

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

上海宽创国际文化科技股份有限公司

Shanghai BroadMesse International Creative & Technology Co., Ltd.

（中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号）



首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

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

保荐人（主承销商）



（上海市广东路 689 号）

声明

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

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

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

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

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

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

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

本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
发行股数：	不超过 2,127 万股（含本数），占本次发行后总股本的比例不低于 25.00%；本次发行不安排股东公开发售股份。
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【】元/股
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市的交易所和板块：	深圳证券交易所创业板
发行后总股份：	不超过 8,507 万股
保荐机构、主承销商：	海通证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意下述重大事项提示。此外，在做出投资决策之前，请投资者认真阅读本招股说明书正文内容。

一、特别风险提示

本公司特别提醒投资者关注“第四节 风险因素”中的下列风险：

（一）宏观经济波动风险

公司主要为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展览会等展示场所提供数字文化展示的策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务，公司客户涵盖各级政府相关部门、政府投资建设平台、规模较大的工商企业等。公司所处的数字文化展示创意行业的发展与国家宏观经济走势相关，一般而言，宏观经济发展态势良好时，文化相关产业越繁荣，客户对展览展示的需求越多，从而为公司带来更多商业机会。如若未来几年我国宏观经济出现较大波动，将对数字文化展示创意行业的整体需求产生影响，进而对公司的经营造成影响。

（二）收入波动风险

由于展馆展厅展示创意单一项目金额通常较大，首先甲方招标数量与宏观产业政策和展馆展厅建设需求有密切关系；其次，公司能否中标，也与公司的创意设计能力、服务客户能力、准确获取机会能力等相关；再者，由于公司展馆展示创意设计服务主要以取得竣工验收单为收入确认依据，项目的实施、验收进度也将影响公司收入确认时点。以上因素，都将导致公司收入面临波动风险。

（三）应收账款较大的风险

报告期内，公司应收账款余额较大，2018年12月31日、2019年12月31日及2020年12月31日，公司应收账款账面价值分别为14,648.45万元、22,546.43万元及22,454.81万元，应收账款账面价值占流动资产的比例分别为29.66%、

38.40%及 41.94%。公司展馆展厅项目合同约定为按节点付款，项目需经审计决算，周期普遍较长；且公司客户主要为地方政府及事业单位等，付款审批流程较长，且受地方财政资金管理及负债规模影响，导致公司回款较慢。随着公司业务规模的持续扩大，未来如果地方政府或企业客户出现资金紧张的情形，公司应收账款规模将处于较高水平，并占用公司大量营运资金，带来一定的经营风险。

（四）业务分包风险

公司是数字文化展示创意服务领域集创意设计、制作、布展、维护于一体的综合提供商。创意设计方案是获得客户认同的决定性因素，也是确保项目实施效果达到预期的基础条件，因此创意设计在公司业务中具有核心地位。而装饰装修主要为室内基础装饰，该类型工作附加值低，技术含量要求低，属于公司非核心业务，且需要聘用大量工人。因此，公司专注于创意设计、影视动画、多媒体集成等核心环节及质量把控，将非核心业务如装饰装修等服务分包给具备相应实力的第三方实施。

报告期内，公司馆厅展示创意服务部分项目存在将装饰装修分包给无资质供应商及未经甲方认可进行分包的情形，具体情况详见“第六节 业务与技术”之“一、（四）6、公司业务模式合规性分析”。

公司各业务部门及项目现场管理团队对分包单位所承接分包项目的执行过程及完工情况严格把关。报告期内，公司确认收入的馆厅项目分包工程均已完工，且项目均获得甲方的竣工验收；公司未因业务分包事项而发生重大质量纠纷，且未受到住建部门相关行政处罚。

如果公司选择分包商不当或不能严格有效把控分包商施工质量，对分包商进行有效监督，将可能因分包商施工资质、质量引起纠纷或其他法律风险，存在被甲方追究法律责任或被主管部门处罚风险，**可能存在一定的经营合规性风险，从而对公司业绩及持续发展产生不利影响。**

（五）日常业务运营中的诉讼风险

公司从事馆体、展厅、展览等主体空间设计施工一体化业务，涉及设计、施工、竣工、结算等多个环节，且公司将附加值较低的装饰装修业务进行分包，涉

及与客户及分包供应商等多方主体确认工程量、支付进度款、结算工程款等多项责任，如各方对上述环节及责任存在异议均可能导致产生纠纷或诉讼，公司报告期内发生多次相关诉讼。

公司目前未决诉讼中，公司作为原告的诉讼主要是客户拖延支付公司工程款，公司采取法律程序催收；公司作为被告的诉讼主要是因项目实施过程中的增减项调整导致公司与供应商之间对结算金额和时间产生分歧。**若公司重大未决诉讼败诉，报告期经测算对净利润的影响比例分别为 0.00%、0.45%和 3.08%，将对公司的净利润造成一定程度的不利影响，对公司经营造成不利影响。**

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司尚未了结的或可预见的 100 万元以上的诉讼或仲裁情况请详见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

（六）质量控制风险

公司的业务地点分布于全国各地，业务类型较多，业务涉及各个环节的协调把控、各个领域的资源整合，这对公司的质量控制能力提出了较高的要求。对此，公司推行全面的质量管理，以各项目设计师、项目经理为直接负责人，对项目的全过程进行质量控制。未来，随着公司业务的扩张，公司对项目进行质量控制的难度将会增加，若公司不能实施有效的质量控制，可能引发质量纠纷，对公司声誉和获取新客户能力造成不利影响，给公司持续发展带来风险。

（七）新型冠状病毒肺炎疫情对公司业绩产生不利影响的风险

2020 年新型冠状病毒肺炎疫情对以人流聚集为主要特征的展馆展览行业产生较大影响，大型展览展会活动相继取消或延期；在展馆展厅业务方面，2020 年公司客户、供应商开工率不及往期，公司在建项目延期开工，项目验收及付款进度均有一定延缓，均对公司 2020 年经营业绩产生不利影响。

目前，新型冠状病毒肺炎疫情在全球多地爆发，持续时间尚不能可靠预计，对全球经济产生较大的影响。报告期内，公司展览展示创意服务业务占营业收入的比重分别为 29.62%、17.90%和 7.07%，其中约 60%的展览展示创意服务收入源于境外展会，受国外疫情影响较大。若短期内境外疫情不能得到有效控制，展

会无法恢复正常，公司展览展示创意服务收入有进一步下降的风险。

如果疫情导致全球以及中国经济增速放缓甚至衰退，从而减少文化产业投资，将对数字文化展示创意行业的整体需求产生不利影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

二、其他重大事项提示

本公司提示投资者认真阅读本公司、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况，具体承诺事项请参见本招股说明书之“第十节 投资者保护”之“五、承诺事项”。

三、财务报告审计基准日后的主要财务信息和经营状况

发行人财务报告审计基准日为**2020年12月31日**。2020年，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情。新型冠状病毒肺炎疫情对以人流聚集为主要特征的展览展示行业产生较大影响。展馆展厅方面，公司在建项目延期开工，项目验收及付款进度均有一定延缓；展会方面，国内外展会大面积推迟或取消。上述情况对公司2020年经营造成了一定影响，但发行人所属的数字文化创意产业作为国家战略性新兴产业及新支柱产业的战略定位不变，下游客户的需求不会因疫情而终止，对公司长期及整体趋势不会造成重大影响。

发行人财务报告审计基准日至本招股书签署之日，发行人主要经营模式，包括采购模式、生产模式和销售模式等未发生重大变化，主要原材料的市场供应情况未发生重大变化，主要客户类型和供应商类型的构成以及税收政策和其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化，发行人经营状况不存在重大变化。

新型冠状病毒肺炎疫情尚未对发行人生产经营造成重大不利影响，目前新型冠状病毒肺炎疫情在全球持续时间尚不能可靠预计，对全球经济产生较大的影响，如果疫情导致全球以及中国经济增速放缓甚至衰退，公司的经营情况也将间接受到不利影响。

目 录

声明	1
本次发行概况	2
重大事项提示	3
一、特别风险提示	3
二、其他重大事项提示	6
三、财务报告审计基准日后的主要财务信息和经营状况	6
目 录	7
第一节 释义	11
第二节 概览	13
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况	13
二、本次发行概况	13
三、发行人的主要财务数据及财务指标	14
四、发行人主营业务经营情况	14
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况	15
六、发行人选择的具体上市标准	16
七、发行人公司治理特殊安排	16
八、募集资金用途	16
第三节 本次发行概况	18
一、本次发行的基本情况	18
二、本次发行的有关当事人	18
三、发行人与本次发行的中介机构的关系	19
四、本次发行上市的重要日期	19
第四节 风险因素	20
一、创新风险	20
二、技术风险	20
三、经营风险	20
四、内控风险	22
五、财务风险	22
六、法律风险	25
七、发行失败风险	26
八、实际控制人控制风险	26

九、募集资金投资项目风险	27
十、对赌协议风险	27
十一、股市波动风险	27
第五节 发行人基本情况	28
一、发行人的基本情况	28
二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况	28
三、发行人的股权结构及组织结构	36
四、发行人子公司、分公司情况	37
五、发行人主要股东及实际控制人的基本情况	41
六、发行人股本情况	48
七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况	50
八、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及履行情况，上述人员所持股份被质押、冻结、诉讼纠纷等情形	56
九、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员近两年内曾发生变动情况	56
十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况	58
十一、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况	59
十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况	60
十三、员工及社会保障情况	62
第六节 业务与技术	74
一、发行人主营业务、主要产品的情况	74
二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况	113
三、发行人在行业中的竞争地位	142
四、发行人销售情况和主要客户	154
五、发行人采购情况和主要供应商	174
六、发行人主要固定资产及无形资产	199
七、公司核心技术和研发情况	219
八、公司在境外生产经营情况	228
第七节 公司治理与独立性	234
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况及董事会专门委员会的设置情况	234
二、公司内部控制情况	240
三、报告期内的违法违规及收到处罚的情况	243
四、公司资金占用及对外担保情况	246
五、公司独立经营情况	247
六、同业竞争情况	249

七、关联方及关联关系	250
八、关联交易情况	252
九、报告期内关联方的变化情况	260
第八节 财务会计信息与管理层分析	261
一、经审计的财务报表	261
二、审计意见和关键审计事项	264
三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准	267
四、盈利能力及财务状况的主要影响因素	267
五、合并财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况	268
六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	269
七、分部信息	306
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	306
九、主要税种、税率及税收优惠情况	307
十、主要财务指标	308
十一、经营成果分析	311
十二、资产质量分析	396
十三、偿债能力与流动性分析	453
十四、持续经营能力	484
十五、日后事项、或有事项及其他重要事项	487
第九节 募集资金运用与未来发展规划	493
一、募集资金运用概况	493
二、募集资金投资项目具体情况	497
三、公司发展战略及具体措施	503
第十节 投资者保护	507
一、投资者关系的主要安排	507
二、股利分配政策	508
三、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序	511
四、股东投票机制	512
五、承诺事项	512
第十一节 其他重要事项	532
一、重大合同	532
二、对外担保事项	538
三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为	538
四、控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为	551
第十二节 声明	552

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	552
二、发行人控股股东、实际控制人声明	553
三、保荐机构（主承销商）声明（一）	554
三、保荐机构（主承销商）声明（二）	555
四、发行人律师声明	556
五、审计机构声明	557
六、资产评估机构声明	558
七、验资机构声明（一）	559
七、验资机构声明（二）	560
第十三节 附件	562

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下特定含义：

一、一般词语		
本公司、公司、发行人、宽创国际	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司
德和宽创	指	上海德和宽创会展服务有限公司，系发行人前身，2012年3月更名为上海宽创展览展示有限公司
宽创展览	指	上海宽创展览展示有限公司，系发行人前身，2016年4月更名为上海宽创国际文化创意有限公司
宽创有限	指	上海宽创国际文化创意有限公司，系发行人前身，2017年11月整体变更至上海宽创国际文化科技股份有限公司
宽创香港	指	Broadmesse International Culture&Technology Company (HK) Limited，香港宽创国际文化科技有限公司，发行人香港全资子公司
宽创德国	指	BROADMESSE INTERNATIONAL CREATIVE GMBH，宽创国际文化创意有限公司，发行人报告期全资子公司，已于2020年1月28日注销。
宽新科技	指	上海浦东宽新科技有限公司，发行人全资子公司，已于2021年6月24日注销
西安分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司西安分公司
深圳分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司深圳分公司
成都分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司成都分公司
青岛分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司青岛分公司
六安分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司六安分公司
宽兴咨询	指	上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙），系发行人股东
宽创投资	指	上海宽创投资咨询有限公司，系发行人股东
民生投资	指	民生证券投资有限公司，系发行人股东
控股股东、实际控制人	指	张东先生和李丹女士夫妇
宽创 BVI	指	BROADMESSE INTERNATIONAL GROUP CO., LIMITED，李丹在 BVI 成立的关联公司
中信银行上海分行	指	中信银行股份有限公司上海分行，系发行人贷款银行
浦发银行张江科技支行	指	上海浦东发展银行股份有限公司张江科技支行
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
保荐人、保荐机构、主承销商	指	海通证券股份有限公司
发行人律师	指	上海市锦天城律师事务所
审计机构、申报会计师	指	大信会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构	指	银信资产评估有限公司
本次发行	指	本次首次公开发行不超过2,127万股社会公众股A股的行为

本招股说明书、招股书	指	《上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
A 股	指	境内上市人民币普通股
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
报告期、最近三年	指	2018 年度、2019 年度及 2020 年度
二、专业词汇		
AR	指	增强现实技术（Augmented Reality，简称 AR），是通过电脑技术将虚拟的信息应用到真实世界，真实的环境和虚拟的物体实时地叠加到了同一个画面或空间同时存在。
VR	指	虚拟现实技术（Virtual Reality，简称 VR），是一种能够创建和体验虚拟世界的计算机仿真技术，它利用计算机生成一种交互式的三维动态视景，其实体行为的仿真系统能够使用户沉浸到该环境中。
数字沙盘	指	数字沙盘是通过声、光、电、图像、三维动画以及计算机程控技术，运用数字投影来实现的沙盘模型，可以达到一种惟妙惟肖、变化多姿的动态视觉效果。对参观者来说是一种全新的体验，并能产生强烈的共鸣，比传统的沙盘模型更直观。
CG	指	计算机动画（Computer Graphics，简称 CG），随着以计算机为主要工具进行视觉设计和生产的一系列相关产业的形成，国际上习惯将利用计算机技术进行视觉设计和生产的领域通称为 CG。它既包括技术也包括艺术，几乎囊括了当今电脑时代中所有的视觉艺术创作活动，如平面印刷品的设计、网页设计、三维动画、影视特效、多媒体技术、以计算机辅助设计为主的建筑设计及工业造型设计等。
LED	指	发光二极管（Light-Emitting Diode，简称 LED），是一种能将电能转化为光能的半导体电子元件。LED 灯具有寿命长、光效高、无辐射与低功耗的特点。
4K	指	4K 分辨率即 4096×2160 的像素分辨率，故又被称之为 2160P，即横向有 4 千个像素点，属于超高清分辨率。
ISO9001	指	国际标准化组织（ISO）颁布的在全世界范围内通用的关于质量管理体系和质量保证方面的系列标准。

