股股份(占公司总股份数的4.50%)作价19,104,545.45元转让给孟庆有; 杜拜投资将其持有的公司577.50万股股份(占公司总股份数的3.50%)作价15,000,000.00元转让给杜勇毅;	不适用	不适用	协议转让	不适用	不适用

时间/ 事项	股权变动情况	审批情况	评估备案	转让方式	是否挂牌 交易	备注
	金陵投资将其持有的公司 495.00 万股股份（占公司总股数 的 3.00%）作价 12,736,363.64 元转让给王广宇。					
2019 年第五次增 资	公司向中信旅游定向发行股票 1,110 万股股份。	已取得	已取得	不适用	不适用	常州市国资委下发《关于同意恐龙园文化旅游集团 股份有限公司协议增资的批复》（常国资[2019]61 号），同意恐龙园股份以非公开协议方式进行增资， 中信旅游以 8.00 元/股价格认购新增股份 1,110.00 万股。
新三板挂牌后的 股份转让	2015 年 10 月 15 日，恐龙园股份 正式在股转系统挂牌并公开转 让，股东通过股转系统进行公司 的股份转让	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用

发行人历史沿革中股权变动存在瑕疵，并已采取相应整改措施，具体情况如下：

1、恐龙园有限 2000 年设立时，存在工商登记资料、公司章程记载的股东名称与验资报告记载的股东名称不一致的情况

2000 年 3 月 20 日，常州新旅、常州国旅、常州财政局、常州信托和常州证券签署了《常州中华恐龙园有限公司章程》，约定成立恐龙园有限，注册资本为 8,500 万元，其中常州新旅以现金出资 2,500 万元，占注册资本的 29.41%；常州国旅以现金出资 2,000 万元，占注册资本的 23.53%；常州财政局以现金出资 2,000 万元，占注册资本的 23.53%；常州信托以现金出资 1,000 万元，占注册资本的 11.76%；常州证券以现金出资 1,000 万元，占注册资本的 11.76%。

2000 年 4 月 21 日，常州汇丰会计师事务所出具《验资报告》(常汇会验(2000)内 258 号)，经审验，截至 1999 年 12 月 31 日，恐龙园有限收到注册资本 8,500 万元，其中新区管委会出资 2,500 万元，常州旅游局出资 2,000 万元，常州财政局出资 2,000 万元，常州信托出资 1,000 万元，常州证券出资 1,000 万元，出资方式均为货币出资。

2000 年 7 月 7 日，恐龙园有限在江苏省常州工商行政管理局办理完毕设立的工商登记手续，并领取了注册号为“3204041401289”号的《企业法人营业执照》。

恐龙园有限设立时，股权结构如下：

单位：万元、%

序号	股东名称	认缴出资	实缴出资	出资比例
1	常州新旅	2,500.00	2,500.00	29.41
2	常州财政局	2,000.00	2,000.00	23.53
3	常州国旅	2,000.00	2,000.00	23.53
4	常州信托	1,000.00	1,000.00	11.76
5	常州证券	1,000.00	1,000.00	11.76
	合计	8,500.00	8,500.00	100.00

恐龙园有限设立时，工商登记资料、公司章程记载的股东名称与验资报告记载的股东名称不一致，系出于以下原因：

(1) 2011年11月8日,常州国家高新技术产业开发区管理委员会出具了《关于对常州恐龙园股份有限公司国有股权相关事宜请示的批复》(常开委[2011]26号),确认新区管委会持有的恐龙园有限2,500万元出资额已经无偿划转给当时新区管委会的全资下属企业常州新旅,常州新旅合法、有效拥有该等2,500万元出资额,不存在任何纠纷或潜在纠纷;

(2) 2000年5月26日,常州旅游局依据常州市人民政府核发的《关于同意筹建常州国旅集团有限公司的批复》(常政复[2000]3号)致函恐龙园有限,将其投入恐龙园有限2,000万元的出资划转给常州国旅。常州旅游局于2011年10月27日出具了《关于对常州恐龙园股份有限公司历史沿革之涉及市旅游局相关事宜的确认》,确认常州旅游局将其投入恐龙园有限的2,000万元出资额划转给常州国旅。

根据常州旅游局、常州国家高新技术产业开发区管理委员会出具的确认文件,在恐龙园有限设立时工商登记的股东名称和公司章程记载的股东名称及验资报告表述不一致的情形,不会导致相关股东持有的股权产生纠纷或潜在纠纷。

2、恐龙园有限2001年第一次股权转让,未履行国有产权转让之资产评估、审批等程序

2001年11月13日,常州市中级人民法院作出“(2001)常执字第239号”《民事裁定书》,裁定常州国旅将其持有的恐龙园有限250万元出资转让给常州市新区会计中心,用于抵偿250万元债务。

常州国旅将其持有的恐龙园有限250万元出资额转让给常州市新区会计中心,本次股权转让未履行国有产权转让之资产评估、审批程序,系通过司法裁定进行的划转。2011年10月27日,常州旅游局出具《关于对常州恐龙园股份有限公司历史沿革之涉及市旅游局相关事宜的确认》,对上述事项进行确认。

常州国旅将其持有的恐龙园有限250万元出资额转让给常州市新区会计中心,用于抵偿常州旅游经济技术发展集团公司对常州市新区会计中心所负的250万元债务,该等经司法程序转让均系国有单位之间的股权转让,不存在国有资产流失的情况,且该等股权转让已经履行完毕,并补办了相关股权转让的工商变更登记手续。常州市新区会计中心合法、有效拥有恐龙园有限250万元出资额,

不存在任何纠纷或潜在纠纷。

3、恐龙园有限 2002 年第一次增资，未召开股东会，常州国旅未放弃优先认缴权

恐龙园有限根据第三次董事会决议，增加注册资本 4,400 万元，常州国旅未就本次增资行使优先认缴权。

本次增资虽然未召开股东会，但是召开了董事会进行审议，各股东委派的代表参加本次董事会并同意增资事宜，根据董事会会议纪要，常州国旅代表对常州国旅不参与本次认缴增资未提出异议。本次增资之后，常州国旅亦未就本次增资提出任何异议，且 2006 年常州国旅将持有的恐龙园有限全部出资额转出后，不再是恐龙园有限的股东，常州国旅事实上认可了本次增资并放弃了本次增资的优先认缴权。本次增资虽然未经相关主管部门审批，但是增资股东均系原股东，且为国有单位，未造成国有资产流失。

4、恐龙园有限 2002 年第二次增资，吸收合并投新实业，股东常州新旅以土地使用权进行出资

#### (1) 恐龙园有限吸收合并投新实业

2002 年 7 月 30 日，恐龙园有限召开 2002 年第一次临时股东会会议，同意恐龙园有限整体吸收合并投新实业，投新实业注销。投新实业注册资本为 1,200 万元，其中常州市投资公司出资 720 万元，常州新旅出资 480 万元。经协商，决定按照经审计的截至 2001 年 12 月 31 日的净资产吸收合并投新实业，合并价格为 1,200 万元，其中常州市投资公司出资的 720 万元作为其投入恐龙园有限的新增出资，常州新旅出资的 480 万元作为其投入恐龙园有限的新增出资。常州市投资公司由常州投资集团整体接收，因此常州市投资公司对恐龙园有限的新增出资 720 万元由常州投资集团承继。

2011 年 10 月 26 日，常州投资集团出具《关于常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事宜的说明》，确认常州市投资集团持有的投新实业 720 万元出资额作为常州投资集团投入恐龙园有限的新增注册资本，常州投资集团合法、有效拥有恐龙园有限 720 万元新增出资额，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

2011 年 10 月 26 日，龙控集团（常州新旅于 2005 年 3 月更名为龙控集团）

出具《关于常州恐龙园股份有限公司及其下属企业历史沿革相关事宜的说明》，确认恐龙园有限整体吸收合并投新实业均系在国有单位之间进行，不存在国有资产流失的情形，且该等吸并行为已经履行完毕并经相关有权各方确认，常州新旅持有 480 万元恐龙园有限的新增注册资本，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

因此，本次吸收合并及增资的行为虽然没有履行国有产权转让之资产评估、审批等程序，但均在国有单位之间发生，不存在造成国有资产流失的情形。本次增资已经履行完毕，相关单位均予以了确认，不存在纠纷或潜在纠纷。

## (2) 常州新旅以土地使用权增资恐龙园有限

2002 年 7 月 30 日，恐龙园有限召开 2002 年第一次临时股东会会议，同意常州新旅以 63 亩土地使用权经股东作价 1,008 万元向恐龙园有限增资。后经各方股东协商确定，决定调整出资方式，以货币缴纳出资。

2009 年 2 月 9 日，恐龙园有限召开股东会，同意龙控集团改变出资方式，将原定以 63 亩土地使用权作价 1,008 万元增资改为由龙控集团以货币形式出资。

2009 年 2 月 12 日，常州高新区（新北区）国有资产管理委员会签发办文单（常新国资委办文[2009]5 号），同意龙控集团调整出资方式，改为以货币方式向恐龙园有限出资 1,008 万元。

2009 年 2 月 12 日，常州汇丰会计师事务所出具《验资报告》（常汇会验[2009]内 031 号），对龙控集团调整出资方式，货币出资 1,008 万元进行审验。

2013 年 1 月 6 日，江苏省常州工商行政管理局出具《关于对常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事宜的说明》，确认恐龙园有限已完成实收资本变更登记手续，且验资报告等材料载明上述货币资金已经实际到位，未损害相关方合法权益及社会公众利益，工商行政管理部门未就该等行为予以行政处罚。

常州新旅虽然未及时将土地使用权进行评估并办理权属转移手续，但是事后恐龙园有限股东一致同意由龙控集团变更出资方式，并取得国资监管部门同意，且相关出资实缴到位，不存在出资不实、虚假出资的情形。

因此，常州新旅虽然未及时将土地使用权进行评估并办理权属转移手续，但是事后恐龙园有限股东一致同意由龙控集团变更出资方式，并取得国资监管部门



同意，且相关出资实缴到位，不存在出资不实、虚假出资的情形。

#### 5、恐龙园有限 2002 年第二次股权转让，未履行国有产权转让之资产评估、审批等程序

2002 年 4 月 16 日，常州信托与常州证券签订《常信证券营业部资产置换协议书》，约定常州信托将其拥有的常州常信大厦和金坛两个证券营业部及其从事证券交易经营业务的资产置换给常州证券。

常州证券将其持有的恐龙园有限 1,400 万元出资额转让给常州信托，未履行国有产权转让之资产评估、审批等程序。2011 年 10 月 26 日，常州投资集团出具《关于常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事宜的说明》，确认本次股权转让系国有单位之间的股权转让，不存在国有资产流失的情况，且该次股权转让已经履行完毕，并补办了相关股权转让的工商变更登记手续，常州投资集团合法、有效拥有恐龙园有限上述出资，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

#### 6、恐龙园有限 2005 年第四次股权转让，未履行国有产权转让之资产评估、审批等程序

2005 年 4 月 1 日，常州市中级人民法院作出“[2005]常执字第 11 号”《民事裁定书》，裁定将常州投资集团所有的恐龙园有限 3,000 万元出资转让给常州市新区会计中心所有。

常州投资集团将其所有的恐龙园有限 3000 万元出资额转让给常州市新北区会计中心，本次股权转让未履行国有产权转让之资产评估、审批程序，系通过司法裁定进行的划转。2011 年 10 月 26 日，常州投资集团出具《关于常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事宜的说明》，确认本次股权转让系国有单位之间的股权转让，不存在国有资产流失的情况，且该次股权转让已经履行完毕，并补办了相关股权转让的工商变更登记手续，常州市新区会计中心合法、有效拥有恐龙园有限上述出资，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

#### 7、恐龙园有限 2006 年第五次股权转让，未经股东会审议，亦未履行国有产权转让之资产评估、审批等程序

2006 年 1 月 21 日，恐龙园有限第十二次董事会作出决议，同意常州国旅将其持有的恐龙园有限 1,750 万元出资额转让给常州旅游培训中心。

本次股权转让未经股东会审议，2011年10月26日，股权转让时其他股东常州投资集团出具了《关于常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事宜的说明》、龙控集团出具了《关于常州恐龙园股份有限公司及其下属企业历史沿革相关事宜的说明》，确认并认可常州国旅该等股权转让并放弃了优先购买权，其对该等股权转让不会提出任何异议或要求。

常州国旅将其持有的恐龙园有限1,750万元出资额转让给常州旅游培训中心，未履行资产评估、审批等程序。2011年10月27日，常州旅游局出具《关于常州恐龙园股份有限公司历史沿革之涉及市旅游局相关事宜的确认》，确认本次股权转让均系国有单位之间的股权转让，不存在国有资产流失的情况，且该次股权转让已经履行完毕，并补办了相关股权转让的工商变更登记手续，常州旅游培训中心合法、有效拥有恐龙园有限1,750万元出资额，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

#### 8、恐龙园有限2006年就设立后发生的增资、股权转让事宜补办了工商变更登记手续

2000年9月，恐龙园有限设立后，历次增资及股权转让未及时办理工商变更登记手续，并于2006年4月补办了工商变更登记手续。

2013年1月6日，江苏省常州工商行政管理局出具的《关于对常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事宜的说明》，确认恐龙园有限虽有未及时办理工商登记、备案之行为，但未损害相关方合法权益及社会公众利益，工商行政管理部门未就该等行为对恐龙园有限进行行政处罚。前述未及时履行工商变更登记手续的行为终止之日距说明出具之日已超过了《行政处罚法》规定的2年追责时效，工商行政管理部门不会再给予行政处罚。

#### 9、恐龙园有限2010年股权转让未履行国有资产转让评估及备案程序

2010年9月3日，江苏省人民政府国有资产监督管理委员会签发《关于同意协议转让常州中华恐龙园有限公司股权的批复》（苏国资复[2010]106号），同意常州投资集团将所持恐龙园有限27.27%股权协议转让给龙控集团。

2010年9月25日，常州财政局向常州旅游局下发《关于同意常州市旅游培训中心所持常州中华恐龙园有限公司国有股权协议转让的批复》（常财资

[2010]22 号), 同意常州旅游培训中心将其所持的恐龙园有限 11.58% 股权按初始投资价值 1,750 万元协议转让给龙控集团。

本次股权转让虽未履行国有资产评估、备案等程序, 但是均系国有单位之间的股权转让, 且已经相关主管机关的批准, 不存在国有资产流失的情况, 且该次股权转让已经履行完毕, 并办理了相关股权转让的工商变更登记手续, 不存在纠纷或潜在纠纷。

#### 10、恐龙园有限 2011 年整体变更为股份有限公司时进行减资, 未及时履行减资程序

2011 年 6 月, 在恐龙园有限整体变更为股份公司时, 发行人注册资本由 27,469.090909 万元减少至 8,000 万元, 发行人未及时履行债权人通知及公告的减资程序。

为弥补上述程序瑕疵, 2011 年 11 月 24 日, 发行人在《扬子晚报》上刊登了《公告》, 通知债权人自公告之日起 45 日内可以要求发行人清偿债务或提供相应的担保。在该公告期内, 无债权人要求清偿债务或提供担保。

发行人未及时履行减资事宜已逾两年, 发行人未因上述事宜受到任何处罚, 亦不存在债权人就发行人未及时履行减资程序而提起法律诉讼或发生其他法律纠纷的情形。

#### 11、主管部门关于恐龙园股份历史沿革合规性的确认意见

常州市新北区人民政府于 2016 年 5 月 18 日出具的《常州市新北区人民政府关于确认常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事项的请示》(常新政发[2016]63 号), 其认为恐龙园股份历史沿革清晰, 其前身恐龙园有限涉及的增资、股权转让、划转及吸收合并等国有股权变动相关事项均在常州市市属国有单位之间进行, 且 2007 年之后相关国有股权变动均经资产评估、有权单位批准、工商变更登记等必要程序, 不存在国有资产流失的情形, 亦不存在纠纷或潜在纠纷, 真实合法有效, 并予以确认。

常州市人民政府于 2016 年 6 月 1 日出具的《常州市人民政府关于确认常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事项的请示》(常政发[2016]102 号), 其认为恐龙园股份历史沿革清晰, 其前身恐龙园有限涉及的增资、股权转让、划转及吸

收合并等国有股权变动相关事项不存在国有资产流失的情形,亦不存在纠纷或潜在纠纷,真实合法有效,并予以确认。

江苏省人民政府办公厅于2017年3月下发《省政府办公厅关于确认常州恐龙园股份有限公司历史沿革相关事项合规性的函》(苏政办函[2017]19号),对常州市人民政府常政发[2016]102号请示予以确认,确认恐龙园历史沿革相关事项履行了相关程序,并经主管部门批准,符合国家法律法规和政策规定。

发行人的股权演变过程中,相关股东出资均已足额缴纳,部分增资或股权转让等行为尽管存在瑕疵,但有关事项均发生在国有单位之间,不存在国有资产流失的情形,相关事项亦得到有关方及主管部门的确认,不存在纠纷或潜在纠纷。因此,发行人股东所持有的发行人股份权属清晰,真实、合法、有效。

### 三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况

#### (一) 发行人报告期内股本变化

##### 1、发行人报告期股权变化情况

报告期内,发行人发生的股本变化为2019年9月增资至17,610.00万元,具体情况如下:

2019年8月12日,江苏华信资产评估有限公司出具《恐龙园文化旅游集团股份有限公司增资扩股涉及的股东全部权益价值项目资产评估报告》(苏华评报字[2019]第S018号),经评估:截至2018年12月31日,恐龙园股份股东全部权益市场价值为118,400.00万元。

2019年9月4日,恐龙园股份与本次非公开发行的认购对象中信旅游签订附生效条件的《股份认购协议》。

2019年9月5日,恐龙园股份召开第三届董事会第十二次会议,审议并通过《恐龙园文化旅游集团股份有限公司股票发行方案》、《关于签署附生效条件的<股份认购协议>的议案》等议案,同意发行人以非公开发行股票的方式,向中信旅游发行1,110.00万股,发行价格8.00元/股,募集资金总额为8,880.00万元。

2019年9月20日,常州市国资委向恐龙园股份下发《关于同意恐龙园文化旅游集团股份有限公司协议增资的批复》(常国资[2019]61号),同意恐龙园股份

以非公开协议方式进行增资，中信旅游以 8.00 元/股价格认购新增股份 1,110.00 万股，认购总额 8,880.00 万元。

2019 年 9 月 21 日，恐龙园股份召开 2019 年第一次临时股东大会，审议并通过《恐龙园文化旅游集团股份有限公司股票发行方案》、《关于签署附生效条件的〈股份认购协议〉的议案》等与本次非公开发行股票相关议案。

2019 年 9 月 27 日，信永中和出具《验资报告》(XYZH/2019SHA20246 号)，经验证：截至 2019 年 9 月 26 日止，恐龙园股份变更后的注册资本金额为 17,610.00 万元，实收股本为 17,610.00 万元。

2019 年 9 月 24 日，恐龙园股份就本次增资在常州市市场监督管理局办理了工商登记，并领取了新的营业执照。

2019 年 10 月 15 日，股转系统出具《关于恐龙园文化旅游集团股份有限公司发行股份登记的函》(股转系统函[2019]4439 号)，确认本次股票发行的备案申请。

2019 年 11 月 1 日，中国证券登记结算有限责任公司北京分公司发行人业务部出具《股份登记确认书》，恐龙园股份已于 2019 年 10 月 31 日完成新增股份登记，新增股份登记总量为 1,100 万股。

**本次增资价格对应恐龙园股份 2018 年度经营业绩，市盈率约为 15 倍，市净率约为 1.7 倍，本次增资价格综合考虑每股评估净资产值、宏观经济环境、发行人所处行业及行业地位、同行业上市公司市盈率等多因素。**

本次非公开发行股票完成后，恐龙园股份的股权结构如下：

单位：万股、%

序号	股东姓名/名称	持股数	持股比例
1	龙控集团	9,075.00	51.5332
2	弘毅诚科技	2,475.00	14.0545
3	业缘投资	1,154.60	6.5565
4	中信旅游	1,110.00	6.3032
5	紫金文化	825.00	4.6848
6	孟庆有	742.50	4.2164
7	杜勇毅	552.50	3.1374

序号	股东姓名/名称	持股数	持股比例
8	王广宇	495.00	2.8109
9	红星美凯龙	495.00	2.8109
10	杜拜投资	330.00	1.8739
11	牛大鸣	164.90	0.9364
12	巫厚贵	66.00	0.3748
13	王天寿	38.90	0.2209
14	嘉辰投资	29.20	0.1658
15	胡柳	26.20	0.1488
16	廖伟耀	25.00	0.1420
17	隋志毅	4.80	0.0273
18	余庆	0.10	0.0006
19	唐红	0.10	0.0006
20	殷亮	0.10	0.0006
21	张娜	0.10	0.0006
合 计		17,610.00	100.0000

## 2、中信旅游与发行人承销商中信证券的关系

截至本招股说明书签署日，中信旅游的股权结构情况如下：

单位：万元、%

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	中国中信有限公司	18,590.00	100.00
合 计		18,590.00	100.00

根据中信证券于上海证券交易所网站公开披露的《2020年三季度报告》，截至2020年9月30日，中国中信有限公司直接持有中信证券1,999,695,746股股份，占中信证券股本总数15.47%，系中信证券第一大股东。

因此，中信旅游是发行人承销商中信证券的第一大股东中国中信有限公司之全资子公司。

## 3、该次增资入股符合《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关规定

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》（2017年修订）第三十九条规定，保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人的股份合计超过7%，或者发行人持有、控制保荐机构的股份超过7%的，保荐机构在推荐发行人

证券发行上市时，应联合 1 家无关联保荐机构共同履行保荐职责，且该无关联保荐机构为第一保荐机构。

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》(2020 年修订)第四十二条的规定，保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人股份的，或者发行人持有、控制保荐机构股份的，保荐机构在推荐发行人证券发行上市时，应当进行利益冲突审查，出具合规审核意见，并按规定充分披露。通过披露仍不能消除影响的，保荐机构应联合 1 家无关联保荐机构共同履行保荐职责，且该无关联保荐机构为第一保荐机构。同时，根据《监管规则适用指引——机构类第 1 号》的相关规定，明确《证券发行上市保荐业务管理办法》(2020 年修订)第四十二条“通过披露仍不能消除影响”的执行标准。对于发行人拟在主板、中小板、创业板、科创板公开发行并上市的，保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人股份合计超过 7%，或者发行人持有、控制保荐机构股份超过 7%的，保荐机构在推荐发行人证券发行上市时，应联合 1 家无关联保荐机构共同履行保荐职责，且该无关联保荐机构为第一保荐机构。

中信旅游作为中信证券第一大股东中国中信有限公司全资子公司，系发行人保荐机构中信证券的重要关联方。除此之外，中信旅游与发行人其他股东、发行人董事、监事及高级管理人员、本次发行中介机构及签字人员不存在亲属关系、关联关系或其他利益输送的关系。2019 年 9 月，中信旅游向发行人增资入股后，持有发行人 6.3032%的股份，从未超过 7%。因此，中信旅游向恐龙园股份增资入股，且中信证券作为发行人保荐机构并独立承担保荐职责，符合《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关规定。

## (二) 发行人报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组的情形，但是为整合业务资源，实现全产业链的发展战略，报告期内公司收购了控股股东龙控集团控股子公司常州环龙实业投资有限公司所持有的常州环龙酒店管理有限公司 100%股权，具体如下：

2018 年 7 月 12 日，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）出具了无保留意见的《审计报告》(XYZH/2018SHA20260 号)，于审计基准日 2018 年 6 月 30 日，常州环龙酒店管理有限公司资产总计为 1,253.87 万元，负债合计为 737.86

万元，净资产为 516.01 万元。

2018 年 7 月 13 日，江苏华信资产评估有限公司出具了《常州环龙实业投资有限公司拟股权转让涉及的常州环龙酒店管理有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（苏华评报字[2018]第 C031 号），标的股东权益在评估基准日 2018 年 6 月 30 日的市场价值为 720.00 万元。

2018 年 7 月 28 日，公司召开第三届董事会第六次会议，审议通过了《关于收购常州环龙酒店管理有限公司 100%股权暨关联交易的议案》。

2018 年 8 月 17 日，常州市国资委下发《市国资委关于同意常州环龙实业投资有限公司协议转让常州环龙酒店管理有限公司国有股权的批复》同意龙控集团所属全资子公司常州环龙实业投资有限公司所持有的常州环龙酒店管理有限公司 100%股权，以评估价值 720 万元人民币协议转让给恐龙园文化旅游集团股份有限公司。

2018 年 8 月 23 日，公司与常州环龙实业投资有限公司签署了《股权转让协议》，约定公司股权的转让价格为 720 万元。

2018 年 8 月 24 日，环龙酒店在常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局办理了工商变更登记。

本次股权转让属于同一控制下的股权转让，不存在损害公司和股东利益的情形。报告期内，常州恐龙人酒店发展有限公司分别实现收入 2,927.98 万元、3,359.87 万元和 4,911.96 万元，占公司营业收入的比例分别为 5.71%、5.80%和 7.52%，占比较小，对公司经营业绩影响较小，公司管理层、实际控制人未因本次股权收购发生变化。

### **（三）发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌情况**

2015 年 6 月 10 日，恐龙园股份召开 2015 年第一次临时股东大会，审议通过《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的议案》。

2015 年 9 月 16 日，股转系统出具《关于同意常州恐龙园股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函（2015）6214 号），同意恐龙园股份股票在股转系统挂牌，转让方式为协议转让。



2015年10月15日，恐龙园股份正式在股转系统挂牌并公开转让，挂牌地点为北京，证券代码为“833745”，证券简称为“恐龙园”。

截至本招股说明书签署日，发行人不存在受到股转系统处罚的情况。

#### (四) 发行人股东通过股转系统交易情况

##### 1、集合竞价转让

报告期内，发行人股东通过股转系统集合竞价转让的情况如下：

单位：股、元

序号	转让日期	交易方式	转让股份数	转让价格
1	2018.08.02	集合竞价	3,000	5.02
2	2018.08.02	集合竞价	1,000	5.02
3	2018.10.09	集合竞价	2,000	7.00
4	2018.10.29	集合竞价	1,000	6.99
5	2018.12.03	集合竞价	1,000	7.18
6	2018.12.10	集合竞价	1,000	7.18
7	2019.04.23	集合竞价	1,000	7.18

##### 2、协议转让

报告期内，股东通过股转系统协议转让的情况如下：

单位：股、元

序号	转让日期	交易方式	转让方	受让方	转让股份数	转让价格
1	2018.08.21	协议转让	业缘合伙	红星美凯龙	4,950,000	9.68

上述股份转让系股东通过股转系统进行的自由交易，交易价格虽然略有不同，但是综合考虑了发行人所处行业的发展情况、发行人成长性、公司净利润及市盈率等多种因素。2018年8月，红星美凯龙有意投资文旅行业，并且看好发行人发展前景以及核心团队能力，经双方协商，业缘投资将所持发行人部分股份转让给红星美凯龙。报告期内，除红星美凯龙与业缘投资的股份转让外，发行人股票在股转系统交易不频繁且交易量较小，历史交易均为交易双方真实的意思表示，交易价格合理公允。

综上，报告期内发行人历次股份转让均系根据股转系统的规定办理了相关交易、结算及登记手续，合法有效。报告期内，发行人不存在因股票交易而受到全

国股转系统处罚的情况。

#### (五) 发行人穿透计算的股东人数情况

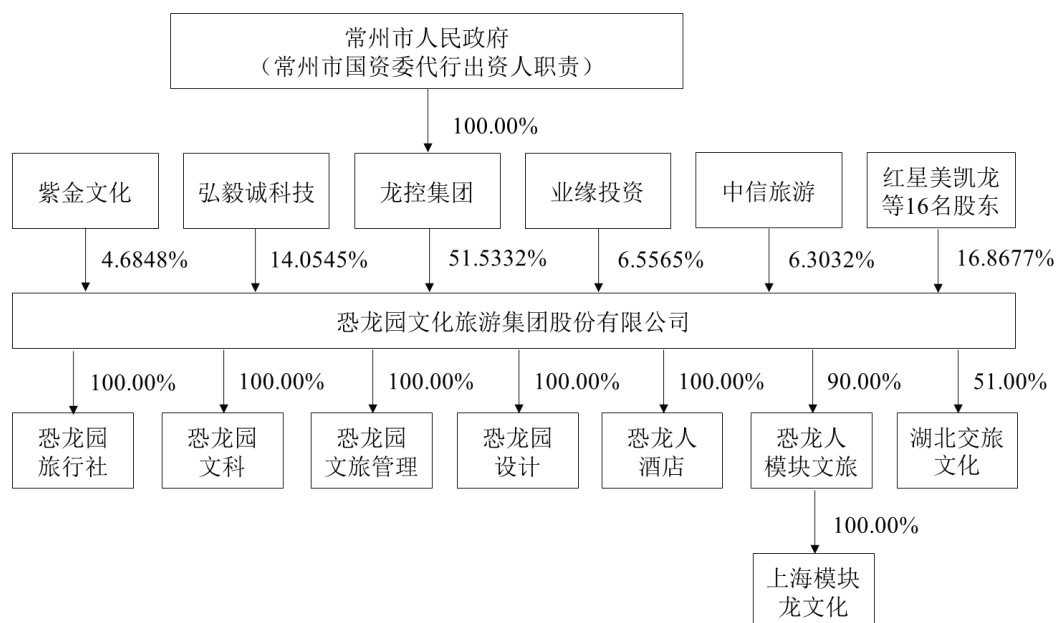
截至本招股说明书签署日，发行人共有 13 名自然人股东，8 名机构股东，机构股东人数穿透计算的情况如下：

序号	股东名称	股东性质	穿透至最终股东情况	计算人数
1	龙控集团	国有独资公司	常州市人民政府	1
2	弘毅诚科技	有限合伙企业	章伟杰、王静媛	2
3	业缘投资	有限合伙企业	沈波、许晓音、戴泽人、陈辉、余晓军、王孝红、虞炳、刘文昌、张式凡、李文、赵志宏、孙冬慧、王琪、陈英、李华、王琦华、陈青成、纪向荣、哈静、倪燕	20
4	中信旅游	有限责任公司	中国中信股份有限公司 (香港联交所上市公司)	1
5	紫金文化	私募基金	-	1
6	红星美凯龙	有限责任公司	车建新、车建芳	2
7	杜拜投资	有限责任公司	杜勇毅、张华玉	2
8	嘉辰投资	有限责任公司	黄学军	1
合计				30

因此，发行人自然人股东 13 名，经备案的私募基金 1 名，其他机构股东穿透后最终股东 29 名，合计 43 名，发行人穿透计算的股东人数未超过 200 人。

## 四、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，发行人的股权结构如下：



## 五、发行人控股子公司和参股公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有 8 家控股子公司，无参股公司；发行人及各控股子公司共有 6 家分支机构。具体情况如下：

### （一）发行人控股子公司情况

#### 1、恐龙园旅行社

公司名称：	常州恐龙园旅行社有限公司
成立时间：	2011 年 9 月 15 日
注册资本：	100 万元
实收资本：	100 万元
注册地址：	常州市新北区汉江路 1 号
主要生产经营地：	常州市新北区汉江路 1 号
法定代表人：	沈波
股权结构：	发行人持股 100%
主营业务及其与公司主营业务的关系：	从事传统旅行社业务以及旅行社相关渠道（含线上和线下渠道）的景区票务销售业务，系发行人主营业务组成部分

恐龙园旅行社最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

主要财务数据	2020-09-30/2020 年 1-9 月	2019-12-31/2019 年度
总资产	6,672.99	5,417.63
净资产	2,659.69	2,590.17

主要财务数据	2020-09-30/2020年1-9月	2019-12-31/2019年度
净利润	69.52	360.77

注：恐龙园旅行社 2019 年度财务数据已经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计，2020 年 1-9 月财务数据未经审计。

## 2、恐龙园设计

公司名称：	常州恐龙园文化旅游规划设计有限公司
成立时间：	2013 年 12 月 24 日
注册资本：	100 万元
实收资本：	100 万元
注册地址：	常州市新北区汉江路 1-7 号
主要生产经营地：	常州市新北区汉江路 1-7 号
法定代表人：	沈波
股权结构：	发行人持股 100%
主营业务及其与公司主营业务的关系：	从事规划设计业务，为客户的旅游开发项目提供主题创意策划、概念设计、布局规划设计等服务，系发行人主营业务组成部分

恐龙园设计最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

主要财务数据	2020-09-30/2020年1-9月	2019-12-31/2019年度
总资产	4,296.90	2,830.61
净资产	2,514.26	1,938.11
净利润	576.15	705.20

注：恐龙园设计 2019 年度财务数据已经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计，2020 年 1-9 月财务数据未经审计。

## 3、恐龙园文科

公司名称：	常州恐龙园文化科技有限公司
成立时间：	2016 年 2 月 24 日
注册资本：	1,000 万元
实收资本：	1,000 万元
注册地址：	常州市新北区汉江路 1 号
主要生产经营地：	常州市新北区汉江路 1 号
法定代表人：	沈波
股权结构：	发行人持股 100%
主营业务及其与公司主营业务的关系：	从事系统集成业务，包括硬件系统的开发以及数字内容制作，系发行人主营业务组成部分

恐龙园文科最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

主要财务数据	2020-09-30/2020年1-9月	2019-12-31/2019年度
总资产	4,031.38	4,213.47
净资产	1,233.67	816.36
净利润	417.31	65.65

注：恐龙园文科 2019 年度财务数据已经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计，2020 年 1-9 月财务数据未经审计。

#### 4、恐龙园文旅管理

公司名称：	常州恐龙园文化旅游管理有限公司
成立时间：	2017 年 3 月 16 日
注册资本：	300 万元
实收资本：	300 万元
注册地址：	常州市新北区汉江路 1 号 33 幢
主要生产经营地：	常州市新北区汉江路 1 号 33 幢
法定代表人：	沈波
股权结构：	发行人持股 100%
主营业务及其与公司主营业务的关系：	从事文化旅游管理咨询业务，系发行人主营业务组成部分

恐龙园文旅管理最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

主要财务数据	2020-09-30/2020年1-9月	2019-12-31/2019年度
总资产	4,587.22	3,814.64
净资产	3,057.60	2,490.23
净利润	417.37	389.66

注：恐龙园文旅管理 2019 年度财务数据已经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计，2020 年 1-9 月财务数据未经审计。

#### 5、恐龙人模块文旅

公司名称：	常州恐龙人模块文旅发展有限公司
成立时间：	2018 年 5 月 14 日
注册资本：	1,000 万元
实收资本：	1,000 万元
注册地址：	常州市新北区汉江路 1 号
主要生产经营地：	常州市新北区汉江路 1 号

法定代表人：	沈波
股权结构：	发行人持股 90%，龙缘必拓持股 10%
主营业务及其与公司主营业务的关系：	从事“恐龙人俱乐部”的经营和管理业务，系发行人主营业务组成部分

恐龙人模块文旅最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

主要财务数据	2020-09-30/2020 年 1-9 月	2019-12-31/2019 年度
总资产	3,277.26	2,158.86
净资产	298.34	396.28
净利润	-234.00	-453.01

注：恐龙人模块文旅 2019 年度财务数据已经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计，2020 年 1-9 月财务数据未经审计，未合并其子公司上海模块龙文化。

## 6、恐龙人酒店

公司名称：	常州恐龙人酒店发展有限公司
成立时间：	2016 年 8 月 5 日
注册资本：	100 万元
实收资本：	100 万元
注册地址：	常州市新北区迪诺创意园 20、21、22 和 23 栋
主要生产经营地：	常州市新北区迪诺创意园 20、21、22 和 23 栋
法定代表人：	沈波
股权结构：	发行人持股 100%
主营业务及其与公司主营业务的关系：	从事酒店运营管理业务，系发行人主营业务组成部分

恐龙人酒店最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

主要财务数据	2020-09-30/2020 年 1-9 月	2019-12-31/2019 年度
总资产	3,059.22	2,770.36
净资产	1,375.88	1,316.37
净利润	59.50	664.99

注：恐龙人酒店 2019 年度财务数据已经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计，2020 年 1-9 月财务数据未经审计。

## 7、湖北交旅文化

公司名称：	湖北交旅文化旅游发展有限公司
-------	----------------

成立时间:	2018年6月25日
注册资本:	500万元
实收资本:	500万元
注册地址:	武汉市汉阳区龙阳大道36号顶琇广场1栋25层4室-2
主要生产经营地:	武汉市汉阳区龙阳大道36号顶琇广场1栋25层4室-2
法定代表人:	沈波
股权结构:	发行人持股51%，湖北交投持股49%
主营业务及其与公司主营业务的关系:	从事文化旅游管理咨询服务，负责湖北等地区的业务机会开拓，系发行人主营业务组成部分

湖北交旅文化最近一年及一期的主要财务数据如下:

单位: 万元

主要财务数据	2020-09-30/2020年1-9月	2019-12-31/2019年度
总资产	340.07	414.32
净资产	166.61	257.21
净利润	-90.61	-127.20

注: 湖北交旅文化2019年度财务数据已经信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)上海分所审计, 2020年1-9月财务数据未经审计。

## 8、上海模块龙文化

公司名称:	上海模块龙文化发展有限公司
成立时间:	2018年11月1日
注册资本:	600万元
实收资本:	600万元
注册地址:	上海市虹口区东长治路588号1层L1-12-1、L1-12-2商铺
主要生产经营地:	上海市虹口区东长治路588号1层L1-12-1、L1-12-2商铺
法定代表人:	许晓音
股权结构:	恐龙人模块文旅持股100%
主营业务及其与公司主营业务的关系:	从事位于上海白玉兰广场“恐龙主题”的沉浸式室内体验中心的经营和管理, 系发行人主营业务组成部分

上海模块龙文化最近一年及一期的主要财务数据如下:

单位: 万元

主要财务数据	2020-09-30/2020年1-9月	2019-12-31/2019年度
总资产	1,325.89	1,556.99
净资产	-608.23	-116.90

主要财务数据	2020-09-30/2020年1-9月	2019-12-31/2019年度
净利润	-491.33	-702.54

注：上海模块龙文化 2019 年度财务数据已经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计，2020 年 1-9 月财务数据未经审计，上海模块龙文化于 2019 年 4 月纳入发行人合并范围。

## （二）发行人参股公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人无参股公司。

## （三）发行人及子公司的分支机构情况

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司共有 6 家分支机构，具体情况如下：

序号	分支机构名称	经营场所	成立时间	主要经营业务
1	恐龙园文化旅游集团股份有限公司艺术团分公司	常州市新北区汉江路 1 号	2006 年 5 月 18 日	文艺表演
2	恐龙园文化旅游集团股份有限公司恐龙时光分公司	常州市新北区河海东路 60 号迪诺水镇 6 号楼 1 层-2	2015 年 7 月 6 日	商品零售
3	恐龙园文化旅游集团股份有限公司恐龙人文化创意体验中心	常州市新北区河海东路 60 号迪诺水镇 19 号楼	2016 年 4 月 19 日	经营恐龙人俱乐部常州旗舰店
4	常州恐龙园文化旅游规划设计有限公司深圳分公司	深圳市福田区沙头街道天安社区泰然五路 12 号天安数码城天祥大厦七层 7B1B	2019 年 1 月 4 日	规划设计服务
5	常州恐龙园文化旅游规划设计有限公司上海分公司	上海市虹口区邯郸路 173 号 4 号楼 4 层 4061 室	2019 年 8 月 26 日	规划设计服务
6	常州恐龙人模块文旅发展有限公司杭州分公司	浙江省杭州市拱墅区丰潭路 380 号银泰城 3 幢 305 室、4 幢 301 室（铺位号：3F025、3F065/3F066/4F039/4F039B）	2019 年 12 月 5 日	经营恐龙人俱乐部杭州银泰城店

## 六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

### （一）控股股东情况

截至本招股说明书签署日，龙控集团持有公司 9,075.00 万股股份，占公司股本总额的 51.5332%，是公司的控股股东。龙控集团的基本情况如下：

公司名称：	龙城产业投资控股集团有限公司
成立时间：	1994 年 6 月 29 日



注册资本:	100,000 万元人民币
实收资本:	100,000 万元人民币
注册地址:	常州新北区汉江东路 1 号
主要生产经营地:	常州新北区汉江东路 1 号
法定代表人:	<b>杨磊</b>
股权结构:	常州市国资委持股 100%
主营业务及其与发行人主营业务的关系:	股权投资, 自有房屋租赁服务, 投资咨询服务, 与发行人主营业务无直接联系

龙控集团最近一年及一期的主要财务数据如下:

单位: 万元

主要财务数据	2020-09-30/2020 年 1-9 月	2019-12-31/2019 年度
总资产	<b>1,247,833.56</b>	1,387,418.51
净资产	<b>457,595.48</b>	542,255.66
净利润	<b>-28,595.18</b>	2,073.92

注: 上述 2019 年度财务数据经中兴华会计师事务所(特殊普通合伙)审计, 2020 年 1-9 月财务数据未经审计。

## (二) 实际控制人情况

公司的控股股东系龙控集团, 龙控集团的出资人为常州市人民政府, 常州市人民政府持有龙控集团 100.00% 股权。常州市国资委代表常州市人民政府履行出资人职责, 因此常州市国资委为公司实际控制人。

## (三) 其他持有发行人 5% 以上股份的股东

除公司控股股东外, 其他持有公司 5% 以上股份的股东包括弘毅诚科技、业缘投资、中信旅游、杜拜投资及杜勇毅, 具体情况如下:

### 1、弘毅诚科技

截至本招股说明书签署日, 弘毅诚科技持有公司 2,475.00 万股股份, 占公司股本总额的 14.0545%。弘毅诚科技的基本情况如下:

企业名称:	天津弘毅诚科技发展合伙企业(有限合伙)
成立时间:	2011 年 4 月 15 日
注册资本:	8,105 万元人民币
实收资本:	8,105 万元人民币
注册地址:	天津自贸区(中心商务区)响螺湾旷世国际大厦 B 座 301-76

主要经营场所:	天津自贸区（中心商务区）响螺湾旷世国际大厦 B 座 301-76
执行事务合伙人:	章伟杰
出资情况:	章伟杰认缴 50.0062%，王静媛认缴 49.9938%
主营业务及其与发行人主营业务的关系:	股权投资，与发行人主营业务无直接联系

截至本招股说明书签署日，弘毅诚科技的实际控制人为章伟杰。

## 2、业缘投资

截至本招股说明书签署日，业缘投资持有公司 1,154.60 万股股份，占公司股本总额的 6.5565%。业缘投资的基本情况如下：

企业名称:	常州业缘投资合伙企业（有限合伙）
成立时间:	2011 年 1 月 25 日
注册资本:	4,246 万元人民币
实收资本:	4,246 万元人民币
注册地址:	常州新北区太湖东路 9-1 号 563 室
主要经营场所:	常州新北区太湖东路 9-1 号 563 室
执行事务合伙人:	沈波、许晓音
主营业务及其与发行人主营业务的关系:	股权投资，与发行人主营业务无直接联系

截至本招股说明书签署日，业缘投资的出资情况和合伙人的任职情况如下：

单位：万元、%

序号	合伙人姓名	出资额	出资比例	合伙人类别	在公司任职情况
1	沈波	1,900.085	44.75	普通合伙人	董事长
2	许晓音	955.350	22.50	普通合伙人	总经理、董事
3	陈辉	191.070	4.50	有限合伙人	副总经理
4	余晓军	191.070	4.50	有限合伙人	退休
5	戴泽人	191.070	4.50	有限合伙人	退休
6	王孝红	148.610	3.50	有限合伙人	财务总监
7	虞炳	148.610	3.50	有限合伙人	副总经理
8	刘文昌	84.920	2.00	有限合伙人	高级顾问 (退休返聘)
9	张式凡	63.690	1.50	有限合伙人	退休
10	李文	42.460	1.00	有限合伙人	恐龙园文旅管理 项目总监
11	赵志宏	42.460	1.00	有限合伙人	计划财务部经理

序号	合伙人姓名	出资额	出资比例	合伙人类别	在公司任职情况
12	孙冬慧	42.460	1.00	有限合伙人	恐龙园文旅管理旅游管理中心经理
13	王琪	42.460	1.00	有限合伙人	职工监事 恐龙园文旅管理旅游管理中心经理
14	陈英	42.460	1.00	有限合伙人	恐龙园文旅管理项目总监
15	李华	42.460	1.00	有限合伙人	副总工程师
16	王琦华	42.460	1.00	有限合伙人	高级顾问 (退休返聘)
17	陈青成	21.230	0.50	有限合伙人	恐龙园文旅管理旅游管理中心经理
18	纪向荣	21.230	0.50	有限合伙人	规划建设部高级工程师
19	哈静	21.230	0.50	有限合伙人	助理总经理
20	倪燕	10.615	0.25	有限合伙人	恐龙园文科副总经理
合计		<b>4,246.000</b>	<b>100.00</b>	-	-

业缘投资为由公司员工出资设立的持股平台，除公司外，业缘投资不存在其他对外投资。截至本招股说明书签署日，业缘投资的实际控制人为沈波和许晓音。

### 3、中信旅游

截至本招股说明书签署日，中信旅游持有公司 1,110.00 万股股份，占公司股本总额的 6.3032%。中信旅游的基本情况如下：

公司名称：	中信旅游集团有限公司
成立时间：	1987年4月4日
注册资本：	18,590万元人民币
实收资本：	18,590万元人民币
注册地址：	北京市朝阳区建国门外大街19号1号楼7层05室
主要经营场所：	北京市朝阳区建国门外大街19号1号楼7层05室
法定代表人：	冯彦庆
股权结构：	中国中信有限公司持股100.00%
主营业务及其与发行人主营业务的关系：	从事旅游业务和旅游产业的投资，与发行人主营业务无直接联系

### 4、杜拜投资（杜勇毅）

截至本招股说明书签署日，杜拜投资及杜勇毅为一致行动人，合计持有公司 882.50 万股股份，占公司股本总额的 5.0114%。其中，杜拜投资的基本情况如下：

公司名称:	重庆杜拜投资有限公司
成立时间:	2010年7月6日
注册资本:	2,300万元人民币
实收资本:	2,300万元人民币
注册地址:	重庆市黔江区城西办事处望城路88号
主要经营场所:	重庆市黔江区城西办事处望城路88号
法定代表人:	杜勇毅
股权结构:	杜勇毅持股98%; 张华玉持股2%
主营业务及其与发行人主营业务的关系:	项目投资, 输变电设备销售, 与发行人主营业务无直接联系

杜勇毅, 1969年出生, 中国国籍, 无境外永久居留权, 本科学历, 身份证号510202196908\*\*\*\*\*。

#### (四) 控股股东控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日, 公司控股股东控制的其他企业情况如下:

序号	公司名称	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	主营业务
1	环龙建设	2008年5月21日	600万元	常州市新北区汉江路1号	龙控集团持股100%	工程项目管理, 招标代理
2	龙城运营	2001年8月28日	42,300万元	常州市新北区太湖东路9-2号2楼205室	龙控集团持股100%	城市商业运营管理, 物业管理服务, 商业房地产租赁
3	龙城供应链	2016年7月19日	10,000万元	常州市新北区汉江路1号	龙控集团持股100%	供应链管理服务, 电子产品销售
4	新环环卫	2002年1月15日	1,412.196万元	常州市新北区龙江北路19号	龙控集团持股100%	城市道路清扫服务, 垃圾清运服务
5	新园绿化	1996年9月13日	4,134.485万元	常州市新北区泰山北路225号	龙控集团持股100%	园林绿化工程, 市政工程的施工及养护
6	龙旅传媒	2017年6月18日	3,500万元	常州市新北区太湖东路9-1号361-3室	龙控集团持股100%	代理、发布、制作国内各类广告业务, 版权代理
7	龙城城镇化建设	2016年9月23日	100,000万元	常州市新北区汉江路1号	龙控集团持股95%, 常州齐梁建设集团有限公司持股5%	工程建设, 自有资金投资
8	环龙实业	2007年3月30日	101,000万元	常州新北区汉江路1号	龙控集团持股75.25%、长安国际信托股份有限公司持股24.75%	自有资金投资, 房地产开发经营, 商业房地产租赁
9	迪诺传媒	2007年6月21日	1,000万元	常州新北区太湖东路9-2号创意大厦8楼	龙控集团持股62%, 常州晟扬文化传媒有限公司持股38%	代理和发布、制作各类广告业务
10	迪诺商管	2012年8月31日	100万元	常州市新北区河海东路60号	环龙实业持股100%	商业综合体管理, 商业房地产租赁
11	迪诺芳茂山商管	2018年4月28日	1,000万元	常州市新北区河海东路60号迪诺创意园10幢	环龙实业持股100%	商业综合体管理, 商业房地产租赁
12	孟河苗圃	2001年6月21日	79.91万元	常州市新北区孟河镇东山南场	龙城城镇化建设持股100%	花卉苗木种植、销售和园林绿化

序号	公司名称	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	主营业务
13	孟河林场	2001年6月21日	872.36万元	常州市新北区孟河镇东山	龙城城镇化建设持股100%	育苗, 植树, 造林
14	贝慈康养	2020年2月28日	500.00万元	常州市新北区汉江路1号	龙控集团持股100.00%	养老服务, 自有资金投资
15	贝慈三六九养老	2020年4月30日	500.00万元	常州市新北区三井街道世茂香滨湖苑196幢	贝慈康养持股60%, 常州三六九养老投资发展有限公司持股40%	养老服务
16	中科康信(常州)科技有限公司	2020年9月29日	1,000.00万元	常州市新北区太湖东路9号3幢701室	龙城供应链持股51%, 宋军林持股35%, 刘海涛持股14%	网络技术服务

## (五) 控股股东和实际控制人持有发行人的股份是否存在质押或者其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人持有发行人的股份不存在质押或者其他有争议的情况。

## 七、发行人股本情况

### (一) 本次发行前后发行人股本情况

本次发行前公司股份总数为 17,610.00 万股，本次拟发行人民币普通股不超过 5,870.00 万股，按本次发行 5,870.00 万股计算，本次发行后公司股份总数为 23,480.00 万股，本次发行股份占发行后股份总数的 25.00%。

假设本次公开发售股份的数量为 5,870.00 万股，则本次发行前后公司股权结构如下：

单位：万股、%

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	龙控集团（SS）	9,075.00	51.5332	9,075.00	38.6499
2	弘毅诚科技	2,475.00	14.0545	2,475.00	10.5409
3	业缘投资	1,154.60	6.5565	1,154.60	4.9174
4	中信旅游（CS）	1,110.00	6.3032	1,110.00	4.7274
5	紫金文化	825.00	4.6848	825.00	3.5136
6	孟庆有	742.50	4.2164	742.50	3.1623
7	杜勇毅	552.50	3.1374	552.50	2.3531
8	王广宇	495.00	2.8109	495.00	2.1082
9	红星美凯龙	495.00	2.8109	495.00	2.1082
10	杜拜投资	330.00	1.8739	330.00	1.4055
11	牛大鸣	164.90	0.9364	164.90	0.7023
12	巫厚贵	66.00	0.3748	66.00	0.2811
13	王天寿	38.90	0.2209	38.90	0.1657
14	嘉辰投资	29.20	0.1658	29.20	0.1244
15	胡柳	26.20	0.1488	26.20	0.1116
16	廖伟耀	25.00	0.1420	25.00	0.1065

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
17	隋志毅	4.80	0.0273	4.80	0.0204
18	殷亮	0.10	0.0006	0.10	0.0004
19	唐红	0.10	0.0006	0.10	0.0004
20	张娜	0.10	0.0006	0.10	0.0004
21	余庆	0.10	0.0006	0.10	0.0004
本次发行社会公众股份		-	-	5,870.00	25.0000
合计		<b>17,610.00</b>	<b>100.0000</b>	<b>23,480.00</b>	<b>100.0000</b>

## (二) 本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署日，发行人共有 21 名股东，发行人前十名股东情况如下：

单位：万股、%

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	龙控集团（SS）	9,075.00	51.5332
2	弘毅诚科技	2,475.00	14.0545
3	业缘投资	1,154.60	6.5565
4	中信旅游（CS）	1,110.00	6.3032
5	紫金文化	825.00	4.6848
6	孟庆有	742.50	4.2164
7	杜勇毅	552.50	3.1374
8	王广宇	495.00	2.8109
9	红星美凯龙	495.00	2.8109
10	杜拜投资	330.00	1.8739
合计		<b>17,254.60</b>	<b>97.9817</b>

## (三) 本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，发行人共有 13 名自然人股东，发行人前十名自然人股东及其在公司担任的职务情况如下：

单位：万股、%

序号	股东名称	持股数	股份比例	发行人处担任的职务
1	孟庆有	742.50	4.2164	无
2	杜勇毅	552.50	3.1374	无



序号	股东名称	持股数	股份比例	发行人处担任的职务
3	王广宇	495.00	2.8109	无
4	牛大鸣	164.90	0.9364	无
5	巫厚贵	66.00	0.3748	无
6	王天寿	38.90	0.2209	无
7	胡柳	26.20	0.1488	无
8	廖伟耀	25.00	0.1420	无
9	隋志毅	4.80	0.0273	无
10	殷亮	0.10	0.0006	无
	唐红	0.10	0.0006	无
	张娜	0.10	0.0006	无
	余庆	0.10	0.0006	无
合计		2,116.20	12.0173	-

#### (四) 股东中国有股份、外资股份情况的持股情况

2019年12月19日，江苏省政府国有资产监督管理委员会核发《江苏省国资委关于恐龙园文化旅游集团股份有限公司国有股东标识管理事项的批复》（苏国资复[2019]58号），截至本招股说明书签署日，恐龙园文化旅游集团股份有限公司总股本为17,610万股，其中龙控集团持有9,075万股，占总股本的51.5332%；中信旅游持有1,110万股，占总股本的6.3032%。恐龙园股份如在境内发行股票并上市，龙控集团在中国证券登记结算公司登记的证券账户标注“SS”（SS即State-own Shareholder的缩写）；中信旅游在中国证券登记结算公司登记的证券账户标注“CS”（CS即Controlling State-owned Shareholder的缩写）。

截至本招股说明书签署日，龙控集团持有公司9,075万股，持股比例为51.5332%，为国有股股东，标注为“SS”，其基本情况详见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东情况”。

截至本招股说明书签署日，中信旅游持有公司1,110万股，持股比例为6.3032%，为国有实际控制股东，标注为“CS”，其基本情况详见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（三）其他持有发行人5%以上股份的股东”。

### （五）发行人最近一年新增股东情况

公司最近一年新增股东为中信旅游。取得股份的时间、价格、定价依据等具体情况，详见本节“三、发行人报告期内股本变化和重大资产重组情况”之“（一）发行人报告期内股本变化”。

### （六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司股东杜勇毅持有杜拜投资 98.00%的出资额，为杜拜投资的实际控制人。杜勇毅直接持有公司 552.50 万股股份，持股比例为 3.1374%；杜拜投资直接持有公司 330.00 万股股份，持股比例为 1.8739%。杜勇毅和杜拜投资合计持有公司 5.0114%的股份。

除上述情况外，其他股东之间不存在关联关系。

### （七）公司股东公开发售股份情况

本次发行中，本公司原股东不公开发售股份。

## 八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况

### （一）董事会成员

根据《公司法》及本公司《公司章程》的规定，发行人所有董事任期均为 3 年，任期届满，可连选连任。截至本招股说明书签署日，发行人董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名；董事会设董事长 1 人。基本情况如下：

姓名	职务	提名人	任职期间
沈波	董事长	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
许晓音	董事、总经理	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
马国平	董事	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
印小强	董事、副总经理	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
宗俊	董事	弘毅诚科技	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
冯彦庆	董事	中信旅游	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
王普查	独立董事	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
黄震方	独立董事	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
刘永宝	独立董事	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月

## 1、沈波

男，1971年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，高级经济师。曾任共青团常州新区工作委员会副书记，常州新旅副总经理，常州新区招商局、外经局副局长，恐龙园有限总经理，常州文化科技创意发展有限公司总经理、董事长，香树湾酒店董事长，东方盐湖城董事长，盐湖城置业董事长，环龙实业董事长，龙控集团董事长、总经理。现任恐龙园股份董事长，业缘投资执行事务合伙人，恐龙园旅行社执行董事，恐龙园设计执行董事，恐龙园文科执行董事，恐龙园文旅管理执行董事，恐龙人模块文旅执行董事，恐龙人酒店执行董事，湖北交旅文化董事长兼总经理。

## 2、许晓音

女，1969年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级经济师。曾任常州新旅副总经理，常州文化科技创意发展有限公司董事，迪诺商管董事长，龙汤温泉董事长、总经理，迪诺大剧场董事长，常州龙城生态旅游管理有限公司董事长，旅通商务董事长，恐龙园有限副总经理。现任恐龙园股份董事、总经理，业缘投资执行事务合伙人，上海模块龙文化执行董事，恐龙园文科总经理，恐龙园文旅管理监事，湖北交旅文化董事。

## 3、马国平

男，1971年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师，注册评估师，注册房地产估价师。曾任常高新集团有限公司财务部经理、总经理助理、副总经理、董事，黑牡丹（集团）股份有限公司财务部部长、财务总监、副总经理、董事，常州高新区出口加工区投资开发有限公司总经理，常州正达实业投资有限公司执行董事兼总经理，常州综合港务区投资建设有限公司执行董事兼总经理，常州国平实业投资有限公司执行董事兼总经理，常州国志实业投资有限公司执行董事兼总经理，常州国悦实业投资有限公司执行董事兼总经理，常州国焱实业投资有限公司执行董事兼总经理，常州国品实业投资有限公司执行董事兼总经理，常州奥埠贸易有限公司执行董事，常州瑞腾供应链管理有限公司执行董事。现任恐龙园股份董事，龙控集团董事兼总经理，环龙实业董事长，龙城城镇化建设董事长，常州市河海实验学校董事长，江苏省信用再担保集团有限公司

**董事。**

#### **4、印小强**

男，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任恐龙园有限管理中心办公室秘书、人力资源部科员、营运中心游乐服务部部长助理、营运中心总监助理兼任游乐服务部部长、营运中心副总监，恐龙园股份景区管理部总监、恐龙园股份助理总经理、乐园事业部总监、东方盐湖城运营总监、常州金坛茅山职工休养有限公司总经理、东方盐湖城酒店总经理。现任恐龙园股份董事、副总经理，恐龙园文旅管理总经理，湖北交旅文化董事。

#### **5、宗俊**

男，1967 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任国信证券股份有限公司执行董事、华西证券股份有限公司董事总经理、中银国际证券有限责任公司董事总经理。现任恐龙园股份董事，金丝猴融资租赁（上海）有限公司董事长，八佾融资租赁（上海）有限公司董事长，江苏荣耀天翎航空科技有限公司董事长，新疆荣耀九天科技有限公司董事长，上海金星石管理咨询有限公司执行董事，上海金星石体感电竞信息科技有限公司执行董事，嘉兴天翎智云投资管理合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人，上海金罡石智能科技有限公司董事，华富（江苏）锂电新技术有限公司董事，北京清美名门文化传媒有限公司董事，上海壹桌文化创意有限公司总经理，江苏天宗新能源科技有限公司总经理。

#### **6、冯彦庆**

冯彦庆，男，1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。曾任中信信托投资有限责任公司信息管理部副总经理、信息技术部副总经理、登记托管部总经理、资产管理一部总经理。现任恐龙园股份董事，中信信托投资有限责任公司业务总监，中信旅游集团有限公司董事、党委书记、总经理。

#### **7、王普查**

男，1964 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，注册会计师。曾任桂林电子科技大学（原桂林电子工业学院）副教授、深圳至卓飞高（中国）有限公司会计主任、深圳立诚会计师事务所注册会计师、河海大学企业管理学院副院长。现任恐龙园股份独立董事，河海大学企业管理学院会计系教授、

硕士研究生导师，桂林海威科技股份有限公司独立董事。

## 8、黄震方

男，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。曾任南京师范大学地理科学学院讲师、副教授。现任恐龙园股份独立董事，南京师范大学地理科学学院旅游系主任、教授、博士生导师，南京智博旅游设计有限公司执行董事。

## 9、刘永宝

男，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任江苏化工学院（现“常州大学”）副教授，江苏石油化工学院（现“常州大学”）工商管理系副教授，江苏工业学院（现“常州大学”）法政系副教授。现任恐龙园股份独立董事，常州大学史良法学院副教授，江苏博爱星律师事务所律师，江苏海鸥冷却塔股份有限公司独立董事，常州银河世纪微电子股份有限公司独立董事。

### （二）监事会成员

根据《公司法》及本公司《公司章程》的规定，发行人所有监事任期均为 3 年，任期届满，可连选连任。截至本招股说明书签署日，发行人共有 3 名监事，其中职工代表监事 1 名；监事会设监事会主席 1 人。基本情况如下：

姓名	职务	提名人	任职期间
唐华亮	监事会主席	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
王星宇	监事	龙控集团	2020 年 9 月至 2023 年 9 月
王琪	职工代表监事	职工代表大会	2020 年 9 月至 2023 年 9 月

### 1、唐华亮

男，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，高级经济师。曾任江苏常州全民安律师事务所职员，恐龙园有限办公室秘书、秘书处处长，龙控集团办公室主任、总裁助理、党委副书记、**董事长兼总经理**，常州市创意产业基地管委会办公室主任、主任助理兼市场服务处处长，迪诺传媒董事长、总经理，常州龙城生态建设有限公司董事长，旅通商务董事长，常州香树湾花园酒店有限公司董事长，龙城运营副总经理、总经理、董事长，龙汤温泉董事长、总经理，东方盐湖城董事长、总经理，环龙建设执行董事、总经理，迪诺商管董

事长、总经理，东方盐湖城置业董事长、总经理，迪诺大剧场执行董事、总经理，常州文化科技创意发展有限公司董事长、总经理，龙城供应链执行董事、总经理，常州环龙酒店管理有限公司执行董事，东方盐湖城酒店董事长，龙旅传媒董事长，龙城城镇化建设董事长，常州金坛茅山职工休养有限公司执行董事。现任常州航天探索中心投资有限公司副董事长兼总经理，常州新美水务有限公司董事长，常州高铁新城投资建设发展有限公司董事，恐龙园股份监事会主席。

## 2、王星宇

男，1986年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中级经济师。曾任恐龙园股份商品服务部员工，龙控集团办公室秘书，总裁办公室主任，职工代表董事，现任龙控集团助理总裁、党群工作部总经理，迪诺传媒董事长兼总经理、龙旅传媒执行董事兼总经理，恐龙园股份监事。

## 3、王琪

男，1978年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任常州机电集团有限责任公司财务审计部会计，恐龙园有限计划财务部会计、营运中心商品服务部部长、总监助理、副总监、动漫事业部副总经理、乐园事业部副总经理。现任恐龙园股份旅游管理中心联席总经理，恐龙园股份职工代表监事。

### （三）高级管理人员

公司高级管理人员由总经理、副总经理、董事会秘书以及财务总监组成。截至本招股说明书签署日，公司现有6名高级管理人员，基本情况如下：

姓名	职务	任职期间
许晓音	总经理	2020年9月至2023年9月
印小强	副总经理	2020年9月至2023年9月
陈辉	副总经理	2020年9月至2023年9月
虞炳	副总经理	2020年9月至2023年9月
丁光辉	副总经理、董事会秘书	2020年9月至2023年9月
王孝红	财务总监	2020年9月至2023年9月

#### 1、许晓音

本公司董事兼总经理，参见本节“八、发行人董事、监事、高级管理人员与

其他核心人员的简要情况”之“(一) 董事会成员”。

## 2、印小强

本公司董事兼副总经理，参见本节“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”之“(一) 董事会成员”。

## 3、陈辉

男，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任常州新区图书音像公司职员，常州天兴印刷包装有限公司职员，常州新区旅行社业务部职员，恐龙园有限企划营销部副经理、市场一部部长、市场部部长、市场副总监、总监、副总经理。现任恐龙园股份副总经理、恐龙园股份投资管理部总监、恐龙园旅行社总经理。

## 4、虞炳

男，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任江苏省军区前哨文工团演员，江苏省青年歌舞团导演，恐龙园有限演艺事业部部长、艺术团团长、总经理。现任恐龙园股份副总经理。

## 5、丁光辉

男，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任河南华都律师事务所民商部律师助理，常州环球镁科技有限责任公司董事长助理，江苏澳洋科技股份有限公司投资部经理、证券事务代表，常州恐龙园股份有限公司战略投资部总经理、首席投资官。现任恐龙园股份副总经理、董事会秘书。

## 6、王孝红

男，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，注册会计师，高级会计师。曾任常州金狮自行车工贸集团公司计划财务处会计，小松（常林）工程机械有限公司企划科预算主管，常州高新区发展（集团）总公司计划财务部主办会计、部门副总经理，龙控集团计划财务部总经理、总会计师。现任恐龙园股份财务总监、湖北交旅文化监事。

## （四）其他核心人员

公司的其他核心人员均为核心技术人员。公司核心技术人员有 4 名，除担任

公司董事、副总经理的印小强和担任公司副总经理的虞炳以外，公司其他核心人员具体情况如下：

### 1、李华

男，1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任恐龙园有限游乐营运部服务员、管理部行政助理、商品部主管、科普事业部开发处处长、研发中心项目开发部部长助理、部长、总监助理、研究发展中心副总监、研发创意中心总监、研究发展部总监、规划建设部总经理。现任恐龙园副总工程师。李华先生在主题公园规划设计和产品研发方面拥有 10 余年的丰富经验，带领团队致力于主题公园的规划设计、项目的改扩建和主题游乐、主题商业、主题环艺、主题科普及相关配套设施的研发。曾参与了恐龙园鲁布拉区、库克苏克峡谷区、梦幻庄园区、冒险港区等重要区域的规划和改扩建工程。李华先生利用自身经验，在工作中形成了项目开发的全流程体系，并充分运用于创新业务领域。

### 2、倪燕

女，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。曾任恐龙园有限商管部主管、研发中心项目经理，常州恐龙园文化创意有限公司产品开发部主管、动画品牌授权经理。现任恐龙园文科副总经理。倪燕女士致力于内容文化产业的研究，深挖恐龙文化内涵，带领团队创作出原创动漫精品《恐龙宝贝之龙神勇士》系列动画作品，精心打造原创恐龙 IP “恐龙宝贝” 动画形象，将恐龙文化由主题乐园拓展至衍生品及动漫原创作品。倪燕女士结合其 20 年丰富的文化创意及项目管理经验，带领团队致力于定制化 IP、CG 影视创作、虚拟现实引擎技术实现、模块化娱乐产品开发及高科技文化体验项目研发等工作。

## （五）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员除在公司（含下属子公司）任职外，在公司以外的单位之主要兼职情况如下：

序号	姓名	公司任职	主要兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系（除兼职引起的关系外）
1	沈波	董事长	业缘投资	执行事务合伙人	公司股东
2	许晓音	董事、总经理	业缘投资	执行事务合伙人	公司股东



序号	姓名	公司任职	主要兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系（除兼职引起的关系外）
3	马国平	董事	龙控集团	董事兼总经理	公司控股股东
			环龙实业	董事长	控股股东控制的其他企业
			龙城城镇化建设	董事长	控股股东控制的其他企业
			常州市河海实验学校	董事长	无
			江苏省信用再担保集团有限公司	董事	无
4	宗俊	董事	金丝猴融资租赁（上海）有限公司	董事长	无
			八佾融资租赁（上海）有限公司	董事长	无
			江苏荣耀天翎航空科技有限公司	董事长	无
			新疆荣耀九天科技有限公司	董事长	无
			上海金星石体感电竞信息科技有限公司	执行董事	无
			上海金星石管理咨询有限公司	执行董事	无
			嘉兴天翎智云投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	无
			上海金罡石智能科技有限公司	董事	无
			华富（江苏）锂电新技术有限公司	董事	无
			北京清美名门文化传媒有限公司	董事	无
			上海壹桌文化创意有限公司	总经理	无
			江苏天宗新能源科技有限公司	总经理	无
5	冯彦庆	董事	中信旅游	总经理	公司股东
			中信信之旅互联网服务（北京）有限公司	董事长	公司股东中信旅游控制的企业
			北京国都大饭店有限公司	董事长	公司股东中信旅游控制的企业
6	王普查	独立董事	河海大学	教授	无
			桂林海威科技股份有限公司	独立董事	无
7	黄震方	独立董事	南京师范大学	教授	无
			南京智博旅游设计有限公司	执行董事	无

序号	姓名	公司任职	主要兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系（除兼职引起的关系外）
8	刘永宝	独立董事	常州大学	副教授	无
			常州银河世纪微电子股份有限公司	董事	无
			江苏海鸥冷却塔股份有限公司	董事	无
9	唐华亮	监事会主席	常州新美水务有限公司	董事长	无
			常州航天探索中心投资有限公司	副董事长兼总经理	控股股东参股公司
			常州高铁新城投资建设发展有限公司	董事	无
10	王星宇	监事	迪诺传媒	董事长兼总经理	控股股东控制的其他企业
			龙旅传媒	执行董事兼总经理	控股股东控制的其他企业

除上述兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未在其他单位兼职。

#### （六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

#### （七）董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事及高级管理人员符合有关法律法规及公司章程规定的任职资格，不存在法律禁止担任董事、监事及高级管理人员的情形。

### 九、发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持股情况

截至本招股说明书签署日，公司部分董事、监事、高级管理人员、其他核心人员通过业缘投资间接持有公司股份，具体情况如下：

姓名	担任公司职务	持有业缘投资出资比例	间接持有公司股份比例
沈波	董事长	44.75%	2.93%
许晓音	董事、总经理	22.50%	1.48%
陈辉	副总经理	4.50%	0.30%
虞炳	副总经理	3.50%	0.23%

姓名	担任公司职务	持有业缘投资出资比例	间接持有公司股份比例
王孝红	财务总监	3.50%	0.23%
王琪	监事	1.00%	0.07%
李华	副总工程师	1.00%	0.07%
倪燕	恐龙园文科副总经理	0.25%	0.02%
合计	-	81.00%	5.31%

公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员间接持有的公司股份均不存在质押或冻结的情况。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在其他直接或间接持有公司股份的情形。

## 十、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除间接持有公司股份外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况如下：

单位：万元

姓名	对外投资企业名称	注册资本	持股比例	与公司是否存在利益冲突关系
宗俊	上海金星石管理咨询有限公司	1,000.00	50.00%	否
	上海壹桌文化创意有限公司	100.00	50.00%	否
	嘉兴天翎智云投资管理合伙企业（有限合伙）	300.00	33.33%	否
	上海金星石体感电竞信息科技有限公司	1,000.00	30.00%	否
	江苏天宗新能源科技有限公司	2,000.00	27.50%	否
	华富（江苏）锂电新技术有限公司	3,000.00	20.00%	否
	北京万德润农业科技有限公司	5,000.00	10.00%	否
	北京清美名门文化传媒有限公司	125.00	10.00%	否
	北京口袋财富信息科技有限公司	445.26	5.30%	否
	张家口万德汇民农业科技有限公司	10,000.00	5.00%	否
	上海金罡石智能科技有限公司	8,823.82	4.24%	否
	无锡威固创新企业管理合伙企业（有限合伙）	300.00	2.80%	否
黄震方	南京智博旅游设计有限公司	100.00	100.00%	否

上述投资情况与公司不存在利益冲突的情形。

## 十一、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

### （一）薪酬组成

#### 1、基本薪酬

基本薪酬是年度的基本报酬，按月平均发放。

#### 2、绩效年薪

绩效年薪根据年度表现及公司经营情况确定发放。

### （二）确定依据及所履行的程序

公司董事、监事、高级管理人员的薪酬确定依据为《董事、监事薪酬管理制度》和《高级管理人员薪酬管理办法》，薪酬方案经董事会薪酬与考核委员会制定并经董事会或股东大会审议通过。因此，公司董事、监事、高级管理人员的薪酬方案均按照《公司章程》等公司治理制度履行了相应的审议程序。

### （三）薪酬占利润总额的比例

2017年、2018年、2019年和2020年1-9月，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员自公司领取薪酬总额占当年公司利润总额比重如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
董事、监事、高级管理人员及其他核心人员自公司领取薪酬总额	705.97	1,599.91	1,589.42	1,359.55
公司利润总额	1,924.65	13,145.25	11,776.06	9,657.18
占比	36.68	12.17	13.50	14.08

注1：上述薪酬总额为含税金额。

注2：上述薪酬总额包括独立董事领取的独董津贴。

### （四）最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

2019年度，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司及其关联方领取收入情况如下：

单位：万元

序号	姓名	担任公司职务	2019年度领取收入（含税）
1	沈波	董事长	478.89

序号	姓名	担任公司职务	2019 年度领取收入（含税）
2	许晓音	董事、总经理	282.45
3	印小强	董事、副总经理	156.59
4	宗俊 <sup>注1</sup>	董事	-
5	王普查	独立董事	10.74
6	黄震方	独立董事	10.74
7	刘永宝	独立董事	10.74
8	唐华亮 <sup>注2</sup>	监事会主席	37.44
9	王星宇 <sup>注3</sup>	监事	44.36
10	王琪	监事	44.99
11	陈辉	副总经理	130.91
12	虞炳	副总经理	168.92
13	丁光辉	董事会秘书、副总经理	144.21
14	王孝红	财务总监	64.70
15	李华	恐龙园副总工程师	39.04
16	倪燕	恐龙园文科副总经理	56.99

注1：董事宗俊未在公司及其关联企业领薪。

注2：监事会主席唐华亮曾系龙控集团董事长兼总经理，在公司控股股东龙控集团领薪。2020年11月，唐华亮不再担任龙控集团董事长兼总经理的职务。

注3：监事王星宇系龙控集团职工代表董事、总裁办公室主任，在公司控股股东龙控集团领薪。

## （五）享受的其他待遇

公司依法为在公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员办理养老、失业、医疗、工伤、生育等保险和住房公积金。除独立董事在公司领取津贴以外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司不存在领取其他收入及享受其他待遇或退休金计划的情况。

## 十二、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议、承诺及履行情况

### （一）签订的协议情况

除董事宗俊、监事唐华亮和王星宇以外，与公司存在劳动关系的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签订了《劳动合同》，独立董事王普查、黄震方和刘永宝与公司签订了《聘任合同》。

在公司专职工作的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签署了保密协议和竞业禁止协议。除此以外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未与公司签订其他任何协议。

## （二）签订的承诺情况

公司董事、监事及高级管理人员做出的重要承诺详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、相关承诺事项”的相关内容。

## （三）协议及承诺的履行情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人签署的协议或作出的承诺均正常履行，不存在违约情形。

## 十三、发行人董事、监事与高级管理人员及其他核心人员在最近二年内的变动情况

### （一）董事变动情况

报告期初，公司第二届董事会由沈波、许晓音、田恩铭、宗俊、王普查、史际春、陈重等 7 名董事组成，其中王普查、史际春、陈重为独立董事。

2017 年 9 月 9 日，公司召开 2017 年第一次临时股东大会，选举沈波、许晓音、田恩铭、宗俊、王普查、黄震方、刘永宝为公司第三届董事会董事，其中王普查、黄震方、刘永宝为独立董事。

由于原董事田恩铭先生因个人原因辞去董事职务，2018 年 5 月 25 日，公司召开 2017 年年度股东大会，审议通过了《关于补选公司董事的议案》，**选举印小强为公司董事。**

2020 年 9 月 16 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，选举沈波、许晓音、马国平、印小强、宗俊、冯彦庆、王普查、黄震方、刘永宝为公司第四届董事会董事，其中王普查、黄震方、刘永宝为独立董事。同日，公司召开第四届董事会第一次会议，选举沈波为董事长。

公司董事最近两年的变动情况如下表所示：

2018.01-2018.05	2018.05 至 2020.09	2020.09 至今
-----------------	-------------------	------------

姓名	职务	姓名	职务	姓名	职务
沈波	董事长	沈波	董事长	沈波	董事长
许晓音	董事	许晓音	董事	许晓音	董事
田恩铭	董事	印小强	董事	马国平	董事
宗俊	董事	宗俊	董事	印小强	董事
王普查	独立董事	王普查	独立董事	宗俊	董事
黄震方	独立董事	黄震方	独立董事	冯彦庆	董事
刘永宝	独立董事	刘永宝	独立董事	王普查	独立董事
				黄震方	独立董事
				刘永宝	独立董事

## （二）监事变动情况

报告期初，公司第二届监事会由唐华亮、王星宇、王琪等三名监事组成，其中王琪为职工代表监事。

2017年8月24日，公司召开职工代表大会，选举王琪为第三届监事会职工代表监事。2017年9月9日，公司召开2017年第一次临时股东大会，选举唐华亮、王星宇为公司第三届监事会监事，与职工代表监事王琪共同组成第三届监事会。同日，公司召开第三届监事会第一次会议，选举唐华亮为监事会主席。

2020年8月31日，公司召开职工代表大会，选举王琪为第四届监事会职工代表监事。2020年9月16日，公司召开2020年第二次临时股东大会，选举唐华亮、王星宇为公司第四届监事会监事，与职工代表监事王琪共同组成第四届监事会。同日，公司召开第四届监事会第一次会议，选举唐华亮为监事会主席。

近两年内，公司监事未发生变化。

## （三）高级管理人员变动情况

报告期初，许晓音担任公司总经理兼董事会秘书，田恩铭、戴泽人、陈辉、虞炳担任副总经理，王孝红担任财务总监。

2017年9月9日，由于原高级管理人员任期届满，公司召开第三届董事会第一次会议，聘任许晓音为总经理，聘任田恩铭、陈辉和虞炳为副总经理，聘任丁光辉为董事会秘书，聘任王孝红为财务总监。

2018年4月13日，公司召开第三届董事会第四次会议董事会，根据总经理

许晓音的提名，聘任印小强、丁光辉为副总经理。

2020年9月16日，公司召开第四届董事会第一次会议董事会，根据总经理许晓音的提名，聘任印小强、陈辉和虞炳为副总经理，聘任丁光辉为副总经理兼董事会秘书，聘任王孝红为财务总监。

公司高级管理人员最近两年的变动情况如下表所示：

2018.01-2018.04		2018.04 至今	
姓名	职务	姓名	职务
许晓音	总经理	许晓音	总经理
田恩铭	副总经理	印小强	副总经理
陈辉	副总经理	陈辉	副总经理
虞炳	副总经理	虞炳	副总经理
丁光辉	董事会秘书	丁光辉	副总经理、董事会秘书
王孝红	财务总监	王孝红	财务总监

#### （四）其他核心人员变动情况

近两年内，公司其他核心人员为李华和倪燕，未发生变化。

#### （五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变动原因

公司上述人员变动，系公司正常经营管理需要。公司上述人员变化事宜符合有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》等有关规定，并已经履行必要的法律程序。

### 十四、发行人正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及员工实行的股权激励或其他制度安排。

### 十五、发行人员工及社会保障情况

#### （一）员工人数及结构

报告期内，发行人员工人数变化情况如下：

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
----	------------	------------	------------	------------



项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
员工人数	1,197	1,364	1,277	1,109

注：2018 年度，发行人收购了恐龙人酒店 100% 股权，构成同一控制下企业合并。为保持统一口径，2017 年底发行人的员工人数包括恐龙人酒店的员工人数。

截至 2020 年 9 月 30 日，发行人员工的专业结构、受教育程度、年龄分布如下：

### 1、员工专业结构

分工	人数	比例（%）
行政管理人员	177	14.79
销售人员	99	8.27
技术人员	408	34.09
财务人员	28	2.34
服务人员	485	40.52
合计	1,197	100.00

### 2、员工受教育程度

学历	人数	比例（%）
硕士及以上	38	3.17
本科	370	30.91
专科	599	50.04
专科及以下	190	15.87
合计	1,197	100.00

### 3、员工年龄分布

年龄分布	人数	比例（%）
30 岁以下	545	45.53
30-40 岁	395	33.00
40-50 岁	212	17.71
50 岁以上	45	3.76
合计	1,197	100.00

## （二）社会保障及住房公积金情况

公司实行劳动合同制，员工按照《中华人民共和国劳动法》的有关规定与公司签订《劳动合同》，享受权利并承担义务。公司按照国家法律法规及地方有关

规定，为员工缴纳养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及住房公积金。

## 1、社会保障情况

报告期各期末，公司员工社会保险缴纳人数的具体情况如下表所示：

时间	缴纳种类	员工人数	缴纳人数	缴纳比例
2020-09-30	养老保险	1,197	1,164	97.24%
	医疗保险	1,197	1,164	97.24%
	工伤保险	1,197	1,164	97.24%
	失业保险	1,197	1,164	97.24%
	生育保险	1,197	1,164	97.24%
2019-12-31	养老保险	1,364	1,342	98.39%
	医疗保险	1,364	1,342	98.39%
	工伤保险	1,364	1,342	98.39%
	失业保险	1,364	1,342	98.39%
	生育保险	1,364	1,342	98.39%
2018-12-31	养老保险	1,277	1,241	97.18%
	医疗保险	1,277	1,241	97.18%
	工伤保险	1,277	1,241	97.18%
	失业保险	1,277	1,241	97.18%
	生育保险	1,277	1,241	97.18%
2017-12-31	养老保险	1,109	1,102	99.37%
	医疗保险	1,109	1,102	99.37%
	工伤保险	1,109	1,102	99.37%
	失业保险	1,109	1,102	99.37%
	生育保险	1,109	1,102	99.37%

报告期内，发行人执行的社会保险缴纳政策如下：发行人与员工签订劳动合同次月为新入职员工办理相关社保手续并且缴纳社会保险金。公司未为部分员工缴纳社会保险金的主要原因为新入职员工正在办理相关手续所致。

公司及子公司所在地的人力资源和社会保障主管部门已出具证明，证明公司及各子公司在报告期内未发现违反劳动和社会保障法律、法规及规章的行为，也未有受到行政处罚或行政处理的不良记录。

## 2、住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司住房公积金缴纳情况如下：

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
缴纳人数	1,114	1,281	1,160	1,043
员工总数	1,197	1,364	1,277	1,109
缴纳比例	93.07%	93.91%	90.84%	94.05%

报告期内，发行人执行的住房公积金缴纳政策如下：发行人为通过试用期转正后的新入职员工在次月缴纳住房公积金。公司未为部分员工缴纳住房公积金的主要原因为新入职员工尚未通过试用期转正所致。

公司及各子公司所在地的住房公积金主管部门已出具证明，证明公司及各子公司在报告期内未受到住房公积金相关的行政处罚。

## 3、关于社保和公积金的承诺

公司控股股东龙控集团承诺：

若发行人因本次发行上市前未规范缴纳员工社会保险和住房公积金事宜而产生任何补偿、第三方索赔或赔偿责任（包括但不限于补缴员工社会保险金和住房公积金等），或被有关主管部门处罚的，本公司承担全部经济责任，补偿发行人因此遭受的经济损失。

## 第六节 业务与技术

### 一、发行人主营业务情况

公司的主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务。公司以恐龙文化创意为核心，通过对“中华恐龙园”园区的开发运营，为消费者带来科普教育、文化感悟及娱乐消费于一体的综合游乐体验；凭借多年“中华恐龙园”运营管理积累的经验和资源，公司已将业务延伸至文旅产业相关的创新创意服务，为客户提供文化创意策划、景区规划设计以及景区管理咨询等多元化的整体服务方案。

在园区综合业务方面，公司以恐龙文化创意为核心，深入挖掘其文化内涵，将其运用于“中华恐龙园”的开发、运营及改扩建等方面，持续开发新型游乐项目。报告期内新增恐龙基因研究中心、雨林探险拓展基地以及阿细神奇实验课等项目，为消费者提供更优质的服务。游乐项目的不断更新保障了园区对游客的持续吸引力，2017年至2020年1-9月，入园人数持续增长，分别为264.33万人、275.33万人、302.90万人和117.25万人。

“入园人数”，是指通过公司闸机系统检票验票进入园区的游客人次。具体各票种的计算方法如下：

票种类型	计算方法	是否剔除重复入园
单日单次入园票	通过闸机检票验票后计算持有该票入园的人次，每人一次	仅能单次入园，不能重复入园
二日多次入园票	通过闸机检票验票后计算持有该票入园的人次，每人一次，在二日有效期内多次入园的不再重复计算	是 <sup>1</sup>
期限卡	每人每天限入园1次，闸机检票验票时，根据用户持有期限卡允许的人数，通过闸机后每人计算一次。用户在期限卡有效期内多次入园的，均计算为入园人数	否

注1：发行人检票系统后台会对每次入园进行记录，每日晚统计入园人数时系统会将当日和前一日入园信息逐项比对，剔除二日多次入园票的除第一次入园外的记录。

综上，除期限卡外，其余票种均已剔除重复入园的游客。

报告期内，入园人数及其结构情况如下：

单位：万人、次

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
----	-----------	--------	--------	--------

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
期限卡	26.00	32.15	29.79	30.39
期限卡 卡均入园次数 <sup>1</sup>	5.97	6.51	5.76	5.42
单次票	91.25	270.75	245.54	233.94
合计	117.25	302.90	275.33	264.33

注1：期限卡包括单人、双人、家庭等种类，此处数据以卡数为单位统计平均入园次数。

发行人对园区进行持续的更新改造，加强园区对游客的吸引力。2017-2019年，单次票入园人数和期限卡卡均入园次数均稳步增长。2020年1-9月，受新冠疫情影响，且在统计周期不足一年的情况下，期限卡卡均入园次数略有降低，但期限卡总入园人数降幅显著低于单次票，符合期限卡用户在支付固定费用后具有较强消费黏性的特点。

在创新创意服务方面，公司已经形成了将文化创意转化为文化旅游产品或服务的能力，积极向中国文化旅游市场提供多元化的整体服务方案，力争成为“文化旅游整体解决方案的供应商和管理者”。公司主要提供策划设计与咨询管理、模块娱乐等产品或服务，已开发和执行“黄果树奇遇岭”、“莒国古城”等项目。

近年来，公司积极探索并实践文旅业务“模块化发展理念”，研发并推出“多业态、多类型”体验丰富的旅游休闲产品。公司的模块文旅体系产品可根据地理、物理空间的不同进行有效组合，形成“大、中、小”型旅游度假、微度假和娱乐休闲项目，满足日益多元化的消费需求。恐龙人俱乐部常州旗舰店、上海白玉兰广场店、杭州银泰城店，以丰富的会员活动，着力开拓亲子市场，研发恐龙大师课等产品，强化休闲娱乐、微度假与恐龙园景区的联动，有效推动了公司小模块娱乐项目的发展。文旅业务模块化发展将为公司在文旅产业领域的发展带来更多机遇。

报告期内，公司主营业务没有发生重大变化。

## （一）发行人的主要产品和服务

公司的主要产品和服务为园区综合业务、创新创意服务以及旅游配套服务。

### 1、园区综合业务

公司园区综合业务主要通过“中华恐龙园”景区开展。“中华恐龙园”是一

座以“恐龙”为核心文化元素，将内容创意与技术设备、环艺景观、服务设施创新结合的主题景区。“中华恐龙园”融展示、科普、游乐、演艺、情景体验于一体，致力于传递“爱与希望、勇于探索”的文化精神。



中华恐龙园平面图

“中华恐龙园”打造了“中华恐龙馆”、“鲁布拉”、“库克苏克峡谷”、“魔幻雨林”、“疯狂恐龙人”、“梦幻庄园”、“冒险港”、“侏罗纪水世界”八大主题区域。众多独特的游乐项目可以满足游客在休闲娱乐、文化体验及科普教育等方面的多重需求。各区域简介如下：

序号	主题区域	区域简介	典型场景
----	------	------	------

序号	主题区域	区域简介	典型场景
1	中华恐龙馆区	中华恐龙馆收藏展示多具古生物化石，其中中华龙鸟、巨型山东龙、许氏禄丰龙是独一无二的中国恐龙化石。中华恐龙馆将科普展览、主题课堂、项目体验等结合，游客可以在此了解生命起源、地球变迁、探索远古等知识、参与科普互动、体验“穿越侏罗纪”等项目。	
2	鲁布拉区	以创意内容——恐龙王国里原始族人的家园为情景，将游乐体验、生态演出融入其中。区域主要项目有：疯狂火龙钻、探秘巨石阵、音乐剧“鲁乐回家”、鲁布拉成人礼演出等项目。	
3	库克苏克峡谷区	以创意内容——恐龙王国军事基地为情景打造的主题区域，融入多项不同感官类型的体验项目。区域内主要项目有：通天塔、水火动力、飞越恐龙山、翼龙骑士、库克传奇、金刚等。	
4	魔幻雨林区	以神秘的雨林为创意环境，将环境艺术、视觉技术、设施装备、感觉模拟等进行创新融合设计而打造的主题区域。游客在此可以体验到4D 过山车和恐龙基因研究中心等项目。	

序号	主题区域	区域简介	典型场景
5	疯狂恐 龙人区	以时尚潮流、动感音乐元素打造的“恐龙主题街区”，该区域有十多项欢乐、刺激的游乐项目以及音乐、武术、打击秀、怪诞有趣的万圣活动等各种形式的表演、互动活动。	
6	梦幻庄 园区	以公司原创动漫为核心，设计的场景线下实景转换的亲子互动主题园区。主要项目有：阿细神奇实验课、阿细奇妙屋、旋转波板糖、伊萨丽卡城等。	
7	冒险港 区	以恐龙王国迎接游客的繁华集市为创意场景，设置有游客服务中心、主题礼品商店、恐龙主题 VR 体验项目、特色美食、恐龙王国迎宾礼等服务设施及互动体验项目。	
8	侏罗纪水 世界	恐龙 IP 亲水主题园区，设置有十多项水上项目及音乐、表演等互动项目。	

“中华恐龙园”的产品和服务可细分为主题教育、主题游乐、主题演艺以及主题商业四大类，具体如下：

(1) 主题教育

作为园区内恐龙主题科普教育的主要载体——“中华恐龙馆”是国内收藏展



示中国系列恐龙化石最为集中的专题博物馆之一。全馆总面积 20,000 平方米以上，设有多个陈列厅和展示互动空间，运用多项现代技术和展示陈列方式，展示以许氏禄丰龙、巨型山东龙、中华龙鸟三大镇馆之宝为代表的 50 多具各地质年代的恐龙化石骨架和古生物化石。

中华恐龙馆的核心内容包括科普展览、主题课堂以及项目体验等内容，游客可以在此了解生命起源、地球变迁、探索远古等知识、参与科普互动、体验“穿越侏罗纪”等项目。截至本报告出具日，公司与中国地质博物馆合作展出的展品种类、名称以及归属中华恐龙馆区的核心内容情况如下表所示：

序号	名称	数量	是否为化石	化石/模型类型	是否为核心展示内容
1	巨型山东龙化石	1	是	恐龙骨架	是
2	巨硕云南龙化石	1	是	恐龙骨架	是
3	贵州龙化石	1	是	恐龙骨架	是
4	武定昆明龙模型	1	否	恐龙骨架	否
5	苏氏巧龙模型	1	否	恐龙骨架	否
6	将军庙单棘龙模型	1	否	恐龙骨架	否
7	合川马门溪龙模型	1	否	恐龙骨架	否
8	多棘沱江龙模型	1	否	恐龙骨架	否
9	巴克龙模型	1	否	恐龙骨架	否
10	杨氏鹦鹉嘴龙模型	1	否	恐龙骨架	否
11	棘鼻青岛龙模型	1	否	恐龙骨架	否
12	亚洲古似鸟龙模型	1	否	恐龙骨架	否
13	准葛尔翼龙模型	1	否	恐龙骨架	否
14	窃蛋龙模型	1	否	恐龙骨架	否
15	戈壁原巴克龙模型	1	否	恐龙骨架	否
16	小马门溪龙模型	1	否	恐龙骨架	否
17	鹦鹉嘴龙模型	1	否	恐龙骨架	否
18	霸王龙龙头模型	1	否	恐龙骨架	否
19	三角龙龙头模型	1	否	恐龙骨架	否
20	阿尔伯塔龙模型	1	否	恐龙骨架	否
21	孔子鸟化石	2	是	平板	是
22	三燕丽蟾化石	1	是	平板	是
23	哺乳类化石	1	是	平板	是

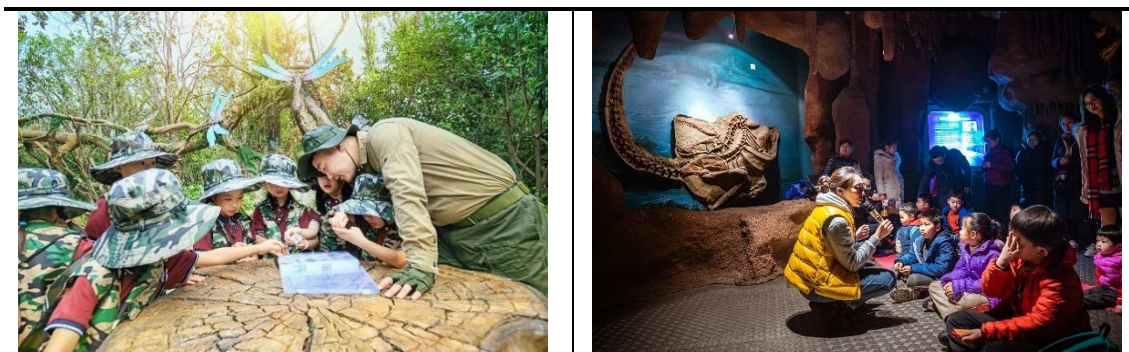
序号	名称	数量	是否为化石	化石/模型类型	是否为核心展示内容
24	水生蜥化石	1	是	平板	是
25	北票鲟化石	2	是	平板	是
26	白鲟化石	1	是	平板	是
27	满洲鳄化石	3	是	平板	是
28	蝶螈化石	2	是	平板	是

公司成立于 2000 年 7 月，公司运营管理的中华恐龙园于 2000 年 9 月正式对外营业。2001 年 4 月，公司与中国地质博物馆签署了《协商备忘录》，约定自 2001 年 1 月起，公司每年向中国地质博物馆支付展品租借费人民币 40 万元及递增部分。2014 年 9 月，公司与中国地质博物馆重新签署了《保管协议》、《展示协议》及《债务抵销备忘录》，约定公司每年向中国地质博物馆支付 50 万元，合同期自 2013 年 6 月 16 日至 2021 年 6 月 15 日。因此，公司在科普教育推广活动中使用的部分化石展品由公司自 2001 年 1 月开始向中国地质博物馆租赁，公司向中国地质博物馆支付相关的租赁费用。

中华恐龙馆自开馆以来，先后获得全国科普教育基地、中国地质文化产业示范基地、恐龙科研科普教育基地、国家国土资源科普基地、全国青少年科技教育基地、中国青年科技创新行动教育基地、中国古生物学会科普教育基地、全省科普工作先进集体、江苏省科普旅游示范基地等国家和省市级荣誉称号。

公司依托“中华恐龙园”的科普资源，举办了形式多样、主题鲜明的科普教育活动，包括“恐龙文化节”、“博物馆奇妙夜”等一系列的科普品牌活动以及涵盖《恐龙的食性》、《恐龙灭绝了吗》、《垃圾分类》、《恐龙物理化学实验课》等内容的特色科普课程。





(2) 主题游乐

在“中华恐龙园”整体文化创意故事的统领下，八大主题区域均有不同的故事线索，根据故事线索，每个区域都设置了不同的主题场景和主题娱乐体验项目，实现了情与景的融合、文化与科技的结合，融观光与体验于一体。部分游乐设施及游乐体验项目如下：

穿越侏罗纪	恐龙基因研究中心
	
4D 过山龙	金刚
	

(3) 主题演艺

为增加园区恐龙主题气氛、丰富游客的游玩体验，公司策划、编创和组织了多种形式的主题演艺。通过恐龙 IP 的不断裂变、转化及升级，形成了一套较为完备的“恐龙”演艺体系，运用特技、杂技、魔术、舞蹈、喜剧、打击乐等多重艺术表演形式搭配恐龙元素的包装，强化游客的游玩体验感。同时结合园区四大

剧场、两大动物表演馆、一大露天舞台及恐龙主题花车大巡游的精彩演绎，有效提升了主题公园的文化内涵和体验。

园区内主要演艺项目包括恐龙王国迎宾礼、特技剧场《冒险恐龙岛》、鲁布拉剧场《鲁乐回家》、恐龙馆剧场《恐龙王国守护之心》、魔术表演剧场《魔法书奇遇记》、大象表演《吉象秀》、海狮表演《趣味运动会》、恐龙主题花车巡游《恐龙王国欢乐行》等。

<p>特技剧场《冒险恐龙岛》</p>	<p>鲁布拉剧场《鲁乐回家》</p>
	
<p>恐龙馆剧场《恐龙王国守护之心》</p>	<p>魔术表演剧场《魔法书奇遇记》</p>
	

#### (4) 主题商业

园区内设有主题商业区域，为游客提供休闲餐饮、主题商品、便捷游览等服务。以峡谷餐厅为代表的主题餐厅，为游客提供各类特色美食和小吃；以恐龙生活馆为代表的主题商店，向游客销售恐龙主题创意商品、动漫衍生品及旅游纪念品等；园区还设有童车租赁、观光车接驳等服务，为游客带来安全、便利、舒适的游玩体验。

截至本招股说明书签署日，公司仅运营常州“中华恐龙园”一个主题公园，未拥有其他园区，目前无新乐园开发或筹建计划。

## 2、创新创意服务





公司在主题公园行业深耕多年，已经形成了将文化创意转化为文化旅游产品或服务的能力。目前，公司创新创意服务主要产品或服务内容如下：

业务种类		产品或服务内容
创新 创意 服务	策划设计与咨询管理	主题公园、文化旅游项目整体或部分开发内容、表现方式和运营模式的规划设计等；为文化旅游景区项目的开发、建设、运营提供综合或专项的咨询顾问和协助实施服务；提供 4D 影院、魔幻剧场和科技互动体验项目等的创意设计、多媒体硬件设备和软件控制系统的开发以及影音数字内容的制作等服务；演出剧目、项目的策划、编创、编排、培训；对外文化演出、表演服务等
	模块娱乐	投资建设了社交类模块娱乐项目“恐龙人俱乐部”，向亲子家庭、城市年轻消费者提供更具即时性、灵活性和多元化的休闲娱乐服务

经过近二十年的运营发展，“中华恐龙园”已成为业内极具品牌影响力的景区，公司也探索出一套规范化的景区规划运营体系。凭借规范化管理服务体系、良好的品牌形象以及人才集聚等多重优势，公司开拓了文化旅游景区策划设计与咨询管理服务。

目前，公司的创新创意服务项目包括“恐龙主题公园”、“猴文化主题乐园”、“鲤鱼小镇”、“奇妙海洋公园”、“梦享岛水乐园”、“黄果树奇遇岭”、“上渚山奇幻谷”、“人体博物馆”、“奇幻城乐园”、“伊甸园”、“莒国古城”等。

策划设计项目示例如下：

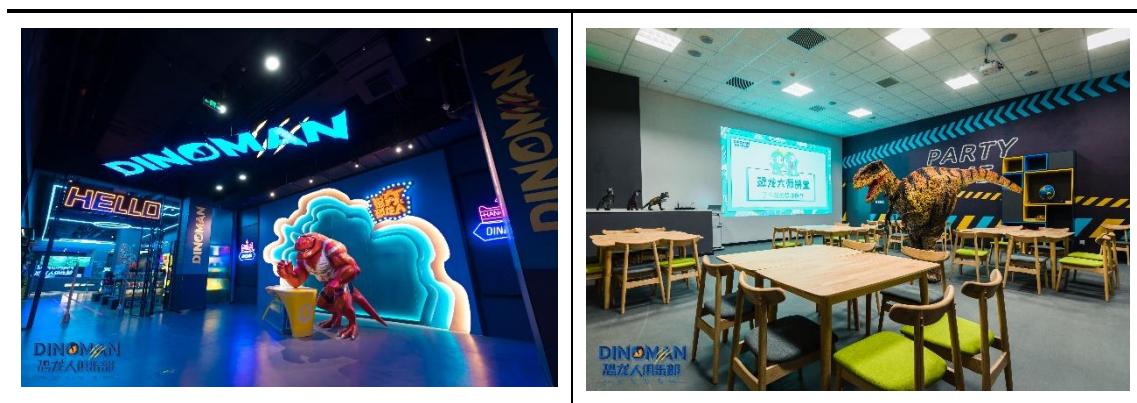
恐龙主题公园	猴文化主题乐园
	
鲤鱼小镇	梦享岛水乐园
	

咨询管理项目示例如下：

<p>黄果树奇遇</p>	<p>上渚山奇幻谷</p>
	
<p>莒国古城项目</p>	<p>伊甸园</p>
	

此外，为顺应文化体验消费发展趋势，公司总结了多年来主题公园开发运营的经验，将主题突出、参与性强、寓教于乐的传统娱乐社交体验项目进行提升完善或更新创作设计，形成模块化体验项目，开发了家庭运动娱乐中心“恐龙人俱乐部”，构建“小模块大休闲，新娱乐微度假”的全新城市体验产品。目前公司已打造了较为丰富的模块产品库，并在常州、上海、杭州投资建设了“恐龙人俱乐部”。三家“恐龙人俱乐部”分别于2016年8月在常州、2019年2月在上海白玉兰广场和2020年5月在杭州银泰城开业。恐龙人俱乐部将成为“中华恐龙园”品牌对外推广的有效载体，有利于提升公司知名度和业务规模。

恐龙人俱乐部体验项目示例如下：

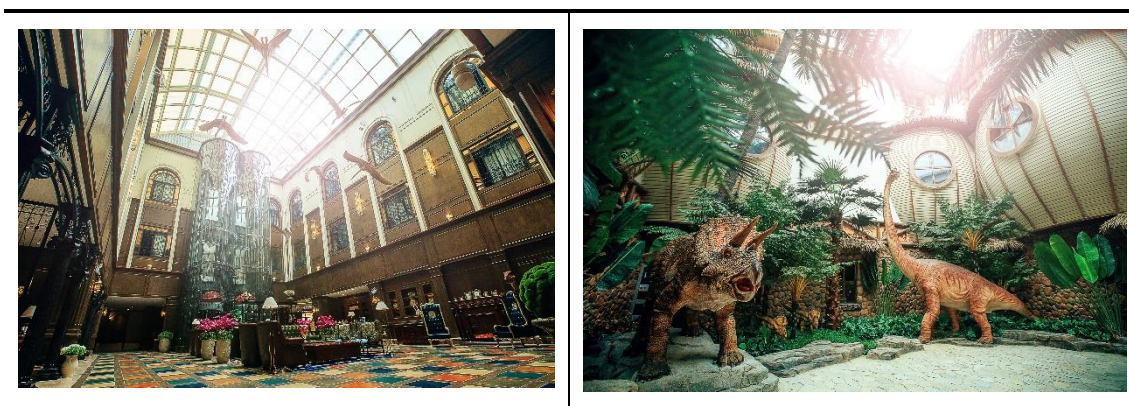




### 3、旅游配套服务

公司的旅游配套服务分为旅行社业务和酒店业务：旅行社业务是以恐龙园旅行社为运营主体，承接部分组团及地接服务，提供传统的旅行社业务；酒店业务是以恐龙人酒店为运营主体，从事酒店运营管理业务，提供与景区配套的餐饮和住宿服务。

公司恐龙主题特色酒店项目示例如下：





报告期内，发行人经营酒店的具体数量、酒店名称及对应酒店经营实体的名称如下：

项目	数量/名称
发行人经营酒店的数量	1家
酒店名称	恐龙人俱乐部酒店
酒店经营实体	常州恐龙人酒店发展有限公司

发行人自2018年8月收购常州环龙酒店管理有限公司100%股权以来，仅拥有1家酒店，酒店名称为恐龙人俱乐部酒店，不存在实际经营或者控制“中华恐龙园”周边其他酒店的情况。

## （二）发行人主营业务收入的构成

报告期内，公司主营业务收入的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
园区综合业务	19,566.67	62.77	52,155.44	80.22	45,052.77	78.17	40,670.24	79.61
创新创意服务	9,280.22	29.77	6,827.05	10.50	7,658.24	13.29	7,089.88	13.88
旅游配套服务	2,323.39	7.45	6,033.94	9.28	4,922.66	8.54	3,329.13	6.52
主营业务合计	31,170.28	100	65,016.43	100	57,633.66	100	51,089.26	100

注：2018年度恐龙园收购恐龙人酒店构成同一控制下企业合并，公司已对2017年度财务数据进行追溯调整，旅游配套服务中增加了酒店收入。

公司园区综合业务收入主要包括“中华恐龙园”门票销售收入和其他运营收入等，系公司主营业务收入的主要来源，报告期内该类业务销售收入占主营业务收入的比例分别为79.61%、78.17%、80.22%和62.77%。



创新创意服务收入主要为策划设计与咨询管理、模块娱乐等，**报告期内**该类业务销售收入占主营业务收入的比例分别为13.88%、13.29%、10.50%和**29.77%**。基于“中华恐龙园”的成功运营，公司将多年园区运营管理的经验提炼成规范化的体系，并将其转化为适用于不同场景的文旅服务解决方案，从而为客户提供一系列的创新创意服务，既丰富了公司的业务面，也增加了公司的收入来源，是公司未来大力发展的方向之一。

旅游配套服务收入主要为旅行社收入和酒店收入，其中旅行社收入主要为组团地接等传统旅行社业务；2018年8月，公司整合关联方的酒店业务，使用自有资金收购100%股权，构成同一控制下企业合并。公司已对2017年度的财务数据进行追溯调整，在旅游配套服务中增加了酒店的收入。**报告期内**，公司该类业务销售收入占主营业务收入的比例分别为6.52%、8.54%、9.28%和**7.45%**，各期营业收入保持稳定增长。

### **（三）发行人主要经营模式**

公司业务以园区综合业务为主，创新创意服务和旅游配套服务为辅，形成了主题公园景区运营、主题公园整体解决方案供应商、配套服务提供商的业务发展结构。

#### **1、盈利模式**

##### **（1）园区综合业务**

园区综合业务方面，公司通过销售园区门票提供其他运营产品和服务获取收益。

##### **（2）创新创意服务**

创新创意服务方面，公司通过提供策划设计与咨询管理、模块娱乐等服务获取收益。

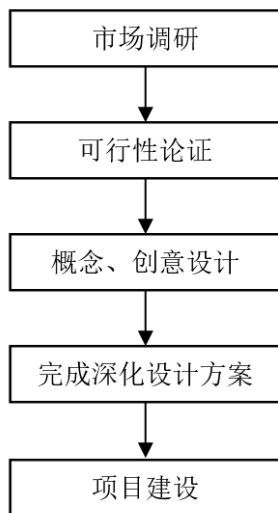
##### **（3）旅游配套服务**

旅游配套服务方面，公司通过提供旅行社和酒店服务获取收益。

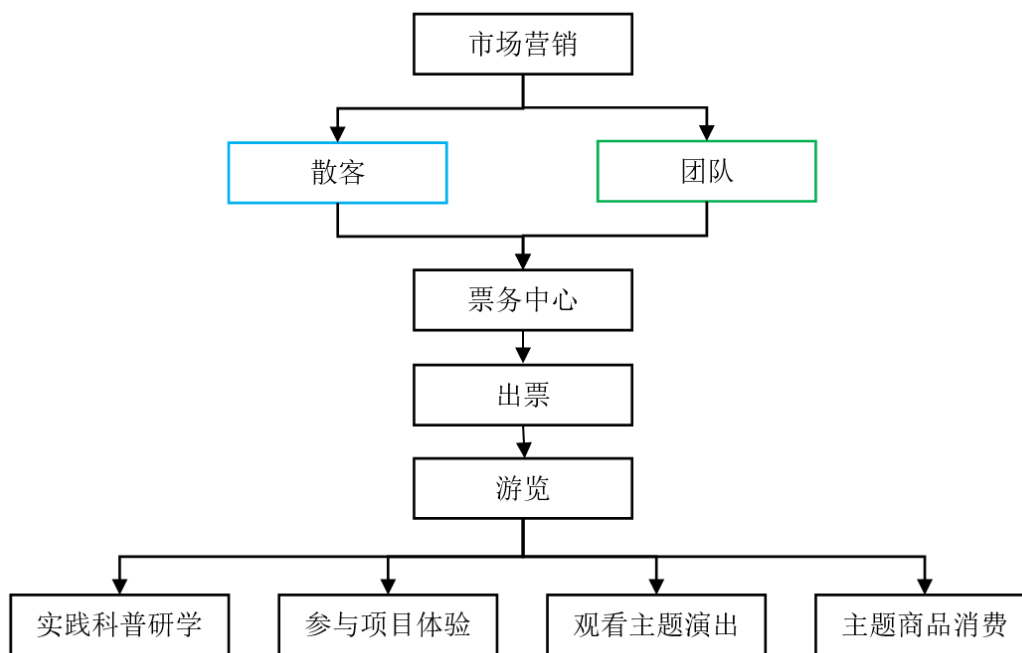
#### **2、主要服务模式以及服务流程图**

##### **（1）园区综合业务**

公司通过市场调研了解游客需求并进行可行性论证。如可行，公司将设计具体方案，建设相关项目，并配合市场宣传吸引游客入园游玩。持续的项目更新可以确保园区对游客的吸引力。具体服务流程如下：



游乐项目建设流程图

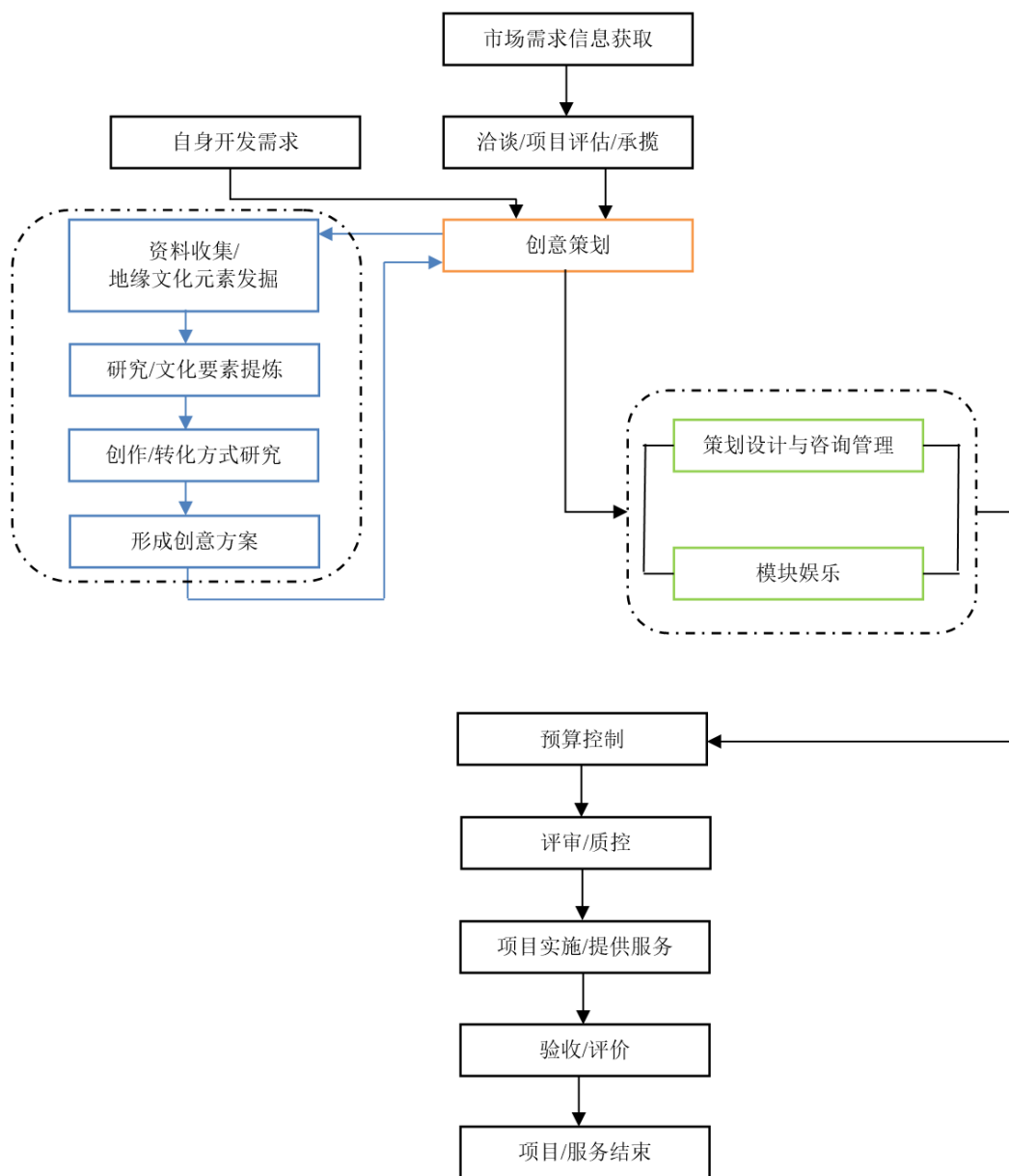


门票销售及游客游览流程图

(2) 创新创意服务

公司通过市场调查、信息收集，对潜在的客户和项目进行筛选和持续跟踪，与潜在客户就实际需求、项目报价、付款条件等进行初步洽谈，根据需要安排实地考察，进而确定合作意向。项目委托或中标后，与客户就合同条款进行商务谈判，达成一致后签订合作协议，公司根据协议的约定提供相应服务。具体服务流

程如下：



创新创业服务流程图

### 3、采购模式

公司制定了《供应商管理流程》、《采购管理制度》等制度规范，对供应商筛选、原材料采购等活动进行控制。

公司采购内容以工程和游乐设备为主。其中，主题公园内的大规模建造和改扩建工程通过招标形式委托外部企业完成；主题公园所需的游乐设备由公司以市场价格直接向生产企业定制，或者采购标准化产品后由公司进行主题文化改造和装饰。

发行人园区运营业务中商品、食品的采购模式主要分为三类：定点采购、零散采购、代销采购。

#### (1) 定点采购

定点采购方式，主要适用于常年销售的品类，如特产食品、主题形象商品、饮料等。发行人根据公开渠道、以往交易经历、供应商自荐、需求部门推荐等方式选择定点供应商，订立年度供应协议，以确定的货源和价格采购园区运营业务中通用性物料及需长期连续供应的商品、食品等。发行人成立了供应商管理评审小组，对定点供应商进行日常管理、定期评审及更新淘汰。

#### (2) 零散采购

比价采购方式，主要适用于数量少、品种多，与园区季节活动主题相配合的商品，如万圣节主题商品等。发行人根据使用部门的采购申请需求，对经常性、临时产生的采购需求的物料商品一律采用零散采购方式。

#### (3) 代销采购

代销采购方式，发行人与供应商签订代销协议，确定结算价格与销售定价，通常以实际销售数量结算货款，结款周期一般为销售后次月。

### 4、销售模式

#### (1) “中华恐龙园”景区门票的销售模式

恐龙园景区门票的销售主要分为直营和分销两种模式，具体销售模式如下：

##### 1) 直营模式

直营模式是指通过线上的公司官网、淘宝自营店以及线下的票房、自助机等直接销售门票给游客，主要业务及结算模式如下：

##### ①线上公司官网和淘宝自营店

游客在公司官网和淘宝自营店下单园区相关产品，并支付货款。在游客确认收货后，第三方支付平台将货款转入公司账户。

##### ②线下的票房和自助机

游客在票房和自助机购买门票，现场结算票款。部分合作旅行团和协议客户

与公司签订了业务合作协议，预先存入部分票款，出票信息核对无误后在票房签单即可入园，公司与旅行社和协议客户于每月月末进行对账。

## 2) 分销模式

分销模式是指通过 OTA 平台、线下合作旅行社和合作酒店等进行分销，主要业务及结算模式如下：

### ① OTA 平台分销

公司每年与 OTA 平台签订合作协议，根据当年价格政策对各类票种的结算价格和线上销售指导价格做出明确约定，OTA 平台严格按照销售指导价格对外销售，公司对所有 OTA 平台采取统一的结算价和销售指导价。采用预收方式进行结算，票务系统自动对接各 OTA 平台，根据预收款额度限额出票。公司每月末与 OTA 平台对账确认当月销售情况及预收款项余额。

### ②组合产品分销

为促进门票销售，公司亦出售“景区+酒店”等类型的组合产品，游客通过 OTA 平台或线下合作酒店下单组合产品。采用应收模式进行结算，公司给予分销方一定的授信额度，分销方可在授信额度内采购组合产品，双方在月底对账结算。

### ③包量分销

公司与 OTA 平台或线下旅行社、合作酒店签订包量合作协议，就某一特定时段内（通常为节假日或特殊活动期间）公司通过该平台销售的门票总额做出约定，同时指定双方的结算价格（此价格通常低于常规模式下的结算价）。采用预收方式进行结算，对方需要将不少于包量总额的款项预先划至公司账户，如果该时段内实际门票销售总额小于约定金额，公司与对方按照约定金额结算；如果该时段内实际门票销售总额超出约定金额，公司与对方按照实际销售总额结算。

## (2) 发行人与园区商店、门店的合作模式

发行人园区部分商店、门店采用租赁合作模式。通常在每年年末，发行人对园区内可供出租的商业点位业态进行规划安排，对商户的经营情况进行汇总分析评价，根据商户经营情况，拟定次年招商租赁方案。具体合作模式为固定

租金和分成租金两类，以分成租金合作模式为主。

### 1) 固定租金模式

根据店铺面积大小、商户用途等情况，发行人与合作商家协商确定年租金价格，并签订租赁合同。租金通常于年初收取，发行人按月分摊确认收入。

### 2) 分成租金模式

根据店铺面积大小，往年业绩、商户用途等情况，发行人与合作商家协商确认合作分成比例及保底营业额，签订租赁合同。当总营业额低于保底要求时，按照保底金额对应分成比例收取租金。

分成租金合作的收款模式分为有两种：一种为商店使用发行人园区统一系统，营业额信息在发行人系统中记录，收款打入发行人账户。根据分成比例约定，发行人按月将扣除分成租金及代扣代缴税款后的经营款转账给合作商家；另一种为商店使用商家独立的收银系统，根据约定分成比例，合作商家按月将分成租金款转给发行人，发行人定期查看合作商家系统情况，确保销售金额准确。发行人与合作商家的收款模式主要为第一种，第二种金额较小。

报告期内，各类合作模式下的租金收入情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
固定租金模式	95.00	177.85	162.27	167.14
分成租金模式	1,279.02	3,127.44	2,195.36	1,837.43
其中：自有系统	1,275.67	2,995.05	2,109.15	1,722.94
第三方系统	3.35	132.39	86.21	64.49
合计	1,374.02	3,305.29	2,357.63	2,004.57

### (3) 创新创意服务销售模式

策划设计与咨询管理服务方面，公司通过市场调查、信息收集等方式寻找潜在客户并跟进，经洽谈确认合作后签订协议，提供相应服务；模块娱乐项目“恐龙人俱乐部”主要是游客通过现场或网络购票、旅行社组团游玩的形式实现销售。

## 5、管理模式

### （1）培训及服务管理

公司形成了一套完善的科学培训体系，培训涵盖了服务理念、服务行为、服务语言以及岗位技能等方面，每位入职的员工需要经过严格的三级培训后才能开始具体岗位的工作。

公司制定了“三先六会”的服务标准：要求员工在游客进入视线范围三米范围内就需要进行先注视、先微笑、先问候的“三先”服务，提供会导览、会细节、会演绎、会发现、会合作、会赞美的“六会”要求。公司将与游客沟通的过程总结为“服务八部曲”，并针对现场常见的问题归纳了“规范解释 20 例”。标准化的服务能够体现出员工良好的风貌，让游客感到专业和贴心。

### （2）环境卫生管理

园区按照“合理区划、网格管理、定人定责、交互督查”的工作原则，将园区公共区域路面、绿化带、水域、垃圾桶、卫生间等划分为 7 个保洁责任区域，落实到保洁人员和游乐现场班组长，实行定人员、定职责、定地段、定时段的“四定”保洁管理责任制，建立健全网格化管理工作机制，实现园区环境卫生综合管理工作规范化、制度化、常态化。

### （3）设备安全维护管理

公司技术保障部门负责游乐设施的日常维护保养工作，每天两次对设备进行日复检，按维护保养计划要求，每周、每月、每年对设备进行定期维护保养。技术保障部门按检查计划组织部门管理人员和专业技术工程师对游乐设施维护保养质量进行垂直检查，公司督导管理部门对游乐设施运行、维护保养情况进行横向督导管理，最大程度保证游乐设施的运营安全。

## 6、合作乐园开发的商业模式

### （1）与多地洽谈恐龙主题乐园建设事项的背景

公司成立于 2000 年 7 月，经过多年的经营和发展，其运营的“中华恐龙园”在全国范围内具有较高的知名度。凭借多年对于园区运营管理积累的经验 and 资源，公司在 2013 年已将业务延伸至文旅产业相关的创新创意服务，为客户提供

文化创意策划、景区规划设计以及景区管理咨询等多元化的整体服务方案。2014年，伴随着旅游行业需求的增长、消费结构升级以及国家陆续出台对于文化旅游产业的扶持政策，文化旅游行业成为投资的热点领域，全国各地主题乐园建设工作快速开展。在此过程中，不少旅游行业新进入者因旅游开发运营以及品牌运作经验的缺失，亟需具有品牌运营以及园区开发及运营经验的服务商。因此，上述需求为公司的创意创新业务发展提供了新的契机。

截至2020年9月30日，公司与多地洽谈恐龙主题乐园建设事项的背景以及前期洽谈项目情况如下表所示：

序号	项目名称	合作对象	项目背景	是否存在前期洽谈项目未能顺利推进的情形	项目进展情况
1	郑州中华恐龙园项目	河南天伦旅游集团有限公司	河南天伦集团有限公司拟在楚河汉界文化产业园项目中投资建设恐龙主题公园，聘请恐龙园担任顾问进行创意策划、规划设计咨询及开发建设管理服务以及综合运营管理咨询服务。	项目的规划设计方案已经河南天伦旅游集团有限公司确认。鉴于合作对象项目用地无法取得，乐园建设未能继续推进。	项目已终止
2	兰州“西部恐龙园”合作项目	甘肃丝绸之路文商旅开发有限公司	2015年甘肃丝绸之路文商旅开发有限公司投资开发“西部恐龙园”主题公园项目，为促进项目顺利建设，与公司开展合作，由公司为其主题公园建设提供顾问咨询服务。合作过程中，公司承接了其部分设计、方案策划以及系统集成业务。	“西部恐龙园”包含“水公园”和“陆公园”两个子项，水公园已建成投入运营，公司顾问咨询顺利实施；陆公园因项目合作方资金筹措问题处于暂停状态，恐龙园文科承接的部分业务暂时中止。	合作方陆公园部分建设暂停，恐龙园文科承接的方案策划、系统集成服务中止
3	天津中华恐龙园概念设计项目	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	上海红星美凯龙房地产集团拟在天津静海区投资建设主题公园项目，聘请公司提供天津静海“恐龙主题旅游度假区项目”创新性研究及概念策划方案设计服务。	不存在	项目已完成
4	宜昌中华恐龙园文化旅游项目	宜昌交通旅游产业发展集团	宜昌交通旅游产业发展集团有限公司拟在湖北省宜昌市	鉴于宜昌交通旅游产业发展集团有限公司对于宜昌中华恐龙园文旅项	项目已终止



序号	项目名称	合作对象	项目背景	是否存在前期洽谈项目未能顺利推进的情形	项目进展情况
		有限公司	投资建设宜昌文化旅游项目，拟引进“中华恐龙园品牌”，并由公司为其提供策划咨询管理、品牌授权以及托管运营服务。	目的投资建设意向发生变化，导致双方未实际执行该项目的推进。	

综上，公司与多地洽谈恐龙主题乐园建设事项的背景主要为项目投资方拟投资开发主题公园项目，为解决项目开发过程中的品牌、建设经验不足问题，同时公司为国内优秀的主题公园开发建设及运营管理者，具备丰富的主题公园策划、设计、建设和运营经验，能为投资方乐园开发提供相关创意和技术服务，解决投资方在乐园开发过程中的有关技术需求，因此双方达成合作，由公司提供主题公园规划设计和运营管理等方面的专业服务。部分合作项目由于项目投资方在项目开发过程中存在未能顺利推进的事项，致使其投资的乐园项目暂停或未能建设，与公司自身不存在直接关系。

## (2) 合作开发乐园的商业模式

公司与客户合作开发乐园的商业模式为轻资产的业务合作模式，即公司为上述乐园的建设主体提供策划设计、系统集成和运营管理等方面的专业服务，不对乐园项目进行（股权）投资，公司根据合同约定从客户方取得相应的服务收入，不涉及对乐园项目包括土地使用权等其他收益或资源的获取。

乐园项目开发，需要经过概念策划、方案设计、施工图设计、施工建设、交付运营等过程。公司与客户的合作内容，是为客户提供乐园开发过程中的管理顾问服务或专项设计服务，并通过相应的服务获取收益。公司与现有客户已经签署的协议不涉及乐园项目收益分成。

根据公司与现有客户已经签署的协议，关于设计、开发、建设、公司盈利模式、对发行人商标、专利的授权使用、具体约定以及对“恐龙园”或“恐龙城”、“恐龙世界”等名称安排的具体情况如下表：

序号	项目名称	合作对象	关于设计、开发、建设及收益分成的相关约定	盈利模式	商标、专利的授权使用及具体约定	对“恐龙园”“恐龙城”“恐龙世界”等名称是否存在约定或协议安排
1	郑州中华恐龙园项目	河南天伦旅游集团有限公司	河南天伦旅游集团有限公司负责合作项目的全部投资，承担所有经营风险。公司作为顾问负责为项目提供创意策划、规划设计咨询及开发建设管理服务、综合运营管理咨询服务；在项目建成开业后接受甲方委托进行合作项目的托管运营服务。双方的合作分为咨询顾问、品牌及知识产权授权使用、托管运营三种方式，恐龙园提供服务、给予授权、受托运营，河南天伦旅游集团有限公司向恐龙园支付相关费用；不涉及收益分成。	收取固定的咨询顾问、品牌及知识产权授权使用、托管运营费用	在主题公园项目上，公司授权河南天伦旅游集团有限公司在河南省境内唯一使用“中华恐龙园”品牌和知识产权，授权期限不低于20年；目前本协议已终止。	
2	兰州“西部恐龙园”合作项目	甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司	甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司负责项目的前期商务洽谈、规划方案设计、项目政府事务、开发建设、后期营运，并负责投入所需全部资金，自负盈亏；恐龙园为项目提供在创意策划、规划设计及开发建设管理、托管服务、综合运营管理等方面的经验及咨询服务，并在项目建成开业后接受委托进行运营服务；不涉及收益分成。	收取固定的创意策划、规划设计及开发建设管理和托管运营费用		不存在
3	天津中华恐龙园概念设计项目	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	公司按国家技术规范、标准、规程及上海红星美凯龙房地产集团有限公司提出的设计要求及设计任务书的规定进行设计，按照合同规定的进度	收取概念设计费用		不存在

序号	项目名称	合作对象	关于设计、开发、建设及收益分成的相关约定	盈利模式	商标、专利的授权使用及具体约定	对“恐龙园”“恐龙城”“恐龙世界”等名称是否存在约定或协议安排
			提交质量合格的设计资料；不涉及收益分成。			
4	宜昌中华恐龙园文化旅游项目	宜昌交通旅游产业发展集团有限公司	宜昌交通旅游产业发展集团有限公司负责合作项目的全部投资，承担所有经营风险。公司作为顾问负责为双方合作项目提供创意策划、规划设计咨询及开发建设管理服务、综合运营管理咨询服务，并按约定在合作项目建成开业后接受委托进行合作项目的托管运营服务；不涉及收益分成。	收取固定的咨询顾问、品牌及知识产权授权使用、托管运营费用		公司授权宜昌交通旅游产业发展集团有限公司在湖北省境内唯一使用“中华恐龙园”品牌涵盖的所有商标、专利和著作权等知识产权，授权期限为10年；目前本协议已终止。

综上，公司与客户合作开发乐园的商业模式为轻资产的业务合作模式，不对乐园项目进行（股权）投资，不涉及对乐园项目包括土地使用权等其他收益或资源的获取。公司通过为上述乐园的建设主体提供专业服务获取收益盈利，不涉及收益分成。部分项目曾经存在对发行人商标、专利的授权使用以及“中华恐龙园”等名称的使用相关条款约定或协议安排，目前均已终止。

（3）相关项目已投入成本、已实现收入、应收账款余额及回款情况，合同执行阶段是否存在当事人违约情形，是否存在纠纷或潜在纠纷

截至 2020 年 9 月 30 日，公司相关项目已投入成本、已实现收入、应收账款余额及回款情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	已实现收入	已投入成本	应收账款余额
1	郑州中华恐龙园项目	3,783.25	1,684.17	-
2	兰州“西部恐龙城”合作项目	1,905.99	685.30	295.80
3	天津中华恐龙园概念设计项目	660.38	111.66	-
4	宜昌中华恐龙园文化旅游项目	-	-	-

