



信永中和会计师事务所

ShineWing
certified public accountants

北京市东城区朝阳门北大街
8号富华大厦A座9层

9/F, Block A, Fu Hua Mansion,
No. 8, Chaoyangmen Beidajie,
Dongcheng District, Beijing,
100027, P.R.China

联系电话: +86(010)6554 2288
telephone: +86(010)6554 2288

传真: +86(010)6554 7190
facsimile: +86(010)6554 7190

关于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申请文件的 审核问询函的专项核查意见

XYZH/2020SHAA20013

深圳证券交易所:

根据贵所《关于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申请文件的审核问询函》（以下简称 问询函）之相关要求，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称 本所或 我们）对恐龙园文化旅游集团股份有限公司（以下简称 恐龙园股份 或 公司、发行人）相关事项进行了专项核查，现将核查情况说明如下：

一、关于《问询函》第 1 条：关于新冠疫情影响。申报材料显示，受新冠疫情影响，中华恐龙园景区自 2020 年 1 月 25 日起临时闭园，自 2020 年 3 月 20 日起恢复室外园区开放，自 5 月 16 日起恢复开放园区室内游乐场所。根据测算，发行人 2020 年 1 至 5 月净利润约为-5,445 万元，预计 2020 年全年净利润约为 1,243 万元，较上一年度预计下降 87.15%。

请发行人：（1）结合现有数据披露 2020 年各月入园人数及其结构情况（期限卡客户和单次票客户），2020 年各月入园人数与 2018 年、2019 年各月入园人数、结构的差异情况及游客人数恢复比例、结构占比变化，补充披露相关入园人数及其构成的变化，相关变化对业绩预测的影响；（2）结合 2020 年半年度报告审计或审阅情况，分业务类型补充披露 2020 年上半年发行人营业收入及相较去年同期的变化情况，实际主要财务数据和经营数据实现情况（收入、成本、费用、入园人数、业务结构）与此前业绩预计中对应数据的差异情况，相关差异对全年业绩预测的影响及需要调整的内容；（3）补充披露 2020 年上半年发行人营业成本支出情况，包括但不限于人工（单位人工薪酬和总体薪酬）、固定资产折旧、土地使用权摊销、景区维护、水电等及变动情况；（4）补充披露发行人 2020 年下半年度经营计划或推广计划，发行人应对新冠疫情是否存在增加广告投放、开设新园区或增设新游乐项目、开展主题策划等吸引游客的措施，并预估相关营销推广措施是否会导致发行人 2020 年度费用大幅增加；（5）结合入园人数及其结构变化情况、上半年财务数据等披露发行人对各类业务恢复情况的测算方法、测算依据，按月测算入园人数的变化情况、成本支出等并客观合理地预计 2020 年全年业绩，并在招股说明书中对发行人主营业务持续经营能力进行分析，说明目前新冠疫情是否对发行人持续经营能力构成重大不利影

响；披露若新冠疫情反复或疫情影响持续扩大，对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响，2020 年度发行人是否可能出现亏损；请发行人对受新冠疫情影响的风险做进一步的提示并充分披露。

请保荐人、申报会计师：（1）就上述事项核查并发表明确意见；（2）分月度测算并具体说明预计发行人 6-12 月入园人数从去年同期的 60%逐步恢复至去年同期水平、预计各月旅行社业务收入从去年同期的 20%逐步恢复至 80%、各月酒店收入从去年同期的 60%逐步恢复至去年同期水平的依据及合理性，说明 2020 年入园游客的结构和比例，是否存在年卡等期限卡客户占比较高、单次门票入园客户占比较低的情形，并结合上述情况具体说明相关测算是否谨慎；（3）说明在模块娱乐业务持续亏损、毛利为负情况下预计毛利为 0 的依据，相关预计是否谨慎；（4）说明测算期间费用采用的具体费用率参数情况及与去年同期的对比，期间费用的测算是否谨慎；（5）结合策划设计与咨询管理业务在手订单情况、签约主体是否为关联方、订单执行是否存在延期或取消情形等具体说明对策划设计与旅游咨询管理业务的业绩测算过程、依据和结论；（6）结合政府补助、投资收益等情况具体说明对 2020 年度非经常性损益的分析和测算情况；（7）结合发行人 6 月、7 月、8 月、9 月（如有）运营及财务数据说明上述测算是否需要修正，并结合发行人实际运营状况对测算参数进行调整，客观合理地测算新冠疫情对发行人 2020 年净利润的影响区间。

请申报会计师说明新冠疫情期间是否存在变更会计估计的情形，对成本相关事项的会计处理是否与报告期内保持一致。

请保荐人、发行人律师、申报会计师根据《创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称“《审核问答》”）第 4 条的要求逐项核查，详细分析和评估相关情形的具体表现、影响程度和预期结果，判断是否存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的事项，并发表明确意见。

（一）发行人的说明：

下述 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。

1、结合现有数据披露 2020 年各月入园人数及其结构情况（期限卡客户和单次票客户），2020 年各月入园人数与 2018 年、2019 年各月入园人数、结构的差异情况及游客人数恢复比例、结构占比变化，补充披露相关入园人数及其构成的变化，相关变化对业绩预测的影响

（1）报告期入园人数及其结构情况

1) 总体情况

报告期内，入园人数及其结构情况如下：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

单位：万人

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
期限卡 ¹	26.00	32.15	29.79	30.39
占比	22.18%	10.61%	10.82%	11.50%
单次票 ²	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。

2) 2018-2020年1-9月入园人数及其结构情况：

①2020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

②2019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%

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	2019.01	2019.02	2019.03	2019.04	2019.05	2019.06	2019.07	2019.08	2019.09	合计
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

③2018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

④2020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

A、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

B、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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

3) 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

①2020 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
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

②2020 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

③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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
		《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防控工作领导小组	低风险地区由经营者自主决定复工复产时间，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：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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” ¹ 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。

(2) 入园人数构成的变化对业绩预测的影响

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。

本次核查意见中，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。

2、结合2020年半年度报告审计或审阅情况，分业务类型补充披露2020年上半年发行人营业收入及相较去年同期的变化情况，实际主要财务数据和经营数据实现情况（收入、成本、费用、入园人数、业务结构）与此前业绩预计中对应数据的差异情况，相关差异对全年业绩预测的影响及需要调整的内容

(1) 2020年1-9月发行人营业收入及相较去年同期的变化情况

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：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

(2) 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情况

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。

3、补充披露 2020 年上半年发行人营业成本支出情况，包括但不限于人工（单位人工薪酬和总体薪酬）、固定资产折旧、土地使用权摊销、景区维护、水电等及变动情况

(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：

1) 职工薪酬：园区综合业务相关的人工成本；

2) 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；

3) 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%

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	2020年1-9月	2019年1-9月	变动金额	变动比例
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：

1、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。

2、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。

3、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 ¹	4,416.17	5,513.53	-1,097.36	-19.90%
实习返聘 ²	249.72	789.96	-540.24	-68.39%
临时用工 ³	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。

4、补充披露发行人 2020 年下半年度经营计划或推广计划，发行人应对新冠疫情是否存在增加广告投放、开设新园区或增设新游乐项目、开展主题策划等吸引游客的措施，并预估相关营销推广措施是否会导致发行人 2020 年度费用大幅增加

(1) 发行人 2020 年下半年度经营计划或推广计划

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、

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

推广计划	时间/周期	活动/事项	内容概要
			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，促成创新创意业务的有效开展。

(2) 发行人应对新冠疫情是否存在增加广告投放、开设新园区或增设新游乐项目、开展主题策划等吸引游客的措施，并预估相关营销推广措施是否会导致发行人 2020 年度费用大幅增加

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。

5、结合入园人数及其结构变化情况、上半年财务数据等披露发行人对各类业务恢复情况的测算方法、测算依据，按月测算入园人数的变化情况、成本支出等并客观合理地预计 2020 年全年业绩，并在招股说明书中对发行人主营业务持续经营能力进行分析，说明目前新冠疫情是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响；披露若新冠疫情反复或疫情影响持续扩大，对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响，2020 年度发行人是否可能出现亏损；请发行人对受新冠疫情影响的风险做进一步的提示并充分披露

(1) 业绩预测总体假设

截至本专项核查意见出具日，本所已出具了《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“（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相加，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

A 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。

a 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。

b 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相加，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。

B 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相加，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，为-21.90%，进而测算 2020 年 12 月的变动成本。

C 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

A 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。

B 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

A 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。

B 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年业绩预测数据

2020年全年业绩预测数据如下：

单位：万元

项目 ¹	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“（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。

2) 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) 若新冠疫情反复或疫情影响持续扩大，对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响，2020 年度发行人是否可能出现亏损

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。

(5) 发行人受新冠疫情影响的风险提示

公司在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（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”中进一步补充披露了发行人受新冠疫情影响的风险，具体如下：

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的风险。

6、分月度测算并具体说明预计发行人 6-12 月入园人数从去年同期的 60%逐步恢复至去年同期水平、预计各月旅行社业务收入从去年同期的 20%逐步恢复至 80%、各月酒店收入从去年同期的 60%逐步恢复至去年同期水平的依据及合理性，说明 2020 年入园游客的结构和比例，是否存在年卡等期限卡客户占比较高、单次门票入园客户占比较低的情形，并结合上述情况具体说明相关测算是否谨慎

(1) 在有关申请文件中前次业绩预测中，预计发行人 6-12 月入园人数从去年同期的 60%逐步恢复至去年同期水平、预计各月旅行社业务收入从去年同期的 20%逐步恢复至 80%、各月酒店收入从去年同期的 60%逐步恢复至去年同期水平的依据及合理性

1) 前次预测的总体预测逻辑

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，直至 2020 年 3 月 20 日起陆续恢复开放。因此，发行人预测 2020 年 6-12 月经营数据以及财务数据较去年同期的变动情况，是基于 2020 年 3-5 月较去年同期的变动情况，并结合疫情控制情况，综合考量确定的。

2) 具体测算情况

①入园人数

2020年3-5月入园人数较去年同期变动比例情况如下：

项目	2020.05		2020.04		2020.03
	变动比例	变动比例差值	变动比例	变动比例差值	变动比例
入园人数	-47.55%	17.95%	-65.50%	20.26%	-85.76%

基于2020年5月入园人数较去年同期变动比例为-47.55%，已恢复至52.45%，并结合3-5月入园人数恢复情况逐月加快以及疫情控制良好。预计发行人6月入园人数为去年同期的60%，以每月恢复比例增长10%的趋势，逐步恢复至去年同期水平。

②旅行社业务收入

2020年3-5月旅行社业务收入较去年同期变动比例情况如下：

项目	2020.05	2020.04	2020.03	加权平均变动比例 ¹
旅行社业务收入	-71.49%	-88.06%	-110.63%	-83.54%

注1：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，计算加权平均变动比例。

由2020年3-5月旅行社业务收入较去年同期变动比例计算，得出加权平均变动比例为-83.54%，恢复比例为16.46%，并结合疫情控制情况。预计6月旅行社业务收入为去年同期的20%，以每月恢复比例增长10%的趋势，逐步恢复至去年同期的80%。

③酒店收入

2020年3-5月酒店收入较去年同期变动比例情况如下：

项目	2020.05	2020.04	2020.03	加权平均变动比例 ¹
酒店收入	-4.38%	-46.80%	-94.67%	-33.57%

注1：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，计算加权平均变动比例。

由2020年3-5月酒店收入较去年同期变动比例计算，得出加权平均变动比例为-33.57%，恢复比例为66.43%，并结合疫情控制情况。预计6月酒店收入为去年同期的60%，以每月恢复比例增长10%的趋势，逐步恢复至去年同期水平。

(2) 2020年入园游客的结构和比例，是否存在年卡等期限卡客户占比较高、单次门票入园客户占比较低的情形

2020年1-9月入园游客结构和比例情况如下：

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

各月入园游客中，单次票入园游客人数均超过期限卡入园游客人数，不存在年卡等期限卡客户占比较高、单次门票入园客户占比较低的情形。受疫情影响，人员跨区、跨省出行旅游受限，因此以本地游客为主的期限卡游客入园人数占比略高于往年。

(3) 结合上述情况具体说明相关测算是否谨慎

上述测算考虑了新冠疫情对发行人经营情况的影响，测算较为谨慎。基于2020年1-11月财务数据，本次专项核查意见更新了业绩预测，具体参见本题第5节之“(3) 2020年业绩预测数据及主营业务持续经营能力分析”。

7、说明在模块娱乐业务持续亏损、毛利为负情况下预计毛利为0的依据，相关预计是否谨慎

2017-2019年，发行人模块娱乐业务收入成本及其占全部收入成本的比例情况如下：

单位：万元

项目		2019年	2018年	2017年
模块娱乐业务	收入	2,300.80	1,946.69	1,618.15
	成本	2,753.69	1,855.53	1,811.18
	毛利	-452.88	91.17	-193.03
	毛利率	-19.68%	4.68%	-11.93%
全部业务	收入	65,281.46	57,959.23	51,273.25
	成本	38,218.67	32,646.80	28,379.71
	毛利	27,062.79	25,312.44	22,893.54
占比	收入	3.52%	3.36%	3.16%
	成本	7.21%	5.68%	6.38%
	毛利	-1.67%	0.36%	-0.84%

2017-2019年，模块娱乐业务毛利分别为-193.03万元、91.17万元和-452.88万元，占总体毛利的比例分别为-0.84%、0.36%和-1.67%，对发行人总体毛利影响较小。因此，最初业绩预测时该部分业务毛利预计为0。

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

本次专项核查意见中，发行人在 2020 年 1-11 月实际经营数据的基础上，更新业绩预测。在测算模块娱乐业务毛利时，选用 2019 年同期模块娱乐业务毛利率进行测算，使预测结果更加谨慎。

8、说明测算期间费用采用的具体费用率参数情况及与去年同期的对比，期间费用的测算是否谨慎

2020 年 12 月期间费用率与去年同期对比如下：

项目	2020.12	2019.12	差值
销售费用率	3.96%	15.94%	-11.98%
管理费用率	28.61%	38.45%	-9.84%
财务费用率	0.92%	6.00%	-5.08%

本次回复业绩预测中，测算方法选用迭代加权平均的方式计算期间费用率，模拟疫情下发行人的费用支出情况，具体方法详见本题第 5 节之“（2）具体测算方法及测算依据”。

该种测算方法下，2020 年 12 月期间费用率较去年同期有所减少，是充分考虑了疫情环境下，发行人对期间费用的管控。

2020 年 9-11 月期间费用率与去年同期对比如下：

项目	2020.9	2019.9	差值	2020.10	2019.10	差值	2020.11	2019.11	差值
销售费用率	2.97%	18.24%	-15.27%	3.81%	11.01%	-7.19%	6.09%	28.78%	-22.69%
管理费用率	3.99%	14.33%	-10.34%	4.26%	5.01%	-0.75%	11.20%	13.53%	-2.33%
财务费用率	-0.01%	2.73%	-2.74%	0.25%	1.14%	-0.89%	0.42%	3.02%	-2.61%