注：本招股说明书中若出现合计数与各单项数据加总不符，均为四舍五入所致。

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	上海宽创国际文化科技股份有限公司	有限公司成立日期	2005 年 7 月 8 日
注册资本：	6,380 万元	法定代表人：	张东
注册地址	中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号	主要生产经营地	中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号
控股股东	张东、李丹夫妇	实际控制人	张东、李丹夫妇
行业分类	文化艺术业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	海通证券股份有限公司	主承销商	海通证券股份有限公司
发行人律师	上海市锦天城律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	大信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	银信资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1 元/股		
发行股数	不超过 2,127 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数	不超过 2,127 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过 8,507 万股		
每股发行价格	【】		
发行市盈率	【】		
发行前每股净资产	【】	发行前每股收益	【】
发行后每股净资产	【】	发行后每股收益	【】
发行市净率	【】		
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上市值申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式发行		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开设人民币普通股（A 股）账户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		

拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	本次发行的保荐费用、律师费用、审计及验资费用等其他发行费用由发行人承担
募集资金总额	【】
募集资金净额	【】
募集资金投资项目	研发中心建设项目
	营销网络建设项目
	补充营运资金项目
发行费用概算	【】
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、发行人的主要财务数据及财务指标

项目	2020年12月31日 /2020年	2019年12月31日 /2019年	2018年12月31日 /2018年
资产总额（万元）	66,296.88	72,329.50	60,581.28
归属于母公司所有者权益（万元）	31,073.79	26,266.45	18,452.30
资产负债率（母公司）（%）	56.31	66.98	76.09
营业收入（万元）	47,679.41	48,111.53	38,961.08
净利润（万元）	5,127.18	5,285.76	3,550.69
归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,127.18	5,285.76	3,550.69
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	4,686.17	4,971.40	3,258.34
基本每股收益（元）	0.80	0.83	0.58
稀释每股收益（元）	0.80	0.83	0.58
加权平均净资产收益率（%）	17.88	22.90	24.90
经营活动产生的现金流量净额（万元）	2,217.39	427.21	827.35
现金分红（万元）	-	-	-
研发投入占营业收入比例（%）	4.22	4.82	5.21

四、发行人主营业务经营情况

宽创国际是数字文化展示创意服务的综合提供商。宽创国际深耕数字文化展示创意行业多年，拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验，并完成了数量众多的项目案例。宽创国际致力于为文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。

公司主要为展馆展厅（包括文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅等）、展览（包括展会等）等展示场所提供数字文化展示的策划、设计、实施和维护的

系统性服务或设计单项服务。公司提供的服务包括馆厅展示创意服务、展览展示创意服务及创意设计服务。

公司拥有专业且经验丰富的研发及创意设计团队，在深挖客户需求的基础上，注重科技与文化创意设计的融合，追求极致的展陈效果和感官体验。同时，公司注重科技研发创新，**截至报告期末，公司拥有研发人员 111 人，拥有专利 62 项及软件著作权 225 项。**公司是中国展览馆协会常务理事单位、德国博物馆协会会员单位、美国博物馆协会会员单位、上海市创意产业协会会员单位、上海市多媒体行业理事单位，并获得了“2019-2020 年度国家文化出口重点企业”、“**上海文化和旅游局科学技术进步奖一等奖**”、“2019 年度上海市‘专精特新’中小企业”、“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“**浦东新区企业研发机构**”、“**浦东总部经济十大经典样本**”、“**浦东新区高成长性总部证书**”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等荣誉。

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

公司深耕数字文化展示创意行业多年，为各类场馆空间提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务，拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验。公司致力于将数字技术与文化创意、设计服务深度融合，根据场所文化类型、空间条件、受众人群喜好、运营使用方的需求等，量身打造创意设计理念和方案。公司通过数字科技手段将原有文化内容进行多样化、多维度的呈现和解读，并利用物联网智慧平台挖掘实时数据，动态分析观众的观展行为及潜在需求，优化观展体验，为场所的运营提供有效数据支持。

公司在以文字、图片以及普通的多媒体技术等相对静态的传统展览展示基础上，通过结合 VR 虚拟现实技术、AR 增强现实技术、全景展示技术，并结合多屏联动展示及三维动画立体化展示，还原生态环境和人文环境，打造虚实结合的沉浸式空间，并通过智慧导览技术、展馆定位导航技术等加强观众交流互动，将

展示内容通过视觉、听觉技术全方位展现，提升整体参观体验，进一步拓宽了展示内容及手段，满足客户全方位、多样化、立体化的展示需求。

公司以建筑空间创意设计作为主导，结合基础装饰创新、艺术造型创新、灯光艺术创新、互动科技创新、机械装置创新、数字内容创新、多媒体集成创新、运营改造升级创新及线上运营的创新等创新模式，结合成一种综合性的创意创新模式。

发行人所属数字文化创意产业属于国家“十三五”战略性新兴产业，发行人系经上海市各相关单位共同认定的高新技术企业，发行人成长性良好，自主创新能力突出，拥有多项自主创新能力成果。**截至报告期末，发行人拥有研发人员 111 人，专利 62 项、商标 49 项、软件著作权 225 项。**

综上，发行人符合创新驱动发展战略，具有创新、创造、创意特征。

六、发行人选择的具体上市标准

发行人 **2019 年和 2020 年** 归属于母公司所有者的净利润(扣除非经常性损益前后孰低)分别为 **4,971.40 万元和 4,686.17 万元**。发行人选择的上市标准为《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第二章 2.1.2 中规定的第（一）条：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元。

七、发行人公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排。

八、募集资金用途

本次募集资金到位后，将根据重要性原则，按轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	募集资金使用量	备案 (国家代码)
1	研发中心建设项目	28,472.96	28,472.96	2019-310115-88-03-006901
2	营销网络建设项目	5,028.91	5,028.91	2019-310115-88-03-006895
3	补充营运资金项目	14,000.00	14,000.00	
合计		47,501.87	47,501.87	

公司将严格按照相关规定使用本次发行募集的资金。若公司根据项目实际进度以自筹资金先行投入，本次筹集资金到位后将置换已投入的资金。若实际募集资金不能满足项目投资需要，资金缺口由公司自筹资金解决。本次发行募集资金投资项目的具体内容详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数、占发行后总股本的比例：	本次拟公开发行不超过2,127万股（含本数），不安排股东公开发售股份。本次发行股份占发行后总股本的比例不低于25.00%
每股发行价：	【】元
发行人高管、员工拟参与战略配售情况：	无
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况：	无
发行市盈率：	【】倍（每股发行价格除以发行后每股收益）
预测净利润：	【】
发行后每股收益：	【】元（按照【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产：	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东净资产加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率：	【】倍（每股发行价格除以发行后每股净资产）
发行方式：	采用网下向询价对象询价配售和网上市值申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式发行
发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开设人民币普通股（A股）账户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
发行费用概算：	【】万元
其中：保荐及承销费用：	【】万元
审计及验资费用：	【】万元
律师费用：	【】万元
用于本次发行的信息披露费用：	【】万元
用于本次发行的发行手续费用：	【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）：	海通证券股份有限公司
法定代表人：	周杰
住所：	上海市广东路 689 号
联系电话：	021-23219000
传真：	021-63411627

保荐代表人：	杨小雨、赵耀
项目协办人：	成龙
项目组其他成员：	赵琼琳、韩卓群
（二）律师事务所：	上海市锦天城律师事务所
负责人：	顾功耘
住所：	上海市银城中路 501 号上海中心大厦 9、11、12 层
联系电话：	021-20511000
传真：	021-20511999
经办律师：	孙亦涛、郁振华、王舒庭
（三）会计师事务所：	大信会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人：	胡咏华
住所：	北京市海淀区知春路 1 号学院国际大厦 1504 室
联系电话：	010-82330500
传真：	010-82327668
经办注册会计师：	李赟莘、郭义喜、肖俊龙
（四）资产评估机构：	银信资产评估有限公司
法定代表人：	梅惠民
住所：	上海市嘉定区曹安公路1615号706室-3
联系电话：	021-63391088
传真：	021-63391116
经办注册评估师：	庞一村、叶晔
（五）股票登记机构：	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所：	广东省深圳市福田区深南大道2012号深圳证券交易所广场 22-28楼
联系电话：	0755-21899999
传真：	0755-21899000
（六）收款银行：	【】
户名：	【】
账号：	【】
（七）拟上市证券交易所：	深圳证券交易所
住所：	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话：	0755-82083333
传真：	0755-82083164

三、发行人与本次发行的中介机构的关系

公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

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

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次公开发售的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。

一、创新风险

公司以建筑空间创意设计作为主导，结合基础装饰创新、艺术造型创新、灯光艺术创新、互动科技创新、机械装置创新、数字内容创新、多媒体集成创新、运营改造升级创新及线上运营的创新等创新模式，结合成一种综合性的创意创新模式。未来若公司在上述方面的创新无法继续被市场及客户认可接受，技术创新应用无法紧跟市场发展趋势，将对公司经营业绩产生较大不利影响。

二、技术风险

随着现代信息技术、虚拟现实技术、人工智能技术等展览展示行业的深入应用，展览展示形式不断创新，技术不断突破，展览展示行业正进入全新的发展阶段。如果公司不能紧随市场进行持续技术研发，或研发成果不能顺利转化，则会对公司的技术、综合竞争力乃至未来经营业绩产生不利影响。

三、经营风险

（一）宏观经济波动风险

公司主要为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展览会等展示场所提供数字文化展示的策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务，公司客户涵盖各级政府相关部门、政府投资建设平台、规模较大的工商企业等。公司所处的数字文化展示创意行业的发展与国家宏观经济走势相关，一般而言，宏观经济发展态势良好时，文化相关产业越繁荣，客户对展览展示的需求越多，从而为公司带来更多商业机会。如若未来几年我国宏观经济出现较大波动，将对数字文化展示创意行业的整体需求产生影响，进而对公司的经营造成影响。

响。

（二）产业政策变化风险

公司所处的数字文化展示创意行业的发展与产业政策紧密相关。博物馆、科技馆、文旅主题馆等公共馆体的建设往往由政府主导，政府对展馆的建设需求对公司所处行业的发展空间产生较大影响，政府财政资金的支持也直接影响行业内公司的回款质量。如若未来我国政府对文化产业投资政策发生变动，将对整个行业产生影响，进而影响公司的经营业绩。

（三）市场竞争风险

公司自成立以来，一直深耕数字文化展示创意行业，经过多年的发展，已成为行业中具有一定规模的企业。近年来，随着行业的快速发展，越来越多的竞争对手加入行业，行业竞争日趋激烈。若公司不能有效应对，继续保持公司产品与服务的竞争优势，巩固和提升市场占有率，将对公司盈利能力产生不利影响。

（四）人才流失风险

人才是公司开展业务的核心，具体包括设计、销售、管理等方面的人才。一方面，随着公司业务规模的扩张，公司需要持续引进各领域的高素质人才；另一方面，随着行业市场竞争加剧，公司现有人才也面临流失风险。

未来，如果公司无法引进并挽留足够数量的优秀人才，**出现核心技术人员和设计研发人才大量流失的情况**，将会对公司经营产生不利影响。

（五）新型冠状病毒肺炎疫情对公司业绩产生不利影响的风险

2020 年新型冠状病毒肺炎疫情对以人流聚集为主要特征的展馆展览行业产生较大影响，大型展览展会活动相继取消或延期；在展馆展厅业务方面，2020 年公司客户、供应商开工率不及往期，公司在建项目延期开工，项目验收及付款进度均有一定延缓，均对公司 2020 年经营业绩产生不利影响。

目前，新型冠状病毒肺炎疫情在全球多地爆发，持续时间尚不能可靠预计，对全球经济产生较大的影响，如果疫情导致全球以及中国经济增速放缓甚至衰退，

从而减少文化产业投资，将对数字文化展示创意行业的整体需求产生不利影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

四、内控风险

宽创国际致力于为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。公司业务现已分布全国各地乃至国际，项目实施过程中涉及跨领域、多专业的实施环节，并涉及对公司项目团队、供应商的协调、管理。

随着公司业务规模的进一步扩大，公司同期实施的跨地区项目数量不断增长，项目实施管理难度逐渐增加，如果公司治理结构、内部控制制度体系及其执行情况不能随公司的业务发展进一步健全、完善，无法对项目进行有效的管理，对项目实施环节管理不善，对供应商管理不当，可能引发项目进度、项目工程量、质量等问题或纠纷，将给公司持续发展带来风险。

五、财务风险

（一）收入波动风险

由于展馆展厅展示创意单一项目金额通常较大，首先甲方招标数量与宏观产业政策和展馆展厅建设需求有密切关系；其次，公司能否中标，也与公司的创意设计能力、服务客户能力、准确获取机会能力等相关；再者，由于公司展馆展示创意设计服务主要以取得竣工验收单为收入确认依据，项目的实施、竣工验收进度也将影响公司收入确认时点。以上因素，都将导致公司收入面临波动风险。

（二）应收账款较大的风险

报告期内，公司应收账款余额较大，2018年12月31日、2019年12月31日及**2020年12月31日**，公司应收账款账面价值分别为14,648.45万元、22,546.43万元及**22,454.81万元**，应收账款账面价值占流动资产的比例分别为29.66%、38.40%及**41.94%**。公司展馆展厅项目合同约定为按节点付款，项目需经审计决算，周期普遍较长；且公司客户主要为地方政府及事业单位等，付款审批流程较长，且受地方财政资金管理及负债规模影响，导致公司回款较慢。随着公司业务