截至本招股说明书签署日，上述项目在合同执行阶段基本不存在当事人违约的情形。部分项目由于投资方在项目开发过程中存在未能顺利推进的事项，致使其投资的乐园项目暂停或未能建设，双方已就未能继续推进项目签署了相关的终止/中止协议。兰州“西部恐龙城”合作项目，因合作方与当地政府洽谈项目扶持政策，陆地公园建设暂停，存在部分咨询顾问服务费逾期情形，双方已就逾期款项达成了还款计划。

截至本招股说明书签署日，上述合作项目均不存在纠纷或潜在纠纷。

（4）相关乐园开发与政府共同推进的，披露相关乐园与政府的合作模式、相关政府补助获取条件、相关金额与乐园投资额的差异情况

公司的主营业务包括文旅产业相关的创新创意服务，即为客户提供文化创意策划、景区规划设计以及景区管理咨询等多元化的整体服务方案。在此过程中，均是由客户投资对于乐园进行开发，不存在公司投资开发乐园的情况，也不存在与政府共同推进项目的情况。

#### **（四）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力**

公司的主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务，主营业务不涉及重大污染物排放，公司未被列入重点排污单位名录。自设立以来，公司及下属子公司的经营活动对环境的影响较小。公司日常经营过程中产生的污染物或废弃物主要是生活污水、固体废弃物和生活垃圾，其中生活污水导入专用排污管道进行集中处理，已取得《城镇污水排入排水管网许可证》并定期缴纳污水处理费；无需特殊处理的固体废弃物直接由服务单位回收处理，需要经过特殊处理的危险废弃物由公司联系具备危险废物运营资质的企业回收处理，生活垃圾由新环环卫统一处理。

#### **（五）发行人主营业务、主要产品及主要经营模式的演变情况**

公司拥有恐龙化石专题博物馆以及以恐龙为主题的公园，独特的恐龙科普资源成为公司经营的一大优势。公司依托恐龙这一核心主题，在主题公园基础上，将业务延伸至主题文化创意和周边衍生产品的研发或服务的提供。

依托文化创意平台、规范化管理服务体系等多重优势，公司近年来极力开拓创新创意业务，将之作为公司未来创新业务发展的一大侧重点，并已经取得了一定的经营成果。公司投资建设的模块娱乐项目“恐龙人俱乐部”作为公司创新性和前瞻性的休闲游艺项目，自开业以来广受好评，也是公司创新业务的有益尝试。创新创意业务的发展，助推公司从“园区运营商”向“文化旅游产业整体解决方案供应商”的转型。

## **二、发行人所处行业的基本情况**

### **（一）公司所属行业及确定所属行业的依据**

公司所从事业务属于文化旅游产业，主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务。根据国家统计局 2012 年 7 月发布的《文化及相关产业分类》，公司属于“文化休闲娱乐服务”；根据中国证监会于 2012 年 11 月发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业属于“R 文化、体育和娱乐业”中的子类“R89 娱乐业”；根据《国民经济行业分类》（GBT4754-2017），公司所处行业为文化、体育和娱乐业。

## （二）行业主管部门、行业监督体制、行业主要法律法规及政策

### 1、行业主管部门及监管体制

主题公园行业主要受中华人民共和国文化和旅游部和地方文化旅游管理部门的监督管理，国家发展和改革委员会负责主题公园项目的核准，住房和城乡建设部负责主题公园选址规划和建设的管理，自然资源部负责主题公园土地使用的监管，生态环境部负责主题公园生态环境保护的监管，国家市场监督管理总局负责游乐类主题公园游乐设施的质量监督和安全监察工作。

### 2、产业政策及行业主要法律法规

近年来，文化产业在国民经济中的地位不断提升，2009 年上升为国家战略性新兴产业，据此推出了一系列推进文化产业发展的相关政策。

#### （1）扶持性产业政策

序号	政策、法规名称	发文单位	发布日期	主要内容
<b>文化产业扶持政策</b>				
1	《文化产业振兴规划》 (国发〔2009〕30号)	国务院	2009-09-26	1、加快建设具有自主知识产权、科技含量高、富有中国文化特色的主题公园； 2、重点发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等产业。
2	《国家文化科技创新工程纲要》 (国科发高〔2012〕759号)	科学技术部、中宣部、财政部、文化部、国家广播电视总局、新闻出版总署	2012-06-27	1、加强文化创意设计与展示自主核心技术和装备研发，形成整体技术集成解决方案； 2、研发文化主题公园关键技术及装备，形成系统集成解决方案，提升主题公园创意设计自主创新能力和文化旅游应用服务效果。
3	《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》 (国发〔2014〕10号)	国务院	2014-03-14	坚持正确的文化产品创作生产方向，着力提升文化产业各门类创意和设计水平及文化内涵，加快构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体

序号	政策、法规名称	发文单位	发布日期	主要内容
				系，推动文化产业快速发展。
4	《关于进一步加强和改进中华文化走出去工作的指导意见》	中央全面深化改革领导小组	2016-11-01	加强和改进中华文化走出去工作，加强顶层设计和统筹协调，创新内容形式和体制机制，拓展渠道平台，创新方法手段，增强中华文化亲和力、感染力、吸引力、竞争力，向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化，提高国家文化软实力。
5	《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》（中办发〔2017〕5号）	中共中央办公厅、国务院办公厅	2017-01-25	强调实施中华优秀传统文化传承发展工程的重要意义，做到深入阐发文化精髓、贯穿国民教育始终、保护传承文化遗产、滋养文艺创作、融入生产生活、加大宣传教育力度推动中外文化交流互鉴。形成人人传承发展中华优秀传统文化的生动局面。
6	国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要	中共中央办公厅、国务院办公厅	2017-05-07	“十三五”时期是全面建成小康社会决胜阶段，也是促进文化繁荣发展关键时期。繁荣文化产品创作生产，加快现代公共文化服务体系建设和现代文化产业体系建设，传承弘扬中华优秀传统文化，提高文化开放水平，推进文化体制改革创新，加强文化人才队伍建设，完善和落实文化经济政策。
7	《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》（国办发〔2018〕124号）	国务院办公厅	2018-12-18	深化文化体制改革，继续推进国有经营性文化事业单位转企改制。
8	《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》国科发高〔2019〕280号	科技部等六部门	2019-08-13	1、加强文化共性关键技术研发； 2、完善文化科技创新体系建设； 3、加快文化科技成果产业化推广；

序号	政策、法规名称	发文单位	发布日期	主要内容
				4 加强文化大数据体系建设； 5、推动媒体融合向纵深发展； 6、促进内容生产和传播手段现代化； 7、提升文化装备技术水平； 8、强化文化技术标准研制与推广。
<b>旅游业扶持政策</b>				
1	《国民旅游休闲纲要（2013-2020）》（国办发〔2013〕10号）	国务院办公厅	2013-02-18	加大政策扶持力度。逐步增加旅游休闲公共服务设施建设的资金投入。鼓励社会力量投资建设旅游休闲设施，开发特色旅游休闲线路和优质旅游休闲产品。
2	《关于规范主题公园发展的若干意见》（发改社会〔2013〕439号）	发改委等十二部门	2013-03-04	鼓励主题公园提高科技文化含量和规划建设水平，依法依规履行核准程序、符合条件的主题公园项目可享受国家有关鼓励文化和旅游产业发展的优惠政策。要注重加强品牌建设，积极培育有市场影响力的主题公园企业，引导市场规模大、知名度高、专业性强的企业参与主题公园建设。
3	《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发〔2014〕31号）	国务院	2014-08-21	积极开展研学旅行。按照全面实施素质教育的要求，将研学旅行、夏令营、冬令营等作为青少年爱国主义和革命传统教育、国情教育的重要载体，纳入中小学生学习日常德育、美育、体育教育范畴，增进学生对自然和社会的认识，培养其社会责任感和实践能力。
4	《“十三五”旅游业发展规划》（国发〔2016〕70号）	国务院	2016-12-26	鼓励扩大旅游新供给，推动精品景区建设，加快休闲度假产品开发，大力发展乡村旅游，提升红色旅游发展水平，加快发展自驾车旅居车旅游，大力发展海洋及滨水旅游，大力



序号	政策、法规名称	发文单位	发布日期	主要内容
				发展冰雪旅游，加快培育低空旅游；推进特色旅游目的地建设
5	《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》（交规划发〔2017〕24号）	交通运输部、国家旅游局、国家铁路局、中国民航局、中国铁路总公司、国家开发银行	2017-03-01	指出了促进交通运输与旅游融合发展的指导思想、基本原则、发展目标。提出完善旅游交通基础设施网络体系、健全交通服务设施旅游服务功能、推进旅游交通产品创新、提升旅游运输服务质量，强化交通运输与旅游融合发展的保障措施等意见。
6	《关于规范主题公园建设发展的指导意见》（发改社会规〔2018〕400号）	发改委等五部门	2018-03-09	支持主题公园企业加强科技创新，充分调动社会各方面积极性，促进技术创新、业态创新、内容创新、模式创新和管理创新。支持利用数字技术、仿真、互联网等高新技术支撑文化内容、装备、材料、工艺、系统的开发和利用，加快技术改造步伐。
7	《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》（国办发〔2018〕15号）	国务院办公厅	2018-03-22	指出了促进全域旅游发展的指导思想、基本原则、发展目标。提出要推进融合发展，创新产品供给；加强旅游服务，提升满意指数；加强基础配套，提升公共服务；加强环境保护，推进共建共享；实施系统营销，塑造品牌形象。
8	《关于在旅游领域推广政府和社会资本合作模式的指导意见》（文旅旅发〔2018〕3号）	文化和旅游部、财政部	2018-04-19	明确了在旅游领域推广政府和社会资本合作模式的基本原则和重点领域，指出要严格执行财政PPP工作制度，加大政策保障。
9	《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》（国办发〔2019〕41号）	国务院办公厅	2019-08-23	1、发展假日和夜间经济。落实带薪休假制度，鼓励单位与职工结合工作安排和个人需要分段灵活安排带薪年休假、错峰休假。大力发展夜间文旅经济。鼓励有条件的旅游景区在保证安全、避免扰民的情况下开展夜间游览服务； 2、促进产业融合发展。促进文化、旅游与现代技术相互融合，发展基于5G、

序号	政策、法规名称	发文单位	发布日期	主要内容
				超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容。丰富网络音乐、网络动漫、网络表演、数字艺术展示等数字内容及可穿戴设备、智能家居等产品，提升文化、旅游产品开发和服务设计的数字化水平。

## (2) 主要法律、法规

近年来，国内针对主题公园行业监管的主要法律法规文件如下：

序号	法律、法规及政策名称	生效日期	文号
1	《特种设备安全监察条例》	2003-06-01	国务院令 第 373 号
2	《国务院关于修改〈特种设备安全监察条例〉的决定》	2009-05-01	国务院令 第 549 号
3	《游乐园（场）服务质量》	2011-06-01	GB/T16767-2010
4	《关于暂停新开工建设主题公园项目的通知》	2011-08-05	发改电（2011）204 号
5	《主题公园服务规范》	2011-12-01	GB/T26992-2011
6	《特种设备安全法》	2014-01-01	-
7	《旅游安全管理办法》	2016-12-01	国家旅游局令 第 41 号
8	《特种设备使用管理规则》	2017-01-16	TSG08-2017
9	《中华人民共和国旅游法》（2018 修正）	2018-10-26	-
10	《文化和旅游规划管理办法》	2019-06-01	文旅政法发（2019）60 号

## (3) 对发行人经营发展的影响

近期出台的法律法规和行业政策，重点强调主题公园行业 5G、虚拟现实、人工智能等新技术的应用，重视文科融合发展。公司始终秉承“专注成就专业，创新引领未来”的企业发展理念，坚持技术开发、文科融合的发展方向，与法律法规和行业政策的导向是相符合的。

## (三) 行业发展状况

### 1、行业概况

主题公园是一种以游乐为目标的模拟景观的呈现，它的最大特点就是赋予游

乐形式以某种主题，围绕一个或几个主题创造一系列有特别的环境和气氛的项目吸引游客。园内所有的建筑色彩、造型、植被、游乐项目等都为主题服务，共同构成游客容易辨认的特质和游园的线索。

根据旅游体验类型，主题公园可以分为历史文化、景观观光、休闲游乐、情景模拟、主题创意五大类，具体情况如下：

类别	体验内容	特征	主题公园代表
历史文化	历史文化	以历史文化的参观、体验为主题	杭州宋城景区、开封清明上河园、常州春秋淹城
景观观光	人造景观	以仿真或人造景观的缩微景观为游览主题	深圳锦绣中华、世界之窗、昆明世界园艺博览园
休闲游乐	游乐设施	提供大型游乐设施以满足游客的休闲游乐需求	“欢乐谷”系列主题公园、苏州乐园、杭州乐园
情景模拟	人造场景	以场景体验为主	浙江横店影视城、银川华夏西部影视城
主题创意	独特主题	以独特的主题创意为主，融合多种表现方式的主题体验	迪士尼乐园、环球影城、中华恐龙园、方特欢乐世界

## 2、行业发展历程

### （1）世界主题公园发展历程

1952年，荷兰微缩景观公园“马都洛丹”（Madurodam）建成营业，成为世界主题公园行业发展的开端。1955年7月，华特·迪士尼在美国加利福尼亚州兴建了世界上第一个现代意义上的大型主题公园——洛杉矶迪士尼乐园。在经过50年代末期至60年中期的起步阶段之后，美国主题公园行业于60年代末进入了高速增长阶段。80年代初期开始，大型主题公园纷纷落户亚洲。发展至今，世界主题公园行业正呈现出行业集中度逐步提高的趋势，出现了迪斯尼乐园、环球影城等在全球范围内具有较高知名度的行业品牌。

### （2）我国主题公园发展历程

我国的主题公园诞生于20世纪80年代。自1984年北京兴建大观园起，全国陆续出现无锡吴文化公园、鬼府神宫等静态观赏型公园。这一时期的公园还没有清晰的主体概念，游乐项目比较单一，规模较小并且娱乐性、互动性不强，仅具备了现代主题公园的雏形。

1989年，深圳华侨城“锦绣中华”旅游微缩景区开业，标志着国内真正意

义上的主题公园的诞生，成为我国主题公园发展史上的里程碑。1991年，国内出现了以影视城和表演节目为特征的主题公园，无锡影视城和中国民俗文化村是其中的代表。这一时期的主题公园逐渐形成了清晰的主题概念，主题公园类型也由早期单一的游乐场，衍生出文化类主题公园、观光类主题公园和游乐类主题公园等多种形式。

现代科技的投入推动了中国主题公园产品再一次升级。1998年开放的欢乐谷是这一发展时期的典型代表。这类主题公园主题鲜明、个性突出、引入了高科技游乐设施，提升了休闲娱乐功能，强化了游乐活动与游客之间的互动关系，增强了游乐活动的参与性，提高了游客的重游率。

进入到21世纪以来，我国主题公园行业快速发展，目前已经形成了数量众多、类型多样的总体格局，其中包括以杭州宋城景区、开封清明上河园为代表的历史文化主题公园，以深圳锦绣中华、世界之窗为代表的景观观光主题公园，以“欢乐谷”系列为代表的休闲游乐主题公园，以浙江横店影视城为代表的情景模拟主题公园，以及以方特欢乐世界、常州中华恐龙园为代表的主题创意公园等。

### 3、行业发展趋势

随着社会经济的不断发展，主题公园行业也在新技术、新产业、新业态、新模式等方面不断提升，以进一步提升游客的游览满意度：园区游乐设施在VR、AR、MR等新技术的应用上日趋成熟；经营发展趋势从传统的园区运营向集文化创意、休闲娱乐、影视传媒等于一体的泛文旅产业转型升级；实现“创意+体验”、“研学+旅游”等新业态的融合，丰富了游客的游览体验；通过互联网平台销售、网红直播、“主题+”产品销售等新模式的应用拓宽了行业的发展方向。

#### （1）公园主题的独特性和项目创新性水平不断提高

主题公园行业的竞争日趋激烈，具备鲜明特色的主题会为公园在竞争中带来巨大优势。独特的主题文化能够将公园的特色更好地呈现给游客，充分展示主题公园的独特性，给游客留下更加深刻的印象，从而吸引更多的游客，提高重游率。主题公园需要为游客持续提供新鲜感，只有根据市场需求的变化，不断在游乐项目方面进行创新，才能使主题乐园长期保持活力和竞争力，培育可持续的发展空间。

## （2）主题公园项目的科技含量日趋提升

在消费升级的大环境下，游客对游乐项目的要求也越来越高，单纯的观景项目已无法满足游客的需求。随着 5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的成熟，公园中的游乐项目大量运用了特种电影、飞行模拟器、智能座椅、动感轨道车、激光道具和虚拟现实空间等技术手段和设备，以更好地满足游客在项目参与性、交互性和体验性上的需求。

## （3）依托主题公园逐步实现产业整合

随着主题公园行业日趋激烈的竞争，国内外的主题公园运营商已不仅仅满足于传统的园区运营，逐步向产业整合的方向发展：

从发展方向上看，主要分为纵向模式和横向模式。纵向模式是以园区运营为基础，向行业中上游延伸发展出的策划设计、内容创作、动漫产品、文化衍生、文科设备、运营管理等业务类型。横向模式系围绕主题公园，发展周边餐饮、酒店住宿、房地产等产业的发展模式。

从发展着力点上看，主要分为单核模式、双核模式和多核模式。单核模式即以园区运营为核心，兼顾发展创意产业、商业、房地产业等，目前我国大多数的主题公园处于该阶段。双核模式是以园区运营加创意产业或房地产业为发展重点，目前国内比较具有代表性的是华侨城。多核模式是以文化创意产业为整个产业体系的基础，集创意产业、旅游、商业、房地产等多种产业的复合发展模式，该种模式需要强大的品牌、资金作为支持，目前国内外采用该种模式最为成功的是迪士尼。

随着主题公园行业从传统模式向多元化、综合化方向发展的大趋势，主题公园和文化旅游及相关投资领域不断扩大、投资项目类型也越来越宽泛，并更加注重投资质量、注重创新和文化内涵。这一发展趋势有效带动了建筑规划设计、配套系统工程及景区运营管理咨询等新型衍生业务的市场需求，为既能运营主题公园，又能向文化旅游行业提供设计、咨询等衍生服务的创新型企业提供了更大的市场机遇。

#### 4、影响行业发展的有利因素和不利因素

##### (1) 有利因素

###### 1) 旅游业快速发展及旅游环境的不断完善，为主题公园提供坚实的基础

主题公园行业依附于整体旅游环境，对旅游业的服务质量以及环境保护、安全卫生等相关配套服务均有较高的要求。近年来，我国旅游业快速发展，旅游环境不断完善。根据国家文化和旅游部数据，2019年全年国内游客人数60.06亿人次，比上年同期增长8.43%；入出境旅游总人数3.0亿人次，同比增长3.1%；全年实现旅游总收入6.63万亿元，同比增长11%。旅游业对GDP的综合贡献为10.94万亿元，占GDP总量的11.05%。旅游直接就业2,825万人，旅游直接和间接就业7,987万人，占全国就业总人口的10.31%。

根据国家统计局数据，2018年中国旅游及相关产业的增加值达41,478亿元，比上年增长11.47%，占GDP的比重为4.51%，比上年提高0.05个百分点。据WTCC预测，到2026年中国旅游业总体增加值将达112,250亿元，GDP占比达9.4%，旅游业对经济的拉动效应愈加显著。

在国内旅游业快速发展的大背景下，我国旅游环境不断改善，旅游业服务质量不断提高，其他配套行业也会日益成熟，从而将为主题公园行业发展提供了坚实基础。

###### 2) 消费观念升级，推动主题公园需求增加

随着我国经济快速发展，居民可支配收入的持续增长，游客的消费观念也随之转变和升级，个性化旅游将成为主流。主题公园因其鲜明的主题概念、独特的观光和游乐环境，使游客的体验、互动和参与感增强，从而充分满足游客的个性化旅游需求。根据西方发达国家经验，人均GDP在1-3万美元期间是文化娱乐消费增长最快阶段。据国家统计局数据，2019年我国GDP总量99.09万亿元，同比增长7.79%，人均GDP为7.09万元，突破1万美元。随着国民经济的持续增长，人们文化娱乐消费意愿和能力都将空前释放。

###### 3) 国家产业政策支持主题公园行业发展

最近几年，国家出台了一系列产业政策支持文化旅游产业发展，党的十八大

明确提出要坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，推动文化事业全面繁荣、文化产业快速发展新思路，“十三五”规划纲要提出“文化产业成为国民经济支柱性产业”的发展目标，党的十九大再次强调“加快构建把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的体制机制，健全现代文化产业体系 and 市场体系，创新生产经营机制，完善文化经济政策，培育新型文化业态”。此外，国家还陆续出台了《国民旅游休闲纲要(2013-2020)》、《中华人民共和国旅游法》、《关于促进旅游业改革发展的若干意见》、《关于实施旅游休闲重大工程的通知》、《“十三五”旅游业发展规划》、《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》等一系列政策措施，为推动我国文化旅游产业持续健康发展提供了法律保障，有利于激发市场活力，挖掘发展潜力，进一步扩大旅游消费，促进旅游业健康持续发展。

## (2) 不利因素

### 1) 创意研发难度大，人才缺乏

主题公园从创意设计和研发生产到最后的运营管理需要创意、策划、规划、建筑、机械、机器人、影视、计算机、自动控制、运营等多方面的人才，而主题公园在我国出现的历史还很短，尤其是文化科技主题公园，整个行业特别是创意设计和主题项目的研发刚刚兴起，相关人才短缺，造成行业简单模仿盛行，同质化竞争严重，客观上制约了行业的发展。

### 2) 国外竞争对手的冲击

我国主题公园行业起步较晚，在资金实力、经营理念、管理水平、市场规模等许多方面与国际知名的主题公园运营公司存在较大的差距，尤其是品牌知名度相差较远。以美国迪士尼公司为例，借助其影视形象的影响力，树立了高端品牌形象，并在全球范围内扩张，体现出强大的竞争力。

随着我国居民对主题公园的旅游需求不断扩大，国外的竞争对手纷纷计划进入中国。这对本土主题公园的布局、创新、成长速度和打造差异化竞争优势提出了更高要求。

### 3) 城市土地资源稀缺对主题公园行业发展的不利影响

主题公园属于现代化人文项目，对交通便利性和周边客源市场的容量具有较

高的要求，往往集中在旅游资源丰富、经济发达和交通便利的城市，这些城市土地资源偏少、土地价格较高，而主题公园尤其是大型主题公园建设所需的占地面积较大，从而增加了主题公园企业的建造成本，对主题公园行业的发展产生了一定的不利影响。

## 5、行业内主要企业和市场竞争格局

### （1）行业内主要企业

#### 1) 全球主题乐园

根据世界主题公园权威研究机构美国主题娱乐协会（Themed Entertainment Association）与第三方旅游行业研究及咨询机构美国 AECOM 集团联合发布的全球主题公园游客量数据报告，近年来全球主题乐园游客数量保持稳定增长。2018 年，全球十大主题公园集团的游客量为 5.01 亿，较 2017 年的 4.76 亿增长 5.4%，而其中中国主题公园集团游客总量增幅近 20%，是世界主题公园游客量增长的主要因素。目前，中国主题公园的游客总量占全球游客总量约四分之一。

2018 年全球十大主题公园游客量情况如下表所示：

排名	公司名称	增长率	2018 年游客人次	2017 年游客人次
1	Walt Disney Attractions, 美国	4.9%	157,311,000	150,014,000
2	Merlin Entertainments Group, 英国	1.5%	67,000,000	66,000,000
3	Universal Parks and Resorts, 美国	1.2%	50,068,000	49,458,000
4	华侨城, 中国	15.1%	49,350,000	42,880,000
5	华强方特, 中国	9.3%	42,074,000	38,495,000
6	长隆集团, 中国	9.6%	34,007,000	31,031,000
7	Six Flags Inc., 美国	5.3%	32,024,000	30,789,000
8	Cedar Fair Entertainment Company, 美国	0.7%	25,912,000	25,700,000
9	Sea World Parks & Entertainment, 美国	8.6%	22,582,000	20,800,000
10	Parques Reunidos Group, 西班牙	1.5%	20,900,000	20,600,000
总计		5.4%	501,228,000	475,767,000

资料来源：《2018 年全球主题公园和博物馆报告》，TEA&AECOM

#### 2) 国内主题乐园

就国内情况而言，除华侨城、华强方特和长隆集团外，国内主要的主题乐园



还包括宋城演艺下属主题乐园、海昌控股下属极地海洋世界、中华恐龙园、清明上河园等。由于外商投资大型主题公园的限制刚刚放开，国内主题公园运营的现有参与者仍以本土企业为主。

国内主要主题公园运营情况如下表所示：

公司名称	分布区域	旗下主要公园
华侨城	深圳、北京、上海、成都、武汉等	锦绣中华、中国民俗文化村、世界之窗、欢乐谷、东部华侨城等
宋城演艺	杭州、三亚、丽江等	杭州宋城景区、杭州欢乐园景区、杭州乐园、杭州浪浪水公园、烂苹果乐园景区、三亚宋城旅游区等
长隆集团	广州、珠海	长隆欢乐世界、长隆国际大马戏、香江野生动物世界、长隆水上乐园、广州鳄鱼公园等
海昌控股	大连、烟台、青岛、成都、天津、武汉、重庆、上海等	大连海昌发现王国主题公园、大连老虎滩极地海洋公园、烟台海昌鲸鲨海洋公园、青岛海昌极地海洋公园、成都海昌极地海洋公园、天津海昌极地海洋公园、武汉海昌极地海洋公园、重庆海昌加勒比海水世界、上海海昌海洋公园等
华强方特	芜湖、沈阳、青岛、郑州、株洲等	芜湖方特欢乐世界、芜湖方特梦幻王国、沈阳方特欢乐世界、青岛方特梦幻王国、株洲方特欢乐世界、郑州方特欢乐世界、泰安方特欢乐世界、汕头方特欢乐世界重庆金源方特科幻公园、厦门方特梦幻王国、天津方特欢乐世界等
清园股份	开封	清明上河园

### 3) 长三角主题乐园

长三角地区主要主题乐园情况如下：

单位：元、万人、亿元

序号	主题乐园名称	乐园定位	主要 IP	客源市场	开园时间	门票定价	2019 年入园人数	2019 年营业收入
1	杭州宋城	以“建筑为形，文化为魂”为经营理念，仿宋代风格建造	《宋城千古情》	长三角周边游客	1996年5月	300	-	9.19
2	芜湖方特欢乐世界	一座以文化产业理念打造的主题乐园	-	长三角周边游客	2007年10月	220	-	-
3	杭州乐园	长三角地区综合性主题公园	-	长三角周边游客	2009年3月	160	-	-
4	上海欢乐谷	动态、时尚、欢乐、梦幻	风情上海滩、饼干警长	全年龄段人群	2009年9月	220	339.00	-
5	常州淹城春秋乐园	以春秋文化为主题的大型主题梦幻乐园	紧扣春秋文化特色，积极打造淹城文化旅游	传统文化爱好者	2010年5月	180	-	-

序号	主题乐园名称	乐园定位	主要 IP	客源市场	开园时间	门票定价	2019 年入园人数	2019 年营业收入
			IP					
6	芜湖方特梦幻王国	采用高科技演绎特色主题，将动漫卡通、电影特技等国际时尚娱乐元素和中国传统文化符号精妙融合，创造充满幻想和创意的神奇天地	熊出没	长三角周边游客	2010 年 12 月	260	-	-
7	常州环球动漫嬉戏谷	动漫艺术，游戏文化	《摩尔庄园》、《洛克王国》等	长三角周边游客	2011 年 5 月	230	-	-
8	上海玛雅海滩水公园	水上乐园	-	长三角周边游客	2013 年 7 月	-	97.00	
9	芜湖方特水上乐园	水上乐园	-	长三角周边游客	2014 年 6 月	220	134.80	-
10	杭州 HelloKitty 乐园	儿童乐园	HelloKitty	长三角周边游客	2015 年 1 月	节假日 290，工作日 230	-	-
11	芜湖方特东方神画	一个充满传奇故事的大型高科技主题乐园	东方文化	长三角周边游客	2015 年 8 月	280	-	-
12	宁波方特东方神画	充满传奇故事的大型高科技主题乐园	东方文化	长三角周边游客	2016 年 4 月	280	357.50	-
13	上海迪士尼度假区	一座王国风格的迪士尼主题乐园	漫威、《玩具总动员》、《头脑特工队》等	全球游客、迪士尼爱好者	2016 年 6 月	平日 399，高峰 599	1,121.00	298.80
14	苏州华谊兄弟电影世界	围绕华谊兄弟电影 IP 为主题的电影文化体验项目	华谊兄弟电影 IP	长三角周边游客、电影爱好者	2018 年 7 月	228	-	-
15	上海海昌海洋公园	海洋文化	七萌团	少年儿童及其家庭	2018 年 11 月	平日 299，高峰 360	400.00	-
16	无锡融创乐园	以传统江南文化为主题的乐园	江南文化	长三角周边游客	2019 年 6 月	免费入园，单项游乐设施收费，票价 20-60 元	-	-
17	苏州乐园	森林主题休闲娱乐目的地	-	长三角周边游客	2020 年 5 月	198-230	-	-

注 1：门票价格为成人全日票门市价；

注 2：部分数据未有公开信息；

注 3：杭州宋城 2019 年营业收入为杭州宋城旅游区 2019 年营业收入。杭州宋城旅游区经营杭州宋城、杭州乐园、烂苹果乐园 3 景区；

注 4：苏州乐园于 1997 年开园，2017 年闭园，2020 年 5 月重新开放。

近几年，长三角国内旅游人数及长三角旅游景区接待人数情况如下：

单位：万人

项目	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
长三角国内旅游人数	344,665.52	308,829.14	275,453.11	240,253.30	210,535.00
长三角旅游景区接待人数	/	144,300.00	/	117,600.00	103,300.00

数据来源：国家旅游局、江苏省统计局、上海市统计局、浙江省统计局、安徽省统计局

注：国家旅游局暂未公告 2017 年及 2019 年数据。

2015-2019 年，长三角国内旅游人数年均增长率达到 13.12%，其中 2015-2018 年，长三角旅游景区接待人数年均增长率达到 11.79%，长三角主题乐园市场容量与长三角国内旅游人数及长三角旅游景区接待人数在一定程度上呈现正相关关系。因此长三角主题乐园市场容量在不断增长。

## (2) 行业市场竞争格局

自 2016 年上海迪士尼乐园开园后，报告期内，长三角地区并未有较多新建主题乐园，不会对发行人的客源有较大的分流效应；发行人依托于恐龙 IP 这一主题优势和“创意+体验”、“研学+旅游”的经营模式，在众多主题乐园中具备较强的竞争力。

2015-2019 年，常州市国内旅游人数情况如下：

单位：万人

项目	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
长三角国内旅游人数 ①	344,665.52	308,829.14	275,453.11	240,253.30	210,535.00
常州市国内旅游人数 ②	7,947.05	7,224.50	6,582.71	5,989.60	5,443.00
常州 5A、4A 级景区接待人次③	7,557.95	7,140.69	6,850.80	6,450.10	6,023.74
恐龙园入园人数④	302.90	275.33	264.33	230.04	234.32
常州市国内旅游人数占长三角国内旅游人数比例②/①	2.31%	2.34%	2.39%	2.49%	2.59%
恐龙园入园人数占长三角国内旅游人数比	0.09%	0.09%	0.10%	0.10%	0.11%

项目	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年
例④/①					
恐龙园入园人数占常州市国内旅游人数④/②	3.81%	3.81%	4.02%	3.84%	4.30%
恐龙园入园人数占常州5A、4A级景区接待人次比例④/③	4.01%	3.86%	3.86%	3.57%	3.89%

数据来源：国家旅游局、江苏省统计局、上海市统计局、浙江省统计局、安徽省统计局

2015-2019年，常州市国内旅游人数逐年增长，年均增长率为9.92%，恐龙园入园人数持续增长，年均增长率为6.63%，与长三角国内旅游人数及常州市国内旅游人数保持同步增长。

随着人们对休闲旅游需求的不断增长，主题乐园市场容量在同步增长。根据沙利文数据，2018年中国国内主题公园市场规模512.6亿元，游客人次达2.1亿人次，预计2020年中国主题公园市场规模将达956.3亿元，游客人次将达2.6亿人次。常州市国内旅游人数也保持每年数百万人的增长速度，报告期内长三角新增主题乐园对恐龙园入园人数占常州市国内旅游人数比例影响有限，且恐龙园入园人数占常州市5A、4A级景区接待人数比例逐年上升，可预计恐龙园入园人数也将持续增长，公司业绩的大趋势总体向好。

随着长三角市场主题公园数量的增加，公司将面临更为激烈的市场竞争，面临市场竞争加剧对经营产生负面影响的风险。随着人们对休闲旅游需求的不断增长，长三角主题乐园市场容量在同步增长；发行人也将进一步加强园区在主题创意和经营模式上的优势。因此，市场竞争加剧不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

### （3）行业主要竞争对手

#### 1) 园区综合业务方面

主题公园行业具有显著的区域性特征。公司运营的“中华恐龙园”位于长三角核心地区，客源市场主要来源于长三角地区，并逐步扩展至山东、河南、湖北、江西、北京等省市区域，具有一定的区域性特征。根据客源市场的分布情况，公司与长三角内的主题公园存在较强的竞争关系，与长三角地区以外的主题公园竞争关系相对较弱。

公司主要竞争对手介绍如下：

#### ①上海迪士尼

上海迪士尼位于上海市浦东新区，于 2016 年 6 月开园，是中国内地第一个、亚洲第三个、世界第六个迪士尼主题公园。园区由米奇大街、奇想花园、探险岛、宝藏湾、明日世界、梦幻世界、玩具总动员七大主题园区组成，占地面积 390 公顷。

#### ②上海欢乐谷

上海欢乐谷位于上海市松江区，于 2009 年开园，是华侨城旗下以“动态、时尚、欢乐、梦幻”为特色的主题公园，为国家 4A 级旅游景区。园区由阳光港、欢乐时光、香格里拉、欢乐海洋、上海滩、金矿镇和飓风湾七大主题区组成，占地面积 65 万平方米。

#### ③芜湖方特欢乐世界

芜湖方特世界地处安徽芜湖华强旅游城，由深圳华强集团投资兴建，于 2007 年首次开园，是一家文化科技类主题公园。芜湖方特欢乐世界由阳光广场、方特欢乐大道、渔人码头、太空世界、神秘河谷、维苏威火山、西游传说、精灵山谷、聊斋、恐龙半岛、海螺湾、嘟比农庄、儿童王国、水世界、火流星等多个分区组成。

### 2) 创新创意服务方面

为顺应主题公园和文化旅游行业的发展趋势，公司依托近二十年在主题公园园区投资、开发、建设、运营以及品牌运作方面的经验，积极拓展文化创意及衍生业务。国内该类业务集中度较低，业务规模普遍较小，综合性企业较少。目前国内企业中开展类似业务的主要有宋城演艺、海昌控股、华强方特等。

#### (4) 发行人的竞争优势

##### 1) 个性鲜明的主题优势

当前国内主题公园的激烈竞争呈现出产品体验雷同、主题定位不清、同质化竞争严重等问题。不同于自然资源和人文资源的独特性和稀缺性，主题公园只能

够通过不断的创新，丰富其内涵，不断开发新项目、扩充新内容，才能给游客带来持续的新鲜感并延续其吸引力，建立差异化竞争优势。

公司主题定位鲜明，文化体验独特。通过仿真模型、漫画动画电影演绎等渠道的宣传，恐龙形象深入人心，形成了庞大的恐龙文化和恐龙经济。作为史前动物，恐龙独特的神秘感，不断激发起人们的好奇心和求知探索欲，提供了广阔的文化创作素材。公司运营的“中华恐龙园”拥有集中展示中国系列恐龙化石专题博物馆，是融合科普与游乐，以恐龙题材和恐龙文化为主题的公园。

公司通过恐龙主题形象创意、设计、动画制作，恐龙主题公园投资、开发、运营，以及衍生产品的开发、设计、经营等全路径多元立体的传播途径，提供个性鲜明的旅游产品，为游客带来恐龙文化主题的全面多重体验。

## 2) 经营模式优势

经过多年的探索和发展，公司成功实践了“创意+体验”、“研学+旅游”的经营模式，即深入挖掘恐龙 IP，强化园区项目的创新性和体验感，以此应对其他游乐园对游乐设备的大额投资；用生动刺激的主题游乐项目寓教于乐，丰富游客结构，化解目前新兴科技馆及博物馆分流游客的风险。

国内主题公园普遍存在同质化严重，收入结构比较单一，文化创意不强、自有知识产权缺失等问题。公司已打造出自有的文化创意平台，深挖恐龙文化内涵，在主题公园基础上延伸至上游主题文化创意及下游动漫及衍生产品制造，陆续推出了《恐龙宝贝》系列及《恐龙来了》等动漫剧集和电影。同时，公司又将上述作品中的恐龙主题动漫形象、建筑、景观、剧情等内容植入“恐龙王国迎宾礼”、“重装机械恐龙大巡游”等游乐、演艺项目，形成了线上动漫影视作品与线下主题公园紧密的良性联动，提供了多元的主题文化体验，在丰富盈利方式的同时又提升了主题公园文化内涵及品牌形象。此外，公司还依托丰富的主题公园运营经验，实现了设计、规划、运营、营销等经验输出，并将之作为未来发展的着力点之一。

## 3) 品牌优势

经过多年的发展，公司经营“中华恐龙园”品牌在长三角乃至全国范围内已具有较高的知名度，品牌优势明显。自开园以来，“中华恐龙园”先后获得

AAAAA 国家级旅游景区、国家文化产业示范基地、第十一届“全国文化企业 30 强”提名企业、全国青少年科技教育基地、全国科普教育基地、恐龙科研科普基地、中国古生物学会科普教育基地、中国地质文化产业示范基地、国家国土资源科普基地等多项国家级荣誉称号。恐龙文化节、恐龙狂欢节、恐龙万圣季、恐龙迎新季等主题品牌活动通过多年运作已深入人心；恐龙主题动漫及衍生产品的开发进一步提升了公司的市场影响力和品牌知名度。

#### 4) 行业经验及管理优势

作为我国较早进入主题公园行业的企业之一，公司于 2000 年建成了“中华恐龙园”。经过近二十年的探索和实践，公司在主题公园的设计、规划、运营、营销等各方面均积累了丰富的运作经验，聚集和培养了一批行业经验丰富、对行业发展具有深度见解的管理人员和业务骨干。目前，公司已通过了职业健康安全管理体系、质量管理体系和环境管理体系的认证，建立了完善的旅游服务标准管理体系。同时，公司负责起草国家标准 GB/T26992-2011《主题公园服务规范》，其是我国主题公园行业第一个国家标准，填补了国内旅游标准的空白。2012 年 2 月，国家旅游局认定公司为首批“全国旅游标准化示范单位”；2019 年 9 月，国家标准化委员会认定公司为“国家主题公园服务标准化试点”企业。

#### 5) 区位优势

“中华恐龙园”位于长三角核心地区，经济发达，居民消费水平和娱乐消费习惯位于全国前列，交通便利。随着沪宁高铁和京沪高铁的开通，客源市场扩大，有利于吸引数量众多的周边游客。同时，公司经营所在地常州对文化创意产业具有良好的政策和产业环境。公司可依托常州便利的地域优势和优良的产业环境推动主题公园和文化创意业务的快速发展。

#### (5) 发行人的竞争劣势

公司尚未进入资本市场，融资渠道有限。资金不足已影响了园区新项目建设、异地扩张和创新业务拓展。融资能力较弱成为制约公司进一步发展的重要瓶颈。

## 6、同行业可比公司

### (1) 可比公司的选取情况及选取标准

结合公司主营业务情况，公司根据业务相似性与数据可得性选取可比公司。

业务相似性方面，公司所从事业务属于文化旅游产业，根据中国证监会于2012年11月发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业属于“R文化、体育和娱乐业”中的子类“R89娱乐业”。在选取可比公司时，选取属于“R文化、体育和娱乐业”的上市公司，剔除与公司主营业务明显不符的子类“R85新闻和出版业”、“R86广播、电视、电影和影视录音制作业”及“R88体育业”，从子类“R87文化艺术业”和“R89娱乐业”中选取可比公司。公司主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务，因此在选取可比公司时，主要选取主营业务或主营业务之一为主题公园运营的公司。由于业务模式差异较大，故未将自然景区列为可比公司。

数据可得性方面，为确保数据可得且真实可信，主要选取上市公司作为公司可比公司。

据此标准，在“R87文化艺术业”上市公司中，选取运营有杭州宋城等主题乐园的宋城演艺[300144.SZ]作为可比公司；在“R89娱乐业”中暂无上市公司，仅有新三板挂牌公司华强方特[834793.0C]运营有方特欢乐世界等主题乐园，且于2019年进行A股申报，故选为可比公司；除此之外，A股上市公司华侨城A[000069.SZ]和大连圣亚[600593.SH]虽不属于“R文化、体育和娱乐业”，但由于主营业务中包含主题公园运营，业务模式与公司较为相似，故选取为可比公司。

可比公司的基本情况如下：

#### 1) 华侨城 A

华侨城 A[000069.SZ]是华侨城集团旗下旅游及房地产板块的上市公司，以旅游综合、房地产为主营业务。华侨城 A 控股子公司欢乐谷文化旅游发展有限公司（以下简称“欢乐谷集团”）是该公司旗下的主题公园运营商，主要从事“欢乐谷”主题公园的建设与运营业务，同时也涉及主题酒店的运营等。欢乐谷集团主要建设运营的主题公园包括深圳欢乐谷、北京欢乐谷、上海欢乐谷等。



## 2) 宋城演艺

宋城演艺[300144.SZ]的主营业务为主题公园和文化演艺的投资、开发、经营。宋城演艺独创“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，为广大游客提供主题公园集群游玩和千古情演出观赏服务，并通过收取门票的方式实现业务收入。宋城演艺目前主要有7个不同地域的宋城旅游区，分别为杭州宋城旅游区经营杭州宋城、杭州乐园、烂苹果乐园3景区；三亚宋城旅游区经营三亚千古情景区；丽江宋城旅游区经营丽江千古情景区；九寨宋城旅游区经营九寨千古情景区与藏谜剧院演艺；桂林宋城旅游区经营桂林千古情景区；张家界宋城旅游区经营张家界千古情景区；西安宋城旅游区经营西安千古情景区。

## 3) 大连圣亚

大连圣亚[600593.SH]是一家主营旅游娱乐产业的上市公司，目前拥有大连海底通道水族馆圣亚海洋世界、极地探险旅游景观圣亚极地世界，成功开发和取得了包括瓦房店地中海温泉公园、天津国际游乐港海洋世界、苏州太湖水底世界和青岛亚图岛艺术公园项目等若干旅游资源，建设了哈尔滨圣亚极地海洋馆，还拥有世界第一座情景式海洋主题乐园新圣亚海洋世界。

## 4) 华强方特

华强方特[834793.0C]是一家以文化内容产品及服务和文化科技主题公园为主营业务的大型文化企业。华强方特主营业务体现为文化内容产品及服务和文化科技主题公园两个板块，其中，文化内容产品及服务包括特种电影、动漫产品、影视出品、文化衍生品等；而文化科技主题公园为华强方特目前运营的27个主题乐园，包括在芜湖、青岛、株洲、沈阳、郑州、厦门、天津、宁波、大同、南宁、长沙、邯郸等地投入运营的“方特欢乐世界”、“方特梦幻王国”、“方特东方神画”、“方特水上乐园”、“方特东盟神画”、“方特丝路神画”、“方特国色春秋”等品牌。

### (2) 关键业务数据、指标等方面的比较情况

#### 1) 经营情况及市场地位

行业内公司的经营情况及市场地位主要体现于收入情况及客流量。

2017-2019年，公司及可比公司的可比部分业务收入及客流量情况如下：

单位：亿元、万人、元/人

公司	2019年			2018年			2017年		
	可比部分收入	客流量	人均收入	可比部分收入	客流量	人均收入	可比部分收入	客流量	人均收入
华侨城A	302.63	5,397.00	560.74	196.57	4,935.00	398.32	185.30	4,288.00	432.14
宋城演艺	17.59	4,000.00	43.98	15.86	3,500.00	45.31	14.31	3,300.00	43.36
大连圣亚	2.81	/	/	2.94	/	/	3.01	/	/
华强方特	43.20	5,039.30	85.73	36.04	4,207.40	85.66	29.69	3,849.50	77.13
平均数	91.56	4,812.10	230.15	62.85	4,214.13	176.43	58.08	3,812.50	184.21
中位数	30.40	5,039.30	85.73	25.95	4,207.40	85.66	22.00	3,849.50	77.13
恐龙园	5.22	302.90	172.33	4.51	275.33	163.80	4.07	264.33	153.97

注1：华侨城A的可比部分收入选取营业收入中旅游综合业务收入。客流量选取2017-2019年度TEAxAECOM全球主题公园和博物馆报告客流量数据；

注2：宋城演艺的可比部分收入选取营业收入中“文化艺术业-现场演艺”部分收入（2017-2019年报数据）。客流量选取长江证券研报中“公司历年接待观演游客人次”图表数据估计值（长江证券研报-20200518）；

注3：大连圣亚的可比部分收入选取公司旅游服务业收入，大连地区建成运营的项目为圣亚海洋世界核心景区（2017-2019年报数据）。相同口径客流量数据未披露；

注4：华强方特的可比部分收入选取文化科技主题公园收入（2017-2019年报数据）。客流量选取2017-2019年度TEAxAECOM全球主题公园和博物馆报告客流量数据；

注5：可比公司年报中仅披露收入数据，未披露客流量数据，客流量数据从其他非官方渠道取得，不排除存在数据口径有差异或者数据统计不准确的情况。

2017-2019年，公司收入规模及客流量与可比公司相比较小，主要由于公司仅运营“中华恐龙园”一家主题乐园，与可比公司连锁型主题乐园经营模式存在差异，故收入规模较小。公司人均收入仅次于华侨城A，高于宋城演艺及华强方特，经营状况良好。近些年来，随着社会经济的不断发展，我国主题公园行业快速发展，消费观念的升级也推动了主题公园需求增加，主题公园市场潜力巨大。公司依靠“中华恐龙园”品牌，立足于恐龙IP，持续探索和发展“创意+体验”、“研学+旅游”等经营模式，强化园区项目的创新性和体验感，用生动刺激的主题游乐项目寓教于乐，丰富游客结构，持续不断的吸引游客，导致公司2017-2019年业务收入保持较高增速。

## 2) 技术实力

公司及同行业可比公司的技术实力对比主要体现在最新科技应用及先进设备应用等方面，公司及同行业可比公司的技术实力情况如下：

公司	科技应用及先进设备
华侨城 A	1、深圳欢乐谷将开启 5G+智慧景区园区建设； 2、深圳欢乐谷万圣节首次引入 AR 技术，打造 AR 主题节庆。
宋城演艺	1、对 3D 全息投影、三维虚拟现实等先进的多媒体新技术以及创意舞台设施和跨业态、跨行业的创意新技术在舞台中的应用进行创新研发； 2、2019 年 10 月在宋城景区内正式推出全新大型骑乘式互动 VR 项目《太虚幻境》。
大连圣亚	1、企鹅饲养繁育技术始终保持国际领先，是“国家级南极企鹅种源繁育基地”。
华强方特	1、文化科技主题公园全产业链，可提供从“创意设计、研发建设、运营管理”的综合性服务； 2、拥有数字图像、影视特技、虚拟现实技术（VR）、网络通讯、仿真与机器人以及自动控制等高科技领域的自主知识产权和专有技术。
恐龙园	1、公司的核心技术集中体现在：在园区综合业务稳步发展的同时，大力发展附加值较高创新创意服务业务； 2、公司特种影视创作配备有先进的高保真数码录音室、戴尔 16 组刀片式渲染农场、三维立体投影放映厅等硬件设备以及电影级三维立体制作软件； 3、公司拥有一系列高端定制化游乐硬件设备，包括：大型沉浸式巴士乘骑、六自由度飞行影院等。

### 3) 核心竞争力

公司所处行业衡量核心竞争力的主要指标为主题 IP、经营模式等。公司及同行业可比公司的核心竞争力对比情况如下：

公司	IP 情况	经营模式	品牌优势
华侨城 A	金翅勇士、格桑公主等 IP	“旅游+地产”模式	在旅游、酒店、房地产行业拥有多个知名品牌，与控股股东华侨城集团具有战略协同能力
宋城演艺	“宋城”和“千古情”两大 IP	“主题公园+文化演艺”模式	“宋城”、“千古情”是现场演艺和创意产业的代表性品牌
大连圣亚	原创海洋 IP、大白鲸 IP	全产业链发展模式	坚持“大白鲸计划”发展战略，持续打造全产业链发展模式；坚持以深耕海洋文化为核心，不断创新产品提升海洋文化体验
华强方特	熊出没原创 IP	文化与科技融合战略	在主题公园方面注重技术创新、深化文化内涵，逐渐形成在国内外具有一定影响力的主题公园品牌
恐龙园	恐龙特色 IP	“创意+体验”、“研学+旅游”	AAAAA 国家级旅游景区、国家文化产业示范基地、第十一届“全国文化企业 30 强”提名企业、全国青少年科技教育基地、全国科普教育基地、恐龙科研科普基地、中国古生物学会科普教育基地、中国地质文化产业示范基地、国家国土资源科普基地

### 三、发行人的销售情况及主要客户

#### (一) 发行人的销售收入情况

公司的主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务，不是传统生产制造型企业，因此不适用产能、产量及产能利用率等指标。

报告期内，公司销售收入情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
园区综合业务	19,566.67	62.19	52,155.44	79.89	45,052.77	77.73	40,670.24	79.32
门票业务	14,828.56	47.13	39,890.93	61.11	35,543.30	61.32	32,418.42	63.23
其他运营	4,738.11	15.06	12,264.52	18.79	9,509.48	16.41	8,251.82	16.09
创新创意服务	9,280.22	29.50	6,827.05	10.46	7,658.24	13.21	7,089.88	13.83
策划设计与咨询管理	8,178.72	26.00	4,526.25	6.93	5,711.54	9.85	5,471.73	10.67
模块娱乐	1,101.50	3.50	2,300.80	3.52	1,946.69	3.36	1,618.15	3.16
旅游配套服务	2,323.39	7.38	6,033.94	9.24	4,922.66	8.49	3,329.13	6.49
酒店	2,173.30	6.91	4,911.96	7.52	3,359.87	5.80	2,927.98	5.71
旅行社业务	150.09	0.48	1,121.98	1.72	1,562.79	2.70	401.15	0.78
主营业务合计	31,170.28	99.07	65,016.43	99.59	57,633.66	99.44	51,089.26	99.64
其他业务	291.37	0.93	265.03	0.41	325.57	0.56	183.99	0.36
营业收入合计	31,461.65	100	65,281.46	100	57,959.23	100	51,273.25	100

报告期各期，公司销售收入分别为 51,273.25 万元、57,959.23 万元、65,281.46 万元和 31,461.65 万元。公司销售收入主要来源于园区综合业务收入。

#### (二) 发行人主要产品服务的消费群体情况

公司园区业务的消费群体主要是团队游客和旅游散客。报告期内，“中华恐龙园”游客入园人次分别为 264.33 万、275.33 万、302.90 万和 117.25 万。

创新创意服务方面，策划设计与咨询管理业务的主要客户为景区景点、游乐场、主题公园以及度假区的投资运营方；模块娱乐项目的目标受众主要为亲子家庭、城市年轻消费者。

**(三) 发行人主要客户情况**

报告期内，公司对前五名客户的销售情况如下表所示：

单位：万元、%

序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	销售内容
<b>2020年1-9月</b>				
1	万程（上海）旅行社有限公司	3,392.37	10.78	门票
2	天津西瓜旅游有限责任公司	3,058.27	9.72	门票
3	捷宏润安工程顾问有限公司	1,827.58	5.81	策划设计与咨询管理
4	商丘市铁路投资有限公司	1,458.24	4.63	策划设计与咨询管理
5	河南天伦旅游集团有限公司	1,398.11	4.44	策划设计与咨询管理
	合计	11,134.57	35.39	-
<b>2019年</b>				
1	上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司	6,748.60	10.34	门票
2	天津西瓜旅游有限责任公司	5,863.65	8.98	门票
3	万程（上海）旅行社有限公司	4,528.52	6.94	门票
4	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	1,632.12	2.50	策划设计与咨询管理
5	北京蚂蜂窝网络科技有限公司	915.85	1.40	门票
	合计	19,688.75	30.16	-
<b>2018年</b>				
1	上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司	7,930.38	13.68	门票
2	天津西瓜旅游有限责任公司	3,469.03	5.99	门票
3	万程（上海）旅行社有限公司	2,992.06	5.16	门票
4	河南天伦旅游集团有限公司	1,235.62	2.13	策划设计与咨询管理
5	广州酷旅旅行社有限公司	1,102.76	1.90	门票
	合计	16,729.85	28.86	-
<b>2017年</b>				
1	上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司	5,000.95	9.75	门票
2	天津西瓜旅游有限责任公司	3,434.78	6.70	门票
3	万程（上海）旅行社有限公司	2,615.28	5.10	门票
4	甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司	1,084.45	2.12	策划设计与咨询管理
5	河南天伦旅游集团有限公司	1,076.97	2.10	策划设计与咨询管理

序号	客户名称	销售收入	占营业收入比例	销售内容
	合计	13,212.43	25.77	-

注 1: 报告期内, 上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司和上海游霸国际旅行社有限公司属于同一控制下企业, 共同经营驴妈妈平台, 销售金额合并披露;

注 2: 报告期内, 天津西瓜旅游有限责任公司、北京三快科技有限公司、厦门三快科技有限公司、天津滨海新区美团旅游有限责任公司和汉海信息技术(上海)有限公司属于同一控制下企业, 共同经营美团平台, 销售金额合并披露;

注 3: 报告期内, 万程(上海)旅行社有限公司、上海携程国际旅行社有限公司和上海赫程国际旅行社有限公司属于同一控制下企业, 共同经营携程平台, 销售金额合并披露;

注 4: 报告期内, 上海红星美凯龙房地产集团有限公司、上海红星美凯龙美龙置业有限公司、上海红星美凯龙环球家居设计博览有限公司和浙江森野房地产开发有限公司同属于红星美凯龙控股集团有限公司控制, 销售金额合并披露; 红星美凯龙控股集团有限公司为发行人股东, 截至本招股说明书签署日持有发行人 2.8109% 的股权;

注 5: 报告期内, 河南天伦旅游集团有限公司和郑州市天伦主题乐园有限公司属于同一控制下企业, 销售金额合并披露。

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月, 公司前五名客户销售收入占营业收入的比例分别为 25.77%、28.86%、30.16% 和 35.39%, 主要为合作旅游电商平台、旅行社等门票销售代理机构。

发行人销售内容主要分为旅游产品和策划设计与咨询管理服务两大类, 其中旅游产品包括“中华恐龙园”园区门票、俱乐部项目、酒店以及“景区+酒店”、“景区+俱乐部”等类型的组合产品, 策划设计与咨询管理服务包括策划设计、咨询管理、系统集成和演艺演出等服务。

报告期内, 不同销售内容对应前五大客户情况如下:

### 1、旅游产品

单位: 万元

序号	同一控制合并客户名称	销售收入	占比	结算方式	期末余额科目	期末余额
2020 年 1-9 月						
1	万程(上海)旅行社有限公司 <sup>1</sup>	3,392.37	18.58%	预收模式、应收模式	预收款项	708.37
2	天津西瓜旅游有限责任公司 <sup>2</sup>	3,058.27	16.75%	预收模式、应收模式	预收款项	674.36
3	上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司 <sup>3</sup>	598.10	3.28%	预收模式、应收模式	预收款项	111.23
4	江苏江南农村商业银行股份有限公司	437.38	2.40%	预收模式	预收款项	26.88
5	常州耀来国际旅行社有限公司 <sup>4</sup>	346.14	1.90%	预收模式	预收款项	24.92
	合计	7,832.26	42.91%	-	-	-
2019 年度						

序号	同一控制合并客户名称	销售收入	占比	结算方式	期末余额科目	期末余额
1	上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司	6,748.60	13.99%	预收模式、应收模式、现结模式	预收款项	99.86
2	天津西瓜旅游有限责任公司	5,863.65	12.16%	预收模式、应收模式	预收款项	50.02
3	万程（上海）旅行社有限公司	4,528.52	9.39%	预收模式、应收模式	预收款项	99.54
4	北京蚂蜂窝网络科技有限公司	915.85	1.90%	预收模式	预收款项	19.53
5	常州耀来国际旅行社有限公司	639.17	1.33%	预收模式、现结模式	预收款项	7.66
合计		18,695.80	38.77%	-	-	-
2018 年度						
1	上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司	7,930.38	18.70%	预收模式、应收模式	预收款项	103.35
2	天津西瓜旅游有限责任公司	3,469.03	8.18%	预收模式、应收模式	预收款项	69.63
3	万程（上海）旅行社有限公司	2,992.06	7.05%	预收模式、应收模式、现结模式	预收款项	58.05
4	广州酷旅旅行社有限公司	1,102.76	2.60%	预收模式、应收模式	预收款项	13.43
5	同程国际旅行社有限公司 <sup>5</sup>	527.67	1.24%	预收模式、应收模式	预收款项	7.18
合计		16,021.90	37.78%	-	-	-
2017 年度						
1	上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司	5,000.95	13.38%	预收模式、应收模式	预收款项	33.88
2	天津西瓜旅游有限责任公司	3,434.78	9.19%	预收模式、应收模式	应收款项	7.91
3	万程（上海）旅行社有限公司	2,615.28	7.00%	预收模式、应收模式、现结模式	预收款项	107.53
4	广州酷旅旅行社有限公司	899.21	2.41%	预收模式、应收模式、现结模式	预收款项	15.38
5	同程国际旅行社有限公司	675.40	1.81%	预收模式、应收模式	应收账款	3.56
合计		12,625.62	33.79%	-	-	-

注 1：报告期内，万程（上海）旅行社有限公司、上海携程国际旅行社有限公司和上海赫程国际旅行社有限公司属于同一控制下企业，共同经营携程平台，合并披露；

注 2：报告期内，天津西瓜旅游有限责任公司、北京三快科技有限公司、厦门三快科技有限公司、天津滨海新区美团旅游有限责任公司和汉海信息技术（上海）有限公司属于同一控制下企业，共同经营美团平台，合并披露；

注 3：报告期内，上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司和上海游霸国际旅行社有限公司属于同一控制下企业，共同经营驴妈妈平台，合并披露；

注4：报告期内，常州耀来国际旅行社有限公司和常州市乐游信息咨询有限公司属于同一控制下企业，合并披露；

注5：报告期内，同程国际旅行社有限公司、同程文化旅游发展有限公司和北京同程华鼎国际旅行社有限公司属于同一控制下企业，合并披露。

发行人旅游产品的主要客户为 OTA 平台和旅行社，主要结算方式分为三种，具体如下：

**预收模式：**发行人预收门票款，在预收额度内放票给 OTA 平台和旅行社；主要适用于 OTA 平台、旅行社的门票销售，部分 OTA 平台、旅行社的组合产品销售以及包量合作模式；

**应收模式：**发行人给予 OTA 平台和旅行社一定的授信额度，可在授信额度内采购组合产品，双方在月底对账结算；主要适用于部分 OTA 平台、旅行社的组合产品销售，该类分销商一般规模较大，例如：驴妈妈、美团、携程、酷旅、同程、途牛等；

**现结模式：**发行人与对方现场结清门票款；主要适用于 OTA 平台组织的线下旅行团以及旅行社的线下团队。

报告期内，发行人旅游产品前五大客户收入占比分别为 33.79%、37.78%、38.77%和 42.91%。报告期内，发行人旅游产品销售良好，大型 OTA 平台和旅行社对发行人的产品采购量增加，前五大客户占比逐年增加。

#### (1) 门票分销渠道

发行人主要通过 OTA 平台和旅行社及酒店进行门票分销，OTA 平台主要进行线上分销，旅行社和酒店主要进行线下分销。发行人根据年度门票价格政策，结合不同渠道的特征，对两种渠道区别定价，同一渠道内的定价基准是统一的。

报告期内，OTA 和旅行社及酒店的人均票价情况如下：

单位：元

渠道名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
OTA 平台	156.06	167.60	155.94	148.89
旅行社及酒店	106.54	49.04	61.22	56.07

2020 年 1-9 月，旅行社及酒店人均票价增长明显，主要系受疫情影响，当期学生团数量减少所致。



报告期内，OTA 和旅行社及酒店的毛利率情况如下：

渠道名称	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
OTA 平台	22.34%	51.94%	51.61%	54.65%
旅行社及酒店	-13.75%	-64.25%	-23.26%	-20.41%

发行人采用入园人数占比的方式分摊主营业务成本，确认各渠道客商对应的主营业务成本。该方法计算出的人均成本相同，毛利率情况主要受人均门票价格波动影响。报告期内，OTA 平台和旅行社及酒店的毛利率波动趋势与其对应的人均门票价格的波动情况是一致的。在人均成本相同时，均价较低可能会出现不能覆盖成本的情况，导致计算出的毛利率为负，该种情形是由成本分摊方法所致，并非真实毛利为负。发行人园区成本以职工薪酬、折旧摊销等固定属性成本为主，新增游客带来的单位增量成本较小，部分低票价吸引游客会为发行人带来利润增长。

## (2) 主要门票销售代理机构

发行人门票销售代理渠道以 OTA 平台为主，各期占比在 75%以上。主要 OTA 平台为驴妈妈、携程和美团，各期占比在 60%以上。报告期内，上述 OTA 平台收入及占比情况如下：

单位：万元

名称	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
驴妈妈	464.61	6.36%	6,317.57	28.93%	7,274.90	39.64%	4,703.92	30.18%
携程	2,574.08	35.21%	4,052.81	18.56%	2,512.19	13.69%	2,288.20	14.68%
美团	2,635.75	36.05%	5,361.99	24.55%	3,065.77	16.70%	2,957.79	18.98%
小计	5,674.43	77.62%	15,732.37	72.03%	12,852.85	70.03%	9,949.91	63.84%
其他 OTA	1,636.16	22.38%	6,107.82	27.97%	5,500.63	29.97%	5,636.95	36.16%
合计	7,310.59	100.00%	21,840.19	100.00%	18,353.49	100.00%	15,586.86	100.00%

报告期内，驴妈妈、携程和美团的门票收入占比合计分别为 63.84%、70.03%、72.03%和 77.62%，各期占比均超过 60%，为发行人的主要门票销售代理机构。

## (3) 主要门票销售代理机构人均门票价格

报告期内，门票销售代理机构的人均门票价格情况如下：

单位：元

名称	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
驴妈妈	167.84	157.58	150.19	155.96
携程	169.55	171.78	157.40	151.96
美团	146.28	171.69	167.75	146.11
OTA平台	156.06	167.60	155.94	148.89

2017-2019年，OTA平台人均门票价格呈上升趋势，主要原因是2018年开始，发行人对OTA平台不再销售单独门票，基本票种为“门票+俱乐部”，对应人均门票价格有所增加；2020年1-9月，OTA平台销售的双人票较往年有所增加，导致人均门票价格有所降低。

各大OTA平台的人均门票价格主要取决于票种类型以及是否有促销包量活动。其中，2018和2019年，驴妈妈人均门票价格低于携程和美团，主要原因是其进行了水世界包量合作，包量合作门票价格相对较低，影响了全年的人均门票价格；2020年1-9月，美团人均门票价格低于驴妈妈和携程，主要原因是美团平台较驴妈妈和携程销售了更多的双人票，人均门票价格较单人票低，进而影响了最终的人均门票价格。

#### (4) 主要门票销售代理机构毛利率情况

报告期内，门票销售代理机构的毛利率情况如下：

名称	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
驴妈妈	27.79%	48.88%	49.76%	56.71%
携程	28.52%	53.10%	52.06%	55.57%
美团	17.14%	53.08%	55.02%	53.79%
OTA平台	22.34%	51.94%	51.61%	54.65%

上述OTA平台其毛利率变动情况与人均门票价格变动趋势一致。发行人对成本分摊方式，导致毛利率与人均门票价格成正相关，具体解释参见本节之“三、发行人的销售情况及主要客户”之“(三) 发行人主要客户情况”之“1、旅游产品”之“(1) 门票分销渠道”。

综上所述，发行人不同门票销售代理机构销售门票的价格、毛利率不存在显著差异。

## 2、策划设计与咨询管理服务

单位：万元

序号	同一控制合并客户名称	销售收入	占比	结算方式	期末余额科目	期末余额
2020年1-9月						
1	捷宏润安工程顾问有限公司	1,827.58	22.35%	部分预收,项目完成后收取余款	应收账款	1,697.24
2	商丘市铁路投资有限公司	1,458.24	17.83%	部分预收,项目完成后收取余款	应收账款	807.50
3	河南天伦旅游集团有限公司 <sup>1</sup>	1,398.11	17.09%	部分预收,项目完成后收取余款	-	-
4	苏州高新(徐州)商旅发展有限公司	438.08	5.36%	部分预收,项目完成后收取余款	预收款项	36.53
5	湖北荆旅置业有限公司	374.53	4.58%	部分预收,项目完成后收取余款	应收账款	317.60
合计		5,496.54	67.21%	-	-	-
2019年度						
1	上海红星美凯龙房地产集团有限公司 <sup>2</sup>	1,632.12	36.06%	部分预收,项目完成后收取余款;分阶段预收	应收账款	251.56
2	湖北交投三江文旅康养发展有限公司 <sup>3</sup>	407.55	9.00%	部分预收,项目完成后收取余款	应收账款	140.00
3	连云港伊甸园文化发展有限公司	385.05	8.51%	部分预收,项目完成后收取余款	应收账款	211.80
4	江苏省金坛长荡湖旅游度假区管理委员会	351.89	7.77%	部分预收,项目完成后收取余款	-	-
5	三千文化旅游发展有限公司	273.58	6.04%	部分预收,项目完成后收取余款	应收账款	130.00
合计		3,050.19	67.39%	-	-	-
2018年度						
1	河南天伦旅游集团有限公司	1,235.62	21.63%	部分预收,项目完成后收取余款	预收账款	422.04
2	宿迁三台山景区管理有限公司 <sup>4</sup>	859.31	15.05%	部分预收,项目完成后收取余款;	应收账款	151.15

序号	同一控制合并客户名称	销售收入	占比	结算方式	期末余额科目	期末余额
				项目完成后一次性收款		
3	甘肃丝绸之路文商旅游开发有限公司 <sup>5</sup>	709.51	12.42%	分阶段预收；部分预收，项目完成后收取余款	预收账款	450.32
4	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	557.55	9.76%	部分预收，项目完成后收取余款；分阶段预收	预收款项	602.74
5	重庆市綦江区地质公园管理处	517.18	9.06%	部分预收，项目完成后收取余款	应收账款	35.28
合计		3,879.17	67.92%	-	-	-

## 2017 年度

1	甘肃丝绸之路文商旅游开发有限公司	1,084.45	19.82%	分阶段预收；部分预收，项目完成后收取余款	预收款项	1,054.52
2	河南天伦旅游集团有限公司	1,076.97	19.68%	分阶段预收；部分预收，项目完成后收取余款	预收款项	11.61
3	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	352.55	6.44%	分阶段预收；部分预收，项目完成后收取余款	预收款项	12.23
4	满洲里口岸套娃景区管理有限责任公司	343.51	6.28%	部分预收，项目完成后收取余款	应收账款	37.00
5	宿迁三台山景区管理有限公司	308.63	5.64%	部分预收，项目完成后收取余款	预收款项	110.46
合计		3,166.11	57.86%	-	-	-

注 1：报告期内，河南天伦旅游集团有限公司和郑州市天伦主题乐园有限公司属于同一控制下企业，合并披露；

注 2：报告期内，上海红星美凯龙房地产集团有限公司、上海红星美凯龙美龙置业有限公司、上海红星美凯龙环球家居设计博览有限公司和浙江森野房地产开发有限公司同属于红星美凯龙控股集团有限公司控制，合并披露；

注 3：报告期内，湖北交投三江文旅康养发展有限公司、湖北省交通投资集团有限公司、湖北交投鄂西生态新镇投资有限公司和湖北交投宜昌城市发展有限公司属于同一控制下企业，合并披露；

注 4：报告期内，宿迁三台山景区管理有限公司、宿迁文化旅游发展集团有限公司、江苏项

王故里景区旅游发展有限公司和宿迁鼎鼎大名商贸有限公司属于同一控制下企业，合并披露；

注5：报告期内，甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司和甘肃西部恐龙水世界有限公司属于同一控制下企业，合并披露。

发行人策划设计与咨询管理服务业务的主要客户为旅游景区投资方、运营方，主要结算方式分为三种，具体如下：

分阶段预收：发行人根据合同约定，按服务期间分阶段预收项目款；主要适用于管理咨询类项目；

部分预收项目完成后收取余款：发行人根据合同约定，在项目达到不同阶段时分阶段预收项目款，在项目完成后，会留有一部分尾款，在满足合同约定条件后收取；主要适用于策划设计、系统集成类项目以及有业绩考核款的管理咨询类项目；

项目完成后一次性收款：发行人根据合同约定，在完成项目后一次性收取项目款；主要适用于演艺演出类项目。

报告期内，发行人策划设计与咨询管理服务前五大客户收入占比分别为57.86%、67.92%、67.39%和67.21%。2018年前五大占比较2017年增长10.06%，增长较大，主要原因是主要客户对发行人的服务成果比较满意，2018年加大合作力度，合作业务量增加，业务量增加的客户主要为宿迁三台山景区管理有限公司、河南天伦旅游集团有限公司以及上海红星美凯龙房地产集团有限公司等；2018至2020年1-9月，前五大客户收入占比较为稳定。

#### (1) 发行人与红星美凯龙交易情况

报告期内，发行人与红星美凯龙交易情况如下：

单位：万元

序号	客户名称（业主方） <sup>1</sup>	项目名称	销售收入	交易内容	项目实际运营情况
2020年1-9月					
1	上海红星美凯龙环球家居设计博览公司	“未来之家”运营管理	118.37	管理咨询	正常运营
	合计		118.37	-	-
2019年度					
1	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	天津中华恐龙园项目概念规划	660.38	规划设计	尚未实际建设

序号	客户名称（业主方） <sup>1</sup>	项目名称	销售收入	交易内容	项目实际运营情况
2	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	陵水度假酒店概念方案设计	224.53	规划设计	尚未实际建设
3	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	天津海洋馆配套酒店建筑及室内概念方案设计	179.25	规划设计	尚未实际建设
4	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	长春梦享岛室内水乐园概念方案设计	139.62	规划设计	正在建设中
5	上海红星美凯龙环球家居设计博览公司	“未来之家”运营管理	201.94	管理咨询	正常运营
6	上海红星美凯龙美龙置业有限公司	吉林星奇妙海洋公园建筑概念设计	188.68	规划设计	尚未实际建设
7	浙江森野房地产开发有限公司	庄园建筑方案设计	37.74	规划设计	尚未实际建设
合计			1,632.12	-	-
2018 年度					
1	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	上海星银海城市客厅项目策划设计	141.51	规划设计	尚未实际建设
2	上海红星美凯龙环球家居设计博览有限公司	“未来之家”运营管理	227.36	管理咨询	正常运营
3	浙江森野房地产开发有限公司	吉林奢岭项目策划设计	188.68	规划设计	正在建设中
合计			557.55	-	-
2017 年度					
1	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	天津静海区主题公园项目	94.34	规划设计	尚未实际建设
2	上海红星美凯龙环球家居设计博览有限公司	“未来之家”运营管理	258.21	管理咨询	正常运营
合计			352.55	-	-

注 1: 报告期内, 上海红星美凯龙房地产集团有限公司、上海红星美凯龙美龙置业有限公司、上海红星美凯龙环球家居设计博览有限公司和浙江森野房地产开发有限公司同属于红星美凯龙控股集团有限公司控制, 销售金额合并披露。

发行人主要为红星美凯龙集团提供管理咨询服务和规划设计服务, 其中, 管理咨询服务主要是运营管理已建成的项目; 规划设计服务主要是向项目业主方提供概念设计、项目策划等方案, 规划设计服务提供的方案仅用于项目前期创意和规划使用, 项目整体落地需要综合考虑土地取得、效益测算、投资条件洽谈等多方面因素, 项目最终能否落地实施并不影响发行人确认收入。

## (2) 2019 年红星美凯龙进入前五大客户的原因

红星美凯龙集团为国内知名的房地产商和家居商场运营商。发行人自 2008 年起与红星美凯龙建立合作关系, 以派驻专业团队的形式为其设置于上海一家居

商场的“未来之家”项目提供运营管理服务，双方建立了良好的合作基础。报告期内该类管理服务业务每年形成收入 200 余万元，毛利率在 40%左右。

近年来，在传统商业泛娱乐化的背景下，红星美凯龙看好文旅业的发展，拟进军文旅产业，并以“旅游+地产”的模式在全国各地拓展项目；发行人为国内知名的主题公园运行商，基于公司形成的品牌影响和创意设计能力，能为文旅项目提供有关创意和技术服务，解决其开发和运营的有关需求。2017 年，公司以天津静海区主题公园项目为契机，初次为红星美凯龙提供概念策划设计服务并得到其认可。2018 年及 2019 年，公司与红星美凯龙合作项目增多，启动了新的概念设计类合作项目，2018 年上海星银海城市客厅项目策划设计等项目验收确认收入 330.19 万元；2019 年天津中华恐龙园项目概念规划、陵水度假酒店概念方案设计等项目完成后合计确认收入 1,430.20 万元。2019 年，发行人对红星美凯龙合计实现收入 1,632.13 万元，红星美凯龙成为发行人当期第四大客户。

(3) 红星美凯龙入股的原因及合理性，入股作价的公允性，入股前后的交易价格、毛利率等变化情况

#### 1) 红星美凯龙入股的原因及合理性，入股作价的公允性

红星美凯龙与发行人自 2008 年起开始合作，通过十余年的合作，红星美凯龙对发行人的业务发展十分了解，并看好发行人的未来发展。基于此，红星美凯龙控股集团有限公司于 2018 年 8 月通过股转系统协议转让取得发行人 495 万股股份，现占发行人股本 2.8109%，股权转让金额为 4,791.60 万元。该笔股权转让方式为协议转让，转让价格为双方协商确定，最终定价符合股转系统的要求。

#### 2) 红星美凯龙入股前后的交易价格、毛利率等变化情况

发行人与红星美凯龙的合作主要分为管理咨询业务和规划设计业务，红星美凯龙于 2018 年 8 月入股发行人，入股前后各类业务的交易价格、毛利率等情况具体如下：

##### ①管理咨询业务

单位：万元

2017 年-2018 年 7 月			2018 年 8 月-2020 年 9 月		
项目名称	收入金额	毛利率	项目名称	收入金额	毛利率

2017年-2018年7月			2018年8月-2020年9月		
项目名称	收入金额	毛利率	项目名称	收入金额	毛利率
“未来之家”运营管理	385.72	47.45%	“未来之家”运营管理	420.16	43.63%

注：“未来之家”运营管理项目按服务时间确认收入，因此入股前后收入金额略有差异。

发行人向红星美凯龙提供的管理咨询服务，入股后项目毛利率较入股前略有下降。

## ②规划设计业务

单位：万元

2017年-2018年7月			2018年8月-2020年9月		
项目名称	收入金额	毛利率	项目名称	收入金额	毛利率
天津静海区主题公园项目	94.34	25.58%	吉林奢岭项目策划设计	188.68	51.43%
上海星银海城市客厅项目策划设计	141.51	79.70%	庄园建筑方案设计	37.74	67.28%
-	-	-	吉林星奇妙海洋公园建筑概念设计	188.68	79.04%
-	-	-	陵水度假酒店概念方案设计	224.53	64.93%
-	-	-	天津海洋馆配套酒店建筑及室内概念方案设计	179.25	80.67%
-	-	-	天津中华恐龙园项目概念规划	660.38	83.09%
-	-	-	长春梦享岛室内水乐园概念方案设计	139.62	79.22%
合计	235.85	58.05%	合计	1,618.87	75.44%

入股后，发行人与红星美凯龙合作项目数量、项目收入及毛利率上升，主要系双方经2017年尝试新类型项目合作后认为合作效果良好，后续加大了合作力度。入股后项目毛利率显著提升，主要系入股前项目较少，其中天津静海区主题公园项目毛利率较低，导致入股前项目毛利率低。该项目为双方首次合作规划设计类业务，发行人给予了一定的价格优惠。

### (4) 红星美凯龙业务与发行人同类其他业务毛利率比较

#### 1) 管理咨询业务

发行人为红星美凯龙提供的是现场派驻人员的管理咨询类业务，与发行人其他同类业务毛利率比较如下：



单位：%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利率区间	毛利率平均值	毛利率区间	毛利率平均值	毛利率区间	毛利率平均值	毛利率区间	毛利率平均值
红星美凯龙项目	48.42	48.42	39.77	39.77	47.46	47.46	46.77	46.77
同类项目	17.67-93.63	64.12	17.41-88.35	49.20	64.74-77.34	71.46	7.51-97.46	70.04
比较	在区间内	-15.70	在区间内	-9.43	低于区间最低值	-24.00	在区间内	-23.27

发行人为红星美凯龙提供管理咨询服务的“未来之家”项目，是发行人涉足管理咨询类业务最早的项目，发行人重视开拓市场和积累经验，对客户给予一定的价格优惠，因此项目定价较低。该项目自2008年起一直服务至今，服务价格根据双方洽谈的价格稳定延续。

随着发行人管理咨询业务的成熟，该类业务的项目量不断增加，但“未来之家”运营管理项目的合作报价并未有较大调整，因此红星美凯龙管理咨询项目的毛利率与其他同类项目相比较低。

## 2) 规划设计业务

发行人对红星美凯龙新增项目类型系规划设计项目，该类项目定制化特征明显，项目的毛利率波动较大。红星美凯龙规划设计项目与发行人同类业务毛利率比较如下：

单位：%

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利率区间	毛利率平均值	毛利率区间	毛利率平均值	毛利率区间	毛利率平均值
红星美凯龙项目	64.93-83.09	75.70	51.43-79.70	65.57	25.58	25.58
同类项目	55.90-90.54	74.11	9.82-96.54	71.01	29.07-96.05	68.10
比较	在区间内	1.59	在区间内	-5.44	低于区间最低值	-42.52

2017年因设计业务初次合作，发行人给予红星美凯龙一定的价格优惠，因此红星美凯龙项目毛利率低于同期其他规划设计项目；2018年和2019年，红星美凯龙项目毛利率区间均在规划设计总体项目的区间范围内，其中2018年合作项目有两个，其中一个项目毛利率略低就会对毛利率平均值产生较大影响，因此毛利率平均值略低于同类项目毛利率平均值，2019年红星美凯龙项目毛利率与同类项目毛利率平均值差异较小，2018年和2019年的规划设计项目毛利率与其

他客户同类项目不存在显著差异。

#### (四) 主要客户的获取方式、交易背景、定价政策及销售占比

##### 1、不同业务主要客户的获取方式、交易背景及定价政策

###### (1) 旅游产品

###### 1) 获取方式及交易背景

旅游产品的主要客户为 OTA 平台和旅行社。“中华恐龙园”成立之初，为扩大销售渠道，业务部门会主动联系大型 OTA 平台及旅行社洽谈合作，随着景区知名度的提升，陆续有 OTA 平台和旅行社上门与发行人洽谈业务合作，业务部门人员也会定期到各大旅游展会、介绍会等挖掘新的销售渠道。

###### 2) 定价政策

发行人根据当年门票销售情况和对未来市场的预计，于每年末制定下一年门票及产品的基础价格政策，各渠道内各票种的基础价格保持一致。如有促销活动、临时调价等情况，发行人会制定补充价格政策进行调整。俱乐部及酒店价格会根据市场行情调整定价。

###### (2) 策划设计与咨询管理服务

###### 1) 获取方式及交易背景

策划设计与咨询管理服务业务的主要客户为景区开发商或运营商。发行人通过考察交流、行业会议与论坛、行业展会展览、政府招商等途径获取相关业务信息，与潜在客户进行商务接洽，根据客户的需求、项目所处的阶段、开发进程等进行需求分析，给出服务建议或合作建议，进行深入洽谈，直至签订合同；对于需要招标或正在招标过程的项目，发行人根据项目的招标要求进行评估，若有能力承接则进行投标，直至签订合同。

因公司创新创业业务涵盖文化旅游项目开发运行所需的主要设计、内容、管理技术等服务和产品，同一客户的项目往往在公司首个专项合同服务的过程中，通过诚实守信和专业的服务与客户建立了较好的信任度和客户对公司能力的进一步肯定，而客户项目开发运营所需的相关专业服务且公司有能力提供的，双方通过洽谈较为容易达成合作意愿，因此造就同一客户存在多个专项合作合同的情

形。

## 2) 定价政策

策划设计与咨询管理服务业务各个项目差异较大,定价原则通常采用成本加成并与市场价格综合比较,确认最终定价。

2、主要客户销售金额及占比发生变化的原因,主要客户及其关联方与发行人关联关系或其他利益安排情况,发行人与主要客户交易的可持续性

### (1) 旅游产品

报告期内,旅游产品的主要客户销售金额、占比及关联关系情况如下:

单位:万元

客户名称	期间	销售收入	占比	变化原因	实际控制人	与发行人 关联关系
天津西瓜旅游有限责任公司(美团平台)	2020年1-9月	3,058.27	16.75%	美团自身平台有所发展,同时加深了与公司的合作程度	王兴	无
	2019年度	5,863.65	12.16%			
	2018年度	3,469.03	8.18%			
	2017年度	3,434.78	9.19%			
万程(上海)旅行社有限公司(携程平台)	2020年1-9月	3,392.37	18.58%	携程自身平台有所发展,同时加深了与公司的合作程度	携程旅行控股(香港)有限公司	无
	2019年度	4,528.52	9.39%			
	2018年度	2,992.06	7.05%			
	2017年度	2,615.28	7.00%			
上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司(驴妈妈平台)	2020年1-9月	598.10	3.28%	2018年为平台引流,进行了扫码立减活动,销售收入增幅较大;2020年1-9月受疫情影响,收入占比有所下滑	洪清华	无
	2019年度	6,748.60	13.99%			
	2018年度	7,930.38	18.70%			
	2017年度	5,000.95	13.38%			
江苏江南农村商业银行股份有限公司	2020年1-9月	437.38	2.40%	2020年1-9月进行大客户战略合作,收入金额大幅增加	江苏武进农村商业银行股份有限公司	无
	2019年度	-	-			
	2018年度	0.04	0.00%			
	2017年度	-	-			
常州耀来国际旅行社有	2020年1-9月	346.14	1.90%	主要为大学生票,园区	白宏亮	无
	2019年度	639.17	1.33%			

客户名称	期间	销售收入	占比	变化原因	实际控制人	与发行人 关联关系
限公司	2018 年度	425.21	1.00%	门票受学生群体欢迎，双方合作力度不断加大		
	2017 年度	334.78	0.90%			
北京蚂蜂窝网络科技有限公司（蚂蜂窝平台）	2020 年 1-9 月	2.56	0.01%	2018 年开始合作；2019 年为了引流蚂蜂窝平台对游客补贴，销售量大幅增加；2020 年 1-9 月受疫情影响以及引流需求下降，收入减少	陈罡	无
	2019 年度	915.85	1.90%			
	2018 年度	126.90	0.30%			
	2017 年度	-	-			
广州酷旅旅行社有限公司（要出发平台）	2020 年 1-9 月	57.91	0.32%	2019 年开始，客户业务转型，后续不再以旅游景区门票作为主业，收入下滑	丁根芳	无
	2019 年度	54.46	0.11%			
	2018 年度	1,102.76	2.60%			
	2017 年度	899.21	2.41%			
同程国际旅行社有限公司（同程平台）	2020 年 1-9 月	127.08	0.70%	报告期内占比相对稳定	王专	无
	2019 年度	588.66	1.22%			
	2018 年度	527.67	1.24%			
	2017 年度	675.40	1.81%			

旅游产品的主要客户是各大 OTA 平台及旅行社，其主要业务即为旅游产品销售。“中华恐龙园”作为长三角地区知名主题公园，已与各大 OTA 平台及旅行社建立了良好的合作关系，主要客户销售占比相对稳定，发行人与主要客户的交易具有可持续性。

## (2) 策划设计与咨询管理服务

报告期内，策划设计与咨询管理服务的主要客户销售金额、占比及关联关系情况如下：

单位：万元

客户名称	期间	销售收入	占比	变化原因	实际控制人	与发行人 关联关系
捷宏润安工	2020 年 1-9 月	1,827.58	22.35%	2020 年建立合	吴虹鸥	无

客户名称	期间	销售收入	占比	变化原因	实际控制人	与发行人 关联关系
程顾问有限公司	2019 年度	-	-	作关系,其承揽的项目有该类业务需求		
	2018 年度	-	-			
	2017 年度	-	-			
商丘市铁路投资有限公司	2020 年 1-9 月	1,458.24	17.83%	2020 年建立合作关系,其投资的项目有该类业务需求	商丘市财政局	无
	2019 年度	-	-			
	2018 年度	-	-			
	2017 年度	-	-			
郑州市天伦主题乐园有限公司	2020 年 1-9 月	1,398.11	17.09%	郑州恐龙园项目逐步完工,2020 年 1-9 月项目终止,结转收入	张瀛岑	无
	2019 年度	72.56	1.60%			
	2018 年度	1,235.62	21.63%			
	2017 年度	1,076.97	19.68%			
苏州高新(徐州)商旅发展有限公司	2020 年 1-9 月	438.08	5.36%	2020 年徐州乐园项目开业运营,建立深入合作	苏州市虎丘区人民政府	无
	2019 年度	-	-			
	2018 年度	1.51	0.03%			
	2017 年度	-	-			
湖北荆旅置业有限公司	2020 年 1-9 月	374.53	4.58%	2020 年荆州古城项目建立深入合作	国务院国有资产监督管理委员会	无
	2019 年度	33.02	0.73%			
	2018 年度	-	-			
	2017 年度	-	-			
上海红星美凯龙房地产集团有限公司	2020 年 1-9 月	118.37	1.45%	最初仅合作管理咨询类业务,双方合作良好,后续新增规划设计类业务,收入占比增加;2020 年 1-9 月,没有新增规划设计类业务	车建兴、车建芳	无
	2019 年度	1,632.12	36.06%			
	2018 年度	557.55	9.76%			
	2017 年度	352.55	6.44%			
湖北交投三江文旅康养发展有限公司	2020 年 1-9 月	-	-	2020 年,客户未有新增业务需求	湖北省人民政府国有资产监督管理委员会	无
	2019 年度	407.55	9.00%			
	2018 年度	358.49	6.28%			
	2017 年度	137.74	2.52%			
连云港伊甸园文化发展有限公司	2020 年 1-9 月	74.29	0.91%	2019 年项目新开业,业务需求较多;2020 年需求有所减少	灌云县人民政府	无
	2019 年度	385.05	8.51%			
	2018 年度	-	-			

客户名称	期间	销售收入	占比	变化原因	实际控制人	与发行人 关联关系
	2017 年度	-	-			
江苏省金坛长荡湖旅游度假区管理委员会	2020 年 1-9 月	-	-	2020 年, 客户未有新增业务需求	中共金坛区委员会	无
	2019 年度	351.89	7.77%			
	2018 年度	-	-			
	2017 年度	-	-			
三千文化旅游发展有限公司	2020 年 1-9 月	-	-	2020 年, 客户未有新增业务需求	利祺控股有限公司	无
	2019 年度	273.58	6.04%			
	2018 年度	-	-			
	2017 年度	-	-			
宿迁三台山景区管理有限公司	2020 年 1-9 月	-	-	公司为其项目提供管理咨询服务, 2019 年合同到期	宿迁市人民政府国有资产监督管理委员会	无
	2019 年度	121.13	2.68%			
	2018 年度	859.31	15.05%			
	2017 年度	308.63	5.64%			
甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司	2020 年 1-9 月	-	-	甘肃西部恐龙园项目陆续完工, 2020 年客户未有新增业务需求	胡建勇	无
	2019 年度	112.03	2.48%			
	2018 年度	709.51	12.42%			
	2017 年度	1,084.45	19.82%			
重庆市綦江区地质公园管理处	2020 年 1-9 月	-	-	2020 年, 客户未有新增业务需求	綦江区编委	无
	2019 年度	-	-			
	2018 年度	517.18	9.06%			
	2017 年度	103.77	1.90%			
满洲里口岸套娃景区管理有限责任公司	2020 年 1-9 月	-	-	公司为其文科项目提供系统集成产品, 2017、2019 相关合同完工; 2020 年客户未有新增业务需求	王泽军	无
	2019 年度	109.33	2.42%			
	2018 年度	-	-			
	2017 年度	343.51	6.28%			

策划设计与咨询管理服务主要客户为旅游景区投资方、运营方, 发行人为其提供策划设计、咨询管理以及系统集成等服务。该类服务多为项目制, 并非稳定的持续性业务, 合作的项目量主要取决于客户的业务需求情况, 因此报告期内前五大客户变动较大。

## 四、发行人的采购情况及主要供应商

### （一）发行人采购产品、原材料、能源或接受服务的情况

报告期内，公司采购主要分为工程发包、服务采购、原料物资、资产采购和能源等类别，各类采购的金额及占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工程设备	4,008.08	29.77	15,483.15	45.51	9,449.03	36.17	6,133.34	29.47
服务采购	5,351.30	39.75	11,247.58	33.06	10,602.93	40.58	9,698.08	46.60
原料物资	3,492.64	25.95	6,528.89	19.19	5,327.83	20.39	4,263.24	20.49
能源	609.57	4.53	762.80	2.24	746.03	2.86	716.65	3.44
采购总额	13,461.58	100	34,022.42	100	26,125.82	100	20,811.31	100

工程设备采购主要为园区内各种改扩建工程项目建设以及园区内各类游乐设备的更新等。根据园区的总体运营规划，公司各期的工程量和设备采购需求有所不同，故工程设备的总额波动较大。

服务采购主要为广告投放、设备维护以及物业租赁等。报告期内，随着公司业务规模的增长，采购金额逐年增长。

原料物资采购主要为园区内主题商品的采购、餐饮原料物资和策划设计与咨询管理业务的配套硬件等。报告期内，随着公司业务规模的增长，采购金额逐年增长。

能源采购主要为园区内水电能源供应。报告期内金额无重大异常波动。

### （二）发行人主要供应商情况

报告期内，公司向前五名供应商采购的情况如下表所示：

单位：万元、%

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例	采购内容
2020年1-9月				
1	常泰建设集团有限公司	788.07	5.85	工程建设项目
2	江苏无锡二建建设集团有限公司	761.47	5.66	工程建设项目
3	上海城拓建筑设计事务所有限公司	747.51	5.55	设计咨询服务

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例	采购内容
4	常州迪诺水镇商业管理有限公司	637.69	4.74	租赁物业
5	常州大华进出口(集团)有限公司	565.63	4.20	配件采购
合计		3,501.44	26.01	-
<b>2019年</b>				
1	常泰建设集团有限公司	3,777.33	11.10	工程建设项目
2	上海合昊机电科技有限公司	3,344.55	9.83	工程建设项目
3	江苏无锡二建建设集团有限公司	2,761.83	8.12	工程建设项目
4	常州迪诺水镇商业管理有限公司	1,060.44	3.12	租赁物业
5	江苏省电力公司常州供电公司	735.11	2.16	电力
合计		11,679.26	34.33	-
<b>2018年</b>				
1	江苏鑫洋装饰工程有限公司	1,311.35	5.02	工程建设项目
2	常州迪诺水镇商业管理有限公司	1,005.46	3.85	租赁物业
3	温州南方游乐设备工程有限公司	957.79	3.67	设备采购
4	江苏溧阳城建集团有限公司	717.76	2.75	工程建设项目
5	江苏省电力公司常州供电公司	705.31	2.70	电力
合计		4,697.67	17.98	-
<b>2017年</b>				
1	常州市通润建设工程有限公司	3,327.97	15.99	工程建设项目
2	江苏省电力公司常州供电公司	693.01	3.33	电力
3	上海挚意文化传播有限公司	565.62	2.72	广告投放
4	常州迪诺水镇商业管理有限公司	526.93	2.53	租赁物业
5	江苏原力电脑动画制作有限公司	410.38	1.97	影片制作
合计		5,523.91	26.54	-

2017年、2018年、2019年和2020年1-9月，公司前五名供应商采购占采购总额的比例分别为26.54%、17.98%、34.33%和**26.01%**，2017-2018年度采购集中度相对不高，2019年采购集中度相对较高，主要是园区雨林区改造，工程采购较多所致。报告期内公司采购项目主要为主题公园建设和改造相关的工程物资、游乐设备及建设施工服务，而该等采购计划是根据主题公园改建实施计划确定的，每个会计期间并不均衡。

**公司选取报告期内各期前五大供应商，分别列示各期内采购金额并分析变动**



原因如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额				变动的原因
		2020年 1-9月	2019年度	2018年度	2017年度	
1	常州市通润建设工程有限公司	-	405.07	-	3,327.97	2017年为水世界工程项目
2	江苏省电力公司常州供电公司	424.61	735.11	705.31	693.01	2020年疫情原因用电较同期减少
3	上海挚意文化传播有限公司	-	448.26	541.52	565.62	2020年疫情原因减少异地户外广告投放
4	常州迪诺水镇商业管理有限公司	638.75	1,060.44	1,005.46	526.93	
5	江苏原力电脑动画制作有限公司	-	-	-	410.38	2017年后未合作
6	江苏鑫洋装饰工程有限公司	-28.91	55.89	1,311.35	-	2018年为恐龙人酒店二期装修工程
7	温州南方游乐设备工程有限公司	0.70	0.19	957.79	-	2018年为疯狂恐龙人区游乐设施
8	江苏和平建设集团有限公司（溧阳城建）	-	-	717.76	-0.10	2018年为疯狂恐龙人区改造工程
9	常泰建设集团有限公司	788.07	3,777.33	-13.74	98.66	2019年为雨林区环境提升项目
10	上海合昊机电科技有限公司	0.25	3,344.55	-	-	2019年为雨林区改造项目采购
11	江苏无锡二建建设集团有限公司	761.47	2,761.83	275.01	-	2019年为雨林区改扩建项目施工
12	上海城拓建筑设计事务所有限公司	747.51	95.88	126.46	-	2020年为皂河项目外包采购
13	常州大华进出口（集团）有限公司	565.63	599.04	370.96	382.66	2019、2020年为进口设备配件
合计		3,897.79	13,283.59	5,997.88	6,005.13	-

2017年、2018年、2019年及2020年1-9月，公司前五名供应商采购占采购总额的比例分别为26.54%、17.98%、34.33%和26.01%。2019年采购集中度相对较高，主要是园区雨林区改造，工程采购较多所致。报告期内公司采购项目主要为主题公园建设和改造相关的工程物资、游乐设备及建设施工服务，而该等采购计划是根据主题公园改建实施计划确定的，每个会计期间并不均衡。

报告期内，发行人主要供应商变动为工程建设项目的供应商变化，公司的工程建设项目采取招标方式选择供应商，因此变化较大。公司制定了《工程项目管理制度》，明确了工程招标的程序、管理机构以及监管和违规处罚，确保招标工

作的顺利进行，从而提高工程质量，控制工程成本。

2017年第三大供应商上海挚意文化传播有限公司，第五大供应商江苏原力电脑动画制作有限公司与公司的合作关系，主要的合作内容，是否存在关联关系情况如下：

供应商名称	合作关系	主要合作内容	合作时间	是否存在关联关系
上海挚意文化传播有限公司	发行人供应商，为发行人提供广告投放服务	上海地铁广告发布	2017-2019年	否
江苏原力电脑动画制作有限公司	发行人供应商，为发行人提供影片制作服务	《翼龙骑士》4D影片中后期10分钟全流程制作	2017年	否

公司采购内容主要分为工程设备、服务采购、原料物资和能源采购。其中，工程设备采购主要分为工程建设和设备采购两类。报告期内，工程建设和设备采购对应前十大供应商情况如下：

### 1、工程建设

单位：万元

2020年1-9月								
序号	供应商名称	主要工程采购内容	工程采购金额	占工程采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
1	常泰建设集团有限公司	雨林区环境提升项目等	788.07	22.74%	-	788.07	2,279.74	一年以内
2	江苏无锡二建建设集团有限公司	雨林区改扩建项目施工	761.47	21.97%	-	761.47	1,736.47	一年以内
3	南通橙石硬质景观科技有限公司	库克苏克区艺术地坪改造项目	367.66	10.61%	-	367.66	161.36	一年以内
4	上海世家装饰实业股份有限公司	装饰及机电改造工程	337.66	9.74%	-	337.66	270.13	一年以内
5	杭州耀帮建筑工程有限公司	中央空调系统改造安装、消防、防排烟工程改造	156.02	4.50%	-	156.02	18.78	一年以内
6	常州市武进华润建筑安装工程公司	武进华润儿童区卫生间新建项目建设工程	109.55	3.16%	-	109.55	97.61	一年以内
7	江苏颖程建设有限公司	水世界入口改造项目	108.65	3.14%	-	108.65	71.95	一年以内
8	江苏文成建筑装饰工程有限公司	办公楼装修改造	93.69	2.70%	-	93.69	58.87	一年以内
							0.16	一至二年

2020年1-9月								
序号	供应商名称	主要工程采购内容	工程采购金额	占工程采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
9	常州解放建筑工程有限公司	上海虹桥世界中心办公区域装修工程	84.18	2.43%	-	84.18	152.06	一年以内
10	南京千启雕塑艺术有限公司	水世界主入口动线调整外包装项目	73.39	2.12%	-	73.39	57.39	一年以内
合计			2,880.34	83.12%	-	2,880.34	4,904.53	

(续)

单位：万元

2019年度								
序号	供应商名称	主要工程采购内容	工程采购金额	占工程采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
1	常泰建设集团有限公司	雨林区环境提升设计施工	3,777.33	35.33%	-	3,777.33	2,079.98	一年以内
2	江苏无锡二建建设集团有限公司	雨林区改建施工	2,761.83	25.84%	-	2,761.83	1,508.11	一年以内
3	常州市通润建设工程有限公司	鲁布拉水世界改扩建二期工程	405.07	3.79%	-	405.07	293.87	一年以内
							1,090.12	二至三年
4	常州中泰装饰工程有限公司	儿童区魔法学院装饰改造工程	372.41	3.48%	-	372.41	185.55	一年以内
5	江苏恒卓建设有限公司	儿童剧场改造工程	324.62	3.04%	-	324.62	304.42	一年以内
							199.46	一至二年
6	中环科(江苏)建设有限公司	脱口秀项目装修施工	224.63	2.10%	-	224.63	177.56	一年以内
7	中国船舶重工集团公司第七研究所	水世界滑道工程	196.52	1.84%	10.69	207.21	12.96	一年以内
8	常州德标装饰工程有限公司	园区装饰维护	189.64	1.77%	-	189.64	133.93	一年以内
9	广州市和恬园装饰工程设计有限公司	布朗大街建筑包装改造项目	176.15	1.65%	-	176.15	88.07	一年以内
10	广州焯骏景观工程有限公司	园区奇花异草提升项目	156.88	1.47%	3.61	160.49	181.37	一年以内
							155.87	一至二年
合计			8,585.10	80.31%	14.30	8,599.40	6,411.26	

(续)

单位：万元

2018 年度								
序号	供应商名称	主要工程采购内容	工程采购金额	占工程采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
1	江苏鑫洋装饰工程有限公司	恐龙人俱乐部酒店二期装饰装修工程	1,311.35	20.00%	-	1,311.35	523.43	一年以内
2	江苏和平建设集团有限公司(溧阳城建)	恐龙人区改造工程	717.76	10.95%	-	717.76	374.25	一年以内
3	江苏恒卓建设有限公司	恐龙人区改造外包造型钢结构工程; 恐龙园特技舞台改造	632.20	9.64%	-	632.20	366.10	一年以内
4	SUPER78, INC	侏罗纪雨林区 TramTour (Bus-Ride) 影片制作项目	535.87	8.17%	-	535.87	-	-
5	常州市新主题景观艺术有限公司	疯狂恐龙人区外包装施工等	389.74	5.94%	-	389.74	316.89	一年以内
6	常州迪华数字科技有限公司	中华恐龙园魔幻剧场项目硬件整包	368.76	5.62%	-	368.76	112.34	一年以内
7	常熟雅致模块化建筑有限公司	疯狂恐龙人区改造集装箱房屋	280.00	4.27%	-	280.00	28.00	一年以内
8	江苏无锡二建建设集团有限公司	雨林区改扩建项目	275.01	4.19%	-	275.01	125.01	一年以内
9	常州市华隆建筑装饰工程有限公司	库克苏克魔幻剧场室内装饰工程、俱乐部装修工程	255.30	3.89%	-	255.30	265.93	一年以内
							300.39	二至三年
10	BDESIGNCo., Ltd	疯狂恐龙人区舞台设计、系列花车及道具设计	208.26	3.18%	-	208.26	42.31	一年以内
合计			4,974.24	75.88%	-	4,974.24	2,454.64	

(续)

单位：万元

2017 年度								
序号	供应商名称	主要工程采购内容	工程采购金额	占工程采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
1	常州市通润建设工程有限公司	鲁布拉水世界改扩建二期工程	3,327.97	72.27%	-	3,327.97	1,331.19	一年以内
2	江苏原力电脑动画制作有限公司	翼龙骑士 4D 影片	410.38	8.91%	-	410.38	-	-
3	天目照明有限公司	鲁布拉水世界改扩建二期项目景观照明工程	227.40	4.94%	-	227.40	87.40	一年以内
4	常泰建设集团有限公司	景观规划设计公司办公室装饰工程; 文科	98.66	2.14%	-	98.66	107.43	一年以内

2017 年度								
序号	供应商名称	主要工程采购内容	工程采购金额	占工程采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
		公司办公室装饰工程；东大门安检项目					308.87	二至三年
5	河南省防腐保温有限公司	鲁布拉水世界改扩建二期工程造浪池喷涂聚脲防水涂料采购工程	81.82	1.78%	-	81.82	30.70	一年以内
6	常州飞峰建筑构件有限公司	办公室装修土建改造工程	68.19	1.48%	-	68.19	35.89	一年以内
7	南京一技文化艺术培训有限公司	翼龙骑士 4D 模型制作	48.15	1.05%	-	48.15	-	-
8	广州白云区海虹仿真植物厂	水世界仿真植物	44.80	0.97%	-	44.80	20.80	一年以内
9	深圳市润昌游乐文化集团有限公司(原为深圳市润昌机电设备安装工程有限公司)	儿童区景观照明施工工程	39.45	0.86%	-	39.45	39.88	一年以内
							15.00	一至二年
							162.75	三年以上
10	江苏中和信工程咨询有限公司	水世界改扩建二期等招标代理	37.15	0.81%	-	37.15	4.12	一年以内
合计			4,383.97	95.20%	-	4,383.97	2,144.03	

## 2、设备采购

公司资产采购包含设备、软件及长期待摊费用。报告期内，资产采购中前十大设备供应商的名称、采购金额、采购的主要商品或服务、预付金额及账龄如下：

单位：万元

2020 年 1-9 月								
序号	供应商名称	主要设备采购内容	设备采购金额	占设备采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
1	安土国际物流(上海)有限公司	游乐设备	70.80	16.55%	-	70.80	-0.81	一年以内
2	童韵游乐设备(苏州)有限公司	投篮、攀岩设备；游乐设备(上海俱乐部淘气堡采购)	57.57	13.46%	-	57.57	16.28	一年以内
3	深圳市火凤凰演出器材有限公司	碰床及忍者竞技设备	57.30	13.40%	-	57.30	9.18	一年以内
4	沧州勇士拓展器械有限公司	高空矩阵设备	32.57	7.61%	-	32.57	1.63	一年以内
5	广州彩卓光电技术有限公司	彩色激光灯及控制软件	27.21	6.36%	-	27.21	-	-

2020年1-9月								
序号	供应商名称	主要设备采购内容	设备采购金额	占设备采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
6	南京海德科技实业有限公司	投影机、投影仪	27.12	6.34%	-	27.12	2.62	一年以内
7	苏州力之禾科技有限公司	门禁系统、闸机、身份证阅读器、电源、控制器	13.62	3.18%	2.66	16.28	14.18	一年以内
							0.27	一至二年
8	自贡创赢智能科技有限公司	硅胶雕塑恐龙	12.92	3.02%	-	12.92	4.38	一年以内
9	美显信息科技(上海)有限公司	自助点餐机; 流明高亮屏	12.12	2.83%	8.76	20.88	15.89	一年以内
10	山东友诚运动用品有限公司	上海白玉兰店PVC运动地胶安装工程	10.00	2.34%	-	10.00	3.54	一年以内
合计			321.23	75.11%	11.42	332.65	67.16	

(续)

单位: 万元

2019年度								
序号	供应商名称	主要设备采购内容	设备采购金额	占设备采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
1	上海合昊机电科技有限公司	恐龙园 TramTour 项目相关设备	3,344.55	71.80%	-	3,344.55	863.21	一年以内
2	自贡亘古龙腾科技有限公司	仿真机械恐龙	471.90	10.13%	32.03	503.94	150.19	一年以内
3	常州大华进出口(集团)有限公司	通天塔设备大修配件	235.61	5.06%	363.43	599.04	-54.97	一年以内
4	深圳市浦利斯克科技有限公司	游乐设施-花车	182.25	3.91%	-	182.25	117.77	一年以内
5	常州解放建筑工程有限公司	园区峡谷区, 鲁尼镇空调采购	129.67	2.78%	15.89	145.56	77.67	一年以内
6	常州元盟智能科技有限公司	剧场演出视频装置	103.36	2.22%	-	103.36	26.04	一年以内
							1.37	一至二年
7	浙江深大智能科技有限公司	园区门票设备、人脸识别	38.05	0.82%	7.35	45.40	16.42	一年以内
8	常州金坛金云不锈钢制品有限公司	厨房设备	36.30	0.78%	-	36.30	32.67	一年以内
9	武汉恒信通顺汽车销售服务有限公司	别克商务车	32.23	0.69%	-	32.23	-	-
10	江苏首创高科信息工程技术有限公司	备份一体机; 运维一体机	20.80	0.45%	75.46	96.26	9.06	一年以内
合计			4,594.73	98.64%	494.15	5,088.88	1,239.43	

(续)

单位：万元

2018 年度								
序号	供应商名称	主要设备采购内容	设备采购金额	占设备采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
1	温州南方游乐设备工程有限公司	游乐设施	957.79	35.80%	-	957.79	52.70	一年以内
2	深圳市浦利尔科技有限公司	花车	636.36	23.79%	-	636.36	322.73	一年以内
3	常州大华进出口(集团)有限公司	游乐设备配件	370.96	13.87%	-	370.96	-65.52	一年以内
4	常州凯尊暖通设备工程有限公司	中央空调、热水处理设备	271.01	10.13%	3.97	274.98	111.44	一年以内
5	常州市正誉音响器材有限公司	园区音响设备	64.22	2.40%	-	64.22	2.97	一年以内
6	江阴市夏港润东厨具设备有限公司	厨具设备	48.61	1.82%	-	48.61	28.40	一年以内
7	中国船舶重工集团公司第七研究所	水上游乐设备	31.80	1.19%	-	31.80	-2.68	一年以内
8	常州好人缘酒店用品有限公司	楼层工作车；冰箱；客房用品；厨房用具等	31.54	1.18%	-	31.54	1.55	一年以内
9	上海晨景实业有限公司	自助售票机	28.48	1.06%	-	28.48	2.85	一年以内
10	常州市知恩电梯有限公司	电梯	28.06	1.05%	-	28.06	24.34	一年以内
合计			2,468.84	92.29%	3.97	2,472.81	478.76	

(续)

单位：万元

2017 年度								
序号	供应商名称	主要设备采购内容	设备采购金额	占设备采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
1	中国船舶重工集团公司第七研究所	水上游乐设备	389.20	36.91%	-	389.20	116.76	一年以内
2	常州大华进出口(集团)有限公司	游乐设备配件	354.78	33.65%	27.88	382.66	-0.24	一年以内
3	保定市恒瑞游乐机械有限公司	“穿越侏罗纪”项目游乐设备	132.48	12.56%	-	132.48	-2.67	一年以内
4	江苏首创高科信息工程技术有限公司	DELL-EMC 存储设备	65.45	6.21%	0.49	65.94	-	-
5	襄阳航宇机电液压应用技术有限公司	HYX-JQR01 机载液压系统	46.55	4.41%	-	46.55	5.29	一年以内
6	常州橙子计算机有	电脑及相关配件	19.20	1.82%	20.92	40.12	1.97	一年

2017 年度								
序号	供应商名称	主要设备采购内容	设备采购金额	占设备采购总额比例	其他采购金额	供应商采购总额	供应商应付账款余额	账龄
	限公司							以内
7	江苏海力制冷设备有限公司	制冷设备	17.63	1.67%	-	17.63	8.27	一年以内
8	常州市亿兆电子科技有限公司	计算机及配件	9.28	0.88%	-	9.28	1.24	一年以内
9	常州市正誉音响器材有限公司	KTV 点歌设备	8.05	0.76%	-	8.05	0.25	一年以内
							3.67	一至二年
10	常州美德商贸有限公司	空调	5.95	0.56%	0.82	6.77	0.19	一年以内
合计			1,048.57	99.44%	50.11	1,098.68	134.73	

不断创新和持续投入是主题公园的两大主要特点,这两大特点都决定了主题公园需要定期更新设施,推陈出新,才能保持自身的活力和对游客的吸引力。“中华恐龙园”自开园营业以来,一直保持稳定的园区升级改造,以提升游客消费体验,满足客群消费需求。

随着长三角主题乐园竞争的加剧数量的增加,公司将面临更为激烈的市场竞争。为保持公司的市场竞争力,保持对新老游客的新鲜度和吸引力,增强公司核心竞争力,故工程设备的采购金额较大。

### (三) 主要工程建设项目情况

1、主要工程建设项目情况、项目周期、结算方式、款项支付及会计处理情况



主要工程建设项目为报告期内各期前五大工程建设供应商的主要项目。主要工程建设项目情况、项目周期、结算方式、款项支付及会计处理情况汇总如下：

单位：万元

2020年1-9月								
序号	主要工程建设项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理
						合同总价	已支付金额	
1	雨林区环境提升项目	常泰建设集团有限公司	2019年项目审定调整，项目基本情况在2019年汇总表中列示					
2	雨林区改扩建项目施工	江苏无锡二建建设集团有限公司	2019年项目审定调整，项目基本情况在2019年汇总表中列示					
3	库克苏克区艺术地坪改造项目	南通橙石硬质景观科技有限公司	根据提供的库克苏克区艺术地坪的总平图、项目主题风格要求、故事背景以及素材等资料，做出方案深化设计、产品详图设计、材料供应以及加工制作完成至可投入使用状态的全过程所有内容。	122天	合同签署后支付预付款；根据工程进度支付工程进度款；验收及审定完成后支付审定合格款；工程结束后两年内付清质保金。	400.75	224.96	已完成验收于2020年转入固定资产
4	装饰及机电改造工程	上海世家装饰实业股份有限公司	装饰改造工程内容为顶面吊顶及黑色乳胶漆、墙面乳胶漆及造型墙贴、墙面装饰、柱面乳胶漆、黑钛金不锈钢踢脚线、装饰隔断、门头造型、亚克力造型字及霓虹灯、灯箱、轻钢龙骨隔断、蒸压轻质加气砼（ALC）内墙板、无框玻璃门、造型门及防火门、窗帘盒、成品检修口等；机电安装改造内容为普通照明电气工程、综合布线系统、监控系统、背景音响系统、门禁系统、给排水工程	47天	合同签署后支付预付款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；根据审定情况支付审定合格款；工程完工书面验收合格后三年内付清余款。	368.05	73.61	已完成验收于2020年转入长期待摊费用

2020年1-9月								
序号	主要工程建设项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理
						合同总价	已支付金额	
			等。					
5	中央空调系统改造安装、消防、防排烟工程改造	杭州耀帮建筑工程有限公司	杭州城西银泰城恐龙人俱乐部专柜的中央空调系统改造安装	41天	设备到场验收合格后支付预付款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；设备正常运行一年后付清余款。	99.00	79.65	已完成验收于2020年转入长期待摊费用

(续)

单位：万元

2019年度								
序号	主要工程建设项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理
						合同总价	已支付金额	
1	雨林区环境提升设计施工	常泰建设集团有限公司	中华恐龙园雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程总承包（EPC一体化）。	158天	合同签署后支付预付款；根据工程进度支付工程进度款；工程完工初步验收合格后支付验收合格款；审定完成后在2022年底前付清余款。	4,155.07	2,285.29	已完成验收于2019年转入固定资产
2	雨林区改建施工	江苏无锡二建建设集团有限公司	房屋结构；外墙装饰；一般水电；室内装饰；桩基工程；防水工程；保温；钢结构和网架结构工程；土石方工程；消防工程；建筑智能化工程；通风空调工	192天	根据工程形象进度支付工程进度款；工程完工验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；审定完成后两年内付清	3,321.70	1,826.93	已完成验收于2019年转入固定资产

2019 年度									
序号	主要工程建设项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理	
						合同总价	已支付金额		
			程；金属门窗；道路及地下管线工程；园林绿化工程；其他相关专业工程。		除质保金外余款；质保期（二年）满后 90 天内付清质保金。				
3	鲁布拉水世界改扩建二期工程	常州市通润建设工程有限公司	2017 年项目审定调整，项目基本情况在 2017 年汇总表中列示						
4	儿童区魔法学院装饰改造工程	常州中泰装饰工程有限公司	对儿童区魔法学院进行装饰改造，主要改造内容包括：一般水电；装饰装修。	90 天	根据工程形象进度支付工程进度款；工程竣工验收及审定完成后支付审定合格款；审定完成后两年内付清除质保金外余款；质保期（二年）满后 90 天内付清质保金。	409.65	203.68	已完成验收于 2019 年转入长期待摊费用	
5	儿童剧场改造工程	江苏恒卓建设有限公司	儿童区剧场改土建及钢结构工程。	76 天	合同签署后支付预付款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；工程完工书面验收合格后三年内付清余款。	313.36	156.68	已完成验收于 2019 年转入长期待摊费用	

(续)

单位：万元

2018 年度								
序号	主要工程建设项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理
						合同总价	已支付金额	

2018 年度								
序号	主要工程建设 项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理
						合同总价	已支付金 额	
1	恐龙人俱乐部 酒店二期装饰 装修工程	江苏鑫洋装饰工程 有限公司	项目主要为对迪诺水镇 C20、C21 号楼进行改造装修，总建筑面积 5730 平方米，项目建成后为恐龙人俱乐部酒店（原迪诺精品酒店）二期项目，提供酒店住宿及餐饮服务。	135 天	根据工程进度支付工程进度款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；工程完工验收合格后两年内付清除质保金外余款；质保期满后 90 天内付清质保金。	1,442.48	1,082.71	已完成验收于 2018 年转入长期待摊费用
2	恐龙人区改造 工程	江苏和平建设集团 有限公司（溧阳城 建）	恐龙人区进行改造工程，主要包括土石方工程、防水工程、室内装饰、房屋结构、一般水电、外墙装饰、金属门窗、其他相关专业工程、建筑智能化工程。	63 天	根据工程进度支付工程进度款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后在 2021 年底前付清余款。	796.71	557.70	已完成验收于 2018 年转入固定资产
3	恐龙人区改造 外包造型钢结 构工程	江苏恒卓建设有限 公司	本项目主要工作内容为外包造型钢结构制作安装等内容。	50 天	合同签署后支付预付款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；工程完工书面验收合格后三年内付清余款。	234.66	164.26	已完成验收于 2018 年转入固定资产
4	恐龙园特技舞 台改造工程		本项目是恐龙园特级舞台改造工程，主要工作内容为外包造型钢结构，特效结构，特效控制系统，看台遮阳实施等。	71 天	合同签署后支付预付款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；工程完工书面验收合格后三年内付清余款。	394.31	197.16	已完成验收于 2018 年转入固定资产
5	侏罗纪雨林区 TramTour (Bus- Ride) 影片制作 项目	SUPER78, INC	恐龙园 Bus-Ride 影视内容前中后期制作	前期 7 个月	合同签署后支付预付款；根据工程进度支付工程进度款；工程完工后付清余款。	323.10	323.10	已完成验收于 2018 年转入固定资产

2018 年度								
序号	主要工程建设 项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理
						合同总价	已支付金 额	
6	疯狂恐龙人区 外包装施工	常州市新主题景观 艺术有限公司	本项目是恐龙园疯狂恐龙人区改造-外 包装工程项目	43 天	合同签署后支付预付款；工程完 工书面验收合格后支付验收合格 款；审定完成后支付审定合格款； 工程完工书面验收合格后三年内 付清余款。	411.40	273.58	已完成验 收于 2018 年转入固 定资产

(续)

单位：万元

2017 年度								
序号	主要工程建设 项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理
						合同总价	已支付金 额	
1	鲁布拉水世界 改扩建二期工 程	常州市通润建设工 程有限公司	鲁布拉水世界通风空调工程；建筑智能 化工程；消防工程；防水工程；桩基工 程；房屋结构；室内装饰；一般水电； 外墙装饰；保温；金属门窗；土石方工 程；机电安装工程、钢结构和网架结构 工程。	181 天	根据工程进度支付工程进度款； 工程完工书面验收合格后支付验 收合格款；审定完成后在 2020 年底前付清余款。	3,694.05	3,308.46	已完成验 收于 2017 年转入固 定资产
2	翼龙骑士 4D 影 片	江苏原力电脑动画 制作有限公司	《翼龙骑士》4D 影片中后期 11 分钟全 流程制作。	97 天	合同签署后支付预付款；根据工 程进度支付工程进度款；工程完 工后付清余款。	370.00	370.00	已完成验 收于 2017 年转入长 期待摊费 用

2017 年度								
序号	主要工程建设项目	供应商名称	项目基本情况	项目周期	合同结算方式	款项支付		会计处理
						合同总价	已支付金额	
3	鲁布拉水世界改扩建二期项目景观照明工程	天目照明有限公司	本项目是鲁布拉水世界改扩建二期项目景观照明工程。	150 天	根据工程进度支付工程进度款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；工程完工书面验收合格后三年内付清余款。	237.02	142.21	已完成验收于 2017 年转入固定资产
4	景观规划设计公司办公室装饰工程	常泰建设集团有限公司	本项目是常州恐龙园景观规划设计有限公司办公室装饰工程。	41 天	工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；工程完工书面验收合格后三年内付清余款。	24.23	19.39	已完成验收于 2017 年转入长期待摊费用
5	文科公司办公室装饰工程		本项目是常州恐龙园文化科技有限公司办公室装饰工程。	41 天	工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；工程完工书面验收合格后三年内付清余款。	45.42	36.34	已完成验收于 2017 年转入长期待摊费用
6	东大门安检项目		东大门安检项目整体总包。	41 天	合同签署后支付预付款；工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后支付审定合格款；工程完工书面验收合格后三年内付清余款。	37.78	30.22	已完成验收于 2017 年转入长期待摊费用
7	鲁布拉水世界改扩建二期工程造浪池喷涂聚脲防水涂料采购工程	河南省防腐保温有限公司	造浪池喷涂聚脲防水涂料采购及施工工程。	31 天	工程完工书面验收合格后支付验收合格款；审定完成后且质保满一年支付审定合格款；质保期满后付清质保金。	85.20	77.42	已完成验收于 2017 年转入固定资产

注:合同结算方式一般分为预付款、工程进度款、验收合格款、审定合格款和质保金 5 个结算时点。预付款为合同签署后的订金,一般为合同金额的 10%-20%。工程进度款按工程完成进度分次发放,一般分为工程月进度款和工程环节进度款。验收合格款为工程竣工并书面验收合格后支付款项,一般规定在此结算时点支付至合同金额的 50%-75%。审定合格款为工程结算经审定后支付款项,一般规定分期支付,在完工后三年内支付审定总价全部款项。部分合同约定质保金条款,质保金一般为审定总价的 3%,在质保期满后一次付清。

## 2、主要工程建设项目招投标及相关程序履行情况

根据《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国招标投标法实施条例》、《工程建设项目招标范围和规模标准规定》的要求，全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目、使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目以及其他大型机场设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目需要进行招投标。此外，与这些工程设计类项目相关的勘察、设计、施工、监理等服务的采购，单项合同估算价在 100 万元人民币以上项目需要进行招投标。

根据上述法律法规以及江苏省和常州市新北区政府有关规定，发行人对合同金额大于等于 400 万元的工程建设项目在项目所在地政府建设工程交易中心进行公开招标，对合同金额大于等于 20 万元且小于 400 万的工程建设项目在新北区零星项目管理办进行公开招标。发行人委托招标代理机构办理招标事项。对需公开招标的建设工程，由公司项目负责人提出，经部门总经理审核研究决策后将项目招标方式上报公司分管副总裁同意，并经项目所在区（市）工程建设主管部门批准同意的，可采取邀请招标的方式进行招标。采用邀请招标方式的项目仍需进入政府建设工程交易中心进行招标。

报告期内，主要工程项目的招投标情况及相关程序的履行情况如下：

2020 年 1-9 月				
序号	主要工程建设项目	供应商	是否需要招投标	相关程序履行的情况
1	雨林区环境提升项目等	常泰建设集团有限公司	否	增补合同无招投标流程
2	雨林区改扩建项目施工	江苏无锡二建建设集团有限公司	否	增补合同无招投标流程
3	库克苏克区艺术地坪改造项目	南通橙石硬质景观科技有限公司	是	2019 年 10 月 15 日，恐龙园股份在新点电子交易平台发布常州恐龙园库克苏克区艺术地坪项目招标公告进行公开招标，招标代理为江苏鑫洋建设项目管理有限公司。 2019 年 11 月 7 日，该项目进行中标公示，11 月 10 日公示完毕，中标公司为南通橙石硬质景观科技有限公司，中标价为 4007520.00 元。 2019 年 11 月 29 日，恐龙园股份与南通橙石硬质景观科技有限公司签订了《建筑安装工程承包合同》。
4	装饰及机电改造工程	上海世家装饰实业股份有限公司	是	2019 年 10 月 17 日，模块文旅在新点电子交易平台发布杭州银泰恐龙人俱乐部项目装饰及机电改造工程招标公告进行公开招标，招标代理为江苏鑫洋建设



2020年1-9月				
序号	主要工程建设项目	供应商	是否需要招投标	相关程序履行的情况
				<p>项目管理有限公司。</p> <p>2019年11月12日,该项目进行中标公示,11月15日公示完毕,中标公司为上海世家装饰实业股份有限公司,中标价为3680505.70元。</p> <p>2019年11月26日,模块文旅与上海世家装饰实业股份有限公司签订了《杭州银泰恐龙人俱乐部项目装饰及机电改造工程合同》。</p>
5	中央空调系统改造安装、消防、防排烟工程改造	杭州耀帮建筑工程有限公司	否	<p>银泰商场指定杭州耀帮建筑工程有限公司为商场消防维保单位,模块文旅已提交内部关于唯一供应商的请示并经内部审批通过。</p> <p>2019年11月,模块文旅与杭州耀帮建筑工程有限公司签订了《杭州城西银泰城恐龙人俱乐部中央空调系统改造安装工程施工合同》等合同。</p>

(续)

2019年度				
序号	主要工程建设项目	供应商	是否需要招投标	相关程序履行的情况
1	雨林区环境提升设计施工	常泰建设集团有限公司	是	<p>2018年9月30日,恐龙园股份在江苏省建设工程招标网、常州市建设工程交易网发布中华恐龙园雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程总承包(EPC一体化)招标公告进行公开招标,招标代理为常州环宇工程项目管理有限公司。</p> <p>2018年11月9日,该项目进行中标公示,11月12日公示完毕,中标公司为常泰建设集团有限公司,中标价为41550678.52元。</p> <p>2018年12月10日及2018年12月13日,恐龙园股份与常泰建设集团有限公司签订了《中华恐龙园雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程总承包合同》及《中华恐龙园雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程总承包补充协议》。</p>
2	雨林区改建施工	江苏无锡二建建设集团有限公司	是	<p>2018年8月24日,恐龙园股份在江苏省建设工程招标网、常州市建设工程交易网发布中华恐龙园雨林区改扩建项目施工总承包招标公告进行公开招标,招标代理为常州环宇工程项目管理有限公司。</p> <p>2018年9月7日,该项目进行中标公示,9月10日公示完毕,中标公司为江苏无锡二建建设集团有限公司,中标价为33216983.4元。</p> <p>2018年10月18日,恐龙园股份与江苏无锡二建建设集团有限公司签订了《建设工程施工合同》。</p>
3	鲁布拉水世界改扩建二期工程	常州市通润建设工程有限公司	否	增补合同无招投标流程
4	儿童区魔法学院装饰改造工程	常州中泰装饰工程有限公司	是	2019年1月11日,恐龙园股份在江苏省建设工程招标网、常州市建设工程交易网发布儿童区魔法学院装饰改造项目装修工程招标公告进行公开招标,招标代

2019 年度				
序号	主要工程建设项目	供应商	是否需要招投标	相关程序履行的情况
				理为常州中瑞工程造价咨询有限公司。 2019 年 1 月 24 日。该项目进行中标公示，1 月 28 日公示完毕，中标公司为常州中泰装饰工程有限公司，中标价为 4096529.30 元。 2019 年 3 月 7 日，恐龙园股份与常州中泰装饰工程有限公司签订了《建设工程施工合同》。
5	儿童剧场改造工程	江苏恒卓建设有限公司	是	2018 年 12 月 11 日，恐龙园股份在常州高新区管委会网站发布儿童区剧场改造工程招标公告进行公开招标，招标代理为常州中瑞工程造价咨询有限公司。 2018 年 12 月 24 日，该项目进行中标公示，12 月 27 日公示完毕，中标公司为江苏恒卓建设有限公司，中标价为 3133622.87 元。 2018 年 12 月 28 日，恐龙园股份与江苏恒卓建设有限公司签订了《儿童区剧场改造工程合同》。

(续)

2018 年度				
序号	主要工程建设项目	供应商	是否需要招投标	相关程序履行的情况
1	恐龙人俱乐部酒店二期装饰装修工程	江苏鑫洋装饰工程有限公司	是	2018 年 2 月 1 日，恐龙人酒店在江苏省建设工程招标网、常州市建设工程交易网发布迪诺精品酒店二期工程项目装饰装修工程招标公告进行公开招标，招标代理为江苏中和信工程咨询有限公司。 2018 年 3 月 2 日，该项目进行中标公示，2018 年 3 月 5 日公示完毕，中标公司为江苏鑫洋装饰工程有限公司，中标价为 14424800.31 元。  2018 年 3 月 23 日，恐龙人酒店与江苏鑫洋装饰工程有限公司签订了《建设工程施工合同》。
2	恐龙人区改造工程	江苏和平建设集团有限公司(溧阳城建)	是	2017 年 12 月 15 日，恐龙园股份在江苏省建设工程招标网、常州市建设工程交易网发布中华恐龙园恐龙人区改造工程招标公告进行公开招标，招标代理为江苏中和信工程咨询有限公司。 2018 年 1 月 2 日，该项目进行中标公示，1 月 4 日公示完毕，中标公司为江苏溧阳城建集团有限公司，中标价为 7967119.85 元。 2018 年 1 月 30 日，恐龙园股份与江苏和平建设集团有限公司(溧阳城建)签订了《建设工程施工合同》。
3	恐龙人区改造外包造型钢结构工程	江苏恒卓建设有限公司	是	2018 年 2 月 5 日，恐龙园股份在常州市恒卓建设工程有限公司网站发布恐龙人区改造外包造型钢结构招标公告进行公开招标，招标代理为常州市恒卓建设工程有限公司。 2018 年 3 月 1 日，该项目发布中标通知，中标公司为江苏恒卓建设有限公司，中标价为 2346611.38 元。 2018 年 3 月 15 日，恐龙园股份与江苏恒卓建设有限公司签订了《建设工程施工合同》。