2020 年 12 月期间费用率变动趋势与 2020 年 9-11 月较去年同期的变动趋势相近，符合疫情下发行人对于费用管控的一贯性政策，期间费用的测算是谨慎的。

9、结合策划设计与咨询管理业务在手订单情况、签约主体是否为关联方、订单执行是否存在延期或取消情形等具体说明对策划设计与旅游咨询管理业务的业绩测算过程、依据和结论

截至 2020 年 11 月 30 日，发行人策划设计与咨询管理业务在手订单共 20 单、合同金额合计为 5,030.35 万元。其中，合同金额 200 万元以上的策划设计与咨询管理业务在手订单情况如下：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

单位：万元

序号	项目名称	签约主体	合同金额	2020年12月预计收入	是否为关联方
1	盐城草房子乐园	江苏润都旅游发展有限公司	1,470.00	46.23	否
2	宜昌巴山金谷概念方案设计	湖北交投宜昌城市发展有限公司	550.00	518.87	否
3	Holovis 大闹天宫动感球幕影片制作	深圳市亿文达投资管理咨询有限公司	320.00	301.89	否
4	上海天文馆动感仓影片制作项目	上海美创文化科技有限公司	279.00	263.21	否
5	马鞍山项目一期运营协助合同	荷康人体博物馆管理服务(马鞍山)有限公司	220.00	17.30	否
6	宿迁洋河农业嘉年华	江苏富江农业科技发展有限公司	220.00	207.55	否
7	宜昌巴山金谷文化旅游区运营策划方案项目	湖北交投宜昌城市发展有限公司	200.00	188.68	否
8	海南三亚项目概念性规划	海南君圣国昌智慧城市发展有限公司	200.00	188.68	否
小计			3,459.00	1,732.39	-
全部合同合计			5,030.35	2,331.70	-

上述在手策划设计与咨询管理订单均按照合同约定正常执行，并未出现延期或取消的情形。

根据上述订单的预计完工时间，结合收入成本确认原则，发行人测算了对应项目的收入成本情况，预计2020年12月收入为2,331.70万元，毛利为1,034.98万元。

10、结合政府补助、投资收益等情况具体说明对2020年度非经常性损益的分析和测算情况

根据《审计报告》，发行人2020年1-9月的非经常性损益金额为659.63万元，其中归属于母公司股东非经常性净损益金额为658.49万元。

本次专项核查意见的业绩预测中，10月的非经常损益（未审数）金额为50.71万元，扣除所得税影响归属于母公司股东的金额为38.83万元；11月的非经常损益（未审数）金额为65.57万元，扣除所得税影响归属于母公司股东的金额为48.52万元；根据发行人已在摊销的递延收益情况，测算12月的非经常性损益均为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。

综上所述，发行人2020年度归属于母公司股东非经常性损益金额预计777.65万元。

11、结合发行人6月、7月、8月、9月（如有）运营及财务数据说明上述测算是否需要修正，并结合发行人实际运营状况对测算参数进行调整，客观合理地测算新冠疫情对发行人2020年净利润的影响区间

基于2020年1-11月实际经营情况，发行人对前次预测进行适当修正，预计2020年扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润金额为1,758.94万元，出于谨慎性考虑，向下浮动20%作为净利润影响区间的下限，扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润区间为1,407.16万元至1,758.94万元。

12、请申报会计师说明新冠疫情期间是否存在变更会计估计的情形，对成本相关事项的会计处理是否与报告期内保持一致

新冠疫情全国爆发起始于2020年1月，本所已对发行人2020年1-9月的财务报表进行审计，并出具了《审计报告》，其中财务报表附注“四、重要会计政策及会计估计”之“31.重要会计政策变更和会计估计变更”中，发行人列明无会计估计变更；成本相关事项的会计处理与报告期内保持一致。

13、请保荐人、发行人律师、申报会计师根据《创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称“《审核问答》”）第4条的要求逐项核查，详细分析和评估相关情形的具体表现、影响程度和预期结果，判断是否存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的事项，并发表明确意见

根据《审核问答》第4条的要求，我们从以下十个方面判断是否存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的事项

（1）发行人所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响存在重大不利变化风险

发行人所处行业为文化旅游产业，细分行业为主题公园行业，国家陆续出台了《国民旅游休闲纲要（2013-2020）》、《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，促进旅游业健康持续发展。发行人业务全部在境内开展，不涉及国际贸易。

综上所述，发行人不存在因所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响而带来重大不利变化的风险。

（2）发行人所处行业出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况

发行人所处行业为文化旅游产业，细分行业为主题公园行业，属于可选类消费，行业发展与宏观经济状况相关。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。游客对主题乐园的旅游需求旺盛，主题公园行业预期发展良好，市场容量稳定增长。

综上所述，发行人不存在所处行业出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况。

(3) 发行人所处行业准入门槛低、竞争激烈，相比竞争者发行人在技术、资金、规模效应方面等不具有明显优势

发行人所处行业为文化旅游产业，细分行业为主题公园行业。主题公园的建设和运营需要大量的资金投入和一定的运营管理经验，相比其他行业，主题公园准入门槛较高。作为我国较早进入主题公园行业的企业之一，发行人于 2000 年建成了“中华恐龙园”。经过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。发行人参与起草我国主题公园行业第一个国家标准 GB/T26992-2011《主题公园服务规范》，在技术、资金、规模效应等方面具备一定的优势。

综上所述，发行人不存在所处行业准入门槛低、竞争激烈，相比竞争者发行人在技术、资金、规模效应方面等不具有明显优势的情况。

(4) 发行人所处行业上下游供求关系发生重大变化，导致原材料采购价格或产品售价出现重大不利变化

受新冠疫情影响，“中华恐龙园”2020 年入园人数较往年同期有所下滑，主要原因是疫情爆发期间园区曾临时闭园一段时间，随着国内疫情得到控制，入园情况逐步恢复。疫情对发行人经营业绩的影响属于短期的不可抗力因素，在疫情不出现恶化以及长期无法抑制的情况下，不会对发行人持续盈利能力产生重大不利影响。

(5) 发行人因业务转型的负面影响导致营业收入、毛利率、成本费用及盈利水平出现重大不利变化，且最近一期经营业绩尚未出现明显好转趋势

发行人的主营业务为“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。报告期内，发行人业务未发生变化，经营情况良好。

综上所述，发行人不存在因业务转型的负面影响导致营业收入、毛利率、成本费用及盈利水平出现重大不利变化的情况。

(6) 发行人重要客户本身发生重大不利变化，进而对发行人业务的稳定性和持续性产生重大不利影响

发行人的重要客户主要为各大 OTA 平台，包括驴妈妈、携程、美团等。上述平台经营发展良好，并未发生重大不利变化。

综上所述，发行人不存在因重要客户本身发生重大不利变化，进而对发行人业务的稳定性和持续性产生重大不利影响的情况。

(7) 发行人由于工艺过时、产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降、重要资产或主要生产线出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩

报告期内，发行人持续创新、深入挖掘恐龙文化内涵，将内容创新、环境艺术、声光技术等整合运用于“中华恐龙园”相应项目，保持园区对游客的吸引力，2017-2019入园人数逐年增加，2020年疫情得到控制后，恢复良好。

综上所述，发行人不存在由于工艺过时、产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降、重要资产或主要生产线出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩的情况。

(8) 发行人多项业务数据和财务指标呈现恶化趋势，短期内没有好转迹象

受新冠疫情影响，发行人2020年1-9月各项业务数据及财务指标有所下滑。随着国内疫情状况稳定，发行人各项业务数据及财务指标逐步恢复。疫情对发行人经营业绩的影响属于短期的不可抗力因素，在疫情不出现恶化以及长期无法抑制的情况下，不会对发行人持续盈利能力产生重大不利影响。

(9) 对发行人业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术存在重大纠纷或诉讼，已经或者未来将对发行人财务状况或经营成果产生重大影响

截至本专项核查意见出具日，发行人的商标、专利等重要资产或技术不存在重大纠纷或诉讼，不会对发行人财务状况或经营成果产生重大不利影响。

(10) 其他明显影响或丧失持续经营能力的情形

截至本专项核查意见出具日，发行人经营良好，不存在其他明显影响或丧失持续经营能力的情形。

对上述各个事项逐条核对，经核查，不存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的事项。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、取得发行人的营收日报表和IT系统中的入园明细，对两者进行复核比对；
- 2、获取发行人的收入成本明细表，分析性复核各期金额变动情况；
- 3、访谈发行人宣传部门人员，了解发行人2020年下半年的经营推广计划；

4、获取发行人 2019 年广告费用明细以及 2020 年广告费用预算表，分析性复核各期金额变动情况；

5、访谈发行人高级管理人员，了解发行人 2020 年经营状况；

6、访谈发行人高级管理人员，了解发行人模块娱乐业务盈利模式及经营状况；

7、获取发行人策划设计与咨询管理业务在手订单，确认其真实准确性。

经核查，我们认为：

1、入园游客结构会对业绩预测产生影响，本次回复中业绩预测充分考虑了入园游客结构所带来的影响，更新业绩预测；

2、发行人 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，2B 类的策划设计与咨询管理业务收入有所增加；

3、发行人业绩预测谨慎，并根据 2020 年 1-9 月实际情况，更新了业绩预测；

4、发行人策划设计与咨询管理业务在手订单中的签约主体均为非关联方、订单执行不存在延期或取消情形等；

5、本次业绩预测补充了非经常性损益的情况；

6、发行人新冠疫情期间不存在变更会计估计的情形，对成本相关事项的会计处理与报告期内保持一致。

7、发行人不存在对其持续经营能力构成重大不利影响的事项。

二、关于《问询函》第 5 条：关于关联交易。报告期内，发行人存在较多关联交易，并向关联方租赁房产。其中，关联方旅通商务主要产品为“旅通卡”，游客刷旅通卡入园时，旅通卡为公司提供代收代付服务。各期末对旅通商务其他应收款余额分别为 3.49 万元、2.68 万元和 0.45 万元。

请发行人：（1）补充披露向龙旅传媒采购、销售的具体内容及关联交易定价的公允性；（2）结合出租方向其他第三方出租房产的价格，披露发行人租赁关联方房产必要性及价格公允性，是否存在实际办公或使用房产过程中与关联方人员、业务、资产等方面的混同，是否存在关联方为发行人承担成本、费用的情形；（3）补充披露“旅通卡”的性质、应用范围，是否常州当地公共服务（公交、地铁等）相关的储值卡，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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

务其他应收款余额的日最高余额，并结合上述因素补充披露旅通商务是否实际占用发行人资金。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。请申报会计师就上述事项（3）核查并发表明确意见。

（一）发行人说明

补充披露“旅通卡”的性质、应用范围，是否常州当地公共服务（公交、地铁等）相关的储值卡，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，并结合上述因素补充披露旅通商务是否实际占用发行人资金。

（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。截至目前，“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 ¹	7.32	13.77	26.50	51.46
旅通卡结算的入园人数 ²	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。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、通过 IT 审计提供的数据核查报告期内游客通过“旅通卡”购买门票并入园的人数；
- 2、审查了报告期内游客通过“旅通卡”购买门票的定价优惠政策文件；
- 3、审查了发行人与旅通商务关于“旅通卡”业务相关合同；
- 4、询问发行人相关财务人员与旅通商务就“旅通卡”业务结算和对账的相关情况；
- 5、审核旅通商务报告期内与发行人其他应收账相关的序时账，并与发行人提供的数据进行核对。

经核查，我们认为：

报告期内通过刷“旅通卡”入园的游客人数占比较小，每月发行人与旅通商务结算“旅通卡”渠道购票的发生额和代收款余额，不存在通过“旅通卡”业务占用发行人资金的情况。

三、关于《问询函》第 14 条：关于园区综合业务收入。报告期各期，发行人园区综合业务收入分别为 40,670.24 万元、45,052.77 万元和 52,155.44 万元。园区综合业务包括门票运营及其他运营。发行人对部分客户（如马蜂窝平台）以总额法结算收入，大多数客户采用净额法结算。

请发行人补充披露：（1）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，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，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；（2）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；（3）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；（4）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；（5）主题商品客单价提升的原因；（6）场地出租业务主要的出租对象，租金标准，是否出租给关联方，租金定价的公允性；（7）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。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、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，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，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

（1）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

1) 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 ¹	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 ²	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	70 周岁以上免	70 周岁以上免	70 周岁以上免

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

门票类型 ¹	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
	票，60-69周岁 150元/人	票，60-69周岁 115元/人、130 元/人	票，60-69周岁 115元/人	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。

2) 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。

①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。

②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。

③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。

④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。

3) 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 and 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：

①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。

②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、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

(1) 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。

1) 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
2019年度			
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
2018年度			
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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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

2017 年度

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 ¹	-	-	-
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的影响更大。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。

2) 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 ¹	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。

(2) 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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。

(3) 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。

1) 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 ¹	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。

2) 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
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。

2、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

(1) 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

(2) 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：

1) 门票定价优惠

①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。

②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。

2) 门票返利优惠

①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。

A、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；

B、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。

②会计处理方法

A 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。

B 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。

3、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

(1) 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 ¹	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 ²	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%
2018年度		

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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%

2017 年度		
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”。

(2) 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 ¹	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。

（3）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。

4、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

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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 ¹	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。

(4) 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。

5、主题商品客单价提升的原因

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。

6、场地出租业务主要的出租对象，租金标准，是否出租给关联方，租金定价的公允性

(1) 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。

(2) 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。

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。

(3) 场地是否出租给关联方，租金定价公允性

1) 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。

2) 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
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。

3) 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。

7、不同客户采用不同方法结算收入的原因，相关返利、折扣、销售代理服务费对收入确认、成本结转的影响

(1) 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：

1) 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。

②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。

2) 总额法

①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。

②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。

3) 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。

(2) 返利、折扣、销售代理服务费对收入确认、成本结转的影响

1) 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。

2) 销售费用中的代理服务费

发行人销售费用中的代理服务费分为返利费用和平台服务费两类。

① 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，不会对收入确认和成本结转产生影响。

② 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，不会对收入确认和成本结转产生影响。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

1、对公司财务人员及销售部门人员进行访谈，了解公司门票的价格变动及相关监管情况；查阅了相关部门价格备案文件；查阅了发行人报告期内价格政策及抽查了发行人业务系统中价格实际执行情况；复核了发行人价格调整对营业收入、毛利的的影响；对发行人的销售渠道进行了了解；

2、对发行人“销售与收款循环”业务循环实施了内部测试，了解具体业务类型及其内部控制制度流程；对业务人员及财务人员实施了访谈；对销售与收款循环实施穿行测试，检查了相关客户业务审批流程及合同等；对发行人主要客户实施了访谈，对发行人主要客户实施了细节测试；

3、获取票务系统中对上述主要客户各报告期间的销售数据，与营业收入进行核对，分析是否存在提前或滞后确认收入情况；结合各类收入确认时点、收款情况等对营业收入实施截至性测试程序；