规模的持续扩大，未来如果地方政府或企业客户出现资金紧张的情形，公司应收账款规模将处于较高水平，并占用公司大量营运资金，带来一定的经营风险。

（三）存货减值风险

作为数字文化展示创意服务提供商，公司存货主要为未验收项目成本。截至2018年末、2019年末和**2020年末**，公司存货账面价值分别为19,573.96万元、20,595.47万元及**13,042.56万元**。随着业务规模扩大，公司承接项目数量不断增加，且部分大型项目因项目实施、验收进度等存在跨期的情况，导致公司存货账面余额逐步增加。因此，未来若公司在大型项目执行过程中不能有效控制成本费用，或客户投资计划出现变动，将可能导致存货出现减值的风险。

（四）毛利率波动的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为32.95%、31.71%及**32.63%**。由于公司各年度承接的项目类型、功能特点、客户需求、创意设计方案的、造价水平等均存在不同程度的差异，从而导致项目毛利率存在差异，因此公司存在各年度承接项目类型的不同而导致毛利率波动的风险。未来随着行业市场竞争的不断加剧，如果公司不能持续保持竞争优势，将可能面临毛利率下降的风险。**受疫情及行业竞争加剧影响，公司展览展示创意服务毛利率存在进一步下降的风险。**

（五）项目审计决算调整风险

公司业务前期需经过招投标、合同签署，确定合同金额，后期需要验收、审计决算，由于在项目执行过程中，设计的方案图纸可能存在变更，或预测的材料价格、数量与实际出现偏差，将导致实际实施现场计划的变更。公司通常与甲方约定，根据项目进度进行收款，有部分尾款需在审计决算后收取。由于审计决算周期较长，且审计决算金额存在一定不确定性，如果审计决算金额差异较大且低于合同金额，将对公司经营成果和财务状况带来不利影响。

（六）经营活动现金流量净额低于净利润的风险

报告期各期末，公司经营活动现金流量净额分别为827.35万元、427.21万元及**2,217.39万元**，低于公司各年实现的净利润3,550.69万元、5,285.76万元

及 5,127.18 万元,主要系公司馆厅业务报告期内快速发展,项目回款周期较长,向客户收款与向供应商付款在付款周期上存在一定的时间差异,占用了公司较多的营运资金。未来,如果公司经营活动现金流不能有效改善,且来自投资及筹资活动的现金流入不足时,公司将存在营运资金不足并影响生产经营的风险。

（七）税收优惠风险

公司系经上海市各相关单位共同认定的高新技术企业,公司于 2016 年 11 月 24 日取得编号为 GR201631001989 的高新技术企业证书,并于 2019 年 10 月 28 日取得新的编号为 GR201931001934 号高新技术企业证书,有效期三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》等相关规定,在高新技术企业证书有效期内,公司可按 15%的所得税优惠税率缴纳当年的企业所得税。

一旦公司不再被认定为高新技术企业或者国家税收优惠政策发生变化,或者虽已取得高新技术企业证书,但不满足享受相应税收优惠条件,将对公司经营成果产生一定影响。

（八）净资产收益率下降的风险

本次发行完成后,公司净资产将大幅增加,而募集资金投资项目需要一定的建设周期,难以在短期内对公司盈利产生显著贡献,且募投项目投资采购的固定资产和无形资产将产生较大的折旧和摊销费用,对公司利润产生一定影响。因此,公司净资产收益率在本次发行完成后的一定期限内存在下降的风险。

（九）项目亏损风险

公司存在少量因预收款项和合同负债无法覆盖已支出成本导致项目亏损的情况。如果后续公司无法有效管理收款与付款时间差,将导致公司出现项目亏损风险,对公司现金流产生一定不利影响。

（十）偿债风险和流动性风险

报告期各期末,公司流动比率分别为 1.20 倍、1.29 倍及 1.55 倍,速动比率分别为 0.72 倍、0.84 倍及 1.18 倍,不及同行业可比公司平均水平。随着公司业务规模扩大,流动资金需求增加,若融资渠道无法进一步拓展,将使公司

面临一定的偿债风险和流动性风险。

六、法律风险

（一）业务分包风险

公司是数字文化展示创意服务领域集创意设计、制作、布展、维护于一体的综合提供商。创意设计方案是获得客户认同的决定性因素，也是确保项目实施效果达到预期的基础条件，因此创意设计在公司业务中具有核心地位。而装饰装修主要为室内基础装饰，该类型工作附加值低，技术含量要求低，属于公司非核心业务，且需要聘用大量工人。因此，公司专注于创意设计、影视动画、多媒体集成等核心环节及质量把控，将非核心业务如装饰装修等服务分包给具备相应实力的第三方实施。

报告期内，公司馆厅展示创意服务部分项目存在将装饰装修分包给无资质供应商及未经甲方认可进行分包的情形，具体情况详见“第六节 业务与技术”之“一、（四）6、公司业务模式合规性分析”。

公司各业务部门及项目现场管理团队对分包单位所承接分包项目的执行过程及完工情况严格把关。报告期内，公司确认收入的馆厅项目分包工程均已完工，且项目均获得甲方的竣工验收；公司未因业务分包事项而发生重大质量纠纷，且未受到住建部门相关行政处罚。

如果公司选择分包商不当或不能严格有效把控分包商施工质量，对分包商进行有效监督，将可能因分包商施工资质、质量引起纠纷或其他法律风险，存在被甲方追究法律责任或被主管部门处罚风险，**可能存在一定的经营合规性风险，从而对公司业绩及持续发展产生不利影响。**

（二）日常业务运营中的诉讼风险

公司从事馆体、展厅、展览等主体空间设计施工一体化业务，涉及设计、施工、竣工、结算等多个环节，且公司将附加值较低的装饰装修业务进行分包，涉及与客户及分包供应商等多方主体确认工程量、支付进度款、结算工程款等多项责任，如各方对上述环节及责任存在异议均可能导致产生纠纷或诉讼，公司报告

期内发生多次相关诉讼。

公司目前未决诉讼中，公司作为原告的诉讼主要是客户拖延支付公司工程款，公司采取法律程序催收；公司作为被告的诉讼主要是因项目实施过程中的增减项调整导致公司与供应商之间对结算金额和时间产生分歧。**若公司重大未决诉讼败诉，报告期经测算对净利润的影响比例分别为 0.00%、0.45%和 3.08%，将对公司的净利润造成一定程度的不利影响，对公司经营造成不利影响。**

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司尚未了结的或可预见的 100 万元以上的诉讼或仲裁情况请详见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

（三）质量控制风险

公司的业务地点分布于全国各地，业务类型较多，业务涉及各个环节的协调把控、各个领域的资源整合，这对公司的质量控制能力提出了较高的要求。对此，公司推行全面的质量管理，以各项目设计师、项目经理为直接负责人，对项目的全过程进行质量控制。未来，随着公司业务的扩张，公司对项目进行质量控制的难度将会增加，若公司不能实施有效的质量控制，可能引发质量纠纷，对公司声誉和获取新客户能力造成不利影响，给公司持续发展带来风险。

七、发行失败风险

根据相关法规要求，若本次发行时提供有效报价的投资者或网下申购的投资者数量不足法律规定要求，本次发行应当中止，若发行人中止发行上市审核程序超过交易所规定的时限或者中止发行注册程序超过 3 个月仍未恢复，或者存在其他影响发行的不利情形，或导致发行失败的风险。

八、实际控制人控制风险

公司实际控制人为张东、李丹夫妇，两人直接持有公司 3,600.00 万股股份，占股份总数的 56.43%；通过宽创投资、宽兴咨询间接控制公司 40.75%的股份。张东、李丹夫妇合计控制公司 97.18%的股份。如实际控制人利用自己的控制地位，对公司的财务决策、经营决策、人事任免等进行控制，可能存在作出不当决

议损害公司或其他股东利益的风险。

九、募集资金投资项目风险

公司本次募集资金用于“研发中心建设项目”、“营销网络建设项目”及“补充营运资金项目”。募集资金投资项目的实施将进一步增强公司自主创新能力，提升公司服务的技术含量，提高市场渗透能力，增加公司的核心竞争力。募投项目在实施过程中仍可能遇到经济形势、政策环境、技术发展、市场需求等方面的变化，同时也会受公司自身经营管理水平的影响。以上内外部因素可能导致项目延期、无法实施或无法实现预期收益，从而对公司经营产生不利影响。

十、对赌协议风险

2017年12月，公司实际控制人张东、李丹与公司股东民生投资签署《投资协议之补充协议》，涉及对赌条款尚未解除。对赌协议当事人是公司实际控制人而非发行人，可能存在触发履约条件进行股份回购，而导致公司实际控制人股份变动或现金支出的风险。目前张东、李丹夫妇合计控制公司97.18%的股份，民生投资持有公司2.82%股份，对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的情形。

十一、股市波动风险

股票投资的风险与收益并存。股票价格不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，而且受经济增长、利率水平、国际贸易等宏观因素和股票市场供求关系等市场因素的影响。本公司股票的市场价格可能因上述因素的影响而背离其投资价值，直接或间接对投资者造成损失，投资者对此应有充分的认识。

第五节 发行人基本情况

一、发行人的基本情况

公司名称:	上海宽创国际文化科技股份有限公司
英文名称:	Shanghai BroadMesse International Creative & Technology Co., Ltd.
注册资本:	6,380 万元
法定代表人:	张东
有限公司成立日期:	2005 年 7 月 8 日
股份公司设立日期:	2017 年 11 月 28 日
住所:	中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号
邮政编码:	201203
电话号码:	021-51691922-8888
传真号码:	021-38830236
互联网网址:	http://www.broadmesse.com/
电子信箱:	sec@broadmesse.com
负责信息披露和投资者关系的部门、负责人和电话号码:	证券部，矫悟，021-51691922-8888

二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况

（一）有限公司设立情况

发行人前身为上海德和宽创会展服务有限公司，由张东和王凯以货币资金出资设立，注册资本为人民币 50 万元，其中张东以货币方式认缴出资 40 万元，占注册资本的 80%，王凯以货币方式认缴出资 10 万元，占注册资本的 20%。

2005 年 7 月 7 日，上海立信会计师事务所有限公司出具“立信验（2005）2683 号”《验资报告》，确认公司设立的注册资本已缴足。2005 年 7 月 8 日，德和宽创取得了上海市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》（注册号为 3102272085591）。

德和宽创设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴资本（万元）	实缴资本（万元）	出资比例
1	张东	40.00	40.00	80.00%
2	王凯	10.00	10.00	20.00%
合计		50.00	50.00	100.00%

本次出资中，王凯货币出资 10 万元系受李丹（系张东配偶）委托代为出资，名义股权由王凯持有，实际出资由李丹出资。该委托持股已于 2006 年 8 月还原。

（二）股份公司设立情况

2012 年 3 月，公司由“上海德和宽创会展服务有限公司”更名为“上海宽创展览展示有限公司”，2016 年 4 月，公司由“上海宽创展览展示有限公司”更名为“上海宽创国际文化创意有限公司”，2017 年 11 月，股份公司由上海宽创国际文化创意有限公司整体变更设立。

经 2017 年 10 月 15 日宽创有限股东会 and 2017 年 10 月 30 日宽创国际创立大会决议，公司以截至 2017 年 5 月 31 日经审计的净资产人民币 81,404,793.98 元为基础，按 1:0.7371 的比例折为股本 6,000 万股，每股面值 1 元，其余计入公司资本公积，整体变更为上海宽创国际文化科技股份有限公司。上述变更已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）验证并出具信会师报字[2016]第 ZA51962 号《验资报告》。

2017 年 11 月 28 日，公司在上海市工商行政管理局办理了工商变更登记，并领取了《营业执照》（统一社会信用代码为 91310115777626379G）。

股份公司设立时股权结构如下：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	持股比例
1	张东	2,400.00	40.00%
2	李丹	1,200.00	20.00%
3	宽创投资	2,400.00	40.00%
合计		6,000.00	100.00%

（三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期内，公司进行了股份公司整体变更及 2 次增资，具体情况如下：

时间	变动后股本总额（万元）	变动简介
2017 年 11 月	6,000	整体变更设立股份公司，发起人为张东、李丹和宽创投资
2018 年 12 月	6,180	注册资本增加 180 万元，增资价格为每股 12.60 元人民币，由民生投资认购
2019 年 5 月	6,380	注册资本增加 200 万元，增资价格为每股 10.80 元

人民币，由宽兴咨询（员工持股平台）认购

1、2017 年 11 月，整体变更设立股份公司

详见本节“二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况”之“（二）股份公司设立情况”。

2、2018 年 12 月，增资至 6,180 万元

2017 年 12 月 28 日，宽创国际与民生证券投资有限公司（以下简称“民生投资”）、宽创投资及张东、李丹签订《投资协议》，协议约定民生投资以人民币 2,268 万元的增资认购价款认购公司新增股份 180 万股，溢价部分计入公司资本公积。

2018 年 8 月 15 日，宽创国际 2018 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。

本次增资系出于公司发展需要引入外部投资民生投资，本次增资价格为每股 12.60 元人民币，定价依据系在公司 2017 年预计可实现净利润的基础上，按 14 倍市盈率协商确定，定价公允。

2019 年 6 月 5 日，大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具大信验字[2019]第 4-00034 号《验资报告》，经审验，截至 2018 年 1 月 25 日止，宽创国际已收到民生投资认缴的出资额 2,268 万元，全部为货币资金出资，其中人民币 180 万元计入实收资本，剩余出资额超过注册资本人民币 2,088 万元计入资本公积。

2018 年 12 月 5 日，公司完成了本次增资的工商变更登记，领取了《营业执照》（统一社会信用代码为 91310115777626379G）。

本次增资完成后，宽创国际股权结构如下：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	持股比例
1	张东	2,400.00	38.83%
2	李丹	1,200.00	19.42%
3	宽创投资	2,400.00	38.83%
4	民生投资	180.00	2.91%
合计		6,180.00	100.00%

3、2019 年 5 月，增资至 6,380 万元

2018 年 12 月，宽创国际与上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙）（以下简称“宽兴咨询”）签订《增资协议》，协议约定宽兴咨询以人民币 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股。

2019 年 3 月 8 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。

宽兴咨询系公司员工持股平台，本次增资价格为每股 10.80 元人民币，低于最近一次外部投资者民生投资增资价格 12.6 元/股，高于当期每股净资产价格，有利于激励公司员工，促进公司发展，定价公允。公司已于 2019 年确认相应股份支付金额 360 万元。

2019 年 6 月 6 日，大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具大信验字[2019]第 4-00035 号《验资报告》，经审验，截至 2019 年 1 月 31 日止，宽创国际已收到宽兴咨询认缴的出资额 2,160 万元，全部为货币资金出资，其中人民币 200 万元计入实收资本，剩余出资额超过实收资本的部分人民币 1,960 万元计入资本公积。