2018 年度				
序号	主要工程建设项目	供应商	是否需要招投标	相关程序履行的情况
4	恐龙园特技舞台改造施工	江苏恒卓建设有限公司	是	2018 年 2 月 9 日, 恐龙园股份在常州市恒卓建设工程招标有限公司网站发布恐龙园特级舞台改造工程招标公告进行公开招标, 招标代理为常州市恒卓建设工程招标有限公司。 2018 年 2 月 28 日, 该项目发布中标通知, 中标公司为江苏恒卓建设有限公司, 中标价为 3243113.87 元。 2018 年 3 月 5 日, 恐龙园股份与江苏恒卓建设有限公司签订了《建设工程施工合同》。
5	侏罗纪雨林区 TramTour (Bus-Ride) 影片制作项目	SUPER78, INC	否	设计类作品无招投标流程, 通过内部招标谈判确定供应商, 已经公司内部审核通过。
6	疯狂恐龙人区外包装施工	常州市新主题景观艺术有限公司	是	2018 年 3 月 20 日, 恐龙园股份在常州市恒卓建设工程招标有限公司网站发布恐龙园疯狂恐龙人区改造-外包装招标公告进行公开招标, 招标代理为常州市恒卓建设工程招标有限公司。 2018 年 4 月 12 日, 该项目发布中标通知, 中标公司为常州市新主题景观艺术有限公司, 中标价为 3393954.37 元。 2018 年 4 月 27 日, 恐龙园股份与常州市新主题景观艺术有限公司签订了《疯狂恐龙人区外包装施工工程合同》。

(续)

2017 年度				
序号	主要工程建设项目	供应商	是否需要招投标	相关程序履行的情况
1	鲁布拉水世界改扩建二期工程	常州市通润建设工程有限公司	是	2016 年 9 月 9 日, 恐龙园股份在江苏省建设工程招标网、常州市建设工程交易网发布中华恐龙园鲁布拉水世界改扩建二期工程项目施工总承包招标公告进行公开招标, 招标代理为常州中信造价咨询有限公司。 2016 年 10 月 12 日, 该项目进行中标公示, 10 月 14 日公示完毕, 中标公司为常州市通润建设工程有限公司, 中标价为 36940470.52 元。 2016 年 11 月 2 日, 恐龙园股份与常州市通润建设工程有限公司签订了《建设工程施工合同》。
2	翼龙骑士 4D 影片	江苏原力电脑动画制作有限公司	否	设计类作品无招投标流程, 通过内部招标谈判确定供应商, 已经公司内部审核通过。
3	鲁布拉水世界改扩建二期项目景观照明工程	天目照明有限公司	是	2016 年 12 月 16 日, 恐龙园股份在江苏省建设工程招标网、常州市建设工程交易网发布中华恐龙园鲁布拉水世界改扩建二期工程项目景观照明工程招标公告进行公开招标, 招标代理为常州中信造价咨询有限公司。

2017 年度				
序号	主要工程建设项目	供应商	是否需要招投标	相关程序履行的情况
				2016 年 12 月 29 日, 该项目进行中标公示, 2017 年 1 月 3 日公示完毕, 中标公司为天目照明有限公司, 中标价为 2370183.64 元。 2017 年 1 月 16 日, 恐龙园股份与天目照明有限公司签订了《中华恐龙园鲁布拉水世界改扩建二期工程景观照明工程合同》及《中华恐龙园鲁布拉水世界改扩建二期工程景观照明工程合同补充协议书》。
4	景观规划设计公司办公室装饰工程	常泰建设集团有限公司	是	2017 年 1 月 19 日, 恐龙园股份通过公开招投标方式对常州恐龙园景观规划设计有限公司办公室装饰工程进行招标。经评审, 该项目进行中标公示, 2017 年 1 月 23 日公示完毕, 中标公司为常泰建设集团有限公司, 中标价为 242363.93 元。 2017 年 1 月 23 日, 恐龙园股份向常泰建设集团有限公司出具中标通知书。
5	文科公司办公室装饰工程	常泰建设集团有限公司	是	2017 年 1 月 19 日, 恐龙园股份通过公开招投标方式对常州恐龙园文化科技有限公司办公室装饰工程进行招标。经评审, 该项目进行中标公示, 2017 年 1 月 23 日公示完毕, 中标公司为常泰建设集团有限公司, 中标价为 454202.15 元。 2017 年 1 月 23 日, 恐龙园股份向常泰建设集团有限公司出具中标通知书。
6	东大门安检项目	常泰建设集团有限公司	是	2017 年 2 月, 恐龙园股份通过公开招投标方式对东大门安检项目进行招标。经评审, 该项目进行中标公示, 中标公司为常泰建设集团有限公司, 中标价为 377797.02 元。 2017 年 2 月 26 日, 恐龙园股份向常泰建设集团有限公司出具中标通知书。
7	鲁布拉水世界改扩建二期工程造浪池喷涂聚脲防水涂料采购工程	河南省防腐保温有限公司	是	2017 年 1 月 17 日, 恐龙园股份通过公开招投标方式对中华恐龙园鲁布拉水世界改扩建二期工程项目造浪池喷涂聚脲防水涂料采购工程进行招标。经评审, 该项目进行中标公示, 2017 年 1 月 20 日公示完毕, 中标公司为河南省防腐保温有限公司, 中标价为 852000 元。

注: 主要工程项目为发行人报告期内各期前五大工程建设供应商的主要工程项目。

#### (四) 玩具采购情况

##### 1、玩具采购基本情况

发行人玩具采购模式主要分为定制与引进两种模式, 其中定制模式主要由发行人自主设计产品效果图, 少量由代工厂提供产品样式, 由发行人委托生产厂商贴牌代工生产; 引进模式即恐龙园直接从市场采购通用型商品。

报告期内, 景区所售玩具的前五大供应商如下:

## (1) 2020年1-9月

单位：万元、%

序号	供应商	定制贴牌 采购金额	通用商品 采购金额	合计采购 金额	采购比例
1	永冠塑胶制造(深圳)有限公司	16.50	40.28	56.77	18.62
2	深圳市安祺昊玩具有限 公司	-	36.43	36.43	11.95
3	广州市智筑动漫科技 有限公司	24.07	-	24.07	7.90
4	义乌市功徐玩具有限 公司	2.12	18.64	20.76	6.81
5	福州赛铃工艺品有限 公司	-	19.96	19.96	6.55
	合计	42.69	115.30	158.00	51.82

## (2) 2019年度

单位：万元、%

序号	供应商	定制贴牌 采购金额	通用商品 采购金额	合计采购 金额	采购比例
1	深圳市安祺昊玩具有限 公司	-	170.70	170.70	13.90
2	永冠塑胶制造(深圳)有限公司	58.52	103.62	162.14	13.20
3	广州市智筑动漫科技 有限公司	138.23	0.09	138.32	11.26
4	深圳竭力世界魔术用品 有限公司	-	91.21	91.21	7.43
5	义乌市功徐玩具有限 公司	7.69	50.39	58.08	4.73
	合计	204.44	416.00	620.44	50.52

## (3) 2018年度

单位：万元、%

序号	供应商	定制贴牌 采购金额	通用商品 采购金额	合计采购 金额	采购比例
1	永冠塑胶制造(深圳)有限公司	66.74	105.49	172.23	15.68
2	广州市智筑动漫科技 有限公司	141.08	4.04	145.11	13.21
3	深圳市安祺昊玩具有限 公司	-	119.62	119.62	10.89
4	义乌市格锐特玩具有限 公司	40.74	70.07	110.81	10.09
5	深圳竭力世界魔术用品 有限公司	-	74.23	74.23	6.76

序号	供应商	定制贴牌 采购金额	通用商品 采购金额	合计采购 金额	采购比例
	合计	248.55	373.44	621.99	56.64

## (4) 2017 年度

单位：万元、%

序号	供应商	定制贴牌 采购金额	通用商品 采购金额	合计采购 金额	采购比例
1	永冠塑胶制造(深圳)有限公司	36.76	77.27	114.03	13.42
2	广州市智筑动漫科技有限公司	82.14	2.72	84.86	9.98
3	深圳竭力世界魔术用品有限公司	-	81.55	81.55	9.60
4	义乌市格锐特玩具有限公司	10.81	51.16	61.96	7.29
5	青岛大有工贸实业有限公司	58.48	-	58.48	6.88
	合计	188.18	212.70	400.88	47.17

## 2、主要供应商变动情况

发行人报告期各期前五大供应商共计 8 家，主要供应商相对稳定。

## 3、玩具采购价格情况

发行人玩具采购定价主要考虑供应商的人工成本、材料成本以及合理利润率，并参考同类型产品的市场价格，采购价格公允。

报告期内，发行人玩具采购价格情况具体如下：

单位：万元、万个、元/个

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购成本	304.91	1,228.05	1,098.18	849.91
采购数量	14.59	64.55	64.66	57.88
采购单价	20.89	19.02	16.98	14.68
销售单价	63.94	55.28	50.34	42.97

报告期内，商品采购单价分别为 14.68 元、16.98 元、19.02 元和 20.89 元，采购价格逐期增长，与销售单价变动趋势一致。

## 4、合作协议主要条款

发行人玩具采购分为经销采购和代销采购，两种模式的合同协议条款略有不同。

同，具体如下：

#### (1) 经销采购

合同主要条款对发行人采购玩具种类和价格；质量要求；交付验收；运输及运费承担；结算及支付方式；质量保证及售后服务；违约责任等进行约定。

#### (2) 代销采购

合同主要条款对双方合作期限、验收退还和结算方式等进行约定，并未对采购玩具类型和价格做明确约定。

5、发行人恐龙 IP 及著作权在商品销售中的运用情况、是否存在著作权保护等方面的法律风险或纠纷

发行人园区销售商品主要包括玩具类、服装类、个人用品、家居挂摆件、家居用品、出版物、节庆用品、休闲食品八大类型。为与园区综合环境相互协调，并提升园区商品的吸引力与竞争力，发行人将恐龙 IP 或形象与周边商品深度结合，打造出具有恐龙特色且品类丰富、形象鲜明的系列产品。发行人恐龙 IP 及著作权在商品销售中运用主要分为如下类型：(1) 发行人利用恐龙形象自主设计商品并在景区内销售；(2) 发行人将恐龙园 LOGO 或作品形象用于商品外包装或者对所采购商品进行贴牌销售。

发行人在相关采购合同中已明确约定，未经发行人同意，供应商不得私自将印有中华恐龙园 LOGO 或恐龙宝贝的产品用于其他销售渠道，并且不能擅自运用中华恐龙园所有设计元素，否则应当承担违约责任。报告期内，供应商在代加工时对恐龙 IP 或著作权使用严格遵守合同约定，不存在侵犯恐龙园知识产权的情形，发行人不存在知识产权相关的纠纷或潜在纠纷，知识产权保护方面的法律风险较小。

## 五、发行人的主要资产情况

### (一) 固定资产

发行人生产经营使用的固定资产包括房屋建筑物、机器设备、运输设备及其他设备等。截至 2020 年 9 月 30 日，发行人固定资产账面价值 95,254.16 万元，具体情况如下：

单位：万元、%

类别	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋建筑物	91,184.20	35,632.23	-	55,551.96	60.92%
机器设备	62,110.36	27,227.37	-	34,882.99	56.16%
运输设备	431.59	349.70	-	81.90	18.98%
其他设备	16,309.98	11,572.67	-	4,737.31	29.05%
合计	170,036.13	74,781.97	-	95,254.16	56.02%

### 1、主要经营设备

发行人的主要经营设备为游乐设备，均通过购买取得。截至本招股说明书签署日，发行人各项游乐设备均处于良好运行状态，能保证发行人日常经营活动的正常开展。截至2020年9月30日，发行人原值超过500万元的主要经营设备如下：

单位：万元、%

序号	设备名称	原值	净值	成新率
1	4D过山车设备	18,241.80	11,023.06	60.43
2	水公园激流勇进设备	4,878.34	2,813.68	57.68
3	灵翼穿梭设备	3,983.59	2,096.27	52.62
4	水公园深渊及大滑板设备	3,890.10	2,201.17	56.58
5	水公园水寨设备	2,892.51	1,649.47	57.03
6	主演区系统	2,774.83	2,461.18	88.70
7	通天塔设备	2,048.62	391.70	19.12
8	4D影院设备	1,975.16	997.87	50.52
9	金刚设备	1,951.34	985.89	50.52
10	疯狂火龙钻设备	1,774.22	594.37	33.50
11	扭蛋塔	1,771.47	1,243.67	70.21
12	水火动力设备	1,280.47	647.48	50.57
13	5D影院设备	1,265.94	723.13	57.12
14	雷龙过山车设备	1,265.93	424.09	33.50
15	穿越侏罗纪项目	861.40	43.07	5.00
16	迷幻魔窟设备	724.50	366.02	50.52
17	朋克飞轮	665.84	467.45	70.21
18	巨石阵设备	622.48	208.53	33.50
19	疯狂马戏团	609.48	484.35	79.47



序号	设备名称	原值	净值	成新率
20	翼飞冲天设备	595.28	300.74	50.52
21	超炫过山车	518.39	412.10	79.50
22	特效区控制系统	504.40	448.02	88.82
23	疯狂赛车	503.34	353.37	70.21

## 2、房屋所有权

截至本招股说明书签署日,发行人拥有的房屋建筑物均坐落于常州市新北区汉江路1号,均已取得房屋产权证,具体情况如下:

序号	所有权人	不动产权证号	房屋座落	权利性质	用途	面积 (m <sup>2</sup> )
1	恐龙园	苏(2020)常州市不动产权第0040280号	汉江路1号	自建房	旅游配套	4,171.99
2					旅游配套	625.85
3					旅游配套	3,254.52
4					旅游配套	6,767.64
5					旅游配套	5,738.96
6					旅游配套	499.57
7					展馆	16,539.76
8					旅游配套	771.74
9					配套	806.83
10					旅游配套	178.64
11					娱乐	1,551.38
12					生活	331.58
13					旅游配套	482.40
14					旅游配套	512.16
15					旅游配套	413.39
16					旅游配套	889.58
17					旅游配套	1,904.25
18					旅游配套	223.26
19					旅游配套	234.14
20					旅游配套	861.08
21					旅游配套	150.96
22					旅游配套	380.37
23					旅游配套	231.46

序号	所有权人	不动产权证号	房屋座落	权利性质	用途	面积 (m <sup>2</sup> )
24					配套	956.90
25					旅游配套	194.13
26					旅游配套	197.88
27					旅游配套	1,169.82
28					旅游配套	141.94
29					商办及配套	2,449.02
30					商业及配套	2,314.36
31					旅游配套	552.43
32					旅游配套	684.34
33					旅游配套	926.02
34					旅游配套	2,707.41
35					旅游配套	1,069.22
36					旅游配套	43.62
37					旅游配套	50.40
38					旅游配套	131.74
39					旅游配套	227.47
40					旅游配套	267.52
41					配套	1129.10
42					配套	20.00
43					配套	20.07

截至本招股说明书签署日，上述房屋建筑物均未对外抵押。

### 3、租赁房产

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司、分公司租赁的房产如下：

序号	承租方	出租方	租赁房屋座落	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限
1	恐龙园	龙控集团	常州市汉江路1号 停车楼一层及负一层	3,600.00	2019.01.01- 2021.12.31
2	恐龙园	龙控集团	常州市汉江路1号 新办公楼及练功房、老 办公楼一二层	6,072.00	2018.01.01- 2020.12.31
3	恐龙园	龙控集团	常州市新北区百草苑 小区 46-1804、46-1904、 46-2004 等	6,874.96	2019.05.01- 2022.12.31
4	恐龙园	上海熠丞企业管理 有限公司	上海市青浦区诸光路 1588 弄 2 幢 520 号 307	326.39	2019.06.22- 2021.12.31

序号	承租方	出租方	租赁房屋座落	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限
			室		
5	恐龙园	上海丰翊实业发展有限公司	上海市青浦区诸光路1588弄499号302室	325.70	2019.09.22-2021.12.31
6	恐龙园	常州迪诺水镇商业管理有限公司	迪诺水镇6号楼1层-2号	207.12	2015.05.01-2021.04.30
7	恐龙园	常州迪诺水镇商业管理有限公司	迪诺水镇19号楼	8,683.61	2018.01.01-2026.08.31
8	湖北文旅文化	武汉尚可优置业发展有限公司	武汉市东湖新技术开发区珞喻路沿街商铺490-518号光谷世界城B块地1栋1单元11层1101号房	95.00	2020.09.10-2021.09.09
9	上海模块龙文化	上海金港北外滩置业有限公司	上海市虹口区上海白玉兰广场商场L1楼层L1-12-1&2商铺	1,680.66	2019.01.15-2027.01.14
10	恐龙园设计深圳分公司	安雄(深圳)企业管理咨询有限公司	深圳市福田区车公庙天安数码城天祥大厦7B1B室	190.00	2019.05.01-2020.10.31
11	恐龙人模块文旅杭州分公司	杭州银泰购物中心有限公司	杭州市丰潭路380号杭州城西银泰城3层025号、065号、066号和4层039、039B号商铺	2,438.05	2019.10.30-2024.10.29
12	恐龙人酒店	常州迪诺水镇商业管理有限公司	常州市新北区迪诺水镇20#、21#房屋	5,584.76	2017.11.01-2022.10.31
13	恐龙人酒店	常州迪诺水镇商业管理有限公司	常州市新北区迪诺水镇22#、23#房屋	9,748.00	2017.11.01-2022.10.31

## (二) 无形资产

公司拥有的无形资产包括土地使用权、软件和商标专有权等。截至2020年9月30日，发行人无形资产账面价值6,100.23万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	8,653.36	3,020.23	5,633.13
软件使用权	1,095.59	629.80	465.79
商标	33.93	32.61	1.32
合计	9,782.88	3,682.65	6,100.23

### 1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人拥有的土地使用权情况如下：

序号	使用权人	不动产权证书号	地址	面积(m <sup>2</sup> )	用途	使用权类型	权利终止日	他项权利
----	------	---------	----	---------------------	----	-------	-------	------

序号	使用人	不动产权证书号	地址	面积(m <sup>2</sup> )	用途	使用权类型	权利终止日	他项权利
1	恐龙园	苏(2020)常州市不动产权第0040280号	常州市汉江路1号	12,076	娱乐/旅游	出让	2039-10-1	无
2				53,300			2039-8-1	
3				81,118			2042-6-10	
4				186,171			2039-11-27	

## 2、专利

截至本招股说明书签署日，发行人已获得授权的专利共 13 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利类型	权利人	专利号	专利期限
1	弧形穹幕	外观设计	恐龙园文科	ZL201530125618.6	2015.05.04-2025.05.03
2	一种文化体验场馆的动感观影座椅	实用新型	恐龙园文科	ZL201620072031.2	2016.01.26-2026.01.25
3	毛绒玩具(绿色圣龙百尾)	外观设计	恐龙园	ZL201830147997.2	2018.04.12-2028.04.11
4	毛绒玩具(红色圣龙百尾)	外观设计	恐龙园	ZL201830148136.6	2018.04.12-2028.04.11
5	景区智能车辆(恐龙宝贝)	外观设计	恐龙园	ZL201730505553.7	2017.10.24-2027.10.23
6	毛绒玩具(圣龙百尾)	外观设计	恐龙园	ZL201703037766.9	2017.07.13-2027.07.12
7	一种仿生恐龙四足机器人机构	实用新型	恐龙园文科	ZL201620125263.X	2016.02.18-2026.02.17
8	一种十二自由度四足机器人机构	实用新型	恐龙园文科	ZL201620124408.4	2016.02.17-2026.02.16
9	六自由度动感车	外观设计	恐龙园文科	ZL201630116513.9	2016.04.11-2026.04.10
10	触摸屏安装结构	实用新型	恐龙园文科	ZL201921232150.X	2019.07.31-2029.07.30
11	一种恐龙科普辅助装置	实用新型	恐龙园文科	ZL201921315493.2	2019.08.14-2029.08.13
12	恐龙望远镜	实用新型	恐龙园文科	ZL201921070136.4	2019.07.09-2029.07.08
13	一种科普教育辅助装置	实用新型	恐龙园文科	ZL201921314923.9	2019.08.14-2029.08.13

注 1：发行人外观设计专利“六自由度动感车”（专利号 ZL201630116513.9）系受让自江苏涌艺智能科技有限公司；其余专利均系发行人原始取得；

注 2：因发行人内部业务调整以及便于知识产权集中管理，发行人于 2020 年 8 月将第 1 号专利无偿转让给全资子公司恐龙园文科，于 2020 年 9 月将第 2、7、8、9 号专利无偿转让给全资子公司恐龙园文科。

### 3、商标

截至本招股说明书签署日，发行人拥有“恐龙园”、“鲁布拉”等 265 项注册商标，其中主要商标情况如下：

序号	商标内容	注册人	注册类别	注册证号	有效期截至
1		恐龙园	3	第 5606484 号	2029.10.27
2		恐龙园	35	第 5607232 号	2029.10.13
3		恐龙园	39	第 6723912 号	2023.06.20
4		恐龙园	41	第 6723914 号	2031.02.06
5		恐龙园	25	第 6723918 号	2030.08.27
6		恐龙园	3	第 1368318 号	2030.02.27
7		恐龙园	3	第 1204121 号	2028.09.06
8		恐龙园	18	第 1226823 号	2028.11.27
9		恐龙园	41	第 11103574 号	2023.11.06
10		恐龙园	34	第 7210864 号	2030.09.27
11		恐龙园	9	第 7170696 号	2030.10.20
12		恐龙园	3	第 7170682 号	2030.07.13
13		恐龙园	9	第 14849362 号	2025.11.13
14		恐龙园	41	第 23730585 号	2028.04.13
15		恐龙园	43	第 18626039 号	2027.01.27
16		恐龙园	30	第 36906562 号	2029.12.13
17		恐龙园	41	第 35265928 号	2029.11.27
18		恐龙人酒店	36	第 25953702 号	2028.09.06

### 4、著作权

#### (1) 作品著作权

截至本招股说明书签署日，发行人持有作品著作权 92 项，其中主要作品著

作权情况如下：

序号	作品/制品名称	著作权人	登记号	取得方式	种类	登记时间
1	中华恐龙园 LOGO	恐龙园	苏作登字 -2012-F-4719	原始 取得	美术 作品	2012.06.15
2	飞天通	恐龙园	苏作登字 -2012-F-4717	原始 取得	美术 作品	2012.06.15
3	暴暴龙	恐龙园	苏作登字 -2012-F-4715	原始 取得	美术 作品	2012.06.15
4	蛋蛋	恐龙园	苏作登字 -2012-F-4716	原始 取得	美术 作品	2012.06.15
5	可拉	恐龙园	苏作登字 -2012-F-4718	原始 取得	美术 作品	2012.06.15
6	霸王龙-小龙	恐龙园	苏著转字第 20130026号	受让 取得	美术 作品	2008.07.14
7	雷龙阿布	恐龙园	苏著转字第 20130032号	受让 取得	美术 作品	2008.07.14
8	三角龙元宝	恐龙园	苏著转字第 20130028号	受让 取得	美术 作品	2008.07.14
9	翼龙流星	恐龙园	苏著转字第 20130025号	受让 取得	美术 作品	2008.07.14
10	羽/Q版羽	恐龙园	苏著转字第 20130023号	受让 取得	美术 作品	2008.07.14
11	旦宝（DANBO）	恐龙园	苏著转字第 20130033号	受让 取得	美术 作品	2009.05.20
12	阿果/Q版阿果	恐龙园	苏著转字第 20130027号	受让 取得	美术 作品	2008.07.14
13	风铃/Q版风铃	恐龙园	苏著转字第 20130030号	受让 取得	美术 作品	2008.07.14
14	龙翔/Q版龙翔	恐龙园	苏著转字第 20130024号	受让 取得	美术 作品	2008.07.14
15	暴宝（BOB）	恐龙园	苏著转字第 20130016号	受让 取得	美术 作品	2009.05.26
16	可宝（KABO）	恐龙园	苏著转字第 20130031号	受让 取得	美术 作品	2009.05.20
17	飞天宝（OTBO）	恐龙园	苏著转字第 20130029号	受让 取得	美术 作品	2009.05.20
18	恐龙宝贝之龙神 勇士2	恐龙园	苏著转字第 20130022号	受让 取得	文字 作品	2011.08.01
19	可宝2（Kebo）	恐龙园	苏著转字第 20130021号	受让 取得	美术 作品	2011.08.01
20	飞天宝2（Otbo）	恐龙园	苏著转字第 20130019号	受让 取得	美术 作品	2011.08.01
21	旦宝2（Danbo）	恐龙园	苏著转字第 20130017号	受让 取得	美术 作品	2011.08.01
22	暴宝2（Bob）	恐龙园	苏著转字第 20130015号	受让 取得	美术 作品	2011.08.11
23	可宝（Kebo）	恐龙园	苏著转字第 20130035号	受让 取得	美术 作品	2012.07.10

序号	作品/制品名称	著作权人	登记号	取得方式	种类	登记时间
24	暴宝 (Bob)	恐龙园	苏著转字第 20130014 号	受让 取得	美术 作品	2012.07.10
25	旦宝 (Danbo)	恐龙园	苏著转字第 20130018 号	受让 取得	美术 作品	2012.07.10
26	飞天宝 (Otbo)	恐龙园	苏著转字第 20130020 号	受让 取得	美术 作品	2012.07.10
27	DINOMAN	恐龙园	苏作登字 -2014-I-00019531	原始 取得	类似 摄制 电影 方法 创作 作品	2014.06.09
28	《翼龙骑士》迅猛 龙	恐龙园文科	苏作登字 -2018-I-00132153	原始 取得	类似 摄制 电影 方法 创作 作品	2018.08.08
29	《翼龙骑士》士兵	恐龙园文科	苏作登字 -2018-F-00051635	原始 取得	美术 作品	2018.04.11
30	《翼龙骑士》将军	恐龙园文科	苏作登字 -2018-F-00051634	原始 取得	美术 作品	2018.04.11
31	《翼龙骑士》甲龙	恐龙园文科	苏作登字 -2018-F-00051633	原始 取得	美术 作品	2018.04.11
32	《翼龙骑士》毒蛾	恐龙园文科	苏作登字 -2018-F-00051632	原始 取得	美术 作品	2018.04.11
33	《翼龙骑士》沧龙	恐龙园文科	苏作登字 -2018-F-00051631	原始 取得	美术 作品	2018.04.11
34	《翼龙骑士》霸王 龙	恐龙园文科	苏作登字 -2018-F-00051590	原始 取得	美术 作品	2018.04.11
35	《翼龙骑士》爱伯 丽	恐龙园文科	苏作登字 -2018-F-00051519	原始 取得	美术 作品	2018.04.11
36	索尔小镇	恐龙园设计	苏作登字 -2018-F-00192514	原始 取得	美术 作品	2018.10.30
37	龙族村落	恐龙园设计	苏作登字 -2018-F-00192516	原始 取得	美术 作品	2018.10.30
38	狂野丛林——侏 罗纪雨林	恐龙园设计	苏作登字 -2018-F-00192518	原始 取得	美术 作品	2018.10.30

注：序号 6-26 作品著作权，系发行人吸收合并常州恐龙园文化创意有限公司后取得。

## (2) 计算机软件著作权

截至本招股说明书签署日，发行人共拥有 47 项计算机软件著作权，其中主要计算机软件著作权情况如下：

序号	软件名称	著作权人	登记号	登记日期	取得方式
----	------	------	-----	------	------

序号	软件名称	著作权人	登记号	登记日期	取得方式
1	基于 unity 局域网传输技术魔法鱼缸涂鸦互动系统[简称: 互动鱼缸]V1.0	恐龙园	2016SR112789	2016.05.20	原始取得
2	恐龙园三维实时渲染引擎系统[简称: 恐龙园仿真引擎系统]V1.0	恐龙园	2015SR034395	2015.02.17	原始取得
3	恐龙园增强现实开发系统[简称: 恐龙园 AR 系统]V1.0	恐龙园	2015SR031663	2015.02.13	原始取得
4	基于 Unity3D 超大真实场景科普长廊系统[简称: 科普长廊]V1.0	恐龙园文科	2017SR606908	2017.11.06	原始取得
5	基于 AR 技术的恐龙电子书系统[简称: 恐龙电子书]V1.0	恐龙园文科	2017SR606927	2017.11.06	原始取得
6	基于 leapmotion 手势识别 2D 恐龙骨骼拼接系统[简称: 2D 恐龙骨骼拼接]V1.0	恐龙园文科	2017SR606917	2017.11.06	原始取得
7	纳米触摸膜精确触摸魔法橱窗系统[简称: 魔法橱窗]V1.0	恐龙园文科	2017SR606901	2017.11.06	原始取得
8	基于 Kinect 体感飞行系统[简称: 体感飞行]V1.0	恐龙园文科	2018SR347642	2018.05.16	原始取得
9	DIY 实时扫描传输 3D 恐龙丛林迷踪系统[简称: 3D 恐龙丛林迷踪]V1.0	恐龙园文科	2017SR388998	2017.07.21	原始取得
10	多人互动砸球系统[简称: 互动砸球]V1.0	恐龙园文科	2018SR696097	2018.08.30	原始取得
11	基于触摸屏的成语消消乐系统[简称: 成语消消乐]V1.0	恐龙园文科	2018SR696579	2018.08.30	原始取得
12	基于 kinect 人体识别的拍照机系统[简称: 拍照机]V1.0	恐龙园文科	2018SR695272	2018.08.30	原始取得
13	多场景切换拍照的魔镜系统[简称: 魔镜]V1.0	恐龙园文科	2018SR696220	2018.08.30	原始取得
14	基于触摸屏的恐龙馆查询机系统[简称: 恐龙馆查询机]V1.0	恐龙园文科	2018SR696762	2018.08.30	原始取得
15	基于触摸屏的成语接龙系统[简称: 成语接龙]V1.0	恐龙园文科	2018SR691125	2018.08.29	原始取得
16	基于 Kinect 的勇者打恶龙系统[简称: 勇者打恶龙]V1.0	恐龙园文科	2018SR888368	2018.11.06	原始取得
17	基于 kinect 的小仙女升仙计系统[简称: 小仙女升仙记]V1.0	恐龙园文科	2018SR888631	2018.11.06	原始取得
18	基于触摸屏的老子动漫故事系统[简称: 老子动漫故事]V1.0	恐龙园文科	2018SR888375	2018.11.06	原始取得



序号	软件名称	著作权人	登记号	登记日期	取得方式
19	基于 kinect 的跟着小龙学动作系统[简称:跟着小龙学动作]V1.0	恐龙园文科	2018SR888396	2018.11.06	原始取得
20	基于触摸屏的导航机系统[简称:导航机]V1.0	恐龙园文科	2018SR888243	2018.11.06	原始取得
21	多媒体互动 Ar 会议签到墙[简称:AR 签到]V1.0	恐龙园文科	2018SR888236	2018.11.06	原始取得
22	基于触摸屏恐龙孵化系统[简称:恐龙孵化器]V1.0	恐龙园文科	2019SR0563362	2019.06.03	原始取得
23	基于网络的脱口秀中控系统[简称:脱口秀中控系统]V1.0	恐龙园文科	2019SR0750130	2019.07.19	原始取得
24	基于网络的脱口秀多媒体播放系统[简称:脱口秀多媒体播放系统]V1.0	恐龙园文科	2019SR0749792	2019.07.19	原始取得
25	基于红外感应的多媒体相框系统[简称:多媒体相框系统]V1.0	恐龙园文科	2019SR0985494	2019.09.24	原始取得
26	单车系统[简称:单车]V1.0	恐龙园文科	2019SR1390143	2019.12.18	原始取得
27	恐龙人俱乐部票务管理系统[简称:票务管理系统]V1.0	恐龙园文科	2019SR1390917	2019.12.18	原始取得
28	自助机收银系统[简称:自动机收银]V1.0	恐龙园文科	2019SR1392719	2019.12.18	原始取得
29	基于红外感应的互动镜子屏系统[简称:互动镜子屏系统]V1.0	恐龙园文科	2019SR1137938	2019.11.11	原始取得
30	基于触摸面板的脑电波仪器系统[简称:脑电波仪器系统]V1.0	恐龙园文科	2019SR1135670	2019.11.11	原始取得
31	基于网络通信的交互系统[简称:恐龙知识大 PK]V1.0	恐龙园文科	2020SR0875440	2020.08.04	原始取得
32	基于 Kinect 的手势识别 AR 交互系统[简称:AR 恐龙出没]V1.0	恐龙园文科	2020SR0875447	2020.08.04	原始取得
33	基于传感器技术的恐龙交互系统[简称:恐龙体重]V1.0	恐龙园文科	2020SR0875454	2020.08.04	原始取得
34	基于 OpenCV 的图像识别 AR 交互系统[简称:恐龙望远镜]V1.0	恐龙园文科	2020SR0875462	2020.08.04	原始取得
35	基于全息成像的恐龙交互系统[简称:全息程序]V1.0	恐龙园文科	2020SR0876137	2020.08.04	原始取得

公司及下属子公司的注册商标、专利、作品著作权、计算机软件著作权，权属清晰，不存在权属纠纷或潜在法律纠纷。

### （三）与经营活动相关的资质和许可

#### 1、恐龙园

##### （1）出版物经营许可证

2020年3月23日，恐龙园取得常州国家高新技术产业开发区（新北区）新闻出版局核发的《出版物经营许可证》（新出发苏零字第D-X005号），经营范围：书报刊、音像制品零售；有效期至2024年3月31日。

##### （2）广播电视节目制作经营许可证

2019年3月22日，恐龙园取得江苏省广播电视局核发的《广播电视节目制作经营许可证》（许可证编号：（苏）字第00536号），经营范围：制作、发行广播电视节目（时政、新闻及同类专题、专栏除外）；有效期至2021年3月31日。

##### （3）电影放映经营许可证

2018年9月3日，恐龙园取得常州市文化广电新闻出版局核发的《电影放映经营许可证》（苏影放字第32040000号），影院地址：常州市新北区汉江路1号；影院设施：现有银幕1块，座位200个；有效期至2024年9月2日。

##### （4）国产动画片发行许可情况

序号	片名	证书编号	发证机关	发证日期
1	恐龙宝贝之龙神勇士	（苏）动审字[2009]第026号	江苏省广播电视局	2009.06.29
2	恐龙宝贝之龙神勇士2	（苏）动审字[2011]第009号	江苏省广播电影电视局	2011.03.28
3	恐龙宝贝之龙神勇士3	（苏）动审字[2011]第024号	江苏省广播电影电视局	2011.08.23
4	失落的文明	（苏）动审字[2013]第059号	江苏省广播电影电视局	2013.11.18
5	恐龙来了	（苏）动审字[2014]第027号	江苏省广播电影电视局	2014.09.05

对于报告期外制作的《恐龙宝贝》、《恐龙来了》等动漫影视作品，发行人已取得业务开展所需的广播电视节目制作经营许可证，主要通过自主发行播放或者授权他人电视放映或者信息网络传播；发行人另拥有用于园区内4D影院播放的电影放映许可证，但未在园区内播放上述动漫影视作品。恐龙园不存在将所制作的影视作品自行通过网络平台上进行传播或播放的情形，无需办理网络文化经营

许可证、信息网络视听节目传播许可证等相关许可资质。

同时，根据常州市文化广电和旅游局出具的《证明》，恐龙园及恐龙园文科能遵守和执行国家关于广播电视节目制作经营和动画影视剧的制作、发行和播出（放映）的法律法规，严格按照规定履行许可或备案程序，未出现超资质、超范围经营而受到行政处罚的情形。

综上，恐龙园不存在将所制作的动漫影视作品通过网络平台进行传播、播放的情形，不属于《互联网文化管理暂行规定（2017 修订）》《互联网视听节目服务管理规定》规定的情形，无需办理《网络文化经营许可证》《信息网络视听节目传播许可证》或其他相关许可。

#### （5）高危险性体育项目经营许可证

2019年6月17日，恐龙园取得常州市体育局核发的《高危险性体育项目经营许可证》（许可证编号：32040020140005），许可项目：游泳；有效期至2024年6月16日。

#### （6）食品经营许可证

序号	经营者名称	经营项目	有效期至
1	恐龙园	热食类食品制售	2022.07.02
2	恐龙园	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品）销售	2025.04.27
3	恐龙园椰风小站小吃店	热食类食品制售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）	2021.12.08
4	恐龙园哈洛克小吃店	热食类食品制售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）	2022.01.08
5	恐龙园飘香坊饮品店	自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）	2021.12.08
6	恐龙园峡谷餐厅	热食类食品制售，冷食类食品制售，糕点类食品制售（不含裱花蛋糕），自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）	2021.11.23
7	恐龙园翼飞小吃店	热食类食品制售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）	2021.11.23
8	恐龙园乐活小站餐饮店	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售、热食类食品制售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）	2021.12.08
9	恐龙园椰果吧小吃店	热食类食品制售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）	2022.01.08
10	恐龙园侏罗纪小吃店	热食类食品制售，糕点类食品制售（不含裱花蛋糕），自制饮品制售（不含使用压	2021.11.23

序号	经营者名称	经营项目	有效期至
		力容器制作饮品、不含自酿白酒)	
11	恐龙园峡谷驿站馄饨店	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售, 热食类食品制售, 冷食类食品制售	2025.04.21
12	恐龙园龙骑士餐厅	预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售, 热食类食品制售, 冷食类食品制售	2025.04.21
13	恐龙园克理兹牛排	热食类食品制售, 自制饮品制售(不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒)	2023.09.20

#### (7) 卫生许可证

2019年5月31日, 恐龙园取得常州国家高新技术产业开发区(新北区)行政审批局核发的《卫生许可证》(苏卫公证字(2005)第320411-00283号), 经营项目: 展览馆、演示厅、游泳场; 有效期限至2023年5月30日。

#### (8) 特种设备安全检验

恐龙园的游乐设备已在常州国家高新技术产业区(新北区)市场监督管理局办理了特种设备(普查)注册登记, 并按照特种设备管理相关法规要求定期对游乐设备进行年检, 取得特种设备使用登记证明, 具体情况如下:

序号	设备名称	检测机构	设备注册代码	安装/使用时间	设计使用年限	下次检验日期	登记情况
1	激流勇进	中国特种设备检测研究院	6240-320411-201109-0001	2011.04	20年	2021.07.01	已登记
2	水火动力	中国特种设备检测研究院	6100-320400-201006-0004	2010.04	15年	2021.04.01	已登记
3	DW-48A 豪华转马	中国特种设备检测研究院	6010-320411-201407-0001	2014.04	10年	2021.04.01	已登记
4	4D 过山车	中国特种设备检测研究院	6020-320411-201205-0001	2012.03	轨道20年 车辆10年	2021.04.01	已登记
5	翼飞冲天	中国特种设备检测研究院	6400-320400-201006-0003	2010.03	20年	2021.04.01	已登记
6	雷龙过山车	中国特种设备检测研究院	6200-320400-200704-0002	2006.09	20年	2021.10.01	已登记
7	疯狂火龙钻	中国特种设备检测研究院	6160-320400-200704-0001	2006.09	20年	2021.10.01	已登记
8	穿越侏罗纪	中国特种设备检测研究院	6240-320400-200202-0001	2000.08	25年	2021.04.01	已登记
9	能量风暴	中国特种设备检测研究院	6700-320400-200704-0001	2006.08	20年	2021.10.01	已登记
10	灵翼穿梭	中国特种设备检测研究院	6020-320400-201011-0001	2010.06	20年	2021.10.01	已登记
11	金刚	中国特种设备检测研究院	6100-320400-201006-0001	2010.04	20年	2021.02.01	已登记
12	通天塔	中国特种设备	6500-320400-201006-0002	2010.04	整机10年	2021.02.01	已登

序号	设备名称	检测机构	设备注册代码	安装/使用时间	设计使用年限	下次检验日期	登记情况
		检测研究院			延期 10 年		记
13	巨型水寨 RA	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6D20-320411-201107-0002-5	2011.05	25 年	2021.06.18	已登记
14	超级大滑板	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6D20-320411-201107-0003	2011.05	25 年	2021.06.18	已登记
15	Abyss	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6D20-320411-201107-0001	2011.05	25 年	2021.06.18	已登记
16	竞技滑道	江苏省特种设备安全监督检验研究院	61103204002019060002	2018.12	10 年	2021.06.18	已登记
17	皮艇曲滑道	江苏省特种设备安全监督检验研究院	61103204112019060001	2018.12	10 年	2021.06.18	已登记
18	朋克飞轮	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6060-320411-201410-0001	2014.10	20 年	2021.01.07	已登记
19	撞车比赛	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6010-320411-201411-0001	2014.07	20 年	2021.01.07	已登记
20	扭蛋塔	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6060-320411-201410-0002	2014.10	20 年	2021.01.07	已登记
21	迷你摩天轮	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6070-320411-201407-0001	2014.04	20 年	2021.01.07	已登记
22	龙神古塔 (1#)	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6500-320400-201006-0005	2010.04	8 年+4 年 (延期)	2021.01.07	已登记
23	龙神古塔 (2#)	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6500-320400-201006-0006	2010.04	8 年+4 年 (延期)	2021.01.07	已登记
24	暴风眼	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6600-320400-201006-0007	2010.04	8 年+4 年 (延期)	2021.01.07	已登记
25	爬山车	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6090-320411-201407-0001	2014.04	8 年	2021.01.07	已登记
26	碰碰车	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6120-320411-201407-0001	2014.04	20 年	2021.01.07	已登记
27	水果旋风	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6010-320411-201407-0002	2014.04	8 年	2021.01.07	已登记
28	MINI JETS	江苏省特种设	6060-320411-201407-0001	2014.04	20 年	2021.01.07	已登

序号	设备名称	检测机构	设备注册代码	安装/使用时间	设计使用年限	下次检验日期	登记情况
		备安全监督检验研究院					记
29	旋转迪士高	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6020-32041-1201808-0002	2018.06	10年	2021.05.27	已登记
30	火凤凰	中国特种设备检测研究院	60303204112018080001	2018.06	15年	2021.07.01	已登记
31	超炫过山车	中国特种设备检测研究院	6020320411201808-0001	2018.06	整机25年 车辆15年	2021.07.01	已登记
32	时髦飞人	中国特种设备检测研究院	60403204112018080001	2018.06	整机15年 联轴器1、2、3-年限8年	2021.07.01	已登记
33	疯狂马戏团	中国特种设备检测研究院	60703204112018080001	2018.06	15年	2021.07.01	已登记
34	鼓点热舞	江苏省特种设备安全监督检验研究院	6010-32041-1201808-0001	2018.06	8年	2021.05.27	已登记

综上，发行人目前拥有的进口大型游乐设备平均服务年限为20年，国产大型游乐设备平均服务年限为8-15年，发行人对于整套设备、关键部件的使用周期主要按照设备使用说明书规定的时间，目前正在使用的大型游乐设备均在设计使用年限内。

#### 1) 特种设备安全检验获取及续办流程

报告期内，发行人特种设备检验的获取及办理情况如下：

发行人在将特种设备投入使用时，已向特种设备安全监督管理部门进行登记，并建立起特种设备安全技术档案，对特种设备进行日常维护保养，并定期自行检查。发行人在特种设备安全检验合格有效期届满前1月向特种设备检验机构提出定期检验要求。发行人所拥有的A类特种设备由中国特种设备检测研究院进行检验，B、C类特种设备由江苏省特种设备安全监督检验研究院进行检验。设备定期检验前，发行人与中国特种设备检测研究院签订技术服务合同，由其向发行人提供设备检验服务；发行人与江苏省特种设备监督检验研究院就检验特备、服务费用、检验期限等事项进行协商，在江苏省特种设备监督检验研究院进行设备检测后，由发行人支付相关服务费用

特种设备检验机构根据安全技术规范要求进行安全性能检查和能效测试，经检验合格的，由特种设备检验机构出具《定期检验报告》以及发放《特种设备使

用标志》，并准确记载下次检验日期。

## 2) 发行人设备相关的淘汰、筛选和更换机制

报告期内，发行人已建立了设备淘汰、筛选及更换相关机制，并由发行人技术保障部负责执行，具体情况如下：

对于达到设计使用年限后延期继续使用的设备，发行人技术保障部负责联系设备制造商对设备进行安全评估，确定是否有重复使用的价值；并由设备制造商确定更换零部件清单以及设备大修方案；同时对没更换的部件进行无损检测、提供检测报告。发行人根据大修方案确定施工方，并向常州市高新区（新北区）市场监督管理局告知后进行施工。施工完成后，待整机满载试运行一定次数，发行人报请中国特种设备检测研究院或江苏省特种设备安全监督检验研究院进行检验，检验通过后确定延期使用时间。同时，发行人对延期使用的设备采取加强检验、检测和维护保养等措施，确保设备使用安全。

对于因景区改造、使用期限到期后且不具备使用价值或不能通过安全评估的设备，发行人进行淘汰拆除，并向常州市高新区（新北区）市场监督管理局特种设备处办理设备注销登记手续。同时，发行人根据特种设备园区融合度、游客欢迎程度、设备使用期限以及设备成本等因素筛选或更新园区设备。

发行人已按照《特种设备安全法》、《特种设备安全监察条例》等相关法律法规规定建立了内部安全管理及设备检验程序并有效执行，不存在因游乐设备故障导致安全事故的情形，亦不存在违反质量技术监督法规而被行政处罚的情形。

## （9）营业性演出许可证

2019年1月31日，恐龙园取得常州市文化广电新闻出版局核发的《营业性演出许可证》（编号：320400120003），经营范围：演出组织，演出制作，演出营销，演出居间，演出代理，演出行纪，演员签约，演员推广，演员代理；有效期至2021年2月1日。

根据《营业性演出管理条例实施细则》第六条和第二十一条规定，演出场所经营单位是指具备《营业性演出管理条例》第七条规定条件，为演出活动提供专业演出场地及服务的经营单位。歌舞娱乐场所、旅游景区、主题公园、游乐园、宾馆、饭店、酒吧、餐饮场所等非演出场所经营单位需要在本场所内举办营业性

演出的，应当委托演出经纪机构承办。

因此，根据相关法律的规定，中华恐龙园及恐龙人酒店、恐龙人俱乐部等其他经营场地并非以提供演出场地及服务作为经营业务，不属于演出场所经营单位，无需办理备案证明。

发行人及其他经营主体作为主题公园或酒店需要举办营业性演出，可以委托经纪机构承办演出。同时，发行人作为演出经纪机构，已取得常州市文化广电和旅游局核发的《营业性演出许可证》，可以自行承办在园区内或其他经营场所的营业性演出活动。

#### （10）增值电信业务经营许可证

2020年10月13日，恐龙园取得江苏省通信管理局核发的《增值电信业务经营许可证》（编号：苏B1-20150277），业务种类及覆盖范围：在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务），不含网络借贷信息中介类的互联网金融业务；有效期至2025年10月13日。

#### （11）职业健康安全管理体系认证证书

2019年12月9日，恐龙园取得方圆标志认证集团有限公司核发的《职业健康安全管理体系认证证书》（证书编号：00219S23287R3M），证明恐龙园管理体系符合ISO45001:2018《职业健康安全管理体系要求及使用指南》，覆盖产品和服务：中华恐龙园运营管理服务及相关管理活动；有效期至2023年6月8日。

#### （12）质量管理体系认证证书

2019年12月9日，恐龙园取得方圆标志认证集团有限公司核发的《质量管理体系认证证书》（证书编号：00219Q26868R4M），证明恐龙园管理体系符合GB/T19001-2016/ISO 9001:2015《质量管理体系要求》，覆盖的产品和服务：中华恐龙园运营管理服务；有效期至2022年12月8日。

#### （13）环境管理体系认证证书

2019年12月9日，恐龙园取得方圆标志认证集团有限公司核发的《环境管理体系认证证书》（证书编号：00219E33763R4M），证明恐龙园管理体系符合GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015《环境管理体系要求及使用指南》，覆



盖的产品和服务：中华恐龙园运营管理服务及相关管理活动；有效期至 2022 年 12 月 8 日。

#### **(14) 水生野生动物人工繁育许可证**

2020 年 4 月 26 日，发行人取得常州市农业农村局核发的《水生野生动物人工繁育许可证》（（苏常）水野繁育字（2020）05 号），人工繁育物种学名：南美海狮、海狗；有效期至 2023 年 4 月 25 日。

#### **(15) 水生野生动物经营利用许可证**

2020 年 4 月 26 日，发行人取得常州市农业农村局核发的《水生野生动物经营利用许可证》（（苏常）水野经字（2020）05 号），经营方式：展演；物种学名：南美海狮、海狗；有效期至 2023 年 4 月 25 日。

### **2、恐龙园旅行社**

2018 年 9 月 28 日，恐龙园旅行社取得常州市旅游局核发的《旅行社业务经营许可证》（编号：L-JS04112），许可经营业务：国内旅游业务，入境旅游业务。

2020 年 5 月 20 日，恐龙园旅行社取得常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局核发的《食品经营许可证》（编号：JY13204110226151），经营项目：预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品）销售；有效期至 2025 年 5 月 19 日。

### **3、恐龙园文科**

2019 年 3 月 22 日，恐龙园文科取得江苏省广播电视局核发的《广播电视节目制作经营许可证》（编号：（苏）字第 00883 号），经营范围：制作、发行广播电视节目（时政、新闻及同类专题、专栏除外）；有效期至 2021 年 3 月 31 日。

2019 年 12 月 18 日，恐龙园文科取得方圆标志认证集团有限公司核发《质量管理体系认证证书》（证书编号：00219Q27093R0M），证明恐龙园文科管理体系符合 GB/T19001-2016/ISO 9001: 2015《质量管理体系要求》，覆盖的产品及服务：动漫设计；主题乐园项目设计；多媒体互动体验项目的设计；有效期至 2022 年 12 月 17 日。

2020 年 10 月 28 日，恐龙园文科取得江苏省住房和城乡建设厅核发的《建

建筑业企业资质证书》(证书编号: D232291279), 资质类别及等级: 建筑装饰装修工程专业承包贰级, 有效期至 2025 年 10 月 26 日。

#### 4、恐龙人酒店

2018 年 9 月 30 日, 恐龙人酒店取得常州市公安消防支队核发的《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》(常公消安检字[2018]第 0214 号)。

2018 年 12 月 5 日, 恐龙人酒店取得常州国家高新技术产业开发区(新北区)行政审批局核发的《食品经营许可证》(编号: JY23204110167571), 经营项目: 预包装食品(含冷藏冷冻食品)销售, 散装食品(含冷藏冷冻食品)销售、热食类食品制售, 自制饮品制售, 生食类食品制售, 糕点类食品制售(不含裱花蛋糕), 自制饮品制售(不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒); 有效期至 2023 年 12 月 4 日。

2018 年 12 月 13 日, 恐龙人酒店取得常州市公安局新北分局核发的《特种行业许可证》(常公特新字第[670]号), 经营范围: 住宿。

2019 年 2 月 13 日, 恐龙人酒店取得常州国家高新技术产业开发区(新北区)行政审批局核发的《卫生许可证》(苏卫公证字[2019]第 320411-02463 号), 经营项目: 宾馆; 有效期至 2023 年 2 月 12 日。

#### 5、上海模块龙文化

2019 年 1 月 23 日, 上海模块龙文化取得上海市虹口区公安消防支队核发的《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》(沪虹应急消安检字[2019]第 0040 号)。

2019 年 5 月 16 日, 上海模块龙文化取得上海市虹口区市场监督管理局核发的《食品经营许可证》(编号: JY23101090028155), 经营项目: 热食类食品制售、冷食类食品制售、自制饮品制售; 有效期至 2024 年 1 月 15 日。

2019 年 5 月 28 日, 上海模块龙文化取得上海市虹口区酒类专卖管理局核发的《酒类商品零售许可证》(沪虹酒专字第 0306030101000515 号), 经营范围: 酒类商品(不含散装酒); 有效期至 2022 年 5 月 27 日。

## 6、恐龙人俱乐部

2016年9月29日，恐龙人俱乐部取得常州市公安消防支队核发的《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》（常公消安检字[2016]第0148号）。

2019年9月25日，恐龙人俱乐部取得常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局核发的《食品经营许可证》（编号：JY23204110038403），经营项目：预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售、热食类食品制售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品、不含自酿白酒）；有效期至2021年7月19日。

## 7、恐龙园恐龙时光分公司

2020年4月22日，恐龙园恐龙时光分公司取得常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局核发的《食品经营许可证》（编号：JY23204110222900），经营项目：预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，自制饮品制售（不含使用压力容器制作饮品，不含自酿白酒）；有效期至2025年4月21日。

## 8、恐龙人模块文旅杭州分公司

2020年3月26日，恐龙人模块文旅杭州分公司取得杭州市公安消防局核发的《公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查合格证》（杭消安检字[2020]第0018号）。

2020年3月4日，恐龙人模块文旅杭州分公司取得杭州市拱墅区市场监督管理局核发的《食品经营许可证》（许可编号：JY233301050194809），经营项目：自制饮品制售（不含生鲜乳饮品）；有效期至2025年3月3日。

公司及其分公司、子公司已取得从事生产经营所需的全部相关资质、许可、认证，报告期内持续符合拥有该等资质、许可、认证所需的条件，不存在超越许可范围从事生产经营的情形，不存在受到行政处罚的法律风险，不会对公司持续经营产生重大不利影响。

截至本招股说明书签署日，公司的经营范围包含“书报刊、音像制品的零售”，并已取得常州国家高新技术产业开发区（新北区）新闻出版局核发的《出版物经营许可证》（新出发苏零字第D-X005号）。除此之外，公司其他经营单位并不从

事出版经营的业务，无需取得相关出版物经营资质。发行人及其他经营主体并不从事烟草零售业务，无需取得烟草零售的相关许可资质。

## 六、发行人的特许经营权情况

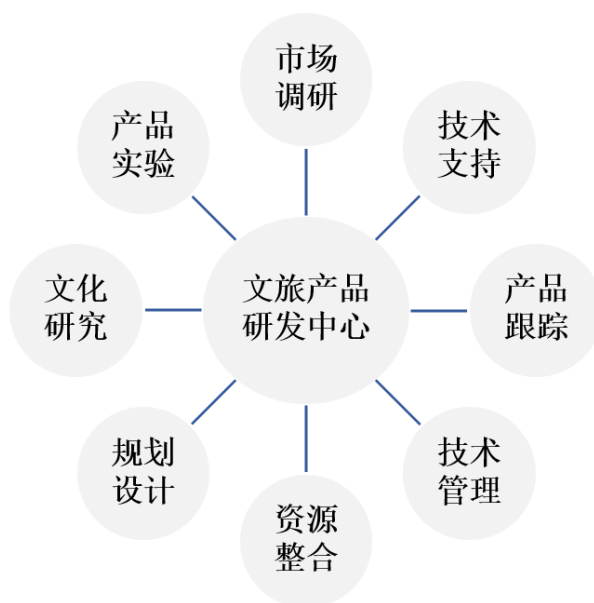
发行人未持有特许经营权。

## 七、发行人研发设计和核心技术情况

### （一）发行人研发情况

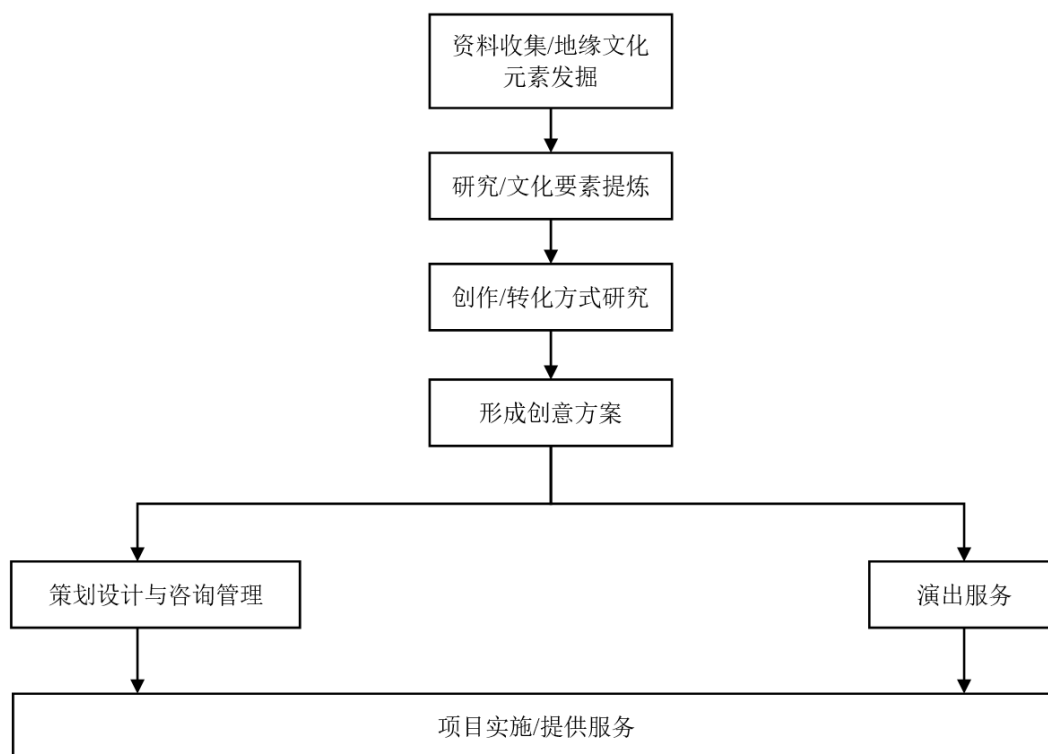
#### 1、研发机构设置

公司秉承“专注成就专业，创新引领未来”的企业发展理念，坚持品牌自主、产品创新的研发方向，遵循文化旅游行业发展趋势，公司组建了“文旅产品研发中心”（以下简称“研发中心”），配备策划设计与咨询管理方面专业技术人员从事文旅产品的研发、创新等工作。研发中心的主要工作内容如下：



#### 2、产品研发流程

公司已建立完善的产品研发体系，研发流程涉及市场调研、文化研究、规划设计、产品评审、资源整合等多个环节，根据地域、文化、消费市场等不同情况，研发适合当地发展特色的差异化产品，具体研发流程如下：



## （二）发行人核心技术情况

在国家大力推动文旅产业发展的背景下，公司的核心技术集中体现在：在园区综合业务稳步发展的同时，大力发展附加值较高创新创意服务业务，依托“文旅产品研发中心”这一平台，充分整合各种文化元素和资源，形成创意方案，并应用于策划设计、内容制作、衍生品开发、文科融合以及主题演艺等方面，使文化创意的价值得以实现，形成切实可行的文化创意产业链，推动产业的升级发展。

在园区经营管理方面，公司研发团队在文化创意开发的基础上，不断更新园区内的各项设施，使园区可以为游客持续带来游玩体验的新鲜感，并通过升级恐龙 IP 主题，充实恐龙文化的表现内容和展现方式，进而开发出更具特色的动漫衍生产品，满足游客多方位的消费需求；在策划设计与咨询管理方面，公司研发设计团队能够结合地缘文化资源，充分挖掘当地文化特色，为客户因地制宜地提供策划和设计方案。

综上所述，公司在上述方面的持续创新能力，构成了公司的核心技术。截至本招股说明书签署日，公司拥有各类专利及著作权 100 余项。报告期内，公司主营业务收入都来源于核心技术的技术成果转化。

**发行人研发投入主要为人员用工的投入，研发团队充分整合各种文化元素和**

资源，形成创意方案，并应用于策划设计、内容制作、衍生品开发、文科融合以及主题演艺等方面，研发形成的成果将作为策划设计与咨询管理业务产品提供给客户，或者形成园区内的演艺节目并最终转化为门票收入。由于发行人的研发成果与最终销售的产品和服务密不可分，为更准确体现收入成本的匹配关系，发行人未单独列示研发费用，而是将研发投入作为成本进行核算。

按照最终形成的产品服务划分，园区内演艺演出对应的编创成本计入门票业务成本，策划设计与咨询管理业务对应的研发投入在发生时通过存货-在产品-劳务成本核算，后续根据策划设计与咨询管理业务项目的收入确认时点相应结转为营业成本，具体金额如下：

单位：万元

类别	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
研发投入	1,280.57	2,156.35	1,592.36	1,106.40
其中：存货-劳务成本	1,143.46	1,900.10	1,374.70	972.86
主营业务成本	137.11	256.25	217.66	133.54

报告期内，发行人与研发活动有关的人员薪酬即通过上述科目进行核算。

### （三）发行人核心技术人员情况

#### 1、核心技术人员情况

截至本招股说明书签署日，发行人核心技术人员共4名，分别为印小强、虞炳、李华和倪燕。其中，虞炳、李华和倪燕自报告期初即为发行人核心技术人员，印小强于2018年开始为发行人核心技术人员。

#### 2、核心技术人员薪酬情况

报告期内，核心技术人员薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人/月

类别	2020年1-9月 <sup>1</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
核心技术人员薪酬总额	204.38	426.43	377.44	191.77
核心技术人员人数	4	4	4	3
人均薪酬	5.68	8.88	7.86	5.33

注1：2020年1-9月核心技术人员薪酬中不包含年终奖。

2017-2019年，核心技术人员的人均薪酬逐年增长；2020年1-9月的核心

技术人员薪酬中不包含于年末发放的年终奖，因此人均薪酬有所下降。

### 3、与同行业可比公司对比

同行业可比公司未公开披露其核心技术人员的薪酬，选用其在职高级管理人员的人均薪酬进行对比，具体如下：

单位：万元/人/月

项目	2020年1-9月 <sup>2</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城A	/	37.10	19.94	13.51
宋城演艺	/	4.06	3.23	3.29
大连圣亚	/	4.96	5.56	5.56
华强方特 <sup>1</sup>	/	/	35.13	27.15
平均数	/	15.37	15.96	12.38
中位数	/	4.96	12.75	9.53
发行人	5.68	8.88	7.86	5.33

注1：华强方特2019年末未公开披露高管薪酬；

注2：同行业可比公司未公开披露高管薪酬。

发行人核心技术人员薪酬低于华侨城A和华强方特，高于宋城演艺和大连圣亚。由于华侨城A和华强方特园区较多，业务规模较大，因此高管人均薪酬较高，拉高整体平均数和中位数。

综上所述，发行人核心技术人员薪酬并未明显低于同行业可比公司。

公司主要核心技术人员较为稳定，近两年未发生重大变动，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”和“十三、发行人董事、监事与高级管理人员及其他核心人员在最近二年内的变动情况”的相关内容。

## （四）发行人研发创新机制

### 1、创新模式

经过近二十年的经营探索和运营实践，公司已经初步形成适合自身的创新业务模式。公司通过不断内部挖掘文化内涵、激发创意内容，外部调研市场热点、引进高新技术等方式，通过游乐项目、环境艺术、主题演艺、主题活动、动漫及衍生品等设计、改造、编导、策划及制作，充实了恐龙文化的表现内容和方式，通过动漫产业链的纵深打造，将公司业务延伸至主题文化、管理咨询及动漫衍生



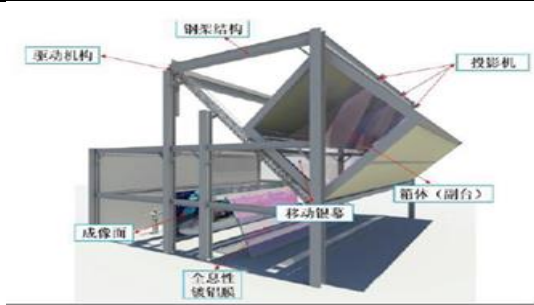

品、艺术作品的创作，完善了公司产业链，克服了国内主题公园行业产品体验雷同、主题定位不清、创意不强的行业困境，实现了核心竞争力的不断提升和商业模式的突破创新。

## 2、创新机制

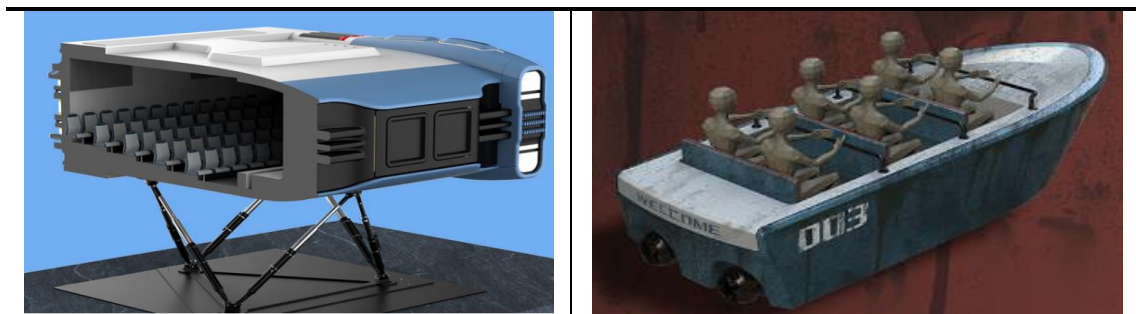
### (1) 硬件设备先进

公司特种影视创作配备有先进的高保真数码录音室、戴尔 16 组刀片式渲染农场、三维立体投影放映厅等硬件设备以及电影级三维立体制作软件，使用最新渲染技术物理解算，实时虚幻引擎效果预览，光线追踪打造次世代 pbr 真实效果，极致实时互动效果。同步在图形图像识别算法开发、智能 AI 系统、互动硬件研发、U3D, UE4 引擎互动程序及内容制作以及系统集成等，确保新产品研发的顺利实现和有效转化。

公司具备一系列高端定制化游乐硬件设备，包括：大型沉浸式巴士乘骑、六自由度飞行影院、全息魔幻剧场、智能仿生机器人、大型体验类动感舱、无轨水上乘骑等。部分硬件设备列举如下：

大型沉浸式巴士乘骑	六自由度飞行影院
	
全息魔幻剧场	智能仿生机器人
	
大型体验动感舱	无轨水上骑乘





## （2）人才体系完善

公司拥有多名具有多年主题公园运营管理经验的综合性人才，同时也培养和吸纳了部分创新性技术性人才，形成以核心技术人员为主，其他专业技术人员为辅的研发人员梯队建设培养模式，聚集了一批专业程度较高的文旅产业应用型人才。公司子公司恐龙园设计和恐龙园文科专注于设计创意与现代技术手段的有效结合，保障了产品研发的顺利推进。

## （3）行业交流频繁

公司设有专门的产业发展研究部门，负责跟踪行业发展热点及发展趋势，紧紧围绕国内外行业热点及先进技术、创新技术使用场景和产品应用模式，通过行业协会、品牌发布会等多种渠道和方式，与行业内知名企业开展深度交流，激发创新思路。公司还定期组织相关人员前往国内外行业标杆企业进行专题考察，实地考察先进科技成果及成功经验，为公司提供创新来源。

## （4）制度建设健全

公司建立了《项目评审制度》、《商品开发规范及评审体系》等运行制度，并通过资源保障、“头脑风暴会议”、创新文化营造、激励机制等方式，激发员工创造灵感。

## 八、发行人的境外经营情况

发行人不存在境外经营。

## 第七节 公司治理与独立性

### 一、概述

公司根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规的规定，已建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，并在董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等四个专门委员会。公司逐步制定并完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作制度》、《重大投资决策管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等公司治理的相关制度。报告期内，公司股东大会、董事会及其下属各专门委员会、监事会依照相关法律法规及《公司章程》规范运行，各股东、董事、监事及高级管理人员依照有关规定切实行使权利，并履行相应的义务与职责。通过上述组织机构的建立和相关制度的实施，公司已经逐步建立健全了符合上市要求的公司治理结构。

### 二、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会等机构和人员的运行及履职情况

#### （一）股东大会的运行情况

股东大会是公司的权力机构，公司严格按照《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的相关规定召开股东大会，保证股东能够依法行使相应的权利，维护股东的合法权益。

自2017年以来，公司共召开了8次股东大会，会议召开的具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	2016年度股东大会	2017年5月19日
2	2017年第一次临时股东大会	2017年9月9日
3	2017年度股东大会	2018年5月25日
4	2018年度股东大会	2019年5月8日
5	2019年第一次临时股东大会	2019年9月21日
6	2019年年度股东大会	2020年4月23日
7	2020年第一次临时股东大会	2020年6月30日
8	2020年第二次临时股东大会	2020年9月16日

相关股东或股东代表出席了上述会议，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

## （二）董事会制度的运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，董事会规范运行，公司董事按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。

### 1、董事会的构成

根据《公司章程》和《董事会议事规则》，董事会由9名董事组成。董事会设立独立董事（至少有一名会计专业人士），且董事会成员中至少包括1/3独立董事。董事由股东大会选举或更换，任期三年。董事任期届满，可连选连任。公司设董事长一人，由公司董事担任，由董事会以全体董事的过半数选举产生和罢免。

### 2、董事会制度的运行情况

自2017年以来，公司共召开了24次董事会会议，会议召开的具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	第二届董事会第十一次会议	2017年3月1日
2	第二届董事会第十二次会议	2017年4月25日
3	第二届董事会第十三次会议	2017年6月15日
4	第二届董事会第十四次会议	2017年8月23日
5	第三届董事会第一次会议	2017年9月9日
6	第三届董事会第二次会议	2017年10月23日
7	第三届董事会第三次会议	2017年11月18日
8	第三届董事会第四次会议	2018年4月13日
9	第三届董事会第五次会议	2018年5月3日
10	第三届董事会第六次会议	2018年7月28日
11	第三届董事会第七次会议	2018年9月14日
12	第三届董事会第八次会议	2018年12月4日
13	第三届董事会第九次会议	2019年3月27日
14	第三届董事会第十次会议	2019年4月14日
15	第三届董事会第十一次会议	2019年8月26日
16	第三届董事会第十二次会议	2019年9月5日
17	第三届董事会第十三次会议	2019年12月14日

序号	会议名称	召开时间
18	第三届董事会第十四次会议	2020年3月31日
19	第三届董事会第十五次会议	2020年6月14日
20	<b>第三届董事会第十六次会议</b>	<b>2020年8月26日</b>
21	<b>第三届董事会第十七次会议</b>	<b>2020年8月31日</b>
22	<b>第三届董事会第十八次会议</b>	<b>2020年9月10日</b>
23	<b>第四届董事会第一次会议</b>	<b>2020年9月16日</b>
24	<b>第四届董事会第二次会议</b>	<b>2020年11月6日</b>

相关董事出席了上述会议，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

### （三）监事会制度的运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，监事会规范运行，公司监事按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利。

#### 1、监事会的构成

公司设监事会，监事会由3名监事组成，分别由股东代表和公司职工代表担任，职工代表担任的监事不得少于1/3。

监事会设主席1人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。

监事每届任期三年。股东代表担任的监事由股东大会选举或更换，职工担任的监事由公司职工民主选举产生或更换，监事连选可以连任。

#### 2、监事会制度的运行情况

自2017年以来，公司共召开了11次监事会会议，会议召开的具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	第二届监事会第六次会议	2017年4月25日
2	第二届监事会第七次会议	2017年8月23日
3	第三届监事会第一次会议	2017年9月9日
4	第三届监事会第二次会议	2018年4月13日
5	第三届监事会第三次会议	2018年7月28日

序号	会议名称	召开时间
6	第三届监事会第四次会议	2019年4月14日
7	第三届监事会第五次会议	2019年8月26日
8	第三届监事会第六次会议	2020年3月31日
9	<b>第三届监事会第七次会议</b>	<b>2020年8月26日</b>
10	<b>第三届监事会第八次会议</b>	<b>2020年8月31日</b>
11	<b>第四届监事会第一次会议</b>	<b>2020年9月16日</b>

相关监事出席了上述会议，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

#### （四）独立董事制度的运行情况

公司现有独立董事3名，独立董事人数占公司9名董事人数的比例不少于1/3，其中包括一名会计专业人士。三名独立董事自聘任以来出席了历次召开的董事会并对相关议案进行了表决。

公司建立独立董事制度以来，独立董事按照相关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其关注中小股东的合法权益不受损害，在公司董事、高级管理人员的聘用及薪酬、关联交易、公司重要管理制度的拟定及重大经营的决策等方面均发挥了重要作用。

#### （五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的规定，公司设董事会秘书，为公司高级管理人员。董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或者解聘，对董事会负责。公司现设董事会秘书1名，由丁光辉先生担任。

公司董事会秘书自任职以来，按照《公司法》、《公司章程》和《董事会秘书工作制度》认真履行了各项职责。

#### （六）董事会专门委员会的运行情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。

截至本招股说明书签署日，董事会各专门委员会的具体人员构成情况如下：

委员会	成员	召集人
-----	----	-----

委员会	成员	召集人
战略委员会	沈波、许晓音、 <b>马国平</b> 、 <b>冯彦庆</b> 、黄震方	沈波
审计委员会	王普查、沈波、 <b>马国平</b> 、 <b>黄震方</b> 、刘永宝	王普查
提名委员会	刘永宝、沈波、 <b>许晓音</b> 、黄震方、 <b>王普查</b>	刘永宝
薪酬与考核委员会	黄震方、许晓音、 <b>宗俊</b> 、王普查、 <b>刘永宝</b>	黄震方

### 1、董事会战略委员会的构成

战略委员会由董事长及其他四名董事组成，其中包括一名独立董事。除董事长外，本委员会其他四名委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。

目前，公司董事会战略委员会成员为沈波、许晓音、**马国平**、**冯彦庆**、黄震方，其中**黄震方**为独立董事，公司董事长沈波为召集人。

### 2、董事会审计委员会的构成

审计委员会成员由**五**名董事组成，其中独立董事**三**名（包括一名专业人士）。审计委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。

目前，公司董事会审计委员会成员为王普查、沈波、**马国平**、**黄震方**、刘永宝，其中王普查、**黄震方**和刘永宝为独立董事，公司独立董事王普查为召集人。

### 3、董事会提名委员会的构成

提名委员会成员由**五**名董事组成，其中包括**三**名独立董事。提名委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一提名，并由董事会选举产生。

目前，公司董事会提名委员会成员为刘永宝、沈波、**许晓音**、黄震方、**王普查**，其中刘永宝、黄震方和**王普查**为独立董事，公司独立董事刘永宝为召集人。

### 4、董事会薪酬与考核委员会的构成

薪酬与考核委员会成员由**五**名董事组成，其中包括**三**名独立董事。薪酬与考核委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。

目前，公司董事会薪酬与考核委员会成员为黄震方、许晓音、宗俊、王普查、刘永宝，其中黄震方、王普查和刘永宝为独立董事，公司独立董事黄震方为召集人。

### 5、董事会专门委员会的运行情况

公司各专门委员会按照各项实施细则等相关规定召开会议，审议各该委员会职权范围内的事项，各委员会履行职责情况良好。自2017年以来，董事会战略委员会、董事会审计委员会、董事会提名委员会、董事会薪酬与考核委员会各自召开过7次会议。

## 三、特别表决权股份或类似安排的情况

公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

## 四、协议控制架构的情况

公司不存在协议控制架构的情况。

## 五、发行人内部控制制度情况

### （一）发行人管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估

公司董事会认为，公司已经建立起的内部控制体系符合《企业内部控制基本规范》及相关规范的要求，内部控制机制和内部控制制度在完整性、合理性及有效性等方面不存在重大缺陷。截至本招股说明书签署日，本公司按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制。

### （二）注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

信永中和出具了《内部控制鉴证报告》（XYZH/2020SHAA20002 号），认为：恐龙园股份按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 9 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

### （三）发行人信息系统的基本情况

#### 1、发行人信息系统的相关控制环节、对关键控制环节的设置情况

报告期内，公司的信息系统由两部分组成，具体如下：

(1) 业务系统

报告期内，公司的业务系统包括深大智能票务系统（包括线下深大智能管理系统和线上的智游宝系统）、俱乐部智能票务系统以及酒店管理系统；

(2) 财务系统

报告期内，公司的财务系统为用友 NC 财务系统。

报告期内，公司信息系统的名称、相关控制环节、对关键控制环节的设置以及作用如下表所示：

信息系统名称	相关控制环节	关键控制环节	关键控制环节	关键控制环节的作用
深大智能管理系统	散客和商务团体的建票、售票以及全渠道检票记录（线下票务系统）	销售定价管理	1、计划财务部票证会计根据产品地接部提供的价格政策在系统中维护票型票价，经新增/修改后的票型票价默认暂停使用，经财务经理审核后生效； 2、产品地接部专员关联已存在的票型票价，并根据价格政策维护分销商价格，经产品地接部经理审核后启用/禁用。	票型票价设置经过合适的授权及审批
		商务团体信用管理	1、计划财务部收入会计根据产品地接部提供的政策在系统中维护客户信用额度，维护信誉额度充值，经财务经理审核后方可生效； 2、若超过授信额度的客户下单，系统自动设置付款方式为到付，不可进行签单。	客户信用额度经适当的授权及审批
		销售订单的形成	1、散客： 各收银员根据深大智能管理系统设置票种进行销售，支付成功后生成订单。 2、商务团体： 旅行社、单位客户通过深大智能票务系统下达组团订单，公司产品地接部订单管理员审核并确认回复，并于旅行社、单位客户游玩当天出票，出票时生成销售订单。	确保所有销售订单数据及时、准确记录
		销售订单的核销	1、刷票时，闸机语音播报票种； 2、游客经闸机验证后入园，系统自动变更检票状态为“已检票”； 3、若为电子商务门票，深大系统再将检票结果回传至智游宝系统。	入园信息及时、准确地被记录
智游宝系统	电子商务门票建票以及售票（线上票务系统）	销售定价管理	1、票种、票种价格日历设置及售卖规则由产品地接部提供产品价格政策，经产品地接部经理、计划财务部经理、景区副总经理与景区总经理审批通过后，维护产品票种信息至智游宝系统； 2、OTA 平台的销售价格政策由公司产品地接部根据审批通过的销售价格政策设置维护，同时关联价格至确认的分销渠道。	票型票价设置经过合适的授权及审批
		OTA 平台	由公司电商部或者营销部申请，计划财务部报	客户信用额



信息系统名称	相关控制环节	关键控制环节	关键控制环节	关键控制环节的作用
		授信额度管理	据经审核的年度门票销售信用政策在系统结算中心模块维护 OTA 平台的授信额度。	度经适当的授权及审批
		销售订单的形成	系统自动接收 OTA 网站或者自营平台（包括公司官网以及淘宝直营平台）传来的销售订单，自动完成信用存款审核出票。	所有销售订单数据及时、准确记录
俱乐部智能票务系统	俱乐部门票建设及售票	销售定价管理	发行人市场部专员根据销售定价政策对客户包含的票型及价格进行配置，经计划财务部票证会计审核后生效。	票型票价设置经过合适的授权及审批
		销售订单的形成	1、现场售票 客户在现场购票，出票成功后进入系统。 2、电商取票 客户可通过 OTA 平台或直营平台下单，智游宝系统自动推送订单信息至俱乐部票务系统，客户取票时通过线上订单登记的手机号查询订单并打印出票。	所有销售订单数据及时、准确记录
		销售订单的核销	扫码核销后的票据状态自动变成“已核销”，同时记录操作时间。	核销情况及时、准确地被记录
酒店管理 系统（包括绿云和西软酒店管理系统）	酒店客房预订、接待、礼品、餐饮服务	房价以及礼品价格等主要数据的维护	1、公司产品地接部专员根据产品政策在酒店系统中维护房价码，系统自动检查房价码和协议单位的匹配关系，对于不匹配的单位及房价码，系统进行提示； 2、公司的系统管理员在酒店系统综合收银模块中维护礼品信息，系统自动根据所属类别对礼品进行编码；维护后的数据自动传输至用友 NC 财务系统。	房价以及礼品数据维护及时、准确
		酒店订单的形成	1、预订部下单 公司预订部根据客户需求在系统中创建订单，不存在修改订单价格的权限。若预订部若选择未定义入住期间房价码的，系统自动进行提示。 2、第三方平台下单 客户通过第三方平台下单后自动传输至系统。订单自动显示第三方平台名称。	所有销售订单数据及时、准确记录
		酒店订单的入住	客户入住时，酒店前台在预订单中录入房号信息，系统自动同步付费房类报价。系统自动检查付费房类与入住房类一致性以及付费房类与包价一致性。当两者不一致时，系统进行提示。	入住数据及时、准确记录
		礼品销售订单的形成	1、酒店大堂在酒店系统中选择售卖的商品，输入数量后结账。系统自动记录销售明细生成餐饮销售明细表； 2、系统每日凌晨自动传输前一日销售明细表至用友 NC 财务系统生成销售出库单，自动扣减库存。	所有销售订单数据及时、准确记录
		餐饮销售订单的形	1、结转房费 若顾客选择餐饮费用记入房费，则在确认房费	餐饮收入划拨及时、准

信息系统名称	相关控制环节	关键控制环节	关键控制环节	关键控制环节的作用
		成	收入时，系统自动将预定房费中的餐饮费用结转至房费； 2、大厅消费 若顾客仅在酒店大厅消费，则在选择餐饮种类并付费后自动计算餐饮收入。	确
用友NC财务系统	园区内商品、餐饮的采购和存货管理，企业财务系统的管理	采购管理	实现供应商资格和信息管理、请购管理、采购订单管理、采购入库管理等功能。	采购管理设置和运行有效
		库存管理	实现采购入库管理、领用出库管理、销售出库管理、盘点管理、库存报表生成等功能。	库存管理设置和运行有效
		总账管理	实现账、证、表一体化查询和处理以及多辅助科目的核算，生成和显示科目余额表及期间发生情况，统计科目及项目明细账。	总账管理设置和运行有效
		固定资产管理	记录资产从入账到清理的全生命周期的财务信息和使用信息。包含固定资产卡片初始入账以及增加、减少、处置等变动情况录入，设定折旧年限及残值率后自动计提折旧，并按规定的方法自动分摊，且生成相关凭证。	固定资产管理设置和运行有效
		存货核算管理	实现采购入库单和销售出库单等单据校对和记账处理、期末材料结存和领料价格处理（系统自动按照月末一次加权平均计算）等功能。	存货核算管理设置和运行有效
		报表管理	设置报表汇总与统计机制，自动生成财务报表，并按需进行报表分析。	报表管理设置和运行有效
		系统权限管理	各岗位设置明确的职责权限，实现不相容岗位相分离的职责。	权限设置合理和运行有效

## 2、发行人保障信息系统执行有效性的具体措施

报告期内，公司执行了如下具体措施，以保障信息系统有效执行：

(1) 公司建立并发布了信息技术管理相关的规章制度，对信息系统管理、系统操作规范等进行了规定，覆盖了 IT 控制环境、计算机运行和对数据和程序的访问控制等方面内容；

(2) 公司建立了 IT 部门组织架构，设立专门的部门负责公司的 IT 管理，主要职责包括运维保障、产品研发、集成规划等方面的内容；

(3) 公司配置了相应的装备用来保证电脑机房的安全，以保证服务器的持续有效工作；

(4) 公司安排专人，通过每日巡检，从机房、现场收银、票务、园区等方

面开展巡检工作；

(5) 对于需新上架的门票销售，票证主管在智游宝系统中将新门票配置给 OTA 测试渠道，票证主管在智游宝下测试订单，由市场营销中心产品地接部下设产品部、计财部、信息管理部、门禁共同对新售票种进行测试，测试结果由信息主管统一归档，测试完成后经票证主管确认后产品部方可上架门票给第三方客户销售；

(6) 官网订单由银联自动收款转账后票务系统自动发出门票。信息管理部信息主管不定期检查系统技术接口是否正常生成检查记录。对于淘宝自营门店的销售订单，信息管理部信息主管定期检查系统技术接口是否正常生成检查记录。

### 3、发行人信息系统关键控制环节的执行情况

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）IT 审计团队按照 2009 年 7 月份由财政部、证监会、审计署、银监会、保监会联合下发的《企业内控控制基本规范》、财政部会计司解读《企业内部控制应用指引》第 18 条的要求，并结合 COBIT 的评估方法和标准，确定被审计实体的计算机运作环境和相关控制是否能够充分支持以控制信赖策略来获取合理保证，对发行人 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 9 月 30 日期间信息系统进行了审计并出具了《恐龙园文化旅游集团股份有限公司信息系统审计报告》，发表了如下结论：

“经审计我们认为：

1、公司在信息技术治理，系统开发与变更，运维与安全等内部控制关键控制点设计和运行有效；

2、信息系统的收入成本的算法、接口控制、参数配置、不相容岗位权限控制、报表输入输出等应用控制基本有效。

3、通过对恐龙园订单数据进行分析，包含主要经营指标的趋势和集中度分析，未发现销售数据存在异常的情况。”

因此，公司的信息系统已经设立相关的控制环节，关键控制环节的设置合理且有效执行。

### 3、相关信息系统与财务信息的对接情况及方式

报告期内，公司相关信息系统与财务信息的对接情况及方式如下表所示：

信息系统名称	信息系统与财务信息对接的内容	信息系统与财务信息的对接方式
深大票务管理系统	票务收入：根据门票销售流水生成的散客收银汇总表、客户单位门票销售表，酒店出入证明细	对接方式为人工对接，公司安排财务部门人员对于汇总数据录入并安排专人进行数据复核。公司根据散客收银汇总表、客户单位门票销售表、酒店出入证明细每日进行相应账务处理，确保销售收入真实、准确、完整被记录。
智游宝系统	票务收入：根据智游宝订单生成的营业汇总（明细）表、分销营业报表； 票务成本：分成报表（外部采购的成本报表）	对接方式为人工对接，公司安排财务部门人员对于汇总数据录入并安排专人进行数据复核。其中收入部分是根据分销营业报表、营业汇总表进行相应账务处理，成本部分是根据分成报表进行相应账务处理。 通过上述对接方式，保证销售收入与成本真实、准确、完整被记录。
俱乐部智能票务系统	俱乐部收入：根据订单生成的票务报表	门票和餐饮数据的对接方式为人工对接（专人录入汇总数据并由专人进行复核），并根据当日票务报表进行账务处理；商品数据通过信息系统传输至NC用友财务系统，进行账务处理。通过上述对接方式，确保销售收入真实、准确、完整被记录。
绿云酒店系统 (2016.10-2019.10)	酒店收入：根据订单生成的酒店稽核报表	酒店收入的对接方式为人工对接，公司安排财务部门人员对于稽核报表的汇总数据录入并安排专人进行数据复核，确保销售收入真实、准确、完整被记录。
西软酒店系统 (2019.11至今)	酒店收入：根据订单生成的酒店营业报表； 餐饮成本：试算平衡报表	酒店收入的对接方式为接口传输，根据接口自动传输的凭证进行账务处理；餐饮成本的对接方式为人工对接，根据试算平衡报表确认从恐龙人俱乐部采购的餐饮成本，确保销售收入与成本真实、准确、完整被记录。
用友NC系统	成本类：入库单、采购结算单、出入库流水、收发存结余表； 收入类：门店销售、销售订单执行查询	根据入库单、采购发票做暂估入库或采购入库账务处理； 复核采购发票，并根据申请付款单经内部审批后向供应商付款； 根据收发存汇总表进行相应账务处理；根据系统自动生成的销售凭证进行账务处理。

4、发行人通过信息系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面保证收入和成本确认、各项财务数据真实、准确、完整的措施

报告期内，公司为保证收入和成本确认真实、准确和完整，从信息系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面，执行的具体措施如下：

#### (1) 园区门票业务

##### 1) 散客

①收入会计每日将《收银缴款单》中收入金额与电子票务系统收银报表进行核对，核对无误后签字确认；

②每天营业结束，总收银员将《收银回单》、《收银缴款单》一并提交收入会计。收入会计根据票务系统收入报表核对并进行会计记录。计划财务部会计经理审核记账凭证及附件。

##### 2) 期限卡

①收入会计将《收银缴款单》中收入金额与电子票务系统收银报表进行核对，票证主管检查《续卡申请单》与系统销售是否一致，核对无误后签字确认；

②每天营业结束，总收银员将《银行回单》、《收银缴款单》等单据一并提交收入会计。收入会计根据票务系统收入报表核对并进行会计记录。计划财务部会计经理审核记账凭证及附件；

③每月结账前，收入会计编制《年卡销售收入分摊计算单》，提交至会计经理审核，审核通过后签字确认；

④计划财务部收入会计根据已审核通过的《年卡销售收入分摊计算单》中的信息在 NC 用友账务系统中确认收入并进行会计记录。计划财务部会计经理审核记账凭证及附件。

##### 3) OTA 平台以及协议团队

①对于 OTA 平台，收入会计每日根据票务系统销售报表确认前一日销售收入；对于协议团队客户，收入会计根据总收银提供的收银缴款单、银行缴款回单、票务系统销售报表、发票记账联、《客户签单》确认前一日销售收入。会计经理审核记账凭证及附件；

②月末结账前，收入会计打印《应收账款账龄明细表》经财务总经理审核，提交相关收入业务管理部门负责人落实业务经办人对账并催收，销售经理、业务经办人与《应收账款业务台账》记录核对或联系欠款客户进行对账。如对账相符，收入业务管理部门负责人、销售经理、业务经办人在《应收账款账龄明细表》上签证，返回计财部收入会计收档，对账不符由收入会计出具交易明细清单、对方同时出具清单进行核对，收入业务管理部门负责人可要求财务人员协助并一同前往客户单位对帐，如因开票等入账时间差异不符，收入会计编制《对账调节表》，经对方确认返回后收档，如因合同争议、销售折让等原因造成不符，由销售经理、业务经办人提出书面处理意见，报经收入业务管理部门负责人、财务总经理审批，提出补充或修改合同，按合同规定审批流程审批，收入会计相应调整账差。

#### 4) 电商直营

计划财务部收入会计每日根据智游宝销售记录清单及票务系统发码清单，编制凭证确认收入进行会计记录。同时每日对智游宝负数销售金额和退款金额核对一致，编制凭证确认负数收入进行会计记录。财务经理审核记账凭证及附件。

#### (2) 园区其他运营业务

园区其他运营业务包括恐龙园内售卖的旅游商品、食品，提供游乐项目、餐饮服务等。具体的措施如下：

##### 1) 收入确认

①收入会计每天营业结束，在系统中生成销售清单，根据总收银缴款回单等收银相关单据确认上日销售收入。会计经理审核记帐凭证及附件；

②月末结账前，收入会计打印《应收账款账龄明细表》经财务总经理审核，提交相关收入业务管理部门负责人落实业务经办人对账并催收，销售经理、业务经办人与《应收账款业务台账》记录核对或联系欠款客户进行对账。如对账相符，收入业务管理部门负责人、销售经理、业务经办人在《应收账款账龄明细表》上签证，返回计财部收入会计收档，对账不符由收入会计出具交易明细清单、对方同时出具清单进行核对，收入业务管理部门负责人可要求财务人员

协助并一同前往客户单位对帐，如因开票等入账时间差异不符，收入会计编制《对账调节表》，经对方确认返回后收档，如因合同争议、销售折让等原因造成不符，由销售经理、业务经办人提出书面处理意见，报经收入业务管理部门负责人、财务总监审批，提出补充或修改合同，按合同规定审批流程审批，收入会计相应调整账差。

## 2) 成本确认

①仓库管理员根据已审核加盖财务收讫章的《销售单》发出商品，在 NC 用友财务系统中生成《出库单》并打印，由客户经办人签字确认。《出库单》交至计划财务部存货主管会计；

②财务人员在审批采购发票前先检查采购员提交发票的数量金额与采购员线上提交的采购发票是否一致，检查无误后在系统中审批；

③财务人员在根据应付单生成凭证之前完善摘要，检查借贷方科目与金额是否正确；

④财务人员在暂估应付前会检查单据中的暂估本币无税单价是否存在空白，如果是空白则根据库存管理扣减采购入库中该物料的最新单价进行补充，否则按照上月结存单价；

⑤财务人员在生成出入库凭证之前会参照收发存汇总表核对 NC 系统自动生成的凭证金额，金额一致后修正摘要和科目；若金额不一致，则月末系统控制不能结账。

因此，报告期内，公司相关信息系统与财务信息的对接情况均有效执行相应的内控措施，在信息系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面保证发行人收入和成本确认、各项财务数据真实、准确、完整。

5、在信息系统核查中，发行人已按相关要求，向保荐人和申报会计师完整提供报告期应用的信息系统情况并开放足够权限

在信息系统的核查中，公司根据保荐人、申报会计师提出的需求向其提供完整报告期（2017年1月1日至2020年9月30日）应用的信息系统情况并向其提供拥有足够权限的账号，系统权限具体包括：深大票务管理系统订单及报

表查询与导出权限，包含报告期内公司的票务报表、期限卡报表、电子商务报表、散客收银报表以及团队票房报表等；智游宝系统用户中心、产品中心以及结算中心模块查询权限，订单中心和报表中心模块查询以及导出权限。

在报告期内，公司通过以下方式向保荐人和申报会计师提供报告期应用的信息系统情况，并开放足够权限对于公司的信息系统进行核查：

(1) 公司完整保留了自信息系统上线以来的完整订单数据，实现订单的可追溯性，保证订单来源的可查性；

(2) 公司的服务器、网络设备均位于公司的机房，公司严格规范机房的出入管理，防止机房非授权的访问，保证机房设备有效运行，降低因设备失效而对数据的完整性及有效性造成影响；

(3) 在核查过程中，公司全力配合保荐人和申报会计师接触其认为必要的信息系统管理者和使用者，确保保荐人和申报会计师取得真实、准确和完整的信息系统相关资料。

因此，公司已按相关要求向保荐人和申报会计师完整提供报告期应用的信息系统情况并开放足够权限。

6、报告期内未发生数据错误或信息系统故障情况以及发行人与客户或供应商因数据错误或差异导致纠纷的情形

报告期内，公司若遭遇数据错误或信息系统故障且现场无法解决时，首先由公司业务人员电话联系信息部进行处理，对于电话中无法讨论解决的复杂问题，信息部技术工程师利用远端测试手段对系统故障远程诊断，进行故障排除或向客户提供详尽的故障解决方案。当客户的故障经电话及远程支持均无法诊断或排除时，信息部联系供应商进行协商处理，同时现场会针对异常情况填写情况说明，并根据情况交由信息部加签、财务留存。另外，公司针对各信息系统已建立备份，同时公司每半年定期开展备份恢复演练，以应对信息系统数据错误或异常的情况。

报告期内，公司与客户或供应商核对数据的具体流程为：月末结账前，公司财务人员与客户或供应商核对应收账款/应付账款是否一致，若对账不符，则双方同时出具清单进行核对，并根据差异原因，编制《对账调节表》或由业务



经办人提出书面处理意见，报经业务管理部门负责人、财务总经理审批，提出补充或修改合同，按合同规定审批流程审批，财务人员相应调整账差。

报告期内，公司不存在发生数据错误或信息系统故障的情况，未发生与客户或供应商因数据错误或差异导致纠纷的情形。

## 六、发行人报告期内违法违规行为的情况

报告期内，公司不存在重大违法违规行为，也不存在被政府监管部门予以重大处罚的情形。

## 七、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司与关联方之间的资金往来和其他情况详见本节之“十、关联方及关联关系”。截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用，也不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

## 八、发行人独立运行情况

公司设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立了完善的公司法人治理结构。公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

### （一）资产完整情况

公司是依法由有限公司整体变更设立的股份公司，拥有和使用的资产主要包括房产、游乐设备、土地使用权、商标、专利等与生产经营相关的资产以及其他辅助、配套资产。公司与控股股东、实际控制人等关联方之间的资产权属明晰，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权。截至本招股说明书签署日，公司不存在资金、资产被股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

### （二）人员独立情况

公司已与员工签署劳动合同，建立了独立的人事管理部门及人事管理制度。公司董事、监事以及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》等规定

的程序选举或聘任产生。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职和领薪。

### **（三）财务独立情况**

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

### **（四）机构独立情况**

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

### **（五）业务独立情况**

报告期内，公司为整合业务资源，实现全产业链的发展战略，收购了恐龙人酒店 100%股权。目前，公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或显失公平的关联交易。

### **（六）主营业务、控制权、管理团队稳定**

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持公司的股份权属清晰，最近二年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

### **（七）不存在对发行人持续经营的有重大影响的事项**

公司不存在主要资产、核心技术以及商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

## 九、同业竞争

### （一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争。

#### 1、公司与控股股东、实际控制人、控股股东控制的其他企业主营业务不同

公司的主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务；公司的控股股东龙控集团的主营业务为股权投资、自有房屋租赁服务、投资咨询服务；常州市国资委为公司实际控制人。公司控股股东控制的其他企业的主营业务未包括主题园区运营、酒店和旅行社等旅游配套服务以及策划设计与管理咨询等创新创意服务项目，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（四）控股股东控制的其他企业情况”。

#### 2、公司控股股东控制的企业存在运营少量旅游类资产的情况，但对公司不构成重大不利影响

截至本招股说明书签署日，公司控股股东龙控集团控制的环龙实业拥有少量旅游类资产并委托迪诺商管运营，包括东经 120 观光塔和旋转木马。东经 120 观光塔为游客提供观景服务；旋转木马为室外双层转马设备，系商场配套游乐设备。此外，迪诺商管负责运营位于迪诺水镇的蜡像馆，资产所有者非发行人关联方。

报告期内，迪诺商管运营的旅游类资产营业收入及毛利如下：

单位：万元

项目	营业收入			
	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
观光塔	81.33	223.37	268.44	216.18
蜡像馆	15.74	59.84	74.67	41.91
旋转木马	21.82	39.44	41.93	45.01
合计	118.89	322.65	385.04	303.10
占发行人主营业务收入的比例	0.38%	0.50%	0.67%	0.59%
项目	营业毛利			

	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
观光塔	28.33	141.52	186.44	134.18
蜡像馆	5.09	21.97	31.06	19.03
旋转木马	2.82	12.54	14.93	18.01
合计	36.24	176.03	232.43	171.22
占发行人主营业务毛利的比例	0.59%	0.66%	0.93%	0.75%

上述旅游类资产均位于“中华恐龙园”园区以外，功能与服务内容单一，与“中华恐龙园”园区提供的研学、娱乐、演艺等景区综合旅游服务无法构成替代关系，且营业收入和毛利较小，报告期内各期占公司营业收入和毛利的比例均不及1%。因此，环龙实业拥有、迪诺商管运营的旅游类资产对公司不构成重大不利影响。

除上述情况外，公司控股股东及其控制的企业未从事其他与发行人相同或相似的业务。

### 3、报告期内公司同业竞争的规范措施

报告期内，公司控股股东龙控集团曾控制东方盐湖城、龙汤温泉、常州东方盐湖城酒店，该等公司的主营业务为旅游度假景区运营和酒店运营，与公司存在从事相同或相似业务的情况。

东方盐湖城系龙控集团于2011年设立，主要经营“东方盐湖城——道天下”景区，该景区位于常州市金坛区，距离恐龙园景区约80公里，是一家以中国道教文化为主题的山水闲养旅游度假景区，以道教文化及周易八卦为核心元素，并包含江南山水小镇为特点的度假客栈、中华道文化博物馆、白云书院及传统的民俗演艺等内容；东方盐湖城酒店系东方盐湖城于2016年设立，主要经营“东方盐湖城——道天下”景区的酒店住宿业务，景区酒店依照中国古代客栈模式装潢运营，客户主要为中老年人士、商务人士及道教文化爱好者；龙汤温泉系龙控集团于2007年设立，主要经营温泉及酒店住宿业务，主要资产为温泉相关设施及酒店客房，位于环球恐龙城内。

公司主营业务包括“中华恐龙园”园区的综合运营以及配套酒店服务。公司的主题公园以“恐龙”为核心文化元素，将内容创意与技术设备、环艺景观、服务设施创新相互结合，满足游客休闲娱乐、文化体验及科普教育等方面的多

重需求，客户以学生、青少年和亲子家庭为主。公司的子公司恐龙人酒店主营业务为酒店运营管理，主要资产为恐龙人俱乐部酒店，位于“中华恐龙园”景区周边。恐龙人酒店的收入来源主要为住宿收入，客户主要为在“中华恐龙园”景区有住宿需求的游客。2017-2018年度，东方盐湖城和东方盐湖城酒店的营业收入占比如下表所示：

单位：万元

项目	营业收入	
	2018 年度	2017 年度
东方盐湖城	9,995.41	10,856.18
占发行人主营业务收入的比例	15.31%	18.84%
东方盐湖城酒店	-	-
占发行人主营业务收入的比例	-	-

注：2017 和 2018 年度东方盐湖城酒店尚未正式营业。

龙汤温泉的收入来源主要为温泉及住宿收入，客户主要为常州及周边地区有休闲、养生、沐浴需求的消费人群。2017-2018 年度，龙汤温泉的住宿收入为 890.97 万元和 430.19 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 1.74% 和 0.75%，占比较小。

为妥善解决上述问题，龙控集团于 2019 年 8 月 14 日将其所持有的东方盐湖城酒店和龙汤温泉 100% 股权转让至东方盐湖城，并于 2019 年 11 月 7 日根据常州市国资委下发的《关于同意无偿划转东方盐湖城旅游发展有限公司的批复》将全资子公司东方盐湖城的股权无偿划转给常州市新北区人民政府。相关企业基本信息如下：

序号	公司名称	成立日期	注册资本 (万元)	主营业务	原股权结构	现股权状态
1	东方盐湖城	2011-3-16	64,000.00	道天下景区运营管理	龙控集团持股 100%	无偿划转至常州市新北区人民政府
2	东方盐湖城酒店	2016-12-29	2,000.00	道天下景区酒店及住宿运营管理	东方盐湖城持股 100%	和东方盐湖城一并无偿划转至常州市新北区人民政府
3	龙汤温泉	2007-1-25	8,000.00	经营温泉及酒店住宿业务	龙控集团持股 100%	龙控集团将龙汤温泉 100% 股权转让给东方盐湖城，和东方盐湖城一并无偿划转至常

序号	公司名称	成立日期	注册资本 (万元)	主营业务	原股权结构	现股权状态
						州市新北区人民政府

东方盐湖城及东方盐湖城酒店与发行人所处的地理位置不同，产品服务、经营资产及客户群体等方面均存在显著差异，未对发行人的业务产生重大不利影响；龙汤温泉与发行人产品服务、经营资产及客户等方面均存在一定差异，且龙汤温泉的酒店住宿业务经营规模较小，未对发行人的业务产生重大不利影响。股权调整后，龙控集团控制的企业不再经营景区和酒店业务，同业竞争情况得到规范。

鉴于公司控股股东龙控集团曾控制的东方盐湖城、东方盐湖城酒店、龙汤温泉以及迪诺商管运营的旅游类资产的营业收入占发行人同期的主营业务收入比例较低，且上述主体与发行人在产品服务、经营资产及客户等方面均存在差异，其中东方盐湖城、东方盐湖城酒店和龙汤温泉已经通过股权转让的方式规范同业情况。因此，报告期内既往存在的同业竞争情况不会对发行人的业务产生重大不利影响。

#### 4、“环球恐龙城”与“中华恐龙园”的联系和区分

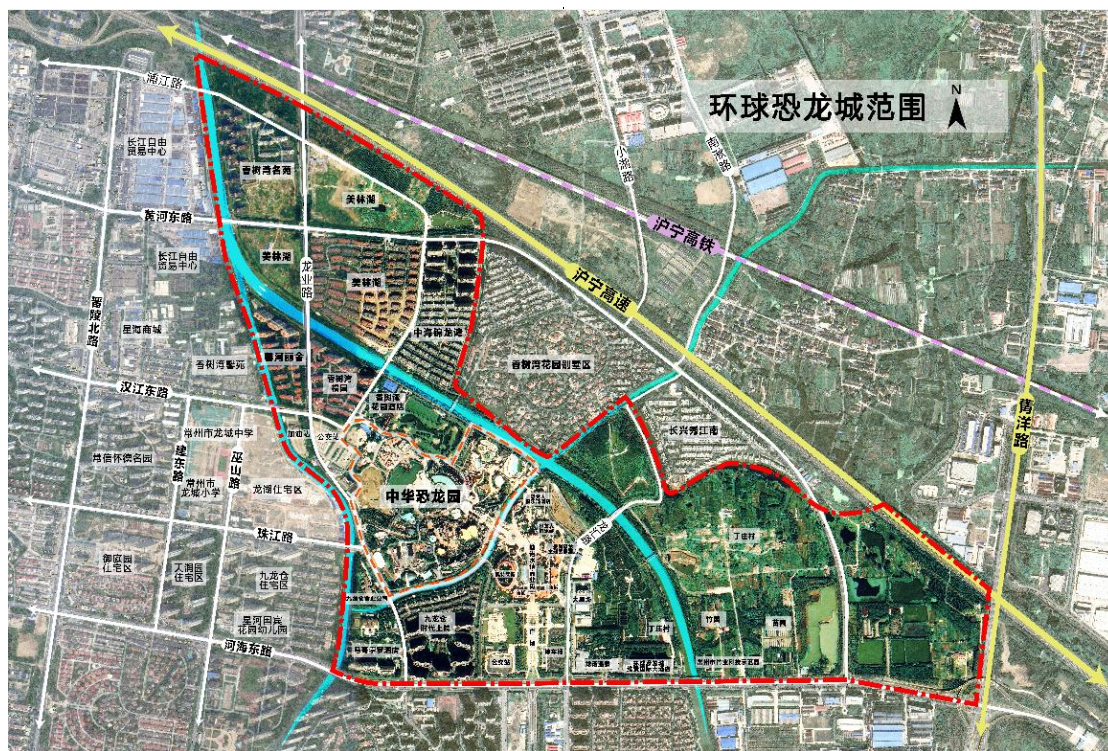
“环球恐龙城”是常州市政府规划的开放式地理区域，包括主题公园、酒店、住宅等多种功能设施和运营主体，不存在任何实体进行统一管理、统一销售门票，片区内各个主体独立运营。发行人运营的景区名称为“中华恐龙园”，为“环球恐龙城”的重要组成部分之一。此外，发行人运营的恐龙人俱乐部酒店、恐龙人俱乐部等主体，均位于“环球恐龙城”片区内。

##### (1) “环球恐龙城”的具体内容

根据常州市旅游局编制的《常州市休闲度假旅游发展规划（2010-2020）》和常州市人民政府编制的《常州市城市总体规划（2011-2020）》等相关规划文件，对于“环球恐龙城”的地理范围、功能定位及具体内容定义如下：

“环球恐龙城”所占区域，东起青阳路，西至老藻江河，北临沪宁高速公路，南接河海东路，占地面积 3.2 平方公里，是 8 平方公里常州创业产业基地的核心区。“环球恐龙城”是常州市人民政府规划的集旅游、休闲、商贸、文化、

居住为一体的具有主题特色的现代都市休闲旅游区，该区域为包含了主题公园、文化场所、商业地产、商务办公、居民社区及其他配套等功能的大型综合性社区。



环球恐龙城范围图

“环球恐龙城”区域内各组成部分的基本情况如下表所示：

序号	主要项目	资产拥有方/运营主体	是否龙控集团控制	主营业务	人员独立情况
1	中华恐龙园	发行人	是	中华恐龙园主题公园运营	-
2	恐龙人俱乐部酒店	环龙实业/恐龙人酒店	是	恐龙主题酒店运营管理	-
3	恐龙人俱乐部	环龙实业/发行人	是	从事“恐龙人俱乐部”的经营管理	-
4	迪诺小镇	环龙实业/迪诺商管	是	商业综合体管理，商业房地产租赁	无发行人人员兼职情况
5	迪诺大剧场	常州迪诺小镇大剧场有限公司	否	场地租赁业务	无发行人人员兼职情况
6	龙汤温泉	常州龙汤温泉酒店有限公司	否	温泉服务及酒店住宿业务	无发行人人员兼职情况
7	香树湾花园酒	常州香树湾花园酒店有限公司	否	酒店住宿业	无发行人人员

序号	主要项目	资产拥有方/运营主体	是否龙控集团控制	主营业务	人员独立情况
	店			务	兼职情况
8	环球恐龙城维景国际酒店	常州波尔曼旅游投资发展有限公司	否	酒店住宿业务	无发行人人员兼职情况
9	景尚旅业集团股份有限公司恐龙主题度假酒店	景尚旅业集团股份有限公司	否	酒店住宿业务	无发行人人员兼职情况
10	马哥李罗酒店	常州马哥李罗酒店有限公司	否	酒店住宿业务	无发行人人员兼职情况
11	中海锦龙湾别墅区	中海宏洋地产(常州)有限公司	否	居民住宅区运营管理	无发行人人员兼职情况
12	香树湾名苑住宅区	常州环球恐龙城实业有限公司和常州市市政建设工程有限公司	否	居民住宅区运营管理	无发行人人员兼职情况
13	香树湾福园住宅区	常州九洲福源房地产开发有限公司	否	居民住宅区运营管理	无发行人人员兼职情况
14	九龙仓住宅区	九龙仓(常州)置业有限公司	否	居民住宅区运营管理	无发行人人员兼职情况
15	美林湖住宅区	常州市美林江南置业有限公司	否	居民住宅区运营管理	无发行人人员兼职情况
16	馨河邨舍住宅区	常州上元置业有限公司	否	居民住宅区运营管理	无发行人人员兼职情况
17	丁庄村	-	否	待开发	-

注：恐龙人俱乐部位于迪诺水镇上，因属于发行人业务，单独进行列示。

从上表可见，在“环球恐龙城”区域内，除存在发行人控制的中华恐龙园、恐龙人俱乐部酒店、恐龙人俱乐部，控股股东龙控集团及其子公司控制的迪诺水镇外，还有其他非关联方控制、拥有及/或运营的环球恐龙城维景国际酒店、景尚恐龙主题度假酒店等酒店项目，中海锦龙湾别墅区、馨河邨舍住宅区、九龙仓住宅区、恐龙城美林湖等居民住宅区域。因此，“环球恐龙城”相关资产分别隶属于多个不同主体，发行人和龙控集团均不能完全拥有和运营“环球恐龙城”。

(2) “环球恐龙城”与发行人在业务经营（门票/组合票销售、推广宣传）、人员等方面的联系和区分

#### 1) 门票

由于“环球恐龙城”是地理区域概念，没有任一实体对其实施统一经营或管理，其本身不存在销售门票的情形；发行人在报告期内，曾存在与位于“环球恐龙城”内的关联方主体联合销售门票的情况。



报告期初，发行人存在向“环球恐龙城”内的关联方龙汤温泉、迪诺商管等关联方购买门票并以组合套票形式销售的情况，主要为“恐龙园+温泉”、“恐龙园+观光塔”联票。2017年起，发行人为解决业务独立性问题，取消了与关联方的组合门票销售。2018年，发行人存在的少量门票关联采购，主要系恐龙人酒店同一控制合并后追溯调整关联采购金额所致。2019年至今，发行人及子公司均不存在向关联方采购门票或其他产品与发行人产品进行组合销售的行为。

## 2) 推广宣传

报告期内，发行人和“环球恐龙城”内的关联方均独立投放广告并进行宣传推广，未发生共担广告宣传费的情形。

## 3) 人员

“环球恐龙城”范围内，发行人控股股东及其控制的企业以及其他非关联方运营的主体与发行人均保持人员独立，不存在人员兼职的情况。

## 5、“环球恐龙城”包含的其他主体的更名情况

### (1) 龙汤温泉

公司名称:	常州龙汤温泉酒店有限公司
公司曾用名:	常州迪诺恐龙谷温泉有限公司 (2007年1月至2016年5月) 常州恐龙谷温泉有限公司 (2016年5月至2018年1月)
成立时间:	2007年1月25日

### (2) 迪诺大剧场

公司名称:	常州迪诺水镇大剧场有限公司
公司曾用名:	常州恐龙城大剧场有限公司 (2012年6月至2018年1月)
成立时间:	2012年6月13日

### (3) 环龙实业

公司名称:	常州环龙实业投资发展有限公司
公司曾用名:	常州环球恐龙城实业有限公司 (2007年3月至2018年1月) 常州环龙实业投资有限公司 (2018年1月至2019年4月)
成立时间:	2007年3月30日

6、“环球恐龙城”包含的其他主体与发行人在名称、地理位置、功能定位、消费者群体等方面的差异情况

除住宅区以及报告期内非由发行人及龙控集团控制的酒店以外，“环球恐龙城”区域内的其他主要主体包括龙汤温泉、迪诺大剧场、迪诺水镇等，具体情况如下：

主要项目	资产拥有方/运营主体名称	功能定位/主营业务	客户群体
发行人控制的主体或项目			
中华恐龙园	发行人	中华恐龙园主题公园运营	学生、青少年和亲子家庭等
恐龙人俱乐部酒店	环龙实业/恐龙人酒店	恐龙主题酒店运营管理	学生、青少年和亲子家庭等
恐龙人俱乐部	环龙实业/发行人	从事“恐龙人俱乐部”的经营管理	学生、青少年和亲子家庭等
其他主要主体或项目			
迪诺水镇	环龙实业/迪诺商管	商业综合体管理，商业房地产租赁	餐饮、服饰等零售经营者
迪诺大剧场	常州迪诺水镇大剧场有限公司	场地租赁业务	党政机关、群团组织、企事业单位等有场地租赁需求的团体
龙汤温泉	常州龙汤温泉酒店有限公司	温泉服务及酒店住宿业务	常州及周边地区有休闲、养生、沐浴需求的消费人群



“环球恐龙城”包含的其他主体与发行人的地理位置图

由于上述主体均位于“环球恐龙城”区域内，而“龙城”又为常州市的古

称，因此相关主体的现名或曾用名中，普遍存在以“龙”字进行命名的情况。上述主体的地理位置相近，处于同一片区，形成了旅游、休闲、商贸、文化相互促进的产城效应。

发行人与“环球恐龙城”内的其他主体的差异，主要体现在功能定位和客户群体的差异。发行人主营“中华恐龙园”园区运营及其配套的酒店、俱乐部等业务，主要客户群体为学生、青少年和亲子家庭等个人消费者；迪诺水镇的主营业务为商业地产经营，迪诺大剧场的主营业务为场地租赁，其直接客户群体为个体工商户、社会团体等；龙汤温泉的主营业务为温泉服务及酒店住宿业务，其客户群体为常州及周边地区有休闲、养生、沐浴需求的消费人群。可见，除龙汤温泉的消费者可能与发行人业务的目标群体存在重合以外，迪诺水镇、迪诺大剧场的直接客户均不是个人消费者，与发行人存在显著差异。

为了解决龙控集团控制的企业与发行人之间的同业竞争问题，2019年11月，龙汤温泉、迪诺大剧场的股权随东方盐湖城一并无偿划转至新北区人民政府。至此，除迪诺水镇的商业地产业务以外，龙控集团在“环球恐龙城”区域内未控制发行人以外的其他主体或业务。

7、“环球恐龙城”其他主体与发行人的旅游产品在实际销售中不存在互相依赖、相互让渡商业机会的情形

报告期内，发行人与迪诺大剧场不存在关联交易往来；发行人和龙汤温泉、环龙实业以及迪诺商管在报告期内的关联交易详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易情况”。

因此，发行人与“环球恐龙城”包含的其他主体（恐龙谷温泉、恐龙城大剧场等）虽然普遍使用具有常州地方特色的“龙”字进行命名，且地理位置同处于市政府规划的开放区域内，但在功能定位、消费者群体等方面能有效区分，旅游产品在实际销售中不存在互相依赖、相互让渡商业机会的情形。

8、股权无偿划转后，东方盐湖城在业务经营、人员、财务、机构等方面的移交情况，不存在龙控集团仍实际控制东方盐湖城经营的情形

在龙控集团将东方盐湖城无偿划转给常州市新北区人民政府后，相关的业务由常州市新北区人民政府接管，常州市新北区人民政府对上述三家公司任命

董事、监事及高级管理人员进行管理。东方盐湖城在完成移交后，已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度，并已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，不存在龙控集团任命员工在东方盐湖城及其子公司兼职的情况，与龙控集团及其控制的其他企业亦不存在机构混同的情形。

因此，股权无偿划转后，东方盐湖城在业务经营、人员、财务、机构等方面均保持独立，不存在龙控集团仍实际控制东方盐湖城经营的情形。

## （二）发行人防范利益输送、利益冲突及保持独立性的具体安排

发行人控股股东龙控集团主营业务为股权投资、自有房屋租赁服务、投资咨询服务，其控制的企业涵盖主题公园、商业地产及物业管理、市容市政、广告传媒等多个行业。龙控集团就其控制的公司与发行人之间的业务合作与分工、防范利益输送和利益冲突，保持业务独立性方面做出如下总体安排：

1、企业运营的原则为，以企业主体为载体、各企业自主经营，业务合作由各企业在《公司法》等相关法律法规和企业内部制度的框架下自主决策。

2、业务分工上，恐龙园主营“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务；龙控集团控制的其他主体，在其注册的经营范围内经营房地产开发、场地租赁、物业管理等业务。

3、独立性安排上，发行人与控股股东及其控制的企业独立拥有开展业务所需的资产和管理、运营团队，各公司均配备了专职财务人员，独立开设银行账户，拥有独立的内部组织机构、经营和办公场所。

## （三）避免同业竞争的承诺

为避免未来可能的同业竞争，公司控股股东龙控集团已向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》：

1、本公司及本公司控制的企业不存在与发行人从事相同或相互竞争业务的情形；

2、本公司在被法律法规认定为发行人控股股东期间，不会在中国境内或境外，以任何方式直接或间接从事与发行人及其控股子公司相竞争的业务，也不会

以任何方式为发行人及其控股子公司的竞争企业提供任何业务上的帮助；

3、若发行人认为本公司从事了对公司构成竞争的业务，本公司将及时转让或者终止该等业务。若发行人提出受让请求，本公司将无条件按公允价格和法定程序将该等业务优先转让给发行人；

4、如果本公司将来可能获得任何与发行人及其控股子公司产生直接或者间接竞争的业务机会，本公司将立即通知发行人并尽力促成该等业务机会按照公司能够接受的合理条款和条件首先提供给发行人；

5、如有任何违反上述承诺的事项发生，本公司承担因此给发行人造成的一切损失（含直接损失和间接损失），并且发行人及其他股东有权根据本公司出具的承诺函依据中国相关法律申请强制履行上述承诺，同时本公司因违反上述承诺所取得的利益归发行人所有；

6、本承诺函受中国法律管辖，对本公司具有约束力。

## 十、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规及规范性文件的有关规定，截至本招股说明书签署日，公司的关联方及关联关系如下：

### （一）控股股东、实际控制人

公司控股股东为龙控集团，其基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）控股股东情况”。

公司控股股东龙控集团的出资人为常州市人民政府，常州市人民政府持有龙控集团 100%股权。常州市国资委代表常州市人民政府履行出资人职责，为公司实际控制人。

### （二）其他持有公司 5%以上（含 5%）股份的股东

截至本招股说明书签署日，其他持公司 5%以上（含 5%）股份的股东情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	弘毅诚科技	公司股东，持有公司 14.0545%的股份
2	业缘投资	公司股东，持有公司 6.5565%的股份
3	中信旅游	公司股东，持有公司 6.3032%的股份
4	杜勇毅	公司股东，通过个人直接持股及控股子公司杜拜投资合计持有公司 5.01%股份的自然人
5	杜拜投资	公司股东，为杜勇毅控制的企业，和杜勇毅合计持有公司 5.01%的股份
6	章伟杰	间接持有公司 5.00%以上股份的自然人
7	王静媛	间接持有公司 5.00%以上股份的自然人

### （三）控股股东控制的其他企业

除公司外，截至本招股说明书签署日，控股股东控制的其他企业情况具体参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（四）控股股东控制的其他企业情况”。

### （四）公司下属子公司

公司下属子公司的具体信息参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人控股子公司和参股公司情况”之“（一）发行人控股子公司情况”。

### （五）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司的董事、监事及高级管理人员构成公司的关联自然人。报告期内，公司的董事、监事及高级管理人员情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”。

报告期内发行人的董事、监事和高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母构成本公司的关联自然人。

### （六）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的企业

公司董事、监事及高级管理人员控制或担任董事、高级管理人员的企业详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”和“十、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况”。

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的企业情况如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系
1	上海全盈商贸有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
2	上海新衫投资有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
3	上海全仁祥投资管理有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
4	上海兴盛实业发展（集团）有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
5	荣冠投资有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
6	上海盛睿物业管理有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
7	上海新梅投资管理有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
8	上海新菊实业发展有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
9	上海新梅实业有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
10	上海新梅物业管理有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
11	上海新梅双塔物业管理有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
12	上海威逊置业有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
13	上海新梅娱乐有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
14	上海兴盛物业有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
15	上海华东酒店管理有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
16	上海仲兴投资有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
17	上海兴盛高科技发展有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
18	上海美鑫物业管理有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
19	上海全歌盈投资管理有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
20	上海佻豪商务咨询有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
21	上海鑫兆房产发展有限公司	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
22	上海皓兴克浩管理合伙企业（有限合伙）	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
23	上海法布罗兴企业管理合伙企业（有限合伙）	公司董事宗俊配偶及其父母控制的企业
24	唐山健硕建筑工程有限公司	公司董事冯彦庆妹妹的配偶控制的企业
25	常州市丰一装饰材料有限公司	公司独立董事刘永宝姐妹的配偶控制的企业
26	常州恐龙美创圣文化艺术培训有限公司	公司副总经理陈辉的兄弟及其配偶控制的企业
27	创菲（上海）投资管理有限公司	公司副总经理陈辉的兄弟及其配偶控制的企业
28	常州市尔东医疗器械有限公司	公司副总经理陈辉的兄弟及其配偶控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
29	池州市博大通讯有限公司	公司财务总监王孝红的兄弟控制的企业
30	池州援通养老服务有限公司	公司财务总监王孝红的兄弟控股并担任执行董事兼总经理的企业
31	常州和尔美财务咨询有限公司	公司财务总监王孝红的配偶控股并担任执行董事兼总经理的企业
32	上海八佾资产管理有限公司	公司董事宗俊配偶担任执行董事兼总经理的企业
33	上海兴磊投资有限公司	公司董事宗俊配偶父亲担任执行董事兼总经理的企业
34	上海途愜兴企业管理有限责任公司	公司董事宗俊配偶的父亲担任执行董事兼总经理的公司
35	上海文愜兴企业管理有限责任公司	公司董事宗俊配偶的父亲担任执行董事兼总经理的公司
36	上海吉愜兴企业管理有限责任公司	公司董事宗俊配偶的父亲担任执行董事兼总经理的公司
37	领御（上海）信息技术有限公司	公司董事宗俊配偶担任副董事长的企业
38	北京口袋财富信息科技有限公司	公司宗俊配偶担任董事的企业
39	宁波创业加速器投资有限公司	公司宗俊配偶担任董事的企业
40	上海鼎域恒睿股权投资基金管理有限公司	公司董事宗俊配偶担任董事的企业
41	上海易海淘电子商务有限公司	公司董事宗俊配偶担任董事的企业
42	安徽因诺维特医药科技有限公司	公司董事会秘书兼副总经理丁光辉姐妹的配偶担任执行董事的企业
43	安徽新世纪药业有限公司	公司董事会秘书兼副总经理丁光辉姐妹的配偶担任总经理的企业

### （七）直接或间接控制发行人的法人的董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员

截至本招股说明书签署日，公司控股股东龙控集团的董事、监事、高级管理人员如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	杨磊	控股股东龙控集团董事长
2	马国平	控股股东龙控集团董事兼总经理
3	葛兰	控股股东龙控集团董事
4	王新红	控股股东龙控集团董事
5	顾正义	控股股东龙控集团董事
6	张向坤	控股股东龙控集团董事
7	蒋琦	控股股东龙控集团职工代表董事
8	赵文琴	控股股东龙控集团监事会主席



序号	关联方名称	关联关系
9	宋崑	控股股东龙控集团监事
10	谭锁斌	控股股东龙控集团监事
11	谈志云	控股股东龙控集团职工代表监事
12	廖晓玲	控股股东龙控集团职工代表监事

报告期内公司控股股东龙控集团的董事、监事和高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母构成本公司的关联自然人。

#### **(八) 直接或间接控制发行人的法人的董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的企业**

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东龙控集团董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的企业情况如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系
1	北汽（常州）汽车有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任董事长兼总经理的企业
2	常州国有资产投资经营有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任执行董事兼总经理的企业
3	常州市新北区新农村建设发展有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任执行董事兼总经理的企业
4	常州市新嘉建设发展有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任执行董事兼总经理的企业
5	常高新金隆控股有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任董事的企业
6	光大新苏再生资源（常州）有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任董事的企业
7	常州广通热网有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任董事的企业
8	光大常高新环保能源（常州）有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任董事的企业
9	顺泰融资租赁股份有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义担任董事的企业
10	常高新集团有限公司	控股股东龙控集团董事葛兰担任董事的企业
11	常州市恐龙人教育科技有限公司	控股股东龙控集团职工董事蒋琦担任董事的企业
12	常州高新区社会事业实业投资有限公司	控股股东龙控集团监事会主席赵文琴担任董事兼总经理的企业
13	宁波市亮阳新能源科技有限公司	控股股东龙控集团董事葛兰兄弟姐妹的配偶担任执行董事兼总经理的企业

序号	关联方名称	关联关系
14	镇江申辉光伏科技有限公司	控股股东龙控集团董事葛兰兄弟姐妹的配偶担任执行董事的企业
15	常州海恩德智能电力科技股份有限公司	控股股东龙控集团董事葛兰兄弟姐妹的配偶担任董事兼副总经理的企业
16	常州龙凯信息技术股份有限公司	控股股东龙控集团董事葛兰配偶担任董事的企业
17	西安展承电力科技有限公司	控股股东龙控集团董事葛兰兄弟姐妹的配偶担任总经理的企业
18	江苏旷元建设有限公司	控股股东龙控集团 <b>监事会主席</b> 赵文琴的配偶担任执行董事兼总经理的企业
19	常州碧海物业服务服务有限公司	<b>龙控集团监事谈志云配偶的兄弟姐妹担任执行董事的公司</b>

### (九) 其他关联方

截至本招股说明书签署日,其他关联方主要包括控股股东能施加重大影响的企业、持有发行人 5%以上主要股东及其近亲属控制或能施加重大影响的企业、持有发行人 5%以上主要股东及其近亲属担任董事或高管的企业,如下表所示:

序号	关联方名称	关联关系
1	常州航天探索中心投资有限公司	控股股东龙控集团持股 40%,龙控集团董事长兼总经理、公司监事会主席唐华亮担任副董事长、总经理的企业
2	常州环龙江城置业有限公司	控股股东龙控集团的控股子公司环龙实业持股 49%
3	常州香树湾花园酒店有限公司	控股股东龙控集团持股 38.76%
4	江苏旅通商务有限公司	控股股东龙控集团持股 30%,龙控集团职工代表监事芦建华担任董事的企业
5	上海华软创业投资合伙企业(有限合伙)	控股股东龙控集团持股 39.22%的企业
6	常州金陵华软创业投资合伙企业(有限合伙)	控股股东龙控集团持股 35.40%的企业
7	常州龙辰置业有限公司	<b>控股股东龙控集团控股子公司环龙实业持股 49%的企业</b>
8	珠海埃尔凯特输配电设备有限公司	杜拜投资持有 50%股权,杜勇毅担任副董事长的企业
9	浙江华睿祥生环境产业创业投资有限公司	杜勇毅担任董事的企业
10	埃尔凯电器(珠海)有限公司	杜勇毅配偶担任董事的企业
11	重庆多克商贸有限公司	杜勇毅兄弟持有 60%股权,担任执行董事兼总经理的企业
12	重庆澳佩如辉健康管理服务有限公司	杜勇毅兄弟持有 44.50%股权,担任执行董事兼总经理的企业
13	重庆杜拜天空商务咨询服务有限公司	杜勇毅兄弟持有 80%股权,担任执行董事兼总经理的企业

序号	关联方名称	关联关系
14	重庆埃斯佩兰商贸有限公司	杜勇毅兄弟持有 40% 股权的企业
15	重庆如辉生物制品有限公司	杜勇毅兄弟持有 34.5% 股权的企业
16	上海半园新材料科技股份有限公司	杜勇毅兄弟担任董事的企业
17	海坤控股集团有限公司	章伟杰担任董事的企业
18	南京华泰瑞通投资管理有限公司	章伟杰担任董事的企业
19	常州太平通讯科技有限公司	章伟杰担任董事的企业
20	常州市金利天平房地产开发有限公司	章伟杰担任董事的企业
21	常州太平集团有限公司	章伟杰担任董事的企业
22	常州双杰精密压铸有限公司	章伟杰母亲持有 96.83% 股权，担任执行董事兼总经理的企业
23	常州顺达信息技术有限公司	王静媛持有 99% 股权，担任执行董事兼总经理的企业
24	常州炬仁光电系统集成有限公司	王静媛担任董事的公司

#### (十) 报告期内曾经的关联方

报告期内，公司曾经的主要关联方如下表所示：

序号	关联方名称	关联方变化情况
1	东方盐湖城	报告期内曾系控股股东龙控集团全资子公司，2019 年 11 月被无偿划转至常州市新北区人民政府
2	迪诺大剧场	报告期内曾系控股股东龙控集团全资子公司，2019 年 8 月股权转让至东方盐湖城，目前已不属于控股股东控制的企业
3	龙汤温泉	报告期内曾系控股股东全资子公司，2019 年 8 月股权转让至东方盐湖城，目前已不属于控股股东控制的企业
4	常州金坛茅山职工休养有限公司	系东方盐湖城全资子公司，2019 年 11 月东方盐湖城被无偿划转至常州市新北区人民政府后不属于控股股东控制的企业
5	东方盐湖城酒店	系东方盐湖城全资子公司，2019 年 11 月东方盐湖城被无偿划转至常州市新北区人民政府后不属于控股股东控制的企业
6	东方盐湖城置业	曾系控股股东龙控集团控制的企业，2018 年 3 月龙控集团将 95% 股权转让至常州金坛雅居乐房地产开发有限公司后不属于控股股东控制的企业
7	常州龙西田园乡村建设管理有限公司	曾系控股股东龙控集团控制的企业，2019 年 9 月常州新墅建设发展有限公司进行增资后不属于控股股东控制的企业
8	常州龙城生态旅游管理有限公司	曾系控股股东龙控集团全资子公司，已于 2019 年 8 月注销
9	紫金文化	报告期内曾为持有公司 5% 以上股份的股东