4、取得了上述主要客户的销售协议，检查销售协议的价格部分是否符合发行人的销售定价政策；抽查了与上述主要客户相关业务的原始凭据、银行单据等；

5、检查了发行人主要客户的变动原因是否与行业状况相符、与发行人经营情况是否相符；

6、获取了主要客户的销售协议，检查折扣和优惠的相关条款；抽查了业务系统中的门票结算价格和实付金额；

7、获取业务系统的门票销售明细，与账面收入进行核对；获取并检查了发行人与子公司的产品组合销售明细；获取了门票成本表，检查各类产品的采购金额；

8、获取了业务系统的销售明细表和成本明细表，查看各种组合产品的组合内容、销售情况和采购情况；获取了账务系统的收入成本明细表，查看组合产品收入和成本的账务处理方式；抽查了销售明细表里的赠送项目并与账面收入进行核对；

9、获取了主题商品销售明细，与账面收入进行核对，计算平均单价，了解价格波动趋势；获取了主题商品价目表，查看了价格调整情况；

10、获取了租金台账，与账面收入进行核对；获取了租赁合同，查看租赁合同主要条款，测算租赁收入并与账面收入进行核对；

11、获取了蚂蜂窝和其他平台的销售合同，检查票款结算、平台服务费等相关规则；

12、获取票务系统的订单明细，抽查主要 OTA 平台结算单价与实际付款是否一致；对各期的返利计提根据返利政策进行测算，核对与账面是否一致；与期后支付是否存在较大差异。

经核查，我们认为：

发行人门票定价和调整情况合法合规，各平台渠道和各平台不同销售模式下的销售情况和销售定价较为合理；收入确认相关会计处理符合企业会计准则的规定。

四、关于《问询函》第 15 条：关于 IT 审计。请发行人：（1）结合业务流程，补充披露发行人信息系统的相关控制环节，对关键控制环节的设置、执行情况，发行人如何保障信息系统执行有效性；（2）补充披露相关信息系统与财务信息的对接情况及方式，信息系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证发行人收入和成本确认、各项财务数据真实、准确、完整；（3）补充披露在信息系统核查中，发行人是否按相关要求，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；（4）补充披露报告期内是否发生数据错误或信息系统故障情况、是否发生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。

请保荐人、申报会计师说明发行人门票销售业务是否主要通过互联网开展，报告期任意一期通过互联网取得的营业收入占比或毛利占比是否超过 30%，发行人日常经营活动是否高度依赖信息系统。如是，请说明根据《首发业务若干问题解答》问题 53 的内容对发行人信息系统可靠性进行的具体核查情况，并发表明确意见。

（一）发行人说明

1、结合业务流程，补充披露发行人信息系统的相关控制环节，对关键控制环节的设置、执行情况，发行人如何保障信息系统执行有效性

（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	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

	务系统)	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 平台授信额度管理	由公司电商部或者营销部申请，计划财务部根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。	客户信用额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	俱乐部门票建票以及售票	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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、餐饮销售	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
		餐饮销售订单的形成	1、结转房费 若顾客选择餐饮费用记入房费，则在确认房费收入时，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。	餐饮收入划拨及时、准确
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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

	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相关措施

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《企业内部控制基本规范》、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。

2、补充披露相关信息系统与财务信息的对接情况及方式，信息系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证发行人收入和成本确认、各项财务数据真实、准确、完整

(1) 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。

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

(2) 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、完整的措施

报告期内，公司的信息系统设置和执行情况详见本题第一问之回复说明。

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

A 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；

B 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

A 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；

B 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；

C 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；

D 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。

③OTA 平台以及协议团队

A 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的销售收入；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；

B 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

A 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

单据确认上月销售收入。会计经理审核记帐凭证及附件；

B 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。

②成本确认

A 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；

B 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；

C 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；

D 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；

E 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。

3、补充披露在信息系统核查中，发行人是否按相关要求，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、我们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我们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我们接触其认为必要的信息系统管理者和使用者，确保保荐人和我们取得真实、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我们完整提供报告期应用的信息系统情况并开放足够权限。

4、补充披露报告期内是否发生数据错误或信息系统故障情况、是否发生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。

5、根据《首发业务若干问题解答》问题 53 的内容对发行人信息系统可靠性的分析

(1) 报告期内公司的主要经营活动并非直接通过互联网开展

报告期内，公司通过直营电商渠道开展互联网业务，具体包括公司通过官网以及淘宝自营平台销售园区门票以及组合产品。报告期内，公司通过互联网取得的营业收入占比和

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

毛利如下：

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
营业收入	1,417.49	4.51	3,337.92	5.11	2,510.93	4.33	2,257.07	4.40
营业毛利	565.82	8.76	2,251.85	8.32	1,666.62	6.58	1,433.58	6.26

报告期内，公司通过互联网取得的营业收入占比或毛利占比均不超过30%。因此，根据《首发业务若干问题解答》问题53的规定，公司在报告期内的主要经营活动并非直接通过互联网开展。

(2) 公司的客户主要通过互联网销售发行人产品或服务

报告期内，公司的OTA平台客户主要通过互联网销售发行人产品或服务，公司向OTA平台客户的营业收入占比和毛利占比如下：

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
营业收入	6,384.79	20.29	18,231.99	27.93	15,082.16	26.02	12,077.03	23.55
营业毛利	1,426.31	22.07	9,468.95	34.99	7,784.04	30.75	6,600.70	28.83

2018和2019年度，公司通过OTA平台客户的营业毛利占比均超过30%。因此，根据《首发业务若干问题解答》问题53的规定，公司的主要经营活动并非直接通过互联网开展，但其客户主要通过互联网销售发行人产品或服务。

(3) 互联网终端客户情况

报告期内，公司的互联网终端客户情况如下：

1) 消费者数量

报告期内，通过互联网购买门票及组合产品的消费者数量具体如下：

单位：万人

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
消费者数量	47.94	122.26	107.91	93.31

注：由于期限卡的入园人数统计和单次票不同，且与收入不存在匹配关系，因此仅统计报告期各期通过互联网购买门票及组合产品的单次票消费者人数。

报告期内，通过互联网购买门票及组合产品的消费者数量分为为93.31万人、107.91

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

万人、122.26 万人和 47.94 万人，其中 2017-2019 年度互联网终端客户逐年上升，2020 年 1-9 月由于疫情影响，公司的主题公园入园人数及营业收入均下降，导致通过互联网购买门票及组合产品的消费者数量下滑。

2) 消费金额集中度及单次消费金额分布

报告期内，消费金额集中度金额分布如下：

单位：元，%

订单金额	消费者数量占比			
	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
0-100	13.43	4.70	6.53	8.13
100-200	18.44	29.12	30.40	34.49
200-300	31.71	16.97	14.02	13.14
300-400	12.14	18.25	21.41	20.60
400-500	14.14	15.30	10.65	7.59
500-1,000	8.07	12.77	14.61	13.61
1,000 以上	2.07	2.90	2.39	2.44
合计	100.00	100.00	100.00	100.00

报告期内，消费者单次消费金额主要集中在 500 元以内。其中，2017 至 2019 年消费者单次消费金额在 100-200 元的区间占比较大，2020 年 1-9 月消费者单次消费金额在 200-300 元的区间占比较大，主要系公司门票销售价格政策的影响，自 2019 年 8 月开始单人单次入园门票价格上涨所致。

报告期内，单次消费金额占收入的比例如下：

单位：元，%

订单金额	收入占比			
	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
0-100	2.41	1.10	1.38	2.05
100-200	9.03	13.68	15.13	18.59
200-300	26.72	11.49	9.80	9.14
300-400	14.55	18.86	23.26	24.93
400-500	20.72	18.92	13.29	9.59
500-1,000	17.00	24.24	27.61	25.90
1,000 以上	9.57	11.71	9.53	9.80
合计	100.00	100.00	100.00	100.00

2017至2019年度，消费者单次消费金额在500-1,000元的区间占收入的比例较大，主要因为2017-2019年度游客选择购买酒店+门票的组合产品的数量较多，因此金额为500-1,000元的订单占收入的比例较高。2020年1-9月，由于疫情的影响，游客出于出游安全的考虑，选择购买门票的数量较多，因此金额为200-300元的订单占收入的比例较高。

3) 平均消费变动趋势

报告期内，平均消费变动趋势如下：

单位：元

订单金额	平均订单金额			
	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
0-100	53.08	78.51	68.54	73.71
100-200	142.02	150.15	151.24	156.55
200-300	239.61	230.84	232.99	233.03
300-400	353.95	355.41	363.59	366.09
400-500	446.66	443.11	444.97	451.00
500-1,000	654.55	694.75	668.71	655.53
1,000以上	1,406.38	1,451.89	1,390.32	1,388.20
合计	293.47	340.53	328.67	310.84

报告期内，游客的平均订单金额分别为310.84元、328.67元、340.53以及293.47元。2017-2019年度，随着中华恐龙园的品牌影响力逐渐提升，游乐项目创新优化、推陈出新，游客的平均消费金额不断增加，平均订单金额持续上升；2020年1-9月，由于疫情影响，导致游客平均消费金额减少。

4) 消费者区域分析

报告期内，根据消费者的身份证号统计所在区域，按省份统计销售金额，对销售区域进行分析，评估销售订单地理位置分布的合理性。根据统计，公司的销售额主要来自于江苏省、安徽省、上海市、浙江省等东部地区。由于公司位于江苏省，且安徽省、上海市、浙江省属于毗邻省级地区，上述四个地区在报告期内的销售收入占比分别为77%、77%、75%和78%，销售收入与之相匹配。其中，2020年1-9月，受新冠疫情的影响，游客在省区之间的流动减少，导致江苏省的游客消费收入占比上升。

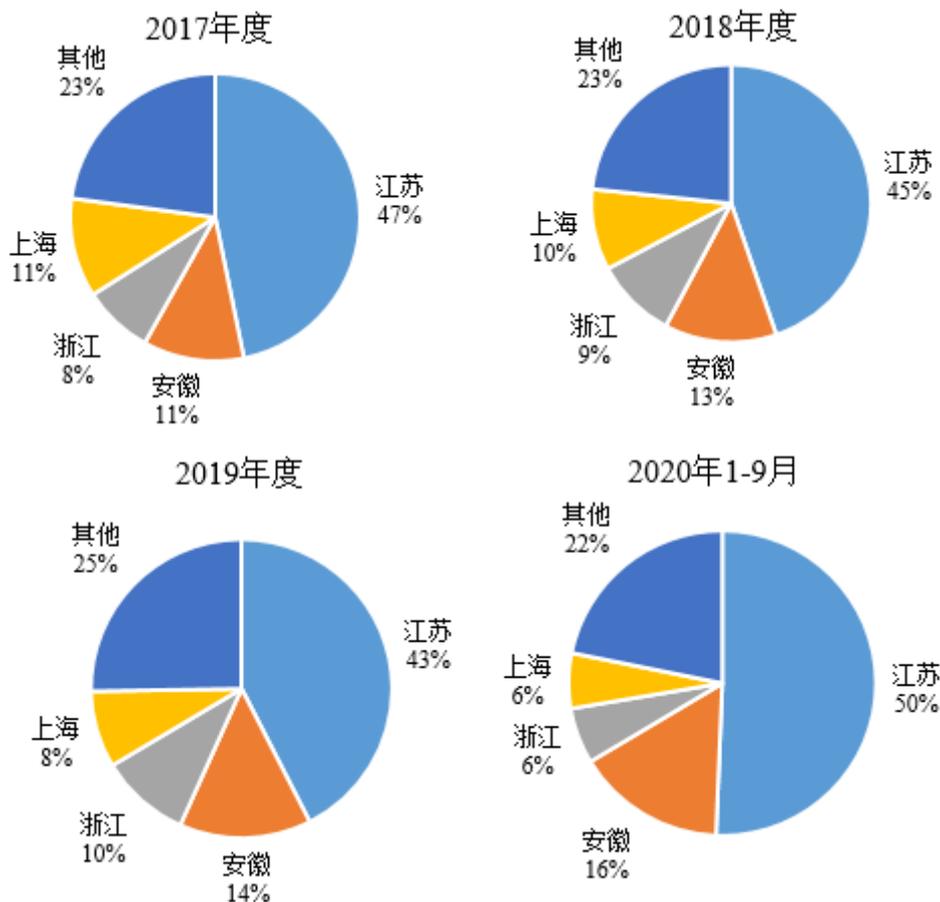


图 1 报告期内消费者区域分析

5) 消费频率分布

报告期内，线上订单联系电话作为消费者唯一识别，统计每个电话的消费次数，报告期内消费 3 次以内的用户占比分别为 99.01%、98.66%、98.71%和 98.70%，绝大多数用户的消费频率较低。

6) 交易时间分布分析

报告期内，根据销售时间统计订单销售金额，评估消费时间是否符合用户行为。根据统计结果，01:00-06:00 处于销售低谷，10:00 和 22:00 分别是每天两个高峰时点，22:00 之后订单金额开始下滑，与用户的日常消费行为吻合。

7) 多次消费人群合理性分析

报告期内，根据手机号统计购买次数和购买金额，筛选出购买 10 次以上且金额 1 万元以上的消费者进一步评估其销售的合理性，对于报告期内前十大以及各期间的前五大购票人进行现场或电话访谈，识别多次消费人包括分销商、业务人员以及普通散客等，了解其购票的原因、交易背景以及获取无关联关系的声明，不存在显著异常情况。

6、对是否存在“刷单”行为核查时仅核查重复购买人及相关情况是否能够得出不存在“刷单”行为的结论、电话访谈的充分性和有效性，对线上销售是否实现终端消费的具体核查程序、核查方法及结论，并说明核查的充分性

为评估电商平台销售合理性，保荐机构和 IT 审计根据信息部提供的线上销售订单，剔除其中自助机、测试和免票订单的数据，以手机号分类汇总金额后对报告期各年度购买金额降序排列，分析相同手机号在审计期间内的下单数据，评估其销售的合理性。

截至本报告出具日，保荐机构和 IT 审计执行的核查程序如下：

(1) 通过信息系统的数据以及询问企业业务人员，区分重复购买人购票的交易背景，识别分销商、业务人员以及普通散客；

(2) 对报告期内前十大以及各期间的前五大购票人进行现场或电话访谈，了解购票的原因、交易背景以及获取无关联关系的声明，核查交易的真实性，是否存在“刷单”的情况；

(3) 查阅公司控股股东、董事、监事及高级管理人员的银行流水等资料，与选取订单的收款记录进行比对，核查报告期是否存在公司控股股东、董事、监事及高级管理人员高频购票“刷单”的情况；

(4) 统计报告期内重复购买人购票的交易数量和金额，分析对于报告期内收入的影响。其中，2017 年重复购买人购票的交易金额较大，为 900 多万元，主要系分销商购票所致；2018 年、2019 年以及 2020 年 1-9 月重复购买人购票的年交易金额为 100 万元左右，对于收入的影响较小。