2019 年 5 月 20 日，公司完成了上述增资的工商变更登记，领取了《营业执照》（统一社会信用代码为 91310115777626379G）。

本次增资完成后，宽创国际股权结构如下：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	持股比例
1	张东	2,400.00	37.62%
2	李丹	1,200.00	18.81%
3	宽创投资	2,400.00	37.62%
5	宽兴咨询	200.00	3.13%
4	民生投资	180.00	2.82%
合计		6,380.00	100.00%

截至本招股说明书签署日，发行人股权结构未再发生变更。

（四）发行人重大资产重组情况

报告期内，发行人不存在重大资产重组情况。

（五）发行人在其他证券市场上市/挂牌情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在其他证券市场上市/挂牌的情况。

（六）对赌协议情况

1、正在执行的对赌协议具体内容

2017年12月28日，民生投资与实际控制人张东、李丹签署《投资协议之补充协议》，就业绩承诺及股份回购等事宜作出了相关约定。2020年7月6日，上述主体签署了《投资协议之补充协议二》，因创业板注册制改革，双方同意将原《投资协议之补充协议》中第3条“回购权”第1款的“中国证监会受理”修改为“中国证监会或上海/深圳证券交易所受理”。

2021年6月15日，上述主体签署了《投资协议之补充协议三》，各方同意解除并终止履行《投资协议之补充协议》第一条第（1）款、第2条的相关约定，民生投资放弃向发行人实际控制人张东、李丹主张现金补偿的权利，张东、李丹无需向民生投资支付现金补偿款，民生投资承诺不再与张东、李丹就承诺业绩、现金补偿另行签署其他可能对宽创国际产生影响的协议。同时，各方同意将《投资协议之补充协议》第3条第（2）款约定股份回购价款的利率从6%变更为8%。

截至本招股说明书签署日，正在执行的对赌条款主要内容具体如下：

“甲方：民生证券投资有限公司

乙方1：张东

乙方2：李丹

……

1、乙方承诺：

（2）目标公司在本协议签署且投资者款到位后3年内完成在沪深交易所首次公开发行股票并上市交易（本协议简称‘IPO’）。

3、回购权

（1）若目标公司未能在甲方投资款到位后3年内完成在沪深交易所首次公

开发行股票并上市交易，甲方有权要求乙方以现金方式收购届时甲方持有目标公司的全部或部分股权（本协议简称“收购请求权”）。

本协议所称“届时甲方持有目标公司的全部或部分股份”应扣除甲方在本次发行以外增持的目标公司股份（如有）；因目标公司以资本公积、盈余公积或未分配利润转增股本而导致认购方持股数量增加的，不属于本款约定的增持。

为符合 IPO 的审核要求，若目标公司提出的 IPO 申请被中国证监会/深圳证券交易所受理，自受理之日起，本条自动失效或由各方按照中国证监会审核要求签署相关协议终止本条款。

若目标公司 IPO 申请被否决或撤回 IPO 申请，则自否决之日或撤回之日本条的效力自动恢复，或者由各方按照补充协议的约定重新签署新的补充协议。

（2）“届时甲方持有目标公司的全部或部分股份”回购价格计算

总回购价=甲方本次缴纳投资款*（1+8%*资金占用时间（天）/365）-甲方从目标公司获得的现金红利。

资金占用时间是指甲方的投资款进入目标公司验资账户之日（含）起至乙方将收购款汇入甲方账户之日止。

（3）甲方以邮政特快专递方式或其他速递方式向乙方中任意一方联系地址基础形式收购请求权的书面通知，乙方应于收到该通知之日起的 180 个自然日内向甲方支付全额收购款，乙方可自行决定股权回购义务的具体履行主体。

.....”

2、未在申报前解除的原因及影响

根据《投资协议之补充协议》，张东、李丹向民生投资承诺了若宽创国际 2017 年经审计净利润数低于 5,000 万元，张东、李丹应对民生投资进行现金补偿。2017 年公司经审计净利润为 3,327.03 万元，低于承诺净利润 5,000 万元，差异原因主要系：上述主体协商并承诺利润时采用完工百分比法对公司业绩进行预测，而实际执行中，公司作为拟上市公司为强化申报会计信息谨慎性和可靠性，采用验收法确认收入并列报。

上述对赌业绩条款虽已触发，考虑到公司经营规模整体稳定增长，发行人所属的数字文化创意产业发展空间广阔，投资方对发行人未来发展前景持续看好，从而放弃现金补偿，未实际履行该条款。2021年6月15日，民生投资与发行人实际控制人签署了《投资协议之补充协议三》，各方同意解除并终止履行《投资协议之补充协议》第一条第（1）款、第2条的相关约定，民生投资放弃向发行人实际控制人张东、李丹主张现金补偿的权利，张东、李丹无需向民生投资支付现金补偿款，民生投资承诺不再与张东、李丹就承诺业绩、现金补偿另行签署其他可能对宽创国际产生影响的协议。同时，各方同意将《投资协议之补充协议》第3条第（2）款约定股份回购价款的利率从6%变更为8%。

发行人实际控制人与民生投资除签署《民生证券投资有限公司与张东、李丹关于上海宽创国际文化科技股份有限公司投资协议》及《投资协议之补充协议》《投资协议之补充协议二》《投资协议之补充协议三》之外，不存在其他未披露的利益安排。

上述协议中，张东、李丹向民生投资承诺了在协议签署且投资款到位后（即2018年1月25日）3年内完成首次公开发行股票并上市交易。若未能完成，民生投资有权要求张东、李丹以现金方式收购届时民生投资持有的宽创国际全部或部分股份。该条款自宽创国际IPO申请被证监会/交易所受理之日起自动失效或按照审核要求签署相关协议终止该条款。若宽创国际IPO申请被否决或撤回，自否决之日或撤回之日本条的效力自动恢复，或者由各方按照本补充协议的约定重新签署新的补充协议。

上述协议条款中约定“若目标公司IPO申请被否决或撤回IPO申请，则自否决之日或撤回之日本条的效力自动恢复，或者由各方按照补充协议的约定重新签署新的补充协议。”，其中“由各方按照补充协议的约定重新签署新的补充协议”是指若IPO申请被否决或撤回之后，除回购条款效力自动恢复之外，各方届时还保留可以选择重新签署新补充协议的权利。

上述约定仅在发行人本次IPO申请无法实现的情况下适用，在发行人本次IPO申请过程中以及本次IPO发行成功后对发行人不产生影响。

除已披露的对赌协议外，发行人与其股东间不存在其他已解除或未解除的

对赌协议。

根据《投资协议之补充协议》《投资协议之补充协议二》《投资协议之补充协议三》，（1）对赌协议当事人是发行人实际控制人而非发行人；（2）截至招股说明书签署日，张东、李丹合计控制公司 97.18%的股份，对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的约定；（3）对赌协议不与市值挂钩；（4）对赌协议不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，公司申报时存在正在执行的对赌协议，不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 13 条规定的条件。

（七）股权代持情况

2005 年 7 月，张东和王凯以货币资金出资设立上海德和宽创会展服务有限公司（即发行人前身），注册资本为人民币 50 万元，其中张东以货币方式认缴出资 40 万元，占注册资本的 80%，王凯以货币方式认缴出资 10 万元，占注册资本的 20%。本次出资中，王凯货币出资 10 万元系受李丹（系张东配偶）委托代为出资，名义股权由王凯持有，实际出资由李丹出资。德和宽创设立时期，李丹正任职于普立万聚合体（上海）有限公司，尚未离职，不便处理德和宽创事务，而王凯与实际控制人张东、李丹夫妇系朋友关系，故李丹委托王凯代为持有宽创有限 20% 股权。基于信任，双方并未签署相关股权代持协议。

2006 年 7 月，王凯与李丹签署《股权转让协议书》，约定王凯将其持有的德和宽创 20% 的股权转让给李丹。同日，德和宽创召开股东会，全体股东一致同意上述股权转让事项。王凯原持有德和宽创股份系代李丹持有，该次股权转让系代持股份的还原。2006 年 8 月，德和完成上述股权转让的工商变更登记。股权代持已解决完毕，解除过程合法合规。双方已出具说明文件，确认双方对所代持的股权不存在权属争议和纠纷。

王凯与发行人股东、实际控制人之间不存在关联关系或亲属关系，并未任职于发行人及其子公司或发行人股东、实际控制人所控制的关联企业。

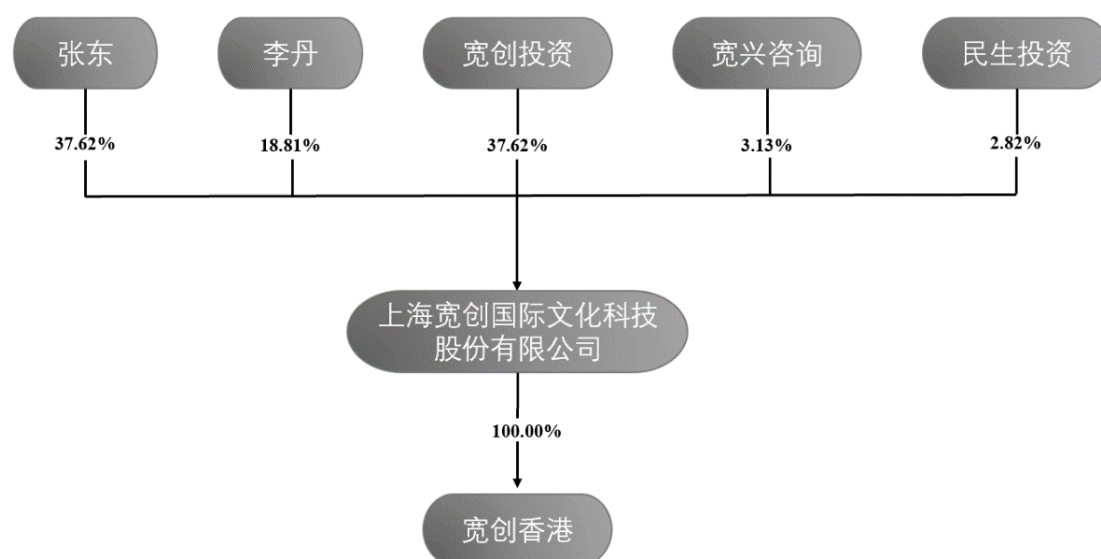
经核查，保荐机构及发行人律师认为公司在有限公司设立时曾存在股权代持

情形，已于 2006 年 8 月股权代持已还原，公司股权不存在权属争议和纠纷，不构成发行人首发的法律障碍。

三、发行人的股权结构及组织结构

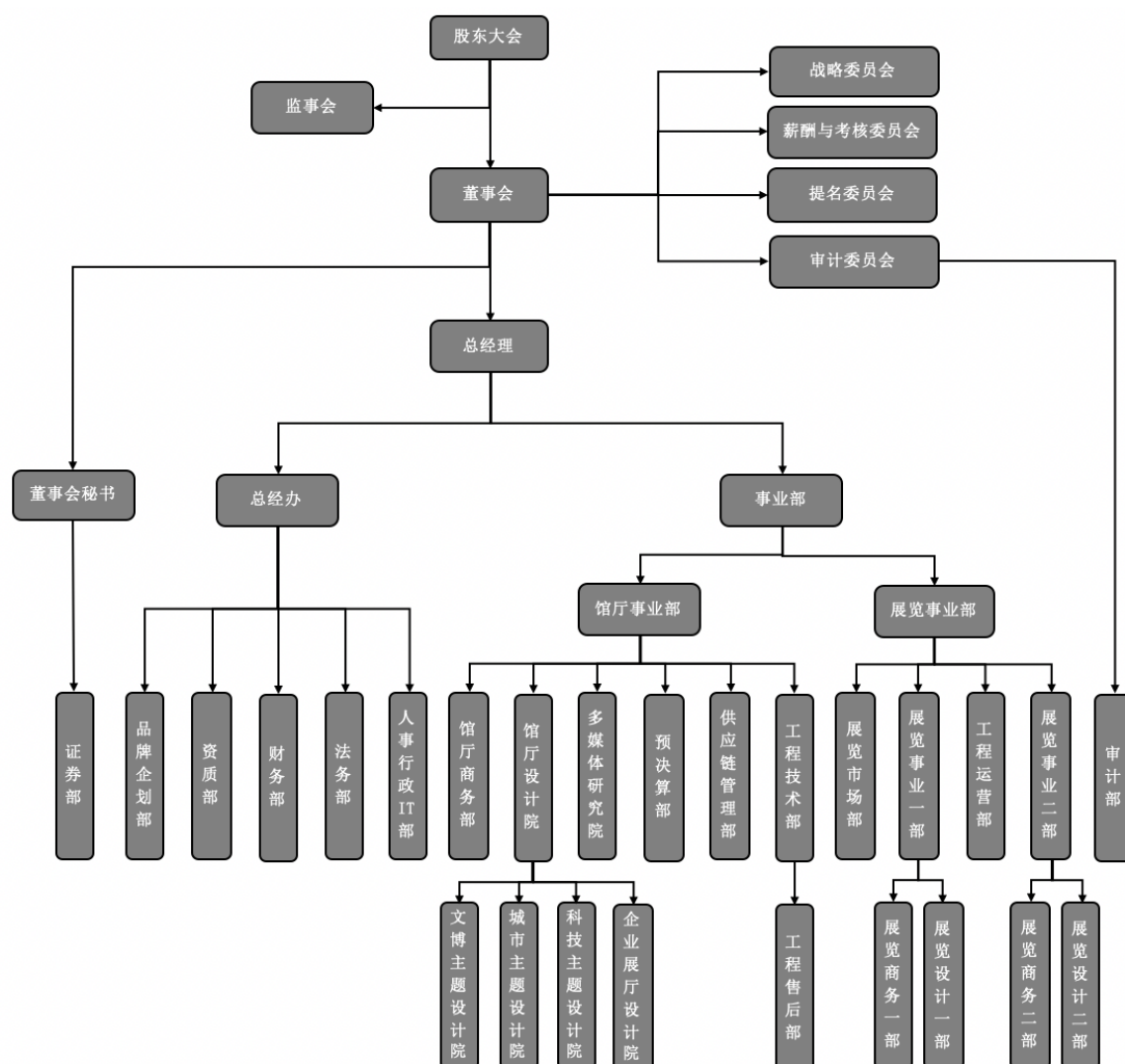
（一）发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司股权结构图如下：



（二）组织结构图

截至本招股说明书签署日，公司组织结构图如下：



四、发行人子公司、分公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有一家全资子公司、五家分公司，简要情况如下：