序号	关联方名称	关联方变化情况
10	田恩铭	公司原董事兼副总经理，2018年4月辞职后，不再担任董事兼副总经理职务
11	戴泽人	公司原副总经理，2017年9月公司董事会换届后未再聘任其担任副总经理
12	史际春	公司原独立董事，2017年9月公司董事会换届后不再担任独立董事
13	陈重	公司原独立董事，2017年9月公司董事会换届后不再担任独立董事
14	徐晓芬	龙控集团原董事，2020年10月龙控集团董事会换届后不再担任董事
15	牟晓玲	龙控集团原董事，2020年10月龙控集团董事会换届后不再担任董事
16	芦建华	龙控集团原职工监事，2020年10月龙控集团监事会换届后不再担任监事
17	常州正达实业投资有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事兼总经理的企业，已于2017年9月离职
18	常州综合港务区投资建设有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事兼总经理的企业，已于2018年3月离职
19	常州国平实业投资有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事兼总经理的企业，已于2018年12月离职
20	常州国志实业投资有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事兼总经理的企业，已于2018年12月离职，该公司已于2019年9月注销
21	常州国悦实业投资有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事兼总经理的企业，已于2018年12月离职，该公司已于2019年9月注销
22	常州国焱实业投资有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事兼总经理的企业，已于2018年12月离职，该公司已于2019年9月注销
23	常州国品实业投资有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事兼总经理的企业，已于2018年12月离职，该公司已于2019年9月注销
24	常州奥埠贸易有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事的企业，已于2020年4月离职
25	常州瑞腾供应链管理有限公司	公司董事马国平曾担任执行董事的公司，已于2020年4月离职
26	黑牡丹（集团）股份有限公司	公司董事马国平曾担任董事的公司，已于2020年4月离职
27	永安行科技股份有限公司	曾系公司独立董事王普查担任独立董事的上市公司，2019年11月不再任职
28	常州文化科技创意发展有限公司	曾系公司监事会主席唐华亮担任董事长兼总经理的公司，2018年8月不再任职
29	常州锐景环保有限公司	控股股东龙控集团董事顾正义曾担任执行董事兼总经理的企业，已于2019年7月离职
30	常州新芯电子产业发展有限公司	控股股东龙控集团原董事牟晓玲曾经担任董事的企业，2020年4月不再任职
31	常州生命健康建设发展有限公司	控股股东龙控集团原董事牟晓玲曾经担任董事的企业，2020年4月不再任职

序号	关联方名称	关联方变化情况
32	常州市新北区建设发展有限公司	控股股东龙控集团原董事牟晓玲曾经担任执行董事兼总经理的企业，2020年5月不再任职
34	高新陆投（常州）投资有限公司	控股股东龙控集团原董事牟晓玲担任职工代表董事的企业，已于2020年9月注销
34	常州龙城生态建设集团有限公司	控股股东龙控集团监事会主席赵文琴曾经担任董事长的企业，已于2020年7月离职
35	江苏弗瑞文化科技发展有限公司	龙控集团董事葛兰配偶曾担任董事长兼总经理的公司，已于2020年5月注销

## 十一、关联交易情况

报告期内，公司发生的关联交易简要汇总如下：

单位：万元

交易类型	关联交易内容	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
经常性关联交易	购买门票	-	-	54.30	209.63
	购买商品	-	150.18	75.14	85.98
	接受服务	187.74	327.96	319.31	271.74
	销售门票	-	-	-	3.48
	提供服务	-	58.42	46.30	71.55
	向关联方租入房产	545.80	886.65	871.00	662.54
偶发性关联交易	购买资产	-	-	24.00	-
	出售资产	-	-	29.50	-
	购买股权	-	-	720.00	-
	销售门票	-	-	5.66	-
	提供服务	-	479.43 <sup>注</sup>	271.35	-
	拆出资金	-	500.00	700.00	-
	拆入资金	-	-	450.00	450.00

注：恐龙园文科于上海模块龙文化纳入合并范围前向其提供系统集成服务，上述未实现的内部损益已于编制合并报表时进行了调整。

### （一）经常性关联交易

#### 1、采购商品/接受劳务

单位：万元、%

关联方	关联交易内容	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
		金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比
龙汤	购买门	-	-	-	-	51.13	0.48	207.42	2.14

关联方	关联交易内容	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
		金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比
温泉	票								
	接受服务	-	-	-	-	0.45	0.004	3.79	0.04
东方盐湖城	购买门票	-	-	-	-	-	-	1.57	0.02
	购买商品	-	-	-	-	-	-	10.26	0.23
	接受服务	-	-	-	-	-	-	0.50	0.01
迪诺商管	购买门票	-	-	-	-	3.17	0.03	0.65	0.01
	接受服务	<b>182.92</b>	<b>3.42</b>	317.74	2.82	309.62	2.92	263.67	2.72
迪诺传媒	采购商品	-	-	-	-	-	-	54.55	1.28
龙旅传媒	采购商品	-	-	150.18	2.30	75.14	1.41	21.17	0.50
新环卫	接受服务	<b>4.40</b>	<b>0.08</b>	9.05	0.08	7.55	0.07	1.26	0.01
旅通商务	接受服务	<b>0.41</b>	<b>0.01</b>	1.17	0.01	1.69	0.02	2.52	0.03
①小计		<b>187.74</b>	-	<b>478.14</b>	-	<b>448.75</b>	-	<b>567.35</b>	-
②营业成本		<b>18,202.29</b>	-	<b>38,218.67</b>	-	<b>32,646.80</b>	-	<b>28,379.71</b>	-
①/②关联采购/营业成本		<b>1.03</b>	-	<b>1.25</b>	-	<b>1.37</b>	-	<b>2.00</b>	-

报告期内，发行人向关联方采购商品/接受劳务的金额分别为 567.35 万元、448.75 万元、478.14 万元和 **187.74 万元**，占同期营业成本比例分别为 2.00%、1.37%、1.25%和 **1.03%**，呈逐年下降趋势。

#### (1) 关联交易的主要内容

报告期内，发行人发生的经常性关联采购主要是因恐龙园、恐龙人酒店向迪诺商管租赁物业而产生的物业管理费、水电费等，报告期内其金额分别为 263.67 万元、309.62 万元、317.74 万元和 **182.92 万元**，占当期经常性关联采购的比例分别为 46.47%、69.00%、66.45%和 **97.43%**。

报告期初，发行人存在向龙汤温泉、东方盐湖城等关联方（2019 年 11 月，东方盐湖城、龙汤温泉等被无偿划转至常州市新北区人民政府后，该等公司不再为公司关联方）购买门票并以组合套票形式销售的情况。2017 年起发行人对上

述行为进行了逐步规范，取消了门票捆绑销售。报告期内，发行人向关联方采购门票的金额分别为 209.63 万元、54.30 万元、0 元和 0 元，2017 年、2018 年仍存在的少量门票采购主要系发行人 2018 年对恐龙人酒店实施了同一控制下企业合并，追溯调整后的关联采购包含了恐龙人酒店向关联方采购门票的金额。除上述追溯调整的影响，发行人仅在 2017 年存在由恐龙园旅行社向关联方采购门票的情形，其中向龙汤温泉采购金额为 65.11 万元、向东方盐湖城采购金额为 1.57 万元，采购金额合计 66.68 万元，占同期营业成本比例为 0.23%。自 2019 年起，发行人及子公司均不存在向关方采购门票或销售与关联方景点组合的旅游产品的情况。

报告期内，发行人通过迪诺传媒、龙旅传媒采购净度泉水、生命源水等商品并在“中华恐龙园”园区内销售。报告期内，采购金额分别为 75.72 万元、75.14 万元、150.18 万元和 0 万元，占当期原料物资采购金额比例分别为 1.78%、1.41%、2.30%和 0%，占比较小。其中，发行人通过关联方龙旅传媒采购“生命源水”、“江南贡泉”、“维他柠檬茶”、“尖叫”及“伊利畅意乳酸菌”等商品，并在“中华恐龙园”园区内销售。报告期内，发行人向龙旅传媒采购金额分别为 21.17 万元、75.14 万元、150.18 万元和 0 万元，占当期原料物资采购金额比例分别为 0.50%、1.41%、2.30%和 0.00%。自 2020 年起，发行人不再向关联方采购相关矿泉水、饮料产品，终止了该类关联交易。

## (2) 关联采购交易价格的公允性及对经营成果的影响

报告期内，发行人向关联方采购门票的价格依据关联方制定的门票价格制度定价并与关联方相应销售渠道的采购价格一致；发行人支付的物业管理费等服务费参考同类服务市场价格确定；发行人向关联方支付的水电费遵照相关资源部门的统一定价；**发行人向关联方采购的矿泉水等商品按照按照市场价格进行采购，不存在利用关联交易损害公司利益或股东合法权益的情形。**

报告期内，发行人关联采购占当期营业成本的比例分别为 2.00%、1.37%、1.25%和 1.03%，占比较小，未对经营成果造成显著影响。

**(3) “旅通卡”的性质、应用范围，报告期各期刷“旅通卡”入园的游客人数及定价优惠政策，发行人与旅通商务就“旅通卡”代收代付服务的对账方**

法、结算周期，报告期内各年度对旅通商务其他应收款余额的日最高余额

### 1) “旅通卡”的性质和应用范围

“旅通卡”是江苏旅通商务有限公司发行的跨行业使用的多用途商业预付卡，用于旅游、购物、休闲、娱乐、酒店、养生、餐饮等消费功能，涵盖常州众多旅游景点、娱乐休闲场所及数百家品质商户，消费者持“旅通卡”可在各联合商家刷卡消费并享受相关优惠。截至本招股说明书签署日，“旅通卡”的应用范围仅限于常州地区，不属于常州当地公共服务（公交、地铁等）相关的储值卡。

2) 报告期各期刷“旅通卡”入园的游客人数，对以“旅通卡”刷卡入园的游客是否存在定价优惠政策，发行人与旅通商务就“旅通卡”代收代付服务的对账方法、结算周期，报告期内各年度对旅通商务其他应收款余额的日最高余额

报告期各期刷“旅通卡”的销售额、入园的游客人数、定价优惠政策、对账方法、结算周期及其他应收款日最高余额如下表所示：

单位：万元、人

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
旅通卡结算的销售额 <sup>1</sup>	7.32	13.77	26.50	51.46
旅通卡结算的入园人数 <sup>2</sup>	305	730	1,103	1,623
定价优惠政策	9.5折购票优惠	记名卡：9.0折购票优惠 非记名卡：9.5折购票优惠		
对账方法	每月初开票前双方会核对上月发生额及上月末余额			
结算周期	按月结算			
其他应收款余额的日最高余额	3.74	3.45	6.68	7.65

注1：统计口径包括恐龙园、恐龙人俱乐部以及恐龙人俱乐部酒店通过旅通卡结算的销售额（含税）；

注2：统计口径包括恐龙园单次票和期限卡。

报告期内通过刷“旅通卡”入园的游客人数较少，游客通过“旅通卡”购买门票可享受9.0-9.5折的购票优惠。公司按月与旅通商务结算通过“旅通卡”购票金额，旅通商务按照双方约定的收费标准收取手续服务费，并将通过“旅通卡”购票金额扣减手续服务费后的金额通过银行转账的方式支付给公司。

### 3) 旅通商务不存在实际占用发行人资金的情况



经核查，公司每月初与旅通商务结算“旅通卡”渠道购票的发生额和代收款余额，具有商业合理性，且报告期各期的日最高余额均不超过10万元。旅通商务与发行人每月对账并进行结算，不存在通过“旅通卡”业务占用发行人资金的情况。

## 2、销售商品/提供劳务

单位：万元、%

关联方	关联交易内容	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
		金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比
龙控集团	提供服务	-	-	-	-	1.86	0.04	11.37	0.34
龙汤温泉	销售门票	-	-	-	-	-	-	3.48	0.01
环龙实业	提供服务	-	-	-	-	-	-	6.68	0.20
迪诺商管	提供服务	-	-	-	-	-	-	0.23	0.01
东方盐湖城	提供服务	-	-	-	-	-	-	2.78	0.08
迪诺传媒	提供服务	-	-	9.76	3.68	0.28	0.01	31.81	17.29
龙旅传媒	提供服务	-	-	48.39	18.26	44.09	13.54	17.14	9.32
龙城生态	提供服务	-	-	-	-	0.07	0.001	1.54	0.05
龙城城镇化建设	提供服务	-	-	0.13	0.002	-	-	-	-
新环环卫	提供服务	-	-	0.13	0.002	-	-	-	-
合计①		-	-	58.42	-	46.30	-	75.03	-
营业收入②		7,729.21	-	65,281.46	-	57,959.23	-	51,273.25	-
①/②关联销售/营业收入		-	-	0.09	-	0.08	-	0.15	-

报告期内，公司向关联方销售商品/提供劳务的金额分别为75.03万元、46.30万元、58.42万元和0万元，占同期营业收入比例分别为0.15%、0.08%、0.09%和0%。

### (1) 关联交易的主要内容

由于发行人主要经营主题乐园、酒店和旅行社业务，报告期内，其关联销售主要为关联方于园区内销售品牌饮品的进场费、发行人向关联方提供酒店住宿招待、旅行社服务等产生的服务收入。

报告期初，发行人子公司恐龙园旅行社存在向龙汤温泉销售门票并由对方打包成组合产品对外销售的合作模式。2017年起，发行人对上述行为进行了规范，自2018年起不再存在上述向关联方销售门票的行为。

报告期内，发行人通过迪诺传媒采购瀚度泉水、生命源水等商品，在“中华恐龙园”园区内销售并同时收取零售进场费。其中，发行人向关联方龙旅传媒收取在园区销售对应品牌饮品的进场费，金额分别为17.14万元、44.09万元、48.39万元和0万元，占发行人其他业务收入的比例分别9.32%、13.54%、18.26%和0.00%。自2020年起，发行人向非关联方采购相关矿泉水、饮料产品，不再向关联方收取进场费。

#### (2) 关联销售交易价格的公允性及对经营成果的影响

报告期内，发行人向关联方销售的门票的价格依据发行人的门票价格制度确定；收取的服务费参考同类服务市场价格确定，与其他客户一致；收取的进场费参考恐龙园与非关联方之间的可比交易由双方协商定价，不存在利用关联交易转移利润及其它损害公司利益或其他股东合法权益的情形。

报告期内，发行人关联销售占当期销售收入的比例分别为0.15%、0.08%、0.09%和0%，占比较小，未对经营成果造成显著影响。

### 3、关联租赁

单位：万元、%

出租方	承租方	租赁资产情况	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
			金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比
龙控集团	恐龙园	新办公楼及练功房，租赁面积约 5,122m <sup>2</sup>	23.41	1.72%	46.83	3.38	46.83	5.08	46.83	6.26
		老办公楼（一、二层），租赁面积约 950m <sup>2</sup>	4.11	0.30%	8.23	0.59	8.23	0.89	8.23	1.10
		百草苑小区，2017年1月至2019年4月租赁面积 5,200m <sup>2</sup> ，2019年5月起租赁面积 6,874.96m <sup>2</sup>	46.80	3.44%	57.60	4.16	48.00	5.21	48.00	6.41
		停车楼，2017-2018年租赁面积 8,200m <sup>2</sup> ，2019年租赁面积调整至 3,600m <sup>2</sup>	15.64	1.15%	31.29	2.26	71.26	7.73	71.26	9.52
迪诺商管 <sup>注1</sup>	恐龙园	迪诺水镇二期 19#房屋，租赁面积约 8,683.61m <sup>2</sup>	87.47	6.43%	173.68	12.53	172.15	18.67	141.88	18.95
		迪诺水镇 6 号楼 1 层-2 号，租赁面积约 207.12m <sup>2</sup>	17.91	1.32%	37.46	2.70	41.27	4.48	38.79	5.18

出租方	承租方	租赁资产情况	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
			金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比	金额	占同类交易比
		迪诺创意园 3 号楼 4F-1，租赁面积 528m <sup>2</sup>	-	-	16.52	1.19	-	-	-	-
环龙实业	恐龙人酒店	迪诺水镇 22#、23# 两幢房屋，租赁面积约 9,748m <sup>2</sup>	-	-	-	-	-	-	221.61	29.60
迪诺商管 <sup>注1</sup>	恐龙人酒店	迪诺水镇 20#、21#、22#、23#，租赁面积合计约 15,332.76m <sup>2</sup>	350.45	25.76%	515.05	37.16	476.52	51.68	78.66	10.51
迪诺商管 <sup>注1</sup>		迪诺水镇 19 号楼 4F-2 号，租赁面积约 166m <sup>2</sup>	-	-	-	-	2.74	0.30	3.28	0.44
龙汤温泉	恐龙人酒店	百草苑小区，租赁面积 240m <sup>2</sup>	-	-	-	-	4.00	0.43	4.00	0.53
龙城运营 <sup>注2</sup>	恐龙园文科	常州市新北区太湖东路 9 号 2 幢 301 室办公室 1,250m <sup>2</sup>	-	-	-	-	-	-	-	-
合计			545.80	40.12%	886.65	63.96	871.00	94.46	662.54	88.51

注 1：上表由迪诺商管作为出租方，该租赁房屋的产权人为环龙实业，后者授权迪诺商管负责房屋租赁相关事宜。

注 2：根据“常政发（2008）184 号”《关于鼓励和扶持创意产业发展的若干意见》、“常新创（2009）13 号”《关于鼓励和扶持创意产业发展若干意见的实施细则》，作为新办创意企业，恐龙园文科 2016 年 2 月至 2017 年 6 月期间向龙城运营办公用房可享受第一年房租全免的政策。

报告期内，发行人向关联方租赁的金额分别为 662.54 万元、871.00 万元、886.65 万元和 **545.80 万元**，占当期租赁支出的比例分别为 88.51%、94.46%、63.96% 和 **40.12%**。发行人关联租赁金额占各期总租赁支出比例较高，主要是因为（1）发行人酒店等业务在迪诺水镇经营，因采用轻资产运营模式向迪诺商管租赁经营用房；（2）为将有限的资金资源投入园区的开发与建设，发行人通过租赁大股东的相关房产作为办公用房、员工宿舍与仓库等辅助性用房（场所）。

报告期内，发行人通过向关联方租赁房屋实现的收入的业务包括恐龙人酒店、恐龙人俱乐部、“恐龙饰纪”商店等，上述板块各年度收入合计数分别为 4,718.00 万元、5,534.70 万元、6,993.39 万元和 **3,064.42 万元**，占同期营业收入比例分别为 9.20%、9.55%、10.71%和 **11.57%**，占比较低，因此关联租赁对发行人业务不具有重大影响。

报告期内，公司关联租赁的定价原则为在市场价格基础上由双方协商确定，交易价格公允、合理，不存在利用关联交易操纵利润、损害中小股东利益情形。

#### （1）发行人向关联方租赁房产的情况

报告期内，发行人及子公司、分公司向关联方租赁房产的情况如下：

单位：平方米

序号	承租方	出租方	租赁房屋座落	面积	租赁期限
1	恐龙园	龙控集团	常州市汉江路1号新办公楼及练功房、老办公楼一二层	6,072.00	2015-1-1~ 2020-12-31
2			常州市汉江路1号停车楼一层及负一层	3,600.00 <sup>1</sup>	2015-5-1~ 2021-12-31
3			常州市新北区百草苑小区46-1804、46-1904、46-2004等	6,874.96 <sup>2</sup>	2017-1-1~ 2022-12-31
4	恐龙园	迪诺商管	迪诺水镇6号楼1层-2号	207.12	2015-5-1~ 2021-4-30
5			迪诺水镇19号楼	8,683.61 <sup>3</sup>	2015-11-1~ 2026-8-31
6			迪诺水镇3号楼4F-1	528.00	2019-7-1~ 2019-12-31
7	恐龙人酒店	迪诺商管	迪诺水镇19号楼4F-2号房屋	166.00	2017-11-1~ 2018-10-31
8			常州市新北区迪诺水镇20#、21#房屋	5,584.76	2017-11-1~ 2022-10-31

序号	承租方	出租方	租赁房屋座落	面积	租赁期限
9			常州市新北区迪诺水镇22#、23#房屋	9,748.00	2017-11-1~ 2022-10-31
10	恐龙人酒店	环龙实业	常州市新北区迪诺水镇22#、23#房屋	9,748.00	2016-9-1~ 2017-10-31
11	恐龙人酒店	龙汤温泉	常州市新北区百草苑小区46-1104、46-1504	240.00	2018-5-1~ 2019-4-30
12	恐龙园文科	龙城运营	常州市新北区太湖东路9号2幢301室	1,250.00	2016-2-22~ 2017-2-21

注1：恐龙园向龙控集团租赁停车楼的面积原为8,200平方米，2019年起租赁面积变更为3,600平方米；

注2：恐龙园向龙控集团租赁百草苑的面积原为5,200平方米，2019年起租赁面积变更为6,874.96平方米；

注3：恐龙园向常州迪诺水镇商业管理有限公司租赁迪诺水镇19号楼的面积原为9,877平方米，2018年起租赁面积变更为8,683.61平方米。

报告期内，发行人向关联方租赁的金额分别为662.54万元、871.00万元、886.65万元和545.80万元，占当期租赁支出的比例分别为88.51%、94.46%、63.96%和40.12%。发行人关联租赁金额占各期总租赁支出比例较高，主要是因为（1）发行人酒店和俱乐部等业务在迪诺水镇经营，因此采用轻资产运营模式向迪诺商管租赁经营用房；（2）因龙控集团持有适合发行人经营需求的部分房产，发行人租赁相关房产作为办公用房、员工宿舍与仓库等辅助性用房（场所），更具稳定性。

报告期内，发行人通过向关联方租赁房屋实现的收入的业务包括恐龙人酒店、恐龙人俱乐部、“恐龙饰纪”商店等，上述板块各年度收入合计数分别为4,718.00万元、5,534.70万元、6,993.39万元和3,064.42万元，占同期营业收入比例分别为9.20%、9.55%、10.71%和11.57%，占比较低，因此关联租赁对发行人业务不具有重大影响。

## （2）发行人向关联方租赁房产的必要性及价格公允性

### 1) 发行人向关联方迪诺商管租赁房产的必要性及价格公允性

#### ① 发行人向关联方迪诺商管租赁房产的必要性

发行人及子公司恐龙人酒店租赁关联方迪诺商管位于迪诺水镇6号楼1层、20-23号楼的房屋，用于商店以及酒店的经营。由于迪诺水镇的主要物业系关联方环龙实业所有并授权迪诺商管负责运营出租，租赁关联方迪诺商管的租赁期均较长，且符合目前酒店行业经营的特点，因此该等租赁具有必要性。

## ②发行人向关联方迪诺商管租赁房产的价格公允性

公司租赁迪诺商管的物业均系参考迪诺水镇同类型物业租赁价格进行定价。迪诺商管向发行人及其子公司恐龙人酒店出租房产的租金与迪诺商管出租予无关联第三方市场价格比较情况，如下所示：

单位：元/平方米

承租方	承租物业	租赁期限	平均日租金		可比交易价格选择依据
			关联交易价格	可比交易价格	
恐龙园	迪诺水镇6号楼1层-2号	2015.05.01-2018.04.30	5.00	5.00	迪诺商管与苏州绣娘丝绸有限公司签署了《房屋租赁合同》作为绣娘丝绸零售使用，租赁面积为202平方米，租赁期自2017年7月1日至2020年6月30日。由于迪诺商管与苏州绣娘丝绸有限公司签署的3年期合同，因此租赁期内租金未上涨。
		2018.05.01-2019.04.30	5.25	5.00	
2019.05.01-2020.04.30		5.50	5.00		
2020.05.01-2021.04.30		5.80	5.00		
恐龙园	迪诺水镇19号楼	2018.01.01-2020.12.31	0.60	0.70	迪诺商管与江苏洛伊酒店管理有限公司签署了《房屋租赁合同》，作为酒店、餐饮及特色零售使用，租赁面积为3,631.99平方米，租赁期自2018年2月1日至2026年1月31日。鉴于恐龙园向迪诺商管租赁迪诺水镇19号楼用于经营恐龙人俱乐部，以恐龙为特色主题，提供主题餐饮、密室逃脱、室内CS、镜子迷宫等多项娱乐服务，具有明显的吸引客流效应，因此经双方协商，租赁价格略低于可比交易。
恐龙人酒店	迪诺水镇20、21号楼(毛坯)	2017.11.01-2019.10.31	0.65	0.64	迪诺商管与江苏洛伊酒店管理有限公司签署了《房屋租赁合同》作为酒店、餐饮及特色零售使用，租赁面积为3,631.99平方米，租赁期自2018年2月1
		2019.11.01-2020.10.31	0.75	0.78	
		2020.11.01-2021.10.31	0.85	0.88	

承租方	承租物业	租赁期限	平均日租金		可比交易价格选择依据
			关联交易价格	可比交易价格	
					日至 2026 年 1 月 31 日。
	迪诺水镇 22、23 号楼（精装修）	2017. 11. 01-2019. 10. 31	1. 10	1. 06	迪诺商管与江苏景尚旅业集团股份有限公司签署了《房屋租赁合同》作为酒店经营使用，租赁面积为 9,662.80 平方米，租赁期自 2015 年 11 月 1 日至 2024 年 10 月 31 日。
2019. 11. 01-2020. 10. 31		1. 70	1. 64		
2020. 11. 01-2021. 10. 31		1. 80	1. 74		

迪诺商管出租物业的地址或所在租赁物业的楼层、物业的面积、签署合同的期限等因素均会对租金造成一定程度的影响。报告期内，公司与迪诺商管的关联租赁价格参考迪诺商管出租给无关联第三方相同或相似物业的价格确定，租赁价格定价公允。

## 2) 发行人向关联方环龙实业租赁房产的必要性及价格公允性

### (1) 发行人向关联方环龙实业租赁房产的必要性

发行人关联方环龙实业于 2016 年 8 月设立恐龙人酒店，在恐龙人酒店被发行人收购前，曾向环龙实业租赁位于迪诺水镇 22 和 23 号楼的房屋，用于酒店的经营。后因环龙实业统一授权迪诺商管负责位于迪诺水镇的物业运营出租，因此恐龙人酒店与环龙实业终止了租赁协议，并与迪诺商管签署了新的租赁协议。由于租赁物业进行经营符合目前酒店行业经营的特点，因此该等租赁具有必要性。

### (2) 发行人向关联方环龙实业租赁办公楼的必要性

公司租赁环龙实业的物业均系参考迪诺水镇同类型物业租赁价格进行定价。环龙实业向恐龙人酒店出租房产的租金与迪诺商管出租给无关联第三方市场价格比较情况，如下所示：

承租方	承租物业	租赁期限	平均日租金（元/m <sup>2</sup> ）		可比交易价格选择依据
			关联交易价格	可比交易价格	



承租方	承租物业	租赁期限	平均日租金 (元/m <sup>2</sup> )		可比交易价格选择依据
			关联交易价格	可比交易价格	
恐龙人酒店	迪诺水镇 22、23 号楼(精装修)	2016. 9. 01-2017. 9. 30	0.78	0.84	迪诺商管与江苏景尚旅业集团股份有限公司签署了《房屋租赁合同》作为酒店经营使用, 租赁面积为 9,662.80 平方米, 租赁期自 2015 年 11 月 1 日至 2024 年 10 月 31 日。
		2017. 10. 01-2017. 10. 31	0.84	0.87	

报告期内, 公司与环龙实业的关联租赁价格参考迪诺商管出租给无关联第三方相同或相似物业的价格确定, 租赁价格定价公允。

### 3) 发行人向关联方龙控集团租赁房产的必要性及价格公允性

#### ① 发行人向关联方龙控集团租赁办公楼的必要性

发行人租赁控股股东龙控集团位于常州市汉江路 1 号的办公楼部分楼层, 作为发行人位于常州的主要办公场所。由于龙控集团的办公楼靠近中华恐龙园景区, 距离较近, 交通便利, 且向关联方租赁办公场所较为稳定, 因此该等租赁具有必要性。

#### ② 发行人向关联方龙控集团租赁仓库的必要性

发行人租赁控股股东龙控集团位于常州市汉江路 1 号的停车楼部分楼层, 作为发行人位于常州的主要仓库。由于龙控集团的停车楼靠近中华恐龙园景区, 向关联方租赁仓库的租赁期较长且租赁关系稳定, 因此该等租赁具有必要性。

#### ③ 发行人向关联方龙控集团租赁员工住宿公寓的必要性

发行人租赁控股股东龙控集团位于常州市新北区百草苑小区的部分公寓用于员工住宿。由于百草苑小区和中华恐龙园景区的距离较近, 交通便捷, 员工住宿较为便利, 且向关联方租赁员工住宿公寓的租赁期较长且较为稳定, 因此该等租赁具有必要性。

#### ④ 发行人向关联方龙控集团租赁房产的价格公允性

龙控集团租赁的房产包括办公楼、仓库以及员工住宿公寓, 主要为自用或提供下属子公司使用, 不存在向无关联第三方出租同类型房产的情况。关联租

赁的定价原则为在市场价格基础上由双方协商确定，交易价格公允、合理，不存在利用关联交易操纵利润、损害中小股东利益情形。

#### 4) 发行人向关联方龙汤温泉租赁房产的必要性及价格公允性

##### ① 发行人向关联方龙汤温泉租赁房产的必要性的必要性

发行人子公司恐龙人酒店向关联方龙汤温泉租赁房屋用于员工住宿。由于恐龙人酒店办公地位于迪诺水镇 20-23 号楼，和百草苑小区的距离较近，员工住宿较为便利，因此该等租赁具有必要性。自 2019 年起，恐龙人酒店不再向关联方龙汤温泉租赁房屋，改由发行人统一向关联方龙控集团租赁员工住宿公寓以解决员工住宿问题。

##### ② 发行人向关联方龙汤温泉租赁房产的价格公允性

龙汤温泉仅将少部分房产租赁给关联方使用，且租赁期限较短，不存在向无关联第三方出租同类型房产的情况。关联租赁的定价原则为在市场价格基础上由双方协商确定，交易价格公允、合理，不存在利用关联交易操纵利润、损害中小股东利益情形。

#### 5) 发行人向关联方龙城运营租赁房产的必要性及价格公允性

##### ① 发行人向关联方龙城运营租赁房产的必要性的必要性

发行人子公司恐龙园文科成立于 2016 年 2 月，该公司成立时向关联方龙城运营租赁房屋作为主要办公场所，租赁期为 2016 年 2 月至 2017 年 6 月，并在租赁期满一年后不再向龙城运营租赁物业。办公用房位于常州市新北区创业产业基地内，恐龙园文科作为新办创意企业可享受第一年房租全免的政策，因此该等租赁具有必要性。

##### ② 发行人向关联方龙城运营租赁房产的价格公允性

根据《关于鼓励和扶持创意产业发展的若干意见》(常政发〔2008〕184号)、《关于鼓励和扶持创意产业发展若干意见的实施细则》(常新创〔2009〕13号)，恐龙园文科符合创意企业的要求，其租赁的办公用房位于常州市新北区创业产业基地内，可享受第一年房租全免的政策。因此，上述关联交易价格公允、合理，符合国家对于创意企业的鼓励政策，不存在利用关联交易操纵利润、损害

### 中小股东利益情形。

(3) 发行人实际办公或使用房产过程中与关联方人员、业务、资产等方面不存在混同的情况

公司的主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务，主要资产为房产、游乐设备、土地使用权、商标、专利等与经营相关的资产以及其他辅助、配套资产。发行人租赁的房产主要用于配套酒店、恐龙人俱乐部经营、办公、宿舍及仓储。中介机构实地走访了上述关联租赁房产，经核查，发行人与控股股东及其控制企业在实际办公或使用房产过程中与关联方人员、业务、资产等方面均保持独立，不存在人员、业务、机构等方面混同的情况。

(4) 不存在关联方为发行人承担成本、费用的情形

经核查，发行人关联租赁的定价原则为在市场价格基础上由双方协商确定，交易价格公允、合理，不存在关联方为发行人承担成本、费用的情形。

## (二) 偶发性关联交易

单位：万元

关联交易内容	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
向关联方购买二手车	-	-	24.00	-
向关联方出售二手车	-	-	29.50	-
收购恐龙人酒店股权	-	-	720.00	-
斯柯达推广活动	-	-	277.01	-
白玉兰广场多媒体互动体验项目	-	479.43 <sup>注</sup>	-	-
拆出资金	-	500.00	700.00	-
拆入资金	-	-	450.00	450.00
<b>关联担保</b>	<b>12,000.00</b>	-	-	-

注：恐龙园文科于上海模块龙文化纳入合并范围前向其提供系统集成服务，上述未实现的内部损益已于编制合并报表时进行了调整。

报告期内，偶发性关联交易主要包括向关联方购买恐龙园酒店股权、斯柯达推广活动、白玉兰广场多媒体互动体验项目、关联方资金拆借及关联方对公司进行担保。

## 1、收购恐龙人酒店股权

### (1) 基本情况

报告期内，发行人为整合业务资源，实现全产业链的发展战略，于2018年8月收购了控股股东龙控集团控股子公司常州环龙实业投资有限公司所持有的常州环龙酒店管理有限公司100%股权，并将其更名为常州恐龙人酒店发展有限公司。

本次股权收购履行的决策程序和审批流程如下：

1) 2018年7月13日，江苏华信资产评估有限公司出具了“苏华评报字[2018]第C031号”资产评估报告，以2018年6月30日为评估基准日，恐龙人酒店100%股权基于收益法的评估值为720.00万元。

2) 2018年7月28日，发行人第三届董事会第六次会议审议通过了《关于收购常州环龙酒店管理有限公司100%股权暨关联交易的议案》。

3) 2018年8月17日，常州市国资委出具了常国资〔2018〕86号《市国资委关于同意常州环龙实业投资有限公司协议转让常州环龙酒店管理有限公司国有股权的批复》，同意龙控集团所属全资子公司环龙实业所持恐龙人酒店（原名“常州环龙酒店管理有限公司”）100%股权以评估价值720万元人民币协议转让给恐龙园。

4) 2018年8月24日，本次收购完成工商变更登记。

### (2) 卖出恐龙人酒店在建工程两年后买入恐龙人酒店股权的背景、原因及合理性

公司于2016年9月卖出恐龙人酒店在建工程，并于2018年8月买入恐龙人酒店股权，具体情况如下：

#### 1) 恐龙人酒店在建工程转让的背景、原因及合理性

2015年，公司为向中华恐龙园的游客提供住宿便利，于当年7月开始筹建酒店，涉足酒店住宿业务。由于公司当时的关联方龙汤温泉和东方盐湖城酒店也经营酒店住宿业务，为解决同业竞争问题，公司于2016年9月将上述筹建中的酒店装修装饰在建工程按照账面投入成本转让给环龙实业。

## 2) 恐龙人酒店股权转让的背景、原因及合理性

考虑到恐龙人酒店对于公司运营的“中华恐龙园”存在业务独立性的潜在风险，为彻底解决上述隐患，整合业务资源，实现全产业链的发展战略，公司于2018年8月以现金方式收购了控股股东龙控集团控股子公司环龙实业所持有的常州环龙酒店管理有限公司100%股权并办理相关的工商变更登记，收购后将常州环龙酒店管理有限公司更名为常州恐龙人酒店发展有限公司。

## 3) 恐龙人酒店股权转让后相关同业竞争问题的解决方案

为妥善解决公司收购常州恐龙人酒店发展有限公司产生的酒店业务同业竞争问题，龙控集团于2019年8月14日将其所持有的东方盐湖城酒店和龙汤温泉100%股权转让至东方盐湖城；2019年11月7日，龙控集团根据常州市国资委下发的《关于同意无偿划转东方盐湖城旅游发展有限公司的批复》将全资子公司东方盐湖城的股权无偿划转给常州市新北区人民政府。经过上述股权转让及划转后，除公司外，龙控集团控制的其他企业不再经营景区和酒店业务，同业竞争情况得到规范。

经核查，公司2016年为解决同业竞争问题对外转让酒店资产，2018年出于整合业务资源和解决业务独立性隐患的需要购入酒店股权，此后通过龙控集团划出东方盐湖城酒店和龙汤温泉股权的方式彻底解决同业竞争问题。因此，酒店资产转让及两年后购买酒店股权的原因合理，相关交易背景真实，不存在通过上述交易进行关联方利益输送的情况。

### (3) 发行人转让酒店在建工程、受让恐龙人酒店股权的公允性

2016年发行人对外转让的是恐龙人酒店的在建工程，2018年购入的是恐龙人酒店的股权，二者不属于同一标的。酒店在建工程为酒店的装修工程，原属于发行人分公司常州恐龙园股份有限公司恐龙人酒店分公司（已注销）所有。2016年，发行人向环龙实业转让酒店的在建工程后，该工程由环龙实业完成后续建设，完工后结转为环龙实业的投资性房地产，而环龙实业设立子公司恐龙人酒店作为酒店业务经营主体，恐龙人酒店通过向环龙实业租赁物业的方式经营酒店业务。2018年，恐龙园购买环龙实业持有的恐龙人酒店100%股权，原转出的在建工程仍为环龙实业的资产，不属于恐龙人酒店资产。因此，恐龙人酒

店的股权价值不包括前次转让在建工程的价值，两次交易价格不具有可比性。

1) 转让时酒店在建工程状态、工程进度、预计完工时间、实际投入使用时间及当年经营情况

公司在转让酒店在建工程时的工程状态、工程进度、预计完工时间、实际投入使用时间及当年经营情况如下表所示：

单位：万元

项目	基本情况
在建工程状态	未完工，处于装修阶段
工程进度	项目总投资约为 5,500 万元，完工率约为 25%
预计完工时间	2016 年 10 月完成酒店一期建设
实际投入使用时间	2016 年 10 月酒店一期开业
2016 年营收情况	290.23
2016 年净利润	-343.26

公司在将酒店项目转出时，酒店项目处于筹建阶段，尚未开始营业。自公司将酒店在建的装饰装修工程、相关合同权利义务以及人员转让给环龙实业后，由环龙实业独立完成后续的酒店装修、开业和运营事项，并于 2016 年 10 月正式开业。2016 年度，酒店的营业收入为 290.23 万元，净利润为-343.26 万元。

2) 转让价格以账面投入成本为依据的合理性

①公司筹建酒店项目的投入成本及在建工程情况

公司筹建酒店项目的投入成本及在建工程情况如下表所示：

单位：万元

年份	金额
2015 年度	197.00
2016 年度	1,130.81
合计	1,327.80

②公司酒店项目的转让价格及定价依据和公允性

由于转让时公司的酒店项目尚处于筹建阶段，无法根据以往的经营情况采用收益法评估酒店价值，因此本次酒店项目采用成本法进行评估，定价依据为公司筹建酒店期间所投入的总成本。

2016年8月8日，江苏中天资产评估事务所有限公司以2016年6月30日为基准日，就拟转让的恐龙人酒店资产出具《常州恐龙园股份有限公司资产转让涉及的部分资产价值评估报告》（苏中资评报字（2016）第C1055号），评估报告确认的待转让资产的评估价值为1,211.70万元。2016年8月13日，经国资主管部门批准，同意按不低于1,211.70万元的评估价值以非公开交易的方式将恐龙人酒店装饰工程转让给环龙实业。

由于评估时点为2016年6月30日，评估日至转让日期间在建工程的金额发生变动。经过测算且经交易双方协商一致后，酒店项目的转让价格确定为1,327.80万元，即公司在筹建酒店期间实际发生的总成本。

因此，本次交易转让价格以账面投入成本为依据具有合理性，且转让价格经过国资审批同意，价格公允，公司未通过此次关联交易获取利益。

### ③受让价格以收益法评估值为依据的合理性

收益法是从企业的未来获利能力角度出发，反映的是被评估企业各项资产的综合获利能力。公司购买恐龙人酒店股权的价格主要取决于被评估企业未来的收益回报，因此采用收益法进行评估具有合理性。由于公司购买恐龙人酒店股权时可以取得恐龙人酒店2016年1月-2018年6月经过审计的财务数据，因此采用收益法进行评估具有可行性。

2018年7月13日，江苏华信资产评估有限公司出具了《常州环龙实业投资有限公司拟股权转让涉及的常州环龙酒店管理有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（苏华评报字[2018]第C031号），标的股权股东全部权益在评估基准日2018年06月30日的市场价值为720.00万元。2018年8月，常州市国资委已下发《市国资委关于同意常州环龙实业投资有限公司协议转让常州环龙酒店管理有限公司国有股权的批复》，同意龙控集团所属全资子公司环龙实业所持有的常州环龙酒店管理有限公司100%股权，以评估价值720万元人民币协议转让给恐龙园文化旅游集团股份有限公司。公司分别于2018年9月和10月支付了股权转让款。

因此，本次股权转让价格以收益法评估值为依据具有合理性，且转让价格经过国资审批同意，价格公允，公司未通过此次关联交易获取利益。

④结合 2019 年度恐龙人酒店实际营业收入、净利润与收益法下预测值的差异情况，分析转让酒店在建工程、受让恐龙人酒店的公允性

A、2019 年度恐龙人酒店实际营业收入、净利润与收益法下预测值的差异情况

2019 年度恐龙人酒店实际营业收入、净利润等指标与收益法下预测值的差异情况如下表所示：

单位：万元

项目	实际值	收益法下预测值	差异值
营业收入	4,847.73	4,568.56	279.17
营业成本	3,265.38	3,039.37	226.01
销售费用	440.33	313.69	126.64
管理费用	257.18	550.57	-293.39
财务费用	17.50	98.36	-80.86
净利润	664.99	421.85	243.14

2019 年度，恐龙人酒店的实际收入和净利润均高于收益法下预测值，主要原因如下：

a、恐龙人酒店 2019 年度的实际经营情况要好于预期值，主要系各年度“中华恐龙园”入园人数增加，提高了恐龙人酒店的入住率；

b、公司收购恐龙人酒店后，进一步优化了管理，提升管理效率，导致管理费用较预期金额下降了 293.39 万元；

c、恐龙人酒店在被公司收购后，优化了资产结构，导致财务费用较预期金额减少。

B、收益法下股东权益价值的主要影响因素

2019 年度，恐龙人酒店的实际收入和净利润均高于收益法下预测值，但是恐龙人酒店股权评估报告的评估基准日为 2018 年 6 月 30 日，采用收益法对于恐龙人酒店的股东权益价值进行评估，需要综合考虑未来的收益期限、收益期的自由现金流量以及折现率等因素。具体情况如下表所示：



单位：万元

年份	2018年7-12月	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	稳定期
营业收入	2,156.93	4,568.56	4,590.26	4,612.09	4,634.12	4,656.15	4,656.15
营业成本	1,321.30	3,039.37	3,334.30	3,499.98	3,621.36	3,559.59	3,559.59
净利润	276.47	421.85	224.62	121.56	49.68	111.65	111.65
加：折旧和摊销	204.30	691.50	778.37	877.67	962.68	887.79	887.79
加：扣税后付息 债务利息	37.23	62.52	41.15	22.62	6.77	-	-
加：贷款流入	2,090.00	-	-	-	-	-	-
减：资本支出	2,500.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	887.79
减：营运资金增 加额	106.21	-19.05	-12.11	-15.63	-14.60	14.41	-
减：贷款偿还	-	670.00	530.00	510.00	380.00	-	-
自由现金流	1.80	4.92	6.24	7.49	133.74	465.03	111.65
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	5.50	
折现率	11.84%	11.84%	11.84%	11.84%	11.84%	14.53%	14.53%
折现系数	0.9456	0.8454	0.7559	0.6758	0.6043	0.4743	3.2651
自由现金流净现 值	2.00	4.00	5.00	5.00	81.00	221.00	365.00
加：非经营性资 产及溢余资产评 估值	40.62	-	-	-	-	-	-
股东全部权益价 值（取整）	720.00	-	-	-	-	-	-

从上表可见，收益法下，恐龙人酒店收益期内的营业收入虽然处于持续增长，但是由于物业租金、人力成本的上涨，2019年之后恐龙人酒店的净利润和自由现金流均开始下滑，影响了恐龙人酒店的评估值。经核查，恐龙人酒店虽然自关联方迪诺商管处租赁物业，但是同期的物业租赁费用均参考迪诺商管租赁给无关联第三方同类物业的价格协商确定，关联租赁价格公允，不存在关联方利益输送的情况。

因此，恐龙人酒店的评估值公允，并且经过常州市国资委审批同意，不存在股权转让价格偏低的情况。

### C、发行人较高价格转让、较低价格受让恐龙人酒店的公允性

2016年9月，公司为解决同业竞争问题，将上述筹建中的酒店装修装饰在建工程按照账面投入成本转让给环龙实业。2018年8月，为彻底解决公司独立性问题，整合业务资源，公司以现金方式收购了控股股东龙控集团控股子公司环龙实业所持有的常州环龙酒店管理有限公司100%股权。前者为在建工程，由于公司的酒店项目尚处于筹建阶段，因此本次酒店项目采用成本法进行评估，定价依据为公司筹建酒店期间所投入的总成本，未通过此次关联交易获取利益；后者为酒店股东权益，按照收益法进行评估，定价依据为酒店未来的收益情况，符合公司收购酒店股权以获取未来收益的目的。

发行人向环龙实业转让酒店的在建工程后，恐龙人酒店以向环龙实业租赁完工物业的方式经营，原转出的在建工程属于环龙实业所有，不属于恐龙人酒店资产，恐龙人酒店的股权价值不包括该部分资产价值，因此，二者不属于同一标的，定价不具有可比性。

综上所述，公司转让在建工程和受让恐龙人酒店股权的定价依据合理，且均获得国有资产监督管理机构审批同意，价格公允，不存在关联方利益输送。

## 2、斯柯达推广活动

2018年6月至9月期间，上汽大众斯柯达汽车为配合科米克等车型推广，利用“侏罗纪公园2”暑期热映期间在“中华恐龙园”园区内进行落地宣传活动。本次活动由迪诺传媒主导策划及出具宣传方案。迪诺传媒作为活动总承办方与上海上汽大众汽车销售有限公司签署合作协议，并协调包括发行人在内的多家企业

具体承办该活动。其中，恐龙园负责提供活动场地和相关配套服务。

因该类业务较少，恐龙园在确定场地租赁费时，主要根据活动占用场地的面积、时间，与迪诺传媒协商确认场地租赁费和配套服务费；相关门票价格，与同期旅行社渠道分销的价格政策保持一致。

本次活动，恐龙园取得场地使用费（广告费）271.35 万元、门票收入 5.66 万元。发行人因该项目的实施形成关联销售收入合计 277.01 万元、占当期总收入比例为 0.48%，对主营业务不构成重大影响。

### 3、白玉兰广场多媒体互动体验项目

2019 年 1 月，恐龙园文科与上海模块龙文化签署了《上海白玉兰广场恐龙人俱乐部多媒体互动体验项目合同》，约定由恐龙园文科为位于上海白玉兰广场的恐龙人探索体验中心互动项目提供硬件、软件、培训、维护、技术支持等服务，合同总价为 530.00 万元；2019 年 2 月，恐龙园文科与上海模块龙文化签署了《上海白玉兰广场恐龙人俱乐部多媒体互动体验项目合同变更协议》，变更后的合同总价为 519.40 万元。抵消后收益 479.43 万元已于合并报表时作为未实现内部损益调整。

### 4、关联方资金拆借

发行人关联方资金拆借均因发行人或发行人子公司对相关公司收购后，相关资金往来信息披露追溯调整所致。

#### （1）恐龙人模块文旅与上海模块龙文化之间的资金拆借

上海模块龙文化原系发行人控股子公司恐龙人模块文旅与北京永一格国际展览有限公司（以下简称“北京永一格”）于 2018 年 11 月共同出资设立的公司。设立时，恐龙人模块文旅认缴 40.00 万元，实缴 0 万元；北京永一格认缴 60.00 万元，实缴 0 万元。为迅速推进上海恐龙人俱乐部的建设，恐龙人模块文旅 2018 年累计向该公司拆出资金累计 700 万元、2019 年 1 月累计向该公司拆出资金 500 万元，借款利率按照中国人民银行同期贷款利率执行。

2019 年 4 月，鉴于北京永一格尚未对上海模块龙文化进行出资，恐龙人模块文旅以 0 元从北京永一格收购其 60.00 万元出资权，上海模块龙文化变更为恐

龙人模块文旅的全资子公司。

报告期内，恐龙人模块文旅与上海模块龙文化之间的关联方资金拆借及归还情况如下：

单位：万元

期间	累计拆出	累计归还
2018年	700.00	-
2019年	500.00	713.34

截至2019年末，上海模块龙文化已归还2018年拆借本金700万元及利息。纳入合并范围后，上海模块龙文化未归还的借款及利息不再构成关联方资金拆借。

## (2) 恐龙人酒店与龙控集团之间的资金拆借

恐龙人酒店原系龙控集团控股子公司环龙实业的全资子公司。2018年8月，发行人从环龙实业收购恐龙人酒店100%股权后，恐龙人酒店变更为发行人全资子公司。

发行人收购恐龙人酒店之前，为满足酒店建设及日常经营资金周转需求，恐龙人酒店曾向龙控集团拆入资金，借款利率参考同期银行贷款利率综合计算确定。报告期内，相关资金拆借具体情况如下：

单位：万元

期间	累计拆入	累计归还
2017年	450.00	897.25
2018年	450.00	450.00

注：2017年累计归还金额大于累计拆入金额，系归还了前期借款所致。

截至2018年6月末，恐龙人酒店已就向龙控集团拆入的资金全部清偿完毕。自2018年8月恐龙人酒店纳入合并范围之日起，恐龙人酒店与龙控集团之间不再进行资金拆借。

## 5、关联担保

2019年1月24日，农业银行常州新北支行与常高新集团有限公司签订《最高额保证合同》，约定由常高新集团有限公司为发行人在2019年1月24日至2020年1月23日期间发生的债务，提供最高额债权限额为12,000.00万元的连带责任保证，保证期间为主合同约定的债务履行期限届满之日起两年。

2020年6月，因龙控集团董事葛兰担任常高新集团有限公司董事职务，常高新集团有限公司成为发行人的关联方，其为发行人提供的保证担保认定为关联交易。

### （三）关联方往来余额

报告期内公司关联交易形成的应收类款项账面余额变化情况如下：

单位：万元

项目	关联方	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应收账款	旅通商务	-	-	-	0.54
	小计	-	-	-	0.54
其他应收款	旅通商务	0.64	0.45	2.68	3.49
	迪诺商管	29.00	29.00	29.50	20.50
	龙汤温泉	-	-	-	1.00
	上海模块龙文化	-	-	701.92	-
	小计	29.64	29.45	734.10	24.99

2017年末，公司存在对旅通商务应收账款0.54万元，占期末应收账款账面余额比例为0.05%，金额及占比均较低。2018年末、2019年末及2020年9月末，公司不存在对关联方的应收账款。

报告期各期末，公司对关联方的其他应收款余额分别为24.99万元、734.10万元、29.45万元和29.64万元，占期末其他应收款余额比例分别为10.50%、68.75%、4.00%和2.96%。2018年末，余额和占比较高主要系2019年4月，恐龙人模块文旅收购上海模块龙文化，对其与上海模块龙文化资金往来进行信息披露追溯调整所致。公司与关联方的其他往来余额主要是少量保证金、酒店押金等。

报告期内公司关联交易形成的应付类款项余额变化情况如下：

单位：万元

项目	关联方	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应付账款	东方盐湖城	3.07	3.07	3.07	3.07
	迪诺商管	279.76	15.06	8.73	113.27
	新环环卫	4.40	1.50	-	-
	小计	287.22	19.63	11.79	116.34

报告期各期末，公司对关联方的应付账款余额分别为116.34万元、11.79万

元、19.63 万元和 **287.22 万元**，占期末应付账款比例分别为 1.04%、0.09%、0.11% 和 **1.44%**，金额及占比较低。报告期各期末应付关联方款项主要是对迪诺商管的物业、水电费等。

#### **(四) 报告期内关联交易对公司经营成果和财务状况的影响**

报告期内，公司的关联交易中关联采购和关联销售绝对金额和占比均较小，未对公司财务状况和经营成果构成重大影响。

## **十二、发行人报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见**

为规范关联交易行为，公司已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》中明确了关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项，具体执行情况如下：

1、2017 年 5 月 19 日，公司召开 2016 年年度股东大会，对 2017 年度日常关联交易予以审议并批准；

2、2018 年 5 月 25 日，公司召开 2017 年年度股东大会，对 2018 年度日常关联交易予以审议并批准；

3、2019 年 5 月 8 日，公司召开 2018 年年度股东大会，对 2019 年度日常关联交易予以审议并批准；

4、2020 年 4 月 23 日，公司 2019 年年度股东大会审议通过了《关于确认 2017~2019 年度关联交易的议案》，认为公司 **2017-2019 年**与关联方发生的关联交易遵循了公平、公正、合理的原则，关联交易作价公允，不存在损害发行人及非关联股东利益的情形。**同时，对 2020 年度日常关联交易予以审议并批准。**

公司独立董事对上述关联交易发表了独立董事意见，认为上述关联交易履行了必要的审议程序，符合《公司法》等相关法规及《公司章程》等相关制度的规定，关联交易价格公允合理，关联交易未对公司独立性构成影响，未损害公司利益及其他股东利益，不存在纠纷和潜在纠纷，也不存在关联方通过关联交易操纵公司利润的情形。

### 十三、报告期内关联方的变化情况

报告期内，公司关联方的变化情况参见本节之“十、关联方及关联关系”之“（十）报告期内曾经的关联方”。

报告期内，公司不存在由关联方变为非关联方且持续进行交易的情况。

## 第八节 财务会计信息与管理层分析

### 一、财务报表和审计意见

#### (一) 审计意见

信永中和接受公司的委托，对公司报告期内的财务报表进行了审计，包括2020年9月30日、2019年12月31日、2018年12月31日、2017年12月31日的合并及公司资产负债表，2020年1-9月、2019年度、2018年度、2017年度的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及相关财务报表附注。

信永中和出具了“XYZH/2020SHAA20001号”无保留意见的审计报告，发表意见如下：“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了恐龙园股份2020年9月30日、2019年12月31日、2018年12月31日、2017年12月31日的合并及公司财务状况以及2020年1-9月、2019年度、2018年度、2017年度的合并及公司经营成果和现金流量。”

#### (二) 发行人会计报表

##### 1、合并资产负债表

单位：元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
<b>流动资产：</b>				
货币资金	154,788,479.92	176,399,789.56	182,142,102.35	103,952,180.12
应收票据	110,887.20	-	-	-
应收账款	46,475,473.61	16,702,557.89	18,327,542.85	9,799,964.50
预付款项	5,080,626.54	7,887,895.49	6,940,501.93	5,793,951.65
其他应收款	8,406,155.76	6,056,579.36	9,338,506.12	1,577,459.04
存货	22,756,173.08	25,376,082.68	24,359,337.66	15,742,995.72
其他流动资产	2,595,581.93	5,526,389.04	3,451,387.45	5,112,478.21
<b>流动资产合计</b>	<b>240,213,378.04</b>	<b>237,949,294.02</b>	<b>244,559,378.36</b>	<b>141,979,029.24</b>
<b>非流动资产：</b>				
固定资产	952,541,589.39	989,912,259.48	904,879,898.31	917,038,764.87
在建工程	12,988,073.20	12,734,574.47	30,009,293.73	13,848,165.24



项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
无形资产	61,002,331.26	63,198,715.34	66,650,886.70	71,892,706.73
长期待摊费用	64,444,870.90	66,362,669.65	46,863,102.22	36,556,307.50
递延所得税资产	13,225,544.88	12,853,623.85	12,096,322.05	11,138,756.26
其他非流动资产	-	8,012,241.53	10,413,427.81	8,695,107.59
<b>非流动资产合计</b>	<b>1,104,202,409.63</b>	<b>1,153,074,084.32</b>	<b>1,070,912,930.82</b>	<b>1,059,169,808.19</b>
<b>资产总计</b>	<b>1,344,415,787.67</b>	<b>1,391,023,378.34</b>	<b>1,315,472,309.18</b>	<b>1,201,148,837.43</b>
<b>负债及股东权益</b>				
<b>流动负债：</b>				
短期借款	5,000,000.00	60,000,000.00	179,990,000.00	160,000,000.00
应付票据	-	10,506,991.00	24,856,622.49	15,941,979.13
应付账款	198,980,922.52	174,605,750.96	125,279,068.88	111,467,423.26
预收账款	-	48,104,939.43	46,204,012.62	35,747,740.81
应付职工薪酬	12,625,548.34	31,720,377.85	29,218,878.60	24,091,056.59
应交税费	11,405,824.67	13,330,656.43	11,027,830.04	7,742,588.01
其他应付款	12,326,655.05	21,539,042.60	16,982,570.35	15,521,265.53
其中：应付利息	31,736.14	91,015.27	365,237.32	390,497.22
<b>合同负债</b>	<b>63,744,646.96</b>	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	75,000,000.00
<b>流动负债合计</b>	<b>304,083,597.54</b>	<b>359,807,758.27</b>	<b>433,558,982.98</b>	<b>445,512,053.33</b>
<b>非流动负债：</b>				
长期借款	20,000,000.00	20,000,000.00	50,000,000.00	5,000,000.00
递延收益	46,467,454.05	48,366,173.95	45,685,391.92	43,131,847.34
递延所得税负债	13,259,212.28	14,333,399.11	5,569,849.69	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>79,726,666.33</b>	<b>82,699,573.06</b>	<b>101,255,241.61</b>	<b>48,131,847.34</b>
<b>负债合计</b>	<b>383,810,263.87</b>	<b>442,507,331.33</b>	<b>534,814,224.59</b>	<b>493,643,900.67</b>
<b>股东权益：</b>				
股本	176,100,000.00	176,100,000.00	165,000,000.00	165,000,000.00
资本公积	307,741,535.19	307,741,535.19	231,262,478.59	230,998,463.49
盈余公积	49,180,657.12	48,428,856.45	39,755,787.41	33,076,293.44
未分配利润	427,926,492.02	415,079,170.34	341,906,929.70	278,430,179.83
归属于母公司股东权益合计	960,948,684.33	947,349,561.98	777,925,195.70	707,504,936.76
少数股东权益	-343,160.53	1,166,485.03	2,732,888.89	-

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
股东权益合计	960,605,523.80	948,516,047.01	780,658,084.59	707,504,936.76
负债及股东权益总计	1,344,415,787.67	1,391,023,378.34	1,315,472,309.18	1,201,148,837.43

## 2、合并利润表

单位：元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
一、营业总收入	314,616,488.80	652,814,587.72	579,592,315.90	512,732,498.20
其中：营业收入	314,616,488.80	652,814,587.72	579,592,315.90	512,732,498.20
二、营业总成本	300,746,617.51	523,962,879.23	463,974,696.41	416,480,416.76
其中：营业成本	249,998,208.62	382,186,716.73	326,467,952.35	283,797,074.56
税金及附加	1,198,007.27	8,976,236.24	8,298,615.45	7,910,970.70
销售费用	18,916,085.83	71,071,353.64	66,101,285.32	60,592,462.03
管理费用	28,449,493.68	53,261,275.80	52,917,171.72	50,586,570.32
财务费用	2,184,822.11	8,467,296.82	10,189,671.57	13,593,339.15
其中：利息费用	2,505,686.15	9,031,169.08	10,346,361.33	13,593,232.59
利息收入	490,597.01	1,066,206.59	676,402.16	522,120.31
加：其他收益	8,883,014.05	6,588,264.18	7,486,069.66	4,165,089.19
投资收益（损失以“－”号填列）	-	-2,267,644.62	-	-
信用减值损失（损失以“－”号填列）	-3,386,404.06	-369,746.68	-	-
资产减值损失（损失以“－”号填列）	-	-	-1,256,223.23	-518,977.89
三、营业利润	19,366,481.28	132,802,581.37	121,847,465.92	99,898,192.74
加：营业外收入	349,637.56	440,672.24	336,191.91	1,007,333.70
减：营业外支出	469,596.28	1,790,703.73	4,423,072.28	4,333,724.78
四、利润总额	19,246,522.56	131,452,549.88	117,760,585.55	96,571,801.66
减：所得税费用	7,157,045.77	36,323,644.06	30,957,437.72	23,368,310.73
五、净利润	12,089,476.79	95,128,905.82	86,803,147.83	73,203,490.93
归属于母公司股东的净利润	13,599,122.35	96,695,309.68	87,520,258.94	73,203,490.93
少数股东损益	-1,509,645.56	-1,566,403.86	-717,111.11	-
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	12,089,476.79	95,128,905.82	86,803,147.83	73,203,490.93
归属于母公司股东的综合收益总额	13,599,122.35	96,695,309.68	87,520,258.94	73,203,490.93

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
归属于少数股东的综合收益总额	-1,509,645.56	-1,566,403.86	-717,111.11	-
<b>八、每股收益：</b>				
基本每股收益	0.08	0.58	0.53	0.44
稀释每股收益	0.08	0.58	0.53	0.44

### 3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	308,702,208.08	678,130,969.08	606,769,376.01	531,259,501.18
收到其他与经营活动有关的现金	7,276,926.23	12,707,402.14	14,248,552.94	7,173,650.35
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>315,979,134.31</b>	<b>690,838,371.22</b>	<b>621,017,928.95</b>	<b>538,433,151.53</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	51,757,861.60	151,773,349.28	140,844,405.87	101,548,454.59
支付给职工以及为职工支付的现金	130,969,377.52	202,475,492.92	168,388,348.60	140,009,850.01
支付的各项税费	16,963,778.02	50,473,435.05	42,702,464.19	51,696,033.09
支付其他与经营活动有关的现金	27,891,738.93	57,011,162.47	59,807,602.52	59,084,923.87
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>227,582,756.07</b>	<b>461,733,439.72</b>	<b>411,742,821.18</b>	<b>352,339,261.56</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>88,396,378.24</b>	<b>229,104,931.50</b>	<b>209,275,107.77</b>	<b>186,093,889.97</b>
二、投资活动产生的现金流量：				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	49,054.10	75,918.00	419,351.65	49,230.00
收到其他与投资活动有关的现金	3,962,796.40	23,756,622.49	12,700,000.00	9,260,261.45
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>4,011,850.50</b>	<b>23,832,540.49</b>	<b>13,119,351.65</b>	<b>9,309,491.45</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	50,808,757.85	140,080,108.73	88,258,367.39	72,062,465.56
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-163,910.96	7,200,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	8,962,796.40	30,756,622.49	12,700,000.00

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
投资活动现金流出小计	50,808,757.85	148,878,994.17	126,214,989.88	84,762,465.56
投资活动（使用）/产生的现金流量净额	-46,796,907.35	-125,046,453.68	-113,095,638.23	-75,452,974.11
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	88,800,000.00	3,450,000.00	-
取得借款收到的现金	5,000,000.00	180,000,000.00	229,990,000.00	230,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	4,500,000.00	4,500,000.00
筹资活动现金流入小计	5,000,000.00	268,800,000.00	237,940,000.00	234,500,000.00
偿还债务支付的现金	60,000,000.00	329,990,000.00	240,000,000.00	330,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,564,965.28	24,707,907.93	20,344,190.67	13,747,025.40
支付其他与筹资活动有关的现金	1,283,018.85	3,849,056.59	4,500,000.00	11,591,195.94
筹资活动现金流出小计	63,847,984.13	358,546,964.52	264,844,190.67	355,338,221.34
筹资活动（使用）/产生的现金流量净额	-58,847,984.13	-89,746,964.52	-26,904,190.67	-120,838,221.34
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-113.82
五、现金及现金等价物净（减少）/增加额	-17,248,513.24	14,311,513.30	69,275,278.87	-10,197,419.30
加：年初现金及现金等价物余额	171,396,993.16	157,085,479.86	87,810,200.99	98,007,620.29
六、年末现金及现金等价物余额	154,148,479.92	171,396,993.16	157,085,479.86	87,810,200.99

### （三）关键审计事项

公司的关键审计事项为收入确认。

#### 1、事项描述

公司经营业务类别及经营模式较多，2017年、2018年、2019年及2020年1-9月，公司营业收入分别为512,732,498.20元、579,592,315.90元、652,814,587.72元和314,616,488.80元。

公司在与交易相关的经济利益很可能流入公司，相关收入能够可靠计量且满足各项经营活动的特定收入确认标准时，确认相关收入。收入确认是否在恰当的财务报表期间入账可能存在潜在错报。会计师将收入确认作为重点关注的审计领域，故将收入确认作为关键审计事项。

## 2、审计应对

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-9 月的财务报表审计中，会计师对收入确认实施的审计程序主要包括：

①了解、评估了管理层对各类经营业务自合同审批至收入确认的业务流程中的内部控制的设计，并测试了关键控制执行的有效性；

②通过了解各类经营业务的经营模式特点，抽样检查各类业务经营合同中风险转移条款，参考同行业类似业务收入确认标准，对各类业务收入确认有关的重大风险及报酬转移时点进行了分析评估，进而复核了各类业务收入确认政策的准确性；

③采用抽样方式对各类业务收入确认相关的支持性文件（包括合同、收款、发票、验收单等）进行了检查；

④对公司与经营业务相关的计算机系统有效性实施了 IT 审计；

⑤针对各期末资产负债表日前后确认的收入按业务类别分别抽样核对了与收入确认相关的支持性文件，以评估收入是否在恰当的期间确认；

⑥采用抽样方式分别各类业务选取客户实施了访谈程序；选取客户对其各年度交易额、应收账款结余额实施了函证程序。

### （四）与财务会计信息相关的重要性水平判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。公司主要根据项目是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素判断项目性质是否具有重要性。公司作为以营利为目的的经营实体，按照利润总额的5%作为报表整体的重要性水平。

## 二、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况

### （一）财务报表的编制基础及遵循会计准则的声明

公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》、各项具体会计准则及相关规定（以下合称“企业会计准则”），并基于公司各项会计政策和会计估计编制。

### （二）合并财务报表范围及变化情况

#### 1、合并报表范围

截至2020年9月30日，公司合并报表合并范围如下：

子公司名称	注册地	持股比例		主营业务
		直接	间接	
恐龙园旅行社	常州	100.00%	-	旅行社业务、旅游服务、票务代理
恐龙园设计	常州	100.00%	-	文化旅游项目的信息咨询及规划设计；园林、景观、室内外装饰工程设计（不包含建筑设计）
恐龙园文科	常州	100.00%	-	动漫设计、影视制作，计算机软硬件开发、技术服务；智能控制人机交互系统集成技术开发
恐龙园文旅管理	常州	100.00%	-	文化旅游项目运营管理、技术咨询、管理咨询
恐龙人酒店	常州	100.00%	-	酒店管理服务、住宿服务、餐饮管理服务
恐龙人模块文旅	常州	90.00%	-	文化旅游项目投资、运营管理
上海模块龙文化	上海	-	90.00%	文化活动服务，展览展示服务，餐饮服务
湖北交旅文化	武汉	51.00%	-	文化艺术交流活动组织策划；旅游信息咨询

#### 2、报告期内合并报表范围发生变更的内容和原因

2018年5月，公司新设子公司恐龙人模块文旅作为模块娱乐业务的经营主体。恐龙人模块文旅于设立当月纳入合并范围。

2018年6月，公司新设子公司湖北交旅文化。湖北交旅文化主要负责湖北地区业务开发，于设立当月纳入合并范围。

2018年8月，公司完成恐龙人酒店的同一控制下企业合并，并于收购完成

当月纳入合并范围。关于收购的具体情况详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易情况”中关于偶发性关联交易的披露。

2018年11月，恐龙人模块文旅及北京永一格分别以40%、60%的认缴出资比例设立上海模块龙文化。2019年4月，恐龙人模块文旅收购了北京永一格的全部出资份额，完成对上海模块龙文化的非同一控制下企业合并，并于合并当月开始并表。

报告期内，公司不存在不再纳入合并范围的子公司。

### 三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素及相关财务和非财务指标

#### （一）居民经济实力提升带动国内旅游行业整体发展

随着居民经济实力及物质精神需求的不断提升，我国国内旅游行业近年来保持持续稳定增长。据国家统计局数据，2014-2019年人均可支配收入由20,167.12元增长至30,732.85元，年复合增长率8.79%；国内游客人数持续稳定增长，由36.11亿人次增加至60.06亿人次，年复合增长率10.71%。

年份	人均可支配收入		国内游客人数	
	收入金额（元）	较上年增长	人数（万人次）	较上年增长
2014	20,167.12	10.10%	361,100	10.70%
2015	21,966.19	8.92%	400,000	10.77%
2016	23,820.98	8.44%	444,000	11.00%
2017	25,973.79	9.04%	500,100	12.64%
2018	28,228.05	8.68%	553,900	10.76%
2019	30,732.85	8.87%	600,600	8.43%

数据来源：国家统计局

旅游人次增长及人均消费增加促进国内旅游市场规模持续扩大。2014-2019年，我国国内旅游总花费由3.03万亿元增长至5.73万亿元，年复合增长率13.56%；人均花费由839.43元增长至944.70元，人均消费合计增长12.54%。

年份	国内旅游总花费		国内游客人均花费	
	花费（亿元）	较上年增长	花费（元）	较上年增长
2014	30,311.86	15.80%	839.43	4.61%

年份	国内旅游总花费		国内游客人均花费	
	花费（亿元）	较上年增长	花费（元）	较上年增长
2015	34,195.05	12.81%	854.88	1.84%
2016	39,390.00	15.19%	887.16	3.78%
2017	45,660.77	15.92%	913.03	2.92%
2018	51,278.29	12.30%	925.77	1.39%
2019	57,250.92	11.65%	944.70	2.04%

数据来源：国家统计局

在我国经济持续稳定发展的前提下，居民收入水平逐年上升，日益增长的物质文化需求推动国内旅游市场规模扩大，近年来国内游客人均花费亦有所增加，行业整体发展为主题乐园业务发展奠定了坚实的基础。

## （二）周边游迎来发展机遇，IP 挖掘打造文旅品牌

交通便利度提升及线上平台影响力增强为周边游提供良好发展机遇。

2014-2019 年，我国私家车数量由 12,339.36 万辆增加至 22,513.40 万辆，年复合增长率 12.78%；高速公路里程由 11.19 万公里增加至 14.96 万公里，增幅达 33.69%。交通方式日益便利化，亲子、家庭等周边游成为周末或小长假出游的热门选项。

年份	私人汽车拥有数量		高速公路里程	
	数量（万辆）	较上年增长	里程（万公里）	较上年增长
2014	12,339.36	17.50%	11.19	7.18%
2015	14,099.10	14.26%	12.35	10.37%
2016	16,330.22	15.82%	13.10	6.07%
2017	18,515.11	13.38%	13.64	4.12%
2018	20,574.93	11.13%	14.26	4.55%
2019	22,513.40	9.42%	14.96	4.91%

数据来源：国家统计局

2014-2018 年，在线周边游市场高速增长，在线周边游占线上旅游市场交易规模比例有所提升。据易观数据，2014-2018 年我国在线周边游市场交易规模由 69.52 亿元增长至 269.70 亿元，年复合增长率高达 40.34%。2016-2018 年，在线度假旅游交易规模中在线周边游比例分别为 20.7%、22.7%和 25.6%，呈现上升趋势。



年份	中国在线周边游市场交易规模	
	交易规模（亿元）	较上年增长
2014	69.52	67.48%
2015	112.74	62.17%
2016	156.78	39.06%
2017	215.14	37.22%
2018	269.70	25.36%

数据来源：易观

周边游发展为公司发展提供了双重机遇。一方面，坐落于常州的“中华恐龙园”具有交通便利、特色鲜明的优势，随着线上平台及在线周边游的发展，结合多元化渠道的宣传与推广，凭借过硬的主题乐园运营实力，报告期内“中华恐龙园”接待游客人数及客单价均有所提升。另一方面，经过近 20 年的积累，公司积累了包括园区投资、开发、运营以及衍生产品开发、设计、经营等方面在内的综合性、立体化运营实力。经过多年的探索和发展，公司对内以恐龙 IP 特色运营替代单纯的大规模设备投资，打造“中华恐龙园”品牌知名度，建立恐龙主题品牌壁垒；对外输出主题乐园策划设计与咨询管理等服务，以相对轻资产的模式与客户合作共赢，享受行业发展红利。

### （三）多层次、模块化布局为全周期成长赋能

主题乐园行业具有资本密集型特点。中大型主题乐园筹建阶段即需要大额固定资产及设备投入，开放运营后又需要结合设施状况及市场动向对资产持续更新，因此盈利周期往往较长。经过 20 年左右的运营，目前“中华恐龙园”作为“大模块”产品已建立良好的知名度并实现较好的盈利水平。近年来公司正在发展的“模块化娱乐”产品具有投入较小、组合灵活、复制性强的特点，中小模块产品的推出将进一步丰富公司的产业图谱，有利于公司完善其产业链条。

公司首个模块产品为常州恐龙人俱乐部，以恐龙为特色主题，提供主题餐饮、密室逃脱、室内 CS、镜子迷宫等多项娱乐服务。报告期内，公司陆续于上海、杭州推出恐龙主题特色模块娱乐项目，各期模块娱乐收入分别为 1,618.15 万元、1,946.69 万元、2,300.80 万元和 1,101.50 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.16%、3.36%、3.52%和 3.50%。

## 四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

### （一）收入确认

#### 1、园区综合

##### （1）门票收入

公司的年卡收入自开卡之日起，在受益年限有效期内分摊。除了年卡收入之外，公司的门票收入在游客经闸机验证入园后，确认门票收入。

##### （2）其他运营收入

对于商品、食品销售，公司在相关商品已售出，游客已付款后确认收入。

对于餐饮业务，公司在餐饮服务已提供，游客已付款后确认收入。

对于场地出租业务，收取固定租金的，公司按确定的月租金每月确认；按约定的分成方式收取租金的，公司按照约定的分成比例确认收入。

对于寄存柜、观光车等收费游客服务，公司在相关游客服务已提供，游客已付款后确认收入。

#### 2、创新创意服务收入

##### （1）策划设计与咨询管理业务收入

按照合同约定，以成果提交为服务提供标志的策划设计与咨询管理业务，公司于成果交付并经客户验收后确认收入；按照服务期限收取服务费用的，公司在服务期限内按照完工百分比法确认收入。

##### （2）模块娱乐业务收入

公司于服务已提供、收取款项或收到凭证后确认收入。

#### 3、旅游配套服务

##### （1）酒店业务收入

公司于酒店服务已提供并经对方确认后确认收入。

##### （2）旅行社业务收入

公司于游客接受旅游综合服务后确认收入。

## （二）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

### 1、2019年1月1日前应收款项减值适用的会计政策

公司将下列情形作为应收款项坏账损失确认标准：债务单位撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足、发生严重自然灾害等导致停产而在可预见的时间内无法偿付债务等；债务单位逾期未履行偿债义务超过2年且具有明显特征表明无法收回；其他确凿证据表明确实无法收回或收回的可能性不大。

公司对可能发生的坏账损失采用备抵法核算，期末单独或按组合进行减值测试，计提坏账准备，计入当期损益。对于有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，公司按规定程序批准后作为坏账损失，冲销提取的坏账准备。

#### （1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

公司将单项金额占期末余额比例超过10%的应收款项视为重大应收款项，公司据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。

#### （2）按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项

公司根据应收款项账龄组合，按照账龄分析法计提坏账准备，坏账准备计提比例如下：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1年以内	5%	5%
1-2年	10%	10%
2-3年	30%	30%
3年以上	100%	100%

#### （3）单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

对于单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项，公司根据根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备。

### 2、2019年1月1日起应收账款减值适用的会计政策

对于《企业会计准则第14号——收入准则》规范的对外销售商品或提供劳

务等日常经营活动形成的应收账款，无论是否存在重大融资成分，公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

公司将单项金额占期末余额比例超过 10%的应收款项视为重大应收款项，否则视为单项金额不重大。

公司在资产负债表日对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收款项，单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收款项或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据应收款项的账龄作为信用风险特征，将应收款项划分为账龄组合，在组合基础上计算预期信用损失。

对于划分为组合的其他应收款，公司参照历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

### **（三）存货**

#### **1、分类**

公司存货主要包括材料物资、库存商品等。

#### **2、计量方法**

公司存货实行永续盘存制。存货在取得时按实际成本计价；领用或发出存货，采用加权平均法确定其实际成本。低值易耗品采用一次摊销法摊销。

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的产品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

### **（四）固定资产**

公司固定资产是指同时具有以下特征，即为生产商品、提供劳务、出租（不包括出租的房屋及建筑物）或经营管理而持有的，使用年限超过一年的有形资产。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入本公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。本公司固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、其他设备、运输设备等。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产外，公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法。公司固定资产的分类折旧年限、预计净残值率、折旧率如下：

类别	折旧年限	预计净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	10-40 年	5%	2.375%-9.500%
机器设备	8-20 年	5%	4.750%-11.875%
其他设备	5-20 年	5%	4.750%-19.000%
运输设备	5 年	5%	19.000%

公司于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，公司终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

#### （五）在建工程

在建工程在达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或工程实际成本等，按估计的价值结转固定资产，次月起开始计提折旧，待办理了竣工决算手续后再对固定资产原值差异进行调整。

#### （六）借款费用

对于可直接归属于需要经过 1 年以上的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产等的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；当购建或生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，停止资本化，其后发生的借款费用计入当期损益。如果符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

专门借款当期实际发生的利息费用，扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款

的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

### **（七）无形资产**

公司无形资产包括土地使用权、软件，按取得时的实际成本计量，其中，购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本；投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

土地使用权从取得之日起，按其出让年限或剩余出让年限平均摊销；其他无形资产按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核，如发生改变，则作为会计估计变更处理。

### **（八）长期待摊费用**

公司的长期待摊费用包括装修改造支出、租入固定资产改良支出等费用。该等费用在受益期内平均摊销，如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

### **（九）合同负债**

合同负债反映本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务。本公司在向客户转让商品之前，客户已经支付了合同对价或本公司已经取得了无条件收取合同对价权利的，在客户实际支付款项与到期应支付款项孰早时点，按照已收或应收的金额确认合同负债。

### **（十）政府补助**

公司的政府补助包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。其中，与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。如果政府文件中未明确规定补助对象，公司按照上述区分原则进行判断，难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

政府补助为货币性资产的，按照实际收到的金额计量，对于按照固定的定额

标准拨付的补助,或对年末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时,按照应收的金额计量;政府补助为非货币性资产的,按照公允价值计量,公允价值不能可靠取得的,按照名义金额(1元)计量。

公司与资产相关的政府补助确认为递延收益,确认为递延收益的与资产相关的政府补助,在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益。

相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的,将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

公司与收益相关的政府补助,用于补偿以后期间的相关费用或损失的,确认为递延收益,并在确认相关费用的期间计入当期损益;用于补偿已发生的相关费用或损失的,直接计入当期损益。与公司日常活动相关的政府补助,按照经济业务实质,计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助,计入营业外收支。

公司取得政策性优惠贷款贴息的,区分财政将贴息资金拨付给贷款银行和财政将贴息资金直接拨付给本公司两种情况,分别按照以下原则进行会计处理:(1)财政将贴息资金拨付给贷款银行,由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的,以实际收到的借款金额作为借款的入账价值,按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。(2)财政将贴息资金直接拨付给公司的,公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

公司已确认的政府补助需要退回的,在需要退回的当期分情况按照以下规定进行会计处理:(1)初始确认时冲减相关资产账面价值的,调整资产账面价值;(2)存在相关递延收益的,冲减相关递延收益账面余额,超出部分计入当期损益;(3)属于其他情况的,直接计入当期损益。

### **(十一) 递延所得税资产和递延所得税负债**

公司递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损,确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异,不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不

影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认递延所得税资产。

## （十二）会计政策或会计估计变更

### 1、会计政策变更

公司第三届董事会第十次会议通过了《关于公司会计政策变更的议案》，将应收关联方款项组合的坏账准备计提政策由不计提坏账准备变更为按账龄组合计提坏账准备，具体影响如下：

单位：元

调整科目	2017-12-31/2017年		
	调整前	调整金额	调整后
应收账款	9,802,295.08	-2,330.58	9,799,964.50
其他应收款	1,598,454.01	-20,994.97	1,577,459.04
盈余公积	33,078,244.91	-1,951.47	33,076,293.44
未分配利润	278,451,553.91	-21,374.08	278,430,179.83
资产减值损失	568,784.74	-49,806.85	518,977.89

报告期内，公司其他会计政策变更系根据财政部对企业会计准则的修订更改了相关科目的列示方式。

### 2、会计估计变更

报告期内，公司不存在会计估计变更。

### 3、执行新收入准则对报告期财务的影响

财政部于2017年颁布了修订后的《企业会计准则第14号——收入》（以下简称“新收入准则”），本公司自2020年1月1日起执行新收入准则。

根据新收入准则的相关规定，本公司对于首次执行该准则的累积影响数调整2020年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2019年度、2018年



度及 2017 年度的财务报表未重述。本公司因执行新收入准则对 2020 年年初留存收益无影响。

#### (1) 新收入准则实施前后收入确认会计政策的主要差异

报告期内，公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度的收入确认政策为：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方时，确认销售商品收入的实现。

报告期内，公司 2020 年 1 月 1 日起收入确认政策为：公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品的控制权，是指能够主导该商品的使用并从中取得几乎全部的经济利益。

新收入准则实施前后，公司收入确认的具体方法保持一致，收入确认会计政策无较大差异。

于 2020 年 1 月 1 日，本公司将原预收账款调整为按照新收入准则规定的分类的调节表如下，财务报表其他项目无影响：

##### 1) 合并资产负债表

项目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整数
预收账款	48,104,939.43		-48,104,939.43
合同负债		48,104,939.43	48,104,939.43

##### 2) 母公司资产负债表

项目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整数
预收账款	52,558,485.75		-52,558,485.75
合同负债		52,558,485.75	52,558,485.75

#### (2) 实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

结合公司不同业务模式的具体情况，公司报告期内新收入准则实施前对收入确认条件之风险与报酬转移的认定与新收入准则实施后收入确认条件之客户取得相关商品控制权的认定无差异。在合同条款方面，实施新收入准则后，公司仍将按照目前在执行的合同条款开展业务，对公司业务影响较小。在收入确认方面，收入确认条件由风险报酬转移变为控制权转移，对于营业收入等财务

数据影响较小。

### (3) 执行新收入准则对首次执行日前各年度合并报表主要财务指标的影响

假定自2017年1月1日起开始全面执行新收入准则,对报告期内营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产、归属于公司普通股股东的净资产合并报表主要财务指标均无影响。

## 五、税项

### (一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2017-01-01 至 2018-04-30	2018-05-01 至 2019-03-31	2019-04-01 至 2019-12-31
增值税	商品、食品销售收入	17%	16%	13%
	门票收入、演出服务业务收入、餐饮收入、游乐服务收入、规划设计业务收入、动漫嘉年华游戏收入、管理咨询业务收入、旅行社业务收入、酒店业务收入	6%		
	场地出租收入	5%		
城市维护建设税	应纳增值税额	7%		
教育费附加	应纳增值税额	3%		
地方教育费附加	应纳增值税额	2%		
房产税	房产原值的70%	1.20%		
	租金	12.00%		
企业所得税	应纳税所得额	25.00%		

### (二) 税收优惠及批文

#### 1、增值税

##### (1) 科普类收入免征增值税

根据《财政部、国家税务总局关于延续宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》(财税[2013]87号),科普类收入免征营业税,税收优惠政策执行期限为2013年1月1日至2017年12月31日。

根据《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》(财税[2016]36号),2017

年 12 月 31 日前，科普单位的门票收入免征增值税。根据《财政部、税务总局关于延续宣传文化增值税优惠政策的通知》（财税[2018]53 号）：科普类收入免征增值税，税收优惠政策执行期限为 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

公司门票收入中含科普类门票收入。

根据常州市价格认证中心《关于恐龙园新增“恐龙宝贝梦幻庄园”科普项目分项收费价格认证结论书》（常价证认字[2014]081 号），公司原一票制全价门票调整为 230 元/人，调整后一票制门票中科普项目价格为 178 元/人，免征营业税，税收优惠政策从 2014 年 6 月 28 日起开始。

根据常州市价格认证中心《关于调整恐龙园一票制门票中科普项目分项收费价格认定结论书》（常价认定税[2017]4 号），恐龙园一票制全价门票总价格及计入一票制门票中科普项目总价格均不变，仍为 2014 年价格认定标准，分别为 230 元/人和 178 元/人，价格认定基准日为 2016 年 5 月 30 日。

根据常州市价格认证中心《关于调整恐龙园一票制门票中科普项目分项收费价格认定结论书》（常价认定税[2019]2 号），公司原一票制全价门票调整为 260 元/人，调整后一票制门票中科普项目价格为 182 元/人，价格认定基准日为 2019 年 8 月 1 日。

## （2）进项税额加计抵减

根据《财政部、税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号），自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额。

根据《财政部 税务总局关于明确生活性服务业增值税加计抵减政策的公告》（财政部 税务总局公告 2019 年第 87 号），2019 年 10 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 15%，抵减应纳税额。

公司及子公司恐龙人酒店、恐龙园旅行社、恐龙园文科、恐龙园文旅管理、恐龙人模块文旅、恐龙园设计、湖北交旅文化、上海模块龙文化均享受上述优惠政策。

## 2、企业所得税

根据《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》(财政部 税务总局 财税〔2019〕13号),对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分,减按25%计入应纳税所得额,按20%的税率缴纳企业所得税;对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分,减按50%计入应纳税所得额,按20%的税率缴纳企业所得税。上述小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业,且同时符合年度应纳税所得额不超过300万元、从业人数不超过300人、资产总额不超过5,000万元等三个条件的企业,执行期限为2019年1月1日至2021年12月31日。

公司子公司湖北交旅文化2019年、2020年1-9月符合上述小微企业税收优惠的条件,但2019年全年及2020年1-9月未盈利。

## 3、房产税、城镇土地使用税

根据2020年3月2日国家税务总局江苏省税务局江苏省财政厅下发的《江苏省财政厅 国家税务总局江苏省税务局关于应对新冠肺炎疫情影响有关房产税、城镇土地使用税优惠政策公告》(苏财税[2020]8号):为贯彻国家和省关于新冠肺炎疫情防控的决策部署,支持纳税人缓解疫情影响,经省政府同意,现就我省应对疫情影响有关房产税、城镇土地使用税困难性减免政策公告如下:对受疫情影响严重的住宿餐饮、文体娱乐、交通运输、旅游等行业纳税人,暂免征收2020年上半年房产税、城镇土地使用税。

根据2020年6月29日江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局《关于应对新冠肺炎疫情影响有关房产税、城镇土地使用税优惠政策实施期限的公告》(苏财税(2020)18号):为支持企业纾困和复工复产,经省政府同意,现就《关于应对新冠肺炎疫情影响有关房产税、城镇土地使用税优惠政策公告》(苏财税[2020]8号)规定的税收优惠政策,执行至2020年12月31日。

公司2020年1-9月享受上述税收优惠政策。

## 六、非经常性损益

报告期内,公司非经常性损益项目及扣除非经常损益后的净利润如下:

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
计入当期损益的政府补助	888.30	658.83	748.81	489.75
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	12.36	1.92	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	535.38	554.28
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-12.00	-135.00	-408.75	-406.36
减：所得税影响额	216.68	122.06	84.98	18.67
<b>合计</b>	<b>659.63</b>	<b>414.12</b>	<b>792.38</b>	<b>619.00</b>
其中：归属于母公司股东	658.49	411.83	792.36	619.00
归属于少数股东	1.14	2.29	0.02	-
扣除非经常损益后的净利润	549.32	9,098.77	7,887.93	6,701.35
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	701.43	9,257.70	7,959.67	6,701.35

报告期内，公司归属母公司股东的非经常性损益依次为 619.00 万元、792.36 万元、411.83 万元和 **658.49 万元**，占各年度归属于母公司股东净利润的比例依次为 8.46%、9.05%、4.26%和 **48.42%**。2017-2019 年，公司归属母公司股东的非经常性损益对公司经营状况与盈利水平不构成重大影响，2020 年 1-9 月由于受到疫情影响，公司净利润水平较低，导致非经常性损益占净利润的比例较高。

报告期内，公司非经常损益主要是收到的政府补助，具体情况详见本节“十、盈利能力分析”中关于其他收益、营业外收入的分析以及“十一、财务状况分析”之“（二）负债及所有者权益主要科目分析”中有关递延收入的分析。

2017 年及 2018 年，同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益系公司于 2018 年收购恐龙人酒店追溯调整所致。

## 七、主要财务指标

### （一）基本财务指标

指标	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
资产负债率（合并）	28.55%	31.81%	40.66%	41.10%
资产负债率（母公司）	27.60%	33.14%	41.17%	40.97%
流动比率	0.79	0.66	0.56	0.32

速动比率	0.72	0.59	0.51	0.28
归属于母公司股东的每股净资产（元）	5.46	5.38	4.71	4.29
<b>指标</b>	<b>2020年1-9月</b>	<b>2019年</b>	<b>2018年</b>	<b>2017年</b>
应收账款周转率（次）	9.02	34.29	38.64	58.39
存货周转率（次）	10.39	15.35	16.23	18.49
息税折旧摊销前利润（万元）	10,905.65	24,576.33	21,768.01	19,772.28
利息保障倍数	8.68	14.66	12.30	8.10
每股经营活动的现金流量（元）	0.50	1.30	1.27	1.13
每股净现金流量（元）	-0.10	0.08	0.42	-0.06

注：上述财务指标计算公式如下：

- 1、资产负债率=总负债 / 总资产；
- 2、流动比率=流动资产 / 流动负债；
- 3、速动比率=（流动资产-存货） / 流动负债；
- 4、无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例=无形资产（扣除土地使用权） / 期末净资产；
- 5、归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司股东的权益/期末股本总额；
- 6、应收账款周转率=营业收入 / 期初期末应收账款原值平均值；
- 7、存货周转率=营业成本/期初期末存货原值平均值；
- 8、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销，其中利息支出包含利息资本化部分；
- 9、利息保障倍数=（税前利润+利息支出） / （利息支出+资本化利息支出）；
- 10、每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额 / 期末股本总额；
- 11、每股净现金流量=现金流量净额 / 期末股本总额。

## （二）净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《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和披露》（2010年修订），本公司报告期的净资产收益率和每股收益如下表所示：

项目	加权平均 净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本	稀释
<b>2020年1-9月</b>			
归属于公司普通股股东的净利润	1.42	0.08	0.08
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	0.73	0.04	0.04
<b>2019年</b>			
归属于公司普通股股东的净利润	11.52	0.58	0.58
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	11.03	0.55	0.55
<b>2018年</b>			

项目	加权平均 净资产收益率 (%)	每股收益 (元)	
		基本	稀释
归属于公司普通股股东的净利润	11.76	0.53	0.53
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	10.70	0.48	0.48
<b>2017 年</b>			
归属于公司普通股股东的净利润	10.91	0.44	0.44
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	9.99	0.41	0.41

## 八、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

## 九、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

### (一) 资产负债表日后事项

#### 1、重要的非调整事项

无。

#### 2、利润分配情况

无。

#### 3、新型冠状病毒疫情影响

本次疫情对于文旅、酒店以及餐饮等消费行业所属企业均会产生不利影响。公司作为一家提供景区运营服务、文化创意和内容产品开发的文化旅游企业，主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务。公司自 2020 年 1 月 25 日起根据疫情状况和政府要求开始闭园，并于 2020 年 3 月 20 日恢复开园。本次疫情会造成 2020 年“中华恐龙园”的入园人数减少，公司已全面开展疫情的防控工作，但是仍然面临由于疫情影响带来的公司运营以及业绩下滑的风险。

公司将继续密切关注新冠疫情的发展情况，评估和积极应对其对本公司财务状况、经营成果等方面的影响。

## （二）或有事项

恐龙园文科于 2017 年 10 月 26 日向南京市江宁区人民法院提出对南京同曦儿童文化产业有限公司的民事起诉状。根据该民事起诉状，恐龙园文科已按《同曦集团万尚恐龙园科技互动场馆项目合同》及其补充协议履行了合同约定义务，但南京同曦儿童文化产业有限公司屡次违约，延迟支付各期应付款项。

2017 年 11 月 21 日，恐龙园文科收到南京同曦儿童产业文化产业有限公司向南京市江宁区人民法院起诉本公司的民事反诉状，请求解除《同曦集团万尚恐龙园科技互动场馆项目合同》及其补充协议并支付违约金 945,760 元。

2019 年 6 月 14 日，恐龙园文科收到（2017）苏 0115 民初 17886 号民事判决书，判决如下：“一、被告南京同曦儿童文化产业有限公司与本判决发生法律效力之日起 10 日内向原告常州恐龙园文化科技有限公司支付价款 850,000 元并承担违约金（以 850,000 元为基础，自 2017 年 5 月 12 日按日万分之五标准计算至实际支付之日止）。二、被告南京同曦儿童文化产业有限公司与本判决发生法律效力之日起 10 日原告常州恐龙园文化科技有限公司支付合同第二期款的延迟付款违约金 35,870 元。三、驳回反诉原告南京同曦儿童文化产业有限公司的全部反诉请求。”

2019 年 7 月 4 日，南京同曦儿童产业文化产业有限公司向南京市江宁区人民法院提起上诉，请求撤销（2017）苏 0115 民初 17886 号民事判决书，判令解除其与本公司签订的《同曦集团万尚恐龙园科技互动馆项目合同》及其补充协议，请求返还其已支付的合同价款 238 万元并按银行同期贷款利率计算至实际给付之日的利息。

2020 年 9 月 23 日，江苏省南京市中级人民法院作出（2019）苏 01 民终 7649 号民事判决书，判决驳回南京同曦儿童文化产业有限公司的上诉请求，维持原判。

## （三）承诺事项

### 1、已签订的正在或准备履行的大额发包合同

截至 2020 年 9 月 30 日，公司已签订但未支付的约定大额工程合同支出情况如下：



单位：万元

合同金额	已付款金额	未付款金额
40,599.27	28,884.86	11,714.41

## 2、已签订的正在或准备履行的租赁合同及财务影响

于 2020 年 9 月 30 日（T 日），公司不可撤销经营租赁所需于下列期间承担款项如下：

单位：万元

期间	经营租赁
T+1 年	2,189.98
T+2 年	2,095.54
T+3 年	1,276.57
T+3 年以后	3,098.97
合计	8,661.06

## 十、盈利能力分析

报告期内，公司收入、利润总体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	31,461.65	65,281.46	12.63	57,959.23	13.04	51,273.25
营业利润	1,936.65	13,280.26	8.99	12,184.75	21.97	9,989.82
利润总额	1,924.65	13,145.25	11.63	11,776.06	21.94	9,657.18
净利润	1,208.95	9,512.89	9.59	8,680.31	18.58	7,320.35
归属于母公司股东的净利润	1,359.91	9,669.53	10.48	8,752.03	19.56	7,320.35
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	701.43	9,257.70	16.31	7,959.67	18.78	6,701.35

报告期内，公司收入、利润持续增长。2017 年至 2019 年，营业收入、归属于母公司股东的净利润、扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润的年复合增长率分别为 12.84%、14.93%和 17.54%。

## （一）营业收入分析

### 1、营业收入构成分析

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	31,170.28	99.07	65,016.43	99.59	57,633.66	99.44	51,089.26	99.64
其他业务	291.37	0.93	265.03	0.41	325.57	0.56	183.99	0.36
合计	31,461.65	100	65,281.46	100	57,959.23	100	51,273.25	100

报告期内，公司主营业务收入占比均在99%以上，主营业务突出。公司其他业务收入主要是临时场地租赁收入、为园区统一采购的一次性餐具销售收入等，对公司盈利能力不具有重大影响。

### 2、营业收入业务构成分析

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
园区综合业务	19,566.67	62.19	52,155.44	79.89	45,052.77	77.73	40,670.24	79.32
门票业务	14,828.56	47.13	39,890.93	61.11	35,543.30	61.32	32,418.42	63.23
其他运营	4,738.11	15.06	12,264.52	18.79	9,509.48	16.41	8,251.82	16.09
创新创意服务	9,280.22	29.50	6,827.05	10.46	7,658.24	13.21	7,089.88	13.83
策划设计与咨询管理	8,178.72	26.00	4,526.25	6.93	5,711.54	9.85	5,471.73	10.67
模块娱乐	1,101.50	3.50	2,300.80	3.52	1,946.69	3.36	1,618.15	3.16
旅游配套服务	2,323.39	7.38	6,033.94	9.24	4,922.66	8.49	3,329.13	6.49
酒店	2,173.30	6.91	4,911.96	7.52	3,359.87	5.80	2,927.98	5.71
旅行社业务	150.09	0.48	1,121.98	1.72	1,562.79	2.70	401.15	0.78
主营业务合计	31,170.28	99.07	65,016.43	99.59	57,633.66	99.44	51,089.26	99.64
其他业务	291.37	0.93	265.03	0.41	325.57	0.56	183.99	0.36
营业收入合计	31,461.65	100	65,281.46	100	57,959.23	100	51,273.25	100

公司收入主要来源于园区综合业务、创新创意服务以及旅游配套服务，其中园区综合业务收入占比最高，报告期内占总收入比例分别为79.32%、77.73%、79.89%和62.19%。2018年，营业收入较上年增加6,685.98万元、增长13.04%，其中园区综合业务收入增加4,382.53万元、增长10.78%。2019年，营业收入较

上年增加 7,322.23 万元、增长 12.63%，其中园区综合业务收入增加 7,102.67 万元、增长 15.77%。2020 年 1-9 月，受新冠疫情期间“中华恐龙园”闭园和限流影响，公司园区综合业务收入大幅下滑。

2020 年 1-9 月发行人营业收入及相较去年同期的变化情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动金额	变动比例
园区综合业务	19,566.67	42,750.02	-23,183.35	-54.23%
门票业务	14,828.56	32,865.50	-18,036.93	-54.88%
其他运营	4,738.11	9,884.52	-5,146.41	-52.07%
创新创意服务	9,280.22	4,685.75	4,594.46	98.05%
策划设计与咨询管理	8,178.72	2,896.91	5,281.81	182.33%
模块娱乐	1,101.50	1,788.85	-687.35	-38.42%
旅游配套服务	2,323.39	4,092.39	-1,769.00	-43.23%
酒店	2,173.30	2,847.28	-673.98	-23.67%
旅行社业务	150.09	1,245.11	-1,095.02	-87.95%
主营业务合计	31,170.28	51,528.17	-20,357.89	-39.51%
其他业务	291.37	172.16	119.20	69.24%
营业收入合计	31,461.65	51,700.33	-20,238.69	-39.15%

注：2019 年 1-9 月为未经审计数据。

受到新冠疫情影响，2020 年 1-9 月 2C 类的园区综合业务和旅游配套服务收入较 2019 年同期有所下滑，发行人加强 2B 类的策划设计与咨询管理业务的拓展，该类业务收入有所增加。

#### (1) 园区综合业务

单位：万元、%

项目	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
门票业务	14,828.56	75.78	39,890.93	76.48	35,543.30	78.89	32,418.42	79.71
其他运营	4,738.11	24.22	12,264.51	23.52	9,509.48	21.11	8,251.82	20.29
合计	19,566.67	100	52,155.44	100	45,052.77	100	40,670.24	100

园区综合业务包括门票业务及其他运营业务。门票业务是园区综合业务收入的主要来源，报告期内占园区综合业务收入比例在 70%以上。其他运营业务包括销售商品及提供各类服务。随着报告期内各年度入园人数增加，园区综合业务收

入持续增长。

1) 门票业务

单位：万元、万人

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
门票收入①	14,828.56	39,890.93	35,543.30	32,418.42
门票收入增长率	/	12.23%	9.64%	/
入园人数②	117.25	302.90	275.33	264.33
入园人数增长率	/	10.01%	4.16%	/
人均门票收入①/②（元/人）	126.47	131.70	129.09	122.64
人均门票收入增长率	/	2.02%	5.26%	/

公司深度挖掘恐龙 IP 价值，游乐项目不断创新优化、推陈出新，保持对新老游客的新鲜度和吸引力。此外，公司与各大 OTA 平台积极合作，品牌影响力和知名度有所提升。因此，报告期内各年度入园人数持续增长，2018 年及 2019 年分别较上年增长 4.16%、10.01%。2018 年门票收入较上年增长 9.64%，一方面是入园人数增长，另一方面人均门票收入较上年增长了 5.26%。2019 年门票收入增长主要与入园人数增长有关。

① 报告期入园人数及其结构情况

A、总体情况

报告期内，入园人数及其结构情况如下：

单位：万人

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
期限卡 <sup>1</sup>	26.00	32.15	29.79	30.39
占比	22.18%	10.61%	10.82%	11.50%
单次票 <sup>2</sup>	91.25	270.75	245.54	233.94
占比	77.82%	89.39%	89.18%	88.50%
合计	117.25	302.90	275.33	264.33

注 1：期限卡：即招股书中所指的年卡。游客可以在卡种对应期限内多次入园，每次入园均计算入园人次，即不剔除重复入园；具体票种包括年卡、暖心卡等；

注 2：单次票：游客持票进入园区，仅将首次入园计算为入园人次，通过该票再次入园不作计算，即剔除重复入园；具体票种包括单日票、二日票等。

2017-2019 年，期限卡入园人数占比在 10%左右，单次票入园人数占比在 90%左右，比例相对稳定；2020 年 1-9 月期限卡入园人数占比为 22.18%，单次票入

园人数占比为 77.82%，期限卡入园人数占比上升，单次票入园人数占比下降，主要系 2020 年 1-9 月单次票入园人数大幅下滑所致。期限卡用户中常州本地游客居多，单次票用户地域来源相对更分散，受新冠疫情影响，人员跨区、跨省出行旅游受限，单次票入园人数较往年同期有较大下滑，进而导致期限卡占比增长，单次票占比降低。

#### A、2018-2020 年 1-9 月入园人数及其结构情况

##### a、2020 年 1-9 月

单位：万人

项目	2020.01	2020.02	2020.03	2020.04	2020.05	2020.06	2020.07	2020.08	2020.09	合计
期限卡	0.78	-	1.19	3.55	4.20	2.14	4.23	6.87	3.06	26.00
占比	16.24%	-	41.37%	34.80%	29.59%	27.80%	22.90%	14.73%	24.58%	22.18%
单次票	4.00	-	1.68	6.66	9.99	5.55	14.23	39.75	9.40	91.25
占比	83.76%	-	58.63%	65.20%	70.41%	72.20%	77.10%	85.27%	75.42%	77.82%
合计	4.78	-	2.87	10.21	14.18	7.69	18.46	46.61	12.46	117.25

##### b、2019 年 1-9 月

单位：万人

项目	2019.01	2019.02	2019.03	2019.04	2019.05	2019.06	2019.07	2019.08	2019.09	合计
期限卡	1.07	1.90	2.06	1.85	1.88	2.64	5.71	5.96	1.80	24.86
占比	15.64%	11.72%	10.21%	6.25%	6.95%	12.14%	12.32%	9.16%	16.48%	10.19%
单次票	5.76	14.33	18.07	27.74	25.16	19.12	40.60	59.15	9.11	219.04
占比	84.36%	88.28%	89.79%	93.75%	93.05%	87.86%	87.68%	90.84%	83.52%	89.81%
合计	6.82	16.23	20.13	29.59	27.04	21.77	46.31	65.11	10.90	243.90

##### c、2018 年 1-9 月

单位：万人

项目	2018.01	2018.02	2018.03	2018.04	2018.05	2018.06	2018.07	2018.08	2018.09	合计
期限卡	0.71	1.69	1.75	2.14	1.47	2.20	6.01	5.08	1.84	22.88
占比	18.99%	10.71%	13.23%	7.35%	11.61%	11.92%	13.39%	7.84%	14.32%	10.62%
单次票	3.02	14.05	11.46	26.93	11.16	16.27	38.90	59.77	11.00	192.56
占比	81.01%	89.29%	86.77%	92.65%	88.39%	88.08%	86.61%	92.16%	85.68%	89.38%
合计	3.73	15.73	13.21	29.07	12.63	18.47	44.91	64.86	12.84	215.44

##### d、2020 年 1-9 月入园人数与 2019 年、2018 年对应月份入园人数及结构的

## 差异情况

## I、2020年1-9月与2019年对应月份入园人数及结构的差异情况

单位：万人

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	合计
期限卡	-0.29	-1.90	-0.87	1.70	2.32	-0.51	-1.48	0.90	1.27	1.14
占比	0.60%	-11.72%	31.16%	28.55%	22.64%	15.65%	10.58%	5.57%	8.09%	11.98%
单次票	-1.76	-14.33	-16.39	-21.08	-15.18	-13.57	-26.37	-19.40	0.29	-127.79
占比	-0.60%	-88.28%	-31.16%	-28.55%	-22.64%	-15.65%	-10.58%	-5.57%	-8.09%	-11.98%
合计	-2.05	-16.23	-17.26	-19.38	-12.86	-14.08	-27.85	-18.50	1.56	-126.65

## II、2020年1-9月与2018年对应月份入园人数及结构的差异情况

单位：万人

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	合计
期限卡	0.07	-1.69	-0.56	1.41	2.73	-0.06	-1.79	1.78	1.22	3.12
占比	-2.76%	-10.71%	28.14%	27.44%	17.99%	15.88%	9.51%	6.89%	10.26%	11.56%
单次票	0.98	-14.05	-9.78	-20.27	-1.18	-10.72	-24.67	-20.03	-1.60	-101.31
占比	2.76%	-89.29%	-28.14%	-27.44%	-17.99%	-15.88%	-9.51%	-6.89%	-10.26%	-11.56%
合计	1.04	-15.73	-10.34	-18.86	1.56	-10.78	-26.45	-18.24	-0.38	-98.19

受新冠疫情的影响，2020年1-9月入园人数较2018、2019年有所下降。其中，以本地游客为主的期限卡游客入园人数变动较小甚至略有增长，主要原因为发行人2020年为应对疫情影响于2月、3月、5月推出了一批截止时间至2021年12月31日的“暖心卡”，该期限卡包括“双人卡”和“家庭卡”，较普通年卡有效期更长、优惠力度更大，在疫情相对稳定的月份有效刺激了本地游客的旅游需求；单次票用户客源相对分散，在疫情防控的要求下，人员跨区、跨省出行旅游受限，单次票入园人数下滑较为明显。随着国内疫情逐步稳定，出行限制逐步放开，单次票入园人数在逐渐恢复。

## A、2020年1-9月入园人数与2019年、2018年对应月份入园人数恢复比例

## a、2020年1-9月各月入园人数较2019年对应月份入园人数恢复比例

单位：%

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
期限卡 2020/2019	72.66	-	57.67	192.04	223.34	80.84	74.09	115.12	170.39

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
单次票 2020/2019	69.50	-	9.30	23.99	39.69	29.02	35.05	67.20	103.20
合计 2020/2019	70.00	-	14.24	34.50	52.45	35.32	39.86	71.59	114.27

b、2020年1-9月各月入园人数较2018年对应月份入园人数恢复比例

单位：%

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
期限卡 2020/2018	109.41	-	67.86	166.14	286.41	97.10	70.29	135.11	166.57
单次票 2020/2018	132.35	-	14.66	24.71	89.47	34.12	36.58	66.50	85.44
合计 2020/2018	127.99	-	21.69	35.12	112.32	41.62	41.10	71.87	97.06

c、入园人数恢复比例分析

2020年，随着疫情逐渐得到控制以及疫情防控政策的逐步调整，发行人园区接待逐步有序恢复。与发行人园区开放和接待情况有关的具体政策如下：

时间范围	园区开放情况和接待人数限额	主要政策通知	发布部门	防控要求
1月1日-1月24日	正常开放	无	无	无
1月25日-3月19日	园区闭园	《关于全力做好新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作暂停旅游企业经营活动的紧急通知》	文化和旅游部	暂停旅游企业经营活动
		《关于深入做好全省文化和旅游领域疫情防控工作的通知》	江苏省文旅厅	强化文旅领域监管，确保暂停的文旅防控领域关闭到位
		《市文广旅局关于加强新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作的通告》	常州市文广旅局	全市各封闭式景区景点各文化娱乐场所暂停开放
3月20日-5月15日	3月20日室外部分恢复开放，接待量不超过核定最大承载量的30%	《关于在有效防控疫情的同时积极有序推进复工复产的指导意见》	中央应对新型冠状病毒感染肺炎疫情工作领导小组	低风险地区由经营者自主决定复工复市时间，对文化旅游通过预约、分流限流等控制人员密度
		《关于做好旅游景区疫情防控和有序开放工作的通知》	文化和旅游部、国家卫生健康委员会	坚持防控为先，实行限量开放；接待量不得超过核定承载量的30%。
5月16日-7月14日	园区室内部分开放；接纳消费者人数不得超过核定人数的50%	《国务院应对新型冠状病毒感染肺炎疫情联防联控机制关于做好新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见》	国务院新冠疫情防控联防联控机制	采取预约、限流等方式，开放公园、旅游景点
		《娱乐场所恢复开放疫情防控措施指南》	文化和旅游部	坚持预约限流、限制停留时间；接纳消费者人数不得超过核定人数的50%
		《关于做好疫情防控常态化条件下文旅场所有序开放工作的通知》	江苏省文旅厅	
7月15日-9月18日	园区全面开放；接待量不超过最大承载量的50%	《关于推进旅游企业扩大复工复产有关事项的通知》	文化和旅游部	继续贯彻落实“限量、预约、错峰”要求，接待量由不得超过最大承载量的30%调至50%；恢复跨省游。
9月19日至今	园区全面开放；接待量不超过最大承载量的75%	《关于做好2020年国庆节、中秋节文化和旅游假日市场工作的通知》	文化和旅游部	有序推进秋冬季旅游景区开放管理，接待游客量不超过最大承载量的75%



除 1-3 月份园区闭园以外，其他月份的疫情防控政策主要规定了园区接待量不能超过最大承载量的一定比例。恐龙园园区日最大承载量为 7 万人，疫情期间实际入园人数与政策规定的游客接待量尚存在一定距离，但园区各月入园人数变化趋势与防控政策的调整趋势整体一致，具体如下：

时间范围	变动原因
2020 年 1 月	园区于 1 月 25 日闭园，受疫情影响时间较短，入园人数较往年同期变化较小
2020 年 2 月	园区处于闭园状态，入园人数为零
2020 年 3 月	园区于 3 月 20 日恢复开园，开园天数仅为往年同期的三分之一，且处于疫情过后复工复产初期，入园人数较往年同期恢复比例较低
2020 年 4-9 月	期限卡入园人数恢复较快，主要原因为： 1、在疫情的大环境下，本地期限卡游客更多选择就近外出游玩 2、发行人在 2 月、3 月和 5 月推出“暖心卡” <sup>1</sup> 优惠促销活动，增加了期限卡用户总数
	单次票入园人数逐步恢复，主要原因为： 1、疫情防控政策调整、园区逐步恢复开放，单次票入园人数逐月增加 2、6 月恢复比例较 5 月有所下滑，主要系北京疫情反复，各地疫情防控收紧，游客出行热情下降所致 3、9 月恢复比例超出往年同期水平，主要系当月发行人举行“中华恐龙园”开园 20 周年庆祝活动，吸引了更多游客所致

注 1：暖心卡为发行人于疫情期间推出的优惠期限卡，有效期至 2021 年 12 月 31 日。

随着新冠疫情逐步稳定，旅游出行情况得以改善，四季度入园情况预期会稳步恢复。

入园人数构成的变化对业绩预测的影响如下：

发行人期限卡和单次票的收入确认方法不同：期限卡收入自开卡之日起，在对应的期限内，按天分摊，每月确认收入；单次票在游客经闸机验证入园后，确认门票收入。因此，期限卡入园人数情况与其确认收入没有直接关系，单次票入园人数情况与其收入是相关的。

发行人基于 1-11 月的经营数据，充分考虑入园游客结构所带来的影响，将期限卡门票收入和单次票门票收入分开预测：期限卡收入基于 2020 年各月收入较去年同期的变动情况进行预测；单次票收入基于 2020 年各月入园人数和人均票价较去年同期的变动情况进行预测。基于上述方法，发行人调整 2020 年业绩预测。

报告期内，各年度人均门票收入分别为 122.64 元、129.09 元、131.70 元和 126.47 元。公司对主要票种每年制定一次年度价格政策，规定不同票种在各类主要渠道的销售价格。节假日及特殊活动期间，可能推出特殊票种或对个别产品临时调价。

2019年，公司对门票进行整体调价，自当年8月1日起基础票种“门市散客全价票”单价由230元/张提高至260元/张。2018年人均门票收入较2017年增长5.26%，主要是因为2017年公司接待了较多学生春游团，其票价较低，拉低了2017年整体门票均价。

**②报告期各期门票定价（儿童票、学生票、成人全价、团体票等），调整情况和调价机制**

**A、门票定价情况**

报告期内，发行人门票定价情况具体如下：

门票类型 <sup>1</sup>	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
儿童票	身高1.2米以下免票，1.2-1.5米150元/人	身高1.2米以下免票，1.2-1.5米115元/人、130元/人	身高1.2米以下免票，1.2-1.5米115元/人	身高1.2米以下免票，1.2-1.5米115元/人
学生票	35-180元/人	30-180元/人	30-190元/人	30-190元/人
成人全价	260元/人	230元、260元/人	230元/人	230元/人
团体票 <sup>2</sup>	80-250元/人	50-210元/人	50-220元/人	50-220元/人
老人票	70周岁以上免票，60-69周岁150元/人	70周岁以上免票，60-69周岁115元/人、130元/人	70周岁以上免票，60-69周岁115元/人	70周岁以上免票，60-69周岁115元/人
优惠免票	现役军人、残疾军人、消防救援队伍干部及消防员、残疾人、新闻记者、医护人员免票	现役军人、残疾军人、残疾人、新闻记者免票	现役军人、残疾军人、残疾人、新闻记者免票	现役军人、残疾军人、残疾人、新闻记者免票

注1：门票类型为单人单次票，价格指年度门票价格政策，不包括临时调价等情况；

注2：团体票包括：旅行社团队、协议团队和重点酒店单位等。

**B、门票价格调整机制**

发行人制订了门票价格管理制度，门票定价执行市场指导价原则。门票价格调整分为年度价格调整和临时价格调整两类。

**a、年度价格调整**

每年10月份，发行人根据国家宏观市场环境、行业发展变化、未来发展战略、业内竞争地位等进行分析，并结合未来产品投入、游客调研反馈、周边同类产品定价调研等内外部因素，对门票价格进行调整，确定成人当日门市票价。以成人

当日门市票价为基准，针对不同客群、不同渠道、不同阶段等确定一揽子年度门票价格政策。

#### b、临时价格调整

发行人针对不同阶段的主题活动、特定的客群制定相应的促销门票价格政策，对某一特定时期、特定群体、特定活动的门票进行临时价格调整。价格调整依据市场部制定的阶段性营销推广方案，经内部审批决策通过后实施。

#### c、价格调整批准

发行人门票定价执行市场指导价，无需物价管理部门批准，将成人全价票的价格进行备案即可；发行人门票涉及科普项目价格认定，在票价调整时需向常州市价格认证中心报备，确认门票价格中科普项目的价格。

#### d、价格调整流程

年度价格调整和临时价格调整，均由市场部确定调整方案，经内部审批后下发到票务部门并录入系统，完成价格调整。

### C、报告期内门票价格调整情况

发行人成人当日门市票为基准票种，其价格为门票基准价格。成人当日门市票价格调整后，其余票种根据不同销售渠道、不同细分市场、不同时节、不同细分人群、不同团队规模和不同产品内容相应调整票价。

报告期内，发行人成人当日门市票价调整情况如下：

门票类型	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
成人当日门市票	260元/人	230元、260元/人	230元/人	230元/人

报告期内，发行人成人当日门市票价调整过一次，由230元/人调整为260元/人，调整前后常州市价格认证中心对科普项目价格认定如下：

a、根据常州市价格认证中心《关于调整恐龙园一票制门票中科普项目分项收费价格认定结论书》(常价认定税[2017]4号)：公司一票制全价门票总价格及计入一票制门票中科普项目总价格均不变，仍为2014年价格认定标准，分别为230元/人和178元/人，价格认定基准日为2016年5月30日。

b、根据常州市价格认证中心《关于调整恐龙园一票制门票中科普项目分项收

费价格认定结论书》(常价认定税[2019]2号):公司原一票制全价门票调整为260元/人,调整后一票制门票中科普项目价格为182元/人,价格认定基准日为2019年8月1日。

③门票通过各渠道(公司官网和直营店、OTA平台、现金、“旅通卡”、线下旅行社等)实现的销售收入金额、占比、毛利、付款和结算政策、分成比例等

#### A、不同渠道门票销售、付款、结算及分成情况

发行人门票销售渠道包括直营渠道和分销渠道,其中直营渠道包括散客、自助机、自营电商和协议团队,散客、自助机和自营电商客户为个人消费者,协议团队客户为企业消费者;分销渠道包括OTA平台和旅行社及酒店。年卡为期限卡票种,通过多种渠道销售,且收入确认方式与单次票不同,因此将其单独列示。

各种渠道具体说明如下:

散客:游客通过票房购票;

自助机:游客通过园区外自助售票机购票;

自营电商:游客通过发行人官网、淘宝等自营店购票;

协议团队:从发行人处直接购票的企业客户,其一般用于赠送客户或员工福利,如部分生产型企业、银行及房地产公司等;

OTA平台:游客通过旅游电子商务公司购票,主要包括携程、美团、驴妈妈等;

旅行社及酒店:游客通过线下旅行社及酒店购票,主要包括常州耀来国际旅行社有限公司、景尚旅业集团股份有限公司恐龙主题度假酒店等。

#### a、不同渠道门票销售情况

报告期内,不同渠道门票销售金额、占比及毛利情况如下:

单位:万元

2020年1-9月			
渠道	销售金额	收入占比	毛利
散客	2,947.14	19.87%	173.89
自助机	807.72	5.45%	267.53
自营电商	1,417.49	9.56%	565.82

协议团队	903.25	6.09%	27.08
OTA平台	6,384.79	43.06%	1,426.31
旅行社及酒店	925.81	6.24%	-127.33
年卡	1,442.36	9.73%	-1,715.32
合计	14,828.56	100.00%	617.98
<b>2019年度</b>			
渠道	销售金额	收入占比	毛利
散客	7,893.14	19.79%	3,939.99
自助机	4,416.33	11.07%	2,514.94
自营电商	3,337.92	8.37%	2,251.85
协议团队	865.08	2.17%	700.72
OTA平台	18,231.99	45.70%	9,468.95
旅行社及酒店	3,608.21	9.05%	-2,318.40
年卡	1,538.27	3.86%	-1,067.96
合计	39,890.93	100.00%	15,490.10
<b>2018年度</b>			
渠道	销售金额	收入占比	毛利
散客	10,276.29	28.91%	5,094.64
自助机	2,052.34	5.77%	1,047.23
自营电商	2,510.93	7.06%	1,666.62
协议团队	751.04	2.11%	571.45
OTA平台	15,082.16	42.43%	7,784.04
旅行社及酒店	3,271.32	9.20%	-760.89
年卡	1,599.20	4.50%	-636.05
合计	35,543.30	100.00%	14,767.04
<b>2017年度</b>			
渠道	销售金额	收入占比	毛利
散客	11,608.48	35.81%	6,594.01
自助机 <sup>1</sup>	-	-	-
自营电商	2,257.07	6.96%	1,433.58
协议团队	1,038.66	3.20%	769.14
OTA平台	12,077.03	37.25%	6,600.70
旅行社及酒店	3,509.83	10.83%	-716.31
年卡	1,927.36	5.95%	-108.74

合计	32,418.42	100.00%	14,572.37
----	-----------	---------	-----------

注1：发行人2017年未有自助机设备，因此该分类没有收入。

报告期内，通过票房和自助机现场购票的收入比例分别为35.81%、34.68%、30.86%和25.32%，占比逐期下降；通过自营电商及OTA平台线上购票的收入比例分别为44.21%、49.49%、54.07%和52.62%，呈上升趋势。主要原因是线上门票更优惠，同时消费者购物习惯逐步从线下消费向线上转变。

2017-2019年，协议团队购票收入比例分别为3.20%、2.11%和2.17%，占比相对稳定；2020年1-9月，收入占比上升至6.09%，主要原因是发行人为应对疫情期间散客购票减少而导致的门票收入下滑情况，加大了对企业客户的营销推广力度。

2017-2019年，年卡购票收入比例分别为5.95%、4.50%和3.86%，占比下滑，主要原因是年卡用户更多为常州附近游客，客户群体相对固定，园区不断升级改造吸引了更多外地游客，单次票销售规模增幅高于年卡，因此年卡收入比例有所下降。2018年卡收入金额低于2017年，主要原因是发行人于2017年开放水世界，2016年底水世界年卡销售火爆，2017年的年卡摊销收入大幅增加；2020年1-9月，收入占比上升至9.73%，主要原因是发行人推出了暖心卡等优惠年卡，年卡用户总数增加。

2017-2019年，通过旅行社及酒店购票的收入比例分别为10.83%、9.20%和9.05%，占比相对稳定；2020年1-9月，收入占比下滑至6.24%，主要原因是疫情环境下，通过旅行社及酒店组团游玩的游客数量有所下滑。

报告期内，旅行社及酒店、年卡渠道的门票毛利率为负，主要是门票成本在不同渠道的分摊方式所致。发行人的门票成本中主要包括园区内的资产折旧摊销、人工成本等，约束性固定成本占比较高，新增单名游客对门票成本的影响极小。为核算不同渠道门票的销售毛利情况，发行人按不同渠道的入园人数对对应渠道购票的成本进行了分摊，门票定价对门票业务毛利的更大影响。由于旅行社及酒店渠道销售部分学生团、双人票等门票产品，其门票平均定价较低，而年卡客户存在多次入园的情况，且收入按年卡有效期限进行分摊，故而单次入园对应的门票收入金额较低，从而导致该渠道核算的收入小于成本。旅行社及酒店、年卡渠道的门票毛利为负不代表该业务亏损，其带来的增量收入实际远高于边际成本，

会提高门票业务的整体毛利，相关业务开展具有必要性。

**b、不同渠道门票付款、结算及分成情况**

报告期内，不同渠道门票付款、结算及分成情况如下：

渠道	付款方式 <sup>1</sup>	结算政策	分成情况
散客	电子支付、现金、旅通卡	现结	无分成
自助机	电子支付	现结	
自营电商	电子支付	现结	
协议团队	银行转账	现结、预收、应收	
OTA平台	银行转账	预收、应收	
旅行社及酒店	银行转账、电子支付、现金	现结、预收、应收	
年卡	银行转账、电子支付、现金、旅通卡	预收	

注1：电子支付即消费者通过微信、支付宝等进行支付。

发行人销售渠道分为直营渠道和分销渠道，直营渠道直接将门票销售给终端用户，分销渠道通过分销商将门票销售给终端用户。分销渠道中，发行人与分销商并无分成约定，发行人以对分销商的销售额确认收入，分销商通过购销差价获利。

**B、不同收款方式门票销售情况**

报告期内，不同收款方式门票销售情况具体如下：

单位：万元、%

收款方式	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	292.74	1.97	1,665.89	4.18	3,768.98	10.60	7,642.13	23.57
其中：旅行社及酒店	19.53	0.13	136.86	0.34	259.90	0.73	485.95	1.50
散客	273.20	1.84	1,529.03	3.83	3,509.08	9.87	7,156.17	22.07
旅通卡	4.41	0.03	10.86	0.03	14.86	0.04	20.94	0.06
其中：散客	4.41	0.03	10.86	0.03	14.86	0.04	20.94	0.06
门票收入合计	14,828.56	100.00	39,890.93	100.00	35,543.30	100.00	32,418.42	100.00

报告期内，发行人通过现金及旅通卡收款的收入比例分别为 23.63%、10.64%、4.21%和 2.00%，占比逐期下滑，主要原因是微信、支付宝等电子支付方式的流行，

消费者减少了现金及旅通卡的使用。

④发行人与各平台在不同销售模式（平台分销、组合产品分销、包量分销）下的销售金额，占比，毛利，结算价格是否存在差异及合理性

发行人分销渠道中包括平台分销、组合产品分销以及包量分销三种销售模式，具体如下：

平台分销：发行人通过 OTA 平台、旅行社及酒店，销售园区门票；

组合产品分销：发行人通过 OTA 平台、旅行社及酒店，销售“酒店+门票”等类型的组合产品；

包量分销：发行人与 OTA 平台、旅行社及酒店签订包量合作协议，就某一特定时段内（通常为节假日或特殊活动期间）公司通过该平台销售的门票总额做出约定，同时指定双方的结算价格（此价格通常低于常规模式下的结算价）。采用预收方式进行结算，对方需要将不少于包量总额的款项预先划至公司账户，如果该时段内实际门票销售总额小于约定金额，公司与对方按照约定金额结算；如果该时段内实际门票销售总额超出约定金额，公司与对方按照实际销售总额结算。

A、发行人与各平台在不同销售模式（平台分销、组合产品分销、包量分销）下的销售金额，占比，毛利情况

报告期内，发行人不同销售模式的销售金额、占比及毛利情况如下：

单位：万元

2020年1-9月			
销售模式	销售金额	占比	毛利
平台分销	3,933.40	53.80%	420.83
组合产品分销 <sup>1</sup>	2,775.83	37.97%	881.33
包量分销	601.36	8.23%	-3.17
合计	7,310.59	100.00%	1,298.99
2019年度			
销售模式	销售金额	占比	毛利
平台分销	8,346.05	38.21%	1,552.62
组合产品分销	11,074.27	50.71%	6,457.04
包量分销	2,419.87	11.08%	-859.11



合计	21,840.19	100.00%	7,150.55
2018 年度			
销售模式	销售金额	占比	毛利
平台分销	7,356.97	40.08%	1,512.05
组合产品分销	8,911.46	48.55%	5,279.00
包量分销	2,085.06	11.36%	232.10
合计	18,353.49	100.00%	7,023.15
2017 年度			
销售模式	销售金额	占比	毛利
平台分销	12,362.02	79.31%	4,806.24
组合产品分销	1,724.17	11.06%	1,129.85
包量分销	1,500.67	9.63%	-51.70
合计	15,586.86	100.00%	5,884.39

注 1: 表格中组合产品分销为通过 OTA 平台和旅行社及酒店销售的组合产品, 收入为组合产品中对应的门票收入金额。

报告期内, 组合产品分销占比分别为 11.06%、48.55%、50.71%和 37.97%, 其中 2018 年组合产品分销占比较 2017 年增幅较大, 主要原因是 2018 年 8 月, 发行人将恐龙人酒店纳入合并范围, 大力推广园区门票和恐龙人酒店的组合产品, 组合产品销售大幅增加。报告期内, 包量分销占比相对稳定。

部分年度包量分销毛利为负, 主要是门票成本的分摊方式所致。发行人的门票成本中主要包括园区内的资产折旧摊销、人工成本等, 约束性固定成本占比较高, 新增单名游客对门票成本的影响极小。为核算不同模式门票的销售毛利情况, 发行人按不同模式的入园人数对对应模式购票的成本进行了分摊, 门票定价对门票业务毛利的的影响更大。由于包量分销的门票平均定价较低, 导致该渠道核算的收入小于成本。包量分销毛利为负不代表该业务亏损, 其带来的增量收入实际远高于边际成本, 会提高门票业务的整体毛利, 相关业务开展具有必要性。

#### B、结算价格是否存在差异及合理性

单位: 元

销售模式	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平台分销	135.72	98.97	94.98	110.46
组合产品分销	177.58	193.21	185.12	195.86
包量分销	120.56	59.45	84.91	65.27

销售模式	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
总体分销模式	147.38	119.77	122.23	108.46

报告期内，不同销售模式的结算价格有一定差异，结算价从大到小依次为组合产品分销、平台分销和包量分销。其中，组合产品分销和平台分销结算价差异，主要原因是门票销售结构有所不同，组合产品分销中主要销售的是二日多次入园票，该类票种游客可以在二日内多次入园，票价相对较高，在入园统计中仅对持票游客第一次入园进行统计，因此计算出的结算价格会较高。平台分销中主要销售二日一次入园票，票价低于二日多次入园票；包量分销的结算价格较低，主要原因是基于保底金额，发行人对包量分销的门票价格优惠力度大。2020年1-9月，平台分销结算价有所增长，主要系受疫情影响，学生团游客减少所致；包量分销结算价有所增长，主要系疫情影响，当期未有学生团包量合作所致。