另外，目前筛选的订单不仅包含门票，也包括组合产品的采购，实际门票的重复购买情况要低于统计金额。重复购买人购票的年交易金额占当期营业收入的比例较低，通过现场或电话访谈的核查方式，可以充分、有效地核查交易的真实性，且不存在其他的核查方式进行有效替代。

经核查，报告期内重复购票人主要为分销商、业务人员以及普通散客，交易金额及占比较低，不存在“刷单”的情况。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

1、查阅了公司核心业务系统的内控制度以及相关控制环节，核查公司对关键控制环节的设置、执行情况，分析信息系统的执行是否有效；

2、查阅了报告期内业务系统的与收入确认相关的内部控制管理制度，订单退款流程

的内部控制，并执行穿行测试，核查内部控制是否有效的执行；

3、取得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，分析上述权限是否可以满足信息系统核查的要求；

4、询问公司相关业务人员以及 IT 系统工作人员，核查报告期内公司是否发生数据错误或信息系统故障情况以及是否发生公司与客户或供应商因数据错误或差异导致纠纷的情形；

5、通过信息系统的数据以及询问企业业务人员，区分重复购买人购票的交易背景，识别分销商、业务人员以及普通散客；

6、对报告期内前十大以及各期间的前五大购票人进行现场或电话访谈，了解购票的原因、交易背景以及获取无关联关系的声明，核查交易的真实性，是否存在“刷单”的情况；

7、查阅公司控股股东、董事、监事及高级管理人员的银行流水等资料，与选取订单的收款记录进行比对，核查报告期是否存在公司控股股东、董事、监事及高级管理人员高频购票“刷单”的情况；

8、统计报告期内重复购买人购票的交易数量和金额，分析对于报告期内收入的影响。

经核查，我们认为：

1、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；

2、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；

3、公司已按相关要求向保荐人和我们完整提供报告期应用的信息系统情况并开放足够权限；

4、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，不存在与客户或供应商因数据错误或差异导致纠纷的情形；

5、公司在报告期内的主要经营活动并非直接通过互联网开展，但其客户主要通过互联网销售发行人产品或服务，互联网终端客户情况不存在异常；

6、报告期内重复购买人购票主要为分销商、业务人员以及普通散客，交易金额及占比较低，不存在“刷单”的情况。

五、关于《问询函》第 16 条：关于创新创意服务收入。报告期内，发行人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，主要为策划设计与咨询管理和模块娱乐服务业务收入。

请发行人补充披露：（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、主要服务内容、合同期限、期末占款、收费方式等；（2）按照策划设计、咨询、系统开发、演出服务等分类，分别列示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；（3）在策划设计与管理咨询业务中两种收入确认方式的具体运用场景，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、是否符合《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产生的影响，报告期各期不同收入确认方式实现收入的金额和占比；（4）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；（5）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。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

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、主要服务内容、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 ¹	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	收费方式
	小计	1,458.24	17.83	-	-	807.50	-
3	河南天伦旅游集团有限公司 ²	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
		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 ³	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	收费方式
		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 ⁴	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备	2019/7/10至验收完成	33.45	部分预收,项目完成后收取余款
		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	2019/6/5至2019/9/13	130.00	部分预收,项目完成后收取余款

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	收费方式
				界”项目可行性研究与策划及规划设计			
		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 ⁵	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
		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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	收费方式
							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 ⁶	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
		-	-	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	收费方式
	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
		138.68	2.53	兰州西部恐龙园儿童区互动馆设计	2017/10/14至	88.20	部分预收,项目完成后

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	收费方式
					2017/12/31		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	兰州水世界运管	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	满洲里口岸套娃景区管理有限责任公司	343.51	6.28	满洲里套娃主体乐园鬼屋项目多媒体制作	2017/4/1 至 2017/6/30	37.00	部分预收, 项目完成后收取余款

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	收费方式
	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	宿迁衲田村民宿内装方案设计及商业街业态规划设计	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衲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:

(1) 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；

(2) 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；

(3) 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，分别列示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

(1) 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：

1) 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；

2) 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；

3) 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；

4) 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。

(2) 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、在策划设计与管理咨询业务中两种收入确认方式的具体运用场景，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、是否符合《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产生的影响，报告期各期不同收入确认方式实现收入的金额和占比

(1) 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：

①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

②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	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	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
		部门验收合格并交付使用	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%	
演艺演出	徐州乐园欢乐世界演艺活动策划项目	徐州乐园欢乐世界日常演艺策划服务	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%	提供服务并经客户验收后确认收入

(2) 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、是否符合《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产生的影响

1) 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

①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

②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。

2) 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

①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。

②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。

（3）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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
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。

4、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

1) 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。

2) 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%
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。

5、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

(1) 甘肃丝绸、河南天伦合作项目的进展情况

1) 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 <small>注 1</small>
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询服务	2017.07.01-2019.06.30	522.76	275.00	完成
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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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 ^{注2}
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 ^{注2}
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 ^{注2}
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。

2) 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园项目策划咨询管理顾问、品牌及知识产权使用、托管经营	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	2016.08.31-2019.08.31	1,640.26	-	终止 ^注
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 ^注
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 ^注

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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 ^注
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 ^注
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

(2) 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。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

1、检查了发行人各期策划设计与咨询管理业务的账务情况，并执行了分析程序列示前五大客户；抽取合同检查其重要的条款；核查报告期各期策划设计与咨询管理业务的前五大客户相关财务指标列示的准确性；

2、获取并检查了发行人各期策划设计与管理咨询业务的账务处理情况，并对收入情况执行了分析程序；核查报告期各期策划设计与咨询管理业务的具体构成，收入及占比情况的列示准确性；

3、了解了发行人上述各类收入确认原则、收入确认时点、收入确认依据等，抽取部分策划设计与管理咨询业务合同进行检查，结合合同条款分析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。查看企业会计准则及公司会计政策对完工百分比法下的收入确认政策，核实报告期各期不同收入确认方式实现收入的金额和占比数据列示的准确性；

4、对策划设计与咨询管理服务业务执行了分析程序，并检查项目开展中的合同，同时对项目的开展情况进行了解，分析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；

5、访谈了解甘肃丝绸、河南天伦合作项目开展具体情况的业务人员，根据应收账款的坏账计提政策，核查甘肃丝绸、河南天伦合作项目计提减值准备的充分性。

经核查，我们认为：

结合合同条款，公司在策划设计与管理咨询业务中两种收入确认方式合理；采用完工百分比法确认收入合理、符合企业会计准则的规定；执行新收入准则对完工百分比法下的收入确认无重大影响；策划设计与咨询管理服务业务收入报告期内持续下滑合理；甘肃丝绸、河南天伦合作项目的进展情况真实，对相关客户的应收账款计提减值准备充分。

六、关于《问询函》第 17 条：关于旅游配套服务收入。报告期内，发行人旅游配套服务收入分别为 3,329.13 万元、4,922.66 万元、6,033.94 万元，主要为旅行社业务和酒店业务。

请发行人补充披露：（1）旅行社业务在报告期内收入金额波动较大的原因及合理性；（2）酒店业务的经营指标，包括客房入住率、已售房平均房价等，分析 2019 年酒店业务收入增长较快的原因。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、旅行社业务在报告期内收入金额波动较大的原因及合理性

（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：

1) 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。

2) 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。

3) 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

2、酒店业务的经营指标，包括客房入住率、已售房平均房价等，分析 2019 年酒店业务收入增长较快的原因

(1) 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 ¹	58.13%	71.20%	65.46%	67.05%
已售房平均房价 ²	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。

(2) 2019 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
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。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、访谈发行人旅行社业务人员，了解旅行社各项业务内容和经营状况；
- 2、获取旅行社业务收入明细表，分析报告期各期金额的增减变动情况；
- 3、访谈发行人酒店业务人员，了解酒店各项业务内容和经营状况；
- 4、获取酒店业务收入明细表以及客房入住房间数、人数等经营数据表，分析报告期各期金额的增减变动情况。

经核查，我们认为：

1、旅行社业务在报告期内收入金额波动较大的原因为发行人于 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；2018 年 8 月，发行人将恐龙人酒店纳入合并范围内，之后“门票+酒店”类组合产品中的酒店多为内部采购；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；

2、2019 年酒店业务收入增长较快的原因为发行人酒店的客房数量增加，客房入住率上升，对应的客房收入增加，入住人数增加，餐饮、服务等收入同步增长。

七、关于《问询函》第 18 条：关于营业成本。报告期内，主营业务成本分别为 28,379.71 万元、32,646.80 万元，38,218.67 万元。

请发行人：（1）根据不同业务分类，补充披露人工、折旧摊销、维护、能源等成本构成情况，包括金额、占比以及波动情况，分析成本与各项业务收入的匹配性；（2）结合各项业务具体的业务流程，补充披露产品成本的主要核算方式、费用归集的流程、对象和方法，分析成本确认与计量的完整性与合规性；（3）补充披露 2018 年策划设计与咨询管理业务销售收入上升，成本下降的原因及合理性，分析相关项目成本核算的完整性；（4）补充披露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。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、根据不同业务分类，补充披露人工、折旧摊销、维护、能源等成本构成情况，包括金额、占比以及波动情况，分析成本与各项业务收入的匹配性

（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：

①职工薪酬：园区综合业务相关的人工成本；

②折旧摊销：园区内相关资产的折旧摊销，包括房屋、设备等固定资产折旧，装修工程等长期资产摊销，土地使用权摊销，软件及商标等无形资产摊销等；

③运营成本：园区运营产生的成本，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；维护成本为园区设施、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收入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；能源成本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) 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

3) 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	4,416.17	8,174.17	6,442.63	5,350.30
实习返聘 ²	249.72	1,086.86	981.56	689.92
临时用工 ³	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
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。

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	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，具体原因参见本题“（1）园区综合业务”之“3）、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题“（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。

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。

(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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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题“（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。

2、结合各项业务具体的业务流程，补充披露产品成本的主要核算方式、费用归集的流程、对象和方法，分析成本确认与计量的完整性与合规性

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
（1）园区综合成本				
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	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	（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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
		单办理入账	能源列入本项	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
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

(2) 创新创意服务

模块娱乐

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，	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	（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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
		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	购的物料、劳务服务、水电能源列入本项	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，将用于模块娱乐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
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

策划设计与咨询管理

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	分业务类别分合同项目	（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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
		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	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	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
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、确定单等凭证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

(3) 旅游配套服务

酒店

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	资产管理人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	分业务类别分用途归集，对固定资产、无形	（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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
		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	资产、长期待摊费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	销入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
旅行社业务				
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

3、补充披露 2018 年策划设计与咨询管理业务销售收入上升，成本下降的原因及合理性，分析相关项目成本核算的完整性

(1) 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。

(2) 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：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

(3) 分析相关项目成本核算的完整性

具体参见本题“2、结合各项业务具体的业务流程，补充披露产品成本的主要核算方式、费用归集的流程、对象和方法，分析成本确认与计量的完整性与合规性”中的回复。

4、补充披露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

(1) 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%	-	-	-

项目	对应主体	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
	合计	189.69%	119.68%	95.32%	111.93%

(2) 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

1) 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。

2) 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。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。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、对发行人的“销售与收款循环”、“生产与仓储循环”等业务循环实施了内部控制审计程序，如了解具体业务、访谈、实施穿行测试、检查等；
- 2、检查主营业务成本的核算方法是否符合企业会计准则规定，前后期是否一致；
- 3、对报告期各期间核算内容的一致性、金额的合理性进行复核；
- 4、对发行人营业成本波动原因的合理性进行复核并查找证据；

5、在对发行人业务理解的基础上对任何明显的疏漏进行复核；

6、结合期间费用的审计，判断公司是否通过将应计入生产成本的支出计入期间费用，或将应计入期间费用的支出计入生产成本等手段调节生产成本，从而调节主营业务成本；

7、结合主营业务收入截止性测试结果，审核是否存在跨期确认主营业务成本问题；

8、通过访谈和分析复核 2018 年策划设计与咨询管理业务销售收入上升、成本下降的原因是否真实合理；

9、通过访谈和分析复核模块娱乐业务成本持续上升，与收入波动不匹配的原因是否真实合理。

经核查，我们认为：

发行人主营业务成本波动合理，成本与各项业务收入匹配；各项业务成本核算规范，成本的确认与计量完整合规；2018 年策划设计与咨询管理业务销售收入上升，成本下降的原因合理；模块娱乐业务成本持续上升，与收入波动不匹配的原因合理。

八、关于《问询函》第 19 条：关于毛利率。报告期内，公司的综合毛利率分别为 44.65%、43.67%和 41.46%。

请发行人：（1）结合园区人员的不同岗位分类和人均薪酬变化情况、固定资产折旧费用、其他成本构成等因素，量化分析并披露门票业务毛利率下降的原因，下滑的趋势是否持续，是否会对公司的经营造成重大不利影响；（2）结合主题商品的开发成本、主要销售品种、销售价格、毛利、租赁成本等因素，进一步分析并披露其他运营业务毛利率上升的原因及合理性，是否与同行业可比公司的趋势相一致；（3）补充披露策划设计、演出、咨询等不同项目类别的收入、成本、毛利率，策划设计与咨询管理业务毛利率波动的原因及合理性；（4）补充披露常州恐龙人俱乐部和上海恐龙人俱乐部报告期各期的收入、成本、毛利率，上海恐龙人俱乐部预计可实现盈利的时间；（5）补充披露旅游配套服务中酒店业务和旅行社业务毛利率报告期内不断下降的原因及合理性，是否与同行业可比公司的变化趋势相一致。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、结合园区人员的不同岗位分类和人均薪酬变化情况、固定资产折旧费用、其他成本构成等因素，量化分析并披露门票业务毛利率下降的原因，下滑的趋势是否持续，是否会对公司的经营造成重大不利影响

（1）结合园区人员的不同岗位分类和人均薪酬变化情况、固定资产折旧费用、其他成本构成等因素，量化分析并披露门票业务毛利率下降的原因

1) 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
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。

2) 门票业务营业成本分析

①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。

②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。

A 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 ¹	1,949.33	3,533.87	2,863.63	2,210.53
实习返聘 ²	101.75	649.42	616.70	426.86
临时用工 ³	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。

B 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 ¹	1,800.89	3,407.09	2,513.80	2,061.09
实习返聘 ²	91.93	186.65	51.21	41.05
临时用工 ³	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。

(2) 门票业务毛利率下滑的趋势是否持续，是否会对公司的经营造成重大不利影响

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、结合主题商品的开发成本、主要销售品种、销售价格、毛利、租赁成本等因素，进一步分析并披露其他运营业务毛利率上升的原因及合理性，是否与同行业可比公司的趋势相一致

(1) 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	56.84	56.84	100	59.98	59.98	100	56.87	56.87	100	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。

(2) 主题商品收入成本情况

1) 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。

2) 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 ¹	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。