（一）全资子公司情况

1、宽创香港

名称：	香港宽创国际文化科技有限公司
成立时间：	2015年7月2日
注册资本：	100.00万港币
实收资本：	100.00万港币
注册地和主要生产经营地：	香港尖沙咀广东道17-19号环球金融中心南座13A楼05-15室
股东构成及控制情况：	发行人持股100%

主营业务及与发行人 主营业务的关系：	展览展示文化创意服务，属于发行人的主营业务范围

宽创香港最近一年主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年度
总资产	5,008.82
净资产	4,390.12
净利润	225.66

注：该数据已经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计

2、宽新科技（已注销）

名称：	上海浦东宽新科技有限公司
成立时间：	2019 年 5 月 23 日
注册资本：	100.00 万元
实收资本：	0 万元
注册地和主要生产 经营地：	中国（上海）自由贸易试验区芳春路 400 号 1 幢 3 层
股东构成：	宽创国际持股 100%
主营业务及与发行 人主营业务的关系：	暂无实际业务

宽新科技最近一年主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年度
总资产	100.05
净资产	-0.16
净利润	-0.14

注：该数据已经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计

宽新科技存续期间未实际开展经营业务，于 2021 年 6 月 24 日核准注销。

宽新科技存续期间不存在重大违法违规行为，公司成立、注销程序符合相关规定。

3、报告期内已注销子公司宽创德国

名称：	BroadMesse International Creative Gmbh.
成立时间：	2016 年 3 月 22 日
注册资本：	25,000 欧元
实收资本：	25,000 欧元
注册地和主要生 产经营地：	夏洛特街 75，40210，杜塞尔多夫，德国
股东构成：	宽创国际持股 100%

主营业务及与发行人主营业务的关系：	无实际业务，已于 2020 年 1 月 28 日注销

宽创德国最近一年主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 9 月 30 日/2020 年 1-9 月
总资产	-
净资产	-
净利润	11.49

注：该数据已经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，宽创德国于 2020 年 1 月工商注销，银行账户在 2020 年 9 月注销

发行人设立宽创德国主要为了拓展欧洲地区展览展示相关业务，提升公司品牌形象。随着展览展示业务竞争逐渐加剧，且客户主要为境内企业，展览展示业务一直由母公司宽创国际负责运营，德国宽创存续期间未实际开展经营业务，于 2020 年 1 月 28 日注销。

根据盖德舒马赫律师事务所出具的《法律意见书》，德国宽创自设立以来未进行任何商业经营，在该公司注销之前，无未偿还银行贷款或对供应商的负债。宽创德国没有员工，除发生过相关法律及咨询费用外，未与其他第三方开展经济业务往来，未签署业务、信贷合同，不存在银行借款、供应商欠款的情况。宽创德国主要资产为银行存款，宽创德国注销时，不涉及相关资产、债务、人员等具体处置问题，不存在争议或潜在纠纷。宽创德国在存续期间不存在违法违规行为，公司成立、清算和注销程序均符合德国法律的规定。

（二）发行人分公司情况

1、西安分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司西安分公司
成立时间：	2019 年 4 月 1 日
统一社会信用代码：	91610103MA6WM0RN7X
负责人：	张东
注册地：	陕西省西安市碑林区长安中路南稍门大话南门壹中心 2407
经营范围：	文化创意服务；会议服务；展览展示服务；软件开发；室内装潢服务；建筑专业建设工程设计；建筑智能化建设工程设计与施工；建筑装饰装修建设工程设计与施工；旅游规划设计；房地产开发与经营；通信建设工程施工；电子建设工程专业施工；机电设备安装建设工程专业施工；通讯设备、自动化控制设备、机电设备

	的销售；工艺美术品（象牙及制品除外）、礼品、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售；图文设计；企业形象设计；商务咨询服务；设计、制作、代理、发布各类广告服务；公关活动策划；文化交流活动策划；企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、深圳分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司深圳分公司
成立时间：	2019年6月28日
统一社会信用代码：	91440300MA5FNX1E6R
负责人：	张东
注册地：	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道15号海岸大厦东座1113
经营范围：	文化创意服务,会议服务,展览展示服务,软件开发,室内装潢服务,建筑专业建设工程设计,建筑智能化建设工程设计与施工,建筑装饰装修建设工程设计与施工,旅游规划设计,通信建设工程施工,电子建设工程专业施工,机电设备安装建设工程专业施工,通讯设备、自动化控制设备、机电设备的销售,工艺美术品(象牙及其制品除外)、礼品、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售,图文设计,企业形象设计,投资咨询（不含限制项目）,商务咨询服务,设计、制作、代理、发布各类广告服务,公关活动策划,文化交流活动策划,企业营销策划。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）

3、成都分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司成都分公司
成立时间：	2019年8月13日
统一社会信用代码：	91510107MA62M7KR7H
负责人：	马重祎
注册地：	成都市武侯区领事馆路7号1栋2单元8层806号
经营范围：	文化创意服务，会议服务，展览展示服务，软件开发，室内装潢服务，建筑专业建设工程设计，建筑智能化建设工程设计与施工，建筑装饰装修建设工程设计与施工，旅游规划设计，房地产开发与经营，通信建设工程施工，电子建设工程专业施工，机电设备安装建设工程专业施工，通讯设备、自动化控制设备、机电设备的销售，工艺美术品(象牙及其制品除外)、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售，图文设计，企业形象设计，商务咨询服务，设计、制作、代理、发布各类广告服务，公关活动策划，文化交流活动策划，企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可展开经营活动）。

4、青岛分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司青岛分公司
成立时间：	2020年6月17日

统一社会信用代码：	91370214MA3TAERC11
负责人：	刘泓伶
注册地：	山东省青岛市城阳区城阳街道长城路 89 号青岛海峡两岸文化创意产业园 10 号楼 705 室
经营范围：	文化创意服务，会议服务，展览展示服务，软件开发，室内装潢服务，建筑专业建设工程设计，建筑智能化建设工程设计与施工，建筑装饰装修建设工程设计与施工，园林古建筑建设工程专业施工，房屋建设工程施工，木制建设工程作业，油漆建设工程作业，水暖电安装建设工程作业，旅游规划设计，通信建设工程施工，电子建设工程专业施工，机电设备安装建设工程专业施工，通讯设备、自动化控制设备、机电设备的销售，工艺美术品（象牙及其制品除外）、礼品、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售，图文设计，企业形象设计，投资咨询(非证券类业务)（未经金融监管部门依法批准，不得从事向公众吸收存款、融资担保、代客理财等金融服务），商务咨询服务（不含商业秘密），设计、制作、代理、发布各类广告业务，公关活动策划，文化交流活动策划，企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

5、六安分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司六安分公司
成立时间：	2020 年 11 月 11 日
统一社会信用代码：	91341500MA2WDWLG2D
负责人：	张嘉赓
注册地：	安徽省六安市叶集区新城国际 23 栋 1 单元 1003 房
经营范围：	文化创意服务，会议服务，展览展示服务，软件开发，室内装潢服务，建筑专业建设工程设计，建筑智能化建设工程设计与施工，建筑装饰装修建设工程设计与施工，园林古建筑建设工程专业施工，房屋建设工程施工，木制建设工程作业，油漆建设工程作业，水暖电安装建设工程作业，旅游规划设计，通信建设工程施工，电子建设工程专业施工，机电设备安装建设工程专业施工，通讯设备、自动化控制设备、机电设备的销售，工艺美术品（象牙及其制品除外）、礼品、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售，图文设计，企业形象设计，商务咨询服务，设计、制作、代理、发布各类广告业务，公关活动策划，文化交流活动策划，企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

五、发行人主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

序号	股东姓名	国籍	境外永久居留权	身份证号	直接持股比例
1	张东	中国	无	511126197108*****	37.62%
2	李丹	中国	无	511024197107*****	18.81%

公司控股股东、实际控制人为张东、李丹夫妇。截至本招股说明书签署日，张东先生直接持有公司 2,400 万股，其配偶李丹女士直接持有公司 1,200 万股，张东、李丹夫妇合计直接持有公司 56.43%股份。同时，张东、李丹夫妇通过宽创投资、宽兴咨询合计间接控制公司 40.75%的股份。张东、李丹夫妇合计控制公司 97.18%的股份。

截至本招股说明书签署日，控股股东及实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（二）其他持有发行人 5%以上股份的股东基本情况

除控股股东、实际控制人外，公司其他持有 5%以上股份的股东系宽创投资，其基本情况如下：

1、基本情况

公司名称：	上海宽创投资咨询有限公司
注册资本：	500.00 万元
实收资本：	500.00 万元
统一社会信用代码：	91310230350888476X
成立时间：	2015 年 9 月 17 日
注册地及主要生产经营地：	上海市崇明县长兴镇潘园公路 1800 号 2 号楼 9790 室（上海泰和经济发展区）
主营业务：	投资咨询，与发行人主营业务无关
股东构成：	张东持股 80%，李丹持股 20%

2、主要财务数据

宽创投资最近一年主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年度
总资产	5,366.41
净资产	1,539.76
净利润	-5.67

注：该数据未经审计

（三）实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人及宽创投资外，公司实际控制人张东、

李丹夫妇控制的企业为宽兴咨询，为员工持股平台，具体情况如下：

1、宽兴咨询基本情况

公司名称：	上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙）
认缴出资额：	2,160 万元
实缴出资额：	2,160 万元
执行事务合伙人：	张东
统一社会信用代码：	91310230MA1JYJ3X2U
成立时间：	2017 年 7 月 20 日
注册地：	上海市崇明区长兴镇潘园公路 1800 号 3 号楼 14742 室（上海泰和经济发展区）
主营业务：	管理咨询，与发行人主营业务无关

宽兴咨询系公司员工持股平台。

2、合伙人构成

截至本招股说明书签署日，宽兴咨询合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	姓名	合伙人性质	职务	出资额	占比
1	张东	普通合伙人	董事长	50.98	2.36%
2	李丹	有限合伙人	董事、总经理	715.82	33.14%
3	张继伟	有限合伙人	董事、副总经理	129.60	6.00%
4	矫悟	有限合伙人	董事、财务总监、董事会秘书	129.60	6.00%
5	曹少龙	有限合伙人	西北商务大区总经理	97.20	4.50%
6	李青亭	有限合伙人	科技主题设计院院长	64.80	3.00%
7	叶强	有限合伙人	工程技术院院长	64.80	3.00%
8	张璐	有限合伙人	设计总监	64.80	3.00%
9	洪晔	有限合伙人	工程技术部总工程师	64.80	3.00%
10	冯良	有限合伙人	系统线上推广总监、监事	48.60	2.25%
11	马鸣	有限合伙人	文博主题设计院总经理	48.60	2.25%
12	沈刚	有限合伙人	多媒体研究院预决算总监	48.60	2.25%
13	朱真平	有限合伙人	多媒体部总经理	48.60	2.25%
14	史育萍	有限合伙人	华南商务大区总经理	32.40	1.50%
15	王溯	有限合伙人	主题设计院院长	32.40	1.50%
16	徐溢璐	有限合伙人	城市主题设计院一院院长	32.40	1.50%
17	殷增翔	有限合伙人	主创设计师	32.40	1.50%
18	侯健	有限合伙人	项目总监	32.40	1.50%
19	金开明	有限合伙人	投标制作组组长	32.40	1.50%
20	刘泓伶	有限合伙人	展览运营部总监	32.40	1.50%

序号	姓名	合伙人性质	职务	出资额	占比
21	刘家禄	有限合伙人	预决算总监	32.40	1.50%
22	秦奋	有限合伙人	多媒体研究院交互部负责人	32.40	1.50%
23	沈若平	有限合伙人	采购经理	32.40	1.50%
24	奚旻	有限合伙人	招投标总监	32.40	1.50%
25	苏训枝	有限合伙人	文博主题设计院长	21.60	1.00%
26	刘芝	有限合伙人	商务总监	21.60	1.00%
27	任兴元	有限合伙人	主创设计师	16.20	0.75%
28	马昆	有限合伙人	设计总监	16.20	0.75%
29	施吾鸣	有限合伙人	平面设计总监	16.20	0.75%
30	杨婧	有限合伙人	平面设计总监	16.20	0.75%
31	袁高高	有限合伙人	预决算总监	16.20	0.75%
32	陈鹰	有限合伙人	IT 经理	16.20	0.75%
33	傅连妹	有限合伙人	财务经理、监事	16.20	0.75%
34	史昊彦	有限合伙人	预决算总监	16.20	0.75%
35	余宗保	有限合伙人	预决算总监	16.20	0.75%
36	俞凯华	有限合伙人	城市主题设计一院副院长	16.20	0.75%
37	陈德全	有限合伙人	工程大区总经理	10.80	0.50%
38	刘雅萌	有限合伙人	策划总监	10.80	0.50%
合计				2,160.00	100.00%

宽兴咨询的普通合伙人及执行事务合伙人为张东，实际控制人为张东和李丹夫妇。发行人员工持股平台合伙人均为公司员工，不存在非公司人员认购员工持股平台股份的情况。

3、参与条件、范围、确定标准

员工持股平台的参与条件和范围：（1）必须是与发行人建立劳动关系的员工；（2）核心员工。发行人在确定员工持股平台人员时，综合考量了员工在公司的工作职级、工作年限、工作能力、尽职程度及其历史贡献等因素，并结合员工自身意愿和经济实力，综合评判选定员工。

4、转让及退出机制

根据《上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙）合伙协议》和《上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙）入伙协议》，员工持股平台转让及退出机制如下：

（1）若宽创国际未上市的，激励员工可将其持有的宽兴咨询财产份额转让

给执行事务合伙人、执行事务合伙人指定的第三方或宽兴咨询其他有限合伙人，转让价格为出资入伙的初始金额加计年 8%收益；但激励员工不得将其持有的宽兴咨询财产份额转让给除上述受让方以外的其他第三方。如有限合伙人确需转让其在合伙企业中的财产份额的，应当向执行事务合伙人提出申请，经执行事务合伙人同意，有限合伙人可以向其他合伙人转让其在合伙企业中全部或部分财产份额，但执行事务合伙人享有优先购买权。

(2) 若宽创国际已上市且股票限售期已届满的，激励员工应于开放时段（每两个月的第一周）内向执行事务合伙人申请，申报拟减持股票数量、最低减持价格等，由宽兴咨询在不违反法律法规的前提下，根据激励员工意愿，将激励员工已解锁财产份额对应的宽创国际股票在二级市场择机抛出，并在 30 日内将完税后的货币资金扣除退伙时该等财产份额应承担的合伙企业分摊成本及或有亏损后的余额作为激励员工退伙的对价支付给激励员工。