⑤报告期内发行人门票折扣、优惠的具体类型，对旅行社或者团体客户的折扣和优惠相关的标准如何制定与执行，会计处理方法

#### A、报告期内发行人门票折扣、优惠的具体类型及会计处理方法

报告期内，发行人根据门票价格管理制度，于每年年末确定次年的成人当日门市票价，并以此为基准，针对不同客群、不同渠道、不同阶段等确定不同的门票优惠定价。发行人以门票实际结算价格确认收入，不存在针对门票折扣或优惠的特殊会计处理情况。

发行人门票优惠类型具体如下：

门票类型	适用情形
优惠票	身高1.2—1.5米的儿童；60—69周岁的成人
免票	儿童1.2米以下；老年人70周岁以上；现役军人、残疾军人、残疾人、新闻记者等
大学生票	全日制大学生，不包括远程网络教育、委培、成教、夜大、研究生、函授生
协议团队票	发行人协议团队客户，购票时一次性结清票款
旅行社成人团队票	通过旅行社成团购票
旅行社学生团队票	通过旅行社成团购票，凭学生证或统一服装办理入园手续

B、对旅行社或者团体客户的折扣和优惠相关的标准如何制定与执行及会计处理方法

发行人对 OTA 平台、旅行社等客户的门票价格优惠分为两类：门票定价优惠以及门票返利优惠，具体如下：

#### a、门票定价优惠

##### I、标准的制定与执行情况

发行人市场部以成人当日门市票价为基准，针对不同票种类型、客群类型、客群地域等制定差异化门票价格。价格政策确定后，经内部审批后下发到票务部门并录入系统，完成价格调整，后续票价按此价格政策执行。

##### II、会计处理方法

发行人以与 OTA 平台、旅行社等的门票结算价格确认收入。

#### b、门票返利优惠

##### I、标准的制定与执行情况

发行人在制定年度价格政策时，同时制定年度返利政策。发行人的返利政策为阶梯式返利，具体分为人数返利和比例返利。

人数返利：OTA 平台或旅行社满足一定的入园人数时，按人数给予返利，不同入园人数区间的返利标准不同，入园人数越多，人均返利金额越高；

比例返利：OTA 平台或旅行社满足一定的门票销售金额时，按比例给予返利，不同销售金额区间的返利标准不同，销售金额越大，返利比例越高。

##### II、会计处理方法

计提返利：发行人于每月末按估算的比例预提返利费，贷记“其他应付款——预计费用”，同时确认“销售费用——代理服务费”；年末根据各合作方实际销售情况按约定的返利政策计算实际返利金额，红冲预提返利费用的分录并重新计提。

结算返利：客户对返利费向发行人开具增值税发票。向客户银行转账支付现金返利时，发行人借记“其他应付款——预计费用”及“应交税费——应交增值税（进项税）”，贷记银行存款。以返利抵扣门票款时（报告期内仅驴妈妈采用该种方式），发行人借记“其他应付款——预计费用”及“应交税费——应交增值税

(进项税)”，贷记应收账款。

⑥门票组合产品的具体情况，包括但不限于产品组合类型（门票+酒店、门票+餐饮、门票+其他游乐场所或游乐项目门票等），以组合形式销售的门票收入占门票整体收入的比重，发行人及其子公司的旅游产品组合设计、销售情况，发行人开发的主要门票产品组合采购其他产品的主要类型、采购金额

A、门票组合产品的具体情况，包括但不限于产品组合类型（门票+酒店、门票+餐饮、门票+其他游乐场所或游乐项目门票等），以组合形式销售的门票收入占门票整体收入的比重

发行人门票组合产品具体分类如下：

门票+酒店组合：园区门票与恐龙人酒店或外部酒店组合；

门票+餐饮组合：园区门票与餐饮组合；

门票+俱乐部组合：园区门票与恐龙人俱乐部项目组合；

门票+其他游乐场所或游乐项目门票组合：园区门票与酒店、恐龙人俱乐部项目或其他项目等多项进行组合。

报告期内，发行人门票组合产品销售情况具体如下：

单位：万元

2020年1-9月		
组合产品类型 <sup>1</sup>	销售金额	销售占比
门票+酒店	733.11	4.94%
门票+餐饮	19.17	0.13%
门票+俱乐部	1,032.52	6.96%
多项产品组合 <sup>2</sup>	2,142.37	14.45%
合计	3,927.17	26.48%
门票收入总计	14,828.56	100.00%
2019年度		
组合产品类型	销售金额	销售占比
门票+酒店	173.95	0.44%
门票+餐饮	2.34	0.01%
门票+俱乐部	9,749.47	24.44%

多项产品组合	3,107.29	7.79%
合计	13,033.05	32.67%
门票收入总计	39,890.93	100.00%
<b>2018 年度</b>		
组合产品类型	销售金额	销售占比
门票+酒店	466.31	1.31%
门票+餐饮	34.30	0.10%
门票+俱乐部	7,284.35	20.49%
多项产品组合	2,698.29	7.59%
合计	10,483.24	29.49%
门票收入总计	35,543.30	100.00%
<b>2017 年度</b>		
组合产品类型	销售金额	销售占比
门票+酒店	1,236.91	3.82%
门票+餐饮	504.31	1.56%
门票+俱乐部	146.82	0.45%
多项产品组合	890.42	2.75%
合计	2,778.45	8.57%
门票收入总计	32,418.42	100.00%

注 1: 表格中组合产品收入为组合产品中对应的门票收入金额;

注 2: 多项产品组合主要为门票+酒店+餐饮+俱乐部的多项组合, 也包括极少量门票+其他游乐项目。

报告期内, 以组合产品形式销售的门票收入占总门票收入的比例分别为 8.57%、29.49%、32.67%和 26.48%, 占比呈现上升趋势, 主要原因是发行人在 2018 年后, 大力推广“门票+俱乐部”类组合产品, 该类产品销售大幅增加。2018 年“门票+酒店”类组合产品中的门票收入较 2017 年有所下滑, 主要原因是 2018 年后发行人更多推广“门票+酒店+俱乐部项目”类组合产品, 该类产品的门票收入统计在“多项产品组合”。

#### B、发行人及其子公司的旅游产品组合设计、销售情况

发行人及其子公司的旅游产品组合是将园区门票、餐饮、商品、恐龙人酒店以及恐龙人俱乐部项目等进行组合。具体类别如下:

门票+酒店组合: 园区门票与恐龙人酒店组合;

门票+餐饮组合：园区门票与餐饮组合；

门票+俱乐部组合：园区门票与恐龙人俱乐部项目组合；

多项产品组合：园区门票与酒店、恐龙人俱乐部项目或其他项目等多项进行组合。

报告期内，发行人及其子公司的旅游产品组合销售情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
门票+酒店 <sup>1</sup>	771.32	18.19	63.67	0.47	9.84	0.09	-	-
门票+餐饮	20.70	0.49	2.42	0.02	35.32	0.33	516.33	18.14
门票+俱乐部	1,115.04	26.29	10,069.73	74.81	7,493.81	69.42	148.96	5.23
多项产品组合	2,069.37	48.79	2,026.61	15.06	1,537.83	14.25	853.02	29.97
内部组合产品	3,976.43	93.76	12,162.44	90.35	9,076.80	84.09	1,518.32	53.35
外部组合产品	264.60	6.24	1,298.75	9.65	1,717.58	15.91	1,327.51	46.65
全部组合产品	4,241.03	100.00	13,461.19	100.00	10,794.38	100.00	2,845.82	100.00

注1：2018年8月，发行人将恐龙人酒店纳入合并范围，推出园区门票和恐龙人酒店的组合产品，2017年并无该类产品。

报告期内，发行人及其子公司的旅游产品组合收入占全部组合产品收入比例分别为53.35%、84.09%、90.35%和93.76%，占比逐期上升，主要原因是发行人大力推广“门票+俱乐部”类组合产品，内部组合产品销售收入大幅增长，而发行人外采形成的组合产品销售收入金额相对稳定。

### C、发行人开发的主要门票产品组合采购其他产品的主要类型、采购金额

发行人组合产品中外采产品包括外采酒店和外采其他，其他产品包括其他景区门票等。报告期内，外采产品金额如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
外采酒店房间	113.01	693.20	856.20	40.53
外采其他	0.52	1.21	40.85	49.48
合计	113.53	694.41	897.04	90.01

报告期内，发行人外采产品金额分别为90.01万元、897.04万元、694.41万元和113.53万元，以外采酒店为主。2018年度外采酒店金额有所增加，主要原因

为发行人于 2018 年大力推广“门票+酒店”类组合产品，外采酒店客房与园区门票进行组合销售，外采酒店客房金额增加；2019 年度外采酒店金额较 2018 年有所减少，主要原因是发行人于 2018 年 8 月将恐龙人酒店纳入合并范围，因此减少了对外部酒店的采购；2020 年 1-9 月，受疫情影响，外采酒店金额有所减少。

⑦结合上述具体情况，分产品详细披露组合产品相关收入的会计处理及合规性，如存在赠送单个园区游览或单个游乐项目的，请具体说明收入分摊方式及合理性

#### A、组合产品具体内容

发行人组合产品分为内部组合产品和外部组合产品。内部组合产品即发行人将其自身及子公司的产品进行组合，主要包括“门票+酒店”、“门票+餐饮”、“门票+俱乐部”以及多项产品组合等；外部组合产品即发行人将其自身产品与外部采购产品进行组合，主要包括“门票+外采酒店”、“门票+外采酒店+其他”等。

#### B、组合产品相关收入的会计处理及合规性

基于发行人整体市场营销策略，同时满足不同渠道客户、终端消费者的体验需求，提供更加便利优惠的消费体验，发行人将各类产品进行组合，通过发行人子公司恐龙园旅行社对外销售，组合产品收入整体确认为恐龙园旅行社收入，符合发行人的业务实质以及会计准则的相关要求。

#### C、组合产品收入分摊方式及合理性

发行人组合产品由不同单品排列组合而成，报告期内发行人组合产品种类达上千种，且各个单品在不同时期、不同客群中的价格各有不同，较难预先设定各种组合产品中各单品的价格成份。因此，发行人选择用采购成本和组合产品业务毛利率还原组合产品毛利，并将其还原为单一产品收入，具体方法如下：

构成发行人组合产品的单品类别大体可分为内部单品和外部单品两大类，内部单品包括恐龙园园区门票、恐龙园园区餐饮、恐龙人俱乐部项目以及恐龙人酒店房间等，外部单品主要为外部酒店房间。恐龙园旅行社从内外部采购各类单品，构成组合产品对外销售。

假设组合产品中各单品销售毛利率一致。恐龙园旅行社的业务包括组团业务、地接业务和组合产品销售业务，其中组合产品销售业务收入占比超过 98%，为恐龙

园旅行社的主要收入，因此恐龙园旅行社毛利率可以近似作为组合产品业务毛利率。发行人以内部采购成本和组合产品业务毛利率为基础，计算出对应采购的单一产品在恐龙园旅行社销售的毛利，即为该单一产品合并层面的收入，并将其还原至对应业务收入中。各类单品还原收入的对应情况如下：

采购单品类别	采购流向和内部采购成本取值	还原业务收入类别
恐龙园园区门票、餐饮	恐龙园旅行社向恐龙园采购	园区综合业务收入
恐龙人俱乐部项目	恐龙园旅行社向恐龙人俱乐部采购	创新创意服务-模块娱乐收入
恐龙人酒店房间	恐龙园旅行社向恐龙人酒店采购	旅游配套服务-酒店收入
外部酒店房间 <sup>1</sup>	恐龙园旅行社向外部供应商采购	旅游配套服务-旅行社收入

注 1：采购外部酒店房间并销售给客户，与传统旅行社业务中的代客订房相似，故将组合产品外部酒店房间的销售收入确认为旅游配套服务-旅行社收入。

报告期内，发行人一贯采用了这一分摊方式，该分摊方式假设具有合理性，符合会计准则要求。

#### D、赠送情况

发行人组合产品定价是综合考虑组合内各单一产品价格情况后确定的，在组合产品对外销售中，如注明赠送某一单一产品（如门票赠送俱乐部体验券），该赠送部分价格实际已包含在组合产品定价中，最终将通过组合产品收入分摊的方式还原为对应收入。

综上所述，发行人不存在未确认对应收入而免费赠送单个园区游览或单个游乐项目的情况。

⑧不同客户采用不同方法结算收入的原因，相关返利、折扣、销售代理服务费等对收入确认、成本结转的影响

#### A、不同客户采用不同方法结算收入的原因

发行人与 OTA 客户门票业务结算方法分为净额法和总额法两种，具体如下：

##### a、净额法

##### 1、收入结算方式

发行人以其与 OTA 平台之间的门票价格进行结算并确认收入，发行人以该价格向 OTA 平台开具发票。



## II、举例说明

发行人与携程平台的门票结算价格为 225 元/张，携程平台对外销售的门票价格为 240 元/张。携程平台销售一张门票，发行人确认 225 元收入，后续向携程平台开具 225 元的发票。

### b、总额法

#### I、收入结算方式

发行人以与 OTA 平台约定的参考标准价确认收入并向游客开具发票，向 OTA 平台支付合同约定比例的平台服务费，将其确认为销售费用-代理服务费，OTA 平台开具对应金额平台服务费的发票。OTA 平台将扣除平台服务费后的门票款付给发行人。

## II、举例说明

发行人与北京蚂蜂窝网络科技有限公司（以下简称“蚂蜂窝平台”）和北京蚂蜂窝之旅国际旅行社有限责任公司（以下简称“蚂蜂窝旅行社”）签订三方协议，蚂蜂窝平台提供平台服务支持，蚂蜂窝旅行社销售发行人门票。

发行人与蚂蜂窝平台约定的参考标准价为 235 元/张，约定的平台服务费比例为 2%。发行人通过蚂蜂窝平台销售一张门票，发行人确认 235 元收入，并向游客开具 235 元的发票，蚂蜂窝平台向发行人开具 4.70 元（ $235 \times 2\%$ ）的平台服务费发票，蚂蜂窝旅行社向发行人支付 230.39 元（ $235 - 235 \times 2\%$ ）门票款。

### c、不同方法结算收入的原因

不同 OTA 平台的结算规则不同，导致收入结算方式略有差异。发行人根据合同约定的方式进行结算，并确认收入。

## B、返利、折扣、销售代理服务费对收入确认、成本结转的影响

### a、折扣

发行人以成人当日门市票价为基准，依据不同渠道、不同客群、不同期间等因素，制定不同的门票价格政策。发行人以向客户销售门票的实际价格确认收入，不存在以基准价确认收入后，冲减收入的情况。

**b、销售费用中的代理服务费用**

发行人销售费用中的代理服务费用分为返利费用和平台服务费两类。

**I、返利**

根据年度价格政策中的返利条款，发行人对销售情况达到返利标准的 OTA 平台、旅行社及酒店客户给予返利。发行人将返利计入销售费用-代理服务费用，不会对收入确认和成本结转产生影响。

**II、平台服务费**

发行人通过平台销售门票，向其支付一定的平台服务费。发行人将平台服务费计入销售费用-代理服务费用，不会对收入确认和成本结转产生影响。

**2) 其他运营**

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主题商品	2,417.64	51.03	6,700.26	54.63	5,118.81	53.83	4,442.82	53.84
园区服务	2,320.47	48.97	5,564.25	45.37	4,390.67	46.17	3,809.01	46.16
其中：租金	1,374.02	29.00	3,305.29	26.95	2,357.63	24.79	2,004.57	24.29
餐饮	441.21	9.31	1,365.12	11.13	1,223.65	12.87	1,092.02	13.23
交通	102.67	2.17	70.68	0.58	88.55	0.93	86.89	1.05
其他服务	402.58	8.50	823.16	6.71	720.84	7.58	625.53	7.58
合计	4,738.11	100	12,264.51	100	9,509.48	100	8,251.82	100

其他运营业务包括恐龙主题商品销售和提供各类园区服务，报告期内收入持续增长。2018年及2019年，其他运营业务收入分别较上年增加15.24%、28.97%，其中主题商品收入分别增长15.22%、30.90%，园区服务收入分别增长15.27%、26.73%。

2017-2019年，各类型运营收入金额增长，占比相对稳定。2020年1-9月，受疫情影响，园区入园人数较往年有所下滑，相应的各类型运营收入均减少。其中，租金收入比例较去年有所增长，主要是租金收入中有部分为固定租金，与入园游客消费情况无关，在其他运营收入整体下降的情况下，导致租金收入占比提高。

报告期内，其他运营收入、园区人均消费金额以及园区综合收入变动情况如下：

单位：万元、万人、元/人

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
其他运营收入	4,738.11	-61.37%	12,264.51	28.97%	9,509.48	15.24%	8,251.82
入园人数	117.25	-61.29%	302.90	10.01%	275.33	4.16%	264.33
人均消费	40.41	-0.20%	40.49	17.23%	34.54	10.64%	31.22
园区综合业务收入	19,566.67	-62.48%	52,155.44	15.77%	45,052.77	10.78%	40,670.24

注：人均消费=其他运营收入/入园人数。

其他运营收入变动情况受入园人数和人均消费金额综合影响。2017-2019年，园区运营良好，入园人数逐年增加，发行人通过开发主题商品，提高服务质量，吸引游客增加园内消费，人均消费逐年增加，因此其他运营收入也呈现上升趋势；2020年1-9月，受疫情影响，入园人数下滑较为明显，但园区内提供的商品和服务质量并未下降，因此人均消费下滑比例较低，两者综合影响导致其他运营收入有所下滑。

①主题商品

单位：万元、万人

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
主题商品收入①	2,417.64	6,700.26	5,118.81	4,442.82
主题商品收入增长率	/	30.90%	15.22%	/
入园人数②	117.25	302.90	275.33	264.33
入园人数增长率	/	10.01%	4.16%	/
人均商品收入①/②（元/人）	20.62	22.12	18.59	16.81
人均商品收入增长率	/	18.98%	10.61%	/

2018年及2019年，主题商品收入分别增长15.22%、30.90%，人均商品收入分别增长10.61%、18.98%，客单价提升是主题商品收入增长的重要因素。公司将恐龙IP与周边商品深度结合，打造出恐龙特色服饰鞋包、摆件挂件、电子玩具、科普书籍、造型包装食品等一系列品类丰富、特色鲜明的产品，并通过选品管理、销售运营等多种途径增强产品对游客的吸引力。

发行人主题商品主要分为食品、礼品和游戏币。食品主要包括饮料、休闲食品、冷饮等；礼品主要包括玩具、配饰、家居用品等；游戏币指游客在指定地点购买游戏币用于游戏设备。

报告期内，发行人主题商品收入及客单价情况如下：

单位：万元、元/人

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	收入	客单价	收入	客单价	收入	客单价	收入	客单价
食品	517.80	4.42	1,269.84	4.19	759.93	2.76	655.03	2.48
礼品	1,794.47	15.30	5,119.41	16.90	4,140.36	15.04	3,564.90	13.49
游戏币	105.37	0.90	311.02	1.03	218.52	0.79	222.89	0.84
主题商品合计	2,417.64	20.62	6,700.26	22.12	5,118.81	18.59	4,442.82	16.81

2017-2019年，主题商品客单价分别为16.81元/人、18.59元/人和22.12元/人，呈上升趋势；2020年1-9月客单价略有下滑，为20.62元/人，主要原因是受疫情影响，2020年3月20日至2020年5月15日，发行人仅开放园区的室外部分，而礼品和游戏币商品大多在室内进行销售，该期间入园游客无法购买室内销售的商品，礼品和游戏币收入减少幅度较大，导致整体客单价下滑。

主题商品客单价的变化与平均商品单价和人均商品购买量有关。报告期内，平均商品单价和人均商品购买量数据如下：

单位：元、个/人

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	平均商品单价	人均商品购买量	平均商品单价	人均商品购买量	平均商品单价	人均商品购买量	平均商品单价	人均商品购买量
食品	12.61	0.35	12.63	0.33	10.20	0.27	10.46	0.24
礼品	35.60	0.43	42.95	0.39	42.90	0.35	37.46	0.36
游戏币	2.15	0.42	2.89	0.35	2.79	0.28	2.82	0.30
主题商品合计	17.22	1.20	20.48	1.08	20.54	0.91	18.75	0.90

2017-2019年，发行人各类主题商品平均商品单价和人均商品购买量均呈上升趋势，主要原因是发行人将恐龙IP与周边商品深度结合，打造出恐龙特色服饰鞋包、摆件挂件、电子玩具、科普书籍、造型包装食品等一系列品类丰富、特色鲜明的商品，商品单价相应提升；通过选品管理、销售运营等多种途径增强产品对游客的吸引力，游客人均购买量也有所增加。

2020年1-9月，发行人主题商品平均商品单价有所下滑，其中礼品和游戏币下滑较大。礼品平均单价下滑的主要原因是疫情环境下，发行人销售了大量的一次性防护口罩，口罩单价较低，导致礼品平均单价下滑；游戏币平均单价下滑，主要系发行人实施游戏币促销所致。

②园区服务

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年		2018年		2017年
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
租金	1,374.02	3,305.29	40.20	2,357.63	17.61	2,004.57
餐饮	441.21	1,365.12	11.56	1,223.65	12.05	1,092.02
交通	102.67	70.68	-20.18	88.55	1.90	86.89
其他服务	402.58	823.16	14.19	720.84	15.24	625.53
合计	2,320.47	5,564.25	26.73	4,390.67	15.27	3,809.01

园区服务包括场地租赁、餐饮、导游、租车等，租金收入占比最高，报告期内租金收入占园区服务收入比例分别为52.63%、53.70%、59.40%和**59.21%**。公司向园内合作方按收入分成或固定金额收取租金，2018年及2019年分别较上年增长17.61%和40.20%。报告期内，餐饮收入占园区服务收入比例分别为28.67%、27.87%、24.53%和**19.01%**，2018年及2019年分别较上年增长12.05%和11.56%。

A、场地出租业务主要出租对象

发行人场地出租业务主要出租对象为餐饮经营商户、园区内车辆出租经营商户以及自助设备等。

B、租金收取标准

租金收取标准主要分为两类：固定租金模式和分成租金模式，其中主要为分成租金合作模式。

a、固定租金模式

根据店铺面积大小、商户用途等情况，发行人与合作商家协商确定年租金价格，并签订租赁合同。租金通常于年初收取，发行人按月分摊确认收入。

b、分成租金模式

根据店铺面积大小，往年业绩、商户用途等情况，发行人与合作商家协商确认合作分成比例及保底营业额，签订租赁合同。当总营业额低于保底要求时，按照保底金额对应分成比例收取租金。

**C、场地是否出租给关联方，租金定价公允性**

**a、场地出租方情况**

在每年年末，发行人对园区内可供出租的商业点位业态进行规划安排，对商户的经营情况进行汇总分析评价，根据商户经营情况，拟定次年招商租赁方案。根据招商租赁方案，发行人分别与意向商户洽谈沟通，择优签定招商租赁协议。报告期内，各承租商户与发行人并无关联关系，不存在承租商户是发行人关联方的情况。

**b、场地租金收入情况**

报告期内，发行人场地租金收入金额具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
固定租金收入	95.00	6.91	177.85	5.38	162.27	6.88	167.14	8.34
分成租金收入	1,279.02	93.09	3,127.44	94.62	2,195.36	93.12	1,837.43	91.66
合计	1,374.02	100.00	3,305.29	100.00	2,357.63	100.00	2,004.57	100.00

报告期内，发行人场地租金收入金额分别为 2,004.57 万元、2,357.63 万元、3,305.29 万元和 1,374.02 万元。2020 年 1-9 月租金收入减少，主要系 1-3 月租金减免政策所致。“中华恐龙园”园区在 1-3 月曾短暂闭园，为降低园区各承租商户经营压力，发行人调整了租金收取政策，具体调整如下：针对固定租金商户，闭园期间租金全免，闭园期间物业管理费减半；针对分成租金商户，下调全年保底金额，闭园期间物业管理费减半。

发行人租金收入以分成租金为主。报告期内，分成租金收入、分成销售额及分成比例情况具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
分成租金收入	1,279.02	3,127.44	2,195.36	1,837.43

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
分成销售额	2,341.40	6,828.38	6,038.25	5,171.34
分成比例	54.63%	45.80%	36.36%	35.53%

报告期内，发行人分成比例分别为 35.53%、36.36%、45.80%和 54.63%，分成比例逐期增加，主要原因是 2017-2019 年发行人园区游客人数逐年增长，园区内总体消费金额大幅增加，发行人与商户洽谈过程中议价能力较强，商定的分成比例有所提高；发行人于每年年末与意向商家确认来年的分成比例，2020 年分成比例在 2019 年末疫情尚未爆发时确定，因此 2020 年的分成比例仍较高。

### c、租金定价公允性

发行人出租的场地位于“中华恐龙园”园区内。除出租部分外，园区内其余商店、自助设备和服务设施等均由发行人自行运营。园区内各商铺所处位置、面积大小、经营内容等都有差异，租金标准不可一概而论。发行人各商铺租金价格的制定，是与多个意向商户洽谈议价确定的，承租商户与发行人并无关联关系，租金定价是公允的。

### (2) 创新创意服务

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
策划设计与咨询管理	8,178.72	88.13	4,526.25	66.30	5,711.54	74.58	5,471.73	77.18
模块娱乐	1,101.50	11.87	2,300.80	33.70	1,946.69	25.42	1,618.15	22.82
合计	9,280.22	100	6,827.05	100	7,658.24	100	7,089.88	100

报告期内，创新创意服务收入分别为 7,089.88 万元、7,658.24 万元、6,827.05 万元和 9,280.22 万元，占当期营业收入的比例分别为 13.83%、13.21%、10.46%和 29.50%。

公司基于自身的品牌优势、运营经验及项目资源等，根据客户的需求，为客户提供策划设计与咨询管理服务，打造综合运营管理输出体系，报告期内策划设计与咨询管理收入占创新创意服务收入的比例分别为 77.18%、74.58%、66.30%和 88.13%。模块娱乐业务系“恐龙人俱乐部”，报告期内收入分别为 1,618.15 万元、1,946.69 万元、2,300.80 万元和 1,101.50 万元，占创新创意服务收入比例分别为

22.82%、25.42%、33.70%和 11.87%。

1) 策划设计与咨询管理

策划设计与咨询管理业务主要系公司根据合同约定，为客户出具概念设计成果、业务培训服务或在一定期限内通过外派驻场人员或远程咨询的方式为旅游开发项目提供相关咨询服务的业务。此外，由于公司在主题乐园运营方面积累了丰富的资源，公司也会为客户提供基于方案的多媒体硬件设备和软件控制系统开发等集成服务，以及定制化演出策划及演出服务等。

报告期内，策划设计与咨询管理业务的收入分别为 5,471.73 万元、5,711.54 万元、4,526.25 万元和 8,178.72 万元，占当期营业收入的比例分别为 10.67%、9.85%、6.93%和 26.00%。由于咨询服务项目需要根据客户的所在地区及特定需求进行定制化服务，不同的项目合同金额也相应存在一定差异，由此造成报告期内咨询服务业务收入存在一定波动。

发行人战略上大力发展以品牌轻资产扩张、管理输出、策划设计等业务为代表的创新型业务。截至本招股说明书签署日，发行人仅有“中华恐龙园”一个园区，并无在建新园区，未来会谨慎考虑是否开发建设新园区，短期内未有新乐园开发建设及相关计划。

策划设计与咨询管理业务是为其他文旅类企业或旅游投资者提供策划、咨询、管理、运营等服务，乐园的主体均不属于发行人。发行人部分策划设计与咨询管理业务的乐园名称有“恐龙园”字样，该类业务发行人与客户签订的合同中，附有对品牌和知识产权的授权条款，约定授权的范围、时间等，发行人并未单独收取授权费。品牌授权与发行人经营战略上的品牌轻资产扩张是相契合的，有利于提高发行人的品牌影响力。截至目前，发行人授权的项目均与“中华恐龙园”园区距离较远，不会与发行人的园区业务有明显的竞争关系。

① 报告期各期策划设计与咨询管理业务的前五大客户及销售金额、占比、主要内容、合同期限、期末占款、收费方式等

报告期内，发行人各期策划设计与咨询管理业务的前五大客户具体情况如下：

单位：万元、%

序号	前五大客户	收入确认金额	占比	服务内容	合同期限	期末应收结余 <sup>1</sup>	收费方式
----	-------	--------	----	------	------	---------------------	------



序号	前五大客户	收入确认金额	占比	服务内容	合同期限	期末应收结余 <sup>1</sup>	收费方式
2020年1-9月							
1	捷宏润安工程顾问有限公司	1,382.30	16.90	宿迁皂河龙运城建筑方案设计	2020/8/28至2020/9/27	1,465.24	部分预收,项目完成后收取余款
		226.42	2.77	宿迁皂河龙运城专题策划设计	2020/8/28至2020/9/7	96.00	部分预收,项目完成后收取余款
		218.87	2.68	宿迁皂河龙运城总体规划设计	2020/8/28至2020/9/17	136.00	部分预收,项目完成后收取余款
	小计	1,827.58	22.35	-	-	1,697.24	-
2	商丘铁路投资有限公司	1,428.52	17.47	商丘恐龙世界设备供货与安装	2020/5/30至2020/8/18	776.00	部分预收,项目完成后收取余款
		29.72	0.36	商丘恐龙世界安装及运营管理咨询服务	2020/6/8至2021/6/7	31.50	部分预收,项目完成后收取余款
	小计	1,458.24	17.83	-	-	807.50	-
3	河南天伦旅游集团有限公司 <sup>2</sup>	737.74	9.02	郑州中华恐龙园文科类方案设计	2018/1/20至2018/11/10	-	部分预收,项目完成后收取余款
		400.00	4.89	郑州中华恐龙园规划、单体方案、环艺景观及室内设计	2018/1/15至2019/4/15	-	部分预收,项目完成后收取余款
		260.38	3.18	郑州中华恐龙园演艺策划设计	2018/4/28至2018/11/15	-	部分预收,项目完成后收取余款
	小计	1,398.11	17.09	-	-	-	-
4	苏州高新(徐州)商旅发展有限公司	290.57	3.55	徐州乐园欢乐世界演艺活动策划	2019/1/25至验收	-	部分预收,项目完成后收取余款
		13.58	0.17	卡通服装制作	2019/9/5至2019/11/30	-	部分预收,项目完成后收取余款
		46.98	0.57	徐州乐园夏季演艺活动	2020/6/11至验收	2.49	部分预收,项目完成后收取余款
		13.68	0.17	徐州乐园夏季水世界、欢乐世界、糖果世界演艺活动策划	2020/7/17至验收	0.73	部分预收,项目完成后收取余款
		49.69	0.61	为徐州乐园提供演艺咨询服务	2020/5/21至2021/5/20	-39.75	部分预收,项目完成后收取余款
		23.58	0.29	徐州乐园欢乐世界演艺咨询服务	2019/1/10至2019/9/8	-	部分预收,项目完成后收取余款

序号	前五大客户	收入确认金额	占比	服务内容	合同期限	期末应收结余 <sup>1</sup>	收费方式
	小计	438.08	5.36	-	-	-36.53	-
5	湖北荆旅置业有限公司	374.53	4.58	荆州古城历史文化博览园修详及建筑方案设计	2019/12/2 至 2020/1/20	317.60	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	374.53	4.58	-	-	317.60	-
	合计	5,496.54	67.21	-	-	2,785.80	-

## 2019 年度

1	上海红星美凯龙房地产集团有限公司 <sup>3</sup>	660.38	14.59	天津中华恐龙园项目概念规划设计	2018/4/12 至 2018/8/20	-	部分预收, 项目完成后收取余款
		224.53	4.96	陵水度假酒店、表演秀场及水乐园概念方案设计	2019/4/28 至 验收	95.20	部分预收, 项目完成后收取余款
		179.25	3.96	天津海洋馆配套酒店建筑及室内概念方案设计	2019/4/28 至 验收	76.00	部分预收, 项目完成后收取余款
		139.62	3.08	吉林长春梦享岛水乐园概念方案设计	2019/11/14 至 验收	148.00	部分预收, 项目完成后收取余款
		-	-	长春海洋公园建筑方案设计及建筑动画制作	2019/2/11 至 2019/5/7	-39.34	部分预收, 项目完成后收取余款
		201.94	4.46	上海红星美凯龙“未来之家”主题公园委托经营管理	2016/9/21 至 2020/9/20	-28.30	分阶段预收
		188.68	4.17	吉林星奇妙海洋公园建筑概念设计、星银海城市客厅模块建筑概念设计	2018/10/11 至 2018/12/20	-	部分预收, 项目完成后收取余款
		37.74	0.83	私家庄园建筑方案设计	2017/7/1 至 2017/9/8	-	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	1,632.14	36.06	-	-	251.56	-
2	湖北交投三江文旅康养发展有限公司 <sup>4</sup>	264.15	5.84	宜都鲟龙湾项目文化旅游专项设计	2019/2/28 至 2019/6/3	140.00	部分预收, 项目完成后收取余款
		143.40	3.17	京山虎爪山文旅开发咨询策划项目	2018 年 11 月 -2019 年 1 月	-	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	407.55	9.00	-	-	140.00	-
3	连云港伊甸园文化发展有限公司	311.32	6.88	为连云港伊甸园景区提供运营管理服务	2019/1/1 至 2019/12/31	180.00	分阶段预收
		63.11	1.39	为连云港伊甸园镜子迷宫提供软件设	2019/7/10 至 验收完成	33.45	部分预收, 项目完成后

序号	前五大客户	收入确认金额	占比	服务内容	合同期限	期末应收结余 <sup>1</sup>	收费方式
				备			收取余款
		10.61	0.23	为连云港伊甸园景区提供影片服务	2019/4/1 至 2020/3/31	-	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	385.05	8.51	-	-	213.45	-
4	江苏省金坛长荡湖旅游度假区管理委员会	351.89	7.77	长荡湖旅游度假区旅游开发运营策划设计	2017/10/11 至 2018/6/28	-	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	351.89	7.77	-	-	-	-
5	三千文化旅游发展有限公司	245.28	5.42	成都简阳中国科幻影视文旅产业园项目一期“天府一世界”项目可行性研究与策划及规划设计	2019/6/5 至 2019/9/13	130.00	部分预收, 项目完成后收取余款
		28.30	0.63	中国科幻影视文旅产业园总体策划及规划咨询服务	2018/12/7 至 2019/2/30	-	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	273.58	6.04	-	-	130.00	-
	合计	3,050.19	67.39	-	-	735.01	-

## 2018 年度

1	河南天伦旅游集团有限公司	905.83	15.86	郑州楚河汉界文化产业园项目策划咨询管理顾问、品牌及知识产权使用、托管经营	2016/8/31 至 2019/8/31	211.60	分阶段预收
		84.50	1.48	第二届楚河汉界世界棋王赛暨第二届中国象棋文化节活动策划及执行	2018/10/20	-	部分预收, 项目完成后收取余款
		-	-	郑州中华恐龙园演艺策划设计	2018/4/28 至 2018/11/15	-43.40	部分预收, 项目完成后收取余款
		245.28	4.29	郑州恐龙主题酒店规划与建筑设计	2018/1/4 至 2018/6/23	199.91	部分预收, 项目完成后收取余款
		-	-	郑州中华恐龙园规划、单体方案、环艺景观及室内设计	2018/1/15 至 2019/4/15	-195.00	部分预收, 项目完成后收取余款
		-	-	郑州中华恐龙园文科类方案设计	2018/1/20 至 2018/11/10	-595.14	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	1,235.62	21.63	-	-	-422.04	-
2	宿迁三台山景区管理有限公司 <sup>5</sup>	420.54	7.36	宿迁三台山景区委托运营管理	2017/6/21 至 2018/12/31	79.50	部分预收, 项目完成后收取余款

序号	前五大客户	收入确认金额	占比	服务内容	合同期限	期末应收结余 <sup>1</sup>	收费方式
		2.69	0.05	《疯狂恐龙人》舞台剧演出	2018/5/26	-	项目完成后一次性收款
		92.45	1.62	宿迁项王故里项目三期概念方案及方案设计	2017/10/26至2018/2/3	-	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	宿迁衲田村民宿内装方案设计及商街业态规划设计	2017/10/10至2018/1/18	2.75	部分预收,项目完成后收取余款
		309.67	5.42	项王故里景区运营管理服务	2017/6/21至2018/12/31	67.50	部分预收,项目完成后收取余款
		33.96	0.59	真英雄俱乐部概念性方案设计	2018/5/10至2018/6/10	-	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	宿迁三台山衲田村祠展智能化设备硬件提供、软件服务、安装、调试、培训、维护、技术支持等服务	2018/6/15至2018/9/30	1.39	部分预收,项目完成后收取余款
		小计	859.31	15.05	-	-	151.15
3	甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司 <sup>6</sup>	432.39	7.57	兰州西部恐龙城咨询和运营管理专业服务	2015/10/18至2018/10/17	275.00	分阶段预收
		277.12	4.85	兰州水世界运管	2017/7/1至2019/6/30	156.25	分阶段预收
		-	-	兰州西部恐龙园儿童区互动馆设计	2017/10/14至2017/12/31	88.20	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	兰州西部恐龙园环境4D影院一体化	2017/3/10至2017/12/31	-396.23	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	兰州西部恐龙园GAMER IDE一体化	2017/3/10至2017/12/31	-509.43	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	兰州西部恐龙园脱口秀一体化	2017/3/10至2017/12/31	-84.91	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	兰州西部恐龙园欢乐水世界主题装饰设计	2016/7/1至2017/1/10	20.80	部分预收,项目完成后收取余款
小计	709.51	12.42	-	-	-450.32	-	
4	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	227.36	3.98	上海红星美凯龙“未来之家”主题公园委托经营管理	2016/9/21至2020/9/20	-30.66	分阶段预收
		141.51	2.48	上海星银海城市客厅项目策划设计	2018/4/13至2018/5/12	-	部分预收,项目完成后

序号	前五大客户	收入确认金额	占比	服务内容	合同期限	期末应收结余 <sup>1</sup>	收费方式
							收取余款
		-	-	天津中华恐龙园项目概念规划设计	2018/4/12 至 2018/8/20	-594.34	部分预收, 项目完成后收取余款
		188.68	3.30	安吉悠隐南山项目策划及建筑概念设计	2018/8/1 至 2018/9/30	22.26	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	557.55	9.76	-	-	-602.74	-
5	重庆市綦江区地质公园管理处	261.79	4.58	重庆市綦江国家地质公园项目委托运营管理	2017/9/1 至 2018/12/7	-	部分预收, 项目完成后收取余款
		127.36	2.23	提供并安装硬件设备、软件及操作指南等组成的弱电智能化系统	2017/12/8 至 2018/5/31	30.41	部分预收, 项目完成后收取余款
		-	-	重庆綦江景区官网及微信公众号新增板块的制作	2018/7/30 至 验收	0.11	部分预收, 项目完成后收取余款
		48.74	0.85	提供翠屏山景区多媒体互动体验项目, 包括硬件提供、软件服务、培训、维护、技术支持等服务	2018/1/12 至 2018/3/15	2.69	部分预收, 项目完成后收取余款
		36.84	0.65	提供老瀛山景区多媒体互动体验项目, 包括硬件提供、软件服务、培训、维护、技术支持等服务	2018/1/12 至 2018/3/15	2.06	部分预收, 项目完成后收取余款
		27.36	0.48	重庆綦江国家地质公园老瀛山红岩坪景区及翠屏山木化石景区项目提升策划设计	2017/11/28 至 2017/12/18	-	部分预收, 项目完成后收取余款
		15.09	0.26	重庆綦江国家地质公园老瀛山景区莲花寨-朝音洞-人面像游步道项目提升策划设计	2018/1/11 至 2018/1/31	-	部分预收, 项目完成后收取余款
	小计	517.18	9.06	-	-	35.28	-
	合计	3,879.17	67.92	-	-	-1,288.66	-
2017 年度							
1	甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司	518.87	9.48	兰州西部恐龙城咨询和运营管理专业服务	2015/10/18 至 2018/10/17	-172.96	分阶段预收
		196.23	3.59	兰州西部恐龙园欢	2016/7/1 至	20.80	部分预收,

序号	前五大客户	收入确认金额	占比	服务内容	合同期限	期末应收结余 <sup>1</sup>	收费方式
				乐水世界主题装饰设计	2017/1/10		项目完成后收取余款
		138.68	2.53	兰州西部恐龙园儿童区互动馆设计	2017/10/14至2017/12/31	88.20	部分预收,项目完成后收取余款
		72.82	1.33	西部恐龙园形象VI及主题LOGO委托设计	2016/1/25至2016/7/31	-	部分预收,项目完成后收取余款
		22.36	0.41	西部恐龙园IP内容打造前期策划	2016/12/1至2017/1/26	-	部分预收,项目完成后收取余款
		1.89	0.03	西部恐龙园水世界广告片制作	2017/6/1至2017/6/10	-	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	兰州西部恐龙园环境4D影院一体化	2017/3/10至2017/12/31	-396.23	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	兰州西部恐龙园GAMERIDE一体化	2017/3/10至2017/12/31	-509.43	部分预收,项目完成后收取余款
		-	-	兰州西部恐龙园脱口秀一体化	2017/3/10至2017/12/31	-84.91	部分预收,项目完成后收取余款
		133.61	2.44	兰州水世界运营	2017/7/1至2019/6/30	-	分阶段预收
	小计	1,084.45	19.82	-	-	-1,054.52	-
2	河南天伦旅游集团有限公司	661.87	12.10	郑州楚河汉界文化产业园项目策划咨询管理顾问、品牌及知识产权使用、托管经营	2016/8/31至2019/8/31	-131.61	分阶段预收
		226.42	4.14	国学小镇文旅项目策划及概念规划	2017/3/1至2017/6/20	-	部分预收,项目完成后收取余款
		188.68	3.45	郑州中华恐龙园(含水公园)项目概念设计	2017/5/1至2017/8/20	120.00	部分预收,项目完成后收取余款
		小计	1,076.97	19.68	-	-	-11.61
3	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	258.21	4.72	上海红星美凯龙“未来之家”主题公园委托经营管理	2016/9/21至2020/9/20	-12.23	分阶段预收
		94.34	1.72	天津静海恐龙主题公园项目概念策划	2017/3/4至2017/5/25	-	部分预收,项目完成后收取余款
		小计	352.55	6.44	-	-	-12.23
4	满洲里口岸套娃	343.51	6.28	满洲里套娃主体乐	2017/4/1至	37.00	部分预收,

序号	前五大客户	收入确认金额	占比	服务内容	合同期限	期末应收结余 <sup>1</sup>	收费方式
	景区管理有限责任公司			园鬼屋项目多媒体制作	2017/6/30		项目完成后收取余款
	小计	343.51	6.28	-	-	37.00	-
5	宿迁三台山景区管理有限公司	70.75	1.29	宿迁三台山景区委托运营管理	2017/6/21至2018/12/31	-70.75	部分预收,项目完成后收取余款
		27.55	0.50	宿迁柘田村民宿内装方案设计及商街业态规划设计	2017/10/10至2018/1/18	2.92	部分预收,项目完成后收取余款
		27.55	0.50	宿迁三台山森林公园柘田村祠堂室内展陈策划及设计	2017/10/10至2017/11/9	17.52	部分预收,项目完成后收取余款
		122.64	2.24	项王故里景区运营管理服务	2016/6/21至2017/6/20	-	部分预收,项目完成后收取余款
		60.14	1.10	项王故里景区运营管理服务	2017/6/21至2018/12/31	-60.14	部分预收,项目完成后收取余款
	小计	308.63	5.64	-	-	-110.46	-
合计		3,166.11	57.86	-	-	-1,151.82	-

注1: 期末应收余额负数为项目预收款; 收费方式为合同约定, 但实际执行过程中可能存在部分项目经双方协商未收取预收款的情况;

注2: 报告期内, 河南天伦旅游集团有限公司和郑州市天伦主题乐园有限公司属于同一控制下企业, 合并披露;

注3: 报告期内, 上海红星美凯龙房地产集团有限公司、上海红星美凯龙美龙置业有限公司、上海红星美凯龙环球家居设计博览有限公司和浙江森野房地产开发有限公司同属于红星美凯龙控股集团有限公司控制, 合并披露;

注4: 报告期内, 湖北交投三江文旅康养发展有限公司、湖北省交通投资集团有限公司、湖北交投鄂西生态小镇投资有限公司和湖北交投宜昌城市发展有限公司属于同一控制下企业, 合并披露;

注5: 报告期内, 宿迁三台山景区管理有限公司、宿迁文化旅游发展集团有限公司、江苏项王故里景区旅游发展有限公司和宿迁鼎鼎大名商贸有限公司属于同一控制下企业, 合并披露;

注6: 报告期内, 甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司和甘肃西部恐龙水世界有限公司属于同一控制下企业, 合并披露。

发行人策划设计与咨询管理服务业务的主要收费方式分为三种, 具体如下:

A、分阶段预收: 发行人根据合同约定, 按服务期间分阶段预收项目款; 主要适用于管理咨询类项目;

B、部分预收, 项目完成后收取余款: 发行人根据合同约定, 在项目达到不同阶段时分阶段预收项目款, 在项目完成后, 会留有一部分尾款, 在满足合同约定条件后收取; 主要适用于策划设计、系统集成类项目以及有业绩考核款的管理咨询类项目;

C、项目完成后一次性收款：发行人根据合同约定，在完成项目后一次性收取项目款；主要适用于演艺演出类项目。

②按照策划设计、咨询、系统开发、演出服务等分类，报告期各期策划设计与咨询管理业务的具体构成，收入及占比情况

#### A、策划设计与咨询管理业务分类

发行人策划设计与咨询管理业务具体分为以下四类：

a、策划设计：提供主题公园、文化旅游项目整体或部分开发内容、表现方式、运营模式的规划设计等；

b、管理咨询：为文化旅游景区项目的开发、建设、运营提供综合或专项的咨询顾问、协助实施服务等；

c、系统集成：提供 4D 影院、魔幻剧场和科技互动体验项目等的创意设计、多媒体硬件设备和软件控制系统的开发以及影音数字内容的制作等服务；

d、演艺演出：提供演出剧目、项目的策划、编创、编排、培训；对外文化演出、表演服务等。

#### B、报告期各期策划设计与咨询管理业务收入及占比情况

报告期内，策划设计与咨询管理业务分类收入及占比情况具体如下：

单位：万元、%

业务类别	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
策划设计	3,206.49	39.21	2,443.75	53.99	1,762.66	30.86	1,542.77	28.20
管理咨询	1,268.67	15.51	1,666.85	36.83	3,189.78	55.85	2,615.02	47.79
系统集成	2,986.65	36.52	375.86	8.30	230.08	4.03	1,250.23	22.85
演艺演出	716.91	8.77	39.80	0.88	529.02	9.26	63.71	1.16
合计	8,178.72	100.00	4,526.25	100.00	5,711.54	100.00	5,471.73	100.00

#### ③在策划设计与咨询管理业务中两种收入确认方式的具体运用场景

策划设计与咨询管理业务中，驻场服务类的管理咨询业务为完工百分比法确认收入；策划设计、系统集成、演艺演出以及成果提交类的管理咨询业务为验收确认收入。



**完工百分比法确认收入和验收确认收入的具体运用场景举例如下：**

## A、完工百分比法确认收入的具体运用场景

业务类型	项目名称	合同约定的服务内容	合同约定的付款条件	收入确认方法
管理咨询	郑州楚河汉界文化产业园项目	担任楚河汉界文化产业园中主题公园园区和国学养生园区的策划,规划和建设的全过程执行顾问单位和后期托管运营	每6个月预先支付,第一年度第一期服务费应于协议生效后10日内支付第一年度费用的50%,之后应在每6个月届满前的10日内预付下一期相应服务费用,以此类推	完工百分比法
管理咨询	兰州西部恐龙城项目	兰州西部恐龙城咨询和运营管理专业服务	每6个月支付一期管理咨询服务费,第一年度第一期服务费应于合同签订日后10日内支付,之后在每6个月届满前的10日内向本公司预付下一期相应服务费用,以此类推	完工百分比法

## B、验收确认收入的具体运用场景

业务类型	项目名称	合同约定的服务内容	合同约定的付款条件	收入确认方法
策划设计	2019年上海红星美凯龙陵水度假酒店概念设计	度假酒店、表演秀场及水乐园概念方案设计	设计启动(合同签订后7日内)支付20%;提交建筑概念方案设计成果支付40%;提交室内方案设计成果支付40%	成果交付并经客户验收后确认收入
管理咨询	浙江德晨旅游开发有限公司管理制度体系建设及员工培训提升顾问咨询合同	服务内容主要为景区管理制度体系建设及员工培训提升顾问	合同签订后5日内支付30%;完成合同约定第一批模块并经甲方书面确认后5日内支付30%;完成合同约定第二批模块并经甲方书面确认后5日内支付30%;制度体系建设完成并经甲方书面确认后5日内支付10%	提供服务并经客户验收后确认收入
系统集成	商丘恐龙世界设备供货与安装项目	商丘恐龙世界项目整体装修、所需设备软硬件供应及设计、开发、运输、安装、调试等,直至取得相关部门验收合格并交付使用	正式合同签订后7个工作日内支付设备供货与安装款总价的30%;装饰装修水电隐蔽工程验收后7个工作日内支付设备供货与安装款总价的20%;设备到达现场经双方共同清点验收无误后,对照设备清单甲方签署到货验收单,并在7个工作日内支付设备供货与安装款总价的20%;全部装饰装修、设备安装调试完毕后,通过甲方	提供服务并经客户验收后确认收入

业务类型	项目名称	合同约定的服务内容	合同约定的付款条件	收入确认方法
			<p>书面确认竣工验收，7个工作日内支付设备供货与安装款总价的 25%；预留装饰装修及硬件设备款总价的 5%，作为质保金，从验收合格当日起算质保期内满一年后支付至装饰装修及硬件设备总价的 97%，从验收合格当日起算质保期内满两年后支付至装饰装修及硬件设备总价的 100%</p>	
<p>演艺演出</p>	<p>徐州乐园欢乐世界演艺活动策划项目</p>	<p>徐州乐园欢乐世界日常演艺策划服务</p>	<p>合同签订后 10 个工作日内支付 20%；乙方完成园区整体演艺设计方案，并经甲方书面确认后的 10 个工作日内支付 35%；乙方完成全部音乐设计制作及剪辑，服装道具制作，舞台舞美特效制作，并全部到达现场经甲方现场验收通过后 10 个工作日内支付 30%；乙方完成全部演艺项目排练、整合、彩排及试演，提请甲方验收，验收合格并经甲方书面确认后 10 个工作日内支付 10%，正式开园三个月内（不晚于 2019 年 12 月 30 日）支付 5%</p>	<p>提供服务并经客户验收后确认收入</p>

④结合合同条款披露收入确认方式产生差异的原因、采用完工百分比法确认收入的合理性

#### A、不同收入确认方式合同条款对比

完工百分比确认收入和验收确认收入两种收入确认方式合同条款对比如下：

确认方式	业务类型	合同主要服务条款
完工百分比法确认	驻场服务类的管理咨询业务	客户与发行人约定管理咨询的服务期限、服务人员、服务范围
验收确认	策划设计、系统集成、演艺演出以及成果提交类的管理咨询业务	根据客户要求，提交相应的工作成果，客户验收确认相关成果

#### B、采用完工百分比法确认收入的合理性

根据发行人与客户签订的合同，驻场服务类管理咨询业务在合同中约定了服务期限、咨询范围、人员数量、以及服务人员的工作敬业要求等内容。发行人基于多年旅游项目经营的经验，为客户提供旅游项目开发、运营等日常经营管理方面的咨询服务，上述提供的服务跟随客户的时间和计划进度进行，在一定期间内持续发生，带有一定的日常劳务或劳动的性质，合同中也未明确约定工作成果提交内容和时间节点，按服务时间进度确认工作量并按比例确认收入具有一定合理性。

该类业务采用预收方式收取费用。业务执行中，由客户分阶段预先支付费用，每一期预付款能覆盖两次付款间隔的服务时段，客户第二次及之后每次付款均可视为对发行人前一阶段工作的认可及确认，故发行人未再单独与客户确认工作量进度。

综上所述，采用完工百分比法确认收入是合理的。

C、采用完工百分比法确认收入符合原《企业会计准则》的规定，新收入准则对完工百分比法下的收入确认不产生重大影响

#### a、采用完工百分比法确认收入符合原会计准则的相关规定

《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2006]3 号）相关规定如下：

第十条 企业在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，应当采用完工百分比法确认提供劳务收入。

第十二条 企业确定提供劳务交易的完工进度，可以选用下列方法：（一）已完工作的测量。（二）已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例。（三）已经发生的成本占估计总成本的比例。

发行人应提供的劳务总量即合同约定的总服务期限，已经提供的劳务即具体实际服务时长，符合原收入准则第十二条里确认完工进度的方法中的第二款。每一驻场服务类管理咨询项目的成本与收入均能可靠计量，发行人财务根据“具体实际服务时间/合同约定的总服务时间”按月确认收入，按月归集项目成本。

综上所述，发行人驻场服务类的管理咨询业务采用完工百分比法确认收入符合原《企业会计准则》的规定。

**b、新收入准则对完工百分比法下的收入确认不产生重大影响**

《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）相关规定如下：

第十一条 满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：（一）客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益。（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

第十二条 对于在某一时段内履行的履约义务，企业应当在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。

发行人提供的管理咨询服务对客户旅游项目的经营情况实时产生影响，符合新收入准则第十一条中对属于在某一时段内履行履约义务情况的第一款：客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益。

发行人实际服务时长占合同约定的总服务时长，即为合同履行进度情况。发行人据此按月确认收入成本，与新收入准则中按照履约进度确认收入的要求基本相符。

综上所述，新收入准则对完工百分比法下的收入确认不会产生重大影响。

**⑤报告期各期不同收入确认方式实现收入的金额和占比**

报告期各期不同收入确认方式实现收入的金额和占比具体如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
策划设计	3,206.49	2,443.75	1,762.66	1,542.77
管理咨询	1,268.67	1,666.85	3,189.78	2,615.02
其中：成果提交类	350.79	771.64	199.19	183.96
驻场服务类	917.87	895.21	2,990.59	2,431.06
系统集成	2,986.65	375.86	230.08	1,250.23
演艺演出	716.91	39.80	529.02	63.71
合计	8,178.72	4,526.25	5,711.54	5,471.73
成果验收后确认收入合计	7,260.85	3,631.03	2,720.95	3,040.67
占比	88.78	80.22	47.64	55.57
完工百分比法确认收入合计	917.87	895.21	2,990.59	2,431.06
占比	11.22	19.78	52.36	44.43

报告期内，完工百分比法确认收入的金额占比呈下滑趋势，主要系驻场服务类项目规模有所减少，2017和2018年兰州西部恐龙城项目和郑州楚河汉界文化产业园项目金额较大，因此当期收入金额相对较高。

#### ⑥策划设计与咨询管理服务业务收入报告期内持续下滑的原因

##### A、策划设计与咨询管理服务业务性质

策划设计与咨询管理服务主要客户为旅游景区投资方、运营方，发行人为其提供策划设计、管理咨询以及系统集成等服务。该类服务以项目为单位，合作的项目量主要取决于客户的业务需求情况；发行人需要根据客户所处地区、项目特征以及业务需求等，为客户提供定制化服务，各项目合同金额也存在一定差异。

##### B、策划设计与咨询管理服务业务收入变动原因

报告期内，发行人策划设计与咨询管理服务业务项目数量及收入情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
超过100万元的项目数	18	16	17	17
项目总数	57	60	52	57
占比	31.58%	26.67%	32.69%	29.82%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
超过100万元的项目收入	7,037.61	3,580.91	4,839.23	4,174.22
项目总收入	8,178.72	4,526.25	5,711.54	5,471.73
占比	86.05%	79.11%	84.73%	76.29%

报告期内，策划设计与咨询管理业务收入分别为5,471.73万元、5,711.54万元、4,526.25万元与8,178.72万元，其中超过100万元的项目收入分别为4,174.22万元、4,839.23万元、3,580.91万元和7,037.61万元，与整体业务收入变动趋势一致；超过100万的项目收入占比分别为76.29%、84.73%、79.11%和86.05%，表明大项目的获取对策划设计与咨询管理业务收入影响较大。

报告期内，超过100万元的项目数量分别为17个、17个、16个和18个，各期数量稳定，发行人大项目的获取能力稳定。超过100万元的项目收入变动，主要取决于各个项目合同金额大小，由于策划设计与咨询管理业务具有定制化的特点，不同项目区别较大，因此合同金额有所波动，进而导致发行人策划设计与咨询管理服务业务收入有所波动。2020年1-9月，发行人策划设计与咨询管理业务收入增长明显，契合发行人品牌轻资产扩张的发展战略。

⑦甘肃丝绸、河南天伦合作项目的进展情况，对相关客户的应收账款是否需计提减值准备

#### A、甘肃丝绸、河南天伦合作项目的进展情况

a、甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司（包括其子公司甘肃西部恐龙水世界有限公司）

单位：万元

序号	项目名称	服务内容	合同期限	报告期内实现收入	截至2020.9.30应收账款余额	目前项目进度
1	兰州西部恐龙城咨询和运营管理专业服务	为西部恐龙城项目陆地公园、水公园及配套商业街提供创意策划、规划设计及开发建设管理、托管服务、综合运营管理等方面的经验及咨询服务，并在项目建成开业后接受甲方委托进行托管运营服务	2015.10.18 -2018.10.17	951.26	-	陆地公园及配套商业街建设中止；水公园规划设计和开发建设已完成 <sup>1</sup>
2	兰州水世界运营	为西部恐龙水世界项目提供其在综合运营管理等方面的经验及咨	2017.07.01 -2019.06.3	522.76	275.00	完成

序号	项目名称	服务内容	合同期限	报告期内实现收入	截至2020.9.30应收账款余额	目前项目进度
		询服务	0			
3	兰州西部恐龙园欢乐水世界主题装饰设计	为兰州欢乐水世界主题包装提供方案设计、扩初设计及施工图设计	2016.07.01 -2017.01.10	196.23	20.80	完成
4	兰州西部恐龙园儿童区互动馆设计	为兰州西部恐龙园儿童区互动馆项目提供展馆规划设计及9大项单体项目外包装、内容、UI设计及项目软件设计开发	2017.10.14 -2017.12.31	138.68	-	完成
5	西部恐龙园形象VI及主题LOGO委托设计	为西部恐龙园提供形象VI设计手册及LOGO主题设计	2016.01.25 -2016.07.31	72.82	-	完成
6	西部恐龙园IP内容打造前期策划	为西部恐龙园提供主题IP打造前期策划与设计	2016.12.01 -2017.01.26	22.36	-	完成
7	西部恐龙园水世界广告片制作	为西部恐龙园提供水世界广告片的制作	2017.06.01 -2017.06.10	1.89	-	完成
8	兰州西部恐龙园环境4D影院一体化	为西部恐龙园提供环境4D影院项目工程的策划设计与建设	2017.03.10 -2017.12.31	-	-	中止 <sup>2</sup>
9	兰州西部恐龙园GAMERIDE一体化	为西部恐龙园GAMERIDE项目工程提供策划设计与建设	2017.03.10 -2017.12.31	-	-	中止 <sup>2</sup>
10	兰州西部恐龙园脱口秀一体化	为西部恐龙园提供脱口秀项目工程的策划设计与建设	2017.03.10 -2017.12.31	-	-	中止 <sup>2</sup>
合计				1,905.99	295.80	-

注1：甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司与当地政府洽谈项目扶持政策，陆地公园建设暂停；

注2：因兰州西部恐龙园开发与配套产业项目客观环境变化，项目开发放缓，双方同意原协议中止履行。

b、河南天伦旅游集团有限公司（包括其子公司郑州市天伦主题乐园有限公司）

单位：万元

序号	项目名称	服务内容	合同期限	报告期内实现收入	截至2020.9.30应收账款余额	目前项目进度
1	郑州楚河汉界文化产业	楚河汉界文化产业园中主题公园园区的策划、规划和建设的全过程	2016.08.31 -2019.08.31	1,640.26	-	终止 <sup>注</sup>



序号	项目名称	服务内容	合同期限	报告期内实现收入	截至2020.9.30应收账款余额	目前项目进度
	园项目策划咨询管理顾问、品牌及知识产权使用、托管经营	程执行顾问单位和后期托管运营；“中华恐龙园”的品牌和知识产权的授权使用	1			
2	郑州中华恐龙园文科类方案设计	为“郑州中华恐龙园”提供黑暗乘骑、环境影院等10项室内特种项目总体概念设计、方案设计、方案深化设计、动画预演设计四项内容	2018.01.20 -2018.11.10	737.74	-	终止 <sup>注</sup>
3	郑州中华恐龙园规划、单体方案、环艺景观及室内设计	为郑州中华恐龙园提供规划、单体方案、环艺景观及室内设计服务	2018.01.15 -2019.04.15	400.00	-	终止 <sup>注</sup>
4	郑州中华恐龙园演艺策划设计	为郑州中华恐龙园园区提供整体演艺方案策划、园区主题故事及人物形象创作、剧本创作、演出提资及建设需求、舞美道具服装设计等一系列相关工作	2018.04.28 -2018.11.15	260.38	-	终止 <sup>注</sup>
5	郑州恐龙主题酒店规划与建筑设计	为郑州中华恐龙主题酒店提供规划与建筑方案设计服务	2018.01.04 -2018.06.23	245.28	-	完成
6	国学小镇文旅项目策划及概念规划	国学养生园区的策划、规划和建设的全过程执行顾问单位和后期托管运营	2017.03.01 -2017.06.20	226.42	-	终止 <sup>注</sup>
7	郑州中华恐龙园(含水公园)项目概念设计	为河南天伦提供郑州中华恐龙园(含水公园)的整体策划、总体规划及分区策划、概念设计及设计协调	2017.05.01 -2017.08.20	188.68	-	完成
8	第二届楚河汉界世界棋王赛暨第二届中国象棋文化节活动策划及执行	承担“第二届楚河汉界世界棋王赛暨第二届中国象棋文化节”落地活动策划及执行	2018.10.20	84.50	-	完成
合计				3,783.25	-	-

注：因原合作协议对应的“楚河汉界文化产业园”项目所需的规划用地无法实现，双方一致同意原合作协议终止，双方就原合作协议的债权债务已经结清。

#### B、对相关客户的应收账款是否需计提减值准备

截止2020年9月30日，甘肃丝绸合作项目的应收账款余额为295.80万元，其中1-2年金额为225.00万元，2-3年金额为50.00万元，3年以上的金额为20.80万元。由于客户的信用风险没有显著增加，故按照信用风险特征账龄政策

计提减值准备 58.30 万元。

截止 2020 年 9 月 30 日，河南天伦合作项目的应收账款余额为 0。

## 2) 模块娱乐

随着旅游业行业的发展，消费者对旅游场景、旅游产品和旅游体验提出了更加多元化的需求。景区、主题乐园作为“大模块”产品，着力于满足大多数游客相对低频次、长时间的旅行需求，对产品开发者的资金实力、品牌打造能力、运营管理能力提出了综合性的要求。但“大模块”产品具有相对长的投资、建设、宣传和更新周期，也不易在短期实现多地复制和快速市场适配。因此，公司以“大模块”的经验与资源为基石，通过中小模块对产品进行丰富和完善。

公司分别于 2016 年、2019 年推出常州恐龙人俱乐部和上海恐龙人俱乐部，俱乐部内有室内高尔夫、室内 CS、密室逃脱、镜子迷宫、主题派对屋、恐龙跑酷等模块娱乐项目和主题餐饮服务，面向亲子家庭、城市年轻消费者提供更具即时性、灵活性和多元化的休闲娱乐服务。报告期内，模块娱乐分别实现收入 1,618.15 万元、1,946.69 万元、2,300.80 万元和 1,101.50 万元，2018 年及 2019 年分别较上年增长 20.30%和 18.19%。

模块娱乐业务的主要收入为游乐项目的入场费、销售配套商品和餐饮等。随着旅游业的发展，消费者对旅游场景、旅游产品和旅游体验提出了更加多元化的需求。基于景区、主题公园等“大模块”产品开发出中小模块项目具有投入低、可复制的特点，可以很好地满足消费者高频、短途的游玩需求，发行人看好其未来发展，于 2016 年开始尝试该类业务。

报告期内，模块娱乐业务收入及毛利情况如下：

单位：万元				
项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
模块娱乐收入	1,101.50	2,300.80	1,946.69	1,618.15
其中：常州店	634.36	1,788.71	1,946.69	1,618.15
上海店	301.42	512.09	-	-
杭州店	165.71	-	-	-
模块娱乐毛利	-987.89	-452.88	91.17	-193.03
其中：常州店	-389.28	-56.51	91.17	-193.03

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
上海店	-441.90	-396.37	-	-
杭州店	-156.71	-	-	-

发行人模块娱乐业务持续亏损以及毛利率为负，主要是因为发行人对该块业务持续布局扩张，发行人分别于2016年8月在常州、2019年2月在上海白玉兰广场和2020年5月在杭州银泰城开设“恐龙人俱乐部”；2020年受疫情影响，各店收入有所下滑。

报告期内，发行人模块娱乐业务收入成本及其占总体收入成本的比例情况如下：

单位：万元

项目		2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
模块娱乐业务	收入	1,101.50	2,300.80	1,946.69	1,618.15
	成本	2,089.39	2,753.69	1,855.53	1,811.18
	毛利	-987.89	-452.88	91.17	-193.03
总体业务	收入	31,461.65	65,281.46	57,959.23	51,273.25
	成本	24,999.82	38,218.67	32,646.80	28,379.71
	毛利	6,461.83	27,062.79	25,312.43	22,893.54
占比	收入	3.50%	3.52%	3.36%	3.16%
	成本	8.36%	7.21%	5.68%	6.38%
	毛利	-15.29%	-1.67%	0.36%	-0.84%

报告期内，模块娱乐业务毛利分别为-193.03万元、91.17万元、-452.88万元和-987.89万元，占总体毛利的比例分别为-0.84%、0.36%、-1.67%和-15.29%，对发行人总体毛利影响较小。模块娱乐业务的各个门店不仅是发行人在中小模块产品方面的尝试，也是发行人对外宣传的一大途径：常州俱乐部与“中华恐龙园”园区相邻，为游客提供更加丰富的游玩选择，提升游客的游玩体验，与园区形成良好的互补；上海和杭州俱乐部有效宣传了发行人的品牌，为策划设计与咨询管理业务的推广提供了样板，给潜在的客户提供了更为直观的印象，有利于策划设计与咨询管理业务的发展。因此，在对公司整体毛利影响较小的情况下，短期内模块娱乐业务小幅亏损在发行人可接受范围内。发行人亦会根据已开俱乐部的经营业绩情况，适时调整该项业务的发展战略，谨慎制定开店计划，避免扩大亏损。

### (3) 旅游配套服务

#### 1) 酒店业务

公司恐龙特色主题酒店于 2016 年末开业，报告期内分别实现收入 2,927.98 万元、3,359.87 万元、4,911.96 万元和 **2,173.30 万元**，2018 年及 2019 年收入分别较上年度增长 14.75%、46.19%。恐龙人酒店位于“中华恐龙园”园区附近，景区及特色住宿相结合的配置可全面满足游客需求，提升客户体验。

#### ①酒店地理位置、酒店客户中恐龙园园区游客的占比及变动

##### A、酒店地理位置

恐龙人酒店位于“中华恐龙园”园区东南方向的迪诺水镇，具体位置为：常州市新北区迪诺水镇 20、21、22 和 23 栋，距离园区不足 300 米。

##### B、酒店客户中恐龙园园区游客的占比及变动

报告期内，酒店客户中恐龙园园区游客的人数及占比情况具体如下：

单位：万人

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
酒店客户中恐龙园园区游客的人数 (A)	7.95	13.77	8.59	8.77
酒店总入住人数 (B)	8.40	15.33	10.57	10.35
占比 (C=A/B)	94.66%	89.79%	81.27%	84.74%

报告期各期酒店客户中恐龙园园区游客的占比分别为 84.74%、81.27%、89.79%和 94.66%，比例呈上升趋势。

②报告期各期恐龙人酒店+门票组合的产品销售金额，酒店营业收入增幅较大的原因及合理性，是否与园区业务营业收入增长趋势相匹配及原因

报告期内，恐龙人酒店+门票组合的销售金额如下

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年 9-12 月 <sup>1</sup>
恐龙人酒店+门票组合	999.92	1,271.83	289.47

注 1：酒店于 2018 年 8 月纳入发行人合并范围，合并前未有“景区+酒店”的组合产品，因此统计区间从 2018 年 9 月开始。

报告期内，酒店营业收入金额及与园区业务营业收入的匹配关系如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
酒店业务收入(A)	2,173.30	-55.75	4,911.96	46.19	3,359.87	14.75	2,927.98
园区业务收入(B)	19,566.67	-62.48	52,155.44	15.77	45,052.77	10.78	40,670.24

报告期内，酒店客户中恐龙园园区游客人数占酒店入住总人数比例逐年增加，园区业务的增长带动了酒店业务的发展。2018年，酒店业务收入增幅与园区业务收入增幅比例接近；2018年8月，发行人将酒店纳入合并范围，并新增酒店二期，随后大力推广园区门票与恐龙人酒店的组合产品，“中华恐龙园”园区附近酒店入住人员中，大多为到恐龙园游玩的游客，“景区+酒店”的组合产品充分利用了发行人园区的优势，进一步促进了酒店业务的发展，因此2019年酒店业务收入增长较快，增速超过园区业务收入；2020年受疫情影响，酒店业务收入和园区业务收入均有下降，下滑比例接近。

### ③酒店业务的经营指标

报告期内，酒店业务的主要经营指标具体如下：

单位：万元、元

指标名称	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
收入	2,173.30	4,911.96	3,359.87	2,927.98
其中：客房收入	1,933.32	4,036.78	2,955.60	2,844.31
餐饮收入	67.99	500.36	182.42	22.00
商品收入	47.14	86.03	29.79	-
其他服务收入	124.84	288.78	192.05	61.67
客房入住率 <sup>1</sup>	58.13%	71.20%	65.46%	67.05%
已售房平均房价 <sup>2</sup>	653.06	726.60	740.89	769.92

注1：客房入住率=入住客房数/可用客房数；

注2：已售房平均房价=客房收入/入住客房数。

### ④2019年酒店业务收入增长较快的原因

单位：万元

收入类别	2019年度	2018年度	变动金额
客房收入	4,036.78	2,955.60	1,081.18
餐饮收入	500.36	182.42	317.94

收入类别	2019 年度	2018 年度	变动金额
商品收入	86.03	29.79	56.23
其他服务收入	288.78	192.05	96.73
合计	4,911.96	3,359.87	1,552.09

2019 年酒店业务收入较 2018 年增加 1,552.09 万元，主要原因是发行人于 2018 年 9 月进行酒店二期装修，增加 65 间客房，同时“门票+酒店”组合产品的推出，带动了酒店房间的销售，因此在房间数增加的情况下，客房入住率仍由 65.46%提升至 71.20%，客房收入增加 1,081.18 万元；2018 年 9 月，酒店增开“D 先生的餐厅”的自助餐服务，餐饮收入增加 317.94 万元；入住人数的增加，同步带动了酒店商品、服务等方面的收入。

## 2) 旅行社业务

公司提供地接、组团等配套服务，报告期内收入占总收入比例分别为 0.78%、2.70%、1.72%和 0.48%，占比较低。

### ①旅行社业务具体构成

旅行社业务由组团业务、地接业务以及组合产品业务构成，具体如下：

#### A、组团业务

发行人与旅游单位或个人签订旅游服务合同，提供组团出游服务，收取旅游服务费。

#### B、地接业务

由发行人和上游旅行社合作开展为游客提供本地旅游服务，收取旅游服务费。

#### C、组合产品业务

旅行社业务中的组合产品收入主要为外采酒店客房的销售收入。

发行人组合产品主要包括内部组合产品以及外部组合产品。其中，内部组合产品主要为园区门票与恐龙人酒店、园区餐饮、俱乐部项目等发行人合并范围内的旅游产品组合；外部组合产品主要为恐龙园旅行社采购外部酒店客房与发行人园区门票及其他项目进行组合。

组合产品中各个项目的收入，在合并报表中会根据实际业务性质还原到各项业务：组合产品中门票及餐饮的收入还原至园区综合业务收入；恐龙人酒店的客房收入还原至酒店业务收入；俱乐部项目收入还原至模块娱乐业务收入；外采酒店客房销售取得的收入列示在旅行社业务收入中，即旅行社业务中的组合产品业务收入。

## ②旅行社业务在报告期内的收入情况

报告期内，旅行社业务收入情况具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
组团业务	43.54	-88.81%	389.23	7.58%	361.80	5.67%	342.38
地接业务	42.92	-39.84%	71.33	47.26%	48.44	174.20%	17.67
组合产品	63.63	-90.38%	661.42	-42.61%	1,152.55	2704.01%	41.10
合计	150.09	-86.62%	1,121.98	-28.21%	1,562.79	289.58%	401.15

## ③旅行社业务收入波动原因及合理性

报告期内，旅行社业务收入金额分别为 401.15 万元、1,562.79 万元、1,121.98 万元和 150.09 万元，收入波动较大。其中，组团业务收入和地接业务收入变动金额较小，旅行社业务收入波动主要系组合产品业务收入变动所致。

报告期内，组合产品业务收入金额分别为 41.10 万元、1,152.55 万元、661.42 万元和 63.63 万元。其中，2018 年组合产品业务收入较 2017 年增加 1,111.45 万元，增幅为 2704.01%，主要原因为发行人于 2018 年大力推广“门票+酒店”类组合产品，外采酒店客房与园区门票进行组合销售，外采酒店客房金额增加；2019 年组合产品业务收入较 2018 年减少 491.13 万元，降幅为 42.61%，主要原因为 2018 年 8 月，发行人将恐龙人酒店纳入合并范围内，2019 年增加了“门票+酒店”类组合产品中酒店的内部采购；2020 年 1-9 月，受疫情影响，旅游出行人数较往年减少，组合产品业务收入有所下滑。

## (4) 零售商品进场费

### 1) 零售商品进场费的收取范围、收取标准

### ①收取范围

报告期内，发行人对饮品类商品和泳衣收取进场费。发行人收取进场费后，园区内商店在约定时间范围内，仅允许销售该品牌的商品，不得销售其他同类商品。

### ②收取标准

#### A、饮品类商品

饮品类商品进场费按年收取，根据双方协商，确定固定金额的进场费。

#### B、泳衣

泳衣进场费收取时间范围为每年 6-9 月，报告期各期，进场费收取标准如下：

时间	进场费收取标准（含税）
2017 年	固定金额 30 万元
2018 年	固定金额 10 万元
2019 年	结算款小于 150 万元，收取 10 万元进场费；结算款大于等于 150 万元、小于 200 万元，收取 15 万元进场费；结算款大于等于 200 万元，收取 20 万元进场费
2020 年 1-9 月	结算款大于 30 万元小于等于 40 万元，收取 2.5 万元进场费；结算款大于 40 万元小于等于 50 万元，收取 5 万元进场费；结算款大于 50 万元小于等于 60 万元，收取 7 万元进场费；结算款大于 60 万元小于等于 70 万元，收取 8 万元进场费；结算款大于 70 万元小于等于 80 万元，收取 9 万元进场费；结算款大于 80 万元，收取 10 万元进场费

### 2) 报告期各期进场费收取金额

报告期各期，发行人收取的进场费金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
饮品类进场费	18.68	42.09	84.09	41.47
泳衣进场费	4.72	9.43	9.43	28.30
合计	23.40	51.52	93.52	69.77
营业收入	31,461.65	65,281.46	57,959.23	51,273.25
占比	0.07%	0.08%	0.16%	0.14%

报告期各期，发行人收取进场费确认的收入金额分别为 69.77 万元、93.52



万元、51.52万元和23.40万元，占营业收入比例分别为0.14%、0.16%、0.08%和0.07%。进场费确认收入总体金额较小，占营业收入比例较低，不会对收入产生重大影响。

### 3) 零售商品进场费与行业惯例的差异

鉴于零售商品进场费收入不属于旅游行业公司的主要收入，同行业可比公司未披露其进场费的情况。

## 3、营业收入季节性分析

报告期内，公司营业收入分季度构成如下：

单位：万元、%

项目	2020年		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	2,299.52	7.31	9,683.49	14.83	8,295.45	14.31	9,171.81	17.89
二季度	8,732.11	27.75	17,159.66	26.29	14,132.01	24.38	11,437.86	22.31
三季度	20,430.02	64.94	24,857.08	38.08	22,866.54	39.45	19,541.96	38.11
四季度	/	/	13,581.22	20.80	12,665.23	21.85	11,121.61	21.69
合计	31,461.65	100	65,281.46	100	57,959.23	100	51,273.25	100

注：公司在编制2020年第三季度报告时，为与2019年同期数据进行对比，对2019年数据进行复核，做出调整。

公司所属主题乐园行业具有较为明显的季节性，收入波动主要受到学生假期、天气、大型节假日等因素影响。报告期内，公司三季度收入占全年收入比例最高，接近40%，一是7月、8月处于暑假期间，为学生及家长游玩提供了时间便利；二是仅于夏季开放的水世界及夜公园从提升客单票价、客单园内消费均有一定促进作用。

## (二) 营业成本分析

### 1、营业成本构成

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	24,989.73	99.96	38,209.03	99.97	32,634.40	99.96	28,350.97	99.90
其他业务	10.09	0.04	9.64	0.03	12.39	0.04	28.74	0.10
合计	24,999.82	100	38,218.67	100	32,646.80	100	28,379.71	100

报告期内，公司主营业务成本占比均在 99%以上，与收入结构相匹配。

## 2、营业成本业务构成分析

公司成本主要包括人工、折旧摊销、维护、能源等。报告期内，公司营业成本按业务板块构成如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
园区综合业务	16,255.36	65.02	29,309.21	76.69	24,877.97	76.20	21,737.14	76.59
门票业务	14,210.58	56.84	24,400.83	63.85	20,776.25	63.64	17,846.05	62.88
其他运营	2,044.78	8.18	4,908.38	12.84	4,101.72	12.56	3,891.09	13.71
创新创意服务	6,841.45	27.37	4,654.33	12.18	4,107.94	12.58	4,466.58	15.74
策划设计与咨询管理	4,752.06	19.01	1,900.64	4.97	2,252.41	6.90	2,655.40	9.36
模块娱乐	2,089.39	8.36	2,753.69	7.21	1,855.53	5.68	1,811.18	6.38
旅游配套服务	1,892.92	7.57	4,245.50	11.11	3,648.49	11.18	2,147.25	7.57
酒店	1,753.16	7.01	3,245.67	8.49	2,316.87	7.10	1,814.97	6.40
旅行社业务	139.76	0.56	999.83	2.62	1,331.62	4.08	332.28	1.17
主营业务成本	24,989.73	99.96	38,209.03	99.97	32,634.40	99.96	28,350.97	99.90
其他业务成本	10.09	0.04	9.64	0.03	12.39	0.04	28.74	0.10
营业成本	24,999.82	100	38,218.67	100	32,646.80	100	28,379.71	100

公司营业成本与收入业务构成相匹配，报告期内逐年增加，与营业收入变动保持一致。

### (1) 园区综合业务

#### 1) 园区综合业务营业成本分类标准

园区综合业务营业成本分类如下：

A、职工薪酬：园区综合业务相关的人工成本；

B、折旧摊销：园区综合业务相关的折旧摊销，其中，固定资产折旧为房屋、设备等的折旧；长期资产摊销为装修等的摊销；土地使用权摊销为土地的摊销；其他无形资产摊销为软件及商标的摊销；

C、运营成本：园区综合业务运营产生的成本，其中，商业成本为园区内销

售商品、食品、餐饮、提供电玩区服务等产生的成本；景区维护为园区设施、设备、景观维护等产生的成本；不能抵扣公共进项税金为园区门票中科普免税部分对应的进项税成本；演出成本为园区内表演项目产生的相关成本；水电费为园区使用水电等能源产生的成本；环境成本为园区内保洁、环境布置等产生的成本；其他主要为“中华恐龙馆”化石租赁、房屋设备等财产保险及游客险、园区内员工工装等产生的成本。

## 2) 2020年1-9月园区综合业务的营业成本支出与2019年同期对比

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年1-9月	变动金额	变动比例
职工薪酬	5,065.01	7,103.46	-2,038.45	-28.70%
折旧摊销	7,451.36	6,492.89	958.47	14.76%
其中：固定资产折旧	6,376.10	5,662.69	713.41	12.60%
长期资产摊销	789.75	544.40	245.35	45.07%
土地使用权摊销	208.03	208.03	-	-
其他无形资产摊销	77.48	77.76	-0.29	-0.37%
运营成本	3,738.99	7,365.23	-3,626.25	-49.23%
其中：商业成本	917.13	2,066.13	-1,148.99	-55.61%
维护成本	578.51	1,343.06	-764.55	-56.93%
不能抵扣公共进项税金	391.74	1,163.11	-771.36	-66.32%
演出成本	538.59	906.27	-367.69	-40.57%
能源成本	517.42	718.13	-200.72	-27.95%
环境成本	228.75	402.82	-174.06	-43.21%
其他	566.85	765.72	-198.87	-25.97%
合计	16,255.36	20,961.59	-4,706.23	-22.45%

注：2019年1-9月均为未经审计数据。

2020年1-9月园区综合业务的营业成本支出较2019年同期减少4,706.23万元，降幅为22.45%，各类成本变动原因如下：

A、职工薪酬较2019年同期减少2,038.45万元，降幅为28.70%。主要原因为2020年受新冠疫情影响，园区经营业绩有所下滑，职工薪酬中的绩效工资相应下调。

B、折旧摊销较2019年同期增加958.47万元，增幅为14.76%。其中，固定

资产折旧和长期资产摊销增加较多，固定资产折旧增加主要系 2019 年雨林区转固，固定资产原值增加所致，长期资产摊销增加主要系园区内装修增加，对应长期待摊费用增加所致。

C、运营成本较 2019 年同期减少 3,626.25 万元，降幅为 49.23%。各分类成本均有减少，主要原因为园区自 2020 年 1 月 25 日起临时闭园，2020 年 3 月 20 日起恢复开园（3 月 20 日恢复开园为园区室外部分，5 月 16 日起园区室内部分也恢复开放），开园时间较 2019 年同期减少，相应的运营成本同步减少。

2020 年 1-9 月发行人园区综合业务对应的单位人工薪酬与 2019 年同期对比情况如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动金额	变动比例
职工薪酬	5,065.01	7,103.46	-2,038.45	-28.70%
其中：正式用工 <sup>1</sup>	4,416.17	5,513.53	-1,097.36	-19.90%
实习返聘 <sup>2</sup>	249.72	789.96	-540.24	-68.39%
临时用工 <sup>3</sup>	399.12	799.97	-400.85	-50.11%
月均员工人数	808	937	-129	-13.77%
其中：正式用工	728	734	-6	-0.82%
实习返聘	80	203	-123	-60.59%
月人均薪酬	0.70	0.84	-0.15	-17.31%
其中：正式用工	0.67	0.83	-0.16	-19.24%
实习返聘	0.35	0.43	-0.09	-19.79%

注 1：正式用工即与发行人签订正式劳动合同的在编员工；

注 2：实习返聘即与发行人签订实习或返聘合同的实习生和返聘员工；

注 3：临时用工即发行人在忙季时雇佣的小时工，主要是景区一线服务岗位，因用工形式灵活，月工作天数各异，故未统计对应的月均人数。

2020 年 1-9 月，园区综合业务的员工人数及人均薪酬均有所减少。受疫情影响，景区正式一线员工自然流失有所增加，在园区经营恢复期间，发行人暂停对外招聘补充人员，同时缩减实习生及小时工的使用，因此员工人数有所减少；人均薪酬有所减少，主要系疫情期间社保减免，业绩下滑对应的绩效工资调整所致。

### 3) 报告期内园区综合业务的营业成本金额及占比情况

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	5,065.01	31.16	10,133.85	34.58	8,119.49	32.64	6,745.14	31.03
折旧摊销	7,451.36	45.84	8,962.37	30.58	8,028.55	32.27	8,005.91	36.83
运营成本	3,738.99	23.00	10,212.99	34.85	8,729.93	35.09	6,986.10	32.14
其中：商业成本	917.13	5.64	2,543.03	8.68	2,085.72	8.38	1,912.85	8.80
维护成本	578.51	3.56	2,136.06	7.29	2,185.99	8.79	1,359.38	6.25
不能抵扣公共 进项税金	391.74	2.41	1,524.92	5.20	917.48	3.69	488.55	2.25
演出成本	538.59	3.31	1,500.29	5.12	1,464.86	5.89	1,263.17	5.81
能源成本	517.42	3.18	874.99	2.99	784.34	3.15	796.52	3.66
环境成本	228.75	1.41	634.57	2.17	520.41	2.09	484.02	2.23
其他	566.85	3.49	999.13	3.41	771.12	3.10	681.61	3.14
园区综合成本合计	16,255.36	100.00	29,309.21	100.00	24,877.97	100.00	21,737.14	100.00

## 4) 成本波动情况

报告期内，园区综合业务成本分别为 21,737.14 万元、24,877.97 万元、29,309.21 万元和 16,255.36 万元。2017-2019 年成本逐年增加，2020 年 1-9 月有所减少，具体分析如下：

## ① 职工薪酬

职工薪酬金额变动与员工人数和人均薪酬相关，具体情况如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬	5,065.01	10,133.85	8,119.49	6,745.14
其中：正式用工 <sup>1</sup>	4,416.17	8,174.17	6,442.63	5,350.30
实习返聘 <sup>2</sup>	249.72	1,086.86	981.56	689.92
临时用工 <sup>3</sup>	399.12	872.83	695.31	704.91
月均员工人数	808	942	853	794
其中：正式用工	728	742	645	626
实习返聘	80	200	208	168
月人均薪酬	0.70	0.90	0.79	0.71
其中：正式用工	0.67	0.92	0.83	0.71

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
实习返聘	0.35	0.45	0.39	0.34

注1：正式用工即与发行人签订正式劳动合同的在编员工；

注2：实习返聘即与发行人签订实习或返聘合同的实习生和返聘员工；

注3：临时用工即发行人在忙季时雇佣的小时工，主要是景区一线服务岗位，因用工形式灵活，月工作天数各异，故未统计对应的月均人数。

2017-2019年，园区综合业务的职工薪酬分别为6,745.14万元、8,119.49万元和10,133.85万元，占园区综合业务总成本比例逐年上升。主要原因是园区经营良好，客流量增加，员工人数和人均薪酬均有所上升。

2020年1-9月，园区综合业务的员工人数及人均薪酬均有所减少。受疫情影响，景区安保、后勤等员工自然流失较多，在园区经营恢复期间，发行人暂停对外招聘补充人员，因此员工人数有所减少；人均薪酬有所减少，主要系疫情期间社保减免，业绩下滑对应的绩效工资调整以及年终奖尚未发放所致。

## ②折旧摊销

2017-2019年，园区综合业务的折旧摊销分别为8,005.91万元、8,028.55万元和8,962.37万元。其中，2019年折旧摊销增加较大，主要系雨林区改造项目投入使用，固定资产增加所致。

## ③运营成本

2017-2019年，园区综合业务的运营成本分别为6,986.10万元、8,729.93万元和10,212.99万元，逐年增加，主要系商业成本、维护成本和不能抵扣公共进项税金变动所致。2020年1-9月，运营成本有所下降，主要原因是受疫情影响，园区曾短暂闭园一段时间，相应的运营成本有所减少。

2017-2019年运营成本变动原因具体如下：

### A、商业成本

商业成本为园区内销售商品、食品、餐饮、提供电玩区服务等产生的成本，与园区综合业务中的其他运营收入相关。2017-2019年，其他运营收入分别为8,251.82万元、9,509.48万元和12,264.51万元，商业成本分别为1,912.85万元、2,085.72万元和2,543.03万元，商业成本与其他运营收入变动趋势一致。

### B、维护成本

维护成本为园区设施、设备、景观维护等产生的成本。2017-2019年，维护成本分别为1,359.38万元、2,185.99万元和2,136.06万元，其中2018年维护成本增加主要系发行人进行了园区景观雕塑维修翻新以及侏罗纪舞美提升所致，2019年维护成本较高，主要系发行人进行了梦幻庄园景观环艺维护和鲁布拉及峡谷区景观雕塑翻新所致。

### C、不能抵扣公共进项税金

不能抵扣公共进项税金为园区门票中科普免税收入部分对应的进项税成本。2017-2019年，不能抵扣公共进项税金分别为488.55万元、917.48万元和1,524.92万元，其中2018年和2019年增加较多，主要系2018年疯狂恐龙人区改造项目和2019年雨林区改造项目购建资产增加所致。

### 5) 成本与收入的匹配性

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率
职工薪酬	5,065.01	25.89	10,133.85	19.43	8,119.49	18.02	6,745.14	16.58
折旧摊销	7,451.36	38.08	8,962.37	17.18	8,028.55	17.82	8,005.91	19.68
运营成本	3,738.99	19.11	10,212.99	19.58	8,729.93	19.38	6,986.10	17.18
合计	16,255.36	83.08	29,309.21	56.20	24,877.97	55.22	21,737.14	53.45
园区综合业务收入	19,566.67	/	52,155.45	/	45,052.77	/	40,670.24	/

2017-2019年，发行人园区综合业务销售成本率分别为53.45%、55.22%和56.20%，比例逐年上升，主要原因是职工薪酬对应的销售成本率有所增加，具体原因参见本节“十、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”之“2、营业成本业务构成分析”之“（1）园区综合业务营业成本分析”之“4）成本波动情况”。

2020年1-9月，发行人园区综合业务销售成本率显著提高，主要原因是受疫情影响，业务收入下滑较大，职工基本薪酬、折旧摊销等固定成本保持稳定，拉高了园区综合业务的销售成本率。

综上所述，园区综合业务收入与成本具有匹配性。

## (2) 创新创意服务

创新创意服务分为策划设计及咨询管理和模块娱乐两类，两类业务成本结构不同，分别列示分析。

### 1) 策划设计及咨询管理

#### ① 策划设计及咨询管理营业成本分类标准

策划设计及咨询管理业务营业成本分类如下：

A、职工薪酬：策划设计及咨询管理项目中相关的人工成本；

B、外包成本：策划设计及咨询管理项目外包产生的成本；

C、其他成本：策划设计及咨询管理项目中差旅费、文件制作费、道具制作费以及拍摄化妆费等。

#### ② 成本金额及占比情况

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,405.67	29.58	1,351.46	71.11	1,466.71	65.12	1,467.72	55.27
外包成本	3,086.82	64.96	393.59	20.71	456.39	20.26	990.66	37.31
其他成本	259.58	5.46	155.58	8.19	329.32	14.62	197.02	7.42
策划设计及咨询管理成本合计	4,752.06	100.00	1,900.64	100.00	2,252.41	100.00	2,655.40	100.00

#### ③ 成本波动情况

报告期内，策划设计及咨询管理成本分别为2,655.40万元、2,252.41万元、1,900.64万元和4,752.06万元。2017-2019年成本逐年减少，2020年1-9月增加较多，具体分析如下：

##### A、职工薪酬

2017-2019年，策划设计及咨询管理的职工薪酬分别为1,467.72万元、1,466.71万元和1,351.46万元，各期相对稳定。2020年1-9月，职工薪酬较多，主要系以前年度的郑州恐龙园项目于2020年终止，结转相应成本所致。

##### B、外包成本



报告期内，策划设计及咨询管理的外包成本分别为 990.66 万元、456.39 万元、393.59 万元和 3,086.82 万元，2017-2019 年呈现下滑趋势，2020 年 1-9 月大幅增加。发行人根据承接项目类型、项目档期计划以及密集程度等，酌情将部分工作进行外包，因此外包成本存在一定的波动性。

### C、其他成本

2017-2019 年，策划设计及咨询管理的其他成本分别为 197.02 万元、329.32 万元和 155.58 万元，其中 2018 年增加较多，主要原因是演艺演出业务增加，相应的道具制作费、拍摄化妆费以及音响灯光租赁费等有所增加。

### ④成本与收入的匹配性

单位：万元、%

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率
职工薪酬	1,405.67	17.19	1,351.46	29.86	1,466.71	25.68	1,467.72	26.82
外包成本	3,086.82	37.74	393.59	8.70	456.39	7.99	990.66	18.10
其他成本	259.58	3.17	155.58	3.44	329.32	5.77	197.02	3.60
合计	4,752.06	58.10	1,900.64	41.99	2,252.41	39.44	2,655.40	48.53
策划设计及咨询管理收入	8,178.72	/	4,526.25	/	5,711.54	/	5,471.73	/

报告期内，发行人策划设计及咨询管理的销售成本率分别为 48.53%、39.44%、41.99%和 58.10%，影响销售成本率波动的主要因素为外包成本，其变动的具体原因参见本节“十、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”之“2、营业成本业务构成分析”之“（2）创新创意服务”之“（1）策划设计及咨询管理”之“③成本波动情况”之“B、外包成本”。

综上所述，策划设计及咨询管理的收入与成本具有匹配性。

### ⑤2018 年策划设计与咨询管理业务销售收入上升，成本下降的原因

#### A、策划设计与咨询管理业务的特点

策划设计与咨询管理业务主要系公司根据合同约定，为客户出具概念设计成果、业务培训服务或在一定期限内通过外派驻场人员或远程咨询的方式为旅

游开发项目提供相关咨询服务的业务以及为客户提供基于方案的多媒体硬件设备和软件控制系统开发等集成服务，以及定制化演出策划及演出服务等。

策划设计与咨询管理业务多为定制化服务，发行人需要根据客户所处地区、项目特征以及业务需求等，确认具体服务内容。因此，各项目收入成本存在一定的波动。

#### B、2018 年策划设计与咨询管理业务销售收入上升，成本下降的原因

2017 年和 2018 年，策划设计与咨询管理业务收入成本情况具体如下：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	波动情况
收入	5,711.54	5,471.73	239.81
其中：超过 100 万	4,839.23	4,174.22	665.01
成本	2,252.41	2,655.40	-402.98
其中：职工薪酬	1,466.71	1,467.72	-1.01
外包成本	456.39	990.66	-534.27
其他成本	329.32	197.02	132.30

2018 年策划设计与咨询管理业务销售收入上升，主要系发行人超过 100 万元项目增加所致；成本下降主要系外包成本下降所致，外包成本情况与项目类型有关，2017 年中满洲里套娃主题乐园鬼屋项目、同曦集团万尚恐龙园科技互动场馆和郑州国学养生项目的外包成本较大，2018 年需要外包的项目减少，外包成本相应减少。

#### 2) 模块娱乐

##### ①模块娱乐营业成本分类标准

模块娱乐营业成本分类如下：

A、职工薪酬：模块娱乐业务中相关的人工成本；

B、折旧摊销：主要为各家俱乐部门店装修的长期资产摊销；

C、租赁成本：主要为各家俱乐部门店租赁房产的租金及物业费等成本；

D、运营成本：各家俱乐部运营相关的成本，其中，餐饮成本为俱乐部内餐饮服务对应的成本；礼品成本为俱乐部内销售商品的成本；能源成本为俱乐部

使用水电等能源产生的成本；维护成本为俱乐部设施维护产生的成本；其他主要为俱乐部日常物料消耗成本、保洁成本等。

## ②成本金额及占比情况

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	538.24	25.76	826.68	30.02	562.00	30.29	597.94	33.01
折旧摊销	749.53	35.87	817.33	29.68	616.65	33.23	616.13	34.02
租赁成本	574.02	27.47	556.91	20.22	196.93	10.61	169.25	9.34
运营成本	227.60	10.89	552.77	20.07	479.94	25.87	427.87	23.62
其中：餐饮成本	85.38	4.09	285.05	10.35	269.30	14.51	230.57	12.73
礼品成本	35.05	0.19	82.47	0.56	41.90	0.54	12.69	0.64
能源成本	47.37	1.68	73.95	2.99	78.57	2.26	77.11	0.70
维护成本	3.99	2.27	15.53	2.69	9.94	4.23	11.56	4.26
其他	55.81	2.67	95.78	3.48	80.24	4.32	95.94	5.30
模块娱乐成本合计	2,089.39	100.00	2,753.69	100.00	1,855.53	100.00	1,811.18	100.00

## ③成本波动情况

报告期内，模块娱乐成本分别为 1,811.18 万元、1,855.53 万元、2,753.69 万元和 2,089.39 万元。2017-2019 年成本逐年增加，2020 年 1-9 月有所减少，具体分析如下：

### A、职工薪酬

2017-2019 年，模块娱乐的职工薪酬分别为 597.94 万元、562.00 万元和 826.68 万元，其中 2019 年职工薪酬增长明显，主要原因是发行人于 2019 年 4 月将上海模块龙文化纳入合并范围，新增恐龙人俱乐部上海白玉兰广场店的职工薪酬。

### B、折旧摊销

2017-2019 年，模块娱乐的折旧摊销分别为 616.13 万元、616.65 万元和 817.33 万元，其中 2019 年折旧摊销明显增加，主要原因是发行人于 2019 年 4 月将上海模块龙文化纳入合并范围，新增恐龙人俱乐部上海白玉兰广场店的折旧摊销。

### C、租赁成本

2017-2019年，模块娱乐的租赁成本分别为169.25万元、196.93万元和556.91万元，其中2019年租赁成本明显增加，主要原因是发行人于2019年4月将上海模块龙文化纳入合并范围，新增恐龙人俱乐部上海白玉兰广场店的租赁成本。

### D、运营成本

2017-2019年，模块娱乐的运营成本分别为427.87万元、479.94万元和552.77万元，金额逐年增加，主要影响因素为餐饮成本和礼品成本。2020年1-9月，受疫情影响，俱乐部经营业绩下滑，运营成本相应减少。

餐饮成本和礼品成本与对应收入情况相关。报告期内，餐饮和礼品的收入成本匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
餐饮成本	85.38	285.05	269.30	230.57
餐饮收入	367.43	707.90	696.42	678.18
礼品成本	35.05	82.47	41.90	12.69
礼品收入	77.41	193.73	79.56	29.40

报告期内，餐饮成本和礼品成本与其对应收入的变动趋势一致。

#### ④成本与收入的匹配性

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率
职工薪酬	538.24	48.86	826.68	35.93	562.00	28.87	597.94	36.95
折旧摊销	749.53	68.05	817.33	35.52	616.65	31.68	616.13	38.08
租赁成本	574.02	52.11	556.91	24.21	196.93	10.12	169.25	10.46
运营成本	227.60	20.66	552.77	24.03	479.94	24.65	427.87	26.44
合计	2,089.39	189.69	2,753.69	119.68	1,855.53	95.32	1,811.18	111.93
模块娱乐收入	1,101.50	/	2,300.80	/	1,946.69	/	1,618.15	/

2017-2019年，发行人模块娱乐的销售成本率分别为111.93%、95.32%和

119.68%。其中，2018年销售成本率下降主要系俱乐部业务收入上升所致；2019年销售成本率上升主要系发行人将恐龙人俱乐部上海白玉兰广场店纳入合并范围，该店仍处于培育阶段，尚未盈利。2020年1-9月，发行人模块娱乐的销售成本率明显上升，主要系受疫情影响，俱乐部经营收入下滑所致。

综上所述，模块娱乐的收入与成本具有匹配性。

#### ⑤模块娱乐业务成本持续上升，与收入波动不匹配的原因及合理性

##### A、模块娱乐业务收入成本情况

报告期内，发行人模块娱乐业务收入成本情况如下：

单位：万元

项目	对应主体	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
收入	常州旗舰店	634.36	1,788.71	1,946.69	1,618.15
	上海白玉兰广场店	301.42	512.09	-	-
	杭州银泰城店	165.71	-	-	-
	合计	1,101.50	2,300.80	1,946.69	1,618.15
成本	常州旗舰店	1,023.65	1,845.22	1,855.53	1,811.18
	上海白玉兰广场店	743.32	908.46	-	-
	杭州银泰城店	322.42	-	-	-
	合计	2,089.39	2,753.69	1,855.53	1,811.18
销售成本率	常州旗舰店	161.37%	103.16%	95.32%	111.93%
	上海白玉兰广场店	246.61%	177.40%	-	-
	杭州银泰城店	194.57%	-	-	-
	合计	189.69%	119.68%	95.32%	111.93%

##### B、模块娱乐业务成本持续上升，与收入波动不匹配的原因及合理性

###### a、模块娱乐业务成本持续上升的原因

2017-2019年，发行人模块娱乐业务成本持续上升，其中2018年成本增加的主要原因是常州旗舰店收入增加，成本略有增加；2019年成本增加的主要原因是新增上海白玉兰广场店，成本相应有所增加；2019年常州旗舰店收入有所减少，但成本相对稳定，主要原因是2019年店内部分项目关闭改造，项目收入减少，成本以折旧摊销、人工为主，相对稳定。

### b、成本与收入波动不匹配的原因及合理性

2017年及2018年，模块娱乐板块系常州旗舰店；2019年4月起，该业务板块新增上海白玉兰广场店；2020年5月起，该业务板块新增杭州银泰城店。报告期内模块娱乐业务销售成本率分别为111.93%、95.32%、119.68%和189.69%。2017年常州旗舰店处于培育期，尚未实现盈利；2019年4月将上海白玉兰广场店纳入合并范围，该店处于培育阶段，尚未实现盈利；2020年5月新开杭州银泰城店，该店处于培育阶段，尚未实现盈利。

模块娱乐业务的各个门店不仅是发行人在中小模块产品方面的尝试，也是发行人对外宣传的一大途径：常州俱乐部与“中华恐龙园”园区相邻，为游客提供更加丰富的游玩选择，提升游客的游玩体验，与园区形成良好的互补；上海和杭州俱乐部有效宣传了发行人的品牌，为策划设计与咨询管理业务的推广提供了样板，给潜在的客户提供了更为直观的印象，有利于策划设计与咨询管理业务的发展。因此，在对毛利影响较小的情况下，短期内模块娱乐业务小幅亏损在发行人可接受范围内。发行人亦会根据已开俱乐部的经营业绩情况，适时调整该项业务的发展战略，谨慎制定开店计划，避免扩大亏损。

### 3) 创新创意服务项目相关成本与收入的匹配性

报告期内，公司的创新创意服务项目相关成本与收入的匹配性如下：

单位：万元

2020年1-9月			
业务类别	收入金额	成本金额	毛利率
规划设计业务	3,206.49	2,034.85	36.54%
管理咨询业务	1,268.67	401.05	68.39%
系统集成业务	2,986.65	2,041.54	31.64%
演艺演出业务	716.91	274.62	61.69%
模块娱乐业务	1,101.50	2,089.39	-89.69%
合计	9,280.22	6,841.45	26.28%
2019年度			
业务类别	收入金额	成本金额	毛利率
规划设计业务	2,443.75	1,080.63	55.78%
管理咨询业务	1,666.85	529.44	68.24%

系统集成业务	375.86	248.34	33.93%
演艺演出业务	39.80	42.22	-6.09%
模块娱乐业务	2,300.80	2,753.69	-19.68%
合计	6,827.05	4,654.33	31.83%
2018 年度			
业务类别	收入金额	成本金额	毛利率
规划设计业务	1,762.66	855.13	51.49%
管理咨询业务	3,189.78	1,030.16	67.70%
系统集成业务	230.08	193.49	15.90%
演艺演出业务	529.02	173.64	67.18%
模块娱乐业务	1,946.69	1,855.53	4.68%
合计	7,658.24	4,107.94	46.36%
2017 年度			
业务类别	收入金额	成本金额	毛利率
规划设计业务	1,542.77	733.00	52.49%
管理咨询业务	2,615.02	835.67	68.04%
系统集成业务	1,250.23	1,027.43	17.82%
演艺演出业务	63.71	59.29	6.93%
模块娱乐业务	1,618.15	1,811.18	-11.93%
合计	7,089.88	4,466.58	37.00%

报告期内,公司的创新创意服务业务的毛利率分别为 37.00%、46.36%、31.83% 和 26.28%,成本占收入的比例存在一定的波动性,具体如下:

①2017-2019 年度规划设计业务的毛利率基本稳定,2020 年 1-9 月规划设计业务的毛利率下滑,主要系 2020 年公司规划设计业务外包成本占总成本比例从 20.24%提高至 68.93%所致;

②报告期内管理咨询业务的模式主要是委派较固定的人员现场指导,收入按合同期间确认,收入和成本基本匹配,毛利率基本稳定;

③报告期内系统集成业务的毛利率存在波动,主要原因为每个系统集成项目的设备外部采购占比均不相同,影响报告期各期间系统集成业务的毛利率;

④报告期内演艺演出业务的毛利率存在波动,主要因为报告期内演出业务的收入不稳定,但人工成本等固定成本持续发生,故存在毛利率波动较大情况;

⑤报告期内模块娱乐业务的毛利率分别为-11.93%、4.68%、-19.68%和-89.69%，存在波动，主要原因包括：（1）2017年度和2018年度模块娱乐业务的运营主体为常州恐龙人俱乐部，其中2017年度毛利率为负主要系常州恐龙人俱乐部仍处于培育期，尚未实现盈利；2018年度常州恐龙人俱乐部经营收入增加，导致毛利率转正；（2）2019年度模块娱乐业务毛利率为负，主要系2019年4月起纳入合并范围的上海恐龙人俱乐部尚处于培育阶段，未实现盈利所致；（3）2020年度模块娱乐业务毛利率为负，主要系受疫情影响，室内模块娱乐业务收入大幅下滑，且2020年5月开业的杭州恐龙人俱乐部处于培育阶段，尚未实现盈利所致。

因此，创新创意服务项目相关成本与收入的匹配性符合相关业务的情况，相关收入、成本的结转真实、准确、完整。

### （3）旅游配套服务

#### 1) 旅游配套服务营业成本分类标准

旅游配套服务营业成本分类如下：

①职工薪酬：酒店业务中相关的人工成本；

②折旧摊销：主要为酒店装修的长期资产摊销等；

③租赁成本：主要为酒店租赁房产的租金及物业费等成本；

④旅游服务成本：提供旅行社服务产生的成本，主要包括组团地接服务代订机票、酒店等的成本，组合产品外采酒店成本等；

⑤运营成本：酒店运营相关的成本，其中，餐饮成本为酒店内餐饮服务对应的成本；物料成本为酒店经营过程中物料消耗产生的成本；能源成本为酒店使用水电等能源产生的成本；保洁成本为酒店卫生打扫、酒店用品清洗等产生的成本；维护成本为酒店设施维护产生的成本；其他主要为酒店周转材料摊销成本等。

#### 2) 成本金额及占比情况

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
----	-----------	--------	--------	--------



	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	392.45	20.73	973.88	22.94	776.34	21.28	660.07	30.74
折旧摊销	417.80	22.07	536.71	12.64	186.95	5.12	28.45	1.33
租赁成本	411.11	21.72	601.83	14.18	571.76	15.67	339.68	15.82
旅游服务成本	139.76	7.38	999.83	23.55	1,331.62	36.50	332.28	15.47
运营成本	531.81	28.09	1,133.24	26.69	781.82	21.43	786.76	36.64
其中：餐饮成本	191.51	10.12	379.62	8.94	280.68	7.69	161.04	7.50
物料成本	141.40	7.47	230.11	5.42	235.49	6.45	295.45	13.76
能源成本	71.30	3.77	165.84	3.91	137.82	3.78	121.76	5.67
保洁成本	45.22	2.39	195.60	4.61	79.38	2.18	42.14	1.96
维护成本	18.41	0.97	41.50	0.98	12.79	0.35	15.27	0.71
其他	63.96	3.38	120.57	2.84	35.66	0.98	151.10	7.04
旅游配套服务成本合计	1,892.92	100.00	4,245.49	100.00	3,648.49	100.00	2,147.25	100.00

### 3) 成本波动情况

报告期内，旅游配套服务成本分别为 2,147.25 万元、3,648.49 万元、4,245.49 万元和 1,892.92 万元。2017-2019 年成本逐年增加，2020 年 1-9 月有所减少，具体分析如下：

#### ①职工薪酬

2017-2019 年，旅游配套服务的职工薪酬分别为 660.07 万元、776.34 万元和 973.88 万元，逐年增加，主要系 2018 年 9 月酒店二期开业，酒店用工增加所致；2020 年 1-9 月职工薪酬减少，主要系疫情期间社保减免以及年终奖尚未发放所致。

#### ②折旧摊销

2017-2019 年，旅游配套服务的折旧摊销分别为 28.45 万元、186.95 万元和 536.71 万元，主要系 2018 年 9 月酒店二期开业，装修形成的长期资产摊销增加所致。

#### ③租赁成本

2017-2019 年，旅游配套服务的租赁成本分别为 339.68 万元、571.76 万元和 601.83 万元，主要系 2018 年新增酒店二期，租赁房屋增加所致。

#### ④旅游服务成本

2017-2019年，旅游配套服务的旅游服务成本分别为332.28万元、1,331.62万元和999.83万元，其中2018年成本增加主要系发行人于2018年大力推广“门票+酒店”类组合产品，外采酒店成本增加；2019年成本减少主要原因是2018年8月，发行人将恐龙人酒店纳入合并范围内，门票可以与恐龙人酒店房间组合，“门票+酒店”类组合产品中的酒店外采减少。

#### ⑤运营成本

2017-2019年，旅游配套服务的运营成本分别为786.76万元、781.82万元和1,133.24万元，其中2019年成本增加主要原因是酒店二期开业后，经营规模增加导致运营成本增加；2020年1-9月，受疫情影响，酒店经营业绩下滑，运营成本相应减少。

#### 4) 成本与收入的匹配性

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率
职工薪酬	392.45	16.89	973.88	16.14	776.34	15.77	660.07	19.83
折旧摊销	417.80	17.98	536.71	8.89	186.95	3.80	28.45	0.85
租赁成本	411.11	17.69	601.83	9.97	571.76	11.61	339.68	10.20
旅游服务成本	139.76	6.02	999.83	16.57	1,331.62	27.05	332.28	9.98
运营成本	531.81	22.89	1,133.24	18.78	781.82	15.88	786.76	23.63
合计	1,892.92	81.47	4,245.49	70.36	3,648.49	74.12	2,147.25	64.50
酒店收入	2,323.39	/	6,033.93	/	4,922.66	/	3,329.13	/

2017-2019年，发行人旅游配套服务的销售成本率分别为64.50%、74.12%和70.36%。其中，销售成本率的变动主要受旅游服务成本的影响，具体解释原因参见本节“十、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”之“2、营业成本业务构成分析”之“（3）旅游配套服务”之“（3）成本波动情况”之“④旅游服务成本”；2020年1-9月，发行人酒店业务的销售成本率明显上升，主要系受疫情影响，酒店经营收入下滑所致。

综上所述，旅游配套服务的收入与成本具有匹配性。

3、营业成本的主要核算方式、费用归集的流程、对象和方法

费用归集对象	主要核算方式	费用归集流程	费用归集方法	成本确认计量的完整性及合规性
<b>(1) 园区综合成本</b>				
人工成本	分类法	每月人资部门根据在职员工工时考勤、考核规定等计算月度工资，根据不同业务单位分别编制部门人员工资汇总，经人资经理复核确认；社保费用、工会费用、公积金等其他薪酬费用由人资薪酬经理根据用工变动情况，每月编制人员计缴基数，经人资经理复核确认。福利发放、报销根据相关福利政策规定，人资部门统一造册，经人资经理复核确认，公司审批后执行	分业务类别分部门归集，将与园区经营业务收入直接相关部门人工成本列入本项	(执行工薪控制，会计控制)总账会计于入账前复核工资汇总表，检查相关计算依据是否充分完整，检查审核手续是否完整，检查社保费用、工会费用、公积金等其他工薪支出计缴数与计提基数比例是否匹配；对照复核福利费报销、发放相关政策，复核发放相应人员的签收确认。以上复核完成后，与园区经营业务相关的营运部门人工入账处理
营运成本	分类法	与园区营运相关的原料、物料、商品经相关营运管理部根据购买及领用相关流程审批记录，月底形成收发存汇总表，与园区经营相关的物料、商品成本分配计入园区综合成本；与园区经营相关的劳务服务，如发包维修、设备检测，经验收确认，园区相关部门编制应付凭单办理入账	分业务类别分部门分成本用途归集，与园区经营直接相关的部门领用、采购的物料、劳务服务、水电能源列入本项	(执行采购应付控制、存货控制、费用报销控制、会计控制)相关存货商业主管会计负责物料、原料、商品收发存核算，相关总账费用会计负责劳务服务、水电能源、费用报销，根据相关入账凭据，如合同、系统收发存汇总表、经审核的应付入账凭单、报销单、存货盘点表等。月末通过存货盘点、合同执行情况检查是否存在未入账的相关业务，督促相关经办人员办理应付入账手续，确保完整性
折旧摊销	分类法	资产管理部根据当月新增或减少固定资产情况，根据相关验收投用审批或报废处置审批，设置调整资产卡片，资产会计复核后月末生成资产折旧明细表，根据使用部门归集计入相关成本，其他长期资产同样经新增减少确认后，由资产会计编制摊销计算表，经会计经理复核后，分业务类别分用途归集入账	分业务类别分用途归集，对固定资产、无形资产、长期待摊费等长期资产进行用途分类，将用于园区运营的长期资产的折旧摊销列入本项	(固定资产控制、会计控制)会计经理复核各期计提折旧摊销的入账的正确性、完整性和及时性，检查资产增减的入账依据、相应计提摊销入账时间及金额是否正确

费用归集对象	主要核算方式	费用归集流程	费用归集方法	成本确认计量的完整性及合规性
租金成本	分类法	根据物业租赁协议，总账会计根据物业用途，将与园区综合收入相关的租金计提入账	分业务类别分用途归集，将与园区综合收入直接相关的物业租赁费用列入本项	(会计控制)会计经理对照合同计算复核入账的正确性和及时性，定期与出租方核对应付余额，确认一致性
<b>(2) 创新创意服务</b>				
<b>模块娱乐</b>				
人工成本	分类法	每月人资部门根据在职员工工时考勤、考核规定等计算月度工资，根据不同业务单位分别编制部门人员工资汇总，经人资经理复核确认；社保费用、工会费用、公积金等其他薪酬费用由人资薪酬经理根据用工变动情况，每月编制人员计缴基数，经人资经理复核确认。福利发放、报销根据相关福利政策规定，人资部门统一造册，经人资经理复核确认，公司审批后执行	分业务类别分部门归集，将与模块娱乐业务收入直接相关部门人工成本列入本项	(执行工薪控制，会计控制)总账会计于入账前复核工资汇总表，检查相关计算依据是否充分完整，检查审核手续是否完整，检查社保费用、工会费用、公积金等其他工薪支出计缴数与计提基数比例是否匹配；对照复核福利费报销、发放相关政策，复核发放相应人员的签收确认，以上完成复核后，将与模块娱乐业务相关的营运部门人工入账处理
营运成本	分类法	与模块娱乐营运相关的原料、物料、商品经相关营运管理部根据购买及领用相关流程审批记录，月底形成收发存汇总表，与模块娱乐相关的物料、商品成本分配计入模块娱乐成本；与模块娱乐相关的劳务服务，如发包维修、设备检测，经验收确认，相关部门编制应付凭单办理入账	分业务类别分部门分成本用途归集，与模块娱乐收入直接相关的部门领用、采购的物料、劳务服务、水电能源列入本项	(执行采购应付控制、存货控制、费用报销控制、会计控制)相关存货商业主管会计负责物料、原料、商品收发存核算，相关总账费用会计负责劳务服务、水电能源、费用报销，根据相关入账凭据，如合同、系统收发存汇总表、经审核的应付入账凭单、报销单、存货盘点表等。月末通过存货盘点、合同执行情况检查是否存在未入账的相关业务，督促相关经办人员办理应付入账手续，确保完整性
折旧摊销	分类法	资产管理员根据当月新增或减少固定资产情况，根据相关验收投用审批或报废处置审批，设置调整资产卡片，资产会计复核后月末生	分业务类别分用途归集，对固定资产、无形资产、长期待摊费	(固定资产控制、会计控制)会计经理复核各期计提折旧摊销的入账的正确性、完整性和及时性，检查资产增减的入账依据、相应计提摊销入

费用归集对象	主要核算方式	费用归集流程	费用归集方法	成本确认计量的完整性及合规性
		成资产折旧明细表，根据使用部门归集计入相关成本，其他长期资产同样经新增减少确认后，由资产会计编制摊销计算表，经会计经理复核后，分业务类别分用途归集入账	等长期资产进行用途分类，将用于模块娱乐的长期资产的折旧摊销列入本项	账时间及金额是否正确
租金成本	分类法	根据物业租赁协议，总账会计根据物业用途，将与模块娱乐收入相关的租金计提入账	分业务类别分用途归集，将与模块娱乐收入直接相关的物业租赁费用列入本项	(会计控制)会计经理对照合同计算复核入账的正确性和及时性，定期与出租方核对应付余额，确认一致性
<b>策划设计与咨询管理</b>				
项目人工	分类法	每月人资部门根据项目工时考勤、考核规定等计算月度工资，根据不同业务单位分别编制部门人员工资汇总，总账会计根据合同项目工时及考勤记录，将与项目服务直接相关人员工资分配至不同的合同项目；社保费用、工会费用、公积金等其他薪酬费用由人资薪酬经理根据用工变动情况，每月编制人员计缴基数，经人资经理复核确认，总账人员社保等其他薪酬费用按项目工时进行分配至各合同项目。福利发放、报销根据相关福利政策规定，人资部门统一造册，经人资经理复核确认，总账会计将按项目工时分配至各合同项目	分业务类别分合同项目归集，将与合同项目收入直接相关的服务人工列入本项	(执行工薪控制、会计控制)会计经理对总账人员的分摊计算加以复核，检查应付工资余额，确认是否存在未入账人工成本，确保完整性
项目费用	分类法	合同项目费用，在采购申请或报销时，由经办人员识别项目用途，总账人员根据项目预算书、采购合同或报销凭证记录相应的合同项目成本	分业务类别分合同项目归集，将与合同项目收入直接相关的项目费用如：差旅费、项目物料等列入本项	(执行采购控制、费用报销、会计控制)总账人员于记账前复核报销内容是否与项目相符，检查暂支、预付款项是否转销入账，确保入账完整

费用归集对象	主要核算方式	费用归集流程	费用归集方法	成本确认计量的完整性及合规性
技术协助（项目外包）	分类法	合同项目外包成本，根据发包协议，合作方成果确认后，总账会计根据合同、确定单等凭据记录至相应的合同项目成本	分业务类别分合同项目归集，将与项目直接相关协作外包成本列入本项	（执行采购控制、会计控制）总账人员于结转项目成本前，检查项目相关外包协议，确认合同项目成本完整性；检查外包协议的执行情况，取得相关部门对合同范围内的工作量确认
<b>(3) 旅游配套服务</b>				
<b>酒店</b>				
人工成本	分类法	每月人资部门根据在职员工工时考勤、考核规定等计算月度工资，根据不同业务单位分别编制部门人员工资汇总，经人资经理复核确认；社保费用、工会费用、公积金等其他薪酬费用由人资薪酬经理根据用工变动情况，每月编制人员计缴基数，经人资经理复核确认。福利发放、报销根据相关福利政策规定，人资部门统一造册，经人资经理复核确认，公司审批后执行	分业务类别分部门归集，将与酒店业务收入直接相关部门人工成本列入本项	（执行工薪控制，会计控制）总账会计于入账前复核工资汇总表，检查相关计算依据是否充分完整，检查审核手续是否完整，检查社保费用、工会费用、公积金等其他工薪支出计缴数与计提基数比例是否匹配；对照复核福利费报销、发放相关政策，复核发放相应人员的签收确认，以上完成复核后，将与酒店业务相关的营运部门人工入账处理
营运成本	分类法	与酒店营运相关的原料、物料、商品经相关营运管理部根据购买及领用相关流程审批记录，月底形成收发存汇总表，与酒店营运相关的物料、商品成本分配计入酒店成本；与酒店营运相关的劳务服务，如发包维修、设备检测，经验收确认，相关部门编制应付凭单办理入账	分业务类别分部门分成本用途归集，与酒店收入直接相关的部门领用、采购的物料、劳务服务、水电能源列入本项	（执行采购应付控制、存货控制、费用报销控制、会计控制）相关存货商业主管会计负责物料、原料、商品收发存核算，相关总账费用会计负责劳务服务、水电能源、费用报销，根据相关入账凭据，如合同、系统收发存汇总表、经审核的应付入账凭单、报销单、存货盘点表等。月末通过存货盘点、合同执行情况检查是否存在未入账的相关业务，督促相关经办人员办理应付入账手续，确保完整性
折旧摊销	分类法	资产管理员根据当月新增或减少固定资产情况，根据相关验收投用审批或报废处置审批，设置调整资产卡片，资产会计复核后月末生	分业务类别分用途归集，对固定资产、无形资产、长期待摊费	（固定资产控制、会计控制）会计经理复核各期计提折旧摊销的入账的正确性、完整性和及时性，检查资产增减的入账依据、相应计提摊销入

费用归集对象	主要核算方式	费用归集流程	费用归集方法	成本确认计量的完整性及合规性
		成资产折旧明细表，根据使用部门归集计入相关成本，其他长期资产同样经新增减少确认后，由资产会计编制摊销计算表，经会计经理复核后，分业务类别分用途归集入账	等长期资产进行用途分类，将用于酒店经营管理的长期资产的折旧摊销列入本项	账时间及金额是否正确
租金成本	分类法	根据物业租赁协议，总账会计根据物业用途，将与酒店收入相关的租金计提入账	分业务类别分用途归集，将与酒店收入直接相关的物业租赁费用列入本项	(会计控制)会计经理对照合同计算复核入账的正确性和及时性，定期与出租方核对应付余额，确认一致性
<b>旅行社业务</b>				
旅游服务成本	分类法	根据采购合同，将与旅行社业务相关的成本计入旅游服务成本	分业务类别归集，将与旅游服务收入相关的组团地接成本、外部采购旅游产品列入本项	执行采购控制、会计控制

4、创新创意服务项目相关成本具体会计核算方法、账务处理

报告期内，公司创新创意服务业务包括管理咨询业务、规划设计业务、系统集成业务、演艺演出和模块娱乐业务，相关成本的具体会计核算方式以及账务处理如下：

业务分类	核算模式	具体会计核算方式	账务处理
管理咨询业务	在服务期限内按照完工百分比法确认收入	该模式业务下的管理咨询业务成本主要包括合同项目的人员的薪酬、差旅费、通讯费等核算内容，财务人员通过“主营业务成本-管理咨询业务”会计科目分月分合同项目进行成本的结转	成本费用会计每月根据人资部门提供的项目人员薪资表进行核算，记入“主营业务成本-管理咨询业务”科目下的“人工成本”辅助核算科目；各项费用经审批后按实际发生期间归集，记入“主营业务成本-管理咨询业务”科目下的“差旅费”、“通讯费”等辅助核算科目
	成果交付验收确认收入	该模式业务下的管理咨询业务成本主要包括合同项目的人员的薪酬、差旅费、通讯费及外包费用等核算内容，财务人员通过“在产品/合同履行成本-管理咨询业务”会计科目分合同项目进行成本的归集，在项目验收完工时一次性结转至“主营业务成本-管理咨询业务”会计科目	成本费用会计每月根据人资部门提供的项目人员薪资表进行核算，按照各项目的工时统计分配记入“在产品/合同履行成本-管理咨询业务”科目下的“人工成本”辅助核算科目；各项费用经审批后按实际发生期间归集，记入“在产品/合同履行成本-管理咨询业务”科目下的“差旅费”、“通讯费”、“外包费用”等辅助核算科目，合同项目完工确认后记入“主营业务成本-管理咨询业务”科目下的“差旅费”、“通讯费”、“外包费用”等辅助核算科目
规划设计业务	成果交付验收确认收入	规划设计业务的成本主要包括项目人员的薪酬、折旧费、长期资产摊销、差旅费及外包费用等内容，财务人员通过“在产品/合同履行成本-规划设计业务”会计科目分合同项目进行成本的归集，在项目验收完工时一次性结转至“主营业务成本-规划设计业务”会计科目	成本费用会计每月根据人资部门提供的项目人员薪资表进行核算，按照各项目的工时统计分配记入“在产品/合同履行成本-规划设计业务”科目下的“人工成本”辅助核算科目；各项费用经审批后按实际发生期间归集，记入对应项目的“在产品/合同履行成本-规划设计业务”科目下的“差旅费”、“外包费用”等辅助核算科目；长期资产折旧摊销的成本根据每月各项目的工时统计分配记入“在产品/合同履行成本-规划设计业务”科目下的“折旧费”等辅助核算科目；合同项目完工确认后分别记入“主营业务成本-规划设计业务”科目下的“人工成本”、“差旅费”、“外包费用”、“折旧费”等辅助核算科目
系统集成业务	成果交付验收确认收入	系统集成业务的成本主要包括项目人员的薪酬、折旧费、长期资产摊销、差旅费及外包费用等内容，财务人员通过“在产品/合	成本费用会计每月根据人资部门提供的项目人员薪资表进行核算，按照各项目的工时统计分配记入“在产品/合同履行成本-系统集成业务”科目下的“人工成本”辅助核算科目；各项费用经审批



业务分类	核算模式	具体会计核算方式	账务处理
		同履约成本-系统集成业务”会计科目分合同项目进行成本的归集，在项目验收完工时一次性结转至“主营业务成本-系统集成业务”会计科目	后按实际发生期间归集，记入对应项目的“在产品/合同履约成本-系统集成业务”科目下的“差旅费”、“外包费用”等辅助核算科目；长期资产折旧摊销的成本根据每月各项目的工时统计分配记入“在产品/合同履约成本-系统集成业务”科目下的“折旧费”等辅助核算科目；合同项目完工确认后分别记入“主营业务成本-系统集成业务”科目下的“人工成本”、“差旅费”、“外包费用”、“折旧费”等辅助核算科目
演艺演出业务	成果交付验收确认收入	演艺演出业务的成本包括项目的人工成本、差旅费及外包费用（包括：演出节目策划、音乐编创、舞台及设备的搭建安装、外部公司演职人员的聘请）等内容，通过“主营业务成本-演艺演出业务”进行成本的归集	演艺演出服务提供并经验收后，成本费用会计根据人资部门提供的当期项目人员薪资表进行核算，按照各项目的工时统计分配记入“主营业务成本-演艺演出业务”科目下的“人工成本”辅助核算科目，各项费用经审批后按实际发生金额，记入“主营业务成本-演艺演出业务”科目下的“差旅费”、“外包费用”等辅助核算科目
模块娱乐业务	付费游玩后确认收入	模块娱乐业务的成本包括恐龙人俱乐部的人员薪酬、租赁物业的折旧摊销以及消耗的物料等内容，通过“主营业务成本-模块娱乐业务”进行成本的归集	成本费用会计每月根据人资部门提供的模块板块人员薪资表进行核算；租赁物业的折旧摊销根据折旧政策或分摊政策，每月计提折旧和摊销；物料消耗按实际领用，按月末一次加权平均法确认成本。上述成本均计入“主营业务成本-模块娱乐业务”科目下各明细会计科目

报告期内，公司均按照上述会计核算方式和账务处理对于创新创意服务下属各类业务进行成本核算，不存在变更的情况。

### （三）毛利及毛利率分析

#### 1、综合毛利率分析

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
营业收入	31,461.65	65,281.46	57,959.23	51,273.25
减：营业成本	24,999.82	38,218.67	32,646.80	28,379.71
营业毛利	6,461.83	27,062.79	25,312.44	22,893.54
营业毛利率	20.54	41.46	43.67	44.65

报告期内，公司的综合毛利率分别为44.65%、43.67%、41.46%和20.54%，未发生重大变化。

## 2、分业务板块毛利率分析

### (1) 毛利贡献分析

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
园区综合业务	3,311.31	51.24	22,846.23	84.42	20,174.80	79.70	18,933.10	82.70
门票业务	617.98	9.56	15,490.10	57.24	14,767.04	58.34	14,572.37	63.65
其他运营	2,693.33	41.68	7,356.13	27.18	5,407.76	21.36	4,360.73	19.05
创新创意服务	2,438.77	37.74	2,172.73	8.03	3,550.29	14.03	2,623.31	11.46
策划设计与咨询管理	3,426.66	53.03	2,625.61	9.70	3,459.13	13.67	2,816.34	12.30
模块娱乐	-987.89	-15.29	-452.88	-1.67	91.17	0.36	-193.03	-0.84
旅游配套服务	430.47	6.66	1,788.44	6.61	1,274.16	5.03	1,181.88	5.16
酒店	420.14	6.50	1,666.29	6.16	1,043.00	4.12	1,113.01	4.86
旅行社	10.33	0.16	122.15	0.45	231.16	0.91	68.87	0.30
主营业务毛利	6,180.55	95.65	26,807.40	99.06	24,999.26	98.76	22,738.29	99.32
其他业务	281.28	4.35	255.39	0.94	313.18	1.24	155.26	0.68
综合毛利	6,461.83	100	27,062.79	100	25,312.44	100	22,893.54	100