3) 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。

(3) 园区服务收入成本情况

1) 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									
租金	59.21	100	59.21	59.40	100	59.40	53.70	100	53.70	52.63	100	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	72.07	72.07	100	74.07	74.07	100	72.28	72.28	100	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。

2) 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
成本	27.84	39.91	44.80	39.92
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。

(4) 进一步分析并披露其他运营业务毛利率上升的原因及合理性，是否与同行业可比公司的趋势相一致

1) 进一步分析并披露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。具体分析详见本题之“2、结合主题商品的开发成本、主要销售品种、销售价格、毛利、租赁成本等因素，进一步分析并披露其他运营业务毛利率上升的原因及合理性，是否与同行业可比公司的趋势相一致”之“(2) 主题商品收入成本情况”。

2) 是否与同行业可比公司的趋势相一致

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 ³	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城 A-旅游综合业务 ¹	/	40.63	46.34	42.32
华强方特-文化科技主题公园运营 ²	/	/	36.77	35.46
大连圣亚-旅游服务业 ¹	/	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。

3、补充披露策划设计、演出、咨询等不同项目类别的收入、成本、毛利率，策划设计与咨询管理业务毛利率波动的原因及合理性

(1) 策划设计、演出、咨询等不同项目类别的收入、成本、毛利率

1) 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。

2) 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			

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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%
文艺演出 ¹	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%
文艺演出	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%
文艺演出	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。

(2) 策划设计与咨询管理业务毛利率波动的原因及合理性

1) 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、系统集成和文艺演出四类。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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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。

2) 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。

3) 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
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。

4) 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。

5) 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。

4、补充披露常州恐龙人俱乐部和上海恐龙人俱乐部报告期各期的收入、成本、毛利率，上海恐龙人俱乐部预计可实现盈利的时间

(1)恐龙人俱乐部常州旗舰店和恐龙人俱乐部上海白玉兰广场店报告期各期的收入、成本、毛利率

1)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%

2)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。

(2)上海白玉兰广场店预计可实现盈利的时间

1)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。

①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。

②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 2019 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。

③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。

④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。

2) 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：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

5、补充披露旅游配套服务中酒店业务和旅行社业务毛利率报告期内不断下降的原因及合理性，是否与同行业可比公司的变化趋势相一致

(1) 旅游配套服务中酒店业务和旅行社业务毛利率报告期内不断下降的原因及合理性

1) 酒店业务

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 14 条之“4、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“（3）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。

（2）是否与同行业可比公司的变化趋势相一致

1) 酒店业务

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 ¹	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。

2) 旅行社业务

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 ¹	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。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、访谈了发行人各期薪资调整情况，检查了薪酬计提分摊及实际发放记录，分析人均工资波动是否合理；
- 2、获取了大额在建工程及设备的验收资料，判断转固时点是否准确；
- 3、审核了固定资产折旧计入成本费用的合理性，复核计入有关费用的折旧、摊销金额，并与上期的折旧、摊销金额相比较，分析异常变动的原因；
- 4、抽查了大额维护成本和水电费成本的相关凭证及附件，分析各期波动是否异常；
- 5、获取了主题商品的销售和成本明细，分析主要品种主题商品的毛利波动情况；
- 6、获取了租赁台账、检查大额租赁合同的租金条款，抽查大额租金收入凭证及附件；
- 7、获取了策划设计、演出、咨询等不同项目的收入成本明细表，检查相关的销售合同和采购合同的相关条款，分析收入和成本波动情况；
- 8、访谈了发行人关于恐龙人俱乐部常州旗舰店和恐龙人俱乐部上海白玉兰广场店的经营情况；并复核了发行人对恐龙人俱乐部上海白玉兰广场店的业绩预测结论；

9、检查了旅行社与恐龙园的各期门票结算价格。获取了旅行社销售合同台账，检查主要客户的销售协议，分析各期销售单价波动情况。获取了票务系统入园数据，分析各期入园人数波动情况；

10、获取了酒店业务的大额销售协议和租金协议。

经核查，我们认为：

发行人各项业务毛利波动较为合理，与同行可比公司的趋势相一致。

九、关于《问询函》第 20 条：关于期间费用。报告期内，公司期间费用率分别为 24.33%、22.29%和 20.34%，呈现下降趋势。

请发行人补充披露：（1）销售费用、管理费用和财务费用的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；（2）期间费用率持续下降的原因及合理性，与同行业可比公司趋势的差异及原因，相关期间费用核算的准确性、完整性；（3）发行人无研发费用的原因及合理性，相关研发项目的成本、费用核算情况，研发人员薪酬计入的主要科目，核心技术人员薪酬是否低于同行业可比公司核心技术人员的薪酬，如是，分析薪酬与研发人员技术能力的匹配性；（4）销售费用中业务宣传费的构成、主要内容和支付对象，广告的投放和收费方式，分析业务宣传费与业务规模的匹配性，变动的原因及合理性；（5）销售返利的具体政策，报告期内持续增长的原因；（6）销售人员及管理人员数量、工资水平，职工薪酬与销售人员、管理人员的变动、人均工资变动的合理性，并与当地工资水平及行业水平进行对比分析，说明与同行业的差异情况。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、销售费用、管理费用和财务费用的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

（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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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	970.70	51.32	2,021.00	28.44	1,826.17	27.63	1,439.57	23.76
代理服务费	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；

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。

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 ³	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 ¹	135	154	136	113
人均月薪 ²	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=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。

③代理服务费

代理服务费主要包括门票返利以及平台服务等，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，发行人代理服务费与门票分销金额情况具体如下：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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	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，代理服务费与门票分销金额变动趋势一致。

(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 ³	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 ¹	154	150	159	141

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	2020年1-9月 ³	2019年度	2018年度	2017年度
人均薪酬 ²	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。

②中介服务费

2017-2019年，中介服务费逐年减少，主要原因是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年上市工作重新启动，审计费用暂计入其他往来款中，因此中介服务费有所减少；2020年1-9月，发行人上市相关中介费用暂计其他往来款，疫情环境下人员招聘减缓，人力资源方面的中介费用有所减少。

③租赁费

2018年租赁费较2017年有所减少，主要原因是减少了办公场所及仓库的租赁；2020年1-9月租赁费较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赁费。

(3) 财务费用

1) 财务费用构成项目明细

报告期内，财务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
利息支出	250.57	114.69	903.12	106.66	1,034.64	101.54	1,359.32	100.00
减：利息收入	49.06	-22.45	106.62	-12.59	67.64	-6.64	52.21	-3.84
加：汇兑损失	-	0.00	-	0.00	-	0.00	0.01	0.00
加：手续费等支出	16.97	7.77	50.23	5.93	51.97	5.10	52.21	3.84
合计	218.48	100.00	846.73	100.00	1,018.97	100.00	1,359.33	100.00

报告期内，发行人财务费用中主要为利息支出。

2) 财务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，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	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。

2、期间费用率持续下降的原因及合理性，与同行业可比公司趋势的差异及原因，相关期间费用核算的准确性、完整性

(1) 期间费用率持续下降的原因及合理性

1) 期间费用率总体情况

报告期内，发行人期间费用率具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
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，发行人期间费用率分别为 24.33%、22.29%、20.34%和 15.75%，持续下降。

2) 销售费用率情况

①总体情况

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
职工薪酬	970.70	3.09	2,021.00	3.10	1,826.17	3.15	1,439.57	2.81
代理服务费等	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。

②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。

3) 管理费用率情况

①总体情况

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
职工薪酬	2,196.43	6.98	4,374.17	6.70	4,198.80	7.24	3,343.92	6.52
中介服务费	103.08	0.33	189.32	0.29	318.29	0.55	985.70	1.92
租赁费	221.74	0.70	163.12	0.25	142.54	0.25	187.04	0.36
办公费	62.31	0.20	114.67	0.18	84.74	0.15	84.39	0.16
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。

②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。

4) 财务费用率情况

①总体情况

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
利息支出	250.57	0.80	903.12	1.38	1,034.64	1.79	1,359.32	2.65
减：利息收入	49.06	-0.16	106.62	-0.16	67.64	-0.12	52.21	-0.10
加：汇兑损失	-	0.00	-	0.00	-	0.00	0.01	0.00
加：手续费等支出	16.97	0.05	50.23	0.08	51.97	0.09	52.21	0.10
合计	218.48	0.69	846.73	1.30	1,018.97	1.76	1,359.33	2.65
营业收入	31,461.65		65,281.46		57,959.23		51,273.25	

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。

②下降原因及合理性

报告期内，发行人财务费用率下降，主要原因是发行人借款占用金额减少，对应的利息支出有所减少，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
借款占用金额 ¹	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）。

(2) 与同行业可比公司趋势的差异及原因

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。

(3) 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、工作量清量、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。

代理服务费用：代理服务费用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等支出。

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。

3、发行人无研发费用的原因及合理性，相关研发项目的成本、费用核算情况，研发人员薪酬计入的主要科目，核心技术人员薪酬是否低于同行业可比公司核心技术人员的薪酬，如是，分析薪酬与研发人员技术能力的匹配性

(1) 发行人无研发费用的原因及合理性，相关研发项目的成本、费用核算情况，研发人员薪酬计入的主要科目

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，

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

(2) 核心技术人员薪酬是否低于同行业可比公司核心技术人员薪酬

1) 核心技术人员情况

截至本专项核查意见出具日，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 ¹	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 ²	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 ¹	/	/	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。

4、销售费用中业务宣传费的构成、主要内容和支付对象，广告的投放和收费方式，分析业务宣传费与业务规模的匹配性，变动的原因及合理性

(1) 销售费用中业务宣传费的构成、主要内容和支付对象，广告的投放和收费方式

1) 销售费用中业务宣传费的构成

报告期内，业务宣传费构成具体如下：

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

2) 销售费用中业务宣传费的主要内容和支付对象、广告的投放和付费方式

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

业务宣传费分为广告费和促销费，广告费指通过各种渠道宣传推广产生的费用；促销费指参加各类展会、提供相应赠品等产生的费用。

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
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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

序号	公司名称	销售收入	占比	主要广告类型
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%	-

(2) 分析业务宣传费与业务规模的匹配性，变动的原因及合理性

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。

5、销售返利的具体政策，报告期内持续增长的原因

(1) 发行人的销售返利政策

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：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 ¹	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 ²	3-7 万 9%	5-10 万 15%	401-1000 人 3 元/人 1001-1500 人 6 元/人 1501 人以上 10 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%			
12 万及以上 (含 12 万) 20%		15-20 万(含 15 万) 25%				
		20 万及以上 30%				
地接 ⁴	12-20 万 15%	12-20 万 15%	1001-2000 人 3 元/人 2001-5000 人 6 元/人 5001 人以上 10 元/人	执行旅行社成人返利政策		
	20-30 万(含 30 万) 20%					
	30 万及以上 25%	20-30 万(含 30 万) 25%				
源头地 ³	5-25 万 15%	30 万及以上 30%				
	25 万及以上 25%					
OTA 平台	电子商务 ⁵	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		

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
		当天预订的所有票种均不计入年底返利及金额			
	外围电商 ⁶	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。

(2) 报告期内持续增长的原因

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 ¹	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	2020年1-9月 ¹	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。

6、销售人员及管理人员数量、工资水平，职工薪酬与销售人员、管理人员的变动、人均工资变动的合理性，并与当地工资水平及行业水平进行对比分析，说明与同行业的差异情况

(1) 销售人员数量及薪酬情况

1) 销售人员职工薪酬、人数及人均薪酬变动情况及其合理性

报告期内，发行人销售人员职工薪酬总额、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 ³	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 ¹	135	154	136	113
人均薪酬 ²	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。

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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

2) 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) ¹	0.80	1.09	1.12	1.06
当地工资水平 (B) ²	/	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。

3) 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 ¹	2020年1-9月 ²	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 ³	/	/	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

(2) 管理人员数量及薪酬情况

1) 管理人员职工薪酬、人数及人均薪酬变动情况及其合理性

报告期内，发行人管理人员职工薪酬总额、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 ³	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 ¹	154	150	159	141
人均薪酬 ²	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。

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。

2) 发行人管理人員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) ¹	1.58	2.43	2.20	1.98
当地工资水平(B) ²	/	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，发行人管理人員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） ¹	1.17	1.71	1.54	1.32
当地工资水平（B） ²	/	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。

3）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 ¹	2020年1-9月 ²	2019年度	2018年度	2017年度
华侨城 A ³	/	2.88	2.46	2.29
宋城演艺 ⁴	/	1.32	1.57	1.35
大连圣亚 ⁵	/	/	2.12	2.43
华强方特 ⁶	/	1.31	1.19	0.98
平均数	/	1.84	1.84	1.76
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员和财务人员的人数。

发行人管理人员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，高层管理人员薪酬较高。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、取得发行人的期间费用明细表，对各期变动情况进行分析性复核；
- 2、访谈发行人财务人员，了解期间费用波动原因；
- 3、对期间费用率进行分析性复核，并与同行业可比公司对比；
- 4、取得研发投入明细，访谈发行人财务人员，确认研发投入的账务处理方式和核算情况；
- 5、对核心技术人员薪酬进行分析性复核；
- 6、取得发行人业务宣传费明细表，并与各期销售收入金额匹配分析；
- 7、取得广告宣传及制作费的明细表，并对其进行分类复核，与营业收入进行匹配分析；
- 8、取得主要广告合同，了解发布方式、付款方式；
- 9、取得发行人的返利政策文件，根据返利标准对各期返利金额进行测算，并与支付情况进行比对；
- 10、查找发行人当期工资水平和同行业可比公司销售人员和管理人员人均薪酬水平，与发行人各期人均薪酬情况对比分析。

经核查，我们认为：

- 1、发行人销售费用、管理费用和财务费用的主要构成项目各期变动与收入变动、业务模式是相匹配的，波动具备合理性；
- 2、发行人期间费用率持续下降的原因合理，与同行业可比公司趋势并无明显差异，相关期间费用核算是准确、完整的；
- 3、发行人研发投入主要为人员用工投入，研发形成的成果作为策划设计与咨询管理业务的产品提供给客户，通过主营业务成本、存货等科目进行核算；核心技术人员薪酬与同行业可比公司研发人员薪酬并无明显差异；

4、发行人销售费用中业务宣传费包括户外广告、广电媒体、线上媒体、代言广告、平面广告和促销费等，以广告牌宣传、电台电视、报纸杂志等方式投放，通常在上刊后支付广告费用，业务宣传费与业务规模是相匹配的，变动具有合理性；

5、发行人根据游客人数或销售金额给予销售返利，报告期内因门票销售增长及返利政策调整，返利金额持续上升；

6、发行人销售人员及管理人员数量及薪酬水平的变动合理，与当地工资水平及行业水平不存在明显差异。

十、关于《问询函》第 21 条：关于其他货币资金。报告期各期，发行人的其他货币资金分别为 1,614.20 万元、2,505.66 万元及 500.28 万元。

请发行人补充披露报告期各期末其他货币资金中银行承兑汇票保证金、旅游保证金、履约保函保证金的构成情况，结合银行承兑汇票保证金比例补充披露各期末其他货币资金与应付票据金额的匹配性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、报告期各期末其他货币资金中银行承兑汇票保证金、旅游保证金、履约保函保证金的构成情况