(3) 若激励员工因触犯法律或行政法规、严重违法劳动合同、违反职业道德、泄露公司机密、失职或渎职等行为严重损害宽创国际利益或声誉而被宽创国际或其子公司解聘的，则激励员工应当按照其出资入伙的初始金额转让其所持全部宽兴咨询财产份额；宽创国际因激励员工行为产生的损失，优先从支付给激励员工的退出款中扣除，不足以偿付损失的将另行追偿。

(4) 激励员工在本协议约定的服务期内提出辞职申请或收到辞退通知而离职的，则激励员工应当按照其出资入伙的初始金额加计年化 8%收益转让其所持尚未解锁的宽兴咨询财产份额。

(5) 若激励员工在本协议约定的服务期届满前由于非主动原因离职的（非主动原因离职：包括但不限于意外丧失劳动能力或民事行为能力、亡故；不胜任岗位要求，与宽创国际友好协商一致解除聘用关系或退休等），激励员工或激励员工的权利继承人应从宽兴咨询退伙，并将其所持尚未解锁的宽兴咨询财产份额按照以下孰高作价转让给执行事务合伙人、执行事务合伙人指定的第三方：①激励员工出资入伙的初始金额加计年化 8%收益（单利计算，下同）；②如宽创国际尚未上市，上述退伙事由发生前激励员工所持宽兴咨询财产份额对应的宽创国际最近一期期末经审计的账面净资产值；③如宽创国际已上市，按

上述退伙事由发生前 20 个交易日宽创国际股票均价。

发行人员工持股平台已建立健全的转让及退出机制。

5、实施股权激励履行的决策程序

2017 年 6 月 1 日，公司总经理办公会就拟定股权激励方案等事宜作出《宽创国际实施股权激励计划的会议纪要》，公司拟实施股权激励计划，并确定由公司证券部制定股权激励详细方案计划并履行相应的内部公示程序。2017 年 6 月 12 日，公司执行董事作出同意《上海宽创国际文化创意有限公司之股权激励计划方案》的决定。2017 年 6 月 28 日，公司股东会审议通过《上海宽创国际文化创意有限公司之股权激励计划方案》。2017 年 6 月 29 日，公司员工股权激励计划拟激励对象名单经工会审议通过，并由公司监事对拟激励对象的资格进行审核，拟激励对象名单在公司内部进行公示，公示期为十天。

2017 年 7 月 20 日，张东与李丹共同出资设立宽兴咨询，作为公司员工持股平台。2018 年 6 月 30 日，宽兴咨询通过合伙人会议决议，同意矫悟等 48 位自然人成为有限合伙人。同日，宽兴咨询原普通合伙人张东、原有限合伙人李丹与 48 名新增的有限合伙人分别签订了《上海宽兴企业管理咨询中心(有限合伙)入伙协议》。2019 年 3 月 15 日，宽兴咨询完成员工入伙所涉工商变更登记事宜。

2018 年 12 月，宽创国际与宽兴咨询签订《增资协议》，协议约定宽兴咨询以人民币 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股。2019 年 3 月 8 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》，同意宽兴咨询以 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股，占公司本次增资后总股本的 3.13%。

2019 年 5 月，公司完成该次增资所涉工商变更登记事宜。

本次增资价格为每股 10.80 元人民币，低于最近一次外部投资者民生投资增资价格 12.60 元/股，高于当期每股净资产价格，有利于激励公司员工，促进公司发展，定价公允。公司已于 2019 年确认相应股份支付金额 360 万元，全部计入当期管理费用。

6、持股平台实际运行情况及人员变动情况

宽兴咨询自 2017 年 7 月成立以来，作为员工持股平台运行，未从事其他业务经营。2019 年 3 月，宽兴咨询合伙人增至 50 人，员工持股平台设立完毕。员工持股平台自设立以来，共有 12 名合伙人退伙。具体情况如下：

退伙时间	退伙员工姓名	退伙份额受让人	退伙原因	出资额（万元）	转让价格（万元）	退伙定价依据	是否已支付
2019 年 12 月	赵云	李丹	离职（注）	32.40	34.38	年化 8% 利率	是
	陈朝宗	李丹	离职	32.40	34.48	年化 8% 利率	是
	周伟	李丹	资金需求（注）	16.20	17.29	年化 8% 利率	是
	刘敬爵	李丹	离职	37.80	39.06	年化 4% 利率	是
	王汉龙	李丹	离职	16.20	16.71	年化 4% 利率	是
	诸隽穗	李丹	离职	5.40	5.57	年化 4% 利率	是
	侯敏	李丹	离职	16.20	16.87	年化 4% 利率	是
	谭波	李丹	离职	32.40	33.79	年化 4% 利率	是
2020 年 5 月	马丽	李丹	离职	16.20	17.66	年化 4% 利率	是
	朱佳慧	李丹	离职	16.20	17.20	年化 4% 利率	是
	高瑜	李丹	离职	54.00	57.25	年化 4% 利率	是
2021 年 5 月	黄友峰	李丹	离职	32.40	38.60	年化 8% 利率	是

注：（1）赵云离职后又返回公司入职，未再入伙；（2）周伟于 2019 年 12 月因资金需求退伙后，于 2021 年 3 月离职。

上述 12 名员工与发行人实际控制人李丹分别签署了《合伙企业财产份额转让协议》，同意将其在宽兴咨询中的财产份额全部转让给李丹，上述财产份额转让款均已支付完毕。

上述 12 名员工退伙转让价格定价存在差异，主要系综合考虑岗位职级、历史贡献以及员工实际情况，由发行人实际控制人李丹与各退伙员工最终协商一致确定，系各方真实意思表示，并在《合伙企业财产份额转让协议》中进行约定，协议内容合法、有效。根据《合伙协议》约定，合伙企业未尽事宜可由各合伙人另行签订补充协议约定，补充协议与原协议不一致的，以补充协议为准。截至目前，上述协议均已执行完毕且执行情况良好，各方就该等出资份额转让事宜均不存在纠纷、争议或者诉讼、仲裁的情况。

报告期内，公司已根据股权激励实施情况计提了股份支付费用。上述 12 名员工因离职或资金需求将已授权的权益工具转让给其他有限合伙人李丹。公司实际控制人李丹受让上述份额后，并未因获取职工提供服务而让渡新的利益，不构成新的股份支付。

保荐机构及申报会计师认为，公司历次股权变动涉及股权激励，股权激励的形式为设立员工持股平台，以略低于外部投资者的价格增资入股，发行人已按照《企业会计准则》和其会计政策的规定对员工股权激励进行了相应的会计处理。本次股权激励不存在导致公司控制权变化。

7、主要财务数据

宽兴咨询最近一年主要财务数据如下：

单位：万元	
项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年度
总资产	2,161.33
净资产	2,156.96
净利润	-2.57

注：以上数据未经审计

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或者其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东和实际控制人持有发行人的股权不存在被质押或其他有争议情况。

六、发行人股本情况

（一）本次发行前后股本情况

本次发行前股本共计 6,380.00 万股，本次拟公开发行不超过 2,127.00 万股，不安排公司股东公开发售老股。本次拟发行股份占发行后总股本的比例为 25.00%。本次发行前后股本变化情况如下：

股东	发行前		发行后	
	股份数量（万股）	比例	股份数量（万股）	比例
张东	2,400.00	37.62%	2,400.00	28.21%

股东	发行前		发行后	
	股份数量（万股）	比例	股份数量（万股）	比例
李丹	1,200.00	18.81%	1,200.00	14.11%
宽创投资	2,400.00	37.62%	2,400.00	28.21%
宽兴咨询	200.00	3.13%	200.00	2.35%
民生投资	180.00	2.82%	180.00	2.12%
社会公众股	-	-	2,127.00	25.00%
合计	6,380.00	100.00%	8,507.00	100.00%

（二）前十名股东

本次发行前，公司共 5 名股东，其持股情况如下：

股东	股份数量（万股）	持股比例
张东	2,400.00	37.62%
李丹	1,200.00	18.81%
宽创投资	2,400.00	37.62%
宽兴咨询	200.00	3.13%
民生投资	180.00	2.82%
合计	6,380.00	100.00%

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，公司股东中的自然人股东为张东、李丹，其在发行人处任职情况如下：

股东名称	股份数量（万股）	直接持股比例	职务
张东	2,400.00	37.62%	董事长
李丹	1,200.00	18.81%	董事、总经理

（四）国有股份或外资股份

本次发行前，公司股权结构中不存在国有股份或外资股份。

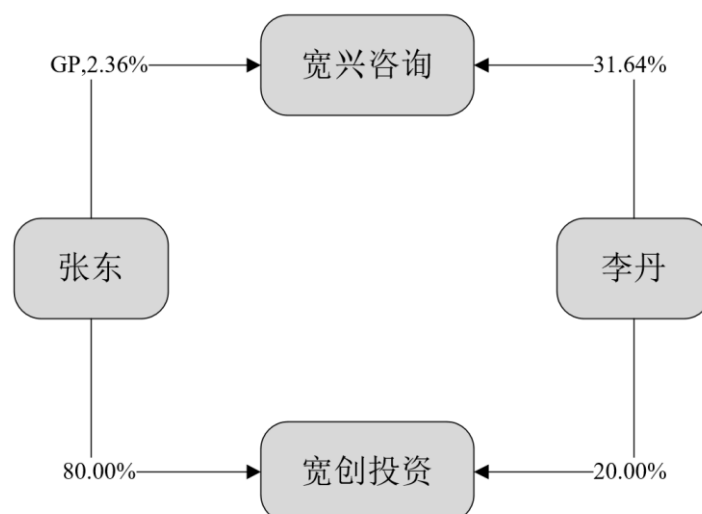
（五）发行人最近一年新增股东情况

发行人于 2019 年 5 月新增股东宽兴咨询，具体情况参见本节“五、（三）实际控制人控制的其他企业”。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前公司股东为张东、李丹、宽创投资、宽兴咨询、民生投资。李丹、张东系夫妻关系。宽创投资为张东、李丹夫妇持股 100% 的公司，其中张东持股

80%，李丹持股 20%；宽兴咨询为公司员工持股平台，并由张东、李丹控制，其中张东为普通合伙人并担任执行事务合伙人，持股 2.36%，李丹为有限合伙人，持股 31.64%。除此之外，民生投资为外部投资者，与其他股东间不存在关联关系。



（七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行不涉及发行人股东公开发售股份的情况。

七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况

公司董事会由 7 名董事组成，包括 3 名独立董事；监事会由 3 名监事组成，包括 1 名职工代表监事；高级管理人员 4 名，核心技术人员 4 名。

（一）董事

截至本招股说明书签署日，公司董事任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期	选聘情况
1	张东	董事长	2020 年 10 月 30 日	2020 第一次临时

序号	姓名	职务	任期	选聘情况
			至 2023 年 10 月 29 日	股东大会
2	李丹	董事、总经理	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
3	矫悟	董事、财务总监、 董事会秘书	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
4	张继伟	董事、副总经理	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
5	李黔滨	独立董事	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
6	王亮	独立董事	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
7	戎一昊	独立董事	2021 年 4 月 21 日至 2023 年 10 月 29 日	2021 年第一次临时 股东大会

公司董事简要情况如下：

张东先生，1971 年生，博士学历，中国国籍，无境外永久居留权。1999 年至 2001 年任德国西门子集团系统工程师，2001 年至 2002 年任德国英飞凌科技市场总监，2002 年至 2003 年任美国威速半导体公司中国区副总经理。2005 年 7 月创立公司，任执行董事、总经理，2017 年 10 月至今任公司董事长，现兼任宽创投资执行董事和宽兴咨询执行事务合伙人。

李丹女士，1971 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1993 年 7 月至 1998 年 1 月任四川省地勘局工程师，1998 年 1 月至 2006 年 1 月任普立万聚合体（上海）有限公司中国区销售总监。2006 年 6 月加入公司，任公司监事。2017 年 10 月至今任公司董事、总经理，现兼任宽创投资监事。

矫悟女士，1969 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1992 年 3 月至 2003 年 9 月历任吉林省一建集团有限公司财务部会计、财务科长、副处长，2004 年 2 月至 2009 年 9 月任上海筑纳建筑装饰设计有限公司财务经理，2009 年 9 月至 2012 年 5 月任上海迈赫光电科技有限公司财务经理，2012 年 5 月至 2016 年 10 月历任上海益邦智能科技股份有限公司财务经理、财务总监、董事，2013 年至今担任上海绿澍管道工程技术服务有限公司监事。2016 年 10 月至 2017 年 10 月任公司财务经理，2017 年 10 月至今任公司董事、财务总监、董事会秘书。

张继伟先生，1977 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。2008 年 5 月至 2009 年 1 月任上海岱嘉医学信息系统有限公司政府事业部总监，2009

年1月至2015年9月任上海亿品展示设计工程有限公司副总经理。2015年7月至今担任上海幻韦数码科技有限公司监事。2015年11月加入公司，任展馆事业部总经理，2017年10月至今任公司董事、副总经理。

李黔滨先生，1952年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1968年11月至1970年11月任贵州省都匀富溪公社知青，1970年11月至1974年7月任国营4110厂工人，1974年7月至1977年8月就读于北京大学，1977年8月至1978年5月，贵州083基地工作，1978年6月至2014年7月历任贵州省博物馆工作人员、主任、馆长、名誉馆长。2017年10月至今任公司独立董事，现兼任贵州省文博协会会长、贵州省旅游商品协会会长。

王亮先生，1975年生，研究生学历，注册会计师，中国国籍，无境外永久居留权。2003年9月至2007年4月任上海万隆会计师事务所审计高级经理，2007年10月至今任信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计合伙人。2018年8月至今任公司独立董事。

戎一昊先生，1984年生，研究生学历，中国国籍，无境外永久居留权。历任上海市委政法委副科长、上海证券交易所发行上市部区域主任、中信证券投资银行委员会股票资本市场部副总裁；2017年至今任上海信公科技集团股份有限公司合伙人。2021年4月至今任公司独立董事。

（二）监事

截至本招股说明书签署日，公司监事任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期	选聘情况
1	冯良	监事会主席	2020年10月30日至 2023年10月29日	2020第一次临时股东大会、 第二届第一次监事会
2	傅连妹	职工代表监事	2020年10月30日至 2023年10月29日	2020年10月30日职工代表大会
3	高燕	监事	2020年10月30日至 2023年10月29日	2020第一次临时股东大会