报告期内，主营业务毛利率占毛利总额比例**95%**以上，是利润的主要来源。主营业务中，园区综合业务对利润贡献最高，2017年至2019年其毛利占毛利总额比例分别为82.70%、79.70%和84.42%。2020年1-9月，受新冠疫情影响，公司综合毛利为**6,461.83**万元，其中园区综合业务毛利为**3,311.31**万元，占毛利总额的**51.24%**。

### (2) 毛利率变化分析

单位：%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
园区综合业务	16.92	43.80	44.78	46.55
门票业务	4.17	38.83	41.55	44.95
其他运营	56.84	59.98	56.87	52.85
创新创意服务	26.28	31.83	46.36	37.00
策划设计与咨询管理	41.90	58.01	60.56	51.47
模块娱乐	-89.69	-19.68	4.68	-11.93
旅游配套服务	18.53	29.64	25.88	35.50

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
酒店业务	19.33	33.92	31.04	38.01
旅行社业务	6.88	10.89	14.79	17.17
主营业务合计	19.83	41.23	43.38	44.51
其他业务	96.54	96.36	96.19	84.38
综合毛利率	20.54	41.46	43.67	44.65

1) 园区综合业务

单位：%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率
门票业务	18.66	4.17	67.80	38.83	73.20	41.55	76.97	44.95
其他运营	81.34	56.84	32.20	59.98	26.80	56.87	23.03	52.85
合计	100	16.92	100	43.80	100	44.78	100	46.55

园区综合业务毛利主要来自门票业务。2017年至2019年，门票业务毛利占园区综合业务毛利的比例分别为76.97%、73.20%和67.80%。报告期内园区业务毛利率下降，主要是门票业务毛利率下降所致；门票业务毛利率下降的主要原因为园区人工成本、折旧摊销成本上升。2020年1-9月，受疫情影响门票收入下滑，在折旧摊销等成本相对稳定的情况下，毛利率下降。

报告期内，园区其他运营毛利率持续增加。一方面，公司通过IP运营、创意设计等不断打磨产品、提升商品吸引力和竞争力，从而实现了更高的主题商品销售毛利率；另一方面，公司园内租金收入实现增长，而租赁成本相对固定，使得租赁毛利率上升。

① 门票业务

A、门票业务毛利率波动分析

下面以“因素替代法”对门票的单位售价、单位成本的变动对门票业务毛利率变动的影响进行分析。

单位：元/人

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	毛利率影响数	金额	毛利率影响数	金额	毛利率影响数	金额

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	毛利率影响数	金额	毛利率影响数	金额	毛利率影响数	金额
单位售价	126.47	-2.53%	131.70	1.16%	129.09	2.75%	122.64
单位成本	121.20	-32.13%	80.56	-3.87%	75.46	-6.15%	67.51
毛利率	4.17%	-34.66%	38.83%	-2.72%	41.55%	-3.40%	44.95%

报告期内，发行人门票业务毛利率下降主要影响因素为门票成本。

## B、门票业务营业成本分析

### a、总体分析

报告期内，门票业务营业成本具体如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率	金额	销售成本率
职工薪酬	4,194.65	28.29	8,271.92	20.74	6,455.52	18.16	5,161.72	15.92
折旧摊销	7,348.23	49.55	8,840.29	22.16	7,922.50	22.29	7,878.58	24.30
运营成本	2,667.71	17.99	7,288.62	18.27	6,398.23	18.00	4,805.74	14.82
其中：维护成本	578.51	3.90	2,136.06	5.35	2,185.99	6.15	1,359.38	4.19
不能抵扣公共进项税金	391.74	2.64	1,524.92	3.82	917.48	2.58	488.55	1.51
演出成本	538.59	3.63	1,500.29	3.76	1,464.86	4.12	1,263.17	3.90
能源成本	517.42	3.49	874.99	2.19	784.34	2.21	796.52	2.46
环境成本	228.75	1.54	634.57	1.59	520.41	1.46	484.02	1.49
其他	412.70	2.78	617.78	1.55	525.14	1.48	414.11	1.28
门票业务成本合计	14,210.58	95.83	24,400.83	61.17	20,776.25	58.45	17,846.05	55.05
门票业务收入合计	14,828.56	/	39,890.93	/	35,543.30	/	32,418.42	/

发行人门票业务营业成本主要分为职工薪酬、折旧摊销以及运营成本，其中2017-2019年，职工薪酬的增长导致门票业务毛利率下滑；2020年1-9月，职工薪酬和折旧摊销对门票业务毛利率下降影响较大。

### b、职工薪酬分析

发行人园区人员岗位分为景区经营服务和景区经营管理两类，其中景区经营服务类岗位主要承担园区一线服务职责，包括景区游乐运营部、艺术团等部门；

景区经营管理类岗位主要承担园区后勤保障以及经营管理职责，包括景区技术保障部、景区安全保卫部、景区运营总经理室等。

### 1、景区经营服务部门

报告期内，景区经营服务部门的职工薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬	2,235.67	4,566.93	3,801.74	2,962.96
其中：正式用工 <sup>1</sup>	1,949.33	3,533.87	2,863.63	2,210.53
实习返聘 <sup>2</sup>	101.75	649.42	616.70	426.86
临时用工 <sup>3</sup>	181.58	383.65	321.40	325.57
月均员工人数	395	434	387	354
其中：正式用工	354	317	273	265
实习返聘	41	117	114	89
月人均薪酬	0.63	0.88	0.82	0.70
其中：正式用工	0.61	0.93	0.87	0.70
实习返聘	0.28	0.46	0.45	0.40

注1：正式用工即与发行人签订正式劳动合同的在编员工；

注2：实习返聘即与发行人签订实习或返聘合同的实习生和返聘员工；

注3：临时用工即发行人在忙季时雇佣的小时工，主要是景区一线服务岗位，因用工形式灵活，月工作天数各异，故未统计对应的月均人数。

2017-2019年，景区经营服务部门的职工薪酬分别为2,962.96万元、3,801.74万元和4,566.93万元，薪酬逐年上涨。主要原因是园区经营良好，客流量增加，员工人数和人均薪酬均有所上升。

2020年1-9月，景区经营服务部门的人均薪酬有所减少，主要系疫情期间社保减免，业绩下滑对应的绩效工资调整以及年终奖尚未发放所致。

### II、景区经营管理部门

报告期内，景区经营管理部门的职工薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬	1,958.97	3,704.99	2,653.79	2,198.76
其中：正式用工 <sup>1</sup>	1,800.89	3,407.09	2,513.80	2,061.09
实习返聘 <sup>2</sup>	91.93	186.65	51.21	41.05

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
临时用工 <sup>3</sup>	66.15	111.25	88.78	96.63
月均员工人数	247	278	233	217
其中：正式用工	230	257	221	207
实习返聘	17	21	12	10
月人均薪酬	0.88	1.11	0.95	0.84
其中：正式用工	0.87	1.10	0.95	0.83
实习返聘	0.60	0.74	0.36	0.34

注1：正式用工即与发行人签订正式劳动合同的在编员工；

注2：实习返聘即与发行人签订实习或返聘合同的实习生和返聘员工；

注3：临时用工即发行人在忙季时雇佣的小时工，主要是景区一线服务岗位，因用工形式灵活，月工作天数各异，故未统计对应的月均人数。

2017-2019年，景区经营管理部部门的职工薪酬分别为2,198.76万元、2,653.79万元和3,704.99万元，薪酬逐年上涨。主要原因是园区经营良好，客流量增加，员工人数和人均薪酬均有所上升。

2020年1-9月，景区经营管理部部门的员工人数及人均薪酬均有所减少。受疫情影响，景区安保、后勤部门员工自然流失较多，在园区经营恢复期间，发行人暂停对外招聘补充人员，因此员工人数有所减少；人均薪酬有所减少，主要系疫情期间社保减免，业绩下滑对应的绩效工资调整以及年终奖尚未发放所致。

#### c、折旧摊销分析

2017-2019年，门票业务折旧摊销金额分别为7,878.58万元、7,922.50万元和8,840.29万元，其中2019年折旧摊销增加明显，主要原因是雨林区投入使用，园区固定资产原值增加，折旧金额相应增加。

#### d、运营成本分析

2017-2019年，门票业务运营成本金额分别为4,805.74万元、6,398.23万元和7,288.62万元，其中2018年运营成本增加明显，主要原因发行人进行了园区景观雕塑维修翻新以及侏罗纪舞美提升项目，园区维护成本有所增加。

#### C、门票业务毛利率下滑对公司的经营的影响

发行人门票业务毛利率下滑主要系成本增加所致，其中职工薪酬和折旧摊销影响较大。职工薪酬增加系园区经营良好时期，员工人数和人均薪酬有所增长，

发行人将进一步完善员工薪酬激励制度，把控总体薪酬情况；折旧摊销增加系雨林区转固所致，后续发行人将合理安排园区更新改造计划。

综上，门票业务毛利率不会持续下滑，不会对公司的经营造成重大不利影响。

②其他运营

A、其他运营业务毛利率波动分析

其他运营业务分为主题商品和园区服务两大类。报告期内，主题商品和园区服务对其他运营业务毛利率影响情况具体如下：

单位：%

项目	2020年1-9月			2019年度			2018年度			2017年度		
	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率
主题商品	51.03	42.23	21.55	54.63	48.28	26.37	53.83	43.65	23.50	53.84	41.26	22.21
园区服务	48.97	72.07	35.30	45.37	74.07	33.60	46.17	72.28	33.37	46.16	66.36	30.63
其他运营	100.00	56.84	56.84	100.00	59.98	59.98	100.00	56.87	56.87	100.00	52.85	52.85

2017-2019年，发行人其他运营业务毛利率上升，2020年1-9月毛利率略有下降，主要受主题商品毛利率的影响。

B、主题商品收入成本情况

a、主题商品类别

发行人主题商品分为文娱特色、服饰服装、美食酒水和居家生活四大类，其中文娱特色主要包括玩具、游戏币等；服饰服装主要包括服装、帽子、背包等；美食酒水主要包括休闲零食、饮料酒水等；居家生活主要包括各类装饰摆件等。

b、各类主题商品收入成本情况

报告期内，各类主题商品销售收入、数量、单价、毛利率以及毛利贡献率情况具体如下：

单位：万元、万个、元/个、%

2020年1-9月						
商品类别	收入	毛利 <sup>1</sup>	销售数量	单价	毛利率	毛利贡献率

文娱特色	1,084.75	732.44	68.59	15.81	67.52	30.30
服饰服装	744.97	511.80	29.02	25.67	68.70	21.17
美食酒水	517.80	402.28	41.05	12.61	77.69	16.64
居家生活	70.13	44.20	1.75	40.15	63.03	1.83
合计	2,417.64	1,690.72	140.40	17.22	69.93	69.93
2019年度						
商品类别	收入	毛利	销售数量	单价	毛利率	毛利贡献率
文娱特色	3,836.58	2,602.02	181.85	21.10	67.82	38.83
服饰服装	1,384.61	935.46	39.10	35.42	67.56	13.96
美食酒水	1,269.84	927.34	100.58	12.63	73.03	13.84
居家生活	209.24	149.50	5.72	36.59	71.45	2.23
合计	6,700.26	4,614.33	327.24	20.48	68.87	68.87
2018年度						
商品类别	收入	毛利	销售数量	单价	毛利率	毛利贡献率
文娱特色	3,050.13	2,032.37	143.60	21.24	66.63	39.70
服饰服装	1,124.88	745.80	25.64	43.88	66.30	14.57
美食酒水	759.93	514.16	74.51	10.20	67.66	10.04
居家生活	183.87	132.12	5.52	33.28	71.86	2.58
合计	5,118.81	3,424.45	249.27	20.54	66.90	66.90
2017年度						
商品类别	收入	毛利	销售数量	单价	毛利率	毛利贡献率
文娱特色	2,589.25	1,760.60	144.54	17.91	68.00	39.63
服饰服装	925.77	593.57	21.24	43.60	64.12	13.36
美食酒水	655.03	432.06	62.63	10.46	65.96	9.72
居家生活	272.77	167.48	8.51	32.04	61.40	3.77
合计	4,442.82	2,953.71	236.92	18.75	66.48	66.48

注1：毛利计算仅考虑商品采购成本，不包括折旧以及职工薪酬等非直接成本。

报告期内，发行人主题商品毛利率分别为66.48%、66.90%、68.87%和69.93%，逐期增长，主要系服饰服装和美食酒水类商品毛利率增长所致。发行人将恐龙IP与周边商品深度结合，打造出恐龙特色服饰鞋包、造型包装食品等特色鲜明的产品，服饰服装类商品销售规模扩大，美食酒水类商品定价提升，带动主题商品毛利率持续增长。

### c、主题商品相关开发成本



主题商品开发主要分为形象设计与开模打样，其中形象设计为发行人产品设计部开发设计，该部门开发设计成果综合运用于园区各处，并非为主题商品单独提供，因此该部分人工成本计入园区综合业务-门票成本；开模打样为供应厂商根据发行人要求制作主题商品模具，该部分成本计入园区综合业务-其他运营-主题商品成本。

C、园区服务收入成本情况

a、园区服务毛利率波动分析

园区服务分为租金、餐饮和其他服务三大类。报告期内，租金、餐饮和其他服务对园区服务毛利率影响情况具体如下：

单位：%

项目	2020年1-9月			2019年度			2018年度			2017年度		
	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率
租金	59.21	100.00	59.21	59.40	100.00	59.40	53.70	100.00	53.70	52.63	100.00	52.63
餐饮	19.01	-36.60	-6.96	24.53	3.65	0.90	27.87	7.55	2.10	28.67	-7.88	-2.26
其他服务	21.77	91.03	19.82	16.06	85.73	13.77	18.43	89.38	16.48	18.70	85.51	15.99
园区服务	100.00	72.07	72.07	100.00	74.07	74.07	100.00	72.28	72.28	100.00	66.36	66.36

园区服务中，租金收入占比在50%以上，对园区服务毛利率变动影响较大。场租服务为发行人将园区内的商铺、店面等出租给合作商户，向其收取租金的业务。出租的场地为园区内房屋场所，某一建筑物内可能大部分用于园区正常游乐经营，仅有少部分用于出租，故未将出租场所的折旧摊销单独拆分出来确认为租金成本，全部计入到园区综合业务-门票成本中。

b、租金成本模拟还原

将出租场地的折旧作为租金成本模拟还原，场租服务收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
收入	1,374.02	3,305.29	2,357.63	2,004.57
成本	27.84	39.91	44.80	39.92

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
毛利率	97.97	98.79	98.10	98.01

报告期内，租金成本分别为 39.92 万元、44.80 万元、39.91 万元和 27.84 万元，总体金额较小，不会对场租服务毛利率产生较大影响。在每年年末，发行人对园区内可供出租的商业点位业态进行规划安排，确认来年的出租情况，因此各年租金成本略有波动。

#### D、其他运营业务毛利率上升的原因及合理性

其他运营业务分为主题商品和园区服务，其中主题商品对其他运营业务毛利率影响较大。发行人将恐龙 IP 与周边商品深度结合，打造出恐龙特色服饰鞋包、造型包装食品等特色鲜明的产品，带动主题商品毛利率持续增长，进而提高其他运营业务的毛利率。具体分析详见本节之“十、盈利能力分析”之“(四)毛利及毛利率分析”之“2、分业务板块毛利率分析”之“(2)毛利率变化分析”之“1) 园区综合业务”之“②其他运营”之“B、主题商品收入成本情况”。

#### 2) 创新创意服务

单位：%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率
策划设计与咨询管理	140.51	41.90	120.84	58.01	97.43	60.56	107.36	51.47
模块娱乐	-40.51	-89.69	-20.84	-19.68	2.57	4.68	-7.36	-11.93
合计	100	26.28	100	31.83	100	46.36	100	37.00

创新创意服务毛利主要来自策划设计与咨询管理业务。模块娱乐业务报告期初处于培育阶段，2019 年因新增上海恐龙人俱乐部门店毛利率下降。2018 年创新创意服务毛利率上升 9.36 个百分点，主要系 2018 年承接的演出项目毛利率较高；2019 年创新创意服务毛利率下降 14.53 个百分点，主要系模块娱乐板块新纳入上海恐龙人俱乐部，该门店仍处于培育阶段、尚未实现盈利。

#### ① 策划设计与咨询管理

报告期内，策划设计与咨询管理业务毛利率分别为 51.47%、60.56%、58.01% 和 41.90%。策划设计与咨询管理业务主要系公司基于客户不同需求，为客户通常

就某一项目提供定制化服务的业务。对于出具概念设计方案、培训、集成服务等项目，公司在提交成果并经客户验收后确认收入；对于约定期限内派驻项目团队持续提供咨询服务类型的项目，公司在服务期限内按照完工百分比法确认收入。策划设计与咨询管理业务成本主要是人员工资、差旅费等。

#### A、策划设计与咨询管理业务分类

根据业务性质，策划设计与咨询管理业务可细分为以下四类：

**策划设计：**提供主题公园、文化旅游项目整体或部分开发内容、表现方式和运营模式的规划设计等；

**管理咨询：**为文化旅游景区项目的开发、建设、运营提供综合或专项的咨询顾问和协助实施服务；

**系统集成：**提供4D影院、魔幻剧场和科技互动体验项目等的创意设计、多媒体硬件设备和软件控制系统的开发以及影音数字内容的制作等服务；

**演艺演出：**演出剧目、项目的策划、编创、编排、培训；对外文化演出、表演服务等。

#### B、各类策划设计与咨询管理业务收入、成本、毛利率情况

报告期内，策划设计、管理咨询、系统集成和演艺演出业务的收入、成本、毛利率情况具体如下：

单位：万元

2020年1-9月			
业务类别	收入	成本	毛利率
策划设计	3,206.49	2,034.85	36.54%
管理咨询	1,268.67	401.05	68.39%
系统集成	2,986.65	2,041.54	31.64%
演艺演出	716.91	274.62	61.69%
合计	8,178.72	4,752.06	41.90%
2019年度			
业务类别	收入	成本	毛利率
策划设计	2,443.75	1,080.63	55.78%
管理咨询	1,666.85	529.44	68.24%

系统集成	375.86	248.34	33.93%
演艺演出 <sup>1</sup>	39.80	42.22	-6.09%
合计	4,526.25	1,900.64	58.01%
2018 年度			
业务类别	收入	成本	毛利率
策划设计	1,762.66	855.13	51.49%
管理咨询	3,189.78	1,030.16	67.70%
系统集成	230.08	193.49	15.90%
演艺演出	529.02	173.64	67.18%
合计	5,711.54	2,252.41	60.56%
2017 年度			
业务类别	收入	成本	毛利率
策划设计	1,542.77	733.00	52.49%
管理咨询	2,615.02	835.67	68.04%
系统集成	1,250.23	1,027.43	17.82%
演艺演出	63.71	59.29	6.93%
合计	5,471.73	2,655.40	51.47%

注 1：发行人进行《疯狂恐龙人》剧目外演，目的主要为推广宣传品牌，因此毛利率为负。

### C、策划设计与咨询管理业务毛利率波动分析

策划设计与咨询管理业务分为策划设计、管理咨询、系统集成和演艺演出四类。报告期内，各类业务对策划设计与咨询管理业务毛利率影响情况具体如下：

单位：%

项目	2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率
策划设计	39.21	36.54	14.33	53.99	55.78	30.12	30.86	51.49	15.89	28.20	52.49	14.80
管理咨询	15.51	68.39	10.61	36.83	68.24	25.13	55.85	67.70	37.81	47.79	68.04	32.52
系统集成	36.52	31.64	11.56	8.30	33.93	2.82	4.03	15.90	0.64	22.85	17.82	4.07
演艺演出	8.77	61.69	5.41	0.88	-6.09	-0.05	9.26	67.18	6.22	1.16	6.93	0.08
合计	100	41.90	41.90	100	58.01	58.01	100	60.56	60.56	100	51.47	51.47

报告期内，策划设计与咨询管理业务毛利率分别为 51.47%、60.56%、58.01%

和 41.90%，毛利率波动与各业务类型的收入占比及毛利率变动有关。其中 2018 年毛利率提高主要系管理咨询业务收入占比提高以及演艺演出业务收入占比和毛利率提高所致；2019 年毛利率略有下滑主要系管理咨询业务收入占比下降以及演艺演出业务收入占比和毛利率下降所致；2020 年 1-9 月毛利率下滑主要系策划设计业务收入占比及毛利率下降以及管理咨询业务收入占比下降所致。

#### a、策划设计业务收入成本情况

报告期内，策划设计业务收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入	3,206.49	2,443.75	1,762.66	1,542.77
成本	2,034.85	1,080.63	855.13	733.00
毛利率	36.54%	55.78%	51.49%	52.49%

报告期内，策划设计业务收入分别为 1,542.77 万元、1,762.66 万元、2,443.75 万元和 3,206.49 万元，收入金额逐期增长，占策划设计及咨询管理业务总体收入比例同步提高；毛利率分别为 52.49%、51.49%、55.78%和 36.54%，其中，2019 年毛利率较 2018 年有所增长，主要系外包成本占总成本比例从 40.52%降低至 20.24%所致。当项目中有部分内容进行外包，将压缩发行人自身毛利，项目是否需要外包取决于承接项目类型、项目档期计划以及密集程度等；2020 年 1-9 月毛利率较 2019 年有所降低，主要系外包成本占总成本比例从 20.24%提高至 68.93%所致。

#### b、管理咨询业务收入成本情况

报告期内，管理咨询业务收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入	1,268.67	1,666.85	3,189.78	2,615.02
成本	401.05	529.44	1,030.16	835.67
毛利率	68.39%	68.24%	67.70%	68.04%

报告期内，管理咨询业务收入分别为 2,615.02 万元、3,189.78 万元、1,666.85 万元和 1,268.67 万元，收入金额波动较大，主要原因是管理咨询业务收入取决于

项目数量和项目平均收入，各期项目情况会存在一定差异，导致收入有所波动。2017和2018年兰州西部恐龙城项目和郑州楚河汉界文化产业园项目金额较大，因此当期收入金额相对较高；毛利率分别为68.04%、67.70%、68.24%和68.39%，各期毛利率相对稳定。

#### c、系统集成业务收入成本情况

报告期内，系统集成业务收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
收入	2,986.65	375.86	230.08	1,250.23
成本	2,041.54	248.34	193.49	1,027.43
毛利率	31.64%	33.93%	15.90%	17.82%

报告期内，系统集成业务收入分别为1,250.23万元、230.08万元、375.86万元和2,986.65万元，收入金额波动较大，其中，2018年收入较2017年降低较多，主要系2017年满洲里套娃主题乐园鬼屋项目、泗洪影院4D影片与衍生产品制作项目等完工，2018年未取得同等规模的项目所致；2020年1-9月收入较2019年增长较多，主要系以前年度的郑州中华恐龙园文科类方案设计项目于当期终止确认收入，以及商丘恐龙世界设备供货与安装项目完工所致；毛利率分别为17.82%、15.90%、33.93%和31.64%，其中，2019年和2020年1-9月毛利率较前两期明显增长，主要系报价提高和测试成本降低所致。2017、2018年，发行人初入该业务市场，报价水平较低，随着市场知名度的提升，发行人的报价有所提高；同时，随着发行人在该业务领域的深入，相关测试成本降低，导致业务毛利率有所提高。

#### d、演艺演出业务收入成本情况

报告期内，演艺演出业务收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
收入	716.91	39.80	529.02	63.71
成本	274.62	42.22	173.64	59.29
毛利率	61.69%	-6.09%	67.18%	6.93%

报告期内，演艺演出业务收入分别为63.71万元、529.02万元、39.80万元

和 716.91 万元，毛利率分别为 6.93%、67.18%、-6.09%和 61.69%，收入及毛利率波动较大，主要系业务结构变化所致。

演艺演出业务主要分为策划类和演出类，策划类即为客户提供演出剧目、项目的策划、编创、编排、培训；演出类即对外提供文化演出、表演服务等。策划类服务毛利较高，2018 年和 2020 年 1-9 月发行人承接了较多策划类演艺演出业务，策划类服务收入分别为 346.39 万元和 651.25 万元，拉高了演艺演出业务的收入及毛利率。

## ②模块娱乐

2017 年及 2018 年，模块娱乐板块系常州恐龙人俱乐部；2019 年 4 月起，该业务板块新增上海恐龙人俱乐部。报告期内模块娱乐业务毛利率分别为-11.93%、4.68%、-19.68%和-89.69%。2017 年模块娱乐毛利率为负主要系常州恐龙人俱乐部仍处于培育期，尚未实现盈利，2018 年及 2019 年该门店毛利率分别为 3.55%、35.67%。2019 年模块娱乐毛利率为负，主要系 4 月起纳入合并范围的上海恐龙人俱乐部处于培育阶段，尚未实现盈利所致。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，模块娱乐业务毛利为-987.89 万元。

### A、常州旗舰店

报告期内，常州旗舰店收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入	634.36	1,788.71	1,946.69	1,618.15
成本	1,023.65	1,845.22	1,855.53	1,811.18
毛利率	-61.37%	-3.16%	4.68%	-11.93%

### B、上海白玉兰广场店

报告期内，上海白玉兰广场店收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入	301.42	512.09	-	-
成本	743.32	908.46	-	-
毛利率	-146.61%	-77.40%	-	-

注 1：上海白玉兰广场店于 2019 年 4 月纳入发行人合并范围。

### C、上海白玉兰广场店预计可实现盈利的时间

#### a、业绩预测假设及方法

受新冠疫情影响，2020 年上海白玉兰广场店业绩有所下滑，随着疫情控制情况逐步稳定，业绩将逐步恢复。因此，业绩预测以疫情爆发前的 2019 年数据作为基准。

##### I、收入测算

根据上海白玉兰广场店的游玩人数与客单价，对收入进行测算。

人数测算：以 2019 年 4-12 月游玩人数年化后作为基准，根据常州旗舰店 2017-2019 年游玩人数年均增长率，测算游玩人数；

客单价测算：以 2019 年 4-12 月的客单价作为基础，预计未来客单价保持稳定。

##### II、成本测算

成本主要为职工薪酬、折旧摊销、租金成本和运营成本，测算方法如下：

职工薪酬：以 2020 年 4-12 月职工薪酬年化后作为基准，后续职工薪酬以 2017-2019 年上海市城镇非私营单位在岗职工平均工资的年均增长率增长；

折旧摊销：以 2019 年 4-12 月折旧摊销年化后作为基准，假设后续折旧摊销金额不变至 2023 年，2024 年后部分资产摊销完毕，以剔除该部分后的数据作为 2024 年及之后年份的折旧摊销金额；

租金成本：根据租赁合同约定的租金标准，测算未来租金成本；

运营成本：以 2019 年 4-12 月运营成本占营业收入的比例为基准，根据各期营业收入测算得到各期运营成本。

##### III、费用测算

费用主要为销售费用、管理费用和财务费用，测算方法如下：

销售费用和管理费用：以 2019 年 4-12 月销售费用率和管理费用率为基准，根据各期营业收入测算得到各期销售费用和管理费用；



财务费用：以 2019 年 4-12 月年化后的财务费用为基准，假设后续资金使用规模不变，后续财务费用保持稳定。

#### IV、其他

税金及附加、资产减值损失等项目总体影响金额较小，营业外收入及营业外支出具有不确定性，故本次业绩预测未考虑上述项目对利润的影响。

#### b、业绩预测结果

根据上述盈利假设及方法，上海白玉兰广场店未来盈利情况预测如下：

单位：万元、万人

年度	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
营业收入	830.94	1,011.24	1,230.65	1,497.68	1,822.64	2,218.12
客流量	8.56	10.42	12.68	15.43	18.78	22.86
营业成本	1,150.47	1,218.08	1,346.30	1,199.25	1,370.07	1,499.38
期间费用	111.81	127.71	147.07	170.62	199.29	234.18
营业利润	-431.34	-334.56	-262.72	127.81	253.28	484.55

上海白玉兰广场店预计可实现盈利的时间为 2024 年。

### 3) 旅游配套服务

#### ①酒店业务

报告期内，酒店业务毛利率分别为 38.01%、31.04%、33.92%和 19.33%。2018 年酒店业务毛利率下降 6.97 个百分点，主要系酒店于 2017 年 1-10 月期间仅租赁迪诺水镇 22 号、23 号楼，自 2017 年 11 月起新增了迪诺水镇 20 号、21 号楼租赁，因此 2018 年租金成本较 2017 年明显增加。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，酒店客户接待量减少，毛利为 420.14 万元。

报告期内，酒店业务的收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入	2,173.30	4,911.96	3,359.87	2,927.98
成本	1,753.16	3,245.67	2,316.87	1,814.97
毛利率	19.33%	33.92%	31.04%	38.01%

报告期内，酒店业务的毛利率分别为 38.01%、31.04%、33.92%和 19.33%，毛

利率呈下降趋势，其中 2018 年酒店业务毛利率下降，主要原因是发行人增加酒店二期新增租赁，酒店二期装修后于 2018 年 10 月开放，当年营业期间较短，因此毛利率下降；2020 年 1-9 月，受疫情影响，酒店收入大幅下滑，折旧摊销和租金成本相对固定，因此导致毛利率下降。

## ②旅行社业务

报告期内，旅行社业务毛利率分别为 17.17%、14.79%、10.89%和 6.88%。报告期内，旅行社业务收入、毛利占公司营业收入、综合毛利比例基本未超过 3%，其毛利率对公司综合毛利率不构成重要影响。

报告期内，旅行社业务的收入、成本及毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入	150.09	1,121.98	1,562.79	401.15
成本	139.76	999.83	1,331.62	332.28
毛利率	6.88%	10.89%	14.79%	17.17%

报告期内，旅行社业务的毛利率分别为 17.17%、14.79%、10.89%和 6.88%，毛利率呈下降趋势。

旅行社业务的收入成本为恐龙园旅行社将内部采购产品产生的收入成本还原后的结果，具体还原方法参见本节之“十、盈利能力分析”之“(二)营业收入分析”之“2、营业收入业务构成分析”之“(1)园区综合业务”之“(1)门票业务”之“⑦结合上述具体情况，分产品详细披露组合产品相关收入的会计处理及合规性，如存在赠送单个园区游览或单个游乐项目的，请具体说明收入分摊方式及合理性”之“C、组合产品收入分摊方式及合理性”。该种还原方法下，旅行社业务毛利率与恐龙园旅行社毛利率变动趋势一致。

恐龙园旅行社系发行人旅游产品销售中心，其成本主要为采购恐龙园门票、酒店等形成的内部采购成本。报告期内，职工薪酬的变动、雨林区等投入使用增加折旧摊销等，导致发行人总体成本上涨，旅行社内部采购成本相应提高，因此其毛利率有所下滑。

### 3、发行人毛利率与可比（拟）上市公司对比

#### （1）综合毛利率

单位：%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
华侨城 A	57.21	56.58	60.35	50.25
宋城演艺	65.34	71.39	66.43	63.19
大连圣亚	-41.47	61.23	66.01	59.82
华强方特	50.01	56.42	58.09	56.51
平均数	32.77	61.41	62.72	57.44
中位数	53.61	58.91	63.18	58.17
发行人	20.54	41.46	43.67	44.65

报告期内，恐龙园毛利率分别为 44.65%、43.67%、41.46%和 **20.54%**，与可比公司存在差异，主要系公司与可比公司业务类型和业务结构不同所致。华侨城 A 以文化旅游和地产为双主业；宋城演艺主营景区演艺演出，因轻资产特点毛利率较高；大连圣亚主要经营水族馆，与主题乐园成本结构存在一定差异；华强方特除主题公园运营外，还经营创意设计、特种电影、数字动漫等业务。

#### （2）园区业务毛利率

可比（拟）上市公司中，华侨城 A、华强方特对主题乐园相关业务的毛利率进行了单独披露，情况如下：

单位：%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
华侨城 A-旅游综合业务	未披露	40.63	46.34	42.32
华强方特-文化科技主题公园运营	未披露	未披露	36.77	35.46
恐龙园-园区综合业务	16.92	43.80	44.78	46.55

注 1：华侨城 A 旅游综合业务毛利率数据来自上市公司披露的年报，其 2020 年 1-9 月旅游综合业务毛利率未在 2020 年三季报中披露；

注 2：华强方特 2017 年、2018 年毛利率数据来自其 2019 年 6 月预披露更新的招股书，其 2019 年及 2020 年 1-9 月主题公园运营业务毛利率未在年报及三季报中披露。

报告期内，公司园区综合业务毛利率分别为 46.55%、44.78%、43.80%和 **16.92%**，2017 年-2019 年与华侨城 A 旅游综合业务毛利率接近，高于华强方特主题公园运营业务毛利率水平。

#### （3）门票业务毛利率

可比（拟）上市公司中，华强方特单独披露了门票业务毛利率，情况如下：

单位：%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
华强方特-门票	/	/	29.74	28.50
恐龙园-门票	4.17	38.83	41.55	44.95

注：华强方特 2019 年年报、2020 年半年报未披露门票业务毛利率。

报告期内，公司门票业务毛利率高于华强方特。一方面，“中华恐龙园”园区位于江苏常州，区域经济发达、交通便捷，而华强方特主题公园主要位于二、三线城市；另一方面，“中华恐龙园”作为成熟园区已平稳运营多年，而华强方特拥有数量较多的在建和新建成主题乐园，尚需一定时间吸引及培育入园客流。

#### （4）其他运营业务毛利率

同行业可比公司未披露与发行人同类的其他运营业务毛利率，故按园区业务毛利率进行比较。

可比（拟）上市公司中，华侨城 A、华强方特、大连圣亚对主题乐园相关业务的毛利率进行了单独披露，情况如下：

单位：%

项目	2020年1-9月 <sup>3</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城 A-旅游综合业务 <sup>1</sup>	/	40.63	46.34	42.32
华强方特-文化科技主题公园运营 <sup>2</sup>	/	/	36.77	35.46
大连圣亚-旅游服务业 <sup>1</sup>	/	62.42	66.81	60.32
恐龙园-园区综合业务	16.92	43.80	44.78	46.55

注 1：华侨城 A 旅游综合业务、大连圣亚旅游服务业毛利率数据来自上市公司披露的年报；

注 2：华强方特 2017 年、2018 年毛利率数据来自其 2019 年 6 月预披露更新的招股书，其 2019 年主题公园运营业务毛利率未在年报中披露；

注 3：同行业可比公司未公开披露 2020 年 1-9 月相关业务毛利率情况。

2018 年，可比公司园区相关业务毛利率均有所上升。2019 年，华侨城 A 旅游综合业务毛利率下降 5.72 个百分点，大连圣亚旅游服务业毛利率下降 4.39 个百分点。发行人园区综合业务毛利率下降主要系成本因素影响，由于各公司因项目建设、薪资政策、成本结构等方面存在差异，2018 年发行人与可比公司毛利率变动趋势不一致。2019 年发行人园区业务毛利率与可比公司均出现了不同程度的下滑。

(5) 酒店业务毛利率

A 股已上市景区公司中，披露的酒店板块业务毛利率情况如下：

单位：%

公司	2020 年 1-9 月 <sup>1</sup>	2019 年度	2018 年度	2017 年度
大东海 A	/	54.20	59.06	58.50
丽江股份	/	53.72	60.33	56.55
黄山旅游	/	30.84	30.59	33.06
曲江文旅	/	9.30	16.54	15.77
九华旅游	/	10.55	17.59	19.95
平均数	/	31.72	36.82	36.77
发行人	19.33	33.92	31.04	38.01

注 1：同行业可比公司未公开披露 2020 年 1-9 月相关业务毛利率情况。

发行人经营的恐龙人俱乐部酒店位于“中华恐龙园”园区周边，系景区配套酒店。由于景区配套酒店盈利水平受到景区所处位置、景区整体经营思路、客房定价策略、景区周边酒店产业竞争程度等多种因素影响，可比公司酒店业务毛利率差异较大。发行人酒店业务毛利率水平居中，与可比公司毛利率平均值接近。

相较于 2017 年，2019 年可比公司的酒店板块毛利率均呈下降趋势，发行人与同行业可比公司的变化趋势相一致。

(6) 旅行社业务毛利率

A 股已上市景区公司中，披露的旅行社业务毛利率情况如下：

单位：%

公司	2020 年 1-9 月 <sup>1</sup>	2019 年度	2018 年度	2017 年度
峨眉山 A	/	0.56	1.72	1.19
黄山旅游	/	5.04	11.50	8.98
曲江文旅	/	4.58	4.54	4.40
九华旅游	/	9.68	8.32	10.26
平均数	/	4.97	6.52	6.21
发行人	6.88	10.89	14.79	17.17

注 1：同行业可比公司未公开披露 2020 年 1-9 月相关业务毛利率情况。

除传统组团、地接业务外，发行人旅行社业务还包含组合产品中外采产品销售，因此发行人旅行社业务毛利率偏高。作为景区的配套服务，不同公司对该业

务功能定位存在差异，因此不同可比公司之间旅行社业务毛利率也存在明显差异。

相较于 2017 年，2019 年可比公司的旅行社板块毛利率均呈下降趋势，发行人与同行业可比公司的变化趋势相一致。

#### （四）期间费用分析

单位：万元、%

期间费用	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
销售费用	1,891.61	6.01	7,107.14	10.89	6,610.13	11.40	6,059.25	11.82
管理费用	2,844.95	9.04	5,326.13	8.16	5,291.72	9.13	5,058.66	9.87
财务费用	218.48	0.69	846.73	1.30	1,018.97	1.76	1,359.33	2.65
合计	4,955.04	15.75	13,279.99	20.34	12,920.81	22.29	12,477.24	24.33

报告期内，公司销售费用、管理费用金额随着业务规模的增加持续增长。由于收入增幅高于相关费用增幅，公司期间费用率分别为 24.33%、22.29%、20.34% 和 15.75%，2017 年至 2020 年 1-9 月呈现下降趋势。

#### 1、销售费用

##### （1）销售费用构成项目明细

报告期内，销售费用明细数据具体如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传及制作费	489.29	25.87	3,129.67	44.04	3,219.33	48.70	3,178.92	52.46
职工薪酬	970.70	51.32	2,021.00	28.44	1,826.17	27.63	1,439.57	23.76
代理服务费用	251.11	13.27	1,566.04	22.03	1,256.15	19.00	1,113.48	18.38
差旅费	85.57	4.52	260.33	3.66	203.17	3.07	215.57	3.56
业务招待费	37.22	1.97	49.92	0.70	33.96	0.51	33.34	0.55
办公费	8.16	0.43	10.46	0.15	10.27	0.16	6.95	0.11
折旧和摊销费	5.49	0.29	8.39	0.12	10.54	0.16	10.08	0.17
其他	44.06	2.33	61.32	0.86	50.53	0.76	61.33	1.01
合计	1,891.61	100.00	7,107.14	100.00	6,610.13	100.00	6,059.25	100.00

报告期内，发行人销售费用中广告宣传及制作费、职工薪酬以及代理服务费用占比合计分别为 94.60%、95.33%、94.51%和 90.46%，各期占比均超过 90%，为销售费用的主要构成项目。

各主要构成项目的具体内容如下：

1) 广告宣传及制作费：发行人投放广告、制作广告以及推广促销等产生的相关费用，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
户外广告	112.46	1,639.00	1,619.35	1,589.35
线上媒体	165.49	764.94	747.21	591.93
广电媒体	24.59	252.77	248.56	272.51
平面广告	2.26	16.71	15.86	4.74
代言广告	-	-	-	148.94
促销费	184.48	456.24	588.35	571.46
合计	489.29	3,129.67	3,219.33	3,178.92

上述项目的具体内容、支付对象、投放和付费方式如下：

主要内容	支付对象	广告投放方式	付费方式
户外广告	户外广告传媒公司	高铁、地铁、大巴、电梯、公交站台、停车场等	在合同期间内分阶段支付/广告发布完成后一次性支付
线上媒体	线上广告传媒公司	网络视频、社交软件、网络平台等	部分预付，广告发布完成后支付剩余部分
广电媒体	广播电台、电视台	广播、电视等	广告发布完成后一次性支付
平面广告	报社、杂志社	报纸特刊、版面广告、新闻宣传等	在合同期间内分阶段支付/广告发布完成后一次性支付
代言广告	艺人经纪机构	艺人代言、艺人落地活动等	部分预付，剩余部分按项目进度支付
促销费	促销宣传活动主办方	不适用	不适用

报告期各期，发行人的广告服务商前五大情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	销售收入	占比	主要广告类型
2020年1-9月				
1	常州奥康文化传媒有限公司	36.01	7.36%	户外广告
2	江苏皓湖网络科技有限公司	31.60	6.46%	线上媒体

序号	公司名称	销售收入	占比	主要广告类型
3	合肥市壹百文化传播有限公司	23.82	4.87%	户外广告
4	常州广视传媒有限公司	22.06	4.51%	广电媒体
5	浙江雅铁广告有限公司	16.98	3.47%	户外广告
合计		130.48	26.67%	-
2019年度				
1	南京永达户外传媒有限公司	518.68	16.57%	户外广告
2	上海挚意文化传播有限公司	448.26	14.32%	户外广告
3	天津时光弘毅文化传播有限公司	135.85	4.34%	线上媒体
4	上海彤晟文化传播有限公司	127.83	4.08%	线上媒体
5	南京那度文化传媒有限公司	84.53	2.70%	广电媒体
合计		1,315.15	42.02%	-
2018年度				
1	上海挚意文化传播有限公司	541.52	16.82%	户外广告
2	华铁传媒集团有限公司	323.58	10.05%	户外广告
3	上海彤晟文化传播有限公司	251.42	7.81%	线上媒体
4	南京永达户外传媒有限公司	154.53	4.80%	户外广告
5	上海晶茂文化传播有限公司	150.94	4.69%	线上媒体
合计		1,422.00	44.17%	-
2017年度				
1	上海挚意文化传播有限公司	565.62	17.79%	户外广告
2	华铁传媒集团有限公司	367.92	11.57%	户外广告
3	上海彤晟文化传播有限公司	278.30	8.75%	线上媒体
4	南京永达户外传媒有限公司	169.81	5.34%	户外广告
5	南京繁简文化传媒有限公司	148.94	4.69%	代言广告
合计		1,530.60	48.15%	-

报告期内，业务宣传费与营业收入情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
广告宣传及制作费	489.29	3,129.67	3,219.33	3,178.92
营业收入	31,461.65	65,281.46	57,959.23	51,273.25
占比	1.56	4.79	5.55	6.20

报告期内，广告宣传及制作费占营业收入比例分别为 6.20%、5.55%、4.79%



和 1.56%，比例逐年降低。2017-2019 年，广告宣传及制作费金额相对稳定，发行人通过调整广告投放方式、投放时间，提升广告投放效率和宣传效果，促进营业收入增长；2020 年 1-9 月，受疫情影响，发行人减少了户外广告等的投放。

2) 职工薪酬：发行人销售人员的薪酬；

3) 代理服务费：向 OTA 平台、旅行社及酒店等渠道支付的门票返利费用以及淘宝等的平台服务费。

发行人的返利政策主要分为人数阶梯返利和金额阶梯返利，其中，人数阶梯返利即在游客人数达到一定人数时，按人数返利，为发行人主要的返利政策；金额阶梯返利即在门票销售达到一定金额时，按比例返利，为发行人自 2019 年起针对部分旅行社的返利政策。

报告期内，发行人的销售返利政策具体如下：

渠道类型	客户类型	2020 返利政策	2019 返利政策	2018 返利政策	2017 返利政策	
旅行社	成人(含大学生)	801—3000 人 5 元/人				
		3001—6000 人 9 元/人				
		6001—10000 人 12 元/人				
		10001—15000 人 15 元/人				
		15001 人以上 20 元/人				
		二次入园按一个人次计入返利人数				
	中小学、职高生	2001—5000 人 1 元/人				
		5001—10000 人 2 元/人				
		10001—20000 人 3 元/人				
		20001 人以上 5 元/人				
		二次入园按一个人次计入返利人数				
	华东团 <sup>1</sup>	浙皖特殊区域同步华东地区返利政策	1500—5000 人 5 元/人			
			5001 人以上 10 元/人			
	鲁鄂赣豫 <sup>2</sup>	3-7 万 9%	5-10 万 15%	401-1000 人 3 元/人		执行旅行社成人返利政策
		7-12 万(含 7 万) 14%	10-15 万(含 10 万) 20%	1001-1500 人 6 元/人		
12 万及以上(含 12 万) 20%		15-20 万(含 15 万) 25%	1501 人以上 10 元/人			
		20 万及以上 30%	人			
地接 <sup>4</sup>	12-20 万 15%	12-20 万 15%	1001-2000 人 3 元/		执行旅行社成人返	

渠道类型	客户类型	2020 返利政策	2019 返利政策	2018 返利政策	2017 返利政策
		20-30 万(含 30 万) 20%	20-30 万(含 30 万) 25%	人 2001-5000 人 6 元/人	利政策
		30 万及以上 25%		5001 人以上 10 元/人	
	源头地 <sup>3</sup>	5-25 万 15%	30 万及以上 30%		
		25 万及以上 25%			
OTA 平台	电子商务 <sup>5</sup>	15001-80000 人 5 元/人	20001-40000 人 5 元/人		
		80001-160000 人 10 元/人	40001-60000 人 8 元/人		
		160001 人及以上 15 元/人	60001-100000 人 10 元/人		
			100001 人以上 15 元/人		
	亲子套票(二大一小)按二位成人计入返利人数		亲子套票(二大一小)按二位成人计入返利人数		
	当天预订的所有票种均不计入年底返利及金额				
外围电商 <sup>6</sup>	501-1000 人 12 元/人	无			
	1001-1500 人 22 元/人				
	1501 人及以上 30 元/人				
酒店	500-3000 人 5 元/人				
	3001-5000 人 8 元/人				
	5001 人及以上 10 元/人				

注 1: 华东团指江苏、浙江、上海、安徽地区的旅行社, 组织当地游客到园区游玩。判断游客地区以身份证号归属地为准, 下同;

注 2: 鲁鄂赣豫指山东、湖北、江西、河南地区的旅行社, 组织当地游客到园区游玩;

注 3: 源头地指除江浙沪皖、鲁鄂赣豫外, 其余地区的旅行社, 组织当地游客到园区游玩;

注 4: 地接指在常州及其附近城市中发行人指定的地接旅行社, 接待全国游客到园区游玩;

注 5: 电子商务指美团、携程、驴妈妈、去哪儿等线上平台;

注 6: 外围电商指除了电子商务(华东地区)以外的电商平台。

报告期内, 销售返利金额情况如下:

单位: 万元

项目	2020 年 1-9 月 <sup>1</sup>	2019 年度	2018 年度	2017 年度
OTA 平台返利	177.12	929.89	772.38	576.20
旅行社及酒店返利	-	266.40	260.78	361.70
合计	177.12	1,196.29	1,033.16	937.91
OTA 平台收入	6,384.79	18,231.99	15,082.16	12,077.03
旅行社及酒店收入	925.81	3,608.21	3,271.32	3,509.83

项目	2020年1-9月 <sup>1</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
合计	7,310.59	21,840.19	18,353.49	15,586.86
OTA返利占比	2.77%	5.10%	5.12%	4.77%
旅行社及酒店返利占比	0.00%	7.38%	7.97%	10.31%
合计占比	2.42%	5.48%	5.63%	6.02%

注1：2020年1-9月的返利金额系根据预计的全年返利人数折算得到。

2017-2019年，发行人销售返利持续增长，主要原因是OTA平台返利增加。2017-2019年，通过OTA平台销售的门票金额分别为12,077.03万元、15,082.16万元和18,231.99万元，逐年上升，因此销售返利金额逐年增加。

2020年1-9月，销售返利金额下降，主要原因受疫情影响，OTA平台销售的门票金额为6,384.79万元，较去年有所下滑。

(2) 销售费用主要构成项目各期变动与收入变动、业务模式的匹配性，波动的合理性

报告期内，销售费用主要构成项目变动情况及与销售收入的匹配情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
广告宣传及制作费	489.29	-84.37	3,129.67	-2.79	3,219.33	1.27	3,178.92
职工薪酬	970.70	-51.97	2,021.00	10.67	1,826.17	26.86	1,439.57
代理服务费	251.11	-83.97	1,566.04	24.67	1,256.15	12.81	1,113.48
其他费用	180.51	-53.77	390.43	26.56	308.48	-5.74	327.28
合计	1,891.61	-73.38	7,107.14	7.52	6,610.13	9.09	6,059.25
营业收入	31,461.65	-51.81	65,281.46	12.63	57,959.23	13.04	51,273.25

2017-2019年，发行人营业收入和销售费用金额逐年增长；2020年1-9月，受疫情影响，发行人营业收入有所下滑，相应的销售费用也有所减少。发行人销售费用各期变动与收入变动、业务模式的情况整体是匹配的。

销售费用主要构成项目为广告宣传及制作费、职工薪酬以及代理服务费，上述项目各期变动原因及合理性具体如下：

#### 1) 广告宣传及制作费

2017-2019年，广告宣传及制作费金额相对稳定，发行人通过调整广告投放方式、投放时间，提升广告投放效率和宣传效果，促进营业收入增长；2020年1-9月，受疫情影响，发行人减少了户外广告等的投放，费用相应减少。

## 2) 职工薪酬

2017-2019年，职工薪酬逐年上升，主要是随着公司业务的发展，在营销推广上的投入逐渐增加，相应的销售人员数量和人均工资均有所增加；2020年1-9月，人均薪酬中未包括年底发放的年终奖金，同时受疫情影响，人员自然流动率较往年有所提高，销售人员数量有所减少，绩效工资减少导致人均薪酬也有所减少。

报告期内，发行人销售人员人数及人均薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人/月

项目	2020年1-9月 <sup>3</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬总额	970.70	2,021.00	1,826.17	1,439.57
平均职工人数 <sup>1</sup>	135	154	136	113
人均月薪酬 <sup>2</sup>	0.80	1.09	1.12	1.06

注1：平均职工人数=Σ(计入销售费用的当月薪酬发放人数)/当期月份数，按四舍五入取整；

注2：人均月薪酬=职工薪酬总额/平均职工人数/当期月份数；

注3：2020年1-9月薪酬不包含年底发放的年终奖。

### ① 发行人销售人员工资水平与当地工资水平对比情况

报告期内，发行人销售人员人均薪酬与当地工资水平对比如下：

单位：万元/人/月

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
销售人员人均薪酬(A) <sup>1</sup>	0.80	1.09	1.12	1.06
当地工资水平(B) <sup>2</sup>	/	0.87	0.76	0.71
差值(C=A-B)	/	0.22	0.36	0.36

注1：人均薪酬中包含社保、公积金、职工福利、工会经费及职工教育经费等；

注2：当地工资水平为工资金额，数据来源为常州市2017-2019统计年鉴（城镇非私营单位在岗职工平均工资），2020年1-9月数据未公开披露。

2017-2019年，发行人销售人员工资水平高于当地工资水平。

### ② 发行人销售人员工资水平与行业水平对比情况

报告期内，发行人销售人员人均薪酬与可比公司对比如下：

单位：万元/人/月

公司 <sup>1</sup>	2020年1-9月 <sup>2</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城A	/	1.36	1.26	1.11
宋城演艺	/	1.26	1.74	2.07
大连圣亚 <sup>3</sup>	/	/	1.13	1.17
华强方特	/	1.17	1.14	1.02
平均数	/	1.27	1.32	1.34
中位数	/	1.26	1.20	1.14
发行人	0.80	1.09	1.12	1.06

注1：可比公司人均薪酬=销售费用中的职工薪酬/销售人员数量，其中人员数量为当期期初期末数平均值，数据来源为各可比公司2017-2019年度报告；

注2：可比公司未公开披露2020年1-9月销售人员薪酬及人数数据；

注3：大连圣亚2019年度报告中人员分类方式有所调整，分类中未有与销售人员性质接近的分类，无法计算销售人员人均薪酬。

发行人销售人员工资水平低于可比公司，主要原因是发行人经营规模较小且经营所在地位于江苏常州，销售人员工资水平相较于规模较大、经营地主要位于一线城市或省会城市的可比公司较低。

### 3) 代理服务费用

代理服务费用主要包括门票返利以及平台服务费等，分销渠道销售的门票金额越大，发行人支付的门票返利费和平台服务费就越高。

报告期内，发行人代理服务费用与门票分销金额情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
代理服务费用	251.11	-83.97	1,566.04	24.67	1,256.15	12.81	1,113.48
门票分销金额	7,310.59	-66.53	21,840.19	19.00	18,353.49	17.75	15,586.86

报告期内，代理服务费用与门票分销金额变动趋势一致。

### (3) 销售费用率情况

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
广告宣传及制作费	489.29	1.56	3,129.67	4.79	3,219.33	5.55	3,178.92	6.20

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
职工薪酬	970.70	3.09	2,021.00	3.10	1,826.17	3.15	1,439.57	2.81
代理服务费	251.11	0.80	1,566.04	2.40	1,256.15	2.17	1,113.48	2.17
差旅费	85.57	0.27	260.33	0.40	203.17	0.35	215.57	0.42
业务招待费	37.22	0.12	49.92	0.08	33.96	0.06	33.34	0.07
办公费	8.16	0.03	10.46	0.02	10.27	0.02	6.95	0.01
折旧和摊销费	5.49	0.02	8.39	0.01	10.54	0.02	10.08	0.02
其他	44.06	0.14	61.32	0.09	50.53	0.09	61.33	0.12
合计	1,891.61	6.01	7,107.14	10.89	6,610.13	11.40	6,059.25	11.82
营业收入	31,461.65		65,281.46		57,959.23		51,273.25	

报告期内，发行人销售费用率分别为 11.82%、11.40%、10.89%和 6.01%，持续下降。

#### (4) 销售费用率下降原因及合理性

2017-2019年，发行人销售费用率下降，主要原因是营业收入增长幅度高于销售费用增长幅度，其中，销售费用主要构成项目广告宣传及制作费的各期金额相对稳定，并未有较大增长。当广告投入达到一定金额时，其边际效用相对较低，发行人在维持广告费用稳定的情况下，通过调整广告投放方式、投放时间，提升广告投放效率和宣传效果，促进营业收入增长。

2020年1-9月，发行人销售费用率下降，主要原因是销售费用中的广告宣传及制作费和代理服务费金额减少。受疫情影响，发行人户外广告等投放数量下降，对应的广告宣传及制作费有所减少；门票分销金额较往年下降，相应的代理服务费支出也有所减少。

#### (5) 2020年宣传推广计划及其对销售费用的影响

2020年下半年，发行人根据疫情演变和防控要求，通过创新品牌化活动、互联网新媒体营销、科普互动营销、推出多样化产品组合、加强渠道合作、发力创新创意业务等多项举措，积极推进市场恢复。2020年下半年公司具体推广计划如下：

推广计划	时间/周期	活动/事项	内容概要
品牌活动	7-8月	恐龙狂欢节	暑期期间的恐龙特色品牌活动,同步侏罗纪水世界开放,由主题环境氛围打造、路秀、音乐、科普研学活动、夜游等内容组成的体验活动
	2020年9月	恐龙园20周年庆	以20周年庆为主题的品牌活动,宣传品牌理念和价值,加强与游客的共情、共鸣,提供优惠产品回馈等活动
	10月1日-11月15日	艾琳世界·勇闯秘境	秋季期间的恐龙园特色品牌活动,主要由原创IP主题活动、主题环境布置、沉浸式演艺、季节性开放项目、夜游等内容组成的体验活动
	12月1日-次年1月3日	恐龙迎新赛季	冬季期间的特色品牌活动,主打圣诞、元旦跨年节庆市场,通过主题活动与优惠活动结合进行活动推广
新媒体营销	7-12月	官网、微博、微信、抖音等短视频、新闻客户端APP推荐页推广	通过视频、图片、文字、原创科普小知识等方式对恐龙园产品、活动等内容进行推广
	7-11月	喜马拉雅、荔枝FM	原创内容《恐龙全知道》、《恐龙时空大冒险》
媒体广告	7-12月	酌量的户外广告、电台媒体投放	本地、华东地区主要城市户外广告;本地电台媒体宣传
科普营销	7-12月	恐龙科普进社区、校园	通过趣味的恐龙科普课堂、互动、表演等形式进入社区和校园进行落地营销推广,传播恐龙文化
其它	7-12月	OTA资源整合推广	通过合作OTA平台进行传播

2020年下半年,发行人以“中华恐龙园”产品和品牌活动为载体,以新媒体为主、传统媒体广告为辅,强化科普活动和OTA渠道整合的方式实施精准营销。同时,发行人加强对前期储备客户的拜访、沟通、交流,促成创新创业业务的有效开展。

受新冠疫情影响,结合潜在消费群体接受信息习惯的改变,发行人调整了推广方式,减少户外广告投放、加大线上宣传力度,提高广告费投入效率。

2020年1-9月,广告宣传及制作费为489.29万元,预计2020年10-12月的广告宣传及制作费为159.33万元,2020年全年总金额约为648.62万元,较2019年的3,129.67万元减少2,481.04万元,降幅为79.28%。2020年的营销推广措施不会导致发行人2020年度费用大幅增加。

## 2、管理费用

### (1) 管理费用构成项目明细

报告期内，管理费用明细数据具体如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,196.43	77.20	4,374.17	82.13	4,198.80	79.35	3,343.92	66.10
中介服务费	103.08	3.62	189.32	3.55	318.29	6.01	985.70	19.49
租赁费	221.74	7.79	163.12	3.06	142.54	2.69	187.04	3.70
办公费	62.31	2.19	114.67	2.15	84.74	1.60	84.39	1.67
业务招待费	44.94	1.58	89.69	1.68	127.38	2.41	107.17	2.12
差旅费	25.10	0.88	88.87	1.67	71.87	1.36	65.34	1.29
折旧费	67.31	2.37	88.21	1.66	76.63	1.45	86.45	1.71
通讯费	67.00	2.36	74.11	1.39	69.99	1.32	65.33	1.29
车辆使用费	22.96	0.81	55.68	1.05	81.11	1.53	52.27	1.03
保险费	16.12	0.57	32.26	0.61	26.97	0.51	22.95	0.45
周转材料摊销	8.28	0.29	11.85	0.22	26.28	0.50	9.94	0.20
其他	9.66	0.34	44.18	0.83	67.10	1.27	48.17	0.95
合计	2,844.95	100.00	5,326.13	100.00	5,291.72	100.00	5,058.66	100.00

报告期内，发行人管理费用中职工薪酬、中介服务费以及租赁费占比合计分别为 89.29%、88.05%、88.74%和 88.61%，各期占比约 90%，为管理费用的主要构成项目。

各主要构成项目的具体内容如下：

- 1) 职工薪酬：发行人管理人员的薪酬；
- 2) 中介服务费：发行人上市中介服务费用、招投标代理服务费、法律咨询服务费以及人力招聘服务费等；
- 3) 租赁费：发行人办公场所等的租赁费用。

(2) 管理费用主要构成项目各期变动与收入变动、业务模式的匹配性，波动的合理性

报告期内，管理费用主要构成项目变动情况具体如下：



单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
职工薪酬	2,196.43	-49.79	4,374.17	4.18	4,198.80	25.57	3,343.92
中介服务费	103.08	-45.55	189.32	-40.52	318.29	-67.71	985.70
租赁费	221.74	35.94	163.12	14.43	142.54	-23.79	187.04
其他费用	323.69	-46.01	599.53	-5.15	632.09	16.62	542.00
合计	2,844.95	-46.59	5,326.13	0.65	5,291.72	4.61	5,058.66
营业收入	31,461.65	-51.81	65,281.46	12.63	57,959.23	13.04	51,273.25

2017-2019年，发行人营业收入逐年增长，管理费用也逐年增加；2020年1-9月，受疫情影响，发行人营业收入有所下滑，相应的管理费用也有所减少，两者变动方向一致。由于管理费用中租赁费、中介服务费等多项费用金额的发生与营业收入不存在直接关系，固定费用的存在导致管理费用的变动比例低于营业收入变动比例。2020年1-9月，管理费用变动比例较高，主要原因是职工薪酬未包括年底发放的年终奖金。综上所述，发行人管理费用主要构成项目各期变动与收入变动、业务模式的情况是匹配的。

管理费用主要构成项目为职工薪酬、中介服务费以及租赁费，上述项目各期变动原因及合理性具体如下：

#### 1) 职工薪酬

2017-2019年，职工薪酬逐年上升，主要原因是发行人业绩良好，人均薪酬有所增加；2020年1-9月，人均薪酬中未包括年底发放的年终奖金，同时发行人业绩有所下滑，薪酬中绩效工资部分有所下降。

报告期内，发行人管理人员人数及人均薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人/月

项目	2020年1-9月 <sup>3</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬总额	2,196.43	4,374.17	4,198.80	3,343.92
平均职工人数 <sup>1</sup>	154	150	159	141
人均薪酬 <sup>2</sup>	1.58	2.43	2.20	1.98

注1：平均职工人数=Σ(计入管理费用的当月薪酬发放人数)/当期月份数，按四舍五入取整；

注2：人均薪酬=职工薪酬总额/平均职工人数/当期月份数；

注3：2020年1-9月薪酬不包含年底发放的年终奖。

① 发行人管理员工资水平与当地工资水平对比情况

报告期内，发行人管理人员人均薪酬与当地工资水平对比如下：

单位：万元/人/月

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
管理人员人均薪酬(A) <sup>1</sup>	1.58	2.43	2.20	1.98
当地工资水平(B) <sup>2</sup>	/	0.87	0.76	0.71
差值(C=A-B)	/	1.56	1.44	1.27

注1：人均薪酬中包含社保、公积金、职工福利、工会经费及职工教育经费等；

注2：当地工资水平为工资金额，数据来源为常州市2017-2019统计年鉴（城镇非私营单位在岗职工平均工资），2020年1-9月数据未公开披露。

2017-2019年，发行人管理员工资水平高于当地工资水平，主要系发行人高管团队实行市场化激励机制，薪酬水平较高。剔除内部董事及高管薪酬后，发行人管理人员人均薪酬与当地工资水平对比如下：

单位：万元/人/月

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
管理人员人均薪酬（剔除内部董事及高管）(A) <sup>1</sup>	1.17	1.71	1.54	1.32
当地工资水平(B) <sup>2</sup>	/	0.87	0.76	0.71
差值(C=A-B)	/	0.84	0.78	0.62

剔除内部董事及高管薪酬后，发行人管理人员薪酬水平仍较当地工资水平略高，主要原因是管理人员从事企业经营管理相关工作，薪酬较生产制造岗位员工要高一些；当地工资水平为综合了各类岗位的平均值，因此发行人管理人员薪酬较高是合理的。

② 发行人管理员工资水平与行业水平对比情况

报告期内，发行人管理人员人均薪酬与可比公司对比如下：

单位：万元/人/月

公司 <sup>1</sup>	2020年1-9月 <sup>2</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城A <sup>3</sup>	/	2.88	2.46	2.29
宋城演艺 <sup>4</sup>	/	1.32	1.57	1.35
大连圣亚 <sup>5</sup>	/	/	2.12	2.43
华强方特 <sup>6</sup>	/	1.31	1.19	0.98
平均数	/	1.84	1.84	1.76

公司 <sup>1</sup>	2020年1-9月 <sup>2</sup>	2019年度	2018年度	2017年度
中位数	/	1.32	1.85	1.82
发行人	1.58	2.43	2.20	1.98

注1:可比公司人均薪酬=管理费用中的职工薪酬/管理人员数量,其中人员数量为当期期初期末数平均值,数据来源为各可比公司2017-2019年度报告;

注2:可比公司未公开披露2020年1-9月管理人员薪酬及人数数据;

注3:华侨城A管理人员人数选用年报人员分类中行政人员和财务人员的合计人数;

注4:宋城演艺管理人员人数选用年报人员分类中管理人员、行政人员和财务人员的合计人数;

注5:大连圣亚2017年管理人员人数选用年报人员分类中行政人员、财务人员和其他人员的合计人数;2018年管理人员人数选用年报人员分类中行政人员、管理人员和财务人员的合计人数;2019年度报告中人员分类方式有所调整,分类中未有与管理人员性质接近的分类,无法计算管理人员人均薪酬;

注6:华强方特管理人员人数选用年报人员分类中行政管理人員和财务人員的人数。

发行人管理人員工资水平高于可比公司,主要原因是发行人实行市场化激励机制,高层管理人員薪酬较高。

## 2) 中介服务費

2017-2019年,中介服务費逐年减少,主要原因是2017年上市中介服务費結转为費用,2018年未有该部分費用支出,2019年上市工作重新启动,审计費用暫計入其他往来款中,因此中介服务費有所减少;2020年1-9月,发行人上市相关中介費用暫計其他往来款,疫情环境下人員招聘減緩,人力资源方面的中介費用有所减少。

## 3) 租賃費

2018年租賃費較2017年有所减少,主要原因是减少了办公场所及仓库的租賃;2020年1-9月租賃費較2019年有所增加,主要原因是增加了模块文旅杭州店在开办期间的租賃費。

### (3) 管理費用率情况

单位:万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金額	費用率	金額	費用率	金額	費用率	金額	費用率
职工薪酬	2,196.43	6.98	4,374.17	6.70	4,198.80	7.24	3,343.92	6.52
中介服务費	103.08	0.33	189.32	0.29	318.29	0.55	985.70	1.92
租賃費	221.74	0.70	163.12	0.25	142.54	0.25	187.04	0.36
办公費	62.31	0.20	114.67	0.18	84.74	0.15	84.39	0.16

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
业务招待费	44.94	0.14	89.69	0.14	127.38	0.22	107.17	0.21
差旅费	25.10	0.08	88.87	0.14	71.87	0.12	65.34	0.13
折旧费	67.31	0.21	88.21	0.14	76.63	0.13	86.45	0.17
通讯费	67.00	0.21	74.11	0.11	69.99	0.12	65.33	0.13
车辆使用费	22.96	0.07	55.68	0.09	81.11	0.14	52.27	0.10
保险费	16.12	0.05	32.26	0.05	26.97	0.05	22.95	0.04
周转材料摊销	8.28	0.03	11.85	0.02	26.28	0.05	9.94	0.02
其他	9.66	0.03	44.18	0.07	67.10	0.12	48.17	0.09
合计	2,844.95	9.04	5,326.13	8.16	5,291.72	9.13	5,058.66	9.87
营业收入	31,461.65		65,281.46		57,959.23		51,273.25	

报告期内，发行人管理费用率分别为9.87%、9.13%、8.16%和9.04%，呈现下降趋势。

#### (4) 管理费用率下降原因及合理性

2017-2019年，发行人管理费用率下降，主要原因是管理费用增长幅度较小，低于营业收入的增幅。2018年管理费用增加较少，主要原因是中介服务费金额较2017年减少较多，2017年上市中介服务费结转为费用，2018年未有该部分费用支出；2019年，发行人管理结构和管理机制未发生明显变动，各项管理费用相对稳定。

2020年1-9月，发行人管理费用率增长，主要原因是受疫情影响，发行人营业收入有所下滑，管理费用中职工薪酬、租赁费、折旧费等费用伴随日常经营产生，其受收入波动影响幅度相对较小，对应降幅小于营业收入降幅。

### 3、财务费用

报告期内，公司财务费用明细列示如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
利息支出	250.57	903.12	1,034.64	1,359.32
减：利息收入	49.06	106.62	67.64	52.21

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
加：汇兑损失	-	-	-	0.01
手续费等支出	16.97	50.23	51.97	52.21
合计	218.48	846.73	1,018.97	1,359.33
财务费用率	0.69	1.30	1.76	2.65

报告期各期末，公司借款余额分别为 24,000.00 万元、22,999.00 万元、8,000.00 万元和 2,500.00 万元，其中短期贷款占比分别为 66.67%、78.26%、75.00%和 20.00%。报告期内，发行人财务费用率分别为 2.65%、1.76%、1.30%和 0.69%，持续下降。因平均借款金额下降及短期贷款占比有所上升，报告期内公司利息支出有所下降，使得财务费用金额及财务费用率降低。

报告期内，财务费用主要构成项目变动情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
利息支出	250.57	-72.26	903.12	-12.71	1,034.64	-23.89	1,359.32
其他费用	-32.09	-43.10	-56.39	259.87	-15.67	-147,143.69	0.01
合计	218.48	-74.20	846.73	-16.90	1,018.97	-25.04	1,359.33
营业收入	31,461.65	-51.81	65,281.46	12.63	57,959.23	13.04	51,273.25

财务费用主要构成项目为利息支出，利息支出的变动情况与发行人借款占用金额相关，与营业收入不存在直接匹配关系。报告期内，发行人利息支出与借款情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
利息支出	250.57	-72.26	903.12	-12.71	1,034.64	-23.89	1,359.32
借款占用金额 <sup>1</sup>	6,014.60	-71.79	21,320.17	-5.53	22,567.59	-21.83	28,868.84

注 1：借款占用金额=Σ（单项借款金额\*占用时间/借款期限）。

报告期内，利息支出与借款占用金额变动趋势一致。随发行人借款占用金额逐期减少，利息支出相应减少。

#### 4、行业比较

##### (1) 发行人及可比公司期间费用率情况

报告期内，发行人及可比公司期间费用率情况如下：

单位：%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城A	11.96	10.79	12.85	12.45
宋城演艺	49.53	13.95	17.43	18.14
大连圣亚	125.72	39.07	35.80	35.29
华强方特	44.27	40.14	41.20	36.87
平均数	57.87	25.99	26.82	25.69
中位数	46.90	26.51	26.61	26.71
发行人	15.75	20.34	22.29	24.33

期间费用系针对公司全部业务合并核算，业务结构以及业务规模的差异，会对期间费用率数值造成影响。可比公司在业务结构及业务规模方面均与发行人有一定差异。

业务结构方面：目前，A股（拟）上市公司中没有与发行人业务结构高度可比的公司。发行人业务中主题公园运营带来的收入占比约80%；可比公司里，华侨城A系“旅游+地产”双主业，旅游板块收入占总收入比例在50%左右；大连圣亚业务是以海洋动物文化为主的海洋公园；宋城演艺主要收入来自演艺演出服务；华强方特主题公园运营收入占比不到60%，除此之外还有创意设计、特种电影、数字动漫等轻资产业务。

业务规模方面：发行人为单一园区运营，华侨城A、华强方特均在全国多地运营多个园区，大连圣亚在大连及哈尔滨两地经营水族馆。

业务结构以及业务规模的差异，导致各家可比公司期间费用率有所不同，变化趋势略有差异。2017-2019年，可比公司期间费用率平均数及中位数保持平稳主要系平均效应；2020年1-9月，受疫情影响，除有地产业务的华侨城A外，其余可比公司收入下滑明显，导致期间费用率有较大上升。

##### (2) 销售费用率

报告期内，发行人及可比公司销售费用率情况具体如下：

单位：%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城A	3.52	3.17	3.57	3.41
宋城演艺	6.97	5.57	8.95	10.76
大连圣亚	11.29	6.13	6.34	6.48
华强方特	19.43	21.46	22.56	18.69
平均数	10.30	9.08	10.36	9.83
中位数	9.13	5.85	7.65	8.62
发行人	6.01	10.89	11.40	11.82

2017-2019年，发行人销售费用率呈下降趋势；可比公司中，除华侨城A和华强方特在2018年销售费用率略有上升外，其余公司均为下降趋势。2018年华侨城A和华强方特市场拓展力度加大，广告宣传费用增加，导致销售费用率有所上升。

2020年1-9月，发行人销售费用率较去年有所下滑；可比公司中，除华强方特销售费用率有所下滑外，其余公司销售费用率均有所上升。受疫情影响，可比公司收入下滑较大，导致销售费用率有所上升。

### (3) 管理费用率

报告期内，发行人及可比公司管理费用率情况具体如下：

单位：%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城A	4.86	4.62	4.99	5.27
宋城演艺	45.23	9.06	8.51	7.00
大连圣亚	81.29	25.88	23.49	24.96
华强方特	21.56	17.02	16.44	15.31
平均数	38.24	14.14	13.36	13.14
中位数	33.39	13.04	12.47	11.16
发行人	9.04	8.16	9.13	9.87

2017-2019年，发行人管理费用率呈下降趋势；可比公司中，除华侨城A管理费用率逐年下降外，其余公司均为上升趋势。宋城演艺和大连圣亚营业收入增幅较小，导致管理费用率有所上升；2017-2019年，华强方特合并范围内子公司数量分别为58家、77家和90家，企业集团扩张较快、管理成本随之上升，因此管理费用率呈现持续上升趋势。

2020年1-9月，发行人及可比公司管理费用率较去年均有所上升，变动趋势一致。

#### (4) 财务费用率

报告期内，发行人及可比公司财务费用率情况具体如下：

单位：%

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城A	3.58	2.99	4.29	3.77
宋城演艺	-2.66	-0.68	-0.03	0.38
大连圣亚	33.13	7.05	5.97	3.85
华强方特	3.28	1.67	2.20	2.87
平均数	9.33	2.76	3.11	2.72
中位数	3.43	2.33	3.24	3.32
发行人	0.69	1.30	1.76	2.65

2017-2019年，发行人财务费用率呈下降趋势；可比公司中，除大连圣亚财务费用率有所上升外，其余公司均为下降趋势。财务费用与各公司的资金需求情况有关，2017-2019年大连圣亚借款金额增加明显，导致利息支出增加，财务费用率逐年上升。

2020年1-9月，发行人财务费用率有所下降；可比公司中，除宋城演艺财务费用率有所下降外，其余公司均为上升趋势。宋城演艺经营模式为轻资产运营，资金需求相对较小，财务费用中主要为利息收入，在公司收入下降的情况下，利息收入相对稳定，导致财务费用率有所下降。

#### 5、相关期间费用核算的准确性、完整性

对于期间费用核算，发行人制定了较为严格的内控流程，相关期间费用的核算准确、完整。具体如下：

##### (1) 费用报销的内部流程

1) 签订采购合同，选择采购管理流程-采购合同-费用类形式

包括：广告宣传费、中介服务费、租赁费

每月计划财务部费用会计根据自采劳务部门提供劳务申请及审批单（广告劳



务凭请购审批单、发布量清单，样报，监播表，图片，合同审批单等入账，其他劳务按请购审批单、合同审批单、工作量清单、审计核价签证、验收单等有效原始凭证)编制的《应付挂账凭单》(应付挂账凭单需由部门经理、部门总经理、财务总经理审批)(KLY-3.7-D2)进行会计记录。计划财务部会计经理根据原始单据/支持性文件审核记账凭证编制是否正确，主要关注：记账凭证科目使用是否正确；记账凭证金额是否与原始单据一致；记账凭证的支持性文件是否有效，确认无误后在NC账务系统中确认。

## 2) 不签订采购合同，选择日常费用报销形式

包括：职工薪酬、利息支出、手续费

报销经办人填制《费用报销单》(KLY-8.1-D1)，分类填写费用，附相关单据。如原有借款，应填写原借款金额。对于出差由经办人填制《差旅费报销单》(KLY-8.1-D2)，同时附《出差申请单》(KLY-8.1-D3)(按公司出差管理规定审批)，一并提交经办部门负责人。

经办部门负责人审核《费用报销单》、《差旅费报销单》及所附单据，检查该费用是否符合有关业务的费用报销标准，提交至经办人所在部门总经理审批。计划财务部费用会计将核实报销金额是否符合有关业务的费用报销标准、是否经授权审批，以及核实相关单据是否齐全，核实无误后交计划财务部总经理。计划财务部总经理将对《费用报销单》及所附单据是否经过授权审批进行审核，并签字确认。

恐龙园集团各部门报销费用需依次提交至部门总经理、财务总经理、公司总经理进行审批。

## (2) 费用核算流程

销售费用主要核算发行人发行期间发生的广告宣传及制作费、人工薪酬与代理服务费等费用；管理费用主要核算发行人发行期间发生的人工薪酬、中介服务费与租赁费等费用；财务费用主要核算发行人发行期间发生的借款利息支出及存款利息收入等。

### 1) 销售费用

广告宣传费：公司属于主题公园运营行业，为宣传旅游形象、扩大品牌影响

力，公司通过投放地铁、公交、机场广告、网络推广、视频宣传、电台广告等方式传播公司形象、产品及活动，广告宣传及制作费是公司最大的销售费用支出。

**职工薪酬：**主要核算培训运维部、景区趣周边平台、演艺事业市场部、夜游营销部等部门的职工薪酬。

**代理服务费：**代理服务费是公司向各大旅行社支付的返利。根据公司与各大线上及线下旅行社的协议，当旅行社分销本公司门票超过一定数量时，公司会按照不同的门票类型确定固定金额的返利，定期向对方支付。报告期内代理服务费用较为稳定。

## 2) 管理费用

**职工薪酬：**主要核算总裁室、办公室本部、物流部、计划财务部、标准化委员会、投资管理部、审计监察部、人力资源部、证券法务部等部门人工薪酬。

**中介服务费：**主要核算公众号平台认证费、法律顾问费、招聘服务费、商标服务费以及审计费用等支付给第三方中介机构的费用支出。

**租赁费：**主要核算公司办公楼、停车楼以及迪诺水镇办公楼房屋租赁费及物业费支出。

## 3) 财务费用

**利息支出：**为公司长短期借款产生的利息支出；

**利息收入：**主要为银行存款和承兑汇票保证金的利息收入；

**手续费：**手续费主要为银行手续费及支付宝微信支付手续费。

## (五) 其他收益

报告期内，其他收益包括直接计入其他收益的政府补助和递延收益摊销的政府补助，具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
递延收益摊销	335.37	432.05	235.47	224.93
直接计入的政府补助	552.93	226.78	513.14	191.58
合计	888.30	658.83	748.61	416.51

递延收益摊销的政府补助明细详见本节“十一、财务状况分析”中“(二) 负债及所有者权益主要科目分析”之“2、非流动负债”之“(2) 递延收益”。报告期内，直接计入其他收益的政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
区政府双旦活动补贴	-	-	-	90.00
519常州旅游活动补贴	-	-	-	30.00
常州市服务业发展引导资金	-	-	-	25.00
江苏省旅游业发展专项引导资金	75.00	-	-	25.00
新北区文化产业引导资金	-	-	-	10.00
2017年常州市企业股改上市专项资金	-	-	416.70	-
常州创意产业基地政策奖励	-	-	19.00	-
江苏省高校毕业生就业见习基地补贴	13.06	38.47	15.30	-
2017年度常州市电子商务专项资金	-	-	15.00	-
常州市优秀科普教育基地奖励	20.00	0.10	8.46	-
企业紧缺人才专项资金	5.00	5.00	-	-
科普奖励	1.00	0.40	-	-
个人所得税手续费	1.63	1.88	34.06	11.58
稳定岗位补贴	298.57	23.17	4.62	-
增值税加计抵减进项税	90.42	157.76	-	-
2019年度第五批“龙城英才计划”企业紧缺人才专项资金	2.00	-	-	-
以工代训补贴	36.25	-	-	-
主题公园标准化体系建设奖励	10.00	-	-	-
合计	552.93	226.78	513.14	191.58

## (六) 利润表其他项目分析

### 1、投资收益

2017年、2018年和2020年1-9月，公司不存在投资收益。2019年，投资收益-226.76万元系对上海模块龙文化并表之前享有的损益。

### 2、资产减值损失和信用减值损失

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
----	-----------	-------	-------	-------

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
预期信用损失/坏账损失	-338.64	-36.97	-125.62	-50.91
存货跌价损失	-	-	-	-0.99
<b>减值损失合计</b>	<b>-338.64</b>	<b>-36.97</b>	<b>-125.62</b>	<b>-51.90</b>

报告期各期末，公司资产相关的减值损失分别为-51.90万元、-125.62万元、-36.97万元和-338.64万元，2017-2019年金额较小，2020年信用减值损失较大，主要系应收账款计提预期信用损失导致。

### 3、营业外收入和支出

#### (1) 营业外收入

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
非流动资产报废利得	4.34	6.69	2.64	-
政府补助	-	-	0.20	84.82
其他	30.62	37.38	30.78	15.91
<b>合计</b>	<b>34.96</b>	<b>44.07</b>	<b>33.62</b>	<b>100.73</b>

2017年，公司营业外收入主要为政府补助。2018年、2019年和2020年1-9月，根据最新的企业会计准则，相关政府补助主要计入“其他收益”科目核算。报告期内，营业外收入分别为100.73万元、33.62万元、44.07万元和34.96万元，占营业收入比例分别为0.20%、0.06%、0.07%和0.11%，对公司盈利无明显影响。公司经营盈利对营业外收入不存在重大依赖。

2019年和2020年1-9月公司无直接计入营业外收入的政府补助，2017年及2018年计入营业外收入的政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2018年	2017年
江苏省高校毕业生就业见习基地补贴	-	31.61
稳定岗位补贴	-	28.91
江苏省质量技术监督标准化专项资金	-	8.00
常州市优秀科普教育基地奖励	-	6.00
常州市旅游局局感恩月活动补贴	-	5.00
江苏省著名商标奖励	-	2.00

项目	2018年	2017年
省级宣传文化发展专项资金资助项目及资金的通知	-	2.00
江苏省科普场馆协会 2017 年度活动经费	-	0.70
常州市旅游局文件 2017 年常州旅游商品创意大赛	-	0.60
2017 年新北区先进“消费维权服务站”	0.20	-
<b>合计</b>	<b>0.20</b>	<b>84.82</b>

(2) 营业外支出

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
非流动资产报废损失	<b>2.03</b>	166.11	406.66	379.03
其中：固定资产报废损失	<b>2.03</b>	33.23	179.39	191.05
无形资产报废损失	-	38.67	227.27	-
对外捐赠	<b>38.66</b>	7.00	7.57	7.00
其他	<b>6.28</b>	5.97	28.08	47.35
<b>合计</b>	<b>46.96</b>	<b>179.07</b>	<b>442.31</b>	<b>433.37</b>

公司营业外支出主要是非流动资产报废损失。报告期内，营业外支出金额分别为 433.37 万元、442.31 万元、179.07 万元和 **46.96 万元**，占营业收入比例分别为 0.85%、0.76%、0.27%和 **0.15%**，对公司盈利无重大影响。

(七) 所得税费用分析

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
当期所得税费用	<b>860.32</b>	2,830.63	2,634.52	2,337.57
递延所得税费用	<b>-144.61</b>	801.73	461.23	-0.74
所得税费用合计	<b>715.70</b>	3,632.36	3,095.74	2,336.83
占利润总额的比例	<b>37.19</b>	27.63	26.29	24.20

报告期内，公司所得税费用分别为 2,336.83 万元、3,095.74 万元、3,632.36 万元和 **715.70 万元**，占利润总额比例分别为 24.20%、26.29%、27.63%和 **37.19%**。

所得税费用与会计利润调整关系如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
本期合并利润总额	<b>1,924.65</b>	13,145.25	11,776.06	9,657.18

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
按法定/适用税率计算的所得税费用	481.16	3,286.31	2,944.01	2,414.30
子公司适用不同税率的影响	-	-	-	-
调整以前期间所得税的影响	5.49	1.59	-	2.18
非应税收入的影响	-	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	7.54	24.92	20.47	25.30
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-47.14	-15.18	-0.10	-109.34
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	268.66	334.72	131.36	4.39
所得税费用	715.70	3,632.36	3,095.74	2,336.83

### (八) 与可比公司盈利指标的比较

报告期内，公司毛利率及净利率与 A 股（拟）上市可比公司的对比情况如下：

单位：%

公司	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	毛利率	净利率	毛利率	净利率	毛利率	净利率	毛利率	净利率
华侨城 A	57.21	16.28	56.58	23.89	60.35	23.46	50.25	22.01
华侨城 A-旅游综合行业	未披露	未披露	40.63	未披露	46.34	未披露	42.32	未披露
宋城演艺	65.34	19.91	71.39	52.26	66.43	39.78	63.19	35.36
大连圣亚	-41.47	-127.75	61.23	11.97	66.01	15.28	59.82	15.22
华强方特	50.01	7.03	56.42	15.78	58.09	17.93	56.51	19.37
华强方特-文化科技主题公园运营	未披露	未披露	未披露	未披露	36.77	未披露	35.46	未披露
平均数	32.77	-21.13	61.41	25.98	62.72	24.11	57.44	22.99
中位数	53.61	11.66	58.91	19.84	63.18	20.70	58.17	20.69
发行人	20.54	3.84	41.46	14.57	43.67	14.98	44.65	14.28

注 1：华侨城 A 未披露 2020 年 1-9 月旅游综合行业毛利率及净利率。

注 2：华强方特未披露文化科技主题公园运营业务 2019 年及 2020 年 1-9 月毛利率及报告期内净利率。

注 3：平均数和中位数使用华侨城 A 和华强方特公司数据进行计算，未考虑其业务分部数据。

报告期内，恐龙园毛利率及净利率与可比公司存在差异，主要系公司与可比公司业务类型和业务结构不同所致。华侨城 A 以文化旅游和地产为双主业，且房

地产业务毛利率较高；宋城演艺主营景区演艺演出，轻资产特点突出；大连圣亚主要经营水族馆，与主题乐园成本结构存在一定差异；华强方特除主题公园运营外，还经营创意设计、特种电影、数字动漫等毛利率较高的业务。公司综合毛利率低于可比公司平均数，与华侨城 A 旅游综合业务毛利率接近，净利率与大连圣亚接近。

## （九）业绩预测

### 1、业绩预测总体假设

截至本招股说明书签署日，信永中和已根据发行人 2020 年 1-9 月的财务情况出具了《审计报告》。发行人在 2020 年 1-11 月实际经营情况的基础上，合理预测了 12 月的业务和财务数据。

本次预测充分考虑了以下方面：

（1）入园人数及其结构变化情况：根据期限卡和单次票收入确认原则，分别进行测算；

（2）不同月份疫情状况对测算的影响：2020 年 1-8 月，全国疫情存在一定起伏变化，到 9-11 月，全国疫情状况相对稳定，预计 12 月疫情状况与 9-11 月更为接近，因此选用 2020 年 9-11 月较去年同期的变动情况作为基础测算依据；同时考虑月份越靠近预测时期，其变动趋势越接近，对不同月份的变动趋势赋予不同的权重，由远及近权重分别为 1、2、3；采用迭代加权平均的方式依次测算出 12 月较去年同期的变动情况。本节“十、盈利能力分析”之“（九）业绩预测”之“2、具体测算方法及测算依据”中的迭代加权平均即指代上述测算过程。

（3）非经常性损益的影响：根据企业已在摊销的非经常性损益情况，预测 12 月的非经常性损益的影响。

### 2、具体测算方法及测算依据

#### （1）入园人数测算

入园人数分为期限卡入园人数和单次票入园人数。

期限卡入园人数测算方法：迭代加权平均测算出 2020 年 12 月较去年同期的期限卡入园人数变动情况，为 33.75%。

单次票入园人数测算方法：迭代加权平均测算出 2020 年 12 月较去年同期的单次票入园人数变动情况，为-8.86%。

入园人数总数测算方法：根据测算出的 2020 年 12 月期限卡入园人数与单次票入园人数加总，得到入园人数总数，算出较去年同期的变动情况，为 0.67%。

## (2) 收入成本测算

### 1) 园区综合业务

#### ① 园区综合业务收入

园区综合业务主要包括门票业务和其他运营。

##### I 门票业务

门票业务收入分为期限卡收入和单次票收入。期限卡收入自开卡之日起，在对应的期限内，按天分摊，每月确认收入；单次票在游客经闸机验证入园后，确认门票收入。

期限卡收入测算方法：通过过往期限卡收入情况进行预测。迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月期限卡收入较去年同期的变动情况，为 21.40%，进而测算 2020 年 12 月的期限卡收入；

单次票收入测算方法：以单次票入园人数和单次票人均门票收入测算单次票收入。迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月单次票入园人数较去年同期的变动情况，为-8.86%；测算出 2020 年 12 月单次票人均门票收入较去年同期的变动情况，为-5.61%，进而测算 2020 年 12 月的单次票收入。

##### II 其他运营

其他运营包括恐龙主题商品销售和提供各类园区服务等。

其他运营收入测算方法：以入园人数总数和人均其他运营收入测算其他运营收入。期限卡入园人数与单次票入园人数加总，得到 2020 年 12 月入园人数总数；迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月人均其他运营收入较去年同期的变动情况，为-18.61%，进而测算 2020 年 12 月的其他运营收入。

#### ② 园区综合业务成本



园区综合业务成本包括折旧、摊销等约束性固定成本，人工、运营等酌量性固定成本和商品成本等变动成本。

约束性固定成本测算方法：约束性固定成本主要为园区内房产折旧、土地使用权摊销等。发行人 2020 年 12 月不会有新增的房产、土地等，且对应的折旧摊销方法不会变动，因此以 2020 年 11 月的折旧摊销金额 787.90 万元，作为 2020 年 12 月的约束性固定成本；

酌量性固定成本测算方法：酌量性固定成本主要为员工薪酬、园内运营成本等，该类固定成本与园区经营情况有一定的相关性。迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月酌量性固定成本较去年同期的变动情况，为-36.40%，进而测算 2020 年 12 月的酌量性固定成本。

变动成本测算方法：变动成本主要为园区内主题商品销售对应的成本等。以入园人数总数和人均变动成本测算变动成本。期限卡入园人数与单次票入园人数加总，得到 2020 年 12 月入园人数总数；迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月人均变动成本较去年同期的变动情况，分别为-21.90%，进而测算 2020 年 12 月的变动成本。

### ③ 园区综合业务毛利

以上述测算的园区综合业务收入减园区综合业务成本，得到预测期的园区综合业务毛利。

## 2) 创新创意服务

### ① 策划设计与咨询管理

根据发行人在手订单情况，预测策划设计与咨询管理业务的收入和成本，并计算策划设计与咨询管理业务毛利。

### ② 模块娱乐

迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月模块娱乐业务收入较去年同期的变动情况，为-8.57%，进而测算 2020 年 12 月的模块娱乐业务收入。

假设 2020 年 12 月模块娱乐业务毛利率与 2019 年同期模块娱乐业务毛利率一致，测算得到 2020 年 12 月的模块娱乐业务毛利。

### 3) 旅游配套服务

#### ①酒店业务

以酒店入住人数和人均酒店收入测算酒店业务收入。迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月酒店入住人数较去年同期的变动情况，为-5.72%；迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月人均酒店收入较去年同期的变动情况，为-24.69%，进而测算 2020 年 12 月的酒店业务收入。

假设 2020 年 12 月酒店业务毛利率与 2019 年同期酒店业务毛利率一致，测算得到 2020 年 12 月的酒店业务毛利。

#### ②旅行社业务

迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月旅行社业务收入较去年同期的变动情况，为-48.69%，进而测算 2020 年 12 月的旅行社业务收入。

假设 2020 年 12 月旅行社业务毛利率与 2019 年同期旅行社业务毛利率一致，测算得到 2020 年 12 月的旅行社业务毛利。

### (3) 期间费用测算

#### 1) 销售费用

迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月销售费用率较去年同期的变动情况，为-75.16%，进而测算 2020 年 12 月的销售费用。

#### 2) 管理费用

迭代加权平均的方式测算出 2020 年 12 月管理费用率较去年同期的变动情况，为-25.60%，进而测算 2020 年 12 月的管理费用。

#### 3) 财务费用

根据发行人已有借款情况和利率水平，测算 2020 年 12 月的财务费用为 32.90 万元。

### (4) 非经常性损益

根据发行人已在摊销的递延收益情况，测算 12 月的非经常性损益为 42.40 万元，扣除所得税影响为 31.80 万元，并假设全部归属于母公司股东。

(5) 少数股东损益

2020年1-9月的少数股东损益为-150.96万元,10月的少数股东权益为-9.86万元,11月的少数股东权益为-14.34万元,假设2020年12月的少数股东损益为1-9月少数股东损益的平均值,为-16.77万元。

(6) 其他项目

税金及附加、资产减值损失等项目总体影响金额较小,营业外收入及营业外支出具有不确定性,故本次业绩预测未考虑上述项目对利润的影响。

3、2020年业绩预测数据及主营业务持续经营能力分析

(1) 2020年上半年实际值与预测值比较

2020年上半年主要财务数据和经营数据实际值与预测值比较如下:

单位:万元、万人

项目	实际值	预测值	变动金额	变动比例
营业收入	11,022.77	11,031.56	-8.79	-0.08%
其中:园区综合业务	6,652.26	6,478.83	173.43	2.68%
创新创意服务	3,231.84	3,182.64	49.20	1.55%
旅游配套服务	1,012.21	1,298.54	-286.33	-22.05%
其他业务收入	126.46	71.55	54.91	76.73%
营业成本	14,330.10	13,979.83	350.27	2.51%
销售费用	1,232.87	1,227.67	5.20	0.42%
管理费用	1,964.16	1,930.15	34.01	1.76%
财务费用	157.44	157.44	-	-
净利润	-6,119.43	-5,654.62	-464.81	8.22%
入园人数	39.72	39.72	-	-

2020年上半年实际财务数据和经营数据与预测值不存在明显差异,发行人将选用1-11月实际数和12月的预测数的累加,重新对2020年全年业绩进行预测,上半年的预测值不会对全年业绩预测产生影响。

(2) 2020年业绩预测数据

2020年全年业绩预测数据如下:

单位：万元

项目 <sup>1</sup>	2020年1-9月	2020年10月	2020年11月	2020年12月	2020年度
营业收入	31,461.65	6,425.96	2,949.54	3,567.89	44,405.03
营业成本	24,999.82	2,690.17	2,342.70	4,251.66	34,284.35
销售费用	1,891.61	244.99	179.55	141.25	2,457.40
管理费用	2,844.95	273.85	330.31	1,020.67	4,469.78
财务费用	218.48	15.98	12.24	32.90	279.61
营业利润	1,936.65	3,200.97	146.89	-1,878.60	3,405.91
净利润	1,208.95	2,384.96	159.69	-1,408.95	2,344.65
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	701.43	2,355.99	125.51	-1,423.98	1,758.94

注1：2020年1-9月为经审计数据，2020年10月、11月为未经审计数据，2020年12月为预测数据。

根据本节“十、盈利能力分析”之“(九)业绩预测”之“1、业绩预测总体假设”和“2、具体测算方法及测算依据”，发行人2020年12月扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润为-1,423.98万元，全年扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润为1,758.94万元。

上述2020年业绩情况为公司初步测算数据，未编制盈利预测报告，不构成业绩承诺。

### (3) 发行人主营业务持续经营能力分析

2020年初，国内爆发新冠疫情。受此影响，发行人经营的中华恐龙园景区自2020年1月25日起临时闭园。随着新冠肺炎疫情逐步得到控制，并依据国家政策、防疫指南，中华恐龙园景区自2020年3月20日起恢复开园（3月20日起园区室外部分开放，5月16日起园区室内部分开放）。恢复开园后，发行人经营情况逐步向好，2020年1-9月营业收入为31,461.65万元，扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润为701.43万元，表明发行人主营业务持续经营能力良好。

目前国内新冠疫情控制稳定，结合10-11月的实际经营情况和12月的预计情况，四季度的营业收入为12,943.38万元，扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润为1,057.52万元。目前新冠疫情的态势已不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

#### 4 新冠疫情对发行人持续经营能力的影响

目前国内新冠疫情控制良好，疫情态势稳定，并未有集中性爆发的迹象或趋势，当前疫情状况不会对发行人的经营产生重大不利影响。

若新冠疫情反复或疫情影响持续扩大，出现集中性爆发的情况，“中华恐龙园”景区存在再次闭园的可能，会对发行人经营业绩产生一定影响，2020年度发行人业绩可能大幅下滑。但就目前的新冠疫情态势，该种可能性较小。

## 十一、财务状况分析

### （一）主要资产科目分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	24,021.34	17.87	23,794.93	17.11	24,455.94	18.59	14,197.90	11.82
非流动资产	110,420.24	82.13	115,307.41	82.89	107,091.29	81.41	105,916.98	88.18
合计	134,441.58	100	139,102.34	100	131,547.23	100	120,114.88	100

报告期内，公司资产总额呈现增长趋势，各期末非流动资产占资产总额的比例分别为88.18%、81.41%、82.89%和**82.13%**，是资产的主要构成部分。

#### 1、流动资产

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	15,478.85	64.44	17,639.98	74.13	18,214.21	74.48	10,395.22	73.22
应收票据	11.09	0.05	-	-	-	-	-	-
应收账款	4,647.55	19.35	1,670.26	7.02	1,832.75	7.49	980.00	6.90
预付款项	508.06	2.12	788.79	3.31	694.05	2.84	579.40	4.08
其他应收款	840.62	3.50	605.66	2.55	933.85	3.82	157.75	1.11
存货	2,275.62	9.47	2,537.61	10.66	2,435.93	9.96	1,574.30	11.09
其他流动资产	259.56	1.08	552.64	2.32	345.14	1.41	511.25	3.60
合计	24,021.34	100	23,794.93	100	24,455.94	100	14,197.90	100

公司的流动资产主要为货币资金、存货与应收账款，报告期各期末，上述科目合计占流动资产的比例分别为91.21%、91.93%、91.82%和**93.26%**。2018年末

流动资产较上年末增加 10,258.03 万元、增长 72.25%，主要系货币资金增加 7,818.99 万元所致。2020 年 9 月末，货币资金较上年末减少 2,161.13 万元、降低 12.25%，应收账款较上年末增加 2,977.29 万元、增长 178.25%，流动资产总额较上年末无明显变动。报告期各期末，公司流动资产结构未发生重大变化。

(1) 货币资金

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	61.90	0.40	79.53	0.45	89.09	0.49	123.47	1.19
银行存款	15,352.95	99.19	17,060.17	96.71	15,619.46	85.75	8,657.55	83.28
其他货币资金	64.00	0.41	500.28	2.84	2,505.66	13.76	1,614.20	15.53
合计	15,478.85	100	17,639.98	100	18,214.21	100	10,395.22	100

报告期各期末，货币资金金额分别为 10,395.22 万元、18,214.21 万元、17,639.98 万元和 15,478.85 万元。2018 年末货币资金较上年末增加 7,818.99 万元、增长 75.22%，主要系 2017 年底公司偿还了较多银行借款，导致 2017 年末货币资金金额相对较低所致。2020 年 9 月末，公司货币资金较上年末减少 2,161.13 万元，主要系公司受新冠疫情影响，园区业务收到的现金大幅减少导致。

从结构上来看，货币资金主要是银行存款，报告期各期末占货币资金比例分别为 83.28%、85.75%、96.71%和 99.19%，2019 年末及 2020 年 9 月末占比明显上升主要系其他货币资金较上年末明显下降。

公司其他货币资金包括银行承兑汇票保证金、旅游保证金和履约保函保证金，具体如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
银行承兑汇票保证金	-	420.28	2,485.66	1,594.20
旅游保证金	4.00	20.00	20.00	20.00
履约保函保证金	60.00	60.00	-	-
合计	64.00	500.28	2,505.66	1,614.20

银行承兑汇票保证金为向相关开户行办理银行承兑汇票缴纳的保证金。2017-2019 年度，公司采用银行承兑汇票的形式支付供应商款项，主要用于工程款

的支付。2020年1-9月，公司未发生大额工程款的结算，无新增银行承兑汇票，同时，2019年末的银行承兑汇票均于2020年9月30日前完成兑付，因此2020年9月末的银行承兑汇票保证金为零。

旅游保证金即旅游服务质量保证金，根据《旅游法》及《旅行社条例》的规定，由旅行社在指定银行缴存用于旅游服务质量赔偿支付和团队旅游者人身安全遇有危险时紧急救助费用垫付的资金。根据规定，2017-2019年度保证金为20万元；因新冠疫情影响，2020年3月，常州市文化广电和旅游局发布《关于暂退部分旅游服务质量保证金支持旅行社应对经营困难的通知》，决定暂退80%旅游保证金，公司的旅游保证金降为4万元。

履约保函保证金为杭州银泰购物中心物业租赁方及物业管理方要求公司子公司向银行申请履约保函而产生的保证金。2019年11月，公司子公司恐龙人模块文旅为履行与杭州银泰购物中心有限公司签订的《租赁合同》及与杭州银泰购物中心有限公司商业管理分公司签订的《商铺综合管理服务合同》，向中国工商银行股份有限公司常州新区支行申请出具的两份《履约保函》而缴纳的保证金，金额分别为45万元、15万元。因此，2019年末和2020年9月末，公司的履约保函保证金金额为60万元。

报告期各期末，发行人其他货币资金中银行承兑汇票保证金金额、应付票据金额及保证金比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
银行承兑汇票保证金	-	420.28	2,485.66	1,594.20
应付票据	-	1,050.70	2,485.66	1,594.20
保证金比例	-	40.00%	100%	100%

2017和2018年度，公司的银行承兑汇票的承兑人为中国农业银行常州新北支行承兑账户，保证金比例为100%；2019年度及2020年1-9月公司的银行承兑汇票的承兑人为兴业银行常州新北支行承兑账户，保证金比例为40%。报告期各期末，公司银行承兑汇票保证金占应付票据金额的比例均保持匹配。

## (2) 应收账款

单位：万元、次

项目	2020-09-30/ 2020年1-9月	2019-12-31/ 2019年	2018-12-31/ 2018年	2017-12-31/ 2017年
应收账款原值	5,129.56	1,844.83	1,962.23	1,037.76
减：应收账款坏账准备	482.01	174.58	129.47	57.76
账面价值	4,647.55	1,670.26	1,832.75	980.00
坏账准备计提比例	9.40%	9.46%	6.60%	5.57%
账面价值/流动资产	19.35%	7.02%	7.49%	6.90%
应收账款周转率	9.02	34.29	38.64	58.39

注 1：坏账准备计提比例=应收账款坏账准备/期末应收账款原值；

注 2：应收周转率=营业收入/期初期末应收账款原值平均值。

报告期各期末，应收账款账面价值分别为 980.00 万元、1,832.75 万元、1,670.26 万元和 4,647.55 万元，占期末流动资产比例分别为 6.90%、7.49%、7.02%和 19.35%。

## 1) 变动情况分析

单位：万元、%

项目	2020-09-30/ 2020年1-9月		2019-12-31/2019年		2018-12-31/2018年		2017-12-31/ 2017年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
应收账款原值	5,129.56	178.05	1,844.83	-5.98	1,962.23	89.08	1,037.76
营业收入	31,461.65	/	65,281.46	12.63	57,959.23	13.04	51,273.25
应收账款原值/营业收入	16.30		2.83		3.39		2.02

公司应收账款主要是创新创意服务中的应收项目款。由于公司收入来源主要是园区综合业务，创新创意服务收入占比相对较低，报告期内应收账款期末原值占同期营业收入的比例分别为 2.02%、3.39%、2.83%和 16.30%，应收账款及其波动对公司盈利能力影响较小。2020 年前三季度由于公司创新创意服务收入增长较大，导致应收账款原值增加，占收入的比例增高。

2018 年末，公司应收账款原值较上年末增加 924.47 万元、增长 89.08%，主要是兰州西部恐龙城项目、兰州水世界运管项目和郑州楚河汉界文化产业园项目形成。2019 年，部分款项收回后年末应收账款金额有所下降。2020 年 9 月末，公司应收账款原值较上年末增加 2,977.29 万元、增长 178.05%，主要是皂河龙运城项



目、商丘恐龙世界项目、荆州古城历史文化博览园项目及常州泰州“双城”灯会项目形成。

## 2) 主要应收账款分析

报告期各期末，公司前五大应收账款情况如下：

单位：万元、%

期末	客户名称	应收账款原值	占期末应收账款原值的比例
2020-09-30	捷宏润安工程顾问有限公司	1,697.24	33.09
	商丘市铁路投资有限公司	807.50	15.74
	湖北荆旅置业有限公司	317.60	6.19
	泰州市文化旅游发展集团有限公司	301.00	5.87
	甘肃丝绸之路文商旅游开发有限公司	295.80	5.77
	合计	3,419.14	66.66
2019-12-31	甘肃丝绸之路文商旅游开发有限公司	295.80	16.03
	上海红星美凯龙房地产集团有限公司	279.86	15.17
	连云港伊甸园文化发展有限公司	213.45	11.57
	湖北交投三江文旅康养发展有限公司	140.00	7.59
	三千文化旅游发展有限公司	130.00	7.05
	合计	1,059.11	57.41
2018-12-31	甘肃丝绸之路文商旅游开发有限公司	452.05	23.04
	河南天伦旅游集团有限公司	216.50	11.03
	江苏华源建筑设计研究院股份有限公司	158.72	8.09
	宿迁三台山旅游发展有限公司	151.15	7.70
	湖北交投宜昌城市发展有限公司	134.50	6.85
	合计	1,112.92	56.72
2017-12-31	支付宝（中国）网络技术有限公司	189.76	18.29
	河南天伦旅游集团有限公司	120.00	11.56
	南京同曦儿童文化产业有限公司	102.00	9.83
	儋州嘉伟投资有限公司	97.43	9.39
	泗洪县文化广电新闻出版局	72.60	7.00
	合计	581.79	56.06

注 1：对支付宝（中国）网络技术有限公司的应收账款主要系电商渠道支付宝到账、消费者未点击“确认收货”使得公司无法提现的金额。

注 2：上表客户如涉及同一实际控制人的，对应的应收账款原值计算了同一控制下主体的合计数。儋州嘉伟投资有限公司、儋州恒乐文化发展有限公司均受到恒大集团有限公司控制；郑

州市天伦主题乐园有限公司系河南天伦旅游集团有限公司全资子公司；甘肃西部恐龙水世界有限公司系甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司控股子公司；宿迁三台山景区管理有限公司、宿迁三台山旅游发展有限公司、江苏项王故里景区旅游发展有限公司均受到宿迁文化旅游发展集团有限公司控制。

公司应收账款集中度较高，各期末前五名应收账款原值合计占期末应收账款原值比例分比为 56.06%、56.72%、57.41%和 **66.66%**。2017 年末，第一大应收账款系电商渠道的支付宝未提现款项形成；2018 年、2019 年及 **2020 年 1-9 月**，前五大应收款均为创新创意服务形成的应收项目款。

**报告期各期末，前五大应收账款客户涉及的项目名称、收入金额、期末应收余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间、期后回款金额、超期未回款的原因如下表所示：**

单位：万元、%

客户名称	2020年1-9月/2020-09-30									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期未回款金额	期后回款金额	超期未回款的原因
捷宏润安工程顾问有限公司	皂河龙运城建筑方案设计项目	1,465.24	1,465.24	1年以内	28.56	1,382.30	586.10	586.10	880.80	对方的付款流程尚未完成审批流程，未实际付款
	皂河龙运城策划设计项目	240.00	96.00	1年以内	1.87	226.42	240.00	96.00	96.00	
	皂河龙运城规划设计项目	232.00	136.00	1年以内	2.65	218.87	92.80	-	43.20	不适用
小计		1,937.24	1,697.24		33.09	1,827.58	918.90	682.10	1,020.00	
商丘市铁路投资有限公司	商丘恐龙世界设备供货与安装项目	1,552.00	776.00	1年以内	15.13	1,428.52	1,086.40	310.40	310.40	对方的付款流程尚未完成审批流程，未实际付款
	商丘恐龙世界运营咨询管理服务项目	135.00	31.50	1年以内	0.61	29.72	-	-	-	不适用
小计		1,687.00	807.50		15.74	1,458.24	1,086.40	310.40	310.40	
湖北荆旅置业有限公司	荆州古城历史文化博览园修详及建筑方案设计项目	397.00	317.60	1年以内	6.19	374.53	238.20	158.80	-	对方的付款流程尚未完成审批流程，未实际付款
小计		397.00	317.60		6.19	374.53	238.20	158.80	-	
泰州市文化旅游发展集团有限公司	泰州双城灯会项目	231.00	231.00	1年以内	4.50	217.92	231.00	231.00	-	对方的付款流程尚未完成审批流程，未实际付款
	泰州文旅灯会环艺展品冠名项目	30.00	30.00	1年以内	0.58	28.30	30.00	30.00	-	
	泰州文旅灯会品牌推广项目	40.00	40.00	1年以内	0.78	37.74	40.00	40.00	-	
	泰州文旅培训项目	14.17	-	-	-	13.46	14.17	-	-	不适用

客户名称	2020年1-9月/2020-09-30									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期未回款金额	期后回款金额	超期未回款的原因
小计		315.17	301.00		5.87	297.43	315.17	301.00	-	
甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司	兰州水世界运管项目	400.00	225.00	1-2年	4.39	-	400.00	225.00	-	客户与当地政府洽谈项目扶持政策，陆地公园建设暂停，期后未全额回款
			50.00	2-3年	0.97	-		50.00	5.00	
	兰州西部恐龙园欢乐水世界主题装饰设计项目	208.00	20.80	3年以上	0.41	-	208.00	20.80	-	
小计		608.00	295.80		5.77	-	608.00	295.80	5.00	
合计		4,944.41	3,419.14		66.66	3,957.77	3,166.67	1,748.10	1,335.40	

注1：期后回款的截止时间为2020年11月30日；

注2：甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司2015年8月3日成立，注册资本1.6亿元，实缴资本1.6亿元，控股股东中房建投有限公司持有100%股权，实际控制人为胡建勇，恐龙园已经针对应收事宜与对方持续沟通中。

单位：万元、%

客户名称	2019年度/2019-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期未回款金额	期后回款金额	超期未回款的原因
甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司	兰州水世界运管项目	400.00	118.75	1年以内	6.44	112.03	400.00	118.75	-	客户与当地政府洽谈项目扶持政策，陆地公园建设暂停，期后未全额回款
			156.25	1-2年	8.47	-		156.25	5.00	
	兰州西部恐龙园欢乐水世界主题装饰设计项目	208.00	20.80	2-3年	1.13	-	208.00	20.80	-	
小计		608.00	295.80		16.03	112.03	608.00	295.80	5.00	

客户名称	2019年度/2019-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期末回款金额	期后回款金额	超期末回款的原因
上海红星美凯龙房地产集团有限公司	陵水度假酒店概念方案设计项目	238.00	95.20	1年以内	5.16	224.53	238.00	95.20	95.20	对方的付款流程尚未完成审批流程,已于期后全额回款
	天津海洋馆配套酒店建筑及室内概念方案设计项目	190.00	76.00	1年以内	4.12	179.25	190.00	76.00	76.00	
	长春梦享岛室内水乐园概念方案设计项目	148.00	148.00	1年以内	8.02	139.62	148.00	148.00	29.60	对方的付款流程尚未完成审批流程,期后未全额付款
	长春海洋公园建筑设计项目	208.50	-39.34	1年以内	-2.13					不适用
	天津中华恐龙园项目概念规划项目	700.00	-	-	-	660.38	700.00	-	-	不适用
	吉林星奇妙海洋公园建筑概念设计项目	200.00	-	-	-	188.68	200.00	-	-	不适用
	车董私家庄园建筑方案设计项目	40.00	-	-	-	37.74	40.00	-	-	不适用
小计		1,724.51	279.86		15.17	1,430.19	1,516.00	319.20	200.80	
连云港伊甸园文化发展有限公司	连云港伊甸园委托运营项目	330.00	180.00	1年以内	9.76	311.32	200.00	50.00	130.00	对方的付款流程尚未完成审批流程,已于期后全额回款
	连云港伊甸园镜子迷宫项目	66.90	33.45	1年以内	1.81	63.11	63.56	30.11	15.00	对方的付款流程尚未完成审批流程,期后未全额付款
	连云港伊甸园景区	15.00			-	10.61	13.00	-	-	不适用

客户名称	2019 年度/2019-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期末回款金额	期后回款金额	超期末回款的原因
	影片服务项目									
小计		411.90	213.45		11.57	385.05	276.56	80.11	145.00	
湖北交投三江文旅康养发展有限公司	宜都鲟龙湾文化旅游项目专项设计项目	280.00	140.00	1 年以内	7.59	264.15	280.00	140.00	126.00	对方的付款流程尚未完成审批流程，期后未全额付款
小计		280.00	140.00		7.59	264.15	280.00	140.00	126.00	
三千文化旅游发展有限公司	成都简阳中国科幻影视文旅产业园项目一期“天府一世界”项目可行性研究与策划及规划设计项目	260.00	130.00	1 年以内	7.05	245.28	260.00	130.00	-	对方的付款流程尚未完成审批流程，期后未实际付款
	中国科幻影视文旅产业园总体策划及规划咨询服务项目	30.00	-	-	-	28.3	30.00	-	-	不适用
小计		290.00	130.00		7.05	273.58	290.00	130.00	-	
合计		3,314.41	1,059.11		57.41	2,465.00	2,970.56	965.11	476.80	

注：期后回款的截止时间为 2020 年 11 月 30 日。

单位：万元、%

客户名称	2018 年度/2018-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期末回款金额	期后回款金额	超期末回款的原因

客户名称	2018年度/2018-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期未回款金额	期后回款金额	超期未回款的原因
甘肃丝绸之路文商旅开发有限公司	兰州西部恐龙城项目	550.00	275.00	1年以内	14.01	432.39	550.00	275.00	275.00	客户与当地政府洽谈项目扶持政策，陆地公园建设暂停，期后未全额回款
	兰州水世界运管项目	400.00	156.25	1年以内	7.96	277.12	400.00	156.25	5.00	
	兰州西部恐龙园欢乐水世界主题装饰设计项目	208.00	20.80	1-2年	1.06	-	208.00	20.80		
小计		1,158.00	452.05		23.04	709.51	1,158.00	452.05	280.00	
河南天伦旅游集团有限公司	郑州楚河汉界文化产业园项目	960.00	211.60	1年以内	10.78	905.83	960.00	211.60	211.60	鉴于项目涉及林地拆迁等事宜需要和政府部门进行沟通，经公司和客户友好协商，对于恐龙园现有工作成果进行收入确认，目前项目已经终止，期后已全额回款
	郑州恐龙主题酒店规划与建筑设计项目	260.00	199.91	1年以内	10.19	245.28	247.00	186.91	199.91	
	郑州中华恐龙园规划、单体方案、环艺景观及室内设计项目	2,190.00	-195.00	1年以内	-9.94	-	2,190.00			不适用
	河南天伦第二届楚河汉界世界棋王赛项目	89.57				84.50	89.57	-		不适用
小计		3,499.57	216.50		11.03	1,235.62	3,486.57	398.51	411.51	

客户名称	2018 年度/2018-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款 余额	账龄	占比	收入金额	合同约定 付款金额	超期未回款 金额	期后回款 金额	超期未回款的原因
江苏华源 建筑设计 研究院股 份有限公 司	大洋湾生态旅游景 区景观设计项目	63.90	61.96	1 年以内	3.16	60.28	63.90	61.96	61.96	对方的付款流程尚 未完成审批流程， 已于期后全额回款
	山水绿活旅游度假 区绿活小镇及水公 园方案项目	96.76	96.76	1 年以内	4.93	91.28	96.76	96.76	56.74	对方的付款流程尚 未完成审批流程， 期后未全额付款
小计		160.66	158.72		8.09	151.57	160.66	158.72	118.70	
宿迁三台 山旅游发 展有限公 司	宿迁项王故里委托 运营项目	330.00	67.50	1 年以内	3.44	309.67	262.50	-	67.50	不适用
	宿迁三台山委托运 营项目	448.27	79.50	1 年以内	4.05	420.54	368.77	-	79.50	不适用
	宿迁柘田村民宿内 装方案设计及商街 业态规划设计项目	29.20	2.75	1 年以内	0.14	-	29.20	2.75	2.75	不适用
	宿迁三台山柘田村 祠展项目	123.16	1.39	1 年以内	0.07	-	110.84	-	1.39	不适用
	《疯狂恐龙人》舞 台剧演出项目	2.85		-	-	2.69	2.85	-		不适用
	宿迁项王故里项目 三期概念方案及方 案设计项目	98.00		-	-	92.45	98.00	-		不适用
	宿迁英雄俱乐部项 目	36.00		-	-	33.96	36.00	-		不适用
小计		1,067.48	151.15		7.70	859.31	908.16	2.75	151.15	



客户名称	2018 年度/2018-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期未回款金额	期后回款金额	超期未回款的原因
湖北交投宜昌城市发展有限公司	湖北宜昌巴山金谷项目概念性规划项目	195.00	97.50	1 年以内		183.96	195.00	97.50	97.50	对方的付款流程尚未完成审批流程,已于期后全额回款
	湖北宜昌巴山金谷项目顾问咨询及策划项目	185.00	37.00	1 年以内		174.53	185.00	37.00	37.00	
小计		380.00	134.50		6.85	358.49	380.00	134.50	134.50	
合计		6,265.71	1,112.92		56.72	3,314.50	6,093.39	1,146.53	1,095.85	

注：期后回款时间截止 2020 年 11 月 30 日。

单位：万元、%

客户名称	2017 年度/2017-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期未回款金额	期后回款金额	超期未回款的原因
支付宝(中国)网络技术有限公司	购买门票等服务	不适用	189.76	1 年以内	18.29	不适用	不适用	不适用	189.76	不适用,支付宝的金额可随时提现
小计			189.76		18.29				189.76	
河南天伦旅游集团有限公司	郑州恐龙园概念策划设计项目	200.00	120.00	1 年以内	11.56	188.68	180.00	100.00	120.00	对方的付款流程尚未完成审批流程,已于期后全额回款
	郑州国学养生项目	240.00		-	-	226.42	240.00	-		不适用
小计		440.00	120.00		11.56	415.09	420.00	100.00	120.00	

客户名称	2017年度/2017-12-31									
	项目名称	合同金额	应收账款余额	账龄	占比	收入金额	合同约定付款金额	超期未回款金额	期后回款金额	超期未回款的原因
南京同曦儿童文化产业有限公司	同曦集团万尚恐龙园科技互动场馆项目	340.00	102.00	1年以内	9.83	308.37	323.00	85.00		公司与南京同曦儿童文化产业有限公司发生合同纠纷，因此未支付合同尾款。根据最新的南京市中级人民法院的二审判决书，判决公司胜诉
小计		340.00	102.00		9.83	308.37	323.00	85.00		
儋州嘉伟投资有限公司	海花岛童话主题乐园咨询服务项目	139.20	63.68	1年以内	6.14	63.68	139.20	63.68	32.83	期末尚有项目尾款未结清
	海花岛水上乐园咨询服务项目	135.00	33.75	1年以内	3.25	31.84	135.00	33.75	33.75	对方的付款流程尚未完成审批流程，已于期后全额回款
小计		274.20	97.43		9.39	95.52	274.20	97.43	66.58	
泗洪县文化广电新闻出版局	泗洪影院4D影片与衍生产品制作项目	242.00	72.60	1年以内	7.00	228.30	229.90	60.50	60.50	对方的付款流程尚未完成审批流程，已于期后全额回款
小计		242.00	72.60		7.00	228.30	229.90	60.50	60.50	
合计		1,296.20	581.79		56.06	1,047.29	1,247.10	342.93	436.84	

注：期后回款时间截止2020年11月30日。

报告期各期末，前五大应收账款客户的应收账款占期末应收账款的比例分别为56.06%、56.72%、57.41%和66.66%，前五大应收账款客户期后回款占相关应收账款的比例分别为75.09%、98.47%、45.02%和39.06%。2020年9月末，应收账款的形成主要系捷宏润

安工程顾问有限公司、商丘市铁路投资有限公司以及湖北荆旅置业有限公司的应收账款所致。其中，捷宏润安工程顾问有限公司已于期后回款 1,020 万元，占该公司期末应收账款的比例为 60.10%；商丘市铁路投资有限公司已于期后回款 310.40 万元，占该公司期末应收账款的比例为 38.44%；湖北荆旅置业有限公司为国有控股企业，信用良好，不存在重大违约风险。

截至 2020 年 11 月末，公司各期末应收账款余额的回款金额及比例如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应收账款金额	5,129.56	1,844.83	1,962.23	1,037.76
截至招股说明书签署日的回款金额	1,832.89	792.21	1,515.18	843.31
占比	35.73	42.94	77.22	81.26

截至 2020 年 11 月末，各期末应收账款的期后回款占比分别为 81.26%、77.22%、42.94%和 35.73%。报告期各期末，公司应收项目款的回款情况与合同约定时间存在一定差异，主要原因对方的付款流程尚未完成审批流程等。其中应收项目款金额较大的项目如下：

①2017-2019 年度，应收账款主要系兰州西部恐龙城项目、兰州水世界运管项目和郑州楚河汉界文化产业园项目形成。2019 年部分应收账款收回后，年末应收账款金额有所下降。

②2020 年 1-9 月，应收账款主要系 2020 年度新增的皂河龙运城建筑方案设计项目、商丘恐龙世界设备供货与安装项目以及荆州古城历史文化博览园建筑方案设计项目形成。截至本报告出具日，皂河龙运城建筑方案设计项目已于期后回款 1,020 万元，占项目期末应收账款的比例为 60.06%；商丘市铁路投资有限公司、湖北荆旅置业有限公司均为国有控股企业，信用良好，不存在重大违约风险。

### 3) 账龄结构分析

单位：万元、%

项目	2020-09-30			2019-12-31			2018-12-31			2017-12-31		
	金额	占比	预期信用损失	金额	占比	预期信用损失	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备
1 年以内	4,461.02	86.97	223.05	1,378.70	74.73	68.93	1,669.46	85.08	83.31	1,004.09	96.76	50.20
1-2 年	346.24	6.75	34.62	271.44	14.71	27.14	263.52	13.43	26.35	13.72	1.32	1.37
2-3 年	139.95	2.73	41.98	165.99	9.00	49.80	13.48	0.69	4.04	19.67	1.89	5.90
3 年以上	182.35	3.55	182.35	28.70	1.56	28.70	15.77	0.80	15.77	0.28	0.03	0.28
合计	5,129.56	100	482.01	1,844.83	100	174.58	1,962.23	100	129.47	1,037.76	100	57.76

公司应收账款以 1 年以内为主，账龄结构保持稳定。2018 年末，1 年以内应收账

款较上年末增加 665.37 万元，主要是兰州西部恐龙城项目、兰州水世界运管项目及郑州楚河汉界文化产业园项目形成的应收项目款；1-2 年应收账款较上年末增加 249.80 万元，系公司与南京同曦儿童文化产业有限公司因合同纠纷导致 102.00 万元项目款未能按期收回。根据江苏省南京市中级人民法院的二审判决书，判决南京同曦儿童文化产业有限公司向恐龙园文科支付合同款并承担违约金，同时支付合同第二期款项延迟付款违约金。2019 年末，随着部分项目款项的收回，1 年以内应收账款较上年末下降 290.76 万元。2020 年 9 月末，1 年以内应收账款原值较上年末增加 3,082.32 万元，主要是皂河龙运城项目、商丘恐龙世界项目、荆州古城历史文化博览园项目及常州泰州“双城”灯会项目形成的应收项目款。

2019 年末，公司 2-3 年账龄的应收账款对应的主要客户情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	应收账款金额
南京同曦儿童文化产业有限公司	102.00
儋州恒乐文化发展有限公司	30.85
甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司	20.80
泗洪县文化广电新闻出版局	12.10
合计	165.75

其中，2-3 年账龄的应收账款 2019 年大幅上升的原因系公司与南京同曦儿童文化产业有限公司因合同纠纷导致 102.00 万元项目款未能按期收回。目前，根据江苏省南京市中级人民法院的二审判决书，判决南京同曦儿童文化产业有限公司向恐龙园文科支付合同款并承担违约金，同时支付合同第二期款项延迟付款违约金。截至 2020 年 9 月 30 日，公司与南京同曦儿童文化产业有限公司涉及合同纠纷的 102.00 万元项目款的账龄为 3 年以上，已计提 100% 的坏账准备，坏账金额计提充分。儋州恒乐文化发展有限公司、甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司以及泗洪县文化广电新闻出版局系客户尚未及时回款所致。

对上述应收账款，公司均按照账龄及相应的比例计提了坏账准备或预期信用损失。

#### 4) 预期信用损失/坏账准备计提分析

##### ① 计提方式及金额

公司对应收账款的预期信用损失/坏账准备计提分为单项分析计提与按信用风险特征组合计提两种方式。报告期各期末，公司各类应收账款账面余额及占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	原值	占比	原值	占比	原值	占比	原值	占比
单项金额重大并单项计提预期信用损失/坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提预期信用损失/坏账准备的应收账款	5,129.56	100	1,844.83	100	1,962.23	100	1,037.76	100
单项金额不重大并单项计提预期信用损失/坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>5,129.56</b>	<b>100</b>	<b>1,844.83</b>	<b>100</b>	<b>1,962.23</b>	<b>100</b>	<b>1,037.76</b>	<b>100</b>

注：公司自2019年1月1日起执行《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》（财会〔2017〕第7号），对应收账款计提预期信用损失。2017及2018年，公司对应收账款计提坏账准备，下同。

报告期内，公司对各类应收账款的预期信用损失/坏账准备计提情况如下：

单位：万元、%

应收账款类型	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	预期信用损失金额	占比	预期信用损失金额	占比	坏账金额	占比	坏账金额	占比
单项金额重大并单项计提预期信用损失/坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提预期信用损失/坏账准备的应收账款	482.01	100	174.58	100	129.47	100	57.76	100
单项金额不重大并单项计提预期信用损失/坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-

应收账款类型	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	预期信用损失金额	占比	预期信用损失金额	占比	坏账金额	占比	坏账金额	占比
合计	482.01	100	174.58	100	129.47	100	57.76	100

报告期内，公司不存在单项金额重大并单项计提和单项金额不重大并单项计提的应收账款。报告期各期末，应收账款预期信用损失/坏账准备计提金额分别为 57.76 万元、129.47 万元、174.58 万元和 **482.01 万元**，占期末应收账款余额的比例分别为 5.57%、6.60%、9.46%和 **9.40%**，应收账款账龄结构及对应的预期信用损失/坏账准备计提情况详见上文“3）账龄结构分析”。

5) 各账龄段应收账款计提坏账准备的比例与同行业可比公司的差异情况

报告期内，公司与同行业可比公司的按照账龄分析法计提的坏账准备比例情况如下表所示：

账龄	华侨城 A	宋城演艺	大连圣亚	华强方特	恐龙园
3 个月以内(含 3 个月)	1-5%	5%	5%	0%	5%
3 个月-1 年(含 1 年)				5%	
1-2 年	3-10%	20%	10%	10%	10%
2-3 年	5-30%	30%	20%	30%	30%
3-4 年	5-100%	50%	50%	100%	100%
4-5 年		80%			
5 年以上		100%			

因此，公司的应收账款坏账计提政策与同行业可比公司相比较为谨慎，不存在计提比例明显低于同行业可比公司的情况。

(3) 预付款项

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	277.22	54.56	409.45	51.91	500.99	72.18	559.43	96.55
1-2 年	20.25	3.99	194.64	24.68	192.16	27.69	19.97	3.45
2-3 年	142.61	28.07	184.70	23.42	0.90	0.13	-	-

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
3年以上	67.98	13.38	-	-	-	-	-	-
合计	508.06	100	788.79	100	694.05	100	579.40	100

公司预付款项主要为预付的设计服务费、设备采购款等。报告期各期末，预付账款金额分别为 579.40 万元、694.05 万元、788.79 万元和 508.06 万元，占期末流动资产的比例分别为 4.08%、2.84%、3.31%和 2.12%，占比较低。从结构来看，预付款项账龄以 1 年以内为主，2018 年末及 2019 年末 1 年以上账龄预付款项占比提高，主要是预付部分创新创意服务项目供应商服务款所致。2020 年 9 月末，因郑州中华恐龙园设计外包项目终止，相关预付账款结转成本，导致公司预付供应商的服务款减少。

#### (4) 其他应收款

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金、保证金	399.95	39.91	301.70	41.00	224.96	21.07	69.62	29.24
备用金	57.12	5.70	49.54	6.73	39.29	3.68	51.06	21.45
往来款	147.84	14.75	115.80	15.74	803.54	75.25	117.40	49.31
上市费用	397.17	39.63	268.87	36.54	-	-	-	-
原值合计	1,002.08	100	735.91	100	1,067.80	100	238.07	100
预期信用损失/ 坏账准备	161.46	16.11	130.25	17.70	133.95	12.54	80.32	33.74
账面价值	840.62	83.89	605.66	82.30	933.85	87.46	157.75	66.26

报告期各期末，公司其他应收款期末账面价值分别为 157.75 万元、933.85 万元、605.66 万元和 840.62 万元，占流动资产比例分别为 1.11%、3.82%、2.55%和 3.50%，占比较低。公司采用单项分析计提与按信用风险特征组合计相结合的方式对其他应收款计提预期信用损失/坏账准备，报告期各期末分别计提预期信用损失/坏账损失 80.32 万元、133.95 万元、130.25 万元和 161.46 万元。

其他应收款主要是房屋租赁的押金保证金、备用金等。2018 年末其他应收款较上年末增加 829.73 万元，主要系恐龙人模块文旅对上海模块龙文化资金拆借 700 万元形成的往来款。2019 年 4 月起上海模块龙文化纳入合并范围，年末往来款余额相应降低。



2020年9月末,其他应收款增加266.17万元,主要系上市费用及押金、保证金增加。

### 1) 账龄结构分析

报告期各期末,公司其他应收款按账龄组合分析如下:

单位:万元、%

项目	2020-09-30			2019-12-31			2018-12-31			2017-12-31		
	原值	占比	预期信用损失	原值	占比	预期信用损失	原值	占比	坏账准备	原值	占比	坏账准备
1年以内	281.84	46.59	14.09	176.79	37.85	8.84	922.12	86.36	45.96	126.91	53.31	6.35
1-2年	170.82	28.24	17.08	171.00	36.61	17.10	47.77	4.47	4.78	31.05	13.04	3.11
2-3年	31.37	5.19	9.41	21.33	4.57	6.40	21.00	1.97	6.30	13.20	5.54	3.96
3年以上	120.88	19.98	120.88	97.92	20.96	97.92	76.92	7.20	76.92	66.92	28.11	66.92
合计	604.91	100	161.46	467.04	100	130.25	1,067.80	100	133.95	238.07	100	80.32

注:其他应收款中,上市费用不纳入账龄分析组合,不计提预计信用损失。

公司其他应收款账龄以2年以内为主。2018年末,1年以内其他应收款较上年末增加较多,主要系恐龙人模块文旅对上海模块龙文化资金拆借700万元形成往来款,2019年4月起上海模块龙文化纳入合并范围,因此2019年末1年以内其他应收款余额较上年末显著下降。2019年末,1-2年账龄其他应收款较上年末增加123.24万元,主要是上海恐龙人俱乐部的租赁押金、雨林区项目的工程担保保证金。2020年9月末,1年以内账龄其他应收款较上年末增加105.04万元,主要是增加向盐城市城镇化建设投资集团有限公司支付的押金、保证金。

### 2) 最近一期末主要其他应收款

2020年9月末,其他应收款前五名情况如下:

单位:万元、%

序号	内容/主体名称	款项性质	原值	占期末其他应收款原值的比例	账龄	预期信用损失
1	上市费用	上市费用	397.17	39.63	1年以内	-
2	上海金港北外滩置业有限公司	押金、保证金	81.00	8.08	1-2年	8.10
3	盐城市城镇化建设投资集团有限公司	押金、保证金	73.50	7.33	1年以内	3.68

序号	内容/主体名称	款项性质	原值	占期末其他应收款原值的比例	账龄	预期信用损失
4	张国忠	往来款	64.00	6.39	3年以上	64.00
5	常州市华迪工程担保有限公司	押金、保证金	22.83	3.94	1-2年	7.27
			16.61		2-3年	
合计		-	655.11	65.37	-	83.04

公司其他应收款集中度较高，2020年9月末前五名应收对象均为非关联方，款项性质主要是工程、物业租赁等业务的押金保证金。

### 3) 其他应收款中往来款的情况

#### ①其他应收款中往来款的性质

报告期各期末，公司的其他应收款中往来款的金额分别为 117.40 万元、803.54 万元、115.80 万元和 147.84 万元，具体分类如下：

单位：万元

项目	2020-9-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
往来借款	74.00	64.00	765.92	64.00
银行账户未提现款项	12.34	3.85	18.16	20.61
应收保险公司游客险	30.70	0.19	0.19	20.16
其他	30.80	47.76	19.27	12.63
合计	147.84	115.80	803.54	117.40

其中，其他应收款中往来款的金额较大，主要系 2018 年末包含恐龙人模块文旅向上海模块龙资金拆借形成的应收本金及利息合计 701.92 万元，2019 年 4 月起上海模块龙纳入发行人合并范围，上述资金拆借成为内部往来。

除此之外，往来款中不存在关联方非经营性占款，主要包括银行账户未提现款项、应收园区合作方租金、应收保险公司游客险等。

②应收张国忠的 64 万元账龄已超过 3 年的原因，张国忠是否为关联方，相关回款情况

2014 年 1 月，公司为在园区运营主业之外开拓创新创意业务，与系统集成行业资深从业人员张国忠、袁立鹏共同出资设立上海龙宣数字科技有限公司，注册资本为

300万元,其中公司出资金额为153万元,出资的比例为51%;张国忠出资金额为128.40万元,出资的比例为42.80%;袁立鹏出资金额为18.60万元,出资的比例为6.20%。由于张国忠的资金有限,公司向其借款87万元。2017年4月7日,张国忠向恐龙园归还借款23万元。截至招股说明书签署日,公司应收张国忠的64万元往来款系对方未全额归还出资借款所致。

根据《公司法》、《企业会计准则》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规及规范性文件的有关规定,张国忠不满足关联自然人的定义,不属于发行人关联方。

截至本招股说明书签署日,该笔应收款仍未回款,公司已经全额计提坏账准备,坏账准备计提充分。

#### (5) 存货

单位:万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料物资	943.97	41.48	682.70	26.90	581.53	23.87	456.42	28.99
库存商品	513.86	22.58	516.48	20.35	535.96	22.00	506.61	32.18
在产品	-	-	1,338.42	52.74	1,325.01	54.39	617.84	39.25
合同履约成本	817.79	35.94	-	-	-	-	-	-
减:库存商品跌价准备	-	-	-	-	6.57	0.27	6.57	0.42
合计	2,275.62	100	2,537.61	100	2,435.93	100	1,574.30	100

注:公司自2020年1月1日起执行新收入准则,将因合同履约发生的相关成本在“合同履约成本”核算。

报告期各期末,公司存货金额分别为1,574.30万元、2,435.93万元、2,537.61万元和2,275.62万元,占期末流动资产比例分别为11.09%、9.96%、10.66%和9.47%,各期存货周转率分别为18.49次、16.23次、15.35次和10.39次。

公司存货由库存商品、材料物资、在产品及合同履约成本构成。其中,库存商品主要包括外购的用于园区内销售的食品、玩具、礼品等;材料物资主要为维修配件、办公材料、消耗用品等;在产品主要系尚未完工的创新创意服务项目的相关成本。2018年末存货较上年末增加861.63万元、增长54.73%,主要系郑州中华恐龙园、兰州环

境 4D 影院等项目形成在产品，金额较上年末增加了 707.17 万元。2019 年末，存货金额及结构较上年末未发生明显变化。2020 年 9 月末，因郑州中华恐龙园项目终止，合同履行成本结转项目成本导致存货金额有所下降。

### 1) 不同库龄存货报告期内的金额及占比

公司的存货可分为库存商品、材料物资和在产品三大类。其中，库存商品主要包括外购的用于园区内销售的食物、玩具、礼品等；材料物资主要为维修配件、办公材料、消耗用品等；在产品主要系尚未完工的创新创意服务项目的相关成本。报告期各期末，公司的存货按照库龄划分的金额及占比情况如下：

单位：万元、%

存货类别	库龄	2020-9-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	1年以内	378.50	16.63	456.08	17.97	453.74	18.58	392.77	24.85
	1-2年	104.54	4.59	34.35	1.35	38.45	1.57	67.65	4.28
	2年以上	30.82	1.35	26.06	1.03	43.78	1.79	46.18	2.92
材料物资	1年以内	434.81	19.11	299.29	11.79	276.76	11.33	193.31	12.23
	1-2年	174.87	7.68	118.12	4.65	78.67	3.22	69.93	4.42
	2年以上	334.29	14.69	265.30	10.45	226.10	9.26	193.18	12.22
合同履行成本/ 在产品	1年以内	341.62	15.01	528.32	20.82	980.98	40.16	547.36	34.62
	1-2年	55.97	2.46	495.29	19.52	299.43	12.26	26.39	1.67
	2年以上	420.20	18.47	314.81	12.41	44.59	1.83	44.09	2.79
合计		2,275.62	100	2,537.61	100	2,442.50	100	1,580.87	100

注：公司的库存商品、材料物资和在产品均按照账面余额列示。

报告期各期末，公司一年以内的存货金额分别为 1,133.44 万元、1,711.48 万元、1,283.68 万元和 1,154.94 万元，占当期末存货的金额比例分别为 71.70%、70.07%、50.59%和 50.75%。其中，2019 年末一年以内的存货金额及占比下滑，主要系公司的郑州恐龙园文科类方案设计项目尚未完工，在产品的库龄变更为一年以上所致；2020 年 9 月末一年以内的存货金额及占比下滑，主要系甘肃 4D 影院项目尚未完工，在产品的库龄变更为一年以上所致。

## 2) 存货的采购周期、销售模式和供货周期

采购周期一般是指采购方决定订货并下订单、供应商确认、订单处理、制定生产计划、原料采购、质量检验以及发运的整个周期时间，供货周期一般是指接受订单至货物到达采购方所要求地的时间。

公司的存货中，在产品为尚未完工的创新创意服务项目的相关成本，不适用采购周期和供货周期的概念；库存商品主要为食品、玩具、礼品，种类繁多，主要在园区内零售，入园游客根据需求现场购买，无供货周期，其中常规商品采购周期一般为2个月，定制产品采购周期一般为2-3个月；材料物资主要为设备维修配件、办公材料、消耗用品等，非用于销售，无固定的采购周期，不适用供货周期概念。

公司库存商品的周转天数情况如下：

存货类别	周转天数			
	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
库存商品	99.58	53.91	64.16	70.85

注：周转天数=360天/销售（制作）成本×（存货期初余额+存货期末余额）/2，其中2020年1-9月的采购周期已进行年化处理。

报告期内，库存商品的存货周转天数分别为70.85天、64.16天、53.91天和99.58天。在公司库存商品余额保持稳定的情况下，2017-2019年度随着园区商品销售收入的增加，库存商品的周转率提升；2020年1-9月存货周转天数上升，主要原因为受新冠疫情影响，“中华恐龙园”于2020年1月25日至3月20日闭园，园区入园游客减少，商品销售收入减少，库存商品的存货周转率下降。

## 3) 各期末存货余额逐年增长的原因

报告期各期末，公司存货余额情况如下：

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料物资	943.97	41.48	682.70	26.90	581.53	23.87	456.42	28.99
库存商品	513.86	22.58	516.48	20.35	535.96	22.00	506.61	32.18
合同履行成本/在产品	817.79	35.94	1,338.42	52.74	1,325.01	54.39	617.84	39.25

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
减：库存商品跌价准备	-	-	-	-	6.57	0.27	6.57	0.42
合计	2,275.62	100.00	2,537.61	100.00	2,435.93	100.00	1,574.30	100.00

注：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将因合同履行发生的相关成本在“合同履行成本”核算。

公司存货余额变动主要受在产品 and 材料物资余额变动的影响。

报告期各期末，公司的在产品为尚未完成的创新创意服务项目的投入成本，需要待项目完工验收后才能结转成本。2018 和 2019 年末在产品的金额较大，主要系郑州中华恐龙园、兰州环境 4D 影院等创新创意服务项目尚未确认收入，相关的投入成本记入在产品科目所致。2020 年 9 月末，在产品的金额较 2019 年末大幅下降，主要系郑州中华恐龙园创新创意服务项目终止，按照会计准则的规定，根据项目的进展情况对于相关收入进行确认，对应的在产品金额结转至项目成本。

公司的材料物资大部分为园区设备提供维修配件、办公材料、消耗用品等，报告期内材料物资的金额逐年增加，主要系报告期内公司增加了园区设备进口配件的采购金额。2020 年 9 月末的材料物资金额较 2019 年末存在较大金额增长，主要系 2020 年 1-9 月公司向常州大华进出口（集团）有限公司采购了金额为 565.63 万元的进口配件等产品，尚未投入园区设备的维修所致。

因此，各报告期的存货余额增长具有其合理性。

#### 4) 材料物资采购量、使用量与期末库存量、库存金额的匹配性

报告期内，公司的材料物资采购、使用与期末库存的数量、金额情况如下：

单位：万件、万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
期初存货	209.46	682.70	103.47	581.53	119.63	456.42	176.28	440.08
当期采购	282.55	1,129.88	923.69	2,195.76	513.56	1,807.61	689.42	1,471.07
当期使用	309.83	868.61	817.70	2,094.59	529.72	1,682.50	746.07	1,454.73
期末存货	182.18	943.97	209.46	682.70	103.47	581.53	119.63	456.42

报告期各期末，公司的材料物资采购、使用与期末库存的数量、金额均和 ERP 系

统的数据保持一致，且报告期各期材料物资采购、使用的数量和金额相近。2020年9月末材料物资的期末存货的数量和金额较大，主要系2020年1-9月公司向常州大华进出口（集团）有限公司采购了金额为565.63万元的进口配件等产品，用于园区内4D过山车、通天塔等游乐设备的维修，一般在经营淡季进行维修，因此尚未使用。

5) 产成品的期后出库情况

报告期内，公司的存货科目未设立“产成品”二级科目，公司的创新创意服务项目在符合收入确认的条件时，确认相关收入，并将存货中“在产品”的对应项目金额结转为成本，确保创新创意服务项目收入、成本的真实、准确、完整。

报告期各期末，在产品（合同履行成本）的期末余额以及期后结转金额如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
期末余额	817.79	1,338.42	1,325.01	617.84
期后结转金额	36.12	806.67	904.81	304.84

注：公司自2020年1月1日起执行新收入准则，将因合同履行发生的相关成本通过合同履行成本核算。2020年9月末的在产品已包括合同履行成本。期后结转的截止时间为2020年11月30日。

2017-2019年末，在产品的期后结转金额分别为304.84万元、904.81万元和806.67万元，为报告期各期末创新创意服务业务于期后确认收入、结转成本所致。其中2019年末的在产品期后结转金额较大，主要系郑州中华恐龙园创新创意服务项目终止，按照会计准则的相关规定，根据项目的进展情况对于相关收入进行确认，对应的在产品金额于2020年1-9月结转至项目成本所致。

6) 存货跌价准备的计提方法

报告期内，公司存货按照不同跌价准备的计提方法如下：

项目	计提依据
在产品/材料物资	按照在产品/材料物资的可变现净值与账面成本进行比较，判断是否需要计提存货跌价准备。在产品/材料物资的可变现净值按所生产的产成品的估计售价/合同金额减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定
库存商品	按照库存商品的可变现净值与账面成本进行比较，判断是否需要计提存货跌价准备。库存商品的变现净值按该产成品的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定

注：发行人材料物资为主要是设备的维护配件，用于相应设备维修中，并不用于对外销售。

7) 减值测试的具体过程，存货跌价准备计提金额较低或不计提的原因及合理性  
公司于每年末进行存货减值测试。报告期各期末，公司存货的减值测试过程如下：

单位：万元

存货类别	时间	存货余额	可变现净值	减值金额
材料物资	2020-09-30	943.97	不适用	不适用
	2019-12-31	682.70		
	2018-12-31	581.53		
	2017-12-31	456.42		
库存商品	2020-09-30	513.86	1,675.84	无
	2019-12-31	516.48	1,715.84	无
	2018-12-31	535.96	1,823.11	6.57
	2017-12-31	506.61	2,050.21	6.57
合同履约成本/在产品	2020-09-30	817.79	1,380.12	无
	2019-12-31	1,338.42	2,342.38	无
	2018-12-31	1,325.01	2,140.32	无
	2017-12-31	617.84	956.59	无

公司库存商品主要是园区内销售的各类礼品，耐存储且跌价风险较低，经测试各期末未发生减值或较大减值情形，报告期计提金额较低或不计提具有合理性。

公司的材料物资主要为设备的维护配件，用于相应设备维修中，并不用于对外销售，且相应的维修设备在报告期各期末未发生减值的情况，因此报告期内未计提存货跌价准备。

公司的在产品/合同履约成本为未完工的创新创意业务产生的成本，由于对应项目的合同金额大于在产品金额，公司未对在产品计提跌价损失。

因此，公司的存货跌价准备计提金额较低具有合理性。

#### (6) 其他流动资产

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
待抵扣增值税/待认证增值税	220.11	84.80	341.45	61.79	277.05	80.27	180.88	35.38



项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
待摊房租	35.19	13.56	188.98	34.20	35.20	10.20	8.13	1.59
待摊保险	4.26	1.64	22.20	4.02	32.90	9.53	29.25	5.72
预缴所得税	-	-	-	-	-	-	292.99	57.31
合计	259.56	100	552.64	100	345.14	100	511.25	100

报告期各期末，其他流动资产金额分别为 511.25 万元、345.14 万元、552.64 万元和 259.56 万元，占期末流动资产比例分别为 3.60%、1.41%、2.32%和 1.08%，占比较低。其他流动资产主要包括待抵扣增值税/待认证增值税、待摊房租等。2019 年末，待摊房租较上年末增加 153.78 万元，主要是因为新开杭州恐龙人俱乐部使得房屋租赁相应增加。

## 2、非流动资产

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	95,254.16	86.27	98,991.23	85.85	90,487.99	84.50	91,703.88	86.58
在建工程	1,298.81	1.18	1,273.46	1.10	3,000.93	2.80	1,384.82	1.31
无形资产	6,100.23	5.52	6,319.87	5.48	6,665.09	6.22	7,189.27	6.79
长摊待摊费用	6,444.49	5.84	6,636.27	5.76	4,686.31	4.38	3,655.63	3.45
递延所得税资产	1,322.55	1.20	1,285.36	1.11	1,209.63	1.13	1,113.88	1.05
其他非流动资产	-	-	801.22	0.69	1,041.34	0.97	869.51	0.82
合计	110,420.24	100	115,307.41	100	107,091.29	100	105,916.98	100

公司的非流动资产主要为固定资产、无形资产和长期待摊费用，报告期各期末，上述科目合计占非流动资产的比例分别为 96.82%、95.10%、97.09%和 97.63%。2018 年末及 2019 年末，非流动资产较上年末分别增加 1,174.31 万元、8,216.12 万元，增长率分别为 1.11%、7.67%；2020 年 9 月末非流动资产较上年末减少 4,887.17 万元，减少 4.24%。非流动资产增加主要与固定资产变化有关。

### (1) 固定资产

#### 1) 固定资产构成及变动分析

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋建筑物	55,551.96	58.32	56,660.97	57.24	50,925.47	56.28	52,487.25	57.24
机器设备	34,882.99	36.62	37,126.47	37.50	35,481.15	39.21	36,101.14	39.37
运输设备	81.90	0.09	105.59	0.11	85.63	0.09	104.00	0.11
其他设备	4,737.31	4.97	5,098.20	5.15	3,995.75	4.42	3,011.48	3.28
合计	95,254.16	100	98,991.23	100	90,487.99	100	91,703.88	100

公司固定资产包括房屋建筑物、机器设备、运输设备及其他设备，报告期各期末固定资产金额分别为 91,703.88 万元、90,487.99 万元、98,991.23 万元和 **95,254.16 万元**，占期末非流动资产比例分别为 86.58%、84.50%、85.85%和 **86.27%**，是非流动资产的主要组成部分。

公司的房屋建筑物主要为园区内的建筑物、附属及构筑物；机器设备主要为园区内各类游乐设备；运输设备主要为车辆；其他设备主要为供电设备、办公设备等。报告期内，公司固定资产金额一直保持较为稳定的状态。由于公司非生产型企业，为保持对游客的持续吸引力，公司会根据资产的使用状况对相关资产进行升级和改扩建，在公司没有进行较大改造升级的情况下，固定资产账面价值保持较为平稳状态。2019 年末，固定资产较上年末增加 8,503.24 万元、增长 9.40%，主要系雨林区改造项目完工转固所致。

2018 年末，固定资产金额及构成与上年末基本一致。2019 年末，固定资产较上年末增加 8,503.24 万元、增长 9.40%，主要系雨林区改造项目完工转固所致。报告期内，各年度因在建工程转固增加的固定资产原值分别为 4,782.89 万元、5,058.55 万元、14,296.20 万元和 **979.36 万元**。

## 2) 固定资产原值及累计折旧

单位：万元

项目	2020-09-30		
	原值	累计折旧	账面价值
房屋建筑物	91,184.20	35,632.23	55,551.96
机器设备	62,110.36	27,227.37	34,882.99
运输设备	431.59	349.70	81.90

其他设备	16,309.98	11,572.67	4,737.31
合计	170,036.13	74,781.97	95,254.16
项目	2019-12-31		
	原值	累计折旧	账面价值
房屋建筑物	89,021.56	32,360.59	56,660.97
机器设备	61,795.36	24,668.89	37,126.47
运输设备	437.62	332.03	105.59
其他设备	15,850.17	10,751.97	5,098.20
合计	167,104.70	68,113.48	98,991.23
项目	2018-12-31		
	原值	累计折旧	账面价值
房屋建筑物	79,489.91	28,564.44	50,925.47
机器设备	57,204.97	21,723.83	35,481.15
运输设备	407.35	321.73	85.63
其他设备	13,855.85	9,860.09	3,995.75
合计	150,958.08	60,470.09	90,487.99
项目	2017-12-31		
	原值	累计折旧	账面价值
房屋建筑物	77,497.66	25,010.41	52,487.25
机器设备	56,375.13	20,273.99	36,101.14
运输设备	581.35	477.35	104.00
其他设备	13,938.26	10,926.77	3,011.48
合计	148,392.39	56,688.52	91,703.88

报告期各期末，公司已提足折旧而尚在使用的固定资产原值分别为 10,253.08 万元、8,860.23 万元、9,627.68 万元和 17,660.97 万元，账面净值分别为 512.90 万元、443.01 万元、481.38 万元和 883.05 万元。

报告期内，公司固定资产不存在减值的情形。

### 3) 原值 500 万元以上固定资产的新增情况

#### ①2017 年度，原值 500 万元以上固定资产的新增情况

单位：万元

序号	资产名称	购入时间	购入原值	账面价值	供应商	增加原因
----	------	------	------	------	-----	------

序号	资产名称	购入时间	购入原值	账面价值	供应商	增加原因
1	水世界造浪池及设备房	2017-06-30	1,446.92	1,412.55	常州市通润建设工程有限公司	水世界二期改造
2	水世界漂流河及设备房	2017-06-30	1,197.60	1,169.15		
3	水世界二期改造道路	2017-06-30	819.34	799.97		

注：固定资产的购入原值为当年确认的固定资产新增金额，账面价值为当期末固定资产的账面价值。

#### ②2018年度，原值500万元以上固定资产的新增情况

单位：万元

序号	资产名称	购入时间	购入原值	账面价值	供应商	增加原因
1	马戏团（舞动极限）	2018-07-31	606.16	582.06	温州南方游乐设备工程有限公司	园区改扩建
2	超炫过山车（超能过山车）	2018-07-31	515.07	494.68	中山市金马科技娱乐设备股份有限公司	
3	布鲁克林道路	2018-07-31	679.45	666.40	江苏溧阳城建集团有限公司、常州市新主题景观艺术有限公司	

注：固定资产的购入原值为当年确认的固定资产新增金额，账面价值为当期末固定资产的账面价值。

#### ③2019年，原值500万元以上固定资产的新增情况

单位：万元

序号	资产名称	购入时间	购入原值	账面价值	供应商	增加原因
1	基因研究中心-主演区系统	2019-07-30	2,774.83	2,660.24	上海合昊机电科技有限公司	园区改扩建
2	基因研究中心-特效区控制系统	2019-07-30	504.40	484.27	天津文旅科技有限公司	
3	基因研究中心-上下客区及商店	2019-07-30	2,280.66	2,235.62	江苏无锡二建建设集团有限公司、常泰建设集团有限公司	
4	基因研究中心-表演区及配套设施	2019-07-30	2,558.71	2,508.17		
5	雨林区道路及环艺	2019-07-30	4,377.52	4,288.09		

报告期内，公司新增的原值在500万元以上的固定资产均位于“中华恐龙园”园区内，系为丰富游客体验、提升游客满意度而进行的园区游乐设施改扩建而新增。

#### 4) 原值500万元以上固定资产的减少情况

报告期内公司原值 500 万元以上固定资产的减少情况如下：

单位：万元

序号	资产名称	购入时间	处置时间	购入原值	账面价值	供应商	处置原因
1	鲁乐全彩激光设备	2002-04-01	2017-9-30	593.81	158.97	SUPER78, Inc	设备更新换代

报告期内，公司处置的原值在 500 万元以上的固定资产系设备的更新换代需要，处置时对应的固定资产账面价值较小。

#### 5) 2019 年运输设备和其他设备账面价值增长的原因

原申报材料中，公司 2019 年运输设备账面原值较 2018 年增长 1,400.42 万元，主要原因系公司误将雨林区项目改建购置的 6 辆专用电动智能观览车列入运输设备分类，对应固定资产原值为 1,370.15 万元。电动智能观览车属于特种设备，2019 年和 2020 年 1-9 月公司实际按机器设备折旧年限（10 年）进行折旧，现将其调整进入机器设备分类不会导致报告期财务报表数据发生变化，仅涉及固定资产二级科目的列报调整。

公司 2019 年其他设备账面原值较 2018 年增长 1,994.32 万元，主要系 2019 年园区新增花车玻璃钢定制、风冷热泵机组、多种类机械硅胶恐龙等游乐配套设施 639 万元，以及公司子公司恐龙人模块文旅收购上海模块龙文化发展有限公司增加其他设备账面原值 535 万元所致。2019 年新增原值在 100 万元以上的其他设备情况如下：

单位：万元

所属项目	资产名称	购入时间	购入原值	2019 年末账面价值
园区游乐配套设施	定制玻璃钢花车	2019-07-29	183.49	168.96
	天加旋涡式风冷热泵机组	2019-01-31	110.55	100.92
	多种类机械仿真昆虫及恐龙	2019-08-30	497.17	465.68
上海模块龙文化	生命起源环幕影院设备	2019-01-31	202.17	167.00
小计			993.38	902.56

#### 6) 固定资产变化情况与发行人经营规模的匹配性

报告期内，公司的固定资产账面价值与发行人经营情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30/ 2020年1-9月	2019-12-31/ 2019年度	2018-12-31/ 2018年度	2017-12-31/ 2017年度
固定资产	95,254.16	98,991.23	90,487.99	91,703.88
营业收入	31,461.65	65,281.46	57,959.23	51,273.25
固定资产周转率	0.32	0.69	0.64	0.55

注：固定资产周转率=营业收入/固定资产平均净值，固定资产平均净值=(固定资产期初净值+固定资产期末净值)/2。

公司为持续保持园区及模块娱乐等业务对游客的持续吸引力，会根据资产使用情况对相关资产进行升级和改扩建，导致固定资产账面价值增加；公司各项固定资产在使用年限内按照会计政策计提折旧，该因素会导致固定资产账面价值减少。公司的营业收入规模与固定资产规模不存在必然的直接线性相关关系。

公司2019年末固定资产较上年末增加8,503.24万元、增长9.40%，主要系“中华恐龙园”雨林区改造项目完工转固所致。2017-2019年，公司营业收入逐年增长，2019年末固定资产较2017年末呈增长趋势，整体固定资产变化情况与经营规模相匹配。2020年1-9月，公司固定资产周转率下降，主要系受新冠疫情影响，人员跨区、跨省出行旅游受限，公司营业收入减少所致。

#### 7) 固定资产减值准备政策

报告期内，公司固定资产减值准备政策为：公司于每一资产负债表日对固定资产进行检查，当存在减值迹象时，公司进行减值测试。减值测试后，若该资产的账面价值超过其可收回金额，其差额确认为减值损失，固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

#### 8) 固定资产减值迹象判断

##### ①公司分类产品毛利率

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
园区综合业务	16.92%	43.80%	44.78%	46.55%
策划设计及咨询管理	26.28%	31.83%	46.36%	37.00%
旅游配套服务	18.53%	29.64%	25.88%	35.50%
综合毛利率	19.83%	41.23%	43.38%	44.51%

2017-2019年度，公司分类产品的毛利率基本稳定（尤其是园区综合业务），2020

年1-9月，公司受新冠疫情影响，收入规模大幅下降导致毛利下降，但仍为正数，故固定资产不存在减值迹象。

### ②公司固定资产分类成新率

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
房屋建筑物	60.92%	63.65%	64.07%	67.73%
机器设备	56.16%	60.08%	62.02%	64.04%
其他设备	29.05%	32.16%	28.84%	21.61%
运输设备	18.98%	24.13%	21.02%	17.89%
合计	56.02%	59.24%	59.94%	61.80%

报告期各期末，公司固定资产的成新率分别为61.80%、59.94%、59.24%和56.02%，成新率较高。

### ③公司固定资产盘点情况

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31	是否闲置
房屋建筑物	89.23%	91.72%	98.79%	96.27%	否
机器设备	91.73%	95.61%	98.61%	94.04%	否
其他设备	24.38%	23.18%	61.99%	23.95%	否
运输设备	1.23%	16.50%	9.82%	10.32%	否
合计	83.70%	86.46%	95.10%	88.29%	否

报告期内，公司固定资产使用状况良好，不存在闲置情况。

综上所述，报告期内，发行人固定资产成新率高、使用状况良好、未发生闲置，并能持续带来经济效益；同时，结合发行人固定资产检查时的各类资产市场价值、经营环境、同期市场利率等外部因素，未出现影响资产价格大幅下跌的因素。因此，公司固定资产不存在减值迹象，报告期内未计提减值准备。

### 9) 机器设备的计价和会计核算情况

报告期内，公司对于机器设备计价和会计核算的方法如下：

机器设备计价原则	机器设备会计核算方法
初始计量按照机器设备成本计价。公司对机器设备按照外购成本，包括购买价款、相关税费、机器设备达到可使用状态前所发生的可归属于	公司通过“在建工程”、“固定资产”以及“累计折旧”等科目对于机器设备进行会计核算。后续支出，不符合固定资产确认条件的，计入

机器设备计价原则	机器设备会计核算方法
该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等进行计价。 后续计量包括在机器设备的使用寿命内，按年限平均法对折旧的计提、减值损失的确定、后续支出的计价。	当期费用；符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本，同时将被替换部分的账面价值扣除。

报告期内，公司的机器设备计价和会计核算均符合企业会计准则的规定，会计核算金额准确。

#### 10) 不同类别固定资产的具体折旧年限

报告期内，公司对于不同类别固定资产具体折旧年限如下：

单位：年、%

序号	类别	折旧年限	预计残值率	年折旧率
1	房屋及建筑物	10-40	5	9.500-2.375
2	机器设备	8-20	5	11.875-4.750
3	其他设备	5-20	5	19.000-4.750
4	运输设备	5	5	19.000

公司的房屋建筑物主要为园区内的建筑物、附属及构筑物，其中主体建筑的折旧年限为 40 年，配套及辅助用房的折旧年限为 20 年，道路、管线及相关构筑物等折旧年限为 20 年，简易用房、围墙等其他构筑物折旧年限为 10 年；

机器设备主要为园区内各类游乐设备。发行人按性质将游乐设备分为大型、中型及小型，根据厂商游乐设备的设计使用年限、特种设备鉴定使用年限，确定大型设备折旧年限为 20 年，中型为 10 年，小型为 8 年；

其他设备主要为供电设备、办公设备以及科普展览用标本化石等，其中供电设备折旧年限 20 年，办公及电子设备折旧年限 5 年，科普展览用标本化石折旧年限 10 年；

运输设备主要为通用车辆，折旧年限为 5 年。

#### 11) 不同类别固定资产的折旧年限与同行业公司对比

国内使用相同或相似设备且披露公开信息的主题乐园包括华侨城旗下的欢乐谷、世界之窗、玛雅水公园等乐园；国外使用相同或相似设备且披露公开信息的主题公园包括美国著名的主题乐园运营商六旗集团（Six Flags Entertainment Corp）以及迪士尼集团（WALT DISNEY CO）下属的迪士尼乐园。公司不同类别固定资产的折旧年限



与同行业公司相比的情况如下：

① 同行业可比公司情况

A、华侨城（股票代码 000069）

根据华侨城 2019 年度报告，其固定资产折旧政策如下：

单位：年

资产类别	折旧年限
房屋及建筑物	5-40
机器设备	5-30
运输设备	2-10
电子设备	3-10
其他设备	3-40

资料来源：巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）

B、六旗集团（股票代码 SIX）

根据六旗集团 2019 年度报告，其固定资产折旧政策如下：

单位：年

资产类别	折旧年限
游乐设施和项目 (Rides and attractions)	5-25
土地改良 (Land improvements)	10-15
房屋建筑物 (Buildings and improvements)	30
家具和其他设备 (Furniture and equipment)	5-10

资料来源：美国证券交易委员会网站

C、迪士尼集团（股票代码 DIS）

根据迪士尼集团 2019 年度报告，其固定资产折旧政策如下：

单位：年

资产类别	折旧年限
游乐项目、房屋建筑物 (Attractions、Buildings and improvements )	20-40
租赁资产改良 (Leasehold improvements)	资产寿命或剩余租赁期限孰低
土地改良 (Land improvements)	20-40
家具、固定装置和设备 (Furniture, fixtures and equipment)	3-25

资料来源：美国证券交易委员会网站

注：迪士尼集团 2017 年年报游乐项目和房屋建筑物分开列示，其中游乐项目折旧年限 25-40 年，房屋建筑物折旧年限 20-40 年。

六旗集团和迪士尼集团的游乐设施和房屋建筑物的折旧年限相对较高，且六旗集团下属的六旗魔术山乐园拥有与公司相同的 4D 过山车设备，其折旧年限的与公司具有更大的可比性。六旗集团游乐设施的最高折旧年限为 25 年，公司最高折旧年限为 20 年，不存在重大差异。

## ②公司固定资产折旧年限与可比公司对比情况

报告期内，公司固定资产折旧年限与可比公司对比情况如下：

单位：年

公司名称	房屋及建筑物	机器设备（游乐设施和项目）	其他设备	运输设备
华侨城	5-40	5-30	3-40	2-10
六旗集团	30	5-25	5-10	5-10
迪士尼	20-40	20-40	3-25	3-25
发行人	10-40	8-20	5-20	5

因此，公司固定资产折旧年限与可比公司相比不存在重大差异。

## （2）在建工程

报告期各期末，公司各项在建工程的期末账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
雨林区改造项目	-	-	2,141.18	551.17
水世界滑道工程	-	-	26.49	-
穿越侏罗纪改造项目	-	-	-	22.65
机器恐龙及超感体验项目	706.38	706.38	706.38	676.34
通天塔改良项目	-	242.90	-	-
杭州恐龙人俱乐部项目	-	72.21	-	-
恐龙探索营地项目	51.70	47.65	-	-
中华恐龙园脱口秀	-	-	42.86	-
库克苏克魔幻剧场项目	-	-	-	79.85
疯狂恐龙人区项目	-	-	-	14.51
鬼屋一体化项目	383.03	-	-	-
小程序软件	-	-	-	-

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
水公园入口改造	-	-	-	-
零星工程	157.70	204.32	84.02	40.29
合计	1,298.81	1,273.46	3,000.93	1,384.82

报告期各期末，在建工程账面金额分别为 1,384.82 万元、3,000.93 万元、1,273.46 万元和 1,298.81 万元，占期末非流动资产的比例分别为 1.31%、2.80%、1.10%和 1.18%，占比较低。上述在建工程不存在减值迹象，未计提减值准备。机器恐龙及超感体验项目须经科技部验收，因此 2020 年 9 月末仍未转入固定资产。

2017 年，公司在建工程变动情况如下：

单位：万元

工程名称	2016-12-31	本期增加	本期减少		2017-12-31
			转入固定资产	其他减少	
雨林区改造项目	351.61	199.56	-	-	551.17
水世界改造项目	331.22	4,312.23	4,643.46	-	-
峡谷区 4D 影片制作	157.39	633.40	-	790.79	-
机器恐龙及超感体验项目	130.60	545.74	-	-	676.34
基础设施配套项目	128.47	14.52	-	142.99	-
儿童区 4D 影院项目	56.08	-	-	56.08	-
穿越侏罗纪改造项目	33.14	-	-	10.49	22.65
老大门办公楼改造项目	-	134.23	-	134.23	-
库克苏克魔幻剧场项目	-	79.85	-	-	79.85
疯狂恐龙人区项目	-	14.51	-	-	14.51
零星工程	51.86	143.57	139.43	15.70	40.29
合计	1,240.37	6,077.60	4,782.89	1,150.27	1,384.82

注：其他减少中 1,077.30 万元系完工投入使用结转长期待摊费用，其他减少中 72.97 万元系项目调整终止。

2017 年，公司主要投入的在建工程为水世界改造项目，截至年末项目已完工并转入固定资产。尚未完工的项目中，金额较大的是机器恐龙及超感体验项目和雨林区改造项目。

2018 年，公司在建工程新增额及转固情况如下：

单位：万元

工程名称	2017-12-31	本期增加	本期减少		2018-12-31
			转入固定资产	转入长期待摊费用	
雨林区改造项目	551.17	1,590.01	-	-	2,141.18
机器恐龙及超感体验项目	676.34	30.04	-	-	706.38
库克苏克魔幻剧场项目	79.85	242.91	-	322.77	-
穿越侏罗纪改造项目	22.65	82.41	-	105.06	-
疯狂恐龙人区项目	14.51	3,785.72	3,800.22	-	-
恐龙人酒店二期项目	-	1,794.15	-	1,794.15	-
巡游花车项目	-	733.17	733.17	-	-
特价舞台大修项目	-	521.63	521.63	-	-
中华恐龙园脱口秀	-	42.86	-	-	42.86
水世界滑道工程	-	26.49	-	-	26.49
零星工程	40.29	88.50	3.53	41.24	84.02
<b>合计</b>	<b>1,384.82</b>	<b>8,937.88</b>	<b>5,058.55</b>	<b>2,263.22</b>	<b>3,000.93</b>

2018年，公司主要投入的在建工程包括疯狂恐龙人区项目、酒店二期项目和雨林区改造项目，其中疯狂恐龙人区项目年末已完工并转入固定资产。截至2018年末，金额较大的未完工项目是雨林区改造项目。

2019年，公司在建工程新增额及转固情况如下：

单位：万元

工程名称	2018-12-31	本期增加	本期减少		2019-12-31
			转入固定资产	转入长期待摊费用	
雨林区改造项目	2,141.18	11,864.97	14,006.15	-	-
机器恐龙及超感体验项目	706.38	-	-	-	706.38
中华恐龙园脱口秀	42.86	519.47	106.87	455.46	-
水世界滑道工程	26.49	96.57	123.05	-	-
魔术表演剧场项目	-	1,117.78	-	1,117.78	-
上海模块龙文化装修项目	-	982.63	-	982.63	-
员工宿舍维修改造项目	-	317.01	-	317.01	-

工程名称	2018-12-31	本期增加	本期减少		2019-12-31
			转入固定 资产	转入长期待摊 费用	
通天塔改良项目	-	242.90	-	-	242.90
布朗大街改造	-	241.82	-	241.82	-
酒店装修项目	-	156.51	-	156.51	-
园区休息室改造	-	120.83	-	120.83	-
竞技场改造	-	124.71	-	124.71	-
员工食堂改造项目	-	83.65	-	83.65	-
演艺部办公楼装修项目	-	94.56	-	94.56	-
冒险港B港VR体验馆项目	-	85.23	60.12	25.11	-
杭州恐龙人俱乐部项目	-	72.21	-	-	72.21
恐龙探索营地	-	47.65	-	-	47.65
零星工程	84.02	269.72	-	149.42	204.32
<b>合计</b>	<b>3,000.93</b>	<b>16,438.23</b>	<b>14,296.20</b>	<b>3,869.50</b>	<b>1,273.46</b>

2019年，公司主要投入的在建工程包括雨林区改造项目、魔术表演剧场项目、上海模块龙文化装修项目等，截至年末上述项目已完工并转入固定资产或长期待摊费用。尚未完工的项目中，金额较大的是机器恐龙及超感体验项目。

2020年1-9月，公司在建工程新增额及转固情况如下：

单位：万元

工程名称	2019-12-31	本期增加	本期减少		2020-09-30
			转入固定 资产	转入长期待摊 费用	
机器恐龙及超感体验项目	706.38	-	-	-	706.38
通天塔改良项目	242.90	72.10	315.00	-	-
杭州恐龙人俱乐部项目	72.21	500.98	-	573.20	-
恐龙探索营地项目	47.65	4.06	-	-	51.70
零星工程	204.32	219.17	2.36	263.43	157.70
儿童区新建卫生间	-	100.34	-	100.34	-
鲁布拉剧场改造项目	-	129.18	129.18	-	-
设计公司装修	-	195.33	-	195.33	-

工程名称	2019-12-31	本期增加	本期减少		2020-09-30
			转入固定资产	转入长期待摊费用	
鬼屋一体化项目	-	383.03	-	-	383.03
用友财务模块	-	48.02	-	48.02	-
水公园入口改造	-	217.46	-	217.46	-
园区道路改造	-	504.51	504.51	-	-
小程序软件	-	26.51	-	26.52	-
恐龙馆改造(中厅)	-	231.86	28.32	203.54	-
合计	1,273.46	2,632.55	979.36	1,627.84	1,298.81

报告期内，公司不存在在建工程减值的情形。

#### 1) 报告期内在建工程的转固标准

根据《企业会计准则第4号-固定资产》及《〈企业会计准则第4号-固定资产〉应用指南》的相关规定，自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成；已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的固定资产，应当按照估计价值确定其成本，并计提折旧。

报告期内，公司的在建工程主要系中华恐龙园园区各项目改造、扩建等工程。核算内容包括园区工程造价、设备购买价款、安装调试费用及达到预定可使用状态前发生的其他费用等。在建工程转固的时点为在建工程达到预定可使用状态的时间，转入固定资产按照折旧政策于次月开始计提折旧。在建工程转固的标准具体分类为两种，其中在建游乐区域工程转固依据为工程竣工验收报告，在安装设备转固依据为设备安装调试验收单。

#### ① 在建游乐区域工程转固的具体流程

##### A、项目验收

工程单项验收，按规定组织工程验收，并按档案管理规定提交所有竣工资料，开具《工程资产投用移交单》。项目整体竣工验收，竣工验收应建立在分阶段验收的基础之上，规划建设部建立健全竣工验收各项管理制度。经过承包单位初检、监理单位审核后才能进行正式竣工验收；正式验收时，由公司规划建设部、设计单位、施工单位、监理单位等组成的验收组，共同审验，验收合格后，形成《工程项目验收报告》

经验收，确定固定资产达到预定可使用状态的，计划财务部资产会计依据各方签字确认的《工程资产造价结算表》、《工程资产投用移交单》及《工程项目验收报告》对该项资产暂估，转入固定资产核算。

#### B、工程决算编制及审计

项目竣工验收合格后，施工单位将《工程项目结算书》提交给公司工程项目管理部门进行审核，出具审核意见，并填制《送审单》连同《工程项目结算书》等资料，提交公司成本控制部门进行造价审核。工程结算金额低于 20 万元的，成本控制部门审核后出具《建设工程项目造价审定书》；结算金额超过 20 万元的，由成本控制部门出具《建设工程项目造价审定书》并填写《外部审计申请单》，委托专业造价审计机构进行审核。经审定的项目审定书等资料，分别由成本控制部门、工程项目管理部门以及财务部门收存。工程审定金额与在建工程暂估转固金额有差异的，资产会计根据《建设工程项目造价审定书》及相关附件调整资产账面价值，并经会计主管审核后进行相关的会计处理。

#### ②在设备安装转固的具体流程

对于需要安装的固定资产，由申购部门对于固定资产初步验收后，进行安装调试，安装完成后必须进行第二次验收，由资产管理人开具《固定资产验收单》，经使用部门资产管理人、请购人或实际使用人、专业技术人员、公司资产管理人验收合格后签字确认，需按国家规定由专业机构检测验收的应出具专项检测报告。

#### 2) 雨林区改造项目

雨林区改造项目是发行人园区的一个大型沉浸式科技体验项目，项目投资规模约 1.6 亿元，建设期 24 个月。该项目于 2017 年 10 月开始施工设计，2018 年 9 月开始土建施工，于 2019 年 7 月完成建设并投入运营。2018、2019 年金额增长较大，系因项目进入集中施工期，项目土建工程、装饰装修、设备安装等资金投入所致。2018、2019 年，项目具体投入情况如下：

#### ①2018 年度雨林区升级改造项目主要投入情况

单位：万元

项目	供应商	2018 年新增金额 (不含税)	合同履行期限

项目	供应商	2018年新增金额 (不含税)	合同履行期限
中华恐龙园侏罗纪雨林区一期项目深化施工图设计项目	Super 78. Inc2	323.10	2017-10-12至 2018-9-28
雨林区改扩建项目施工总承包项目	江苏无锡二建建设集团有限公司	261.37	2018-9-28至 2019-4-6
恐龙山原有构筑物拆除工程项目	常州新区百丈建筑工程有限公司	173.26	2018-7-25至 2018-8-21
中华恐龙园侏罗纪雨林区创意设计项目	荷兰 JORAVISION 公司	106.16	2016-12-20至 2017-6-30
中华恐龙园侏罗纪雨林区一期项目深化施工图设计项目	北京永一格国际展览有限公司	91.51	2017-11-20至 2019-7-1
恐龙园员工通道工程项目	江苏龙汇建设工程有限公司	47.01	2018-5-15至 2018-6-30
中华恐龙园侏罗纪雨林区一期项目深化施工图设计项目	深圳市润昌游乐文化集团有限公司	22.45	2018-5-30至 2018-8-3
中华恐龙园侏罗纪雨林区一期项目深化施工图设计项目	广州天翌云信息科技有限公司	19.83	2018-7-11至 2018-9-9
中华恐龙园侏罗纪雨林区一期项目深化施工图设计项目	常州市园林设计院有限公司	12.26	2018-5-4至 2018-5-2
合计		1,056.95	-

注：上表列示 2018 年度新增 10 万元以上子项目。

## ②2019 年雨林区升级改造项目主要投入情况

单位：万元

项目	供应商	2019年新增金额 (不含税)	合同履行期限
雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程总承包项目	常泰建设集团有限公司	3,777.33	2018-11-30至 2019-5-6
恐龙园 Tram Tour (Bus-Ride) 软硬件设备系统销售和工程安装项目	上海合昊机电科技有限公司	3,344.55	2018-1-1至 2019-7-1
雨林区改扩建项目施工总承包项目	江苏无锡二建建设集团有限公司	2,761.83	2018-9-28至 2019-04-06
恐龙园 Tram Tour (Bus-Ride) 软硬件设备系统销售和工程安装项目	天津文旅科技有限公司	256.90	2018-2-1至 2019-7-1
Dino Tour 影音内容制作与多媒体软硬件系统销售和工程安装项目	Super 78. Inc	376.92	2018-5-9至 2019-03-01
园区奇花异草提升项目	广州焯骏景观工程有限公司	156.88	2019-4-11至 2019-6-25
中华恐龙园雨林区改扩建工程设计项目	江苏华源建筑设计研究院股份有限公司	75.47	2018-1-25至 2018-3-10
园区艺术混凝土地坪样板工程施工项目	北京中景橙石生态艺术地面科技股份有限公司	63.21	2019-6-18至 2019-7-3
雨林区招标代理项目	常州环宇工程项目管理有限公司	63.11	2017-9-1至 2018-8-1
仿真植物采购项目	江苏御华兹艺术品有限公司	47.76	2019-5-31至 2019-6-29



项目	供应商	2019年新增金额（不含税）	合同履行期限
雨林区仿真植物定制安装工程项目	广州白云区海虹仿真植物厂	38.05	2019-5-7至2019-6-30
雨林区改扩建工程招标补充代理项目	常州环宇工程项目管理有限公司	34.23	2018-5-1至2019-2-28
雨林区环境提升项目监理	上海振华工程咨询有限公司	28.28	2019-2-15至2019-6-30
雨林区燃气工程项目	常州港华燃气有限公司	18.36	2019-3-1至2019-4-30
雨林区改扩建工程项目监理	常州常建项目管理有限公司	17.76	2018-9-25至2019-4-4
中华恐龙园雨林区改扩建项目检测	常州市建筑科学研究院集团股份有限公司	15.57	2018-10-1至2019-6-30
合计		11,076.21	-

注：上表列示 2019 年度新增 10 万元以上的子项目。

报告期内，雨林区改造项目在建工程转固情况如下：

单位：万元

时间	期初金额	本期增加	本期减少		期末金额
			转入固定资产	其他	
2017 年度	351.61	199.56	-	-	551.17
2018 年度	551.17	1,590.01	-	-	2,141.18
2019 年度	2,141.18	11,864.97	14,006.15	-	-

除 2017 年以前该项目前期发生的少量创意设计费用以外，雨林区改造项目主要于 2018 年和 2019 年投入建设，根据该项目的可研报告，项目建设期为 24 个月，公司于 2019 年项目完工后按照在建工程转固的标准及流程转固，不存在延迟转固的情况，不存在影响报告期内累计折旧的计提。

### 3) 机器恐龙及超感体验项目达到转固标准，无需计提在建工程减值

机器恐龙及超感体验项目，即“智能仿真机器人与超感体验技术集成研发及文化主题展示应用示范项目”，为发行人承担实施的国家科技支撑计划课题任务，包括“高仿真智能机器人技术集成与恐龙主题展示应用示范课题”和“仿生虚拟交互交互技术集成及恐龙科普体验展示课题”两个部分。

高仿真智能机器人技术集成与恐龙主题展示应用示范课题，以中华恐龙园为实验场所，将利用智能机器人技术，以及语音识别与合成、图像识别与处理等信息技术，研制装配系列仿真、仿生娱乐恐龙机器人，实现人与机器恐龙的智能交互，应用中

华恐龙园的各种需要场合如科普教育，互动娱乐，巡游表演，商业售货，门票检验及游客人数统计等方面。

仿生虚拟互动交互技术集成及恐龙科普体验展示课题，拟通过仿生虚拟互动交互技术集成及恐龙科普体验展示，尝试以中华恐龙园为实验场所，运用虚拟现实技术、高写实仿真技术、全息成像技术 3D 成像技术与多媒体展示等，实现主题内容的综合展示，使主题公园有娱乐行业体验者能有身临其境感，体验者可与展示物体之间、或者与游客之间进行互动交流，寓教于乐，达到增强学习体验的目的。

根据该项目开发实施有关要求，项目需经科技部验收后才能进行相应的展示，并在验收后才能投入使用。目前，项目验收工作尚未结束，未达在建工程转固的标准。公司每年末对于该项目进行减值测试，不存在减值迹象，无需计提在建工程减值。

4) 报告期各期发行人的在建工程结算价款与工程施工进度、施工内容的匹配性

报告期各期发行人的在建工程结算价款与工程施工进度、施工内容情况如下：

单位：万元、%

在建工程名称	施工内容	2020-09-30			
		在建工程 金额	完工 比例	工程结 算金额	结算 比例
机器恐龙及超感体验项目	机器恐龙及超感体验工程项目建设	706.38	100.00	653.93	86.16
鬼屋一体化项目	鬼屋改造装修	383.03	74.21	418.32	74.36
恐龙探索营地项目	恐龙探索营地建设	51.70	8.71	16.22	2.51
在建工程名称	施工内容	2019-12-31			
		在建工程 金额	完工 比例	工程结 算金额	结算 比例
机器恐龙及超感体验项目	机器恐龙及超感体验工程项目建设	706.38	100.00	653.93	86.16
通天塔改良项目	通天塔设备大修以及进口零配件安装	242.9	77.11	274.43	77.67
杭州恐龙人俱乐部项目	杭州恐龙人俱乐部装修	72.21	12.58	182.91	29.82
恐龙探索营地项目	恐龙探索营地建设	47.65	8.03	16.22	2.51
主要在建工程名称	施工内容	2018-12-31			
		在建工程 金额	完工 比例	工程结 算金额	结算 比例
雨林区改造项目	雨林区改造项目施工建设	2,141.18	15.29	2,347.60	14.47

机器恐龙及超感体验项目	机器恐龙及超感体验工程项目建设	706.38	100.00	637.39	83.98
中华恐龙园脱口秀	脱口秀剧场内部装修	42.86	7.62	0.15	0.02
水世界滑道工程	水世界滑道安装施工	26.49	21.52	0.96	0.68
主要在建工程名称	施工内容	2017-12-31			
		在建工程金额	完工比例	工程结算金额	结算比例
雨林区改造项目	雨林区改造项目前期测评规划	551.17	3.94	168.64	1.04
机器恐龙及超感体验项目	机器恐龙及超感体验工程项目建设	676.34	95.75	606.13	79.86
库克苏克魔幻剧场项目	库克苏克魔幻剧场剧场设备安装	79.85	24.74	19.68	5.59
穿越侏罗纪改造项目	穿越侏罗纪项目设备大修	22.65	19.61	12.6	8.64
疯狂恐龙人区项目	疯狂恐龙人区域设备舞台安装施工	14.51	0.38	519.30	11.87

注：完工比例=在建工程金额/合同金额（不含税），结算比例=工程结算金额/合同金额（含税）。上表列示的在建工程项目为除零星在建工程以外的其他在建工程。

报告期内，发行人的在建工程结算价款与工程施工的施工内容一致，进度基本相符，其中机器恐龙及超感体验工程项目建设项目由于尚需科技部验收，因此尚未转固；部分在建工程项目的付款比例高于完工比例，主要系公司根据合同的约定向供应商预付款项所致。

因此，报告期各期发行人的在建工程结算价款与工程施工进度、施工内容相匹配。

报告期内，工程款项的转固时点符合企业会计准则的要求，且相关内控设置能够有效防范提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金的情形。报告期内，公司的在建工程转固后不存在较大的期后调整，不存在提前结算工程款；重大工程项目均进行招投标流程，且经外部独立审计单位审计，不存在虚增工程成本、套取资金的情况。

#### 5) 在建工程造价、固定资产购买价格的公允性

报告期各期末，公司各项在建工程的构成的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
雨林区改造项目	-	-	2,141.18	551.17
水世界滑道工程	-	-	26.49	-
穿越侏罗纪改造项目	-	-	-	22.65

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
机器恐龙及超感体验项目	706.38	706.38	706.38	676.34
通天塔改良项目	-	242.90	-	-
杭州恐龙人俱乐部项目	-	72.21	-	-
恐龙探索营地项目	51.70	47.65	-	-
中华恐龙园脱口秀	-	-	42.86	-
库克苏克魔幻剧场项目	-	-	-	79.85
疯狂恐龙人区项目	-	-	-	14.51
鬼屋一体化项目	383.03	-	-	-
小程序软件	-	-	-	-
水公园入口改造	-	-	-	-
零星工程	157.70	204.32	84.02	40.29
合计	1,298.81	1,273.46	3,000.93	1,384.82

报告期各期末，在建工程账面金额分别为 1,384.82 万元、3,000.93 万元、1,273.46 万元和 1,298.81 万元，占期末非流动资产的比例分别为 1.31%、2.80%、1.10% 和 1.18%，占比较低。上述在建工程不存在减值迹象，未计提减值准备。机器恐龙及超感体验项目须经科技部验收，因此 2020 年 9 月末仍未转入固定资产。

#### 6) 报告期内在建工程借款资本化的具体情况

报告期内在建工程借款资本化的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
在建工程相关的借款金额	2,000.00	2,000.00	5,000.00	500.00
资本化利息金额	0.00	55.25	7.26	0.00

报告期内，公司的雨林区改造项目存在借款利息资本化的情况，其中，2018、2019 年度的资本化利息金额分别为 7.26 万元和 55.25 万元。除此之外，不存在其他在建工程项目借款利息资本化的情况。

#### 7) 单位面积投入与同区域同类型建筑单位均价或单位设备采购均价与同类型设备市价差异

报告期内，公司在建工程的单位面积投入与同区域同类型建筑单位均价或单位设备采购均价与同类型设备市价如下：

## ①房屋建筑物

单位：万元、万平方米、万元/平米

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
固定资产金额 <sup>1</sup>	46,148.71	46,030.07	41,013.33	40,768.68
面积 <sup>1</sup>	6.28	6.28	6.08	6.08
单位造价	0.74	0.73	0.67	0.67
市场可比金额	0.68 <sup>2</sup>			

注1：固定资产金额和面积为恐龙园园区内的房屋建筑物账面原值和房屋建筑物的面积；

注2：市场可比金额参考华强方特的单位建造成本。

常州中华恐龙园位于江苏省常州市新北区，周边居住区众多，主要为商业住宅用地，不存在同区域同类型建筑单位价格，因此不具有可比性。公司参考了华强方特的房屋建筑物单位建造成本，由于华强方特的房屋建筑物主要集中于芜湖、青岛以及沈阳等城市，而公司的房屋建筑物均位于江苏省常州市，因此与公司的单位造价略有差异。

## ②机器设备

报告期内，公司采购的机器设备一般为定制化的产品，对于供应商有相关的资质以及定制化设施的采购或者生产经验要求，部分核心设备由国外进口，可供选择的供应商较少。因此，机器设备采购的采购人员制订采购计划，确定采购时间、采购地点以及价格底线，由谈判小组成员会签后依次提交至规划建设部总经理、分管副总裁和总裁进行审批后方能履行采购流程。因此，公司采购的机器设备不存在同类型可比设备，因此不具有可比性。

报告期内，公司严格执行《工程项目管理制度》、《固定资产管理制度》等相关内控管理制度，购买均执行相关内控制度，在建工程造价、固定资产购买价格具有公允性；报告期内成本费用核算准确，不存在计入在建工程或固定资产的情形。

## (3) 无形资产

单位：万元

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	5,633.13	92.34	5,841.16	92.43	6,118.54	91.80	6,395.92	88.96
软件	465.79	7.64	476.94	7.55	544.17	8.16	789.47	10.98

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商标使用权	1.32	0.02	1.77	0.03	2.38	0.04	3.88	0.05
合计	6,100.23	100	6,319.87	100	6,665.09	100	7,189.27	100

报告期各期末，无形资产账面价值分别为 7,189.27 万元、6,665.09 万元、6,319.87 万元和 6,100.23 万元，占期末非流动资产比例分别为 6.79%、6.22%、5.48%和 5.52%，占比相对较低。公司无形资产主要是不动产权证号为“苏（2020）常州市不动产权第 0040280 号”的土地使用权，报告期内没有新增的土地使用权。

2020 年 9 月 30 日，无形资产原值及累计摊销情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	8,653.36	3,020.23	5,633.13
软件使用权	1,095.59	629.80	465.79
商标	33.93	32.61	1.32
合计	9,782.88	3,682.65	6,100.23

报告期内，公司无形资产不存在减值的情况。

#### （4）长期待摊费用

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
装修改造及节目编创支出	3,360.88	52.15	3,378.91	50.92	1,424.01	30.39	1,393.01	38.11
租入固定资产改良支出	3,083.61	47.85	3,257.36	49.08	3,262.30	69.61	2,262.62	61.89
合计	6,444.49	100	6,636.27	100	4,686.31	100	3,655.63	100

报告期各期末，长期待摊费用分别为 3,655.63 万元、4,686.31 万元、6,636.27 万元和 6,444.49 万元，占期末非流动资产比例分别为 3.45%、4.38%、5.76%和 5.84%，占比相对较低。公司长期待摊费用主要由装修改造及节目编创支出和租入固定资产改良支出形成。

2018 年末长期待摊费用较上年末增加 1,030.68 万元、增长 28.19%，主要是酒店二期项目转入长期待摊费用 1,794.15 万元，使得租入固定资产改良支出相应增加。2019

年末,长期待摊费用较上年末增加 1,949.96 万元、增长 41.61%,主要是魔术表演剧场、上海模块龙文化装修转入长期待摊费用使得装修改造及节目编创支出相应增加。2020 年 9 月末长期待摊费用较上年末减少 191.78 万元,减少 2.89%,主要系杭州恐龙人俱乐部项目等投入运营所致。

#### 1) 2019 年长期待摊费用的情况

①2019 年新增长期待摊费用的具体构成、摊销期限和依据,具体对应的办公场所

2019 年末,公司长期待摊费用的构成情况如下:

单位:万元

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
装修改造及节目编创支出	1,424.01	2,633.42	678.52	3,378.91
租入固定资产改良支出	3,262.30	1,364.67	1,369.62	3,257.36
合计	4,686.31	3,998.09	1,953.93	6,636.27

2019 年公司新增长期待摊费用的构成如下:

单位:万元、%

项目	金额	占比
装修改造及节目编创支出	2,633.42	65.87
租入固定资产改良支出	1,364.67	34.13
合计	3,998.09	100

公司的长期待摊费用的摊销期限为 5 年,摊销依据为在受益期内平均摊销,如果长期待摊费用项目不能在以后会计期间受益,则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

其中,2019 年新增的金额在 100 万元以上的长期待摊费用的具体情况如下:

单位:万元

项目名称	项目类别	摊销起始日	原始金额	期末金额	所在场所
魔术表演剧场装修	装修改造及节目编创支出	2019-8-1	1,117.78	1,024.63	中华恐龙园
上海模块龙装修	租入固定资产改良支出	2019-1-1	982.63	831.13	恐龙人俱乐部上海店
脱口秀剧场装修	装修改造及节目编创支出	2019-6-1	455.46	402.32	中华恐龙园

项目名称	项目类别	摊销起始日	原始金额	期末金额	所在场所
布朗大街改造	装修改造及节目编创支出	2019-12-1	241.82	237.79	中华恐龙园
恐龙人竞技场改造	租入固定资产改良支出	2019-10-31	124.71	118.49	恐龙人俱乐部常州店
园区卫生间装修	装修改造及节目编创支出	2019-12-1	109.84	108.00	中华恐龙园
员工宿舍维修改造项目	租入固定资产改良支出	2019-1-1	317.01	275.51	百草苑小区

注：上表已列示原值大于100万元且截至2019年12月31日尚未摊销完毕的装修费项目。

2019年度，公司装修费对应的项目位于中华恐龙园园区、恐龙人俱乐部上海店、常州店以及百草园小区，主要为提升游客的客户体验，具有合理性。

### ②2019年度前五大装修费供应商情况

2019年度，公司前五大装修费供应商的基本情况如下：

单位：万元、%

主要供应商名称	项目名称	采购金额 (不含税)	占比	是否是关联方
广州美念艺术创作有限公司	鬼屋改造	504.59	0.04	否
常州中泰装饰工程有限公司	魔术表演剧场装修	372.41	0.03	否
江苏恒卓建设有限公司	魔术表演剧场装修	312.18	0.03	否
	鬼屋改造			
常州市华隆建筑装饰工程有限公司	库克苏克魔幻剧场改造	239.57	0.02	否
广州市和恬园装饰工程设计有限公司	布朗大街改造	176.15	0.01	否
合计		1,604.90	0.13	-

2019年度前五大装修费供应商提供的服务主要为中华恐龙园内的装修改造项目，上述供应商和公司均不存在关联关系。

### ③2019年度装修费用的真实性

报告期内，公司根据相关的内控规定履行相关装修服务的采购流程，并根据实地验收结果出具验收单，结转相应的装修费用。

2019年末，装修改造及节目编创支出较上年末增加1,954.90万元、增长51.86%，主要是魔术表演剧场以及上海模块龙文化装修项目转入装修费用所致。

因此，2019年度装修费用的会计处理符合企业会计准则的要求，装修费用的归



集真实、准确、完整。

#### ④将节目编创支出计入长期待摊费用的原因及合理性

根据企业会计准则及公司会计政策的规定，长期待摊费用为企业已经支出但摊销期限在1年以上（不含1年）的各项费用，包括固定资产修理支出、租入固定资产的改良支出以及摊销期限在1年以上的其他待摊费用。

节目编创核算的具体内容为公司在游乐设备上循环播放、供游客观赏的有恐龙特色的影片视频。因游乐设备的使用年限在1年以上，该影片视频系与游乐设备配套使用，使用期也在1年以上。该类影片视频的支出已经发生，且受益期在1年以上，符合长期待摊费用的认定标准，故列入长期待摊费用科目，在未来5年内分摊确认相关费用。

公司的同行业可比上市公司中，华侨城已在2019的年报中披露长期待摊费用包括演艺创作费用。

因此，公司将节目编创支出计入长期待摊费用符合企业会计准则的要求，具有合理性。

## 2) 2018年末租入固定资产的情况

### ①2018年末租入固定资产的构成以及改良支出的具体内容

#### A、2018年末租入固定资产的明细

2018年末，公司租入固定资产改良支出原始金额在100万元以上相关的固定资产租赁情况如下：

单位：平方米

序号	承租方	出租方	租赁房屋座落	面积	用途	租赁期限
1	恐龙园	常州迪诺水镇商业管理有限公司	常州市新北区迪诺水镇19号楼	8,683.61	经营恐龙人俱乐部常州店	2018.01.01-2026.08.31
2	恐龙人酒店	常州迪诺水镇商业管理有限公司	常州市新北区迪诺水镇20、21号楼	5,584.76	经营恐龙人俱乐部酒店（二期）	2017.11.01-2022.10.31

2018年，公司租入固定资产改良支出对应的固定资产主要为公司向关联方迪诺商管租赁的位于迪诺水镇的19号楼、20号楼和21号楼，租入固定资产改良支出的主要内容为俱乐部以及酒店的装修工程费用。

#### B、2018年末租入固定资产的改良支出

2018年末，公司租入固定资产改良支出的具体内容如下：

单位：万元

项目名称	具体内容	摊销起始日	原始金额	期末金额
酒店项目二期装修	装修工程费用	2018-9-1	1,849.11	1,668.18
俱乐部装修	装修工程费用	2016-8-1	2,001.90	1051.3
密室逃脱装修	装修工程费用	2016-8-1	351.84	181.79
镜子迷宫装修	装修工程费用	2016-8-1	102.86	53.14

注：上表已列示原值大于100万元且截至2018年12月31日尚未摊销完毕的租入固定资产改良支出对应项目。

2018年末，公司租入固定资产的构成及改良支出主要为公司租赁的经营性物业对应的装修支出，具体内容为装修工程费用。

#### ②租入固定资产改良支出符合资本化的条件

根据企业会计准则的规定，租入固定资产改良支出是指以经营租赁方式租入的固定资产改良工程支出，是指能增加以经营租赁方式租入的固定资产的效用或延长其使用寿命的改装、翻修、改良等支出。

报告期内，公司的固定资产改良支出主要为租赁物业的装修、改造，使租赁物业满足正常的经营、办公等需求，因此符合资本化的条件。

#### ③租入固定资产改良支出的摊销年限确定依据及合理性

报告期内，公司根据企业会计准则的规定，将租入固定资产改良支出的摊销依据认定为在受益期内平均摊销，如果租入固定资产改良支出不能在以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。报告期内，租入固定资产改良支出的摊销年限一般为5年。

因此，租入固定资产改良支出的摊销年限符合企业会计准则的要求，具有合理性。

## (5) 递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产账面价值分别为 1,113.88 万元、1,209.63 万元、1,285.36 万元和 **1,322.55 万元**，占期末非流动资产比例分别为 1.05%、1.13%、1.11%和 **1.20%**，占比较低。公司递延所得税资产主要系资产减值准备、递延收益的可抵扣暂时性差异产生。报告期各期末，可抵扣暂时性差异及其形成的递延所得税资产如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	<b>643.47</b>	<b>160.87</b>	304.83	76.21	269.99	67.50	142.32	35.58
递延收益	<b>4,646.75</b>	<b>1,161.69</b>	4,836.62	1,209.15	4,568.54	1,142.13	4,313.18	1,078.30
合计	<b>5,290.22</b>	<b>1,322.55</b>	<b>5,141.45</b>	<b>1,285.36</b>	<b>4,838.53</b>	<b>1,209.63</b>	<b>4,455.50</b>	<b>1,113.88</b>

## (6) 其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 869.51 万元、1,041.34 万元、801.22 万元和 **0 万元**，均为购置长期资产预付款。

## 3、公司管理层对资产质量的说明

公司已按会计准则的规定建立了各项资产减值准备的计提制度，报告期各期末按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，足额计提了各项资产减值准备。2017 年及 2018 年，公司的资产减值损失主要为坏账损失，具体情况如下（损失以“-”号填列）：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
坏账损失	-	-	-125.62	-50.91
存货跌价损失	-	-	-	-0.99
合计	-	-	<b>-125.62</b>	<b>-51.90</b>

2019 年末，公司信用减值损失情况如下（损失以“-”号填列）：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31
应收账款预期信用损失	<b>-307.43</b>	-43.10

项目	2020-09-30	2019-12-31
其他应收款预期信用损失	-31.21	6.13
合计	-338.64	-36.97

2019 年末其他应收款预期信用损失为形成收益 6.13 万元，主要是因为上海模块龙文化自 2019 年 4 月起纳入合并范围，恐龙人模块文旅向上海模块龙文化拆借的资金合并抵消后，其他应收款原值较上年末下降较多所致。

公司管理层认为，近年来公司资产规模有所提升，资产质量良好，资产结构与公司的业务模式相匹配。公司将持续加强资产管理，执行稳健的会计政策，有效保证公司的可持续发展。报告期内，公司各项资产减值准备计提政策符合国家财务会计制度规定，公司主要资产减值准备的计提充分、合理，与公司资产的实际质量状况相符。

## （二）负债及所有者权益主要科目分析

报告期各期末，公司负债构成及变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	30,408.36	79.23	35,980.78	81.31	43,355.90	81.07	44,551.21	90.25
非流动负债	7,972.67	20.77	8,269.96	18.69	10,125.52	18.93	4,813.18	9.75
合计	38,381.03	100	44,250.73	100	53,481.42	100	49,364.39	100

公司负债构成以流动负债为主，报告期各期末占比基本在 80%以上。2018 年末，负债总额较上年末增长 4,117.03 万元、增长 8.34%，其中非流动负债较上年末增加了 5,312.34 万元。2019 年末，负债总额较上年末减少 9,230.69 万元、下降 17.26%，其中流动负债较上年末下降了 7,375.12 万元。2020 年 9 月末，负债总额较上年末下降 5,869.71 万元，其中流动负债较上年末下降 5,572.42 万元。

### 1、流动负债

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	500.00	1.64	6,000.00	16.68	17,999.00	41.51	16,000.00	35.91
应付票据	-	-	1,050.70	2.92	2,485.66	5.73	1,594.20	3.58

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	19,898.09	65.44	17,460.58	48.53	12,527.91	28.90	11,146.74	25.02
预收账款	-	-	4,810.49	13.37	4,620.40	10.66	3,574.77	8.02
应付职工薪酬	1,262.55	4.15	3,172.04	8.82	2,921.89	6.74	2,409.11	5.41
应交税费	1,140.58	3.75	1,333.07	3.70	1,102.78	2.54	774.26	1.74
其他应付款	1,232.67	4.05	2,153.90	5.99	1,698.26	3.92	1,552.13	3.48
合同负债	6,374.46	20.96	-	-	-	-	-	-
一年内到期非流动负债	-	-	-	-	-	-	7,500.00	16.83
合计	30,408.36	100	35,980.78	100	43,355.90	100	44,551.21	100

公司的流动负债主要包括短期借款、应付账款、预收账款、合同负债，报告期各期末，上述科目合计占流动负债的比例分别为 68.96%、81.07%、78.57%和 88.04%。2017 年末，因存在一年内到期的长期贷款，一年内到期的非流动负债占比为 16.83%。2019 年末，流动负债较上年末减少 7,375.12 万元、下降 17.01%，主要是因为公司年末还款导致短期借款余额下降。2020 年 9 月末，流动负债较上年末减少 5,572.42 万元、下降 15.49%，主要是因为 2020 年 1-9 月短期借款减少及第三季度末公司应付职工薪酬金额较小。

#### (1) 短期借款

报告期各期末，短期借款金额分别为 16,000.00 万元、17,999.00 万元、6,000.00 万元和 500.00 万元，占期末流动负债比例分别为 35.91%、41.51%、16.68%和 1.64%。报告期内公司短期借款全部为保证借款。

截至 2020 年 9 月末，短期借款的金额、期限、利率和利息费用如下表所示：

单位：万元

贷款银行	贷款金额	起息日期	还款日期	利率	利息费用
中国工商银行股份有限公司常州新区支行	500.00	2020.9.15	2021.9.10	3.85%	0.86

注：上表“利息费用”系期末贷款金额对应的部分。

#### (2) 应付票据

报告期各期末，应付票据金额分别为 1,594.20 万元、2,485.66 万元、1,050.70 万元和 0 万元，占期末流动负债比例分别为 3.58%、5.73%、2.92%和 0%，占比较低。报

告期内公司应付票据全部为银行承兑汇票，主要用于支付工程款。

### (3) 应付账款

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料款	2,248.36	11.30	913.21	5.23	1,066.72	8.51	873.12	7.83
工程、设备款	14,194.55	71.34	14,473.83	82.89	9,723.72	77.62	8,839.73	79.30
其他	3,455.19	17.36	2,073.54	11.88	1,737.47	13.87	1,433.89	12.86
合计	19,898.09	100	17,460.58	100	12,527.91	100	11,146.74	100

报告期各期末，应付账款账面价值分别为11,146.74万元、12,527.91万元、17,460.58万元和**19,898.09万元**，占期末流动负债比例分别为25.02%、28.90%、48.53%和**65.44%**。2019年末和**2020年9月末**应付账款占流动资产比例高于**2017年和2018年**，一是应付工程、设备款及**材料款**增加，二是公司归还银行借款后流动负债金额下降。

公司应付账款主要是应付工程、设备款。2018年末，应付账款较上年末增加了1,381.16万元、增长12.39%，主要是酒店二期项目产生的应付工程款及地铁宣传广告费。2019年末，应付账款较上年末增加了4,932.67万元、增长39.37%，主要是雨林区项目的应付工程设备款。**2020年9月末**，应付账款金额较上年末增加了**2,437.52万元**、增长**13.96%**，主要是为皂河龙运城项目采购设计咨询分包服务的应付账款。

2020年9月末，应付账款前五名情况如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	金额	占期末应付账款的比例
1	常泰建设集团有限公司	2,279.74	11.46
2	江苏无锡二建建设集团有限公司	1,736.47	8.73
3	常州市通润建设工程有限公司	737.63	3.71
4	上海城拓建筑设计事务所有限公司	660.28	3.32
5	上海合昊机电科技有限公司	597.73	3.00
	合计	6,011.85	30.21

#### (1) 应付材料款前五名情况

##### 1) 2020年9月30日

单位：万元

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
1	常州大华进出口（集团）有限公司	200.83	1年以内	配件
2	深圳市维业装饰集团股份有限公司	191.52	1年以内	装潢材料
3	常州凯尊暖通设备工程有限公司	0.59	1年以内	空调及配件
		3.50	1-2年	
		107.89	2-3年	
4	新北区河海月英蔬菜店	69.66	1年以内	蔬菜
		0.13	1-2年	
5	永冠塑胶制造（深圳）有限公司	52.74	1年以内	玩具
合计		626.85	-	-

## 2) 2019年12月31日

单位：万元

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
1	常州凯尊暖通设备工程有限公司	3.50	1年以内	空调及配件
		108.64	1-2年	
2	新北区河海月英蔬菜店	35.75	1年以内	蔬菜
		0.42	2-3年	
3	江苏奥翰建设工程有限公司	35.05	1年以内	装潢材料
4	常州市武进羽鸿雨具服装有限公司	13.46	1年以内	雨具
		0.02	1-2年	
		7.11	2-3年	
5	汕头市澄海区澄华威达塑料玩具厂	12.20	1年以内	玩具
		6.62	1-2年	
		0.03	2-3年	
合计		222.80	-	-

## 3) 2018年12月31日

单位：万元

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
1	常州凯尊暖通设备工程有限公司	111.04	1年以内	空调及配件
2	天宁区红梅米丹食品商行	83.70	1年以内	食材
3	永冠塑胶制造（深圳）有限公司	40.65	1年以内	玩具

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
		14.59	1-2年	
4	武进区牛塘四季青蔬菜商行	51.54	1年以内	蔬菜
5	新北区河海月英蔬菜店	28.65	1年以内	蔬菜
		0.53	1-2年	
		7.16	2-3年	
合计		337.86	-	-

## 4) 2017年12月31日

单位：万元

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
1	新北区河海月英蔬菜店	29.30	1年以内	蔬菜
		7.16	1-2年	
2	常州市真源文化传媒有限公司	32.75	1年以内	水
3	上海咪哆瑞文化创意有限公司	28.68	1年以内	水
4	常州双诚食品有限公司	26.71	1年以内	食材
5	常州依缘酒店用品有限公司	25.20	1年以内	酒店用品
合计		149.79	-	-

## (2) 应付工程、设备款前五名

## 1) 2020年9月30日

单位：万元

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
1	常泰建设集团有限公司	2,279.74	1年以内	工程款
2	江苏无锡二建建设集团有限公司	1,736.47	1年以内	工程款
3	常州市通润建设工程有限公司	737.63	1年以内	工程款
4	上海合昊机电科技有限公司	322.90	1年以内	设备款
		274.83	1-2年	
5	江苏恒卓建设有限公司	317.20	1年以内	工程款
		159.41	1-2年	
合计		5,828.18	-	-

## 2) 2019年12月31日



单位：万元

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
1	常泰建设集团有限公司	2,079.98	1年以内	工程款
2	江苏无锡二建建设集团有限公司	1,508.11	1年以内	工程款
3	常州市通润建设工程有限公司	293.87	1年以内	工程款
		1,090.12	2-3年	
4	上海合昊机电科技有限公司	863.21	1年以内	设备款
5	江苏恒卓建设有限公司	304.42	1年以内	工程款
		199.46	1-2年	
合计		6,339.17	-	-

## 3) 2018年12月31日

单位：万元

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
1	常州市通润建设工程有限公司	1,331.19	1-2年	工程款
2	常州启晟建筑工程有限公司	639.04	3年以上	工程款
3	常州市华隆建筑装饰工程有限公司	265.93	1年以内	工程款
		300.39	2-3年	
4	江苏鑫洋装饰工程有限公司	523.43	1年以内	工程款
5	江苏溧阳城建集团有限公司	374.25	1年以内	工程款
合计		3,434.22	-	-

## 4) 2017年12月31日

单位：万元

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
1	常州市通润建设工程有限公司	1,331.19	1年以内	工程款
2	江苏兴厦建设工程集团有限公司	8.75	1年以内	工程款
		246.06	1-2年	
		655.62	3年以上	
3	常州启晟建筑工程有限公司	639.04	2-3年	工程款
4	常州市华隆建筑装饰工程有限公司	542.41	1-2年	工程款
5	常泰建设集团有限公司	107.43	1年以内	工程款
		308.87	2-3年	
合计		3,839.36	-	-

### (3) 应付账款其他

报告期各期末, 发行人应付账款中“其他”的金额分别为 1, 433. 89 万元、1, 737. 47 万元、2, 073. 54 万元和 3, 455. 19 万元, 具体构成如下:

单位: 万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
广告	1, 045. 43	1, 248. 75	1, 037. 33	542. 77
劳务服务	1, 595. 62	314. 82	332. 64	483. 01
租赁	419. 44	70. 75	62. 80	139. 49
演艺支出	228. 79	178. 91	166. 70	162. 15
员工福利	48. 43	155. 17	80. 65	48. 83
能源	53. 39	43. 29	12. 55	-
其他	64. 09	61. 84	44. 78	57. 65
合计	3, 455. 19	2, 073. 54	1, 737. 47	1, 433. 89

应付账款中“其他”具体内容如下:

- 1) 广告: 主要为应付广告宣传及制作费用;
- 2) 劳务服务: 主要为应付策划设计与咨询管理的外包服务费、园区保洁服务费、组合旅游产品外采的住宿服务等;
- 3) 租赁: 主要为应付房屋租赁费、物业管理费、标本租赁费等;
- 4) 演艺支出: 主要为应付动物表演费、舞台设计费、服装制作费等;
- 5) 员工福利: 主要为应付食堂、宿舍用品采购, 员工体检费等;
- 6) 能源: 主要为应付电费、加油费等;
- 7) 其他: 主要为应付独立董事津贴、外籍演员回程机票费等。

应付账款中“其他”的主要内容为广告费, 报告期各期末余额分别为 542. 77 万元、1, 037. 33 万元、1, 248. 75 万元和 1, 045. 43 万元, 应付对象为各广告服务商。

2017-2019 年内, 应付账款中“其他”持续增长, 主要原因是应付广告费增长。发行人为吸引游客、促进游客增长, 会通过一定量的广告投放来宣传推广“中华恐龙园”产品及活动, 根据文旅行业的经营发展规律和市场情况, 广告投放时间通常会前置。2018 和 2019 年, 发行人根据当年的市场情况, 为预热来年市场, 在当年年末安

排了相应的推广宣传活动。根据合同约定，应付广告费通常在广告实际发布后一段时间内结算，当年年末投放的广告，其对应的应付广告费会在次年年初结算，故应付广告费有所增加。

2020年9月末，应付账款金额较2019年底增加较多，主要原因是应付劳务服务费以及应付租赁费增加。应付劳务服务费增加主要是2020年1-9月发行人策划设计与咨询管理业务增长较快，对应的外采服务增加，该部分应付劳务服务费尚未到合同约定付款期，应付余额有所增加；应付租赁费增加主要原因是恐龙人酒店租赁物业的部分房间发生漏水现象，双方协商确认调整租金金额，因此6-9月的租金在2020年9月末尚未支付。截至本招股说明书签署日，双方就该事项已协商一致，该部分租金已支付。

#### (4) 应付账款逐年上升的原因

报告期各期末，发行人应付账款的具体构成如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
材料款	2,248.36	913.21	1,066.72	873.12
工程、设备款	14,194.55	14,473.83	9,723.72	8,839.73
其他	3,455.19	2,073.54	1,737.47	1,433.89
合计	19,898.09	17,460.58	12,527.91	11,146.74

2017-2019年，发行人应付账款余额的上升，主要是应付工程、设备款的增加，主要原因如下：

##### 1) 发行人采购工程设备进行园区改造

随着游客对游玩体验需求的变化和升级，发行人需要不断更新园区内的设施设备，以确保园区对游客的新鲜感和吸引力。因此，发行人会定期采购工程及设备，对园区进行改造升级，故应付工程、设备款持续上升。其中，2019年应付工程、设备款较2018年有明显增加，主要系发行人2019年实施雨林区改造，采购了大量的工程设备，合同总金额约为1.64亿元，因雨林区项目增加的应付账款金额约4,020.31万元。

##### 2) 工程项目分期付款政策

发行人工程类采购付款政策为：合同签订后支付合同价款的10-20%；根据工程

施工进度情况，分期支付部分工程款，累计支付至 40-50%；工程初步验收后累计支付至合同价款的 50-60%；工程结算时，由造价咨询机构对工程进行审定，调整并确定最终工程价格，审计后累计支付至总价款的 60-80%；后续 20%会根据合同约定，分期支付。发行人工程类采购均按照上述付款原则执行。

由于发行人工程类采购需要实施工程审定程序，同时审定后工程款需按约定分批结算，因此工程类采购项目的付款周期较长，应付工程、设备款不会在短期内大量减少。

发行人 2020 年 9 月末应付账款余额较 2019 年底有所上升，主要是应付材料款和应付其他款项增加较多所致。应付材料和其他主要为发行人采购原料物资、劳务服务等应付款，该类采购的应付款项大多于年末结清，因此 9 月末应付账款余额较大。

#### (5) 应付账款与采购的配比情况

单位：万元

项目	2020-09-30/ 2020 年 1-9 月		2019-12-31/ 2019 年度		2018-12-31/ 2018 年度		2017-12-31/ 2017 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
应付账款余额	19,898.09	13.96%	17,460.58	39.37%	12,527.91	12.39%	11,146.74
应付账款贷方发生额	14,225.16	-61.84%	37,278.42	30.00%	28,674.74	27.98%	22,404.93
采购金额	13,461.58	-60.43%	34,022.42	30.23%	26,125.82	25.54%	20,811.31

注：采购金额为不含税金额，故小于应付账款贷方发生额。

报告期内，发行人采购金额分别为 20,811.31 万元、26,125.82 万元、34,022.42 万元和 13,461.58 万元。报告期各期，应付账款贷方发生额与采购金额变动趋势一致。2017-2019 年，发行人采购金额逐年上升，与应付账款余额的变化趋势一致；2020 年 1-9 月，因疫情原因，发行人减少了对外采购，2020 年 9 月末的应付账款大部分还未到付款期，因此应付账款金额有所增长。综上，应付账款与采购的变化情况总体上是匹配的。

#### (4) 预收款项

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
项目款	-	-	2,848.65	59.22	2,857.28	61.84	1,990.68	55.69
门票款	-	-	1,585.49	32.96	1,249.90	27.05	1,363.74	38.15
其他	-	-	376.35	7.82	513.22	11.11	220.35	6.16
合计	-	-	<b>4,810.49</b>	<b>100</b>	<b>4,620.40</b>	<b>100</b>	<b>3,574.77</b>	<b>100</b>

公司预收款项主要包括创新创意服务的项目预收款和园区业务预售门票款。2017年末、2018年末和2019年末，预收款项金额分别为3,574.77万元、4,620.40万元和4,810.49万元，占期末流动负债的比例分别为8.02%、10.66%和13.37%。2018年末，预收款项较上年末增加1,045.63万元、增长29.25%，主要是郑州中华恐龙园设计项目、天津中华恐龙园概念设计项目形成的预收项目款。2019年末，预收款项变动主要系预收门票款增加。2020年9月末，根据新收入准则，公司将预收的经营业务款项作为合同负债列示，2020年9月末合同负债金额为6,374.46万元。

1) 预收项目款

① 郑州中华恐龙园设计项目情况

A、项目基本情况

项目	具体内容
项目名称	郑州中华恐龙园文科类项目方案设计合同
合同执行方	常州恐龙园文化科技有限公司
合同对手方	郑州市天伦主题公园有限公司
合同内容	“郑州中华恐龙园”黑暗乘骑、环境影院等10项室内特种项目总体概念设计、方案设计、方案深化设计、动画预演设计四项内容
合同签署日	2018年4月28日
设计项目进度	于2020年6月终止
乐园建设状态	未建设

B、项目回款及收入确认情况

阶段	合同约定付款条件	达到约定付款日期	实际收款情况	期后结转情况
第一阶段	合同签订后15个工作日内，付款370万元	合同签订日期为2018年4月28日，签订后15个工作日内付款	于2018年6月1日收到370万元	根据原合同、终止协议以及项目成果确认单，于2020年6月

阶段	合同约定付款条件	达到约定付款日期	实际收款情况	期后结转情况
第二阶段	互动射击乘骑、环境影院、脱口秀剧场、科技互动馆、魔幻剧场五项项目概念策划设计阶段完成并经甲方确认后15个工作日内,付款277.5万元	2018年7月3日,取得阶段性项目成果确认单	于2018年10月25日收到277.5万元	确认收入
第三阶段	飞行影院、四维特效影院、科技鬼屋、天幕影院、黑暗乘骑五项项目概念策划设计阶段完成并经甲方确认后15个工作日内,付款277.5万元	2018年8月30日,取得阶段性项目成果确认单	于2019年5月23日收到277.5万元 <sup>1</sup>	
第四阶段	方案设计阶段完成并经甲方确认后15个工作日内,付款370万元	未达到约定付款条件	根据终止协议约定,不再结算-	
第五阶段	深化设计、预演动画制作完成并经甲方确认后15个工作日内,付款370万元			
第六阶段	项目建设完成交付后15个工作日内,92.5万元			
第七阶段	项目交付运营满一年后15个工作日内,92.5万元			

### C、项目开展情况

在项目执行过程中,由于2019年初郑州市天伦主题公园有限公司在项目用地获取方面出现一定困难,乐园落地实施存在一定的不确定性,项目暂缓推进。2020年5月,郑州市天伦主题公园有限公司最终确认无法获取乐园建设所需土地,该项目终止。经过沟通,双方于2020年6月签订终止协议,协议约定:双方对按已经履行的合同内容和工作成果予以确认,未履行部分不再继续履行;双方同意以已支付782万元作为最终结算金额。

截至项目终止协议签署日,发行人已完成该设计项目的概念策划设计(即上表的第三阶段),并取得对应的阶段性项目成果确认单;发行人根据合同约定,收取项目预收款共计782万元,实际到款时间较合同约定时间略晚一些。总体上看,预收项目款与合同中关于结算的约定是相一致的。终止协议签订后,发行人将对应预收账款确认为收入,金额为737.74万元。

#### ②天津中华恐龙园项目情况

##### A、项目基本情况

项目	具体内容
项目名称	天津中华恐龙园项目概念策划
合同执行方	常州恐龙园景观规划设计有限公司
合同对手方	上海红星美凯龙房地产集团有限公司
合同内容	“天津中华恐龙园”项目故事情节设计、规划设计、建筑设计等
合同签署日	2018年3月16日
设计项目进度	于2019年2月完工
乐园建设状态	未建设

### B、项目回款及收入确认情况

阶段	合同约定付款条件	达到约定付款日期	实际收款情况	期后结转情况
第一阶段	合同签订后7日内，付款210万元	合同签订日期为2018年3月16日，签订后7个工作日内付款	于2018年6月12日收到210万元	于2019年2月取得项目成果确认书并确认收入
第二阶段	设计成果向甲方汇报并经甲方书面确认后7日内，付款210万元	2018年7月14日完成汇报并经确认	于2018年8月8日收到210万元	
第三阶段	设计成果向政府汇报并经甲方书面确认后7日内，付款210万元	2018年9月27日完成汇报并经确认	于2018年11月30日收到210万元	
第四阶段	最终成果提交后7日内，付款70万元	2019年2月15日，取得项目成果确认单	于2019年4月10日收到70万元	

### C、项目开展情况

发行人根据合同约定，分阶段收取项目预收款共计700万元，实际到款时间较合同约定时间略晚一些。总体上看，预收项目款与合同中关于结算的约定是相一致的。截至本招股说明书签署日，发行人已完成该设计项目的全部内容，并取得项目成果确认单，确认收入金额为660.38万元。

#### ③上述设计项目与乐园实际建设的关系

乐园项目开发，需要经过概念策划、方案设计、施工图设计、施工建设等一系列过程。投资方与项目拟建地政府部门磋商取得建设用地是项目能否开工建设的前提。政府部门为引进有吸引力的乐园项目、投资方为获取较好的投资政策，项目前期往往由投资方提供项目的策划设计方案，并在此基础上与政府磋商具体的用地条件、政策等事宜。

凭借多年的主题公园运营管理经验，发行人在乐园规划设计方面具备丰富的经验，能为乐园投资方提供其所需的策划设计方案。这部分业务即为发行人的策划设计与咨询管理业务。

因规模化的乐园项目开发过程复杂，受到创意内容、项目前景、土地指标、投资条件、投资方资金实力等诸多因素的影响，项目最终未实际建设的情况较为常见。发行人为上述乐园的投资方提供策划设计与咨询管理业务，是基于发行人形成的品牌影响和创意设计能力，能为投资方乐园开发提供相关创意和技术服务，解决投资方在乐园开发过程中的技术需求。双方通过合同约定各自的权利义务，发行人的服务成果为策划设计方案，在提交相应方案并经对方确认后，发行人即满足收入确认条件。乐园项目最终是否实际开工建设不会对发行人相关合同的执行产生不利影响，并不影响发行人收入的确认。

#### ④ 发行人策划设计与咨询管理业务预收项目款符合行业惯例

发行人策划设计与咨询管理业务与华强方特的创意设计业务较为接近，根据华强方特招股说明书披露：“预收款项主要由公司与客户签订创意设计、设备采购等合同后，按照合同约定预收的货款”，其与发行人约定结算方式相近，均采用预收货款的方式结算。因此，发行人预收项目款是符合行业惯例的。

### 2) 预收门票款

#### ① 预收门票款政策

##### A、预收期限卡门票款

发行人销售期限卡，收取的门票款计入预收账款，自开卡之日起一定期限内按日分摊，每月确认收入。

##### B、OTA 平台预收门票款

发行人与 OTA 平台签订年度框架协议，确定合作关系。基于对未来一段时期销售情况的预计，OTA 平台向发行人预付一定金额的门票款，发行人在预收门票款限额内对其出票，每月末双方对账确认当月销售情况及预收款项余额。在预收门票款额度用完前，OTA 平台补充门票款，以保证可以继续出票。

##### C、线下旅行社预收门票款



基于对未来一段时期销售情况的预计，线下旅行社预付一定金额的门票款，发行人在预收门票款限额内对其出票，当预收门票款额度即将用完或用完后，线下旅行社根据未来销售计划补充门票款。

#### D、协议团队预收门票款

协议团队预付一笔门票款，从发行人处取得对应数量的门票。游客入园前，发行人将该笔款项确认为预收门票款，入园后确认为收入。

#### E、包量合作预收门票款

公司与 OTA 平台或线下旅行社、合作酒店签订包量合作协议，就某一特定时段内（通常为节假日或特殊活动期间）公司通过该平台销售的门票总额做出约定，同时指定双方的结算价格（此价格通常低于常规模式下的结算价）。采用预收方式进行结算，对方需要将不少于包量总额的款项预先划至公司账户，如果该时段内实际门票销售总额小于约定金额，公司与对方按照约定金额结算；如果该时段内实际门票销售总额超出约定金额，公司与对方按照实际销售总额结算。

#### ②报告期各期 OTA 平台分销和包量分销的门票款情况

发行人通过 OTA 平台销售门票的模式分为平台分销、组合产品分销和包量分销三种，报告期各期通过 OTA 销售门票的情况如下：

单位：万元

模式	2020年1-9月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
OTA 平台分销 <sup>1</sup>	3,123.41	5,884.96	26.02%	4,669.72	-52.00%	9,729.06
OTA 组合产品分销 <sup>2</sup>	2,660.02	10,942.97	24.86%	8,763.91	414.19%	1,704.40
OTA 包量分销 <sup>3</sup>	601.36	1,404.06	-14.83%	1,648.53	156.15%	643.57
合计	6,384.79	18,231.99	20.88%	15,082.16	24.88%	12,077.03

注 1：OTA 平台分销是指通过 OTA 平台销售单独销售门票的模式；

注 2：OTA 组合产品分销是指通过 OTA 平台销售“景区+酒店”等组合产品的模式，此处统计的为组合产品中门票的销售情况；

注 3：OTA 包量分销是指 OTA 平台与发行人签订特定期间的包量销售协议，约定保底门票销售额的模式。

#### A、OTA 平台分销金额波动原因分析

报告期内，OTA 平台分销门票款金额分别为 9,729.06 万元、4,669.72 万元、5,884.96 万元和 3,123.41 万元。发行人于 2018 年 8 月将恐龙人酒店纳入合并范围，大力推广园区门票和恐龙人酒店的组合产品，游客单独购买门票的数量减少，因此 2018 年 OTA 平台分销门票款金额较 2017 年减少 5,059.34 万元，降幅为 52.00%；2019 年门票整体销售情况良好，因此 2019 年 OTA 平台分销门票金额较 2018 年增加 1,215.23 万元，增幅为 26.02%；2020 年 1-9 月受疫情影响，因此 2020 年 1-9 月 OTA 平台分销门票金额较 2019 年减少 2,761.55 万元，降幅为 46.93%。

#### B、OTA 组合产品分销金额波动原因分析

报告期内，OTA 组合产品分销门票款金额分别为 1,704.40 万元、8,763.91 万元、10,942.97 万元和 2,660.02 万元。发行人于 2018 年 8 月将恐龙人酒店纳入合并范围，将园区门票及恐龙人酒店进行组合并大力推广，更多游客选择购买组合产品，因此 2018 年 OTA 组合产品分销门票款金额较 2017 年增加 7,059.51 万元，增幅为 414.19%；2019 年门票整体销售情况良好，因此 2019 年 OTA 组合产品分销门票金额较 2018 年增加 2,179.06 万元，增幅为 24.86%；2020 年 1-9 月受疫情影响，因此 2020 年 1-9 月 OTA 组合产品分销门票金额较 2019 年减少 8,282.95 万元，降幅为 75.69%。

#### C、OTA 包量分销金额波动原因分析

报告期内，OTA 包量分销门票款金额分别为 643.57 万元、1,648.53 万元、1,404.06 万元和 601.36 万元。2017 年水世界刚刚独立开放，尚未与 OTA 平台确定包量合作，2018 年驴妈妈与发行人签订水世界包量合作协议，因此 2018 年 OTA 包量分销门票款金额较 2017 年增加 1,004.96 万元，增幅为 156.15%；2019 年驴妈妈包量分销金额较 2018 年略有下降，因此 2019 年 OTA 包量分销门票款金额较 2018 年减少 244.47 万元，降幅为 14.83%；2020 年 1-9 月受疫情影响，2020 年 1-9 月 OTA 包量分销门票金额较 2019 年减少 802.70 万元，降幅为 57.17%。

#### ③2019 年预收门票款增加的原因及合理性

2018 年末和 2019 年末，发行人预收门票款金额变动具体如下：

单位：万元

项目	2019-12-31	2018-12-31	增加额
预收期限卡门票款	1,008.71	840.28	168.43

项目	2019-12-31	2018-12-31	增加额
景尚旅业集团股份有限公司恐龙主题度假酒店	140.69	34.32	106.37
万程（上海）旅行社有限公司	105.68	53.03	52.65
其他	330.41	322.27	8.14
合计	1,585.49	1,249.90	335.59

2019年预收门票款增加的原因主要为：

A、随着园区游乐项目的不断升级优化，更多游客选择办理期限卡多次入园游玩，年卡销售规模增加。2018、2019年发行人销售期限卡金额分别为1,540.46万元和1,767.10万元，2019年期限卡销售额较2018年多226.65万元，因此相应的预收门票款增加；

B、2019年，景尚旅业集团股份有限公司恐龙主题度假酒店和万程（上海）旅行社有限公司的门票销售情况超出预期，预付门票款额度较2018年提前用完。因此，分销商于2019年底补充预付门票款，以保证门票的销售。

#### ④预收门票款与在手订单存在的匹配关系

##### A、预收期限卡门票款

对于预收期限卡门票款，该部分预收门票款对应的期限卡已由游客购买，每张期限卡的预收门票款与期限卡信息一一匹配，预收期限卡门票款与销售的期限卡情况是匹配的。

##### B、预收单次票门票款

###### a、分销情况

预收OTA平台、线下旅行社或合作酒店的门票款存在两种状态：当游客已从OTA平台、线下旅行社或合作酒店购买门票，但尚未入园时，该部分门票款仍为预收状态，但与订单情况是匹配的，当游客入园后该部分款项确认为收入；当游客尚未从OTA平台、线下旅行社或合作酒店购买门票时，该部分预收门票款对应的游客、日期等信息尚未确定，并未与订单情况匹配，仅为发行人与OTA平台、线下旅行社或合作酒店的结算方式。

###### b、直销情况

预收协议团队的门票款，该部分预收门票款已与协议团队取得的门票订单匹配。

综上所述，发行人的预收门票款与在手订单情况是匹配的。

#### (5) 应付职工薪酬

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	1,262.31	99.98	3,161.76	99.68	2,911.86	99.66	2,402.13	99.71
离职后福利— 设定提存计划	0.24	0.02	10.28	0.32	10.03	0.34	6.98	0.29
合计	1,262.55	100	3,172.04	100	2,921.89	100	2,409.11	100

报告期各期末，应付职工薪酬金额分别为 2,409.11 万元、2,921.89 万元、3,172.04 万元和 1,262.55 万元，占期末流动负债比例分别为 5.41%、6.74%、8.82%和 4.15%。其中，短期薪酬占比均在 99%以上。2018 年末，应付职工薪酬较上年末增加 512.78 万元、增长 21.29%，主要是因为当期员工人数增加，2018 年末员工人数较上年末增长 26.44%所致。2020 年 9 月末应付职工薪酬较上年末减少 1,909.48 万元、减少 60.20%，主要是因为 2020 年上半年发放了 2019 年计提的年终奖所致。

#### (6) 应交税费

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税	204.22	17.90	1.36	0.10	-	-	71.95	9.29
城市维护建设税	14.36	1.26	3.86	0.29	0.76	0.07	4.43	0.57
企业所得税	854.83	74.95	797.13	59.80	593.85	53.85	295.70	38.19
个人所得税	42.91	3.76	299.65	22.48	302.38	27.42	194.34	25.10
房产税	-	-	119.09	8.93	99.01	8.98	96.58	12.47
土地使用税	-	-	49.90	3.74	49.90	4.52	49.90	6.44
教育费附加	10.26	0.90	2.76	0.21	0.52	0.05	5.57	0.72
印花税	0.15	0.01	3.64	0.27	4.77	0.43	1.96	0.25
其他地方基金	13.86	1.21	55.68	4.18	51.59	4.68	53.84	6.95
合计	1,140.58	100	1,333.07	100	1,102.78	100	774.26	100

报告期各期末，应交税费金额分别为 774.26 万元、1,102.78 万元、1,333.07 万元

和 1,140.58 万元，占期末流动负债比例分别为 1.74%、2.54%、3.70%和 3.75%。公司应交税费主要为企业所得税和代扣代缴的个人所得税。

#### (7) 其他应付款

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预计费用	183.21	14.86	1,151.57	53.46	1,029.63	60.63	931.99	60.05
押金保证金	524.24	42.53	511.01	23.72	430.04	25.32	283.18	18.24
往来款	522.04	42.35	482.22	22.39	202.07	11.90	297.91	19.19
应付利息	3.17	0.26	9.10	0.42	36.52	2.15	39.05	2.52
合计	1,232.67	100	2,153.90	100	1,698.26	100	1,552.13	100

报告期各期末，其他应付款金额分别为 1,552.13 万元、1,698.26 万元、2,153.90 万元和 1,232.67 万元，占期末流动负债比例分别为 3.48%、3.92%、5.99%和 4.05%。2018 年末，其他应付款较上年末增加 146.13 万元、增长 9.41%，主要系押金保证金增加 146.85 万元。2019 年末，其他应付款较上年末增加 455.65 万元、增长 26.83%，主要是往来款和预计费用增加所致。2020 年 9 月末，其他应付款减少 921.24 万元、减少 42.77%，主要是预计费用减少所致。

预计费用主要系公司计提的返利。为促进门票销售，公司对不同类型的合作方根据票种及门票销售数量制定了阶梯式返利政策。公司于每月末按估算比例预提返利费，计入其他应付款中的预计费用，并确认销售费用中的代理服务费，年末再根据各合作方实际的门票销售种类和数量按约定的返利政策计算实际返利金额并对上述科目进行调整。报告期内，期末预计费用与当期门票收入的增幅相匹配，具体如下：

单位：万元、%

项目	2020-09-30/2020 年 1-9 月		2019-12-31/2019 年		2018-12-31/2018 年		2017-12-31/2017 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
预计费用	183.21	-84.09	1,151.57	11.84	1,029.63	10.48	931.99
门票收入	14,828.56	-62.83	39,890.93	12.23	35,543.30	9.64	32,418.42

2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，前三季度门票收入和 2020 年 9 月末预计费用均呈现较大幅度下滑，两者的变动趋势基本匹配。

报告期各期末，发行人其他应付款中往来款的金额分别为 297.91 万元、202.07 万元、482.22 万元和 495.64 万元，主要为应付园区内合作商家的代收联营款，金额分别为 257.71 万元、172.35 万元、438.00 万元和 436.17 万元。发行人将园区内的店铺出租给合作商家收取租金，其中一类为分成租金收入，即发行人以店铺销售收入的一定比例收取租金，该部分收入记入园区综合业务的其他运营收入。具体模式为：店铺运营对接发行人的信息系统，销售收款进入发行人账户，收入对应的税费由发行人统一缴纳。发行人根据合同约定按月或季度将分成款转到合作商家账户。

2019 年其他应付款中的往来款增加较快，主要是代收联营款中代合作方支付税费的余额增加，原因是当地税务局系统升级，税款暂时不能缴纳，故 2019 年末其他应付款余额较大，该部分税款已于 2020 年 1 月缴纳。

2020 年 9 月末，其他应付款中的往来款金额较大，主要是代收联营款有所增加，原因为发行人于 2020 年调整了联营款付款周期，由按月付款调整为按季度付款，2020 年 9 月末的代收联营款对应的为 7-9 月销售额，因此其他应付余额有所增加。

## 2、非流动负债

单位：万元、%

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期借款	2,000.00	25.09	2,000.00	24.18	5,000.00	49.38	500.00	10.39
递延收益	4,646.75	58.28	4,836.62	58.48	4,568.54	45.12	4,313.18	89.61
递延所得税负债	1,325.92	16.63	1,433.34	17.33	556.98	5.50	-	-
合计	7,972.67	100	8,269.96	100	10,125.52	100	4,813.18	100

报告期各期末，非流动负债金额分别为 4,813.18 万元、10,125.52 万元、8,269.96 万元和 7,972.67 万元。公司非流动负债构成主要系长期借款和递延收益，各期末非流动负债金额变动主要与长期借款余额变动有关。

### (1) 长期借款

报告期各期末，长期借款金额分别为 500.00 万元、5,000.00 万元、2,000.00 万元和 2,000.00 万元，占期末非流动负债比例分别为 10.39%、49.38%、24.18%和 25.09%。报告期内公司长期借款全部为担保借款。

截至 2020 年 9 月末，长期借款的金额、期限、利率和利息费用如下表所示：

单位：万元

贷款银行	贷款金额	起息日期	还款日期	利率	利息费用
交通银行股份有限公司常州分行	2,000.00	2019-4-26	2023-12-17	2020 年 5 月前为 4.75%，2020 年 6-9 月为贷款市场报价利率	72.31

注：上表“利息费用”系期末贷款金额对应的部分，且未扣减该部分贷款利息对应的资本化金额。

2017 年，公司不存在资本化利息。2018 年及 2019 年，资本化利息金额分别为 7.26 万元和 55.25 万元，均为上述交通银行“中华恐龙园雨林区改建项目”专项借款资本化利息。

## （2）递延收益

报告期各期末，递延收益金额分别为 4,313.18 万元、4,568.54 万元、4,836.62 万元和 4,646.75 万元，占期末非流动负债比例分别为 89.61%、45.12%、58.48%和 58.28%。报告期内公司递延收益全部为政府补助。

2017 年度，公司收到政府补助及核算情况如下：

单位：万元

项目	2016 年末余额	本期新增	本期计入其它收益	2017 年末余额	与资产相关/与收益相关
冒险恐龙山项目	831.43	-	69.05	762.38	与资产相关
冒险港、梦幻庄园贷款贴息	738.71	-	42.21	696.50	与资产相关
提级改造项目专项借款贴息	422.53	-	26.55	395.98	与资产相关
仿真机器人、超感体验项目	789.00	-	-	789.00	与资产相关
国际动漫艺术周项目引导资金	169.01	-	10.62	158.39	与资产相关
动漫创意项目专项借款贴息	66.67	-	5.00	61.67	与资产相关
契税兑现奖励	65.44	-	2.70	62.74	与资产相关
互动体验智慧升级项目	500.00	96.03	13.59	582.43	与资产相关
一体化电商平台智慧升级项目	160.00	20.00	13.03	166.97	与资产相关
文科融合恐龙复活计划	150.00	-	-	150.00	与资产相关
公共智能车辆云系统研发项目	165.00	15.00	-	180.00	与资产相关

项目	2016 年末 余额	本期新增	本期计入其 它收益	2017 年末 余额	与资产相关 /与收益相关
儿童区一期建设工程项目	64.71	-	3.73	60.98	与资产相关
电子商务建设	23.51	-	2.94	20.57	与资产相关
恐龙人可复制模块娱乐产品创新项目	15.00	15.00	-	30.00	与资产相关
景区内外公共服务体系配套提升项目	15.00	-	0.38	14.63	与资产相关
“恐龙人”文化品牌创新拓展项目	160.00	-	4.05	155.95	与资产相关
《恐龙宝贝》主题乐园 IP 产业链项目	31.07	-	31.07	-	与收益相关
创新跨界融合舞台剧《疯狂恐龙人》	-	25.00	-	25.00	与收益相关
<b>合计</b>	<b>4,367.09</b>	<b>171.03</b>	<b>224.93</b>	<b>4,313.18</b>	<b>-</b>

2018 年度，公司收到政府补助及核算情况如下：

单位：万元

项目	2017 年末 余额	本期新增	本期计入其 它收益	2018 年末 余额	与资产相关 /与收益相关
冒险恐龙山项目	762.38	-	66.35	696.03	与资产相关
冒险港、梦幻庄园贷款贴息	696.50	-	42.21	654.29	与资产相关
提级改造项目专项借款贴息	395.98	-	26.55	369.44	与资产相关
仿真机器人、超感体验项目	789.00	-	-	789.00	与资产相关
国际动漫艺术周项目引导资金	158.39	-	10.62	147.78	与资产相关
动漫创意项目专项借款贴息	61.67	-	5.00	56.67	与资产相关
契税兑现奖励	62.74	-	2.70	60.04	与资产相关
互动体验智慧升级项目	582.43	-	29.92	552.51	与资产相关
一体化电商平台智慧升级项目	166.97	-	18.59	148.37	与资产相关
文科融合恐龙复活计划	150.00	-	-	150.00	与资产相关
公共智能车辆云系统研发项目	180.00	-	-	180.00	与资产相关
儿童区一期建设工程项目	60.98	-	3.73	57.24	与资产相关
电子商务建设	20.57	-	2.94	17.63	与资产相关
恐龙人可复制模块娱乐产品创新项目	30.00	-	-	30.00	与资产相关



项目	2017 年末 余额	本期新增	本期计入其 它收益	2018 年末 余额	与资产相关 /与收益相关
景区内外公共服务体系配套提升项目	14.63	-	0.75	13.88	与资产相关
“恐龙人”文化品牌创新拓展项目	155.95	-	8.00	147.95	与资产相关
创新跨界融合舞台剧《疯狂恐龙人》	25.00	15.00	-	40.00	与收益相关
2017 年中央文化产业发展专项资金	-	296.00	-	296.00	与资产相关
魔幻剧场项目	-	10.00	0.09	9.91	与资产相关
4D 影片《翼龙骑士》	-	30.00	6.17	23.83	与资产相关
水世界厕所改造补贴	-	1.82	0.06	1.76	与资产相关
智慧旅游及水公园改造补贴奖励	-	8.00	0.38	7.62	与资产相关
电商平台补贴	-	10.0	0.69	9.31	与资产相关
2017 年度省级现代服务业发展专项引导资金	-	120.00	10.71	109.29	与资产相关
<b>合计</b>	<b>4,313.18</b>	<b>490.82</b>	<b>235.47</b>	<b>4,568.54</b>	<b>-</b>

2019 年，公司收到政府补助及核算情况如下：

单位：万元

项目	2018 年末 余额	本期新增	本期计入其 它收益	2019 年末 余额	与资产相关 /与收益相关
冒险恐龙山项目	696.03	-	55.50	640.53	与资产相关
冒险港、梦幻庄园贷款贴息	654.29	-	42.21	612.07	与资产相关
提级改造项目专项借款贴息	369.44	-	26.54	342.89	与资产相关
仿真机器人、超感体验项目	789.00	-	-	789.00	与资产相关
国际动漫艺术周项目引导资金	147.78	-	10.62	137.16	与资产相关
动漫创意项目专项借款贴息	56.67	-	5.00	51.67	与资产相关
契税兑现奖励	60.04	-	2.70	57.33	与资产相关
互动体验智慧升级项目	552.51	-	29.90	522.61	与资产相关
一体化电商平台智慧升级项目	148.37	5.00	19.50	133.87	与资产相关
文科融合恐龙复活计划	150.00	-	-	150.00	与资产相关
公共智能车辆云系统研发项目	180.00	-	86.09	93.91	与资产相关

项目	2018年末余额	本期新增	本期计入其它收益	2019年末余额	与资产相关/与收益相关
儿童区一期建设工程项目	57.24	-	3.73	53.51	与资产相关
电子商务建设	17.63	-	2.94	14.69	与资产相关
恐龙人可复制模块娱乐产品创新项目	30.00	-	5.50	24.50	与资产相关
景区内外公共服务体系配套提升项目	13.88	-	0.75	13.13	与资产相关
“恐龙人”文化品牌创新拓展项目	147.95	-	7.98	139.97	与资产相关
创新跨界融合舞台剧《疯狂恐龙人》	40.00	10.00	50.00	-	与收益相关
2017年中央文化产业发展专项资金	296.00	-	8.69	287.31	与资产相关
魔幻剧场项目	9.91	-	1.04	8.87	与资产相关
4D影片《翼龙骑士》	23.83	-	6.35	17.47	与资产相关
水世界厕所改造补贴	1.76	-	0.09	1.67	与资产相关
智慧旅游及水公园改造补贴奖励	7.62	-	0.41	7.21	与资产相关
电商平台补贴	9.31	-	1.20	8.10	与资产相关
2017年度省级现代服务业发展专项引导资金	109.29	-	30.71	78.57	与资产相关
人脸识别大数据分析项目	-	10.00	2.03	7.97	与资产相关
疯狂恐龙人区提级拓展项目	-	297.38	27.61	269.77	与资产相关
儿童区魔术剧场项目	-	50.00	0.88	49.12	与资产相关
园区厕所改造项目	-	127.75	2.90	124.84	与资产相关
探秘侏罗纪项目（雨林区）	-	200.00	1.14	198.86	与资产相关
<b>合计</b>	<b>4,568.54</b>	<b>700.13</b>	<b>432.05</b>	<b>4,836.62</b>	<b>-</b>

2020年1-9月，公司收到政府补助及核算情况如下：

单位：万元

项目	2019年末余额	本期新增	本期计入其他收益	2020年9月末余额	与资产相关/与收益相关
冒险恐龙山项目	640.53	-	40.95	599.58	与资产相关
冒险港、梦幻庄园贷款贴息	612.07	-	31.66	580.41	与资产相关
提级改造项目专项借款贴息	342.89	-	19.91	322.98	与资产相关

项目	2019年末 余额	本期新增	本期计入其 他收益	2020年9月 末余额	与资产相关/ 与收益相关
仿真机器人、超感体验项目	789.00	-	-	789.00	与资产相关
国际动漫艺术周项目引导资金	137.16	-	7.96	129.20	与资产相关
动漫创意项目专项借款贴息	51.67	-	3.75	47.92	与资产相关
契税兑现奖励	57.33	-	2.03	55.31	与资产相关
互动体验智慧升级项目	522.61	-	22.41	500.20	与资产相关
一体化电商平台智慧升级项目	133.87	-	14.64	119.24	与资产相关
文科融合恐龙复活计划	150.00	-	-	150.00	与资产相关
公共智能车辆云系统研发项目	93.91	-	70.43	23.48	与资产相关
儿童区一期建设工程项目	53.51	-	2.80	50.71	与资产相关
电子商务建设	14.69	-	2.20	12.49	与资产相关
恐龙人可复制模块娱乐产品创新项目	24.50	-	4.50	20.00	与资产相关
景区内外公共服务体系配套提升项目	13.13	-	0.56	12.56	与资产相关
“恐龙人”文化品牌创新拓展项目	139.97	-	6.00	133.97	与资产相关
2017年中央文化产业发展专项资金	287.31	-	15.95	271.36	与资产相关
魔幻剧场项目	8.87	-	0.78	8.09	与资产相关
4D影片《翼龙骑士》	17.47	-	4.77	12.71	与资产相关
水世界厕所改造补贴	1.67	-	0.07	1.60	与资产相关
智慧旅游及水公园改造补贴奖励	7.21	-	0.31	6.90	与资产相关
电商平台补贴	8.10	-	0.89	7.21	与资产相关
2017年度省级现代服务业发展专项引导资金	78.57	-	8.04	70.54	与资产相关
人脸识别大数据分析项目	7.97	-	1.53	6.44	与资产相关

项目	2019年末 余额	本期新增	本期计入其 他收益	2020年9月 末余额	与资产相关/ 与收益相关
疯狂恐龙人区提级拓展项目	269.77	-	20.71	249.05	与资产相关
儿童区魔术剧场项目	49.12	-	7.89	41.23	与资产相关
园区厕所改造项目	124.84	-	26.13	98.71	与资产相关
探秘侏罗纪项目(雨林区)	198.86	40.00	10.98	227.88	与资产相关
恐龙基因研究中心智慧体验项目	-	30.00	1.25	28.75	与资产相关
梦幻庄园沉浸式体验创新提升项目	-	15.00	2.45	12.55	与资产相关
中华恐龙园儿童游乐区文科融合配套提升项目	-	50.00	3.83	46.17	与资产相关
文旅融合的创新剧目《迈乐的否冷》	-	10.50	-	10.50	与收益相关
合计	4,836.62	145.50	335.37	4,646.75	

1) 与资产相关的政府补助的原值、摊销方法、期限及其确定依据、摊销开始时点及其摊销的具体情况

报告期内，公司与资产相关的政府补助是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，其摊销方法为：与资产相关的政府补助确认为递延收益，确认为递延收益的与资产相关的政府补助，在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。因此，与资产相关的政府补助的摊销期限为按照相关资产剩余使用年限进行摊销。报告期内，公司与资产相关的政府补助均按照企业会计准则的规定，在相关资产使用寿命内平均分配计入当期损益。

公司与资产相关的政府补助的原值、摊销开始时点及其摊销的具体情况如下：

单位：万元、月

项目	收到的金额	摊销期限	摊销起始时间	摊销金额			
				2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
冒险恐龙山项目	880.00	60-240	2016-10-01	40.95	55.50	66.35	69.05
冒险港、梦幻庄园贷款贴息	800.00	240	2014-11-01	31.66	42.21	42.21	42.21
	40.00	217	2016-06-01				
提级改造项目专项借款贴息	500.00	240	2012-12-01	19.91	26.54	26.55	26.55
	25.00	194	2013-12-01				
仿真机器人、超感体验项目	411.00	暂未验收	暂未验收	-	-	-	-
	378.00						
国际动漫艺术周项目引导资金	100.00	240	2012-12-01	7.96	10.62	10.62	10.62
	100.00	240	2013-08-01				
	10.00	194	2013-12-01				
动漫创意项目专项借款贴息	100.00	240	2010-05-01	3.75	5.00	5.00	5.00
契税兑现奖励	30.33	320	2012-12-01	2.03	2.70	2.70	2.70
	46.14	354	2012-12-01				
互动体验智慧升级项目	500.00	240	2017-07-01	22.41	29.90	29.92	13.59
	30.00	237	2017-10-01				
	50.00	236	2017-10-01				
	16.03	235	2017-12-01				
一体化电商平台智慧升级项目	160.00	115	2017-03-01	14.64	19.50	18.59	13.03

项目	收到的金额	摊销期限	摊销起始时间	摊销金额			
				2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
	20.00	110	2017-09-01				
	5.00	94	2019-01-01				
文科融合恐龙复活计划	150.00	暂未验收	暂未验收	-	-	-	-
公共智能车辆云系统研发项目	180.00	23	2019-02-01	70.43	86.09	-	-
儿童区一期建设工程项目	70.00	225	2015-08-01	2.80	3.73	3.73	3.73
电子商务建设	29.39	120	2015-01-01	2.20	2.94	2.94	2.94
恐龙人可复制模块娱乐产品创新项目	30.00	240	2019-02-01	4.50	5.50	-	-
景区内外公共服务体系配套提升项目	15.00	240	2017-07-01	0.56	0.75	0.75	0.38
“恐龙人”文化品牌创新拓展项目	160.00	240	2017-07-01	6.00	7.98	8.00	4.05
2017年中央文化产业发展专项资金	296.00	240	2019-08-01	15.95	8.69	-	-
魔幻剧场项目	10.00	115	2018-12-01	0.78	1.04	0.09	-
4D影片《翼龙骑士》	20.00	57	2018-01-01	4.77	6.35	6.17	-
	10.00	56	2018-02-01				
水世界厕所改造补贴	1.82	230	2018-05-01	0.07	0.09	0.06	-
智慧旅游及水公园改造补贴奖励	8.00	233	2018-02-01	0.31	0.41	0.38	-
电商平台补贴	10.00	101	2018-06-01	0.89	1.20	0.69	-
2017年度省级现代服务业发展专项引导资金	120.00	112	2018-01-01	8.04	30.71	10.71	-

项目	收到的金额	摊销期限	摊销起始时间	摊销金额			
				2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
人脸识别大数据分析项目	10.00	59	2019-01-01	1.53	2.03	-	-
疯狂恐龙人区提级拓展项目	47.38	235	2019-01-01	20.71	27.61	-	-
	50.00	235	2019-01-01				
	200.00	235	2019-01-01				
园区厕所改造项目	127.75	44	2019-12-01	26.13	2.90	-	-
探秘侏罗纪项目（雨林区）	240.00	240	2019-12-01	10.98	1.14	-	-
恐龙基因研究中心智慧体验项目	30.00	240	2020-04-01	1.25	-	-	-
儿童区魔术剧场项目	50.00	57	2019-12-01	7.89	0.88	-	-
梦幻庄园沉浸式体验创新提升项目	8.96	56	2020-01-21	2.45	-	-	-
	6.04	60	2020-01-21				
中华恐龙园儿童游乐区文科融合配套提升项目	27.67	50	2020-06-02	3.83	-	-	-
	19.25	60	2020-06-02				
	3.09	在建	2020-06-02				
合计				335.37	382.05 <sup>注2</sup>	235.47	193.85 <sup>注1</sup>

注 1：2017 年度公司与资产相关的政府补助的摊销金额与其他收益——递延收益摊销金额存在差异，系《恐龙宝贝》主题乐园 IP 产业链项目为收益类项目，补贴款 31.07 万元已于 2017 年到账，但是当期末尚未验收，无法当期直接计入政府补助，因此在其他收益——递延收益摊销列示；

注 2：2019 年度公司与资产相关的政府补助的摊销金额与其他收益——递延收益摊销金额存在差异，系创新跨界融合舞台剧《疯狂恐龙人》项目为收益类项目，补贴款 50 万元已于 2019 年到账，但是当期末尚未验收，无法当期直接计入政府补助，因此在其他收益——递延收益摊销列示。

因此，报告期内与资产相关的政府补助均按照企业会计准则的要求进行确认，摊销期限均和资产的剩余使用年限一致，报告期内的摊销金额准确。

## 2) 政府补助的合规性

报告期内，公司的政府补助已经取得的政府补助证明文件情况如下：

单位：万元

项目	金额	收到的时间	补贴文件
冒险恐龙山项目	800.00	2013-11-25	苏财教（2013）238号
	80.00	2015-03-19	常创发【2014】3号
冒险港、梦幻庄园贷款贴息	800.00	2014-11-24	苏财教[2014]207号
	40.00	2016-06-30	常创发【2015】6号
提级改造项目专项借款贴息	500.00	2012-12-31	苏财教【2012】284号
	25.00	2013-12-28	常财工贸【2013】137号
仿真机器人、超感体验项目	210.00	2013-12-27	国科发计【2013】667号
	26.00	2014-01-17	国科发计【2013】667号
	77.00	2014-04-30	国科发计【2013】667号
	58.00	2015-02-11	国科发计【2013】667号
	21.00	2015-03-17	常创发【2014】3号
	170.00	2015-05-06	国科发计【2013】667号
	71.00	2015-12-02	国科发计【2013】667号
	39.00	2016-03-03	国科发计【2013】667号
	117.00	2016-04-29	国科发计【2013】667号
国际动漫艺术周项目引导资金	100.00	2012-12-11	苏财教【2012】228号
	100.00	2013-08-06	
	10.00	2013-12-28	常财工贸【2013】137号
动漫创意项目专项借款贴息	100.00	2010-04-01	关于拨付2009年省级现代服务业（金融业）发展专项引导资金的申请 中国农业银行股份有限公司常州新区支行就贷款贴息签署的监管协议
契税兑现奖励	76.47	2012-12-31	常财工贸【2012】109号
互动体验智慧升级项目	500.00	2015-10-28	苏财教[2015]165号、苏财教[2016]181号、常财金[2016]14号
	30.00	2017-10-16	苏财金（2017）48号
	50.00	2017-10-15	常财金（2017）23号
	16.03	2017-12-12	苏财金（2017）48号
一体化电商平台智慧升级项目	160.00	2015-11-18	苏财教[2015]186号



项目	金额	收到的时间	补贴文件
	20.00	2017-09-17	
	5.00	2019-01-30	常新服[2019]1号
文科融合恐龙复活计划	150.00	2015-07-21	常文改办[2015]2号
公共智能车辆云系统研发项目	70.00	2015-11-09	苏财教[2015]127号
	95.00	2016-03-04 2016-11-25	
	15.00	2017-08-25	
儿童区一期建设工程项目	70.00	2015-08-18	苏财建[2015]223号
电子商务建设	29.39	2015-09-09	2014年度常州市电子商务专项资金商务部门支持项目名单公示
恐龙人可复制模块娱乐产品创新项目	15.00	2016-08-09	新北区文化产业引导资金扶持项目合同书
	15.00	2017-01-05	常新文改办[2016]2号
景区内外公共服务体系配套提升项目	15.00	2016-07-05	常财金[2016]14号
“恐龙人”文化品牌创新拓展项目	160.00	2016-10-09	苏财教[2016]181号
《恐龙宝贝》主题乐园IP产业链项目	240.00	2016-09-07	苏财教[2016]148号
创新跨界融合舞台剧《疯狂恐龙人》	25.00	2017-09-07	江苏艺术基金项目资助协议
	15.00	2018-01-11	
	10.00	2019-11-26	
2017年中央文化产业发展专项资金	296.00	2018-01-19	苏财教[2017]199号
魔幻剧场项目	10.00	2018-12-31	新北区文化产业引导资金扶持项目合同书（重点文化产业项目扶持类）
4D影片《翼龙骑士》	20.00	2018-01-30	苏财教[2017]25号
	10.00	2018-02-28	常创发[2018]1号
水世界厕所改造补贴	1.82	2018-05-31	苏财金[2017]126号
智慧旅游及水公园改造补贴奖励	8.00	2018-02-28	常创发[2018]1号
电商平台补贴	10.00	2018-06-19	苏财工贸[2018]133号
2017年度省级现代服务业发展专项引导资金	120.00	2018-01-22	苏财建[2017]235号、常发改[2017]260号、苏发改服务发[2017]976号
人脸识别大数据分析项目	10.00	2019-01-31	常财金[2018]26号
疯狂恐龙人区提级拓展项目	47.38	2019-01-31	常财金[2018]26号
	50.00	2019-01-30	苏财金[2018]68号

项目	金额	收到的时间	补贴文件
	200.00	2019-01-15	苏财教[2018]242号
2018 园区厕所改造项目	127.75	2019-12-16	常文广旅[2019]207号
探秘侏罗纪项目（雨林区）	200.00	2019-12-31	苏财教[2019]196号
	40.00	2020-7-10	常文广旅【2020】94号
2019 儿童区魔术剧场项目	50.00	2019-12-27	常州市文化产业引导资金扶持项目合同书
恐龙基因研究中心智慧体验项目	30.00	2020-04-27	苏财教[2019]193号
梦幻庄园沉浸式体验创新提升项目	15.00	2020-01-21	常新文改办〔2019〕2号
中华恐龙园儿童游乐区文科融合配套提升项目	50.00	2020-06-02	苏文旅发【2019】18号文件
文旅融合的创新剧目《迈乐的否冷》	10.50	2020-7-28	常州市文化艺术基金项目资助协议书
区政府双旦活动补贴	90.00	2017-01-06	常州市新北区人民政府出具的证明文件
519 常州旅游活动补贴	30.00	2017-12-22	常州市文化广电和旅游局出具的证明文件
常州市服务业发展引导资金	25.00	2017-11-30	常新服[2017]10号
新北区文化产业引导资金	10.00	2017-12-12	常新文改办[2017]2号
江苏省高校毕业生就业见习基地补贴	31.61	2017-10-26	常人社发[2016]14号
		2017-12-15	
		2017-12-26	
江苏省质量技术监督标准化专项资金	8.00	2017-06-30	苏财规[2016]16号
常州市优秀科普教育基地奖励	6.00	2017-09-29	常科发[2017]126号常财工贸[2017]54号
常州市旅游局局感恩月活动补贴	5.00	2017-12-27	常州市文化广电和旅游局出具的活动补贴证明
江苏省著名商标奖励	2.00	2017-01-17	常财工贸[2016]125号
省级宣传文化发展专项资金资助项目及资金的通知	2.00	2017-03-06	苏财教[2016]59号
江苏省科普场馆协会 2017 年度活动经费	0.70	2017-06-07	苏科馆协发[2017]15号
常州市旅游局文件 2017 年常州旅游商品创意大赛	0.60	2017-07-24	常旅综[2017]11号
江苏省旅游业发展专项引导资金	25.00	2017-12-28	苏财金[2017]98号
2017 年新北区先进“消费维权服务站”	0.20	2018-03-05	常高新市管[2018]1号
2017 年度常州市电子商务专项资金	15.00	2018-11-13	常商电商[2018]351号
常州市优秀科普教育基地奖励	8.46	2018-11-06	常科发[2018]155号、常科发[2018]168号