报告期各期末，公司其他货币资金中银行承兑汇票保证金、旅游保证金、履约保函保证金的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-9-30	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，

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

2、结合银行承兑汇票保证金比例补充披露各期末其他货币资金与应付票据金额的匹配性

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	2020-9-30	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。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、查阅了旅游保证金的存单、履约保证金的合同约定书以及2020年暂退部分旅游保证金的政府文件以及银行汇款凭证，核查相关业务的真实性；
- 2、对银行承兑保证金、旅游保证金、履约保证金进行了函证；
- 3、查阅了应付票据备查簿，核查应付票据与银行承兑汇票保证金的比例与相关合同约定是否一致。

经核查，我们认为：

发行人报告期各期末的其他货币资金的金额及分类准确；各期末其他货币资金中银行承兑汇票保证金金额与应付票据金额相匹配。

十一、关于《问询函》第 22 条：关于应收账款和其他应收款。报告期各期末，发行人应收账款账面价值分别为 980.00 万元、1,832.75 万元和 1,670.26 万元，主要是创新创意服务中的应收项目。发行人其他应收款期末账面价值分别为 157.75 万元、933.85 万元和 605.66 万元。

请发行人补充披露：（1）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；（2）各期末应收账款余额截至反馈意见回复日的回款金额及比例；（3）2-3 年账龄的应收账款 2019 年大幅上升的原因；（4）应收项目款的回款情况是否与合同协议约定相符，与南京同曦儿童文化产业有限公司涉及合同纠纷的 102.00 万元项目款的期后回款情况，坏账准备计提的充分性；（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；（6）其他应收款中往来款的性质，是否属于非经营性占款，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，坏账准备计提的充分性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、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

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年9月30日									
	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	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	30.00	30.00	1年以	0.58	28.30	30.00	30.00	-	

客户名称	2020年1-9月/2020年9月30日									
	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
限公司	环艺展品冠名项目			内						
	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
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年12月31日									
	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	
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	200.00	-	-	-	188.68	200.00	-	-	不适用

客户名称	2019年度/2019年12月31日									
	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
	洋公园建筑概念设计项目									
	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
	连云港伊甸园景区影片服务项目	15.00			-	10.61	13.00	-	-	不适用
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	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

客户名称	2019年度/2019年12月31日									
	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
	期“天府一世界”项目可行性研究与策划及规划设计项目									
	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年12月31日									
	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	208.00	20.80	1-2年	1.06	-	208.00	20.80		

客户名称	2018年度/2018年12月31日									
	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
	项目									
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	
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	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

客户名称	2018年度/2018年12月31日									
	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
司	度假区绿活小镇及水公园方案项目									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
	宿迁纳田村民宿内装方案设计及商业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
	宿迁三台山纳田村祠展项目	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 年 12 月 31 日									
	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 年 12 月 31 日									
	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

客户名称	2017年度/2017年12月31日									
	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
	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	
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	

客户名称	2017年度/2017年12月31日									
	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
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。

2、各期末应收账款余额截至反馈意见回复日的回款金额及比例

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
截至反馈意见回复日的回款金额	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%，其中 2020 年 9 月末的期后回款占比较低，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等创新业务的客户尚未全额回款所致。

3、2-3 年账龄的应收账款 2019 年大幅上升的原因

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。

4、应收项目款的回款情况是否与合同协议约定相符，与南京同曦儿童文化产业有限公司涉及合同纠纷的 102.00 万元项目款的期后回款情况，坏账准备计提的充分性

(1) 应收项目款的回款情况是否与合同协议约定相符；

应收项目款的回款情况详见本题第一小问之回复。

报告期各期末，公司应收项目款的回款情况与合同协议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：

1) 2017-2019 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。

2) 2020 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。截至本专项核查意见出具日，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。

(2) 与南京同曦儿童文化产业有限公司涉及合同纠纷的 102.00 万元项目款的期后回款情况，坏账准备计提的充分性；

1) 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 万元项目款的期后回款情况

截至本专项核查意见出具日，公司与南京同曦儿童文化产业有限公司涉及合同纠纷金额为 102.00 万元，期后尚未回款。根据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。因此，南京同曦儿童文化产业有限公司应按照判决结果支付合同剩余款项及违约金。

2) 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 万元项目款的坏账准备计提充分

截至 2020 年 9 月末，公司对于南京同曦儿童文化产业有限公司的应收账款账龄为 3 年以上，目前已经按照账龄全额计提坏账准备。因此，公司对于南京同曦儿童文化产业有限公司涉及合同纠纷的 102.00 万元项目款的坏账准备计提充分。

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)	1-5%	5%	5%	0%	5%

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

账龄	华侨城 A	宋城演艺	大连圣亚	华强方特	恐龙园
3 个月)					
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。

6、其他应收款中往来款的性质，是否属于非经营性占款，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，坏账准备计提的充分性

(1) 其他应收款中往来款的性质，是否属于非经营性占款

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。截至本专项核查意见出具日，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。

截至本专项核查意见出具日，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。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、查阅了报告期各期间的前五大应收账款客户相应的销售合同，核查前五大客户；
- 2、核查了应收账款明细账及各期的收入成本表以及应收账款的回款统计表；
- 3、查阅了 2019 年末应收账款明细表，分析 2019 年末账龄为 2-3 年的应收账款大幅上升的合理性；
- 4、查阅了公司与南京同曦儿童文化产业有限公司签订的业务合同以及南京市人民法院的二审判决书，核查相关应收账款的坏账准备计提是否充分；
- 5、查阅了同行业可比公司的坏账计提政策，分析公司与同行业可比公司的差异情况；
- 6、查阅公司与张国忠的资金往来凭证，核查张国忠与公司资金往来的真实性以及相关其他应收款的坏账准备计提是否充分；
- 7、核查各期末应收账款和其他应收款的函证情况，关注回函情况及是否存在差异及差异原因，对未回函的应收账款抽查有关原始凭据，以验证与其相关的其他应收款的真实性。

经核查，我们认为：

1、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，主要系公司的创新创意服务客户由于尚未完成审批流程、项目中止等原因未能及时回款所致。目前公司的创新创意服务客户信用情况良好，不存在重大违约风险，并且根据公司应收款项的减值会计政策计提坏账准备，符合企业会计准则的要求；

2、公司 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所致，根据南京市中级人民法院下发的二审判决书，判决公司胜诉并要求南京同曦儿童文化产业有限公司向公司支付合同款。公司与南京同曦儿童文化产业有限公司涉及合同纠纷的应收账款已根据应收款项的减值会计政策全额计提坏账准备，坏账准备计提充分；

3、公司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对比，不存在明显差异；

4、2018 年末其他应收款中，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的情况；

5、公司应收张国忠的 64 万元往来款系对方未归还全额出资借款所致。截至本专项核查意见出具日，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。

十二、关于《问询函》第 23 条：关于存货。报告期各期末，公司存货金额分别为 1,574.30 万元、2,435.93 万元和 2,537.61 万元。

请发行人：（1）根据不同的存货类型，补充披露不同库龄存货报告期内的金额及占比，结合采购周期、销售模式、供货周期解释不同库龄存货变动的原因及合理性，分析并补充披露各期末存货余额逐年增长的原因；（2）补充披露材料物资采购量、使用量与期末库存量、库存金额的匹配性，产成品的期后出库情况；（3）补充披露创新创意服务项目相关成本具体会计核算方法、账务处理，与收入的匹配性，最后一期末在产品余额的期后结转情况；（4）补充披露存货跌价准备的计提方法，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。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、根据不同的存货类型，补充披露不同库龄存货报告期内的金额及占比，结合采购周期、销售模式、供货周期解释不同库龄存货变动的原因及合理性，分析并补充披露各期末存货余额逐年增长的原因

（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：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
合同履约成本/在产品	817.79	35.94	1,338.42	52.74	1,325.01	54.39	617.84	39.25
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

公司存货余额变动主要受在产品和材料物资余额变动的的影响。

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。

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

2、补充披露材料物资采购量、使用量与期末库存量、库存金额的匹配性，产成品的期后出库情况

（1）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。

（2）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，公司的文化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，确保文化创意服务项目收入、成本的真实、准确、完整。

报告期各期末，在产品（合同履约成本）的期末余额以及期后结转金额如下：

单位：万元

项目	2020-9-30	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，将因合同履约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。

3、补充披露创新创意服务项目相关成本具体会计核算方法、账务处理，与收入的匹配性，最后一期末在产品余额的期后结转情况

(1) 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	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

业务分类	核算模式	具体会计核算方式	账务处理
		营业务成本-规划设计业务”会计科目	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/合同履行成本-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	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-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/合同履行成本-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业服务下属各类业务进行成本核算，不存在变更的情况。

(2) 创新创业服务项目相关成本与收入的匹配性

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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：

1) 2017-2019 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 年受疫情影响，公司规划设计业务由于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：①2017 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；②2019 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；③2020 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。

4、补充披露存货跌价准备的计提方法，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

(1) 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。

（2）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	2020-9-30	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	2020-9-30	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
合同履行成本/ 在产品	2020-9-30	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/合同履行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。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

1、获取存货明细项目日记账、收发存汇总表，核查库龄情况，实施监盘计划对存货状况进行实地检查，查验存货是否存在残次情况；

2、获取存货结构明细表，比较报告各期末存货明细金额以及占比情况；

3、询问公司相关财务人员以及业务人员报告各期末存货波动情况原因；并检查相关文件核实询问结果是否有事实依据支撑；

4、查阅了在产品对应项目的合同，对在产品的期后结转情况进行了核查；

5、向财务人员询问公司存货减值测试以及存货进行报废的流程；核查了公司的存货跌价准备计算表，重新计算了减值过程；

6、获取公司存货跌价准备计提表，检查公司是否对全部存货进行减值测试。

经核查，我们认为：

1、报告期内不同库龄存货变动符合公司实际经营情况，各报告期的存货余额增长具有其合理性；

2、材料物资采购量、使用量与期末库存量、库存金额匹配，发行人因业务性质原因未核算产成品，在产品的期后出库情况符合公司实际经营情况、会计处理符合企业会计准则的要求；

3、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；

4、公司于每年末进行存货减值测试，公司的存货跌价准备计提金额较低符合实际情况及企业会计准则的要求。

十三、关于《问询函》第 24 条：关于固定资产与在建工程。报告期各期末，发行人固定资产金额分别为 91,703.88 万元、90,487.99 万元和 98,991.23 万元；在建工程账面金额分别为 1,384.82 万元、3,000.93 万元和 1,273.46 万元。

请发行人补充披露：（1）报告期各期房屋建筑物、机器设备、运输设备及其他设备的具体构成，原值 500 万元以上固定资产的新增、减少情况，包括但不限于资产名称、购入时间、供应商、购入原值、账面价值，2019 年运输设备和其他设备账面价值增长的原因，固定资产变化情况与发行人经营规模的匹配性；（2）固定资产是否存在减值迹象，减值测试过程和减值准备计提的充分性；（3）报告期内发行人的机器设备金额较大，分析并补充披露机器设备计价和会计核算的准确性；（4）如何确认不同类别固定资产的具体折旧年限，与同行业公司相比的合理性；（5）雨林区改造项目 2018、2019 年金额增长较大的原因，报告期内在建工程的转固标准，是否存在延迟转固的情况，是否影响报告期内累计折旧的计提；（6）机器恐龙及超感体验项目是否达到转固标准，是否需计提在建

工程减值；（7）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，是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金的情形；（8）结合在建工程构成，借款资本化的具体情况，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，补充披露在建工程造价、固定资产购买价格的公允性，是否存在成本费用计入在建工程或固定资产的情形。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、报告期各期房屋建筑物、机器设备、运输设备及其他设备的具体构成，原值 500 万元以上固定资产的新增、减少情况，包括但不限于资产名称、购入时间、供应商、购入原值、账面价值，2019 年运输设备和其他设备账面价值增长的原因，固定资产变化情况与发行人经营规模的匹配性

（1）报告期各期房屋建筑物、机器设备、运输设备及其他设备的具体构成

报告期各期公司的房屋建筑物、机器设备、运输设备及其他设备的具体构成如下：

单位：万元，%

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

注：原 2019 年的机器设备和运输设备分类有误，已进行调整。

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。

（2）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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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	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	增加的原因
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	

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

序号	资产名称	购入时间	购入原值	账面价值	供应商	增加的原因
4	基因研究中心-表演区及配套设施	2019-07-30	2,558.71	2,508.17	江苏无锡二建建设集团有限公司、常泰建设集团有限公司	
5	雨林区道路及环艺	2019-07-30	4,377.52	4,288.09	江苏无锡二建建设集团有限公司、常泰建设集团有限公司	

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。

(3) 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 万元以上的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	处置的原因
1	鲁乐全彩激光设备	2002-04-01	2017-9-30	593.81	158.97	SUPER 78, 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。

(4) 2019 年运输设备和其他设备账面价值增长的原因

原财务报表附注中，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

(5) 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。

2、固定资产是否存在减值迹象，减值测试过程和减值准备计提的充分性

(1) 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。

(2) 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

固定资产类别	成新率			
	2020年9月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
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

固定资产类别	盘点率				是否存在闲置
	2020年9月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日	
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。

3、报告期内发行人的机器设备金额较大，分析并补充披露机器设备计价和会计核算的准确性

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。	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。	后续支出，不符合固定资产确认条件的，计入当期费用；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。

通过查阅、复核发行人机器设备的外购合同、付款、验收、交付凭证以及机器设备达到可使用状态前所发生的有关费用，检查发行人机器设备的状态、使用和运行情况，分析发行人机器设备折旧年限的合理性，对机器设备的折旧计提、后续维修维护、改造支出进行统计复核。我们认为，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。

4、如何确认不同类别固定资产的具体折旧年限，与同行业公司相比的合理性

(1) 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。

(2) 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

① 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>）

② 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

③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

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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

5、雨林区改造项目 2018、2019 年金额增长较大的原因，报告期内在建工程的转固标准，是否存在延迟转固的情况，是否影响报告期内累计折旧的计提

(1) 雨林区改造项目 2018、2019 年金额增长较大的原因

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：

1) 2018 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
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。

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

2) 2019 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
雨林区仿真植物定制安装工程	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。

(2) 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

①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。

②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) 在安装设备转固的具体流程

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，由资产管理员开具《固定资产验收单》，经使用部门资产管理、请购人或实际使用人、专业技术人员、公司资产管理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。

(3) 报告期内雨林区改造项目不存在延迟转固的情况，是否影响报告期内累计折旧的计提

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	351.61	199.56	-	-	551.17
2018年	551.17	1,590.01	-	-	2,141.18
2019年	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。