公司监事简要情况如下：

冯良先生，1984年生，大专学历，中国国籍，无境外永久居留权。2006年7月加入公司，历任IT经理，网络推广经理、信息系统管理员。2017年10月至

今任公司监事会主席。

傅连妹女士，1982 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。2006 年 9 月至 2008 年 9 月任上海基江纺织工艺品有限公司行政兼财务，2010 年 3 月至 2011 年 3 月任上海菲达商务咨询有限公司财务，2011 年 7 月起加入公司任公司会计。2017 年 10 月至今任公司职工代表监事。

高燕女士，1978 年生，大专学历，中国国籍，无境外永久居留权。2004 年 9 月至 2005 年 5 月任中凡展示有限公司销售，2005 年 5 月至 2006 年 6 月任霍克展示器材有限公司销售，2006 年 6 月至今，历任公司销售、项目经理。2017 年 10 月至今任公司监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期	选聘情况
1	李丹	总经理	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	第二届第一次董事会
2	矫悟	财务总监、 董事会秘书	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	第二届第一次董事会
3	张继伟	副总经理	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	第二届第一次董事会
4	朱晓寅	副总经理	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	第二届第一次董事会

公司高级管理人员简要情况如下：

李丹女士，现任公司董事、总经理，参见本节“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）董事”。

矫悟女士，现任公司董事、财务总监、董事会秘书，参见本节“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）董事”。

张继伟先生，现任公司董事、副总经理，参见本节“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）董事”。

朱晓寅先生，1974 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1997

年8月至2001年2月任上海浦东联合信托投资有限公司国际业务部信贷员，2001年2月至2003年10月任上海骏林集团有限公司投资部总经理，2003年10月至2009年2月任上海丰润投资顾问有限公司首席分析师，2009年2月至2011年8月任上海张江文化控股有限公司战略部经理，2011年8月至2016年11月任上海河马文化科技股份有限公司董事副总经理、财务总监，2016年11月至2019年2月任上海特锐艺术展览服务股份有限公司执行董事。2019年2月至今任公司副总经理。

（四）核心技术人员

张东先生，现任公司董事长，参见本节“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）董事简介及提名、选聘情况”。

李青亭女士，1987年生，硕士学历，中国国籍，无境外永久居留权。2013年3月加入公司，现任公司馆厅事业部科技主题设计院院长。

秦奋先生，1986年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。2007年6月至2008年10月任上海金仕达多媒体有限公司多媒体部FLASH工程师，2008年10月至2012年10月任上海天映多媒体有限公司多媒体部负责人，2012年10月至2013年4月任上海欣可广告有限公司交互部负责人，2013年4月至今，历任公司多媒体经理等，现任公司馆厅事业部多媒体研究院交互部负责人。

沈刚先生，1974年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1997年7月至2000年4月任江西省科环高技术产业集团有限公司产品经理，2000年5月至2005年3月任上海坤朋软件技术有限公司产品开发，2005年3月至2008年3月任上海交大昂立教育集团产品开发，2010年5月至今，现任公司馆厅事业部多媒体研究院预决算总监。

（五）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外兼职情况

姓名	公司职务	兼职单位	所任职务	兼职单位与发行人关系
张东	董事长	宽创投资	执行董事	发行人股东
		宽兴咨询	执行事务合伙人	发行人股东
李丹	董事、总经理	宽创投资	监事	发行人股东

姓名	公司职务	兼职单位	所任职务	兼职单位与发行人关系
矫悟	董事、财务总监、 董事会秘书	上海淦澍管道工程技术服务 有限公司	监事	无
张继伟	董事、副总经理	上海幻韦数码科技有限公司	监事	无
李黔滨	独立董事	贵州省文博协会	会长	无
		贵州省旅游商品协会	会长	无
王亮	独立董事	信永中和会计师事务所（特殊 普通合伙）上海分所	审计合伙人	无
戎一昊	独立董事	上海信公科技集团股份有限 公司	合伙人	无
		河北古城香业集团股份有限 公司	独立董事	无
		法兰泰克重工股份有限公司	独立董事	无
		山东华鲁恒升化工股份有限 公司	独立董事	无

（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

发行人董事长张东先生与**董事**、总经理李丹女士系夫妻关系。

截至本招股说明书签署日，除上述亲属关系外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事提名及选聘情况

1、董事提名及选聘情况

2017年10月30日，公司召开股份有限公司创立大会，经筹建委员会提名，选举张东、李丹、矫悟、张继伟、蒋骁、倪春华、李黔滨为第一届董事会成员，其中蒋骁、倪春华、李黔滨为独立董事。2018年7月，由于个人原因，原独立董事倪春华申请辞去独立董事一职，2018年8月15日，公司召开2018年第一次临时股东大会，经董事会提名委员会提名，选举王亮为公司独立董事。

2020年10月30日，公司召开2020年第一次临时股东大会，进行董事会换届选举，公司董事会成员未发生变化，继续连任。

2021年3月15日，由于个人原因，原独立董事蒋骁申请辞去独立董事一职。2021年4月21日，公司召开2021年第一次临时股东大会，经董事会提名委员

会提名，选举戎一昊为公司独立董事。

2、监事提名及选聘情况

2017年10月30日，公司召开股份有限公司创立大会，经股东提名并由筹建委员会考察，选举冯良、高燕为监事。同日召开职工代表大会选举傅连妹担任职工代表监事。

2020年10月30日，公司召开2020年第一次临时股东大会，同日召开职工代表大会选举，进行监事会换届选举，公司监事会成员未发生变化，继续连任。

八、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及履行情况，上述人员所持股份被质押、冻结、诉讼纠纷等情形

发行人的高级管理人员、核心技术人员及在本公司领薪的董事（独立董事除外）、监事均在本公司任职，均与公司签订了《劳动合同》。发行人高级管理人员、其他核心技术人员均与公司签订了《保密协议》、《竞业禁止协议》。发行人未与董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员签订其他协议。

截至本招股说明书签署日，上述合同或协议均得到了有效地执行。

公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

九、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员近两年内曾发生变动情况

（一）近两年董事变动情况

近两年公司董事变动情况如下：

职务	2019年1月至2021年3月	2021年4月至今
董事	张东、李丹、矫悟、张继伟、李黔滨、王亮、蒋骁	张东、李丹、矫悟、张继伟、李黔滨、王亮、戎一昊

2021年3月15日，由于个人原因，原独立董事蒋骁申请辞去独立董事一职。2021年4月21日，公司召开2021年第一次临时股东大会，选举戎一昊为公司独立董事。

（二）近两年监事变动情况

职务	2019年1月至今
监事	冯良、高燕、傅连妹

近两年，公司监事未发生变动。

（三）近两年高级管理人员变动情况

职务	2019年1月至2019年2月	2019年2月至今
高级管理人员	李丹、矫悟、张继伟	李丹、矫悟、张继伟、朱晓寅

2017年10月30日，公司创立大会通过的公司章程规定，公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监、商务部总监、运营总监、人事行政总监、采购总监为公司高管人员，因此公司高级管理人员为李丹、矫悟、张继伟、刘泓伶、蒋萍、沈若平。

2018年4月，公司人事行政总监蒋萍因个人原因离职。2018年8月15日召开的2018年第一次临时股东大会审议通过公司章程修正案，修改高级管理人员范围为总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监，因此公司高级管理人员变更为李丹、矫悟、张继伟。2019年2月20日，公司召开第一届董事会第七次会议，决议聘任朱晓寅为公司副总经理。

自2018年以来公司高级管理人员变动中，仅蒋萍一人离职。公司人事行政总监蒋萍因个人发展原因，选择自发行人处离职，现任职于岭南生态文旅股份有限公司上海分公司，不存在与发行人或实际控制人存在争议或分歧的情况。

随着发行人业务经营稳步发展，结合自身管理经营的实际情况和发展规划，运营总监、人事行政总监和采购总监等职务属于部门负责人职务，对公司重大经营决策的整体影响不再达到公司高级管理人员标准。因此，发行人通过修改公司章程缩小高管人员范围具备合理性，发行人通过公司章程规定及修改高级管理人员范围均履行了法定程序，符合《公司法》关于高级管理人员的规定，

相关程序合法、合规。

近两年，发行人高级管理人员增聘一名副总经理朱晓寅，有利于健全公司机构职责和强化公司内部控制。除此之外，发行人近两年高级管理人员不存在其他变动。

（四）近两年核心技术人员变动情况

职务	2019年1月至今
核心技术人员	张东、李青亭、秦奋、沈刚

近两年，公司核心技术人员未发生变动。

（五）近两年董事、高级管理人员无重大不利变化

近两年，公司独立董事 1 名发生更换，蒋骁因个人原因辞职，独立董事变更为戎一昊。公司董事未发生重大不利变化。

近两年，公司高管不存在离职的情况。2019 年至今，发行人高级管理人员增聘一名副总经理朱晓寅，占近两年全部高级管理人员总数（4 人）的比例为 25%，有利于健全公司机构职责和强化公司内部控制。因此，公司高级管理人员未发生重大不利变化。

保荐机构和发行人律师认为，近两年公司董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除持有本公司的股份外，董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员对外投资情况如下：

姓名	公司职务	投资企业	出资/持股比例（%）
张东	董事长	宽创投资	80.00
		宽兴咨询	2.36
李丹	董事、总经理	宽创投资	20.00
		宽兴咨询	31.64
		金石智娱股权投资（杭州）	2.92

姓名	公司职务	投资企业	出资/持股比例（%）
		合伙企业（有限合伙）	3.91
		金石翊康股权投资（杭州）	
		合伙企业（有限合伙）	
矫悟	董事、财务总监、 董事会秘书	上海淦澍管道工程技术服务 有限公司	10.00
		宽兴咨询	6.00
张继伟	董事、副总经理	宽兴咨询	6.00
		上海雷文商务咨询有限公司	30.00
		上海幻韦数码科技有限公司	95.00
戎一昊	独立董事	上海沃权信息技术服务合伙企 业（有限合伙）	10.00
		上海信公科技集团股份有限公 司	0.61
冯良	监事会主席	宽兴咨询	2.25
傅连妹	职工代表监事	宽兴咨询	0.75
李青亭	核心技术人员	宽兴咨询	3.00
秦奋	核心技术人员	宽兴咨询	1.50
沈刚	核心技术人员	宽兴咨询	2.25

上述企业与发行人不存在利益冲突。

十一、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况

（一）直接持股情况

姓名	职务	持股数量（万股）	持股比例	入股时间	入股价格（元/股）
张东	董事长、 核心技术人员	2,400	37.62%	2005 年 7 月	1
李丹	董事、总经理	1,200	18.81%	2005 年 7 月	1

（二）间接持股情况

姓名	公司职务	持股企业	在持股企业出资比例	持股企业持有发行人股份比例	入股时间	入股价格（元/股）
张东	董事长、 核心技术人员	宽创投资	80.00%	37.62%	2015 年 9 月	1.58
		宽兴咨询	2.36%	3.13%	2019 年 5 月	10.80
李丹	董事、总经理	宽创投资	20.00%	37.62%	2015 年 9 月	1.58
		宽兴咨询	31.64%	3.13%	2019 年 5 月	10.80

姓名	公司职务	持股企业	在持股企业出资比例	持股企业持有发行人股份比例	入股时间	入股价格（元/股）
矫悟	董事、财务总监、董事会秘书	宽兴咨询	6.00%	3.13%	2019年5月	10.80
张继伟	董事、副总经理	宽兴咨询	6.00%	3.13%	2019年5月	10.80
冯良	监事会主席	宽兴咨询	2.25%	3.13%	2019年5月	10.80
傅连妹	职工代表监事	宽兴咨询	0.75%	3.13%	2019年5月	10.80
李青亭	核心技术人员	宽兴咨询	3.00%	3.13%	2019年5月	10.80
秦奋	核心技术人员	宽兴咨询	1.50%	3.13%	2019年5月	10.80
沈刚	核心技术人员	宽兴咨询	2.25%	3.13%	2019年5月	10.80
刘泓伶	展览运营部总监，董事、总经理李丹姐姐的女儿	宽兴咨询	1.50%	3.13%	2019年5月	10.80

报告期内，除上述持股情况外，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在以其他方式直接或间接持有发行人股份的情况。上述人员报告期内所持有发行人股份不存在股份被质押或冻结的情况。

十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬组成、确定依据、所履行的程序

在公司担任日常管理职务的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬主要由基本工资、绩效奖金等构成。基本工资根据岗位性质和职位级别来确定，绩效奖金根据公司业绩完成情况、岗位绩效考核等综合考核结果确定；独立董事领取独立董事津贴。公司董事、监事、高级管理人员的薪酬方案均按照《公司章程》等公司治理制度履行了相应的审议程序。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬总额情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员报告期内薪酬总额情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
工资、奖金	488.64	461.08	423.04
股份支付费用	-	360.00	-

薪酬合计	488.64	821.08	423.04
当期利润总额	5,818.51	5,964.64	4,043.81
占当期利润总额比例	8.40%	13.77%	10.46%

（三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入情况

序号	姓名	公司职务	2020 年薪酬 (含税, 万元)
1	张东	董事长、核心技术人员	92.00
2	李丹	董事、总经理	78.50
3	矫悟	董事、财务总监、董事会秘书	53.98
4	张继伟	董事、副总经理	50.59
5	蒋骁	独立董事	10.00
6	王亮	独立董事	6.00
7	李黔滨	独立董事	9.17
8	冯良	监事会主席	26.87
9	傅连妹	职工代表监事	16.24
10	高燕	监事	23.99
11	朱晓寅	副总经理	16.64
12	李青亭	核心技术人员	43.71
13	秦奋	核心技术人员	32.00
14	沈刚	核心技术人员	28.95

注：蒋骁已于 2021 年 3 月辞职，成一昊为 2021 年聘任的独立董事，其 2020 年末领取薪酬。

（四）股权激励及相关安排

2018 年 12 月，宽创国际与上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙）（以下简称“宽兴咨询”）签订《增资协议》，协议约定宽兴咨询以人民币 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股。2019 年 3 月 8 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。

本次增资价格为每股 10.80 元人民币，低于最近一次外部投资者民生投资增资价格 12.60 元/股，高于当期每股净资产价格，有利于激励公司员工，促进公司发展，定价公允。公司已于 2019 年确认相应股份支付金额 360 万元，全部计入当期管理费用。

保荐机构及申报会计师认为，公司历次股权变动涉及股权激励，股权激励的形式为设立员工持股平台，以略低于外部投资者的价格增资入股，发行人已按照《企业会计准则》和其会计政策的规定对员工股权激励进行了相应的会计处理。本次股权激励不存在导致公司控制权变化。