项目	金额	收到的时间	补贴文件
江苏省高校毕业生就业见习基地补贴	15.30	2018-12-20	常人社发[2016]14号
2017年常州市企业股改上市专项资金	416.70	2018-12-13	常政金发[2018]22号
常州创意产业基地政策奖励	19.00	2019-01-26 2019-02-13	常创发[2017]1号、常创发[2018]1号
江苏省高校毕业生就业见习基地补贴	38.47	2019-12-23	常人社发[2016]14号
常州市优秀科普教育基地奖励	0.10	2019-12-23	常科发[2018]155号、常科发[2018]168号
科普奖励	0.40	2019-03-28	苏科协发[2018]272号、苏科馆协发[2019]29号、苏科馆协发[2019]3号
企业紧缺人才专项资金	5.00	2019-12-12	常人社办[2019]60号
江苏省旅游业发展专项引导资金	75.00	2020-04-30 2020-05-29	苏财教[2019]193号、苏财教[2020]27号
2019年度第六批“龙城英才计划”企业紧缺人才专项资金	5.00	2020-03-23	常人社发[2020]9号
2019年度第五批“龙城英才计划”企业紧缺人才专项资金	2.00	2020-3-17	常人社发[2019]154号
见习补贴	13.06	2020-09-22	常人社发[2016]14号
常州市优秀科普教育基地奖励	20.00	2020-09-27	常科发【2020】121号
科普教育基地绩效考评	1.00	2020-09-27	苏全科组办发【2020】5、10号
以工代训补贴	36.25	2020-08-26	常人社发【2020】87号
主题公园标准化体系建设奖励	10.00	2020-09-28	常市监【2020】6号、关于2020年度常州市标准体系建设奖励项目公示的公告
个人所得税手续费返还	11.58	2017年分次	中华人民共和国主席令〔2007〕63号、中华人民共和国国务院令〔2007〕第512号
	34.06	2018年分次	
	1.88	2019年分次	
	1.63	2020年分次	
增值税加计抵减进项税	157.76	2019年分次	财政部 税务总局 海关总署公告2019年第39号、财政部 税务总局公告2019年第87号
	90.42	2020年分次	
稳定岗位补贴	28.91	2017年分次	常人社发[2016]84号 常人社发[2020]26号 常政发[2020]16号 鄂人社发[2019]30号 武人社函[2019]120号 鄂政办发[2020]10号
	4.62	2018年分次	
	23.17	2019年分次	
	298.57	2020年分次	

因此，报告期内的政府补助均已取得相关的政府文件，不存在违反合规性

的情形。

3) 报告期内公司对政府补助不存在重大依赖，未来政府补助相关政策的变化不会对公司净利润产生重大影响

报告期内，政府补助对于公司净利润的影响情况如下表所示：

单位：万元

项目	金额			
	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
政府补助 (A)	888.30	658.83	748.81	501.33
考虑所得税影响后的政府补助 (B)	666.23	494.12	561.61	376.00
营业收入 (C)	31,461.65	65,281.46	57,959.23	51,273.25
净利润 (D)	1,208.95	9,512.89	8,680.31	7,320.35
政府补助占营业收入比例 (A/C)	2.82%	1.01%	1.29%	0.98%
政府补助占净利润比例 (B/D)	55.11%	5.19%	6.47%	5.14%

2017-2019年度，政府补助占营业收入的比例分别为0.98%、1.29%和1.01%，政府补助占净利润的比例分别为5.14%、6.47%和5.19%，所占比例均较低；2020年1-9月，受疫情影响，园区入园人数下降，导致公司的营业收入和净利润规模下降，同时政府部门在疫情期间加大了对于文旅行业企业的补贴金额，导致2020年1-9月政府补助占当期营业收入及净利润的比例提高。随着疫情逐步得到控制，公司的营业收入和净利润将逐渐恢复到正常水平，对政府补助的依赖程度将会有所下降。预计未来政府补助政策将不会产生重大变化，政府补助不会对公司净利润产生重大影响。

### (3) 递延所得税负债

报告期各期末，递延所得税负债金额分别为0元、556.98万元、1,433.34万元和1,325.92万元，2018年末、2019年末和2020年9月末占期末非流动负债比例分别为5.50%、17.33%和16.63%，公司递延所得税负债主要系固定资产折旧差异产生的应纳税暂时性差异产生。报告期各期末，应纳税暂时性差异及其形成的递延所得税负债如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
----	------------	------------	------------	------------

	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
固定资产折旧差异	5,303.68	1,325.92	5,733.36	1,433.34	2,227.94	556.98	-	-
合计	5,303.68	1,325.92	5,733.36	1,433.34	2,227.94	556.98	-	-

### 3、所有者权益

报告期各期末，公司所有者权益构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
股本	17,610.00	17,610.00	16,500.00	16,500.00
资本公积	30,774.15	30,774.15	23,126.25	23,099.85
盈余公积	4,918.07	4,842.89	3,975.58	3,307.63
未分配利润	42,792.65	41,507.92	34,190.69	27,843.02
归属于母公司的股东权益合计	96,094.87	94,734.96	77,792.52	70,750.49
少数股东权益	-34.32	116.65	273.29	-
合计	96,060.55	94,851.60	78,065.81	70,750.49

#### (1) 盈余公积

公司盈余公积逐年增加，系每年计提盈余公积所致。报告期内，公司均以当期净利润 10%的比例计提盈余公积，2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司盈余公积分别较上年末增长 20.19%、21.82%及 1.55%。

#### (2) 少数股东权益

单位：万元

子公司名称	少数股权比例	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31
恐龙人模块文旅	10.00%	-115.95	-9.39	84.93
湖北交旅文化	49.00%	81.64	126.03	188.36
合计	-	-34.32	116.65	273.29

2017 年末，公司不存在少数股东权益。2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，恐龙人模块文旅 10.00%少数股权、湖北交旅文化 49.00%少数股东股权分别合计形成少数股东权益 273.29 万元、116.65 万元及-34.32 万元。2019 年末及 2020 年 9 月末少数股东权益为负主要系恐龙人模块文旅少数股东权益为负导致，

恐龙人模块文旅主营业务为“恐龙人俱乐部”的经营和管理，报告期内由于“恐龙人俱乐部”门店处于培育阶段，尚未实现盈利。

### （三）偿债能力情况分析

指标	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动比率（倍）	0.79	0.66	0.56	0.32
速动比率（倍）	0.72	0.59	0.51	0.28
资产负债率（合并）	28.55%	31.81%	40.66%	41.10%
资产负债率（母公司）	27.60%	33.14%	41.17%	40.97%
指标	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
息税折旧摊销前利润（万元）	10,905.65	24,576.33	21,768.01	19,772.28
利息保障倍数（倍）	8.68	14.66	12.30	8.10

注1：息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出+折旧+摊销，其中利息支出包含利息资本化部分；

注2：利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/（利息支出+资本化利息支出）。

#### 1、偿债能力分析

报告期各期末，公司的流动比率分别为0.32、0.56、0.66和**0.79**，速动比率分别为0.28、0.51、0.59和**0.72**，呈现上升趋势，短期偿债能力有所改善。流动比率和速动比率整体相对较低，主要是因为主题乐园以运营长期资产为主。报告期各期末，公司合并及母公司资产负债率均有所下降，长期偿债风险有所降低。报告期内公司利息保障倍数依次为8.10倍、12.30倍、14.66倍和**8.68**倍，现金流量可以较好覆盖有息负债利息成本，且偿付能力有所提升。

#### 2、与可比公司偿债能力指标比较

报告期各期末，发行人偿债指标与A股（拟）上市可比公司的对比情况如下：

资产负债率单位：%

公司	2020-09-30			2019-12-31			2018-12-31			2017-12-31		
	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率
华侨城A	1.57	0.50	76.07	1.49	0.56	74.98	1.62	0.51	73.77	1.62	0.60	69.89
宋城演艺	3.25	3.23	11.87	3.82	3.81	10.49	2.51	2.50	10.43	1.83	1.83	14.59

公司	2020-09-30			2019-12-31			2018-12-31			2017-12-31		
	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率
大连圣亚	0.38	0.38	65.32	0.48	0.48	60.67	0.42	0.42	56.01	0.69	0.68	44.88
华强方特	0.17	0.10	51.36	0.26	0.20	51.31	0.50	0.40	47.73	0.53	0.46	48.19
平均数	1.34	1.05	51.16	1.51	1.26	49.36	1.26	0.96	46.99	1.17	0.89	44.39
中位数	0.97	0.44	58.34	0.99	0.52	55.99	1.06	0.47	51.87	1.15	0.64	46.53
发行人	0.79	0.72	28.55	0.66	0.59	31.81	0.56	0.51	40.66	0.32	0.28	41.10

注 1：可比公司财务数据来自于招股书及年报。

注 2：上表资产负债率为合并口径。

报告期各期末，发行人偿债能力指标与可比公司存在差异，主要系其与可比公司业务类型和业务结构不同所致。发行人流动比率及速动比率接近大连圣亚与华强方特，资产负债率高于宋城演艺、低于其他可比公司。华侨城 A 以文化旅游和地产为双主业，受地产业务影响其流动比率显著高于发行人，扣除存货后其速动比率与发行人速动比率水平接近。宋城演艺采用输出演艺演出服务的轻资产运营模式，因此短期偿债指标均明显高于发行人、资产负债率明显低于发行人。

综合来看，发行人负债水平及偿债能力与业务特征匹配，偿债能力良好。

#### （四）资产周转能力分析

单位：次

主要财务指标	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
应收账款周转率	9.02	34.29	38.64	58.39
存货周转率	10.39	15.35	16.23	18.49
总资产周转率	0.23	0.48	0.46	0.42

报告期内，发行人应收账款周转率及存货周转率整体处于较高水平，资产周转能力较好。应收账款周转率及存货周转率有所下降，主要系创新创意服务目存在一定周期，由此形成部分应收项目款及在产品，整体来看资产周转能力不存在重大不利变动，总资产周转率略有上升。

报告期各期末，发行人资产周转能力指标与 A 股（拟）上市可比公司的对比情况如下：

单位：次

公司	2020-09-30			2019-12-31			2018-12-31			2017-12-31		
	应收账款周转率	存货周转率	总资产周转率	应收账款周转率	存货周转率	总资产周转率	应收账款周转率	存货周转率	总资产周转率	应收账款周转率	存货周转率	总资产周转率
华侨城 A	/	/	0.08	156.66	0.15	0.18	100.15	0.14	0.19	85.79	0.24	0.23
宋城演艺	/	18.26	0.06	68.75	159.34	0.24	60.75	289.88	0.33	152.27	251.53	0.37
大连圣亚	/	34.38	0.02	51.24	61.08	0.16	115.05	49.74	0.24	138.98	42.47	0.32
华强方特	/	/	0.12	20.76	5.00	0.26	18.99	4.75	0.23	22.14	5.95	0.22
平均数	/	/	0.07	74.35	56.39	0.21	73.74	86.13	0.25	99.79	75.05	0.28
中位数	/	/	0.07	60.00	33.04	0.21	80.45	27.25	0.23	112.39	24.21	0.27
发行人	9.02	10.39	0.23	34.29	15.35	0.48	38.64	16.23	0.46	58.39	18.49	0.42

注：2020年1-9月同行业可比公司未披露部分应收账款和存货原值数据，故无法计算对应应收账款周转率和存货周转率。

因业务构成和业务模式不同，发行人资产周转能力指标与可比公司存在一定差异。华侨城 A 以文化旅游和地产为双主业，因此其应收账款周转率显著高于公司及其他可比公司，存货周转率显著低于公司及其他可比公司。宋城演艺采用输出演艺演出服务的轻资产运营模式，其应收账款、存货余额均较低，因此应收账款周转率、存货周转率均相对较高。发行人主题乐园经营模式与大连圣亚接近，应收账款、存货余额相对较低，但因创新创意服务项目形成应收项目款及在产品，公司应收账款周转率及存货周转率低于大连圣亚。

## （五）现金交易分析

### 1、现金交易（包括采购、销售）的基本情况

#### （1）现金销售

公司园区门票业务、酒店及俱乐部收入因终端消费者以散客为主，均存在一定现金销售收入。报告期内，现金销售收入总额分别为 15,228.28 万元、8,738.37 万元、5,105.76 万元和 657.61 万元，占当期主营业务收入比例分别为 29.81%、15.16%、7.85%和 2.11%，金额和占比均呈现明显下降趋势。

公司现金销售收入主要来自园区综合业务，具体情况如下：



单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
主营业务收入	31,170.28	65,016.43	57,633.66	51,089.26
现金收入	657.61	5,105.76	8,738.37	15,228.28
其中：园区综合-门票业务现金收入	279.95	1,529.03	3,509.08	7,156.17
园区综合-其他业务现金收入	319.39	3,361.34	4,809.29	7,491.01
其他	58.27	215.39	420.00	581.10
现金收入占主营业务收入比例	2.11%	7.85%	15.16%	29.81%

业务结构层面，公司现金收入主要来自园区业务，其他现金收入规模较小。门票、酒店及俱乐部由于 OTA 渠道普及、单笔消费支出相对较高、消费规划性相对较强等原因，2019 年现金收入占比已经低于对应收入的 5%；园内其他销售收入，如餐饮、商品、代步车等商品及服务收入因消费随机性较强且金额不大的特征，报告期内现金收入占比较高，与消费者的消费行为特征相匹配。整体来看，2019 年现金收入占主营业务收入比例为 7.85%，2020 年 1-9 月现金收入占主营业务收入比例为 2.11%，均不构成重大影响。

## (2) 现金采购

报告期内，公司现金采购主要是采购部员工在淘宝、小商品城采购的日用品。报告期内，公司含税现金采购金额分别为 50.32 万元、59.30 万元、39.47 万元和 10.55 万元，占同期采购总额的比例分别为 0.23%、0.21%、0.13%和 0.08%，金额及占比均极低，具有合理性。

现金采购主要是采购部员工在淘宝、小商品城采购的日用品，该部分采购因金额小、频次大、随机性高，不具有规模化采购的条件，公司出于业务开展方便的考虑，允许采购部员工以借支或报销的形式进行少量现金采购，符合一般企业经营的特点。

## 2、现金收入逐年下降的原因和合理性

公司主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创业服务，其中，园区门票和园内消费、俱乐部、酒店、旅行社等业务因直接面对终端零售散客，并根据消费者的习惯和偏好采用多种方式收款的需求。报告期内，随着移动支付的普及，现金收款的比例呈现明显下降

的趋势，符合行业惯例和行业的发展规律。

## （六）第三方回款分析

### 1、各期第三方回款金额及占收入比例

报告期内发行人存在第三方回款，金额及占营业收入比例的情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
同一集团内其他主体支付/财政局相关单位统一支付	132.33	0.42	43.37	0.07	142.67	0.25	190.17	0.37
业务员/其他旅行社垫付	9.05	0.03	364.88	0.56	413.40	0.71	501.43	0.98
合计	141.38	0.45	408.25	0.63	556.07	0.96	691.60	1.35

报告期内发行人第三方回款的金额较小，各期占营业收入的比例不超过1.5%，其中业务员/其他旅行社垫付比例不超过1%，且呈逐期下降趋势。

### 2、第三方回款的原因、必要性及商业合理性

报告期内，第三方回款主要包括客户以同一集团内其他主体支付、新北区财政局相关单位统一支付及客户业务员或其他机构垫付等情形。

部分客户出于资金筹措和支付的方便性考虑，通过其受同一控制下的集团内的其他主体向发行人统一支付货款；部分政府单位采购少量门票并通过当地财政局统一付款，也产生了第三方回款。

客户业务员或其他机构垫付的主要原因如下：1) 公司部分旅行社客户规模较小、运营管理不够规范，偶尔会出现其办事人员或股东代为付款的情况；2) 组团、地接等传统旅行社业务存在导游/业务员代收代付行为；3) 部分非持续合作客户存在偶发购票需求（如培训机构购买门票作为其促销宣传手段），因此通过其他旅行社客户代付；4) 发行人报告期内推行了“全员营销”活动，员工可以以二维码形式推广产品，完成销售后获得销售奖励。为加强业务规范性，发行人于2018年启动与有赞平台合作，员工推广均通过有赞平台实现，消费者通过扫描员工的推广二维码进入有赞推广界面、在有赞平台下单购买，因此2019

年因“全员营销”所致的第三方回款问题得到解决。

除局办单位统一从区财政局回款外，第三方回款一般系因业务原因偶尔发生。公司通常在签订的合同中未明确约定第三方回款单位，而是在发生第三方回款时获取委托付款书。

基于传统旅行社业务的结算特征，公司无法完全避免第三方代收代付的情形。对于报告期内金额相对较大或持续发生的第三方回款，公司已经取得了客户出具的委托支付声明。目前，公司已经加强了规范化管理，如因业务原因涉及第三方回款的，客户及回款方必须出具委托付款书作为代收代付依据。

3、发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排

经核查，发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

## 十二、资本性支出的分析

### （一）报告期内资本性支出的情况

报告期内，公司资本性支出主要为“中华恐龙园”园区内原有游乐项目的更新改造和新项目的建设，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
固定资产-本期购置	452.98	1,655.47	1,352.80	248.75
无形资产-本期购置	74.53	59.78	105.80	309.69
在建工程-本期增加	2,632.55	16,438.23	8,937.88	6,077.60
长期待摊费用-本期增加	1,553.30	3,998.09	2,309.90	1,301.79
合计	4,713.36	22,151.57	12,706.37	7,937.84

### （二）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资的项目外，公司无其他可预见的重大资本性投资。

## 十三、报告期股利分配的具体实施情况

2018年5月25日，经公司2017年年度股东大会审议通过，公司向全体股

东按持股比例派发现金股利 990 万元。该次股利分配已于 2018 年 6 月 8 日实施完毕。

2019 年 5 月 8 日，经公司 2018 年年度股东大会审议通过，公司向全体股东按持股比例派发现金股利 1,485 万元。该次股利分配已于 2019 年 5 月 24 日实施完毕。

2020 年 4 月 23 日，经公司 2019 年年度股东大会审议通过，为满足公司经营发展资金的需求，本年度不进行利润分配。

## 十四、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营活动产生的现金流量净额	<b>8,839.64</b>	22,910.49	20,927.51	18,609.39
投资活动产生的现金流量净额	<b>-4,679.69</b>	-12,504.65	-11,309.56	-7,545.30
筹资活动产生的现金流量净额	<b>-5,884.80</b>	-8,974.70	-2,690.42	-12,083.82
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-0.01
现金及现金等价物净增加额	<b>-1,724.85</b>	1,431.15	6,927.53	-1,019.74

公司经营现金流良好，2018 年及 2019 年经营活动产生的现金流量金额分别较上年增长 12.46%、9.48%。公司投资活动主要是园区内工程类支出，2018 年及 2019 年投资活动净支出现金流分别较上年增长 49.89%、10.57%。报告期内，筹资活动产生的现金流量均呈现净流出状态，主要是偿还银行贷款所致。整体来看，经营活动产生现金可基本覆盖其他活动的现金支出需求，公司资金周转较为稳健。

### （一）经营活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售商品、提供劳务收到的现金	<b>30,870.22</b>	67,813.10	60,676.94	53,125.95
收到的其他与经营活动有关的现金	<b>727.69</b>	1,270.74	1,424.86	717.37
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>31,597.91</b>	<b>69,083.84</b>	<b>62,101.79</b>	<b>53,843.32</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	<b>5,175.79</b>	15,177.33	14,084.44	10,154.85
支付给职工以及为职工支付的现金	<b>13,096.94</b>	20,247.55	16,838.83	14,000.99

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
支付的各项税费	<b>1,696.38</b>	5,047.34	4,270.25	5,169.60
支付的其他与经营活动有关的现金	<b>2,789.17</b>	5,701.12	5,980.76	5,908.49
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>22,758.28</b>	<b>46,173.34</b>	<b>41,174.28</b>	<b>35,233.93</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>8,839.64</b>	<b>22,910.49</b>	<b>20,927.51</b>	<b>18,609.39</b>

报告期内，经营活动现金流入主要是销售商品、提供劳务收到的现金，经营活动现金流出主要是购买商品、接受劳务支付的现金和支付给职工以及为职工支付的现金。各期经营活动均产生现金净流入，2018年及2019年流入资金金额分别较上年增长12.46%、9.48%，保持持续增长。

### 1、销售商品、提供劳务收到的现金

报告期内，销售商品、提供劳务收到的现金分别为53,125.95万元、60,676.94万元、67,813.10万元和**30,870.22万元**，占当期营业收入比例分别为103.61%、104.69%、103.88%和**98.12%**。公司销售商品、提供劳务收到的现金增长与营业收入增长匹配程度较高。

### 2、购买商品、接受劳务支付的现金

报告期内，购买商品、接受劳务支付的现金分别为10,154.85万元、14,084.44万元、15,177.33万元和**5,175.79万元**。2018年及2019年，购买商品、接受劳务支付的现金分别较上年增长38.70%、7.76%。

### 3、支付的其他与经营活动有关的现金

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金明细如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用付现支出	<b>2,069.54</b>	<b>74.20</b>	4,702.02	82.48	4,675.78	78.18	4,406.91	74.59
管理费用付现支出	<b>572.92</b>	<b>20.54</b>	851.90	14.94	1,016.29	16.99	1,045.48	17.69
财务费用付现支出	<b>16.97</b>	<b>0.61</b>	50.23	0.88	51.97	0.87	52.17	0.88
营业外支出	<b>44.93</b>	<b>1.61</b>	12.97	0.23	35.65	0.60	23.82	0.40
其他应收、付款净额	<b>84.81</b>	<b>3.04</b>	-	-	91.07	1.52	55.92	0.95

经营活动承兑汇票保证金	-	-	24.00	0.42	110.00	1.84	324.20	5.49
履约保函	-	-	60.00	1.05	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,789.17</b>	<b>100</b>	<b>5,701.12</b>	<b>100</b>	<b>5,980.76</b>	<b>100</b>	<b>5,908.49</b>	<b>100</b>

报告期内，支付的其他与经营活动有关的现金分别为 5,908.49 万元、5,980.76 万元、5,701.12 万元和 **2,789.17 万元**，销售费用及管理费用付现支出合计占比在 90%以上。

## （二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	<b>4.91</b>	7.59	41.94	4.92
收到的其他与投资活动有关的现金	<b>396.28</b>	2,375.66	1,270.00	926.03
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>401.19</b>	<b>2,383.25</b>	<b>1,311.94</b>	<b>930.95</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	<b>5,080.88</b>	14,008.01	8,825.84	7,206.25
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-16.39	720.00	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	896.28	3,075.66	1,270.00
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>5,080.88</b>	<b>14,887.90</b>	<b>12,621.50</b>	<b>8,476.25</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-4,679.69</b>	<b>-12,504.65</b>	<b>-11,309.56</b>	<b>-7,545.30</b>

因“中华恐龙园”园区内新增项目的建设和原有项目的更新改造，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金金额相对较大，报告期内投资活动整体呈现现金净流出状态。

### 1、处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额

报告期内，处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额分别为 4.92 万元、41.94 万元、7.59 万元和 **4.91 万元**，金额较低，主要是一些报废资产的处置。

## 2、收到的其他与投资活动有关的现金

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
与资产相关的政府补助	-	-	-	-	-	-	146.03	15.77
建筑工程承兑汇票保证金	396.28	100	2,375.66	100	1,270.00	100	780.00	84.23
合计	396.28	100	2,375.66	100	1,270.00	100	926.03	100

报告期内，收到的其他与投资活动有关的现金分别为 926.03 万元、1,270.00 万元、2,375.66 万元和 **396.28 万元**，主要是建设项目的建筑工程承兑汇票保证金。

## 3、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

报告期内，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 7,206.25 万元、8,825.84 万元、14,008.01 万元和 **5,080.88 万元**，2019 年支出金额较大主要系雨林区工程款支出。

## 4、取得子公司及其他营业单位支付的现金净额

2018 年，公司支付 720.00 万元对价收购恐龙人酒店 100% 股权。

2019 年，公司以 0 对价收购上海模块龙文化 60% 股权并实现对其并表核算，购买日上海模块龙文化持有现金及现金等价物 16.39 万元，由此形成因取得子公司及其他营业单位而产生的现金流入 16.39 万元。

## 5、支付的其他与投资活动有关的现金

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
关联方借款	-	-	500.00	55.79	700.00	22.76	-	-
建筑工程承兑汇票保证金	-	-	396.28	44.21	2,375.66	77.24	1,270.00	100
合计	-	-	896.28	100	3,075.66	100	1,270.00	100

报告期内，支付的其他与投资活动有关的现金包括建筑工程承兑票汇保证金和关联方借款。其中，关联方借款均为恐龙人模块文旅于上海模块龙文化并表日

之前对其的借款。具体情况详见“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联交易情况”之“(二) 偶发性关联交易”之“4、关联方资金拆借”。

### (三) 筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
吸收投资收到的现金	-	8,880.00	345.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	345.00	-
取得借款收到的现金	500.00	18,000.00	22,999.00	23,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	450.00	450.00
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>500.00</b>	<b>26,880.00</b>	<b>23,794.00</b>	<b>23,450.00</b>
偿还债务所支付的现金	6,000.00	32,999.00	24,000.00	33,000.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	256.50	2,470.79	2,034.42	1,374.70
支付的其他与筹资活动有关的现金	128.30	384.91	450.00	1,159.12
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>6,384.80</b>	<b>35,854.70</b>	<b>26,484.42</b>	<b>35,533.82</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,884.80</b>	<b>-8,974.70</b>	<b>-2,690.42</b>	<b>-12,083.82</b>

报告期内，筹资活动产生的现金流量净额分别为-12,083.82万元、-2,690.42万元、-8,974.70万元和**-5,884.80万元**。除2019年公司对中信旅游集团有限公司定向增发获得8,880万元外，报告期内公司主要通过银行借款实现融资需求。

#### 1、取得借款及偿还债务相关的现金收支

报告期内，取得借款收到的现金分别为23,000.00万元、22,999.00万元、18,000.00万元和**0万元**，是公司主要的筹资资金来源。报告期内，偿还债务支付的现金分别为33,000.00万元、24,000.00万元、32,999.00万元和**6,000.00万元**。

#### 2、收到及支付的其它与筹资活动有关的现金

2017年、2018年，收到的其他与筹资活动有关的现金均为恐龙人酒店向龙控集团拆入的资金。2019年，公司不存在收到的其他与筹资活动有关的现金。

报告期内，支付的其他与筹资活动有关的现金包括关联方还款、IPO费用和



非公开发行费用等，具体如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
归还关联方借款	-	-	450.00	880.00
IPO费用	<b>128.30</b>	268.87	-	279.12
非公开发行费用	-	116.04	-	-
<b>合计</b>	<b>128.30</b>	<b>384.91</b>	<b>450.00</b>	<b>1,159.12</b>

## 第九节 募集资金运用与未来发展规划

### 一、募集资金运用概述

#### (一) 本次募集资金总量及其运用计划

为抓住文旅市场发展的机遇，应对市场竞争不断加剧的挑战，进一步增强公司的核心竞争力，实现企业持续健康发展，经 2020 年 3 月 31 日召开的第三届董事会第十四次会议及 2020 年 4 月 23 日召开的 2019 年年度股东大会审议通过，公司拟公开发行不超过 5,870 万股人民币普通股（A 股），本次发行的募集资金总额将视市场情况及询价确定的发行价格确定。

本次发行募集资金在扣除发行费用后，将用于与发行人主营业务相关的项目及主营业务发展所需的流动资金，按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金额
1	恐龙科普研学基地建设项目	12,411.10	12,411.10
2	中华恐龙园夜间精品旅游体验项目	15,265.58	15,265.58
3	中华恐龙园沉浸式场景体验项目	12,442.00	12,442.00
4	文科融合创意技术研发中心项目	6,130.00	6,130.00
5	恐龙 IP 提升及文创开发项目	5,430.00	5,430.00
6	补充流动资金项目	5,500.00	5,500.00
合计		<b>57,178.68</b>	<b>57,178.68</b>

上述募投项目建设共需投入资金 57,178.68 万元，拟使用募集资金 57,178.68 万元。募集资金最终金额将根据发行结果确定，若本次实际募集资金净额（扣除发行费用后）不能满足上述项目的资金需求，公司将通过银行借款等方式自筹解决；若本次实际募集资金净额超过以上项目的投资需要，超过部分将根据中国证监会及深圳证券交易所的有关规定用于公司主营业务的发展。本次发行募集资金到位前，公司将根据实际经营需要以自有资金对上述项目进行前期投入，募集资金到位后，将使用募集资金置换该部分自有资金。

#### (二) 募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目的实施不会新增构成重大不利影响的同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

### （三）募集资金使用管理制度

公司已制定《恐龙园文化旅游集团股份有限公司募集资金管理办法》，对募集资金存放、使用、管理与监督等事项作出明确规定。公司将严格遵循《募集资金管理办法》的规定使用和管理募集资金。本次募集资金到位后将及时存入董事会指定的专项账户，严格按照募集资金使用计划确保专款专用。

### （四）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

本次募集资金对公司主营产品和服务有明显的强化作用，将大大增强“中华恐龙园”对游客的吸引力，同时提高公司的创意创新开发能力。

序号	募集资金投资项目	对主营业务的贡献
1	恐龙科普研学基地建设项目	增强恐龙科普属性，丰富科普内容，提升科普研学体验质量
2	中华恐龙园夜间精品旅游体验项目	丰富夜间游产品和演艺产品
3	中华恐龙园沉浸式场景体验项目	丰富园区实景化、科技化产品项目内容
4	文科融合创意技术研发中心项目	增强公司产品创意、创新开发能力
5	恐龙 IP 提升及文创开发项目	充实恐龙园 IP 形象，提升 IP 价值

本次募集资金投资项目既能丰富园区产品数量，提升园区产品质量，进一步提升园区吸引力和品牌影响力，为园区综合业务带来增量效益；又能提升公司创新创意开发的能力，加强了公司将内容创新、环境艺术、声光技术、影视动漫、机械平台、信息通信等技术整合运用于文旅行业的能力，提高公司创新创意服务的效益。上述项目的实施，符合公司的经营战略，为公司业务的创新创造创意性提供支持，有利于公司未来发展。

### （五）募集资金的投资方向、使用安排

单位：万元

序号	项目名称	建设期	分年使用计划			合计
			第一年	第二年	第三年	
1	恐龙科普研学基地建设项目	12 个月	12,381.10	30.00	-	12,411.10
2	中华恐龙园夜间精品旅游体验项目	23 个月	6,544.99	8,720.59	-	15,265.58
3	中华恐龙园沉浸式场景体验	36 个月	2,078.30	7,302.20	3,061.50	12,442.00

序号	项目名称	建设期	分年使用计划			合计
			第一年	第二年	第三年	
	项目					
4	文科融合创意技术研发中心项目	18个月	144.00	3,907.00	2,079.00	6,130.00
5	恐龙IP提升及文创开发项目	32个月	1,630.00	3,200.00	600.00	5,430.00
6	补充流动资金项目	-	5,500.00	-	-	5,500.00
	合计	-	28,278.39	23,159.79	5,740.50	57,178.68

### （六）募集资金投资项目的备案情况及土地使用情况

截至本招股说明书签署日，发行人已取得的与本次募集资金投资项目有关的项目备案、环评备案、用地权证情况如下表所示：

序号	项目名称	项目备案文号	环评备案文号	项目用地权证
1	恐龙科普研学基地建设项目	常新行审内备[2019]661号	201932041100001278	苏（2020）常州市不动产权第0040280号
2	中华恐龙园夜间精品旅游体验项目	常新行审内备[2019]663号	201932041100001280	苏（2020）常州市不动产权第0040280号
3	中华恐龙园沉浸式场景体验项目	常新行审内备[2019]665号	201932041100001281	苏（2020）常州市不动产权第0040280号
4	文科融合创意技术研发中心项目	常新行审内备[2020]315号	202032041100000498	苏（2020）常州市不动产权第0040280号
5	恐龙IP提升及文创开发项目	常新行审内备[2019]662号	201932041100001279	不适用
6	补充流动资金项目	-	-	-

“恐龙科普研学基地建设项目”、“中华恐龙园夜间精品旅游体验项目”、“中华恐龙园沉浸式场景体验项目”和“文科融合创意技术研发中心项目”为在公司自有土地上的改建或新建项目，不涉及新取得土地或房产；“恐龙IP提升及文创开发项目”和“补充流动资金项目”不涉及固定资产投资建设及工程施工，不涉及新取得土地或房产。上述项目均已办理了项目备案和环评备案手续。

### （七）募集资金投资项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

本次募集资金投资项目为“恐龙科普研学基地建设项目”、“中华恐龙园夜间精品旅游体验项目”、“中华恐龙园沉浸式场景体验项目”、“文科融合创意技术研发中心项目”、“恐龙IP提升及文创开发项目”和“补充流动资金项目”。公司主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创

新创意服务，募集资金投资项目均围绕公司主营业务展开，符合公司发展战略。

“恐龙科普研学基地建设项目”强化了恐龙园科普旅游的属性，与公司发展战略相契合；“中华恐龙园夜间精品旅游体验项目”开拓了园区夜间旅游的业务，扩大了公司的业务规模；“中华恐龙园沉浸式场景体验项目”提升了游乐项目的服务质量，为游客带来更好的游玩体验；“文科融合创意技术研发中心项目”提升公司的研发水平，进一步完善公司产品创新体系；“恐龙 IP 提升及文创开发项目”有利于巩固和提升公司的市场知名度，持续增强市场影响力；“补充流动资金项目”为公司发展提供稳定的资金支持。

本次募集资金投资项目与公司现有主要业务和核心技术密切相关，符合公司发展战略，有助于进一步增强公司的核心竞争力和持续盈利能力。

## 二、募集资金投资项目的具体情况

### （一）恐龙科普研学基地建设项目

#### 1、项目概况

恐龙科普研学基地建设项目分为三个部分，分别为：恐龙馆改造（含主馆及动感仓改造）、科普研学课程体验和科普研学信息化系统。其中，恐龙馆改造是针对园区内的中华恐龙馆进行改造升级，科普研学课程体验以及科普研学信息化系统，则是结合恐龙科普这一主题在整个恐龙园景区进行的活动或课程，以及技术及信息的升级。

#### 2、项目建设内容

项目建设内容如下：

##### （1）恐龙馆改造

恐龙馆改造将对恐龙园园区内的中国地质博物馆分馆——中华恐龙馆进行改造升级。本次的改造将对整体展陈线索和功能布局进行优化调整，同时引入动感影院项目，打造沉浸感强的恐龙科普体验项目，使参观者的参与性、互动性更强，科普效果更好。

##### （2）科普研学课程体验

科普研学课程体验是围绕恐龙知识的科普系列课程，采用五大课程（恐龙馆基本课程、等候区互动课程、童子军拓展课程、研学游团队课程和雨林区体验课程）结合其他课程的模式进行。除 5+N 的课程模式之外，本部分还将配合科普主题建设“恐龙科普体验营”，涵盖恐龙科学实验室及室外拓展、研学课程、帐篷露营等几大功能。本部分意在围绕恐龙文化主题，因地制宜地开展丰富多彩的恐龙科普活动，提升游客游玩质量，营造更浓厚的科普氛围，强化园区的科普属性。

### （3）科普研学信息化系统

科普研学信息化系统主要包括恐龙馆全息游览体验系统和科普信息化系统两个单项的投资建设。恐龙馆全息游览体验系统是基于 AR 显示、空间定位以及 NFC 技术开发的一套全息展示系统，将安装在恐龙馆内各类展项中，游客通过佩戴 AR 眼镜参与游览，感受与众不同的未来体验。科普信息化系统则主要包括两方面内容：研学基地可视化管控平台和研学基地小程序，一方面便于监控人员对基地内的实时情况进行全面的掌握，另一方面满足游客实时信息查阅和线路攻略，游中的导览、导航、导游、导购全需求以及游后的体验分享。

## 3、项目建设必要性

### （1）响应政策号召，积极推进科普研学基地建设

《中国科协科普发展规划（2016-2020 年）》提出，“大力推动特色科技馆建设。推动有条件的地方及企事业单位等，因地制宜建设一批具有地方、产业特色的专题科技馆。……建设完善流动科普设施。加大流动科普设施配发力度和服务范围，提升流动科普设施展教资源的开发能力与水平，实现巡回展览展品和教育活动的专题化和特色化，丰富内容形式，增强展教效果。”

“中华恐龙馆”是“中华恐龙园”的开山之作，恐龙园将积极响应政策号召，在支持推进科普体系创新升级、搭建培训和服务平台等方面力争发挥模范带头作用。

### （2）战略重视恐龙科普主线的必然选择

与传统的主题公园有着明显的不同，“中华恐龙园”与恐龙科普有着浓厚的历史渊源。一馆一园的开发模式表明了中华恐龙馆的重要地位。互联网、AI 以

及 VR 等各项技术的发展，为恐龙馆及恐龙科普研学在展示、互动和体验等方面带来了巨大的改进空间。科普研学的强化将为恐龙园带来区别于传统主题公园的差异化产品和全新的形象标签。

#### 4、项目建设可行性

##### (1) 开辟科普旅游市场新的发展方向

科普旅游是“科普”和“旅游”结合产生的一种旅游新业态，目前开展科普旅游的场所主要是各种科技场馆，如科技馆、科技博物馆、气象馆、地质公园、自然保护区等场馆及景区，将博物馆和游乐园有机结合的科普主题公园在我国实属罕见。恐龙园科普研学基地建设项目使旅游与科普有机结合，为科普旅游这一新兴旅游业态开辟了新的道路。

##### (2) 完整、成熟的技术和策划创意储备

本建设项目在技术上主要应用到了 VR、AR、NFC、5D 和全息技术等高科技手段，在文化创意上则需要应用到各类游玩项目设计、科普研学课程设计等各个领域。恐龙园始终坚持文科融合的发展方向，长期持续的创意开发为本项目的落地储备了大量的基础素材，项目团队具备本项目所需的技术能力和创意储备。

#### 5、项目投资概算

本项目整体概算为 12,411.10 万元人民币，主要投向包括恐龙馆改造、恐龙知识科普系列课程研发和恐龙科普体验营建设、恐龙馆全息游览体验系统和研学基地信息化系统的投资建设等。具体内容和投资概算金额如下表所示：

单位：万元

建设部分	项目内容	投资金额	小计
恐龙馆改造	前期费用	250.00	6,038.10
	恐龙馆主馆改造	2,925.00	
	动感仓	2,513.10	
	其他配套	350.00	
科普研学课程体验	课程研发费	800.00	2,673.00
	研学课程项目景观改造	500.00	
	恐龙科普体验营	1,373.00	
科普研学信息化系统	恐龙馆全息游览体验系统	2,150.00	3,700.00

建设部分	项目内容	投资金额	小计
	研学基地信息化系统	1,550.00	
合计			12,411.10

## 6、项目组织实施情况

中华恐龙园恐龙科普研学基地建设项目从项目施工建设至交付运营，项目建设期约为 12 个月，具体实施进度安排如下：

阶段 \ 时间（月）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	项目前期工作											
施工及设备安装												
试运营												

## 7、环境保护措施

本项目的主要环境影响为产生少量废水、固废以及噪声。本项目将遵守国家和地方环境保护相关法律、制度，严格执行环境保护相关标准。废水采取预处理措施后通过污水管道排放至市政管网；生活垃圾分类后定期清运；安装橡胶减震垫、消声器等减少噪声。2019 年 11 月 7 日，本项目《建设项目环境影响登记表》已完成备案，备案号 201932041100001278。

### （二）中华恐龙园夜间精品旅游体验项目

#### 1、项目概况

中华恐龙园夜间精品旅游体验项目包含两个部分，分别为“迪那索湖水秀”和“鲁乐回家”。

##### （1）迪那索湖水秀

恐龙园计划依托 12,000 平米的迪那索湖，打造常态化的恐龙主题水秀表演。水秀演出将远古神话、恐龙元素、水火元素融为一体，通过场景特效、大型舞台机械、娱乐互动进行演艺包装，讲述了一个冒险家拯救恐龙王国的感人故事。单场水秀表演时长为 30 分钟，分为日场和夜场，乐园营业时间内不间断轮候演出。

##### （2）鲁乐回家

恐龙园计划在鲁布拉剧场处新建部分剧场设施，用于《鲁乐回家》剧目的表



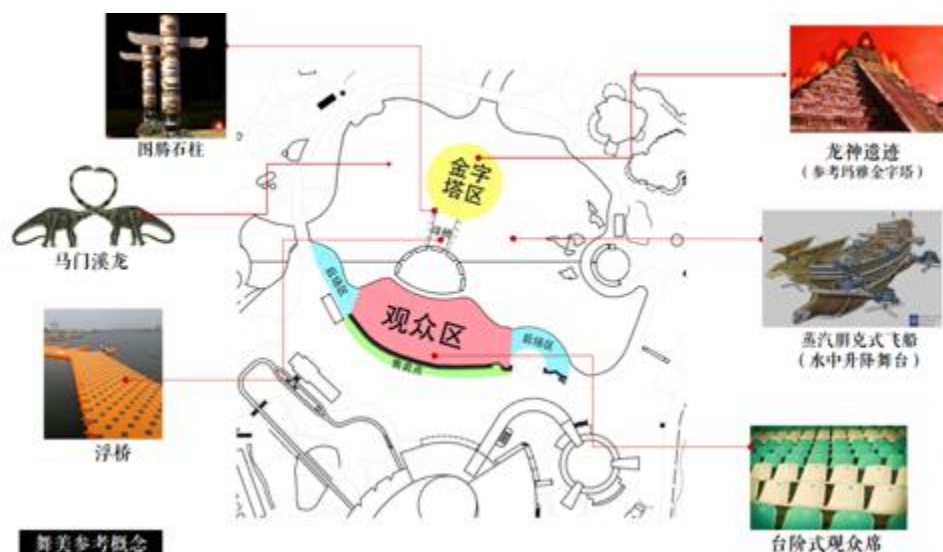
演。该剧目讲述的是小海龟鲁乐在寻找家乡的旅途中成长的故事。鲁乐回家项目的运营模式分为白天和夜间两种：在白天，持入园门票的游客可以从园内入口进入剧场观看节目；在夜间，鲁乐回家关闭园内入口，开放园外入口，对仅想观看剧目的游客单独收费。

## 2、项目建设内容

### (1) 迪那索湖水秀

项目将在迪那索湖边搭建舞台，配备水秀表演所需设备，设置类似“罗马角斗场”的阶梯式观众席，确保每一位游客都有良好的视觉体验。同时，利用观众区背面建筑设置一条商业街区，将主题商业（衍生品售卖，餐饮），主题游乐项目（嘉年华模式）融入其中，并解决部分演出后场空间。

为提升整场表演的综合观演效果，水秀的演艺规划中将运用包括水上飞行、水上摩托艇、水炮、水幕投影、灯光投影、飞机特技、杂技、水上升降等多种手段。



迪那索湖水秀演艺区域模拟平面示意图

### (2) 鲁乐回家

项目为原址新建项目，总建筑面积 4,200 m<sup>2</sup>，底层建筑面积为 2,880 m<sup>2</sup>，绿化面积为 415 m<sup>2</sup>，可容纳观众座位数超过 700 个，剧场外设置游客等候区和鲁乐回家主题景观。其中游客等候区可直接对接园外游客。

在剧目创作编排方面，将充分运用数字投影，全息技术，3D 威亚等科技手段，为游客带来全新的视觉盛宴。演出运用手段包括水幕投影、全息投影、威压、

偶类舞美道具、泡泡机、鼓风机、LED屏、柔术杂技等。



鲁乐回家部分剧场建设平面规划示意图

### 3、项目建设必要性

（1）响应国家打造夜游精品政策号召，为园区创造全新游乐体验

《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》（国办发〔2019〕41号）中明确指出“大力发展夜间文旅经济，鼓励有条件的旅游景区在保证安全、避免扰民的情况下开展夜间游览服务”。国外旅游景区在夜间文旅经济方面已有较多成功的案例，“中华恐龙园”作为华东知名旅游景点和主题公园，在探索发展夜间文旅经济方面应发挥模范带头作用，力争打造出若干项精品示范项目。

（2）符合恐龙园发展战略，助力园区发展规划

中华恐龙园夜间精品旅游体验项目在园区综合业务基础上，增添了演艺编创，实现了传统业务与创新业务的融合。本项目既是公司在夜游产品上的创新，也是园区长期发展规划中的一个有机组成部分，有利于园区整体协调发展。

（3）满足游客夜间需求，在时间维度为恐龙园带来增量客户

本项目有效地满足了各类消费者对乐园的夜间需求，迪那索湖水秀和鲁乐回家的运营将增强整个景区的夜游体验感，为景区带来时间轴上的新爆点；同时，夜游项目将颠覆原有的夜游动线，为恐龙园的中心广场区域吸引和聚集大量的人流，延长游客在园区的停留时间，并显著提高广场的利用率，同时拉动广场周围售卖消费，触发商品消费。

#### 4、项目建设可行性

##### (1) 夜间旅游市场潜力巨大

目前，夜间游已经成为旅游目的地夜间消费市场的主要组成部分。《夜间旅游市场数据报告 2019》的数据显示，2019 年春节期间国内夜间总体消费金额、笔数分别达全日消费量的 28.5%、25.7%，其中，游客消费占比近三成。携程、驴妈妈等旅游平台的夜游产品的订单也都在稳步增长。随着人们对于生活品质要求的不断提升，夜间经济将成为消费升级的重要领域，有望成为城市经济发展的新增长点。常州地处江南，气候温暖，夜间消费市场可以贯穿整年。常州属于经济发达的二线城市，周边的长三角辐射区域经济发达、交通便利，有利于常州夜间消费市场的发展。

##### (2) 充分利用现有场地和设施，在空间维度节省成本

迪那索湖与毗邻的中华恐龙馆一起构成了整个园区的核心地带，游客的游览动线中会多次经过该区域。迪那索湖天然的水景观以及超大的占地面积，对于承载新的游乐项目，提高园区单位坪效，有着巨大的潜力。本次项目的规划建设实现了对园区资源的充分合理利用，大大降低了项目开发成本，在不增加用地指标的基础上，有效增加了园区经营面积。

#### 5、项目投资概算

本项目总投资额为 15,265.58 万元，其中迪那索湖水秀投资额为 10,264.08 万元，鲁乐回家投资额为 5,001.50 万元。具体的项目投资情况如下表所示：

单位：万元

项目内容	迪那索湖水秀	鲁乐回家	金额
前期费用	1,453.00	50.00	1,503.00
工程建设	2,041.08	2,525.00	4,566.08
设备采购、安装及办公家具、道具采购	6,770.00	2,426.50	9,196.50
<b>合计</b>	<b>10,264.08</b>	<b>5,001.50</b>	<b>15,265.58</b>

#### 6、项目组织实施情况

##### (1) 迪那索湖水秀

迪那索湖水秀从项目前期立项至交付运营总共约 18 个月，具体实施进度安

排如下：

阶段 \ 时间 (月)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
项目立项									
项目设计									
项目招投标									
土建工程及机械安装									
设备调试、整合排练									
阶段 \ 时间 (月)	10	11	12	13	14	15	16	17	18
项目立项									
项目设计									
项目招投标									
土建工程及机械安装									
设备调试、整合排练									

(2) 鲁乐回家

鲁乐回家从项目前期立项至交付运营总共约 23 个月，具体实施进度安排如下：

阶段 \ 时间 (月)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
项目立项												
新建剧场设计及招标												
土建工程及机械施工												
剧场内部装修												
排练整合												
阶段 \ 时间 (月)	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
项目立项												
新建剧场设计及招标												
土建工程及机械施工												
剧场内部装修												
排练整合												

7、环境保护措施

本项目的�主要环境影响为产生少量废水、固废以及噪声。本项目将遵守国家

和地方环境保护相关法律、制度，严格执行环境保护相关标准。废水采取预处理措施后通过污水管道排放至市政管网；生活垃圾分类后定期清运；安装橡胶减震垫、消声器等减少噪声。2019年11月7日，本项目《建设项目环境影响登记表》已完成备案，备案号201932041100001280。

### **（三）中华恐龙园沉浸式场景体验项目**

#### **1、项目概况**

沉浸式场景体验项目位于“中华恐龙园”南部。项目运用了VR、AR、5D、全息技术等科技手段，设计了一系列新奇有趣的游玩项目。游客将作为项目的亲身参与者，进入到恐龙基因研究基地的场景之中，近距离地接触高仿真可互动的恐龙。“沉浸式体验”的设计理念，将进一步提升游客的游玩体验。

#### **2、项目建设内容**

项目场景规模约10,650平方米，系在原“恐龙基因研究中心”的基础上，对基地进行拓展延伸，完整展现出恐龙研究基地的全貌。根据游玩主线的不同，项目将分为多个主题功能区域，不同主题区域将融入对应的恐龙科普知识，既增强了项目的可玩性，又实现了寓教于乐。

#### **3、项目建设必要性**

##### **（1）园区需要升级改造保持对游客的吸引力**

不断创新和持续投入是主题公园的两大主要特点，这两大特点都决定了主题公园需要定期更新设施，推陈出新，才能保持自身的活力和对游客的吸引力。“中华恐龙园”自开园营业以来，一直保持稳定且较高频次的园区升级改造，以提升游客消费体验，满足客群消费需求。本次沉浸式体验项目的投入，将进一步提升恐龙园对游客的持续吸引力。

##### **（2）完善乐园产品结构，增强竞争力**

本项目利用沉浸式体验的模式，紧紧围绕恐龙主题，让游客以参观者的身份在恐龙研究基地探索，让游客产生身临其境之感。丰富的游乐体验项目会给游客带来全新的感受，提高恐龙整体园区的产品竞争力和吸客能力，避免游客被同质化乐园分流。此外，沉浸式场景体验项目将重塑客户的对恐龙园的游园体验，提

高游园满意度，为园区带来显著的增量客户。

#### 4、项目建设可行性

##### (1) 丰富的项目经验，助力沉浸式体验项目落地

过去几年，恐龙园完成了多个新建及改建项目，每次新项目的推出均取得了良好的经济效益和游客的普遍认可。这不仅让恐龙园积累了丰富的项目经验，也为项目提供了切实的判断依据和合理预期，对本次项目的建设实施提供了有力的支持。

##### (2) 充分利用空间，提升园区坪效

本次项目的规划建设是在原“恐龙基因研究中心”基础上实施的改扩建，其中既包括利用现有建筑设施的部分，也有新建的游乐设施部分。本项目实施后，将对现有空间充分整合利用，有效提升园区坪效。

#### 5、项目投资概算

本项目整体概算为 12,442 万元人民币，具体投向包括设计、土建、景观环艺和游乐设备。具体内容和投资概算金额如下表所示：

单位：万元

序号	项目内容	金额
一	前期费用	650.00
二	建筑安装工程费	6,999.00
三	基础配套设施	2,523.00
四	设备费	2,270.00
合计		12,442.00

#### 6、项目组织实施情况

中华恐龙园沉浸式体验项目从项目施工建设至交付运营，项目建设期约为 36 个月。具体实施进度安排如下：

阶段 \ 时间 (月)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
项目前期工作												
施工周期												
安装调试												
试运营												
阶段 \ 时间 (月)	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
项目前期工作												
施工周期												
安装调试												
试运营												
阶段 \ 时间 (月)	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
项目前期工作												
施工周期												
安装调试												
试运营												

## 7、环境保护措施

本项目的�主要环境影响为产生少量废水、固废以及噪声。本项目将遵守国家和地方环境保护相关法律、制度，严格执行环境保护相关标准。废水采取预处理措施后通过污水管道排放至市政管网；生活垃圾分类后定期清运；安装橡胶减震垫、消声器等减少噪声。2019年11月7日，本项目《建设项目环境影响登记表》已完成备案，备案号201932041100001281。

### (四) 文科融合创意技术研发中心项目

#### 1、项目概况

文科融合创意技术研发中心项目共分为三个部分，分别是研发平台建设、专项技术研发投入和模块娱乐互动体验专项研发。

##### (1) 研发平台建设

具体指为规划中的智慧乐园、混合现实和仿生机器人实验室完成设备购置和基础装饰，以使其具备研发和实验条件。

##### (2) 专项技术研发投入

具体指为“智能化 AI 超级景区”、“混合现实超级游乐”和“智能仿生技术”这三大技术规划方向确立应用研发专项，并且提供研发专项资金。

### （3）模块娱乐互动体验专项研发

具体指为多个娱乐互动体验模块提供更新开发，具体涵盖文科类、运动娱乐类和无动力类等多项内容。有关项目成果将用于娱乐互动体验模块的储备和实际应用。

## 2、项目建设内容

### （1）研发平台建设

“研发平台”是指由创意技术研发中心依照其技术规划（方向）投资建设独立基础实验室的总称。基础实验室系指为创意技术研发提供软硬件条件保障的研发空间，其配备有专业的研发设备、软件和其他与项目实验有关的基础设施、条件。单个基础实验室可以独立承担一个或多个应用研发项目，同时也可以联合外部合作（研发）单位展开联合研发合作。本次部分募投资金将用于智慧乐园、混合现实和仿生机器人实验室的设备购置和基础装饰。

### （2）专项技术研发投入

专项技术研发投入是指依托本项目建设的基础实验室开展相关应用研发领域的专项研发费用以及为相关研发成果配套的专利、注册、资质及著作权申请的费用。在研发形式上，各研究方向上配备的研发费用可以被用于基础实验室的自主技术开发和内容创意制作，也可以被用于联合研发行为。本次部分募投资金将用于“智能化 AI 超级景区”、“混合现实超级游乐”和“智能仿生技术”这三大技术方向的应用研发专项。

### （3）模块娱乐应用项目研发

模块娱乐系恐龙园的创新型项目，是基于连锁运营的商业模式，以迷你乐园为基本形态，内嵌多元组合的娱乐模块而形成的创新业务。本次部分募投资金将用于多个娱乐互动体验模块的更新开发，具体涵盖文科类、运动娱乐类和无动力类等多项内容。有关项目成果将用于娱乐互动体验模块的储备和实际应用。



### 3、项目建设必要性

#### (1) 响应政策号召，积极打造文科融合核心竞争力

《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》(国办发〔2019〕41号)中明确指出，“促进文化、旅游与现代技术相互融合，发展基于5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容……引导文化企业和旅游企业创新商业模式和营销方式。”

文科融合是恐龙园的既定战略发展方向，与产业融合政策有着高度的默契，本项目的实施既响应了政策号召，也是恐龙园发展战略的关键环节。

#### (2) 积极应对补短板和产品升级的市场需要

随着我国的旅游业近年来的迅速发展，旅游产品设计日趋精细化、特色化、主题化。加强体验设计和引进先进应用技术对基础设施进行迭代更新成为国内许多景区弥补短板的必然选择。目前，5G商用、景区智慧管理和智能仿生机器人等技术在文旅行业的应用逐步成熟，旅游产品升级的需求变得更为急迫。恐龙园需要加强对文旅行业中的高科技相关应用的研发，更好地面对市场竞争。

#### (3) 产品创新体系尚需进一步完善

模块娱乐项目是恐龙园综合研究了国内外各类青龄娱乐体验项目而全新研发的一种文旅产品模式。其本质是将各种游乐项目小型化后改造成可以随意组合的“模块”，同时再将不同的模块组合成适应城市商业地产承载能力的室内迷你主题公园，并且赋予其更多的社交属性。如果不能将模块娱乐内的项目保持一定的更新频率，很容易让消费者产生倦怠感，从而影响消费体验。本项目的实施有助于恐龙园进一步提升公司的研发水平，完善产品创新体系。

### 4、项目建设可行性

#### (1) 丰富的产学研经验为本项目提供良好的基础

恐龙园是“江苏省产学研联合创新平台”，并曾与中科院合作建立“中科院科学与艺术融合技术研究中心”，产学研的最终成果成功落地在“中华恐龙园”；同时恐龙园在相关技术储备和应用研发上也保持持续投入，积累了丰富的经验。中科院科学艺术融合技术研究中心的成功运作，以及文化创意公司在自主应用研

发领域的持续运作和丰富经验为本项目的顺利展开提供了良好的运作基础。

## (2) 项目所需技术不存在实质性障碍

本项目中的产学研研究对象：AI 人工智能、混合现实技术和机器人（人工智能）技术在国内文旅行业应用并非首创，相关技术发展趋势良好，本项目在技术可行性上并不具有实质性障碍或瓶颈。

## 5、项目投资概算

本项目投资概算金额共计人民币 6,130 万元，主要募投方向包括：研发平台建设、专项技术研发投入以及模块娱乐互动体验专项研发。具体投资概算如下表所示：

单位：万元

基本投向	具体内容	投资金额
研发平台建设	智慧乐园研发实验室	1,115.00
	混合现实游乐研发实验室	525.00
	仿生机器人研究实验室	1,455.00
	基础实验室装饰投入	240.00
专项技术研发投入	专项技术研发费	650.00
	各项专利、注册、资质及著作权等费用	80.00
模块娱乐互动体验专项研发	设计施工	1,240.00
	研发设备	725.00
	信息系统	50.00
	多媒体系统	50.00
合计		<b>6,130.00</b>

## 6、项目组织实施情况

本项目中，专项技术研发投入无需建设实施，具体实施分为研发平台建设和模块娱乐互动体验专项研发两部分，具体实施进度安排如下：

### (1) 研发平台建设

阶段	时间（月）										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
项目前期											
实验室局部改造及装饰											

阶段	时间（月）											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
设备采购及安装												
设备调试												

## （2）模块娱乐互动体验专项研发

阶段	时间（月）											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
项目前期工作												
施工周期												
安装调试												
试运营												

## 7、环境保护措施

本项目的�主要环境影响为产生少量废水以及固废。本项目将遵守国家和地方环境保护相关法律、制度，严格执行环境保护相关标准。废水采取预处理措施后通过污水管道排放至市政管网；生活垃圾分类后定期清运。2020年6月8日，本项目《建设项目环境影响登记表》已完成备案，备案号202032041100000498。

## （五）恐龙 IP 提升及文创开发项目

### 1、项目概况

本项目是恐龙园品牌建设、传播及经营的复合型项目。通过该项目的实施，恐龙园将对其自主 IP 形象进行一次全面的梳理和提升。同时，公司还将围绕 IP 形象制作并发行一部新的动画电影，以及开发和销售更具品牌特色的文创周边商品。

### 2、项目建设内容

恐龙 IP 提升及文创开发项目总共分为四个部分，分别为：IP 形象更新设计、动画电影制作及传播、文创产品开发设计和文创产品运营。

#### （1）IP 形象更新设计

以恐龙园自主 IP 系列形象（包括动漫系列和非动漫系列）为基础，结合视觉审美流行趋势以及内容制作和衍生品开发设计及运营的相关需要，对 IP 形象

进行更新提升。其中，本次 IP 形象更新将既包括角色和造型的调整，也包括延展应用的调整及更新（诸如授权图案素材等）。

#### （2）动画电影制作及传播

创作新的以恐龙为主题的动画电影，该电影将采用全 3D 制作，主要面向电影院线和互联网发行市场。公司将整合国内外精英级策划、编导和制作团队，力求在本项目制作水平上达到国内 3D 儿童动画电影的一流水准。

#### （3）文创产品开发设计

围绕 IP（包括动漫系列和非动漫系列）进行高质量的文创产品设计与开发。其中文创产品主要指由恐龙园自主开发和销售的周边衍生品，产品与恐龙园自主 IP 形象高度契合。本次衍生品开发设计将涵盖从文创产品策划创意、设计到样品开发的全过程。

#### （4）文创产品运营

文创产品运营是指恐龙园根据文创产品销售计划进行产品委托生产、产品推广及销售。恐龙园力争通过本次文创产品运营，打造出符合自身特色的文创产品运营体系，进一步提升公司的商品经营规模。

### 3、项目建设必要性

#### （1）文旅融合时代下，持续打造恐龙 IP 的需要





在文旅融合的大背景下，旅游企业通过对文化资源的挖掘促进本体旅游业务的发展将成为一种“常态”。在实现文旅深度融合的众多路径中，IP 打造是被行业印证行之有效的选项之一，且具有独占性，较难被模仿。

恐龙园自成立以来始终贯彻文旅融合的发展思路，深挖恐龙文化，在自主 IP（尤其是动漫系列 IP）的打造上不断的探索，投入大量的人力物力。伴随着国内文化市场 IP 打造的模式和资源条件逐步走向成熟，IP 变现能力逐步增强，恐龙园持续打造 IP 的优势将逐渐凸显出来。

#### （2）自有 IP 更新提升的需要

自 2000 年“中华恐龙园”开园以来，其动漫系列自主 IP 从最早的仅适用于平面印刷的卡通造型到第三、四代适用于 flash 网络动画和电视动画的动漫造型，

再到第五、六代 3D 技术下的立体动漫形象，一共出现过六代。

<p>第一代 2000-2006 版</p>	<p>第二代 2007 年</p>
	
<p>第三代 2008-2009 年</p>	<p>第四代 2010-2011 年</p>
	
<p>第五代 2012-2013 年</p>	<p>第六代 2013-2014 年</p>
	

恐龙园动漫系列 IP（恐龙宝贝）造型演进示意图

同时，在 IP 原创制作上，恐龙园自 2007 年投拍创作《恐龙宝贝之龙神勇士 1》电视动画系列剧开始，陆续投拍创作了多部恐龙题材的电视动画、电影和微电影作品。

自 2014 年恐龙园对动漫作品投入减少，动漫形象更新放缓，结合文创应用需要和时代审美趋势的变化，恐龙园需要对相关 IP 进行更新提升。

(3) 对儿童客群进行品牌忠诚度培育的需要

动漫 IP 打造对恐龙园自主品牌打造和少儿客群忠诚度培养都有较好的效果。一方面恐龙园可以利用 IP 丰富的内容承载力，让受众群体从孩童时期直到为人父母都可以深入地了解恐龙文化以及恐龙园品牌；另一方面有效利用 IP 特有的改编创作空间和传播特性，引领社交平台的自发性传播，可以充分扩大受众群体的覆盖范围，降低媒体宣传的成本。

4、项目建设可行性

(1) 独特的恐龙题材和科普基因是打造恐龙 IP 的稀缺性资源

“中华恐龙园”是国内著名的有规模的以恐龙题材和恐龙文化为主题的公园，也是国内著名的融合了科普教育和游乐的旅游地。恐龙园拥有中国系列恐龙化石最为集中的专题博物馆，以此为核心建立的主题公园在场景、形象和名称等都具有不可复制性和明显的品牌辨识度，在国内主题公园中独树一帜。相较于国内其他文旅集团挖掘和打造恐龙 IP，恐龙园拥有得天独厚的优势和稀缺性资源。

## （2）产业链运作经验保障项目的成功实施

恐龙园很早就已经涉足动漫内容的制作和发行以及图书、游戏等衍生品的开发和授权，积累了一定的动漫资源和市场运作经验。在衍生品方面，恐龙园在产品研发、代工制作、渠道拓展和推广促销等方面也有一定的资源积累。恐龙园已初步建立了融入文化创意的园区建设、商品运营和文化演艺的产业链，并以良性循环和扩张的方式不断升级。IP 全产业链运营的经验，将助力本次项目的成功实施。

## 5、项目投资概算

本项目总投资 5,430.00 万元，主要投向包括 IP 形象更新设计、动画电影制作及传播、文创产品开发设计和文创产品运营。具体投资概算如下表所示：

单位：万元

项目内容	具体细项	小计
IP 形象更新设计	IP 更新	100.00
动画电影制作及传播	侏罗纪大冒险	4,800.00
	其他推广内容	100.00
文创产品开发设计	团队建设费	30.00
	商品设计开发费	100.00
文创产品运营	铺货资金	300.00
<b>合计</b>		<b>5,430.00</b>

## 6、项目组织实施情况

恐龙 IP 提升及文创开发项目共需时 32 个月，具体进度安排如下：

阶段	时间（月）											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
文创产品开发设计												
IP 形象更新设计												

电影制作												
电影宣传发行												
<b>阶段 \ 时间 (月)</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
文创产品开发设计												
IP 形象更新设计												
电影制作												
电影宣传发行												
<b>阶段 \ 时间 (月)</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>36</b>
文创产品开发设计												
IP 形象更新设计												
电影制作												
电影宣传发行												

## 7、环境保护措施

本项目的�主要环境影响为产生少量废水以及固废。本项目将遵守国家和地方环境保护相关法律、制度，严格执行环境保护相关标准。废水采取预处理措施后通过污水管道排放至市政管网；生活垃圾分类后定期清运。2019年11月7日，本项目《建设项目环境影响登记表》已完成备案，备案号201932041100001279。

### (六) 补充流动资金项目

#### 1、项目概况

为进一步落实公司发展战略、实现公司发展规划，满足公司业务拓展及运营管理需求，结合公司现有的资金情况、实际运营资金需求缺口及未来发展规划，公司拟将本次募集资金中的5,500.00万元用于补充流动资金。

#### 2、补充流动资金的必要性

##### (1) 公司的经营模式需要大规模流动资金

不断创新和持续投入是主题公园的两大主要特点，近年来，公司经营规模不断扩大，与公司主营业务相关的投入增长较快，增加了公司流动资金方面的压力。园区持续的升级改造，需要公司保持足够的流动资金。

##### (2) 公司业务扩展需要流动资金保障

随着募投项目的实施和公司发展战略的不断推进，公司对流动资金的需求将继续提升。因此，公司需要补充流动资金，以适应公司未来业务扩展，为未来经营和发展提供充足的资金支持。为保障公司日常业务正常经营发展，公司以本次募集资金补充流动资金项目是必要且合理的。

### 3、补充流动资金的管理运营安排

公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所颁布的有关规定以及公司的《恐龙园文化旅游集团股份有限公司募集资金管理办法》，将募集资金存入董事会批准设立的专项账户集中管理，并根据公司业务需要将上述资金用于公司主营业务。公司将严格按照公司财务管理制度和资金审批权限使用该项流动资金，保障该募集流动资金的安全和使用效率。

### 4、补充流动资金对公司财务状况及经营成果的影响

#### （1）对公司财务状况的影响

截至 2019 年 12 月 31 日，发行人归属于母公司股东的净资产为 94,734.96 万元，归属于母公司股东的每股净资产为 5.38 元。补充流动资金将增加公司的净资产，降低资产负债率，预期将对优化公司财务结构、降低财务费用、提升公司持续融资能力和抗风险能力起到积极作用。

#### （2）对公司经营成果的影响

补充的流动资金到位后，有利于公司扩展业务规模，进一步增强公司的盈利能力，预计将能够提升公司营业收入规模并增加净利润水平。

### 5、补充流动资金对提升公司核心竞争力的作用

流动资金的补充，为实施公司的发展战略提供了稳定的资金支持。公司将以恐龙 IP 为核心，丰富公司主题文化创新经营模式，提升公司文化科技持续创新能力，从而进一步提升公司在行业内的市场地位和核心竞争力。



### 三、发行人未来发展规划

#### （一）发行人当年和未来三年的经营发展目标

##### 1、总体发展战略

公司坚持“专注成就专业，创新引领未来”的发展理念，致力于“文化、科技、创意”的相互融合，不断提升和深化在文化旅游产业的创意开发能力、运营管理能力和解决方案提供能力，大力发展以“中华恐龙园”景区运营业务为代表的传统型业务、以品牌轻资产扩张、周边业务和新娱乐业务等业务为代表的创新型业务和以股权投资、产业链布局式投资为代表的投资型业务，努力实现公司在投资、市场、研发、技术、运营和品牌端的聚合化发展，成就百年品牌和百年企业。

##### 2、经营发展目标

公司将紧紧围绕恐龙主题核心文化要素，不断丰富其主题内涵、产品形式和业务类别，不断提升“中华恐龙园”的品牌价值，巩固“中华恐龙园”的行业地位。同时，公司将持续推动市场拓展、策划设计、科普教培、文科集成、演艺经纪、商品美食、工程实施和安全运营等方面的聚合创新与实践，不断创造多元营利的产品，运作多元赢利的业务，争当多元盈利的企业，锻造多元应力的团队，追求成为中国最专业的“文化旅游整体解决方案的提供者和管理者”和“中国模块娱乐产业的倡导者、开拓者和践行者”。

#### （二）公司当年和未来三年的业务发展规划

##### 1、业务发展规划

###### （1）“中华恐龙园”景区运营业务

景区运营业务是公司发展的基石。未来三年，公司将继续以“优管、提质、增效”为目标，以“恐龙”主题为核心，积极寻求经营思路 and 经营方式的转变，加快转型升级和品质提升，实现市场创效再突破。景区运营业务将从“产品创新”向“模式创新”转变，由“景点门票”模式升级为“度假休闲”模式，形成产品组合一体化，不断放大综合效益。

###### （2）创新创意服务

### 1) 委托管理、顾问咨询等轻资产业务

公司将基于过去二十年发展积累的优质渠道资源、管理经验和品牌优势，大力发展以委托管理、顾问咨询、品牌授权等为代表的轻资产扩张业务。轻资产扩张业务的开展，将在一定程度上改变公司重资产运行的路径，有效增强公司的持续盈利能力，为公司赢得更加广阔的发展空间。公司将进一步聚焦有一定基础、发展潜力的各地旅游资源，积极开展轻资产扩张和市场创效业务，加快战略转型步伐和拓展速率，强化提升项目甄别度、合作命中率和团队战斗力，形成多种业务整合发展、齐头并进态势，实现业务突破。

### 2) 规划设计、文化科技等周边业务

目前，公司设立的全资子公司恐龙园设计、恐龙园文科，面向文化旅游行业提供规划设计、文化科技等专业服务，并已在行业内积累了良好的市场口碑。未来三年，恐龙园设计将重点提高外部市场业务获取能力，增强市场竞争力，加快推进专业资质申报，加强品牌宣传及行业领域知名度拓展，有效统筹常州、深圳、上海三地协同运作，实现业绩再提升。恐龙园文科将进一步聚焦核心竞争力，强化系统集成能力，加快装饰装修相关资质的获取，不断加大外部品牌拓展力度，加强产品落地转化能力，实现创效提升。大力发展规划设计、文化科技等周边业务是公司向文化旅游产业整体解决方案供应商角色转型的重要举措，也将进一步提升公司整体的获利能力。

### 3) 新娱乐版块业务

公司是中国模块娱乐产业的倡导者和开拓者，将进一步结合行业发展趋势、自身业务特长和资源禀赋，以投资、市场、研发、技术、运营和保障端的不断融合、互为支撑为驱动，快速投入形成新娱乐版块业务。未来三年，公司将力争实现游动式模块和阵地式模块在产品、团队和市场创效环节的打通，有效建立形成新娱乐版块业务的“多重收益”商业模式。同时，充分利用行业协会等行业相关平台优势，加快行业渗透以及资源获取，不断拓展品牌知名度及投拓落地能力，确保发展战略的实现。

## 2、市场营销措施

经过多年的经营与积累，在主题公园经营上公司根据自身商业模式及市场环

境，已经建立起了多元化的营销模式，并根据外部环境的变化动态调整。未来三年，公司将坚持“青年潮尚”和“亲子家庭”并重的市场策略，积极研判市场，优化门票政策，稳固成熟市场，拓展外围市场，深化平台战略合作，持续加大渠道拓展力度和品牌落地影响。公司将紧扣当下研学政策利好和博物馆热潮，打造特色化、定制化产品，激发研学及度假需求，充分发挥研学产品在旅游体验端的延展性，使其成为园区消费突破的全新增长点。同时，公司还将不断强化趣周边自主平台的建设运营能力，提高在现有渠道中的占比，积极扩展周边度假游产品整合供给，实现多元休闲度假产品盈利。

### **3、人才队伍建设**

服务性行业要求从业人员做到技能精益求精，服务细致入微，员工是公司的核心资源。公司坚持公平、公正、公开选拔的用人机制，重视人才的内部培养和外部引进。公司将进一步完善技术人才、管理人才和服务人才的培养、引进和激励机制，以优秀的企业文化、良好的工作环境、富于竞争力的薪酬体系和广阔的发展空间吸引并留住人才，建立能够适应现代化企业发展的高素质员工队伍。

### **4、企业文化建设**

公司致力于建设自身的企业文化，明确企业目标、宗旨和核心价值观。企业文化作为一种以加强企业管理、强化企业凝聚力为核心的文化，对企业的经营和发展起着重要的作用。公司要求员工将企业文化精神根植于自己的工作中，作为共同的行动指南，全面推进公司企业文化建设。

### **5、融资计划**

本次发行上市后，公司将加强募集资金管理，根据募集资金运用计划，合理有效地安排资金使用，协调处理企业长远发展与股东要求的现时回报之间的关系，以良好的盈利水平最大限度地保证股东利益，并确保公司的长期融资能力。同时，公司上市后形成了较完善的融资平台，有助于分阶段、低成本的筹集短期流动资金和长期资本，充分发挥财务杠杆和资本市场的融资功能，以实现公司持续、稳定发展。

### （三）报告期内为经营发展目标已采取的措施及实施效果

#### 1、有序进行园区改扩建，增强产品市场竞争力

公司根据主题公园的投资规律和特点，就预留的区域和空间分期进行升级改造、项目创新更新。报告期内，公司按计划完成“疯狂恐龙人区”、“恐龙基因研究中心”等项目的建设，提升园区对游客的吸引力。

#### 2、开发恐龙科普研学产品，形成差异化竞争优势

公司充分发挥恐龙主题优势，把握恐龙主题元素的神秘性和独特性，顺应市场需求，打造了“恐龙实验室”、“恐龙大师课”、“夜宿恐龙馆”、“爱护环境、保护地球——研学夏令营”、“《恐龙探险家》雨林研学课程”等特色科普研学活动，进一步挖掘“科普+游乐”领域的细分市场。

#### 3、提高服务管理水平，树立良好口碑

报告期内，公司对游客休憩区、卫生间、智慧景区等配套服务设施进行升级，并持续优化员工的服务礼仪、技能和规范，从人性化、智慧化、演艺化等方面全面提高恐龙园服务管理水平。

#### 4、打磨专业团队，提升服务品质

报告期内，公司着重锤炼创新创意专业团队，通过上下游交流、技术设施升级等措施，提高团队专业素质，提升服务品质，促进创新创意业务发展。

### （四）确保上述发展计划实现的措施

#### 1、资金保障

若本次公司股票发行成功，将进一步扩宽公司的融资渠道，有利于扩大公司业务规模。公司将严格按照规定实施募投项目，完成园区改造、创新研发等项目，提高公司在行业内的综合竞争力。

#### 2、加强人才引进与培养

为确保发展计划的实现，公司将进一步加强各类专业队伍的引进与培养。采取措施加大培训力度，持续提高团队学习能力、创新能力和执行能力，提升团队整体的专业素质和综合能力。本次公开发行股票将极大地提高公司的社会知名

度和市场影响力，有利于增强公司对优秀人才的吸引力，推动公司人力资源开发计划顺利实现。

### **3、建立科学的管理机制**

公司将在组织结构上完善决策、监督、约束、执行及控制机制，规范运作，强化信息披露制度，增加企业运营的透明度，学习借鉴国内外同行先进的管理理念，切实维护股东权益，扎实推动公司上述业务发展目标的有序实现。

## 第十节 投资者保护

### 一、投资者权益保护情况

为保护投资者依法享有的权利，加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规和《公司章程》的要求，结合公司实际情况制定了保护投资者权益的措施。具体如下：

#### （一）建立健全信息披露制度和流程

公司 2019 年年度股东大会审议通过了《信息披露管理制度》，对公司信息披露的基本原则、管理和实施、信息披露义务人与责任、信息披露方式、保密措施、常设机构和联系方式等事项进行了详细规定，确保公司按照有关法律法规履行信息披露义务，加强信息披露的管理工作，明确信息披露的具体流程。

#### （二）投资者沟通渠道

公司 2019 年年度股东大会审议通过了《投资者关系管理制度》，公司由董事会秘书担任投资者关系管理的直接负责人；证券法务部是本公司投资者关系管理职能部门，由董事会秘书领导，负责本公司投资者关系管理日常事务。证券法务部有专用的场地及设施，设置了联系电话、网站、电子邮箱等投资者沟通渠道。

#### （三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规和《公司章程》的要求，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度。

公司将不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，加强投资者对公司的了解，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

为保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司根据《公司法》、《证券法》等法律、行政法规、部门规章，结合公司实际情况，在《公司章程》、《投资者关系管理制度》中规定了相关的内

容。

## 二、股利分配政策

### （一）发行人报告期内股利分配政策

根据《公司法》和《公司章程》的规定，公司股利分配政策的一般规定如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取；

2、公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；

3、公司从税后利润提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定；

4、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但章程规定不按持股比例分配的除外；

5、股东大会违反上述规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司股本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前注册资本的 25%；

6、公司的利润分配重视对投资者的合理回报，公司可以采取现金或者股票方式分配股利。在不影响公司正常生产经营所需现金流的情况下，公司优先选择现金分配方式。公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性；

7、公司股东大会对利润分配方案做出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

### （二）本次发行后的股利分配政策

本公司于 2019 年 4 月 23 日召开 2019 年年度股东大会，审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》和《恐龙园文化旅游集团股份有限公司上市后三年分红回报规划》，对公司上市后的股利分配政策作出规定如下：

## 1、利润分配政策

(1) 公司利润分配应重视对投资者的合理回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，并兼顾公司的可持续发展。

(2) 公司可以采取现金、股票或者现金股票相结合及法律法规许可的其他方式分配股利，公司当年盈利且累计可分配利润为正值时，每个会计年度至少须采取一次现金分红方式，在有条件的情况下，可以进行中期现金分红；公司在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配。

(3) 公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围，公司年度现金分红的比例不低于当年实现的可分配利润的 10%，并且连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

(4) 如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化现金分红政策：

1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

4) 公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

上述所称重大资金支出安排是指根据法律、法规、规章、规范性文件或《公司章程》、公司股东大会议事规则等规定应提交公司股东大会审议通过的资金支出安排或投资计划。

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，根据上述原则提出当年利润分配方案。

(5) 公司上一个会计年度实现盈利，但董事会未提出年度现金分红预案的，



公司董事会应当在年度报告中披露未分配现金红利的原因及未用于分配现金红利的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

(6) 公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案需事先征求独立董事及监事会的意见并经公司董事会审议通过后，提交公司股东大会批准。

(7) 存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

## 2、利润分配政策决策机制与程序

公司利润分配政策的制订和修改由董事会向股东大会提出，董事会提出的利润分配政策需要经董事会三分之二以上表决通过并经二分之一以上独立董事表决通过，独立董事应当对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

公司监事会应当对董事会制订和修改的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事）则应经外部监事表决通过。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

公司利润分配政策制订和修改需提交公司股东大会审议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所代表的表决权三分之二以上表决通过，并应当安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利。

### （三）本次发行前后股利分配政策的差异

本次发行前，公司已根据《公司法》等规定，制定了利润分配政策。根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的规定，公司进一步完善了发行后的利润

分配政策，股利分配政策更重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，进一步明确了公司股利分配的具体条件、现金分红的比例要求、差异化的现金分红政策、股利分配的条件等约定，加强了对投资者利益的保护。

### **三、本次发行前滚存利润的分配安排**

经股东大会决议，公司股票发行前滚存未分配利润的分配方案为：本次公开发行股票完成后，对于股票发行前形成的滚存未分配利润由公司发行后的新老股东按发行后的持股比例共享。

### **四、股东投票机制的建立情况**

公司通过采用累积投票、网络投票、征集投票等方式，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

#### **（一）累积投票制度**

根据《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》等相关规定，股东大会就选举董事、监事进行表决时，可以实行累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

#### **（二）中小投资者单独计票机制**

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

#### **（三）提供股东大会网络投票方式**

根据《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》相关规定，公司召开股东大会的地点为公司住所地或者会议通知中指定的其他地点。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将根据法律法规的要求以及公司实际需要，提供网络或其他法律法规允许的方式为股东参加股东大会提供便利。公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

#### **（四）征集投票权的相关安排**

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》相关规定，董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

### **五、相关承诺事项**

#### **（一）本次发行前公司股东关于股份锁定的承诺**

##### **1、控股股东关于股份锁定的承诺**

公司控股股东龙控集团承诺：

（1）自发行人股票在创业板上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；

（2）如本公司所持发行人股份在锁定期满后两年内减持，减持价格不低于发行人首次公开发行的发行价；

（3）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本公司持有发行人股份的锁定期限自动延长六个月；

（4）若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述减持价格及收盘价均应相应作除权除息处理；

（5）若本公司违反上述承诺，则减持发行人股票所得收益归发行人所有。若本公司因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。

##### **2、其他股东关于股份锁定的承诺**

除控股股东外，公司的其他股东弘毅诚科技、业缘投资、中信旅游、紫金文化、红星美凯龙、杜拜投资、嘉辰投资、孟庆有、杜勇毅、王广宇、牛大鸣、巫厚贵、王天寿、胡柳、廖伟耀、隋志毅、殷亮、唐红、余庆分别作出如下承诺：

（1）自发行人首次公开发行股票并在创业板上市交易之日起十二个月内，

不转让或者委托他人管理本企业/本人持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；

(2) 若本企业/本人违反上述承诺，则减持发行人股票所得收益归发行人所有。若本企业/本人因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本企业/本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。

由于公司未能与股东张娜取得联系，因此股东张娜未签署股份锁定承诺。截至本招股说明书签署日，张娜持有发行人 1,000 股股份，占发行人股本的 0.0006%。

### 3、间接持有公司股份的董事、监事及高级管理人员关于股份锁定的承诺

通过业缘投资间接持有公司股份的董事、监事及高级管理人员沈波、许晓音、陈辉、虞炳、王孝红、王琪分别作出如下承诺：

(1) 自发行人股票在创业板上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理本次发行前间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；

(2) 除前述锁定期外，本人在发行人任职期间每年转让的直接或间接持有的发行人股份不超过本人持有的股份总数的 25%；离职后六个月内，不转让所持有的发行人股份；

(3) 本人在锁定期满后两年内减持所间接持有的发行人股票的，则减持价格不低于发行价；

(4) 发行人上市后六个月内，如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，则本人间接持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月；

(5) 若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述减持价格及收盘价均应相应作除权除息处理；

(6) 本人不会因职务变更、离职等原因终止履行上述承诺。若本人违反上述承诺，则减持所间接持有的发行人股票所得收益归发行人所有。若本人因未履行上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任。

## （二）本次发行前公司股东关于持股意向和减持意向的承诺

### 1、控股股东关于持股意向和减持意向的承诺

（1）本公司将按照发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书以及本公司出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在锁定期限内不减持发行人股票；

（2）在锁定期届满后，本公司拟减持股票的，将认真遵守证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

（3）本公司减持发行人股票前，应按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；

（4）本公司在锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于发行价；

（5）若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述减持价格应相应作除权除息处理；

（6）若本公司违反上述承诺，则减持发行人股票所得收益归发行人所有。若本公司因违反上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任；

（7）发行人上市后，本公司依法增持的股份不受上述承诺约束。

### 2、其他持股 5%以上股东关于持股意向及减持意向的承诺

除控股股东外，发行人的其他持股 5%以上股东弘毅诚科技、业缘投资、中信旅游、杜拜投资（含杜勇毅）就所持公司股份的持股意向及减持意向分别作出如下承诺：

（1）本企业/本人将按照发行人首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书以及出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持发行人股票；

（2）在锁定期届满后，本企业/本人拟减持股票的，将认真遵守证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

(3) 本企业/本人减持发行人股票前，应按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；

(4) 本企业/本人在锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于发行价；

(5) 若发行人股票在锁定期内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述减持价格应相应作除权除息处理；

(6) 若本企业/本人违反上述承诺，则减持发行人股票所得收益归发行人所有。若本企业/本人因违反上述承诺给发行人或者其他投资者造成损失的，本企业/本人将向发行人及其他投资者依法承担赔偿责任；

(7) 发行人上市后，本企业/本人依法增持的股份不受上述承诺约束。

### **(三) 关于稳定股价的措施及承诺**

#### **1、稳定股价的措施**

为稳定公司上市后三年内的公司股价，维护本公司中小投资者的权益，本公司特制订《恐龙园文化旅游集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定公司股价的预案》，主要内容如下：

##### **(1) 稳定公司股价的原则**

公司将正常经营和可持续发展，为全体股东带来合理回报。为兼顾全体股东的即期利益和长远利益，有利于公司健康发展和市场稳定，当公司股价出现需启动股价稳定措施的具体条件时，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》及证监会颁布的规范性文件的相关规定，并根据公司实际情况，公司或有关方将启动有关稳定股价的措施，以维护市场公平，切实保护投资者特别是中小投资者的合法权益。

##### **(2) 启动稳定股价措施的具体条件**

公司启动股价稳定措施的具体条件为：公司自上市之日起三年内出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按照深圳证券交易所的有关规定相应调整，下同）均低于最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，

每股净资产相应进行调整；每股净资产值=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数/审计基准日公司股份总数，下同）情况，且满足法律、法规和规范性文件关于业绩发布、股份回购、股份增持等相关规定的情形下，则公司、公司控股股东、在公司领薪的非独立董事及高级管理人员等将启动稳定公司股价措施。具体而言：

1) 启动条件及程序：在公司上市后三年内，公司股价出现持续 20 个交易日收盘价低于最近一期经审计的每股净资产值的情形；

2) 停止条件：在稳定股价措施实施期间内，公司股票收盘价连续 20 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产值，则可中止实施该次稳定公司股价的计划。

### **(3) 稳定公司股价的义务人及顺序**

公司、控股股东、在公司领薪的非独立董事及高级管理人员为稳定公司股价的义务人，其中公司为第一顺位义务人，控股股东为第二顺位义务人，在公司领薪的非独立董事及高级管理人员为第三顺位义务人。其中在公司领薪的非独立董事和高级管理人员既包括在公司上市时任职的非独立董事、高级管理人员，也包括公司上市后三年内新任职的非独立董事、高级管理人员。

### **(4) 稳定公司股价的具体措施**

公司、控股股东、在公司领薪的非独立董事及高级管理人员将按照法律、法规、规范性文件和公司章程的相关规定，在不影响上市条件以及免除控股股东要约收购责任的前提下，按照先后顺序依次实施如下股价稳定措施：

1) 公司回购股票；2) 公司控股股东增持股票；3) 在公司领薪的非独立董事及高级管理人员增持公司股票；4) 其他证券监管部门认可的方式。

选用前述稳定公司股价的措施时应保证股价稳定措施实施后，公司股权分布仍符合上市条件，且不能致使增持主体履行要约收购义务。

#### **1) 公司回购股票**

公司董事会将于触发稳定股价措施日起 10 个交易日内公告股份回购预案并提交股东大会进行审议，回购预案包括但不限于回购股份数量、回购价格区间、回购资金来源、回购对公司股价及公司经营的影响等内容。

公司应于触发稳定股价措施之日起 3 个月内以不超过最近一期经审计的每股净资产回购公司股份，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。单次用于回购股份的资金总额不超过人民币 1,000 万元，单一会计年度累计回购公司股份数量不超过公司股本总额的 2%，并结合公司当时的股权分布状况、财务状况和经营状况确定。公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金净额。

通过实施股份回购，公司股票若连续 20 个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产，则本公司可中止实施股份回购计划。本公司中止实施股份回购计划后，如再次满足启动条件，则本公司应继续实施上述股份回购计划。

## 2) 公司控股股东增持公司股票

在下列情况之一出现时公司控股股东将启动增持公司股票：

①公司无法实施回购股票，且控股股东增持公司股票不会导致公司无法满足法定上市条件；

②公司股票回购实施完毕后仍未满足停止执行稳定股价措施的条件。

公司控股股东应于确认前述事项之日起 10 个工作日内向公司送达增持公司股票书面通知（以下简称“增持通知书”），增持通知书应包括增持股票数量、增持期限、增持目标及其他有关增持的内容，公司控股股东应于增持通知书送达公司之日起 3 个月内以不高于公司最近一期经审计的每股净资产值的价格增持公司股份。单次用于增持股份的资金金额不超过人民币 1,000 万元，单一会计年度增持公司股份数量不超过公司股本总额的 2%。

通过公司控股股东增持，公司股票若连续 20 个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产，则可中止实施股份增持计划。公司控股股东中止实施股份增持计划后，如再次满足启动条件，则公司控股股东应继续实施上述股份增持计划。

## 3) 在公司领薪的非独立董事及高级管理人员增持公司股票

在公司、控股股东均已采取股价稳定措施并实施完毕后，仍出现公司股票价格未满足停止执行稳定股价措施的条件，并且在公司领薪的非独立董事及高级管



理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件，则启动在公司领薪的非独立董事及高级管理人员增持措施，具体措施如下：

在公司领薪的非独立董事及高级管理人员将在前述两项措施实施完毕之日起 30 个交易日内（如期间存在 N 个交易日限制董事和高级管理人员买卖股票，则应在首次满足上述条件后的 30+N 个交易日内）增持公司股票。

公司应按照规定披露在公司领薪的非独立董事及高级管理人员买入公司股份的计划。在公司披露其买入公司股份计划的 3 个交易日后，在公司领薪的非独立董事及高级管理人员将按照方案开始实施买入公司股份的计划；通过二级市场以竞价交易方式买入公司股份的，买入价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。但如果公司披露其买入公司股份计划后 3 个交易日内其股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，其可不再实施上述买入发行人股份计划。单次增持股份金额不低于该等人员上一会计年度从公司处领取的税前薪酬总额的 30%，单一会计年度内累计增持股份总金额不超过该等人员上一会计年度从公司处领取的税前薪酬总额的 50%。

自公司股票上市之日起三年内，若公司新聘任董事、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

#### **(5) 未履行稳定公司股价措施的约束措施**

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、在公司领薪的非独立董事及高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、在公司领薪的非独立董事及高级管理人员承诺接受以下约束措施：

1) 公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

2) 如果控股股东未采取上述稳定股价的具体措施的，则公司将采取以下措施直至控股股东执行上述稳定股价措施并实施完毕为止：

①公司有权冻结控股股东在公司利润分配方案中所享有的全部利润分配；

②不得转让公司股份，因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投

资者利益承诺等必须转让的情形除外。

3) 如果在公司领薪的非独立董事及高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的, 将在前述事项发生之日起 10 个交易日内, 公司停止发放该等董事及高级管理人员的薪酬, 同时该等董事及高级管理人员持有的公司股份不得转让, 直至该等董事、高级管理人员执行上述稳定股价措施并实施完毕。

#### **(6) 稳定股价预案的修订**

任何对本预案的修订均需先由公司董事会审议, 审议通过后提交公司股东大会以特别决议的方式审议通过。

## **2、公司承诺函**

公司就上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价事宜承诺如下:

(1) 公司自上市之日起三年内出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价(如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的, 按照深圳证券交易所的有关规定相应调整, 下同)均低于最近一期经审计的每股净资产(最近一期审计基准日后, 因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的, 每股净资产相应进行调整; 每股净资产值=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数/审计基准日公司股份总数, 下同)情况, 在法律、法规和规范性文件相关规定的情形下, 本公司自愿回购公司股票。单次用于回购股份的资金总额不超过人民币 1,000 万元, 单一会计年度累计回购公司股份数量不超过公司股本总额的 2%, 并结合公司当时的股权分布状况、财务状况和经营状况确定。公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金净额。

(2) 本公司将严格按照《恐龙园文化旅游集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定公司股价的预案》执行稳定公司股价的措施;

(3) 在启动股价稳定措施的条件满足时, 若本公司未采取上述稳定股价的具体措施, 公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉;

(4) 如果控股股东未采取上述稳定股价的具体措施的, 则公司将采取以下措施直至控股股东执行上述稳定股价措施并实施完毕为止:

- 1) 公司有权冻结控股股东在公司利润分配方案中所享有的全部利润分配;
- 2) 不得转让公司股份, 因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

(5) 如果在公司领薪的非独立董事及高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的, 将在前述事项发生之日起 10 个交易日内, 公司停止发放该等董事及高级管理人员的薪酬, 同时该等董事及高级管理人员持有的公司股份不得转让, 直至该等董事、高级管理人员执行上述稳定股价措施并实施完毕。

### 3、控股股东承诺函

控股股东龙控集团就上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价事宜承诺如下:

(1) 公司自上市之日起三年内出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价(如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的, 按照深圳证券交易所的有关规定相应调整, 下同)均低于最近一期经审计的每股净资产(最近一期审计基准日后, 因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的, 每股净资产相应进行调整; 每股净资产值=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数/审计基准日公司股份总数, 下同)情况, 且满足法律、法规和规范性文件关于业绩发布、股份回购、股份增持等相关规定的情形下, 本企业将对公司股票进行增持。

(2) 在下列情况之一出现时本企业将启动增持公司股票:

- 1) 公司无法实施回购股票, 且本企业增持公司股票不会导致公司无法满足法定上市条件;
- 2) 公司股票回购实施完毕后仍未满足停止执行稳定股价措施的条件。

本企业应于确认前述事项之日起 10 个交易日内向公司送达增持公司股票书面通知(以下简称“增持通知书”), 增持通知书应包括增持股票数量、增持期限、增持目标及其他有关增持的内容, 公司控股股东应于增持通知书送达公司之日起

3 个月内以不高于公司最近一期经审计的每股净资产值的价格增持公司股份。

(3) 本企业股价稳定措施启动后的增持期限内，单次用于增持股份的资金金额不超过人民币 1,000 万元，单一会计年度增持公司股份数量不超过公司股本总额的 2%。

(4) 本企业通过增持股份，公司股票若连续 20 个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产，则可中止实施股份增持计划。

(5) 本企业若未采取上述稳定股价的具体措施的，则本企业将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；本企业持有的公司股份不得转让，直至本企业按公司稳定股价预案及承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

#### 4、在公司领薪的非独立董事及高级管理人员承诺函

在公司领薪的非独立董事及高级管理人员就上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价事宜承诺如下：

(1) 公司自上市之日起三年内出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按照深圳证券交易所的有关规定相应调整，下同）均低于最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整；每股净资产值=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数/审计基准日公司股份总数，下同）情况，在公司、控股股东均已采取股价稳定措施并实施完毕后，仍出现公司股票价格未满足停止执行稳定股价措施的情况，并且本人增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件，本人将在符合《上市公司收购管理办法》等相关法律法规及规范性文件规定的前提下，以自有或自筹资金对公司股份进行增持，以稳定股价。

(2) 本人增持公司股份的，应在增持启动条件触发之日起 30 个交易日内（如期间存在 N 个交易日限制本人买卖股票，则应在首次满足上述条件后的 30+N 个交易日内）增持公司股票。

(3) 本人稳定措施启动后的增持期限内，单次增持股份金额不低于本人上

一会计年度从公司处领取的税前薪酬总额的 30%，单一会计年度内累计增持股份总金额不超过本人上一会计年度从公司处领取的税前薪酬总额的 50%。

(4) 本人若未采取上述稳定股价的具体措施的，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并在前述事项发生之日起 10 个交易日内，停止领取公司发放的薪酬，同时持有的公司股份不得转让，直至本人按公司稳定股价预案及承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

#### **(四) 对欺诈发行上市的股份购回承诺**

公司及公司控股股东龙控集团承诺：

若本次公开发行被监管机构认定为构成欺诈发行，本公司及本公司控股股东龙城旅游控股集团有限公司承诺在监管机构指定的期间内从投资者手中购回本次公开发行的股票，并对前述购回义务承担个别和连带的法律责任。

#### **(五) 关于公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺**

##### **1、公司填补被摊薄即期回报的措施**

公司为有效防范即期回报被摊薄的风险，提高公司持续回报股东的能力，保护投资者利益，按照《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17 号）、《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），以及中国证券监督管理委员会《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》的相关要求，将采取多项措施保障本次发行后公司有效使用募集资金，具体承诺如下：

##### **(1) 强化主营业务，提升公司盈利能力**

公司的主营业务为“中华恐龙园”园区的综合运营和旅游配套服务以及文旅产业相关的创新创意服务。公司以恐龙文化创意为核心，通过对“中华恐龙园”园区的开发运营，为消费者带来科普教育、文化感悟及娱乐消费于一体的综合游乐体验；凭借多年“中华恐龙园”运营管理积累的经验和资源，公司已将业务延伸至文旅产业相关的创新创意服务，为客户提供文化创意策划、景区规划设计以及景区管理咨询等多元化的整体服务方案。公司未来将充分利用优势资源，发挥

公司品牌和管理优势，进一步提高主营业务盈利能力，以实现经营业绩持续、稳定增长。

#### （2）提高日常运营效率，降低公司运营成本

在推进公司业务发展的同时，公司将更加注重内部控制制度的建设和有效执行，提升公司的信息化管理能力，进一步提高运营效率，降低财务风险。公司将通过建立有效的成本和费用考核体系，对采购、运营、销售等各方面进行成本管控，降低公司运营成本，提升公司经营效率及盈利能力。

#### （3）提高募集资金使用效率，加强募集资金管理

公司已对本次公开发行募投项目的可行性进行充分论证，本次募投项目符合国家产业政策和产业发展趋势，有利于增强公司市场竞争力，具有较好的市场前景和盈利能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快募集资金投资项目的建设进度，并在资金的计划、使用、核算和防范风险方面强化管理，以保证募集资金投资项目建设顺利推进，尽可能产生最大效益以回报股东。公司将开设募集资金专项账户，并与开户银行、保荐机构签署募集资金三方监管协议，同时严格依据公司相关制度进行募集资金使用的审批与考核，以保障本次发行募集资金安全和有效使用。

#### （4）完善利润分配制度，优化投资回报机制

为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性，公司根据《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》、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》和《上市公司章程指引》的相关要求，修订了公司章程。《公司章程（草案）》进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则。

上述填补被摊薄即期回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，然而，公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

## 2、控股股东承诺

龙控集团作为公司的控股股东就恐龙园文化旅游集团股份有限公司本次发行上市填补回报措施等相关事项，出具承诺如下：

（1）不得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；

（2）作为控股股东，不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益；

（3）本公司将根据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使发行人填补回报措施能够得到有效的实施；

（4）如本公司未能履行上述承诺，本公司将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使发行人填补回报措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开说明未能履行上述承诺的具体原因，向股东及公众投资者道歉。

## 3、全体董事、高级管理人员承诺

公司全体董事、高级管理人员对公司首发填补回报措施得以切实履行作出承诺如下：

（1）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；

（2）对个人的职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人将在职责和权限范围内，积极促使由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司未来实施股权激励计划，本人将在职责和权限范围内，积极促使公司拟公布的股权激励计划的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）若中国证监会及证券交易所另行发布关于摊薄即期回报的填补措施及其承诺的其他监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，本人届时将按照中国证监会及证券交易所的最新规定出具补充承诺。

## （六）关于利润分配政策的承诺

### 1、公司关于利润分配政策的承诺

公司承诺：

本公司首次公开发行股票并在创业板上市后，将严格执行《恐龙园文化旅游集团股份有限公司章程（草案）》中规定的利润分配政策。

若本公司未能执行上述承诺内容，将采取下列约束措施：

（1）本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）若因本公司未执行该承诺而给投资者造成直接经济损失的，本公司将在该等事实被中国证券监督管理委员会或有管辖权的人民法院作出最终认定或生效判决后，依法赔偿投资者损失。

本公司将严格履行相关承诺，自愿接受监管机构、社会公众等的监督，若违反上述承诺依法承诺相应责任。

### 2、公司控股股东关于利润分配政策的承诺

公司控股股东龙控集团承诺：

（1）本公司将督促发行人在首次公开发行股票并在创业板上市后严格执行《恐龙园文化旅游集团股份有限公司章程（草案）》中规定的利润分配政策。

（2）若公司董事会对利润分配作出决议后，本公司承诺就该等表决事项在股东大会中以本公司实际控制的股份投赞成票。

（3）本公司保证将严格履行本承诺函中的承诺事项。若本公司作出的承诺未能履行，本公司承诺将采取下列约束措施：

1) 及时、充分披露本公司承诺未能履行的具体原因；

2) 若因本公司未履行承诺事项导致公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接经济损失的，本公司将在该等事实被中国证券监督管理委员会或有管辖权的人民法院作出最终认定或生效判决后，依法赔偿投资者损失。



## （七）关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺

### 1、关于未履行承诺的约束措施

#### （1）公司未履行承诺的约束措施

公司就未能兑现承诺时的约束措施承诺如下：

1、如本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规及政策变化、自然灾害或其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），本公司将公告原因并向股东和社会公众投资者公开道歉，同时采取或接受以下措施以保障投资者合法权益：

- 1) 立即采取措施消除违反承诺事项；
- 2) 提出并实施新的承诺或补救措施；
- 3) 按监管机关要求的方式和期限予以纠正；
- 4) 不得进行公开再融资；
- 5) 对本公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；
- 6) 不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；
- 7) 给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

2、若因相关法律法规及政策变化、自然灾害或其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司未能履行公开承诺事项的，本公司将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：

- 1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；
- 2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。

#### （2）公司控股股东承诺

公司控股股东承诺：

1、如本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规及政策变化、自然灾害或其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），本公司将公告原因并向股东和社会公众投资者公开道歉，同时采取或接受以下措施以保障投资者合法权益：

- 1) 立即采取措施消除违反承诺事项；
- 2) 提出并实施新的承诺或补救措施；
- 3) 如因未履行承诺而获得收益，则所获收益归发行人所有；
- 4) 不得转让本公司持有的发行人股份，但因本公司持有的发行人股份被强制执行、发行人重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外（如有）；
- 5) 暂不领取发行人利润分配中归属于本公司的部分（如有）；
- 6) 发行人有权直接扣除本公司自发行人取得的利润或报酬以实现本公司承诺事项；
- 7) 发行人有权直接按本公司承诺内容向交易所或证券登记机构申请本公司所持发行人股份延期锁定；
- 8) 给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任；
- 9) 发行人未履行本次公开发行并上市所作的相关承诺事项，给投资者造成损失的，本公司将依法承担连带赔偿责任。

2、若因相关法律法规及政策变化、自然灾害或其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司未能履行公开承诺事项的，本公司将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：

- 1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；
- 2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护发行人投资者利益。

（3）发行人其他持股 5% 以上的主要股东承诺

除控股股东外，发行人其他持股 5% 以上的主要股东弘毅诚科技、业缘投资、

中信旅游，作为一致行动人合计持有发行人 5%以上股份的股东杜勇毅和杜拜投资承诺如下：

1) 通过发行人及时、充分披露本公司未能履行、无法履行或者无法按期履行的具体原因；

2) 暂不领取发行人分配利润中归属于本单位/本人部分；

3) 如因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得收益的 30 个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户；

4) 如因未履行相关承诺而给发行人、投资者造成损失的，依法赔偿发行人、投资者损失；

5) 如本单位/本人就未能履行特定承诺事项作出另行约束措施的，应从严从重履行相关约束措施。

#### (4) 公司董事、监事、高级管理人员承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：

1、如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规及政策变化、自然灾害或其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将公告原因并向股东和社会公众投资者公开道歉，同时采取或接受以下措施以保障投资者合法权益：

1) 立即采取措施消除违反承诺事项；

2) 提出并实施新的承诺或补救措施；

3) 如因未履行承诺而获得收益，则所获收益归发行人所有；

4) 不得转让本人持有的发行人股份，但因本人持有的发行人股份被强制执行、发行人重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外（如有）；

5) 暂不领取发行人利润分配中归属于本人的部分（如有）；

6) 发行人有权直接扣除本人自发行人取得的利润或报酬以实现承诺事项；

7) 发行人有权直接按本人承诺内容向交易所或证券登记机构申请本人所持发行人股份延期锁定（如有）；

8) 给投资者造成损失的, 本人将向投资者依法承担赔偿责任;

9) 发行人未履行本次公开发行并上市所作的相关承诺事项, 给投资者造成损失的, 本人将依法承担连带赔偿责任。

2、若因相关法律法规及政策变化、自然灾害或其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人未能履行公开承诺事项的, 本人将接受如下约束措施, 直至相应补救措施实施完毕:

1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉;

2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案, 并提交股东大会审议, 尽可能地保护发行人投资者利益。

## **2、中介机构承诺**

### **(1) 保荐机构中信证券承诺:**

本公司为发行人申请首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的情形, 并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。若因本公司为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏, 给投资者造成经济损失的, 将先行赔偿投资者损失。

### **(2) 发行人律师世纪同仁承诺:**

本所为发行人申请首次公开发行股票并在创业板上市依法出具相关文件。若因本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏, 给投资者造成经济损失的, 在该等违法事实被认定后, 将依法赔偿投资者损失。

### **(3) 发行人会计师信永中和承诺:**

因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏, 给投资者造成损失的, 将依法赔偿投资者损失。

## （八）其他承诺事项

除上述承诺外，发行人控股股东和其他持股 5% 以上的主要股东关于减少及规范关联交易出具了相应承诺。

### 1、发行人控股股东承诺

发行人控股股东龙控集团承诺如下：

（1）本公司及控制的其他企业尽可能避免与发行人发生关联交易，对于将来不可避免发生的关联交易事项，本公司保证遵循市场交易的公平原则与发行人进行交易。

（2）如果发行人在今后的经营活动中必须与本公司及控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本公司承诺将严格按照公司《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》等有关规定履行关联交易审议程序，履行回避表决和信息披露义务。本公司保证遵循定价公允及等价有偿的商业原则进行交易，本公司及控制的其他企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保证不通过关联交易损害公司及其股东的合法权益。

（3）本公司及控制的其他企业将严格和善意地履行与发行人所签订的关联交易协议，不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

（4）如因本公司及控制的其他企业违反本承诺函而给公司造成损失的，本公司同意全额赔偿公司因此遭受的所有损失，并承担由此产生的一切法律责任。

（5）本承诺函受中国法律管辖，对本公司具有约束力。

### 2、发行人其他持股 5% 以上的主要股东承诺

除控股股东外，发行人其他持股 5% 以上的主要股东弘毅诚科技、业缘投资、中信旅游，作为一致行动人合计持有发行人 5% 以上股份的股东杜勇毅和杜拜投资承诺如下：

（1）本企业/本人及控制的其他企业尽可能避免与发行人发生关联交易，对于将来不可避免发生的关联交易事项，本企业/本人保证遵循市场交易的公平原则与发行人进行交易。

(2) 如果发行人在今后的经营活动中必须与本企业/本人及控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本企业/本人承诺将严格按照公司《公司章程》、《股东大会会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》等有关规定履行关联交易审议程序，履行回避表决和信息披露义务。本企业/本人保证遵循定价公允及等价有偿的商业原则进行交易，本企业/本人及控制的其他企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保证不通过关联交易损害公司及其股东的合法权益。

(3) 本企业/本人及控制的其他企业将严格和善意地履行与发行人所签订的关联交易协议，不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

(4) 如因本企业/本人及控制的其他企业违反本承诺函而给公司造成损失的，本企业/本人同意全额赔偿公司因此遭受的所有损失，并承担由此产生的一切法律责任。

(5) 本承诺函受中国法律管辖，对本企业/本人具有约束力。

## 第十一节 其他重要事项

### 一、重大合同

截至本招股说明书签署日，公司已履行和正在履行的对公司的经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同情况如下：

#### （一）门票销售框架合同

在门票销售方面，公司已履行和正在履行的《合作协议》均为年度框架合同。截至本招股说明书签署日，公司已经签署并现行有效的主要销售框架合同如下：

序号	发行人签约主体	客户名称	合同标的	合同价款	合同期限
1	常州恐龙园旅行社有限公司	上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司	门票销售	年度框架合同	2020/1/1-2020/12/31
2	常州恐龙园旅行社有限公司	天津西瓜旅游有限责任公司	门票销售	年度框架合同	2020/1/1-2020/12/31
3	常州恐龙园旅行社有限公司	万程（上海）旅行社有限公司	门票销售	年度框架合同	2020/1/1-2020/12/31
4	常州恐龙园旅行社有限公司	苏州同程文化旅游发展有限公司	门票销售	年度框架合同	2020/1/1-2020/12/31
5	常州恐龙园旅行社有限公司	南京途牛国际旅行社有限公司	门票销售	年度框架合同	2020/1/1-2020/12/31
6	常州恐龙园旅行社有限公司	青岛驿路同行国际旅行社有限公司	门票销售	年度框架合同	2020/1/1-2020/12/31

#### （二）策划设计与咨询管理合同

1、2017年3月，甘肃丝绸之路文商旅旅游开发有限公司与恐龙园文科签订《兰州西部恐龙园 GAMERIDE 项目协议书》，约定由恐龙园文科提供 GAMERIDE 项目的设计、策划、安装、调试及操作培训等技术支持和服务，合同金额暂定 1,800 万元，待合同项目施工图完成后，双方确定最终价款。

2019年12月，甘肃文旅与恐龙园文科签订《兰州西部恐龙园 GAMERIDE 项目补充协议》，双方约定对支付进度及支付比例进行变更。

2、2020年5月，商丘市铁路投资有限公司与恐龙园文科签订《商丘恐龙世界设备供货与安装及运营管理咨询服务合同》，约定由恐龙园文科为商丘恐龙世界项目提供整体装修、设备软硬件供应及设计、开发、安装调试、技术服务及运

营管理咨询服务等服务，合同金额为 1,687 万元，其中设备供货与安装款为 1,552 万元，运营管理咨询服务款为 135 万元。

2020 年 6 月，商丘市铁路投资有限公司与恐龙园文科签订《商丘恐龙世界设备供货与安装及运营管理咨询服务合同变更补充协议》，双方约定对运营管理咨询服务款付款方式以及恐龙世界运营软件系统功能内容进行变更。

3、2020 年 8 月 28 日，江苏润都旅游发展有限公司与恐龙园文旅管理签订《服务协议》，约定由恐龙园文旅管理为盐城草房子乐园提供管理服务内容，具体包括规划设计管理服务、开业前建设管理服务、开业筹备管理服务以及开业后运营管理服务，合同金额共计 1,470 万元，合同服务期限为 2020 年 8 月至 2024 年 12 月。

4、2020 年 8 月 28 日，捷宏润安工程顾问有限公司与恐龙园设计签订《宿迁皂河龙运城项目建筑方案设计合同》，约定由恐龙园设计负责宿迁皂河龙运城建筑方案的设计，合同金额为 1,465.24 万元，合同服务周期包括前期咨询、招标阶段、施工阶段、缺陷责任期阶段。

### （三）施工合同

1、2018 年 12 月，公司与常泰建设集团有限公司签订《中华恐龙园雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程总承包（EPC 一体化）总承包合同》，约定由常泰建设集团有限公司承包中华恐龙园雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程，合同总工期为 158 日历天，合同金额为 4,155.07 万元。

2018 年 12 月，公司与常泰建设集团有限公司签订《中华恐龙园雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程总承包补充协议》，双方约定就工程款付款方式、竣工工期及工程质量要求等内容进行补充及变更。

2019 年 12 月，公司与常泰建设集团有限公司签订《中华恐龙园雨林区环境提升项目设计、采购、施工工程总承包增补合同》，双方约定就增补工程内容、竣工工期、增补工程款及支付方式等内容进行补充；增补工程价款为 840 万元，具体以实际审定数额为准。

2、2018 年 10 月，公司与江苏无锡二建建设集团有限公司签订《建设工程施工合同》，约定由江苏无锡二建建设集团有限公司承包中华恐龙园雨林区改扩



建项目施工工程，合同工期为 192 日历天，合同金额为 3,321.70 万元。

2020 年 1 月，公司与江苏无锡二建建设集团有限公司签订《中华恐龙园雨林区改扩建项目施工总承包增补合同》，双方约定就增补工程内容、竣工工期、增补工程价款及支付方式等内容进行补充；增补工程价款为 830 万元，具体以实际审计数额为准。

#### **（四）采购合同**

截至本招股说明书签署日，公司已经签署并现行有效的主要采购合同如下：

1、2018 年 1 月，恐龙园文科与上海合昊机电科技有限公司签订《恐龙园 Tram Tour（Bus-Ride）软硬件设备系统销售和工程安装项目合同》，约定恐龙园文科向上海合昊机电科技有限公司采购 Tram Tour（Bus-Ride）软硬件设备系统，并由其进行设计、生产、工程安装与调试，合同总价共计 3,850 万元。

2018 年 6 月，恐龙园文科与上海合昊机电科技有限公司签订《恐龙园 Tram Tour（Bus-Ride）软硬件设备系统销售和工程安装项目合同-补充协议》，对原合同中税率及合同总价款进行变更，合同总价变更为 3,820.68 万元。

2、2017 年 10 月，恐龙园文科与上海合昊机电科技有限公司签订《兰州轨道设计硬件设备系统销售和工程安装合同》，约定恐龙园文科向上海合昊机电科技有限公司采购轨道设计系统设备，并委托其进行工程安装与调试，合同总价共计 778 万元。

#### **（五）租赁合同**

1、2018 年 8 月，上海模块龙文化与上海金港北外滩置业有限公司签订《商场租赁合同》，约定上海模块龙文化向其租赁上海市虹口区上海白玉兰广场商场 L1 楼层 L1-12-1&2 商铺，租赁面积 1,680.66 平方米，租赁期限共 8 年，自 2019 年 1 月 15 日至 2027 年 1 月 14 日。租金支付模式为月基本租金或月营业额 7% 抽成（两者取其高）。

2、2017 年 11 月，恐龙人酒店与迪诺商管签订《房屋租赁合同》，恐龙人酒店向其租赁常州市新北区迪诺水镇 22#、23#房屋，租赁面积 9,748 平方米，租赁期限共 5 年，自 2017 年 11 月 1 日至 2022 年 10 月 31 日，租金合计 2,668.52 万

元。

3、2015年11月，公司与迪诺商管签订《房屋租赁合同》，约定公司向其租赁迪诺水镇19#楼房屋，租赁面积为9,877平方米，租赁期限自2015年11月1日至2026年8月31日，租金结算按提成租金的方式。

2018年1月，双方签订《房屋租赁合同补充协议》，从2018年1月1日起，租赁面积调整为8,683.61平方米，租金结算调整为固定租金的方式，后续租金合计1,728.29万元。

4、2019年10月，恐龙人模块文旅与杭州银泰购物中心有限公司签订《租赁合同》，约定恐龙人模块文旅向其租赁杭州城西银泰城3层025号、065号、066号和4层039、039B号商铺，租赁面积2,438.05平方米。租赁期限为5+3年，从2019年10月30日至2024年10月29日，若2023年恐龙人模块文旅税前营业额达到1,500万，租期延续至2027年10月29日。租金标准按固定租金或税前营业额10%抽成（两者取其高）。

2020年1月1日，杭州银泰购物中心有限公司与恐龙人模块文旅、恐龙人模块文旅杭州分公司签署《主体变更协议》，约定承租方主体发生变更，恐龙人模块文旅将其在原租赁合同项下权利义务一并概括转移至恐龙人模块文旅杭州分公司，原租赁合同其余条款内容保持不变。

## （六）银行借款合同及担保合同

截至本招股说明书签署日，公司已经签署并现行有效的主要借款及担保合同如下：

单位：万元

序号	借款人	贷款方	贷款期限	借款金额	担保方式	担保人	抵押物
1	发行人	交通银行常州分行	2018.12.17-2023.12.31	10,000.00 <sup>1</sup>	连带责任保证	常州滨江经济开发区投资发展集团有限公司	无
2	发行人	工商银行常州新区支行	2020.9.15-2021.9.15	999.00	连带责任保证	常州滨江投资发展集团有限公司	无

注1：发行人与交通银行常州分行签署《固定资产借款合同》，贷款期限为2018年12月17日至2023年12月31日，合同金额为人民币10,000万元，截至本招股说明书签署日，发

行人实际借款余额为人民币 2,000 万元。

## （七）其他重大合同

中国地质博物馆与公司于 2014 年 9 月签订了《巨型山东龙等标本委托保管协议》、《巨型山东龙等标本使用及展示协议》以及《中国地质博物馆与常州恐龙园股份有限公司债务抵销备忘录》，中国地质博物馆委托发行人代为保管原馆藏化石展品，公司有权在合作期限内使用化石展品进行展示展览和科普教育推广活动。根据上述协议，中国地质博物馆每年向公司支付标本保管费 10 万元，公司每年向中国地质博物馆支付标本使用及展示费 60 万元（每三年递增 5%），为双方合作便利之需要，约定双方相应费用抵销后，公司应每年向中国地质博物馆支付 50 万元，合作期限至 2021 年 6 月 15 日。

### 1、与中国地质博物馆开展合作的原因、背景

1997 年，常州市人民政府和原国家地质矿产部在江苏省常州市合作建设中华恐龙馆，作为中华恐龙园一期工程。自中华恐龙馆建馆以来，公司与中国地质博物馆一直保持长期合作，由恐龙园负责主持日常管理工作，中国地质博物馆提供恐龙化石等展品，恐龙园每年向中国地质博物馆支付展品参展费用，该业务模式一直延续至今。自 1997 年以来，中华恐龙园与中国地质博物馆开展合作的相关协议如下：

（1）1997 年 2 月，原国家地质矿产部与常州市人民政府签署了《合作协议书》，决定在江苏省常州市合作建设中国地质博物馆中华恐龙馆，由国家地质矿产部提供专家、专业技术以及提供相应的恐龙化石等展品，常州市人民政府负责提供场地场馆；

（2）1997 年 3 月，根据原国家地质矿产部与常州市人民政府签订的在常州市合作建设“中国地质博物馆中华恐龙馆”的协议精神，中国地质博物馆与常州市旅游局签署了《协议书》，约定由中国地质博物馆负责提供“中华恐龙馆”的主体建筑形式以及展馆外围环境的设计要点与技术要求，常州市旅游局负责“中华恐龙馆”的全部基建工作及有关的配套设施；

（3）1998 年 6 月，中国地质博物馆与常州市旅游局签署了《关于共建常州中华恐龙馆的补充协议》，双方同意合作期限为 15 年，常州市旅游局每年向中

国地质博物馆支付展品参展费 40 万元整，每 3 年递增 3%；

(4) 2001 年 4 月，中国地质博物馆与常州中华恐龙园有限公司签署《协商备忘录》，约定常州中华恐龙园有限公司每年向中国地质博物馆支付展品租借费人民币肆拾万元及递增部分，自 2001 年 1 月起执行；中国地质博物馆同意确认常州中华恐龙馆为“中国地质博物馆常州分馆”；

(5) 2001 年 5 月，中国地质博物馆与常州中华恐龙园有限公司签署《关于确认常州中华恐龙馆为中国地质博物馆常州分馆的补充协议》，常州中华恐龙园有限公司对中国地质博物馆的“中国地质博物馆常州分馆”的名称使用权期限与展品使用的期限一致，即自 2001 年 4 月 27 日至 2013 年 6 月 15 日；

(6) 2014 年 9 月，中国地质博物馆与常州恐龙园股份有限公司签署《巨型山东龙等标本委托保管协议》、《巨型山东龙等标本使用及展示协议》以及《中国地质博物馆与常州恐龙园股份有限公司债务抵销备忘录》，中国地质博物馆委托发行人代为保管原馆藏化石展品，发行人有权在合作期限内使用化石展品进行展示展览和科普教育推广活动。根据上述协议，中国地质博物馆每年向发行人支付标本保管费 10 万元，发行人每年向中国地质博物馆支付标本使用及展示费 60 万元（每三年递增 5%），为双方合作便利之需要，约定双方相应费用抵销后，发行人应每年向中国地质博物馆支付 50 万元，合作期限至 2021 年 6 月 15 日。

因此，公司与中国地质博物馆一直保持长期良好合作，并按期向中国地质博物馆支付展示费，不存在影响未来续签合作协议的不利事项和因素。

## 2、原《债务抵销备忘录》中所涉债务的基本情况

根据《国土资源部办公厅关于中国地质博物馆与中华恐龙园深化合作相关事项的函》（国土资源厅函[2014]463 号）批准，中国地质博物馆与公司于 2014 年 9 月签订了《巨型山东龙等标本委托保管协议》（以下简称“《保管协议》”）、《巨型山东龙等标本使用及展示协议》（以下简称“《展示协议》”）以及《中国地质博物馆与常州恐龙园股份有限公司债务抵销备忘录》（以下简称“《债务抵销备忘录》”）。根据上述协议，中国地质博物馆与公司的权利义务约定如下：

(1) 中国地质博物馆委托公司代为保管中华恐龙馆原馆藏化石展品，公司

有权在合作期限内使用化石展品进行展示展览和科普教育推广活动；

(2) 中国地质博物馆每年向发行人支付标本保管费 10 万元，公司每年向中国地质博物馆支付标本使用及展示费 60 万元（每三年递增 5%），为双方合作便利之需要，约定双方相应费用抵销后，公司应每年向中国地质博物馆支付 50 万元；

(3) 双方约定的标本使用期限为 8 年，自 2013 年 6 月 16 日至 2021 年 6 月 15 日。

根据上述协议的约定，原《债务抵销备忘录》中所涉债务内容为中国地质博物馆向公司提供化石标本展示服务的服务费用，相关的债务抵销内容为公司安排专业人员对中国地质博物馆提供的化石标本进行安全保护，并定期对于展品进行维护及保养的保管费用，中国地质博物馆与公司约定每年按照展示服务费用抵销保管费用后的金额进行结算，由公司向中国地质博物馆支付人民币 50 万元。

3、相关债务已按约定抵销，相关协议关于费用抵销条款均正常履行，不存在纠纷或潜在纠纷

公司严格遵守《保管协议》、《展示协议》及《债务抵销备忘录》的约定，按照相关债务抵销后的金额向中国地质博物馆支付费用。上述协议关于费用抵销条款均正常履行，不存在纠纷及潜在纠纷。

#### 4、合作续期情况

2001 年 4 月，公司与中国地质博物馆签署了《协商备忘录》，约定自 2001 年 1 月起，公司每年向中国地质博物馆支付展品租借费人民币 40 万元及递增部分；2014 年 9 月，公司与中国地质博物馆签署了《展示协议》等协议，约定公司每年向中国地质博物馆支付化石展示费用，合同期自 2013 年 6 月 16 日至 2021 年 6 月 15 日。经过长期的合作，发行人已经和中国地质博物馆形成了稳定且深度的战略合作关系。目前，公司拟与中国地质博物馆签署新的合作协议，对于前述合同进行续期。

鉴于公司与中国地质博物馆已于合作近 20 年，通过持续的“科普+娱乐”的结合运营，中华恐龙馆已成为科普展陈一个经典案例和知名博物馆，双方继

续合作将更加有益于化石资源的存管与价值的实现。目前双方不存在合同纠纷或者其他潜在纠纷，并计划签署新的合作协议对于化石展示进行续期。因此，双方合作续期不存在重大风险。

#### 5、不存在到期无法续期的重大风险

经核查，公司与中国地质博物馆建立了稳定、可持续的合作关系，该合作已经过有权部门的批准，双方正在洽谈签署新的合作协议。因此，不存在到期无法续签的重大风险及对发行人中华恐龙园品牌推广和科普教育活动的不利影响。

## 二、对外担保情况

报告期内，公司不存在任何对外担保事项。截至本招股说明书签署日，公司也不存在任何对外担保的情形。

## 三、诉讼或仲裁事项

### （一）公司及控股子公司的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司存在一起重大的合同纠纷，具体情况如下：

2017年10月26日，恐龙园文科向南京江宁区人民法院提起诉讼，要求南京同曦儿童文化产业有限公司支付合同款项及违约金；2017年11月21日，南京同曦儿童文化产业有限公司向南京市江宁区人民法院提起反诉，后变更反诉请求，请求解除双方签订项目合同及补充协议，要求恐龙园文科返还已支付的合同款238万元并按照中国人民银行同期同类贷款利率标准支付相应的资金占用损失。

2019年6月14日，南京市江宁区人民法院下发民事判决书（[2017]苏0115民初17886号），判决如下：南京同曦儿童文化产业有限公司向恐龙园文科支付价款850,000元并承担违约金，同时支付合同第二期款项延迟付款违约金；并驳回南京同曦儿童文化产业有限公司的全部反诉请求。

2019年7月4日，南京同曦儿童文化产业有限公司向南京市中级人民法院提起上诉。

2020年9月23日，南京市中级人民法院作出民事判决书（[2019]苏01民

终 7649 号), 判决驳回南京同曦儿童文化产业有限公司的上诉请求, 维持原判。

除上述情况外, 公司及控股子公司不存在尚未了结的重大诉讼或仲裁事项。

## **(二) 公司控股股东的重大诉讼或仲裁事项**

截至本招股说明书签署日, 龙控集团存在一起尚未了结的重大诉讼, 具体情况如下:

2017 年 10 月 30 日, 龙控集团向常州市新北区人民法院起诉, 请求判令香树湾酒店归还借款本金 7,296 万元及利息 1,782.16 万元 (暂计算至 2017 年 9 月 30 日), 要求香树湾酒店从 2017 年 10 月 1 日按 7,236 万元以同期银行贷款利率支付利息至付清时止, 从 2017 年 10 月 24 日起按 60 万元以同期银行贷款利率支付利息至付清时止; 请求判令香树湾酒店支付代垫费用 3.72 万元。2017 年 11 月 13 日, 常州市新北区人民法院作出民事调解书, 龙控集团与香树湾酒店达成调解协议。

2017 年 12 月 1 日, 龙控集团向常州市新北区人民法院申请强制执行。2018 年 1 月 25 日, 常州市新北区人民法院作出执行裁定书, 裁定将香树湾酒店所有的不动产、固定资产及存货作价 7,497.10 万元, 交付龙控集团以抵偿债务。后因香树湾酒店无可供执行财产, 法院裁定终结执行。

2018 年 12 月 4 日, 常州市新北区人民法院作出民事裁定书, 经审判委员会讨论后裁定由该法院再审。2019 年 1 月 8 日, 常州市新北区人民法院作出民事判决书, 认为原民事调解书侵害香树湾酒店其他两位股东合法权益, 判决撤销原民事调解书。截至本招股说明书签署日, 该案件尚由常州市新北区人民法院审理中。

香树湾酒店对于龙控集团的借款及垫付款不存在异议, 龙控集团所享有的债权真实合法有效。龙控集团上述诉讼事项不会对发行人目前股权结构的稳定性造成重大不利影响, 不会构成本次发行上市的实质性障碍。

除上述情况外, 龙控集团不存在尚未了结的重大诉讼或仲裁事项。

## **(三) 公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大诉讼或仲裁事项**

截至本招股说明书签署日, 公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员

不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

#### **（四）公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况**

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均未涉及作为一方当事人的刑事诉讼。

#### **（五）公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况**

最近 3 年，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

### **四、控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为**

公司控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。






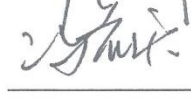
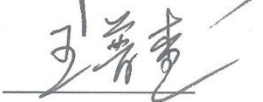
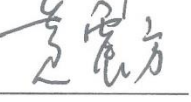
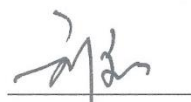


## 第十二节 有关声明

### 一、全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签字：

沈波		许晓音		马国平	
印小强		宗俊		冯彦庆	
王普查		黄震方		刘永宝	

全体监事签字：

唐华亮		王星宇		王琪	
-----	---	-----	---	----	---

其他高级管理人员签字：

陈辉		虞炳		王孝红	
丁光辉					

恐龙园文化旅游集团股份有限公司



2020年12月9日

## 二、发行人控股股东声明

本公司承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：龙城产业投资控股集团有限公司

法定代表人：\_\_\_\_\_



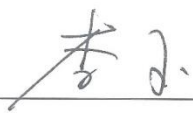
杨磊

2020年12月9日

### 三、保荐机构（主承销商）声明

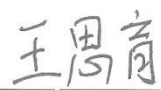
本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：

  
\_\_\_\_\_  
李 建

  
\_\_\_\_\_  
庄子昕

项目协办人：

  
\_\_\_\_\_  
王思育

法定代表人：

  
\_\_\_\_\_  
张佑君



### 保荐机构董事长声明

本人已认真阅读恐龙园文化旅游集团股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长：



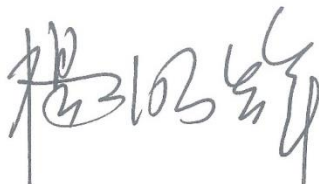
张佑君



### 保荐机构总经理声明

本人已认真阅读恐龙园文化旅游集团股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

总经理：



杨明辉



#### 四、发行人律师声明

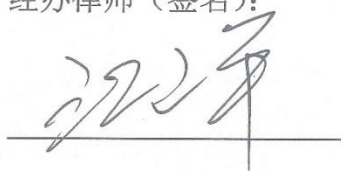
本所及经办律师已阅读招股说明书, 确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人 (签名):



吴 朴 成

经办律师 (签名):



潘 岩 平



孟 奥 旗

江苏世纪同仁律师事务所

2020年12月9日



## 五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

  
邵立新

  
邵立新

  
吴晓蕊

  
吴晓蕊

会计师事务所负责人：

  
叶韶勋

  
叶韶勋

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



2020年12月9日

## 六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册评估师：



*黎云*



*孙业林*

资产评估机构负责人：

*王小敏*

王小敏

上海东洲资产评估有限公司



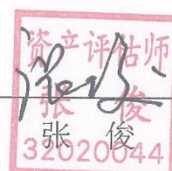
2020年12月9日



## 六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：



资产评估机构负责人：

胡兵

江苏华信资产评估有限公司

2020年12月9日


### 七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

  
邵立新



  
吴晓蕊



验资机构负责人：

  
叶韶勋



信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



2020年12月9日

## 第十三节 附件

### 一、备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报表及审计报告；
- (五) 公司章程（草案）；
- (六) 与投资者保护相关的承诺；
- (七) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；
- (八) 内部控制鉴证报告；
- (九) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (十) 中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- (十一) 其他与本次发行有关的重要文件。

### 二、查阅时间及地点

请投资者在工作日上午 9:00-11:30 和下午 1:30-4:30 在如下地点查阅：

#### **(一) 发行人：恐龙园文化旅游集团股份有限公司**

联系地址：常州新北区汉江路 1 号

联系人：丁光辉

联系电话：0519-85527810

传真号码：0519-85608696

#### **(二) 保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司**

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦 25 层

联系人员：王思育

联系电话：010-60838286

传真号码：010-60833083