6、机器恐龙及超感体验项目是否达到转固标准，是否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“仿生虚拟互动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，应用在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。

7、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，是

是否存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金的情形

(1) 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年9月30日			
		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年12月31日			
		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年12月31日			
		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年12月31日			
		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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

（2）报告期内不存在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，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。

8、结合在建工程构成，借款资本化的具体情况，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，补充披露在建工程造价、固定资产购买价格的公允性，是否存在成本费用计入在建工程或固定资产的情形

（1）报告期内在建工程构成的具体情况

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
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	-	-	-

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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

(2) 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。

(3) 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 ¹	46,148.71	46,030.07	41,013.33	40,768.68
面积 ¹	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 ²			

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。

(4) 补充披露在建工程造价、固定资产购买价格的公允性，是否存在成本费用计入在建工程或固定资产的情形

报告期内，公司关于在建工程与固定资产的相关内控流程详见本回复之“5、雨林区改造项目 2018、2019 年金额增长较大的原因，报告期内在建工程的转固标准，是否存在延迟转固的情况，是否影响报告期内累计折旧的计提”之“（2）报告期内在建工程的转固标准”的相关内容。

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。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

1、查阅了固定资产的累计折旧明细表，检查大额固定资产增加减少所对应的原始凭证及后附合同、验收单、报废审批单等资料；

2、根据固定资产的累计折旧明细表，确认折旧方法是否一致，是否合理，确认折旧年限是否适当；

3、查阅了固定资产减值政策并与同行业公司比对，分析了报告期内各期固定资产成新率，对于报告期内各期末公司的固定资产执行盘点程序；

4、查阅了固定资产相关的内控制度，并实施穿行测试，抽查了公司报告期内新增大

额固定资产的合同、发票、结算单据等，核对其计价及会计处理是否正确、法律手续是否齐全；

5、对公司进口设备采购相关负责人员进行访谈，了解同类设备在国内外主题公园的使用情况；查询与公司使用同样设备的企业的公开披露信息，比较其折旧政策与公司的差异；

6、重新计算当期各类资产的折旧费用，根据资产用途检查折旧分配到各项成本费用的合理性，将“累计折旧”账户贷方的本期计提折旧额与相应成本费用中的折旧费用明细账户的借方相比较，以查明所计提折旧金额是否已全部摊入本期产品成本或费用；

7、查阅了雨林区改造项目大额施工合同、监理合同以及工程竣工验收报告，核查合同金额、施工范围、施工时间、付款条款等合同信息是否和雨林区改造项目转固时间、金额相符；

8、查阅了机器恐龙及超感体验项目的国家科技支撑计划课题任务书，查看了项目背景、计划、研究内容、投资预算等信息，分析其未结转固定资产的合理性；

9、查阅借款合同，复核资本化借款利息的计算结果，取得大额固定资产合同审批表，询问公司相关业务部分负责人相关的项目工程以及机器设备采购是否履行招投标以及比质比价程序。

经核查，我们认为：

1、发行人报告期各期房屋建筑物、机器设备、运输设备及其他设备的具体构成、原值 500 万元以上固定资产的新增、减少情况的说明符合实际情况，2019 年运输设备账面价值增加系分类有误所致，其他设备账面价值增长系公司 2019 年收购上海模块龙文化发展有限公司增加其他设备以及新增园区游乐配套设施所致，固定资产变化情况与公司经营规模相匹配；

2、报告期内，公司各项资产使用状况良好，能保证公司日常经营活动的正常开展，不存在减值迹象，无须计提减值准备；

3、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；

4、报告期内，公司固定资产折旧年限与可比公司相比不存在重大差异；

5、报告期内，雨林区改造项目均按照公司会计政策规定的在建工程转固的标准进行转固，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情形；

6、截至本报告出具日，机器恐龙及超感体验项目未达到转固的标准，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；

7、报告期各期公司的在建工程结算价款与工程施工进度、施工内容相匹配，报告期内不存在提前结算工程款项或虚增工程成本、套取资金的情形；

8、报告期内，公司在建工程造价、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，不存在成本费用计入在建工程或固定资产的情形。

十四、关于《问询函》第 25 条：关于长期待摊费用。报告期各期末，发行人长期待摊费用分别为 3,655.63 万元、4,686.31 万元和 6,636.27 万元。

请发行人补充披露：（1）2019 年新增长期待摊费用的具体构成、摊销期限和依据，装修费具体对应的办公场所，前五大装修费供应商情况，装修费的真实性，将节目编创支出计入长期待摊费用的原因及合理性；（2）2018 年末租入固定资产的构成，改良支出的具体内容，是否符合资本化的条件，分析摊销年限的确定依据的合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、2019 年新增长期待摊费用的具体构成、摊销期限和依据，装修费具体对应的办公场所，前五大装修费供应商情况，装修费的真实性，将节目编创支出计入长期待摊费用的原因及合理性

（1）2019 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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。

(2) 2019 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			

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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。

(3) 2019 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构成，改良支出的具体内容，是否符合资本化的条件，分析摊销年限的确定依据的合理性

(1) 2018 年末租入固定资产的构成以及改良支出的具体内容

1) 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。

2) 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。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

1、查阅了长期待摊费用分大类明细，核查公司关于长期待摊费用的摊销政策并与同行业公司进行对比，分析有无异常；

2、查阅了公司关于装修费用对应项目所在区域以及竣工验收流程，核查大额项目的相关验收资料，分析装修费用的真实性；

3、通过企业信用信息公示系统核查前五大装修费供应商的工商信息，核查供应商是否与公司存在关联关系；

4、报告期各期末对长期待摊费用实施盘点程序，核查相关项目是否仍正常运行，是否存在减值迹象；

5、查阅了报告期内大额装修合同，核查合同金额、装修范围、施工时间、付款条款等合同信息；

6、分析长期待摊费用的摊销期限合理性，复核摊销测算准确性、完整性；

7、查阅了2018年末租入固定资产改良支出明细以及具体内容，根据企业会计准则对于资本化的要求进行核查，是否满足资本化的条件；

8、核查了报告期内公司租入固定资产改良支出的竣工验收流程，取得大额项目的相关验收资料。

经核查，我们认为：

1、2019年新增长期待摊费用的具体构成合理，摊销期限和确定依据符合企业会计准

则的要求；公司装修费对应的项目均位于中华恐龙园园区内，装修项目真实存在；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；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；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，如实反映了业务实质。

2、2018年末，公司租入固定资产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，使租赁物业满足正常的经营、办公等需求，符合资本化的条件；租入固定资产改良支出的摊销年限的确定与其预计使用用途相符，符合企业会计准则的要求。

十五、关于《问询函》第 26 条：关于政府补助。报告期内，公司收到的直接计入损益的政府补助金额分别为 191.58 万元、597.96 万元和 226.98 万元；通过递延收益核算的政府补助金额分别为 171.03 万元、490.82 万元和 700.13 万元。

请发行人补充披露：（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；（2）政府补助的合规性，发行人对政府补助是否存在依赖，未来政府补助相关政策的变化对发行人净利润的影响。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

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				

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
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
	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	-

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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	-
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 ²	235.47	193.85 ¹

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, 发行人对政府补助是否存在依赖, 未来政府补助相关政策的变化对发行人净利润的影响

(1) 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	金额	收到的时间	补贴文件
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
	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	2016-3-4; 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	

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	金额	收到的时间	补贴文件
	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
	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 2017-12-15	常人社发[2016]14号

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	金额	收到的时间	补贴文件
		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
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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	金额	收到的时间	补贴文件
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。

(2) 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。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

1、根据企业会计准则的规定对于计入其他收益的政府补助以及与资产相关的政府补助进行区分，核查与资产相关的政府补助的具体情况、内容及金额，复核相关政府补助的原值、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，重新计算各报告期的摊销金额；

2、查阅了报告期内公司与资产相关的政府补助的相关文件以及取得新增补助的银行回单，核查政府补助的合规性；

3、通过计算政府补助相关金额占营业收入及净利润的比例判断相关情况对发行人的影响程度。

经核查，我们认为：

1、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、计量，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、2017-2019 年度，政府补助对于公司的营业收入及净利润的影响较小，2020 年由于新冠疫情的影响导致 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。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。

十六、关于《问询函》第 27 条：关于采购和供应商。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，2017 年、2018 年及 2019 年，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%和 34.33%。

请发行人补充披露：（1）前十大工程建设供应商和设备供应商的名称、采购金额、采购的主要商品或服务、预付金额及账龄，分析发行人报告期内工程设备采购金额较大的合理性；（2）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；（3）主要工程项目是否需要招投标，相关程序的履行情况；（4）报告期前五大供应商变

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

动较大的原因，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发行人的合作关系，主要的合作内容，是否存在关联关系。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、前十大工程建设供应商和设备供应商的名称、采购金额、采购的主要商品或服务、预付金额及账龄，分析发行人报告期内工程设备采购金额较大的合理性

（1）前十大工程建设供应商和设备供应商的名称、采购金额、采购的主要商品或服务、预付金额及账龄

1) 工程建设供应商

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有限公司	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
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）

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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；文科公司办公室装饰工程；东大门安检项目	98.66	2.14%	-	98.66	107.43	一年以内
							308.87	二至三年

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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) 设备供应商

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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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	-	-
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	深圳市浦利尔科技有限公司	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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

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	深圳市浦利斯尔科技有限公司	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)

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	常州橙子计算机有限公司	电脑及相关配件	19.20	1.82%	20.92	40.12	1.97	一年以内
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	

（2）分析发行人报告期内工程设备采购金额较大的合理性

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。

2、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、给排水工程等。	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
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)

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。	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除质保金外余款；质保期（二年）满后 90 天内付清质保金。	3,321.70	1,826.93	已完成验收于 2019 年转入固定资产	
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	
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	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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	
	片制作项目							
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	鲁布拉克水世界改扩建二期工程	常州市通润建设工程有限公司	鲁布拉克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
3	鲁布拉克水世界改扩建二期项目景观照明工程	天目照明有限公司	本项目是鲁布拉克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

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	
					款。			
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。

3、主要工程项目是否需要招投标，相关程序的履行情况

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项目管理有限公司。 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
				有限公司，中标价为 3680505.70 元。 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》。
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	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。 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。

(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	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。 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。 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》。
2	雨林区改建施工	江苏无锡二建建设集团有限公司	是	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。 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。 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》。

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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	<p>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，招标代理为常州中瑞工程造价咨询有限公司。</p> <p>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。</p> <p>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》。</p>
5	儿童剧场改造工程	江苏恒卓建设有限公司	是	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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》。</p>

(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	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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》。</p>
2	恐龙人区改造工程	江苏和平建设集团有限公司	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
		公司（溧阳城建）		<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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》。</p>
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	<p>2018 年 2 月 5 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招标有限公司。</p> <p>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。</p> <p>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》。</p>
4	恐龙园特技舞台改造施工	江苏恒卓建设有限公司	是	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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》。</p>
5	侏罗纪雨林区 TramTour (Bus-Ride) 影片制作项目	SUPER78, INC	否	<p>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。</p>
6	疯狂恐龙人区外包包装施工	常州市新主题景观艺术有限公司	是	<p>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。</p> <p>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</p>

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
				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。 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

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
				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

4、报告期前五大供应商变动较大的原因，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发行人的合作关系，主要的合作内容，是否存在关联关系

(1) 报告期前五大供应商变动较大的原因

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：

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

(2) 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发行人的合作关系，主要的合作内容，是否存在关联关系

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

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

1、取得发行人报告期内各期与主要供应商的采购合同，按工程和设备分别复核前十大供应商相关采购信息和交易金额，分析报告期内工程设备采购金额较大的原因的合理性；

2、选取了报告期内各期发行人前十大工程建设供应商的前五大工程建设项目，统计项目周期，查看对应的大额工程施工合同付款条款，复核项目会计处理情况。并与报告期各期末对大额工程项目执行函证、盘点程序，了解其项目进度情况。

3、选取了报告期内各期发行人前十大工程建设供应商的前五大工程建设项目，在新点电子交易平台、江苏省建设工程招标网、常州市建设工程交易网及常州高新区管委会官网等网站上查询相关招投标信息，如招标公告、中标公示等。复核相关项目是否履行了相应的招投标程序；

4、取得了报告期内各期前五大采购供应商相关信息，分析其变动原因。

5、通过走访上海挚意文化传播有限公司和江苏原力电脑动画制作有限公司及查看相关项目合同，了解发行人与上述两公司的合作关系、主要合作内容及合作时间；通过网络检索查询工商信息，检查发行人是否与上述两公司存在关联关系。

经核查，我们认为：

发行人报告期内工程设备采购金额较大主要系游乐项目不断创新优化、推陈出新，以保持对新老游客的新鲜度和吸引力，实施的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，与公司实际经营情况相符；主要建设工程项目的会计处理符合企业

会计准则的要求；报告期前五大供应商变动较大主要为发行人工程建设项目的供应商变化，原因系公司的工程项目采取招标方式选择供应商；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发行人的合作内容为广告发布、影片制作，与发行人不存在关联关系。

十七、关于《问询函》第28条：关于销售及主要客户。发行人的主要客户包括合作旅游电商平台、旅行社、散客、投资运营方等。

请发行人：（1）按照不同的销售内容，分别披露报告期内前五大客户名称、销售金额及占比、结算方式及应收或预付款情况；（2）补充披露不同业务主要客户的获取方式，发行人与主要客户的交易背景、定价政策及销售占比发生变化的原因，主要客户及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排，发行人与主要客户的交易是否具有可持续性；（3）分析并补充披露对不同门票销售代理机构销售门票的价格、毛利率是否存在差异；（4）补充披露发行人与上海红星美凯龙房地产集团有限公司的交易内容，其2019年进入前五大客户的原因，其对应项目的业主方、项目实际运营情况，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、毛利率等是否发生较大变化，与其他客户同类具体项目的毛利率差异。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、按照不同的销售内容，分别披露报告期内前五大客户名称、销售金额及占比、结算方式及应收或预付款情况

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 ¹	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 ²	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 ³	598.10	3.28%	预收模式、 应收模式	预收款项	111.23

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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 ⁴	346.14	1.90%	预收模式	预收款项	24.92
合计		7,832.26	42.91%	-	-	-
2019年度						
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 ⁵	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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：

（1）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；

（2）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；

（3）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。

（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 ¹	1,398.11	17.09%	部分预收，项目完成后收取余款	-	-

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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 ²	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 ³	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 ⁴	859.31	15.05%	部分预收,项目完成后收取余款、项目完成后一次性收款	应收账款	151.15
3	甘肃丝绸之路文商旅游开发有限公司 ⁵	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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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 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:

(1) 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;

(2) 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;

(3) 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。

2、补充披露不同业务主要客户的获取方式，发行人与主要客户的交易背景、定价政策及销售占比发生变化的原因，主要客户及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他利益安排，发行人与主要客户的交易是否具有可持续性

(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是否存在关联关系或其他利益安排，发行人与主要客户的交易是否具有可持续性

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限公司	2020年1-9月	346.14	1.90%	主要为大学生票，园区门票受学生群体欢迎，双方合作力度不断加大	白宏亮	无
	2019年度	639.17	1.33%			
	2018年度	425.21	1.00%			
	2017年度	334.78	0.90%			

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
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
捷宏润安工程顾问有限公司	2020年1-9月	1,827.58	22.35%	2020年建立合作关系，其承揽的项目有该类业务需求	吴虹鸥	无
	2019年度	-	-			
	2018年度	-	-			
	2017年度	-	-			
商丘市铁路投资有限公	2020年1-9月	1,458.24	17.83%	2020年建立合作关系，其投	商丘市财政局	无
	2019年度	-	-			

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
司	2018 年度	-	-	资的项目有该类业务需求		
	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	-	-			
	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	-	-			

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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	-	-			
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。

3、分析并补充披露对不同门票销售代理机构销售门票的价格、毛利率是否存在差异

(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。

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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 平台销售的单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单人票，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，具体解释参见本题第 3 节之“（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。

4、补充披露发行人与上海红星美凯龙房地产集团有限公司的交易内容，其 2019 年进入前五大客户的原因，其对应项目的业主方、项目实际运营情况，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、毛利率等是否发生较大变化，与其他客户同类

具体项目的毛利率差异

(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） ¹	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
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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
“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

发行人为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。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序:

- 1、获取主要客户的合同,检查合同的主要条款、结算方式等;
- 2、访谈发行人业务人员,了解发行人不同业务主要客户的获取方式、交易背景及定价政策;
- 3、通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等网站,查询主要客户的工商信息;
- 4、分析性复核不同门票销售代理机构的销售价格和毛利率情况;
- 5、获取红星美凯龙相关项目的合同,检查合同的主要条款、结算方式;
- 6、分析性复核红星美凯龙入股前后项目交易价格和毛利率变动情况,并与其他同类项目进行对比。

经核查,我们认为:

- 1、发行人主要客户及其关联方与发行人不存在关联关系或其他利益安排;发行人与门票业务的主要客户的交易稳定,具有可持续性,策划设计与咨询管理服务业务性质原因,客户会根据其业务发展和项目情况,确定是否有业务需求,因此与发行人之间的交易并非稳定持续的;
- 2、发行人对不同门票销售代理机构销售门票的价格不存在明显差异、毛利率水平不存在明显差异;
- 3、基于对发行人未来发展的良好预期,上海红星美凯龙房地产集团有限公司入股发行人,其入股价格是公允的,入股前后的交易价格、毛利率等没有发生较大变化,与其他客户同类具体项目的毛利率不存在明显差异。

十八、关于《问询函》第 29 条:关于预收款项。报告期各期末,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。

请发行人:(1)补充披露预收门票款的政策,报告期各期 OTA 平台分销和包量分销的门票款金额,2019 年预收门票款增加的原因及合理性,与在手订单的匹配性;(2)结合郑州中华恐龙园设计项目、天津中华恐龙园项目的基本情况、相关项目的合同签署日、

当前完工进度、项目状态等，补充披露预收项目款是否与合同中关于结算的约定相一致，是否符合行业惯例，期后结转情况。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、补充披露预收门票款的政策，报告期各期 OTA 平台分销和包量分销的门票款金额，2019 年预收门票款增加的原因及合理性，与在手订单的匹配性

（1）预收门票款政策

1) 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。

2) 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。

3) 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，线下旅行社根据未来销售计划补充门票款。

4) 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。

5) 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 ¹	3,123.41	5,884.96	26.02%	4,669.72	-52.00%	9,729.06
OTA 组合产品 分销 ²	2,660.02	10,942.97	24.86%	8,763.91	414.19%	1,704.40
OTA 包量分销 ³	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。

1)、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%。

2)、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%。

3)、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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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%。

(3) 2019 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
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：

1)、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；

2)、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

1)、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。

2)、预收单次票门票款

①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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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。

②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。

2、结合郑州中华恐龙园设计项目、天津中华恐龙园项目的基本情况、相关项目的合同签署日、当前完工进度、项目状态等，补充披露预收项目款是否与合同中关于结算的约定相一致，是否符合行业惯例，期后结转情况

(1) 郑州中华恐龙园设计项目情况

1) 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

2) 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 月确认收入
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	
第三阶段	飞行影院、四维特效影院、科技鬼屋、天幕影	2018 年 8 月 30 日，取得阶段性项目	于 2019 年 5 月 23 日收到 277.5 万	

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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
	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	成果确认单	元 ¹	
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			

3) 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

1) 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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

项目	具体内容
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

2) 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	

3) 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。截至本专项核查意见出具日，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。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、获取发行人销售制度，并访谈发行人财务人员，了解发行人预收门票款政策及其执行情况；
- 2、分析性复核门票款收入，分析报告期各期金额的增减变动情况；
- 3、分析性复核预收门票款余额构成，分析报告期各期金额的增减变动情况；
- 4、获取郑州中华恐龙园设计项目和天津中华恐龙园项目合同，检查合同的主要条款、结算方式等；
- 5、获取郑州中华恐龙园设计项目和天津中华恐龙园项目的回款单据，确认其回款情况。

经核查，我们认为：

- 1、发行人上述预收门票款的政策、2019年预收门票款增加原因与实际相符且具备合理性，预收门票款与在手订单情况是匹配的；
- 2、发行人预收项目款与合同中关于结算的约定相一致，符合行业惯例，期后结转情况良好。

十九、关于《问询函》第 30 条：关于应付账款和其他应付款。报告期各期末，发行

人应付账款账面价值分别为 11,146.74 万元、12,527.91 万元和 17,460.58 万元；其他应付账款金额分别为 1,552.13 万元、1,698.26 万元和 2,153.90 万元。

请发行人补充披露：（1）各期末应付材料款、工程设备款前五单位名称、应付账款余额、账龄、采购内容等，结合付款政策及政策执行情况、信用政策情况等分析并补充披露应付账款逐年上升的原因及与采购的配比情况；（2）应付账款中“其他”的主要内容，应付对象，报告期内持续增长的原因及合理性；（3）其他应付款中往来款的主要内容，2019 年增长较快的原因及合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）发行人说明

1、各期末应付材料款、工程设备款前五单位名称、应付账款余额、账龄、采购内容等，结合付款政策及政策执行情况、信用政策情况等分析并补充披露应付账款逐年上升的原因及与采购的配比情况

（1）各期末应付材料款、工程设备款前五大情况

1) 报告期各期末，发行人应付材料款前五大情况如下：

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	

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
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
		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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
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) 报告期各期末, 发行人应付工程设备款前五大情况如下:

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

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

序号	单位名称	应付账款余额	账龄	采购内容
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	-	-

(2) 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、劳务服务等应付账款，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。

(3) 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。

2、应付账款中“其他”的主要内容，应付对象，报告期内持续增长的原因及合理性

关于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申请文件的审核问询函的专项核查意见

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，具体构成项目如下：

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“其他”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。截至本专项核查意见出具日，双方就该事项已协商一致，该部分租金已支付。

3、其他应付款中往来款的主要内容，2019年增长较快的原因及合理性

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，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。

（二）我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、获取发行人采购制度，并访谈发行人采购人员和财务人员，了解发行人采购的付款政策、信用政策及对应政策的执行情况；
- 2、获取应付材料款、工程设备款前五名单位的合同，检查合同的主要条款、结算方式等，判断与发行人付款政策是否一致；
- 3、选择主要应付账款进行余额及发生额函证、并对主要应付账款供应商采取实地走访；
- 4、分析性复核应付账款余额构成，分析报告期各期金额的增减变动情况；
- 5、分析性复核其他应付款余额构成，分析报告期各期金额的增减变动情况。

经核查，我们认为：

发行人上述应付账款逐年上升的原因与其实际情况和付款政策相符，应付账款余额与采购总额是匹配的；应付账款中“其他”的主要内容为应付广告服务商的广告费，报告期内持续增长符合文旅行业特征及发行人实际经营情况；其他应付款中的往来款主要为代收联营款，包括代合作方缴纳的税费，2019年增长较快的原因系税款暂未缴纳。

二十、关于《问询函》第 31 条：关于第三方回款。根据保荐工作报告，报告期内发行人存在第三方回款。请发行人补充披露各期第三方回款金额及占收入比例，第三方回款的原因、必要性及商业合理性，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是否存在关联关系或其他利益安排。

请保荐人、申报会计师根据《审核问答》第 26 条的要求进行核查并发表明确核查意见。

（一）发行人说明

1、根据保荐工作报告，报告期内发行人存在第三方回款，请发行人补充披露各期第三方回款金额及占收入比例，第三方回款的原因、必要性及商业合理性，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是否存在关联关系或其他利益安排

（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，会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是否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。

(二) 我们对上述事项的核查

我们的核查程序：

- 1、获取发行人与客户签订的合同及销售收款银行回单，比对合同对手方和付款方是否一致，识别并统计第三方回款金额、获取并复核发行人提供的第三方回款统计明细表；；
- 2、访谈发行人财务及业务有关负责人，了解第三方回款发生的原因及其合理性；
- 3、通过实施函证程序对发行人确认的第三方回款收入金额及往来余额进行确认；
- 4、同一集团内其他主体支付、发行人客户股东代付的情形，以网络核查形式获取发

行人客户股权结构依据；

5、对金额较大的第三方回款获取了代收代付委托书等说明文件。

经核查，我们认为：

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。发行人第三方回款金额较小，且报告期内呈逐期下降趋势。第三方回款涉及的主要客户已就第三方回款出具委托付款书，发行人已对第三方回款制定了较为严格的规范和管理措施。发行人第三方回款真实，符合所在行业的业务特点，具有商业合理性。发行人报告期确认的第三方回款所对应的收入真实、准确。

本专项核查意见仅供恐龙园股份向深圳交易所申请首次发行新股之目的使用，未经本事务所书面同意，不应用于任何其他目的。



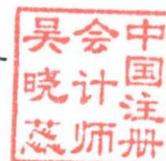
信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)

中国 北京

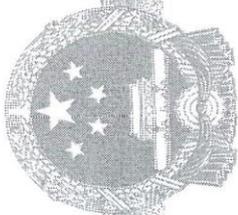
中国注册会计师:



中国注册会计师:



二〇二〇年十二月七日



统一社会信用代码
91110101592354581W

营业执照

(副本)
(3-1)



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多登记、
备案、许可、监
管信息

名称 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

类型 特殊普通合伙企业

负责人 李晓英, 谭小青, 张克, 叶韶勋, 顾仁荣

经营范围 审查企业会计报表, 出具审计报告, 验证企业资本, 出具验资报告; 办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务, 出具有关报告; 基本建设年度财务决算审计; 代理记账; 会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训; 法律、法规规定的其他业务。(市场主体依法自主选择经营项目, 开展经营活动; 依法须经批准的项目, 经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动; 不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

成立日期 2012年03月02日

合伙期限 2012年03月02日至 2042年03月01日

主要经营场所 北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座8层



登记机关

2020年07月15日

市场主体应当于每年1月1日至5月30日通过
国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

<http://www.gsxt.gov.cn>

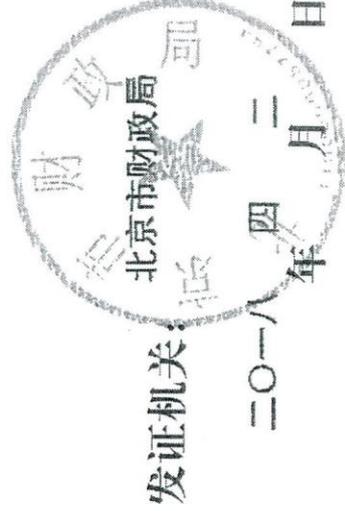
国家企业信用信息公示系统网址:

国家市场监督管理总局监制

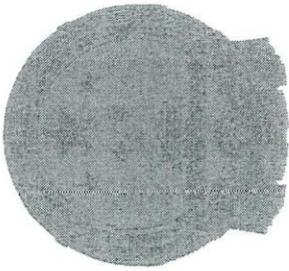
证书序号: 0000186

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



中华人民共和国财政部制



会计师事务所

执业证书



名称: 信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 叶韶勋

主任会计师:

经营场所 所北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座8层

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010136

批准执业文号: 京财会许可[2011]0056号

批准执业日期: 2011年07月07日



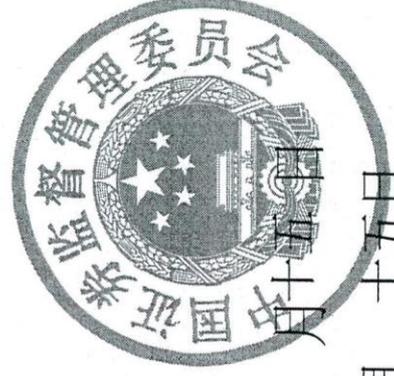
证书序号: 000380

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查，批准
信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）执行证券、期货相关业务。



首席合伙人: 叶韶勋



证书号: 16 发证时间: 二〇一〇年十月十五日

证书有效期至: 二〇一一年十月十五日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

岳华
转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
2008年1月23日
/m /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

岳华
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2008年1月23日
/m /d

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of a Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

岳华
转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
2008年1月24日
/m /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

岳华
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2008年1月24日
/m /d

10



姓名 邵立新
Full name
性别 男
Sex
出生日期 1969年10月1日
Date of birth
工作单位 岳华(集团)会计师事务所
Working unit
身份证号码 220402691001147
Identity card No.



年度检验登记
Annual Renewal Registration

注册



2016年3月1日
/m /d

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

2009年3月30日



2007年3月20日
/m /d

6

证书编号: 100000552327
No. of Certificate

批准注册协会: 中国注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2000年2月18日
Date of Issuance



姓名: 邵立新
证书编号: 100000552327



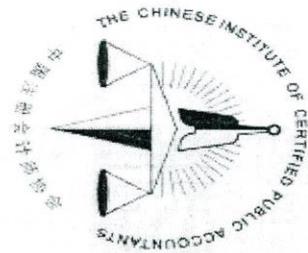
2000年2月18日
/m /d

4

5



姓名 吴晓燕
 Full name
 性别 女
 Sex
 出生日期 1979-06-17
 Date of birth
 工作单位 信永中和会计师事务所(特
 Working unit 殊普通合伙)上海分所
 身份证号码 340603197906171028
 Identity card No.



年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



吴晓燕(110004130017)
 您已通过2018年年检
 上海市注册会计师协会
 2018年04月30日

年 月 日
 y m d

证书编号: 110004130017
 No. of Certificate

批准注册协会: 上海市注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2007 年 08 月 23 日
 Date of Issuance y m d

4

5

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



吴晓燕(110004130017)
 您已通过2019年年检
 上海市注册会计师协会
 2019年05月31日

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



吴晓燕(110004130017)
 您已通过2020年年检
 上海市注册会计师协会
 2020年08月31日

年 月 日
 y m d