公司目前无其他正在实施的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及相关安排。

十三、员工及社会保障情况

（一）员工情况

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司员工人数分别为 703 人、646 人和 536 人。报告期内，发行人不存在劳务派遣用工的情形。截至 2020 年末，公司员工构成如下：

1、专业构成

序号	专业构成	人数（人）	比例（%）
1	管理人员	82	15.30
2	研发人员	111	20.71
3	技术人员	285	53.17
4	销售人员	58	10.82
合计		536	100.00

2、教育程度构成

序号	教育程度	人数（人）	比例（%）
1	博士	3	0.56
2	硕士	32	5.97
3	本科	248	46.27
4	大专	213	39.74
5	高中及以下	40	7.46
合计		536	100.00

3、年龄分布

序号	年龄分布	人数（人）	比例（%）
1	51 岁及以上	13	2.43
2	41-50 岁	57	10.63
3	31-40 岁	266	49.63
4	30 岁及以下	200	37.31
合计		536	100.00

4、员工专业背景构成、岗位设置情况

单位：人

项目	创意设计	工程技术	计算机	财管法	文史媒	其他	总计
管理人员	1	17	9	34	1	20	82
技术人员（馆厅业务）	128	55	15	15	35	24	272
技术人员（馆厅设计院）	107	20	12	10	35	19	203
技术人员（工程技术部）	18	28	3	4	-	4	57
技术人员（预决算部）	3	7	-	1	-	1	12
技术人员（展览业务）	5	-	3	2	3	-	13
技术人员（展览工程运营部）	-	-	-	1	1	-	2
技术人员（展览设计部）	5	-	3	1	2	-	11
销售人员（馆厅商务部）	6	9	7	18	3	5	48
销售人员（展览商务部）	-	-	3	6	-	1	10
研发人员	22	17	51	7	4	10	111
总计	162	98	88	82	46	60	536

注：管理人员岗位设置包括财务部、法务部、品牌企业部、资质部、供应链管理部、人事行政 IT 部门及其他管理岗位。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人设计相关专业员工人数 162 人，工程技术相关专业员工人数 98 人，计算机相关专业员工人数 88 人，合计占比 64.93%。公司是数字文化展示创意服务领域集创意设计、制作、布展、维护于一体的综合提供商，专注于创意设计、影视动画、多媒体集成等核心环节。公司员工整体业务专业化水平较高，与公司的业务需求和开展情况相匹配。

报告期内，公司与同行业可比公司的设计师数量、平均薪酬情况如下：

项目	项目	2020 年	2019 年	2018 年
发行人	设计师数量（人）	171	219	252
	平均薪酬（万元/人）	17.64	17.19	13.75
	收入规模（万元）	47,679.41	48,111.53	38,961.08
风语筑	设计师数量（人）	435	454	350
	平均薪酬（万元/人）	未披露	未披露	未披露
	收入规模	225,630.19	202,991.52	170,836.13
华凯创意	设计师数量（人）	34	108	102
	平均薪酬（万元/人）	未披露	未披露	未披露
	收入规模（万元）	13,516.29	41,177.99	44,849.31

注：丝路视觉和易尚展示未披露设计人员数量及薪酬。

同行业可比公司的设计师人数与收入规模并非呈现线性关系。华凯创意 2018 年至 2019 年收入规模下降，设计师人数上升。风语筑 2020 年较 2019 年收入增长 22,638.67 万元，设计师人数下降 19 人。

与同行业可比公司相比，在目前收入规模下，发行人设计师数量相对饱和，不存在与业务不匹配的情形。报告期内公司展览业务收入贡献降低，相应业务

设计人员减少；公司馆厅业务自 2013 年以来发展，至 2018 年设计师体系已成熟，在保持核心技术人员不变的情况下，在 2020 年精简优化了团队，与同行业可比公司相比仍明显处于饱和状况。

综上，发行人员工整体专业背景与公司业务需求和开展情况相匹配，设计师数量与同行业可比上市公司相比处于饱和状态，不存在明显差异。

5、员工与业务匹配性

公司主营业务主要为馆厅展示创意服务、展览展示创意服务和创意设计单项服务。馆厅展示创意服务方面：公司通过招投标和商务谈判方式承接项目后，自主完成项目总体方案设计、影视动画制作、项目现场管理，并将基础装饰装修、场景制作等交由供应商完成。展览展示创意服务方面：公司通过商务谈判方式承接项目后，自主完成项目方案设计、项目管理，并将展台搭建等交由供应商完成。创意设计业务：公司创意设计业务系馆厅展示创意服务中纯设计部分。

公司 2020 年末业务岗位设置如下：

部门岗位设置	馆厅展示创意服务		展览展示创意服务	
	岗位职责	人数 (人)	岗位职责	人数 (人)
商务部	客户开发、商务谈判、沟通	48	客户开发、商务谈判、沟通	10
设计院	馆厅项目方案策划设计、调整、深化	203	展览展示方案方案设计	11
多媒体研发院	多媒体动画制作、集成	111	/	/
预决算部	馆厅项目工程预决算	12	/	/
工程技术部	深化设计技术指导、工程现场管理、工程售后	57	联系供应商施工、项目沟通、售后	2

注：创意设计业务与馆厅展示创意业务共用商务和设计人员，取决于业务是否需要后续相关实施。

公司自主完成的部分均有明确的部门岗位设置及充足的员工规模，且员工整体业务专业化水平较高，可以满足日常业务开展，与公司的业务需求和开展情况相匹配。

6、员工变动情况

2018 年末、2019 年末、2020 年末，发行人员工人数分别为 703 人、646 人

和 536 人，呈逐渐下降趋势。

单位：人

项目	2020 年末	变化	2019 年末	变化	2018 年末
管理人员	82	3	79	-3	82
研发人员	111	-7	118	9	109
销售人员	58	-20	78	-6	84
馆厅销售	48	1	47	0	47
展览销售	10	-21	31	-6	37
技术人员	285	-86	371	-57	428
馆厅技术	272	-35	307	3	304
展览技术	13	-51	64	-60	124
总人数	536	-110	646	-57	703

自 2018 年以来，公司管理人员、研发人员基本保持稳定。发行人员工人数逐渐下降主要源自发行人展览展示创意服务业务相关销售人员及技术人员的下降，具体如下：

（1）展览展示创意服务业务比重降低带来的人员调整

2020 年末较 2018 年末，公司展览展示业务销售人员与技术人员下降 138 人，下降较明显主要系公司展览展示创意业务市场竞争加剧，毛利率降低，公司主动缩减相关业务投入，再加上 2020 年受新冠疫情影响，境外展览大规模停止或延期，加速了展览展示创意业务人员调整。公司展览展示创意服务收入从 2018 年的 11,541.72 万元下降至 2020 年的 3,369.31 万元，对公司整体营业收入的比重从 2018 年的 29.62%下降至 2020 年的 7.07%，相关销售人员及技术人员随之逐年下降。

（2）馆厅业务精细化管理，提高人均产值

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司馆厅业务销售与技术人员合计人数为 351 人、354 人和 320 人。2019 年末较 2018 年末馆厅业务人数略有增长；2020 年末较 2019 年末，馆厅业务人员合计下降 34 人，主要系为积极应对新冠疫情影响，公司试行精简高效原则，对于日益成熟的馆厅业务组织体系实行了精细化绩效管理，优化精简人员结构，整合企业整体资源，提高人均效率。

7、收入增加员工减少的合理性

发行人报告期内员工减少主要系：（1）展览展示创意服务业务收入贡献降

低带来的人员调整，收入占比自 2018 年的 29.62%下降至 2020 年的 7.07%，相关销售人员及技术人员自 2018 年末的 161 人下降至 2020 年末的 23 人；（2）2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司馆厅业务销售与技术人员合计人数为 351 人、354 人和 320 人。2020 年末较 2019 年末，馆厅业务人员合计下降 34 人，主要系为积极应对新冠疫情影响，公司试行精简高效原则，对于日益成熟的馆厅业务组织体系实行了精细化绩效管理，优化精简人员结构，整合企业整体资源，提高人均效率。虽然报告期内公司员工整体减少，但公司岗位设置明确且有充足、专业的员工配置，与公司业务发展相匹配。

8、离职人员去向及任职

单位：人

项目	人员数量
2020 年末人数	536
当年新增	102
当年离职	212
2019 年末人数	646
当年新增	230
当年离职	287
2018 年末人数	703

2019 年末公司员工人数较 2018 年末下降 57 人，2020 年末较 2019 年末下降 110 人，公司离职人员数量及去向情况如下：

单位：人

项目	2020 年离职人员	2019 年离职人员
同行企业	50	83
其他企业	124	155
待业	12	9
创业	11	14
退休	1	1
未知	14	25
合计	212	287

注：上述离职人员为当期末花名册与上期末花名册相比减少的人员

公司离职人员曾在发行人任职情况如下：

单位：人

项目	2020 年离职人员	2019 年离职人员
管理人员	26	31
研发人员	26	34
销售人员	30	35

项目	2020 年离职人员	2019 年离职人员
馆厅销售	16	20
展览销售	14	15
技术人员	130	187
馆厅技术	102	140
展览技术	28	47
合计	212	287

公司离职人员的司龄情况如下：

单位：人

项目	2020 年离职人员	2019 年离职人员
3 年以内	179	245
其中：试用期	34	38
3 年以上	33	42
合计	212	287

报告期内，发行人离职人员主要为司龄较短的基层人员。该部分员工经验有限，工作内容相对简单，其工作成果通常由资深员工把关，因此其离职不会对公司项目实施造成重大不利影响。该部分员工可替代性强，流动性相对较高。经过公司多年发展，已形成较为成熟的人力资源管理体系，凭借多样化的招聘渠道，能够在员工离职后及时招聘补充。

根据发行人及实际控制人出具的承诺：自 2018 年从宽创国际离职人员，除个别重新回宽创国际工作外，不存在在实际控制人相关关联公司从事工作的情形。

上述离职人员不涉及核心技术人员和高级管理人员，不涉及核心技术人员流失。

9、同行业人员情况

自 2018 年以来，发行人同行业可比上市公司人员情况、收入规模及变动情况如下：

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	人数 (人)	收入规模 (万元)	人数(人)	收入规模 (万元)	人数 (人)	收入规模 (万元)
风语筑	1,532	225,630.19	1,540	202,991.52	1,403	170,836.13
华凯创意	149	13,516.29	355	41,177.99	359	44,849.31
易尚展示	666	102,427.27	723	104,553.63	906	112,403.46
丝路视觉	2,527	100,419.02	2,069	91,641.07	1,890	72,295.69

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	人数 (人)	收入规模 (万元)	人数(人)	收入规模 (万元)	人数 (人)	收入规模 (万元)
发行人	536	47,679.41	646	48,111.53	703	38,961.08

报告期内，华凯创意、易尚展示及发行人员工人数逐年下降；风语筑 2020 年末较 2019 年末在收入增长的情形下员工人数有所下降。2018 年末、2019 年末，发行人与收入规模相当的华凯创意相比，员工人数规模明显较高。报告期内，与收入规模较大的风语筑和易尚展示相比，发行人员工人数虽然下降但规模仍相对饱和。

综上，2018 年以来发行人员工人数逐渐下降主要系展览展示创意服务业务比重降低带来的人员调整，具有合理性，不涉及核心技术人员流失，不会对发行人持续经营产生重大不利影响。

10、公司人均创收、人均成本、人均客户数量、人均项目数量及与同行业公司对比情况

单位：万元

同行业公司	项目	2020 年	2019 年	2018 年
发行人	人均创收	88.95	74.48	55.42
	人均成本	59.93	50.86	37.16
	人均客户数量	0.50	0.97	1.10
	人均项目数量	0.29	0.56	0.59
风语筑	人均创收	147.28	131.81	121.76
	人均成本	95.91	93.94	85.03
	人均客户数量	未披露	未披露	未披露
	人均项目数量	未披露	未披露	未披露
华凯创意	人均创收	90.71	115.99	124.93
	人均成本	74.54	80.06	90.66
	人均客户数量	未披露	未披露	未披露
	人均项目数量	未披露	未披露	未披露
易尚展示	人均创收	153.79	144.61	124.07
	人均成本	105.62	91.78	82.53
	人均客户数量	未披露	未披露	未披露
	人均项目数量	未披露	未披露	未披露
丝路视觉	人均创收	39.74	44.29	38.25
	人均成本	25.85	29.32	24.37
	人均客户数量	未披露	未披露	未披露
	人均项目数量	未披露	未披露	未披露

注：人均创收=当期营业收入/期末员工人数，人均成本=当期营业成本/期末员工人数

报告期内，发行人人均客户数量及人均项目数量逐年下降，人均创收和人

均成本逐年上升，主要系公司馆厅业务和展览业务的业务特点、各自收入结构的变化以及相应员工人数变化所致。馆厅业务收入占比自 2018 年的 68.01% 上升至 2020 年的 90.68%，馆厅业务呈现项目、客户数量少，单个项目收入高的特点。展览业务收入占比自 2018 年 29.62% 下降至 2020 年的 7.07%，展览业务呈现项目、客户数量多，单个项目收入低的特点。

报告期内，发行人人均创收、人均成本呈整体上涨趋势，与风语筑、易尚展示、丝路视觉总体趋势保持一致，而华凯创意因业务重组、收入及人员规模下降幅度较大，不具备可比性。发行人人均创收、人均成本水平低于风语筑、易尚展示，主要原因系：（1）发行人文博馆、科技馆项目相对较多，定制化成分较高，项目充分运用虚拟现实、动感影院特效、多媒体互动等数字科技展示技术，相关多媒体集成主要由公司自主完成，需要参与各类专业人员相对较多；（2）发行人尚未上市，品牌效应未展现，收入规模与上市公司仍有差距，未能发挥规模优势。

（二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司员工社会保险缴纳情况如下：

单位：人

项目		2020 年末	2019 年末	2018 年末
员工人数		536	646	703
社保缴纳人数		526	631	673
差异人数		10	15	30
其中	正在办理入职手续	2	3	12
	正在办理离职手续	1	5	8
	退休返聘	5	6	3
	其他单位缴纳	1	1	7
	外籍员工（缴纳商业险）	1	-	-

公司员工住房公积金缴纳情况如下：

单位：人

项目		2020 年末	2019 年末	2018 年末
员工人数		536	646	703
公积金缴纳人数		514	607	650

项目		2020 年末	2019 年末	2018 年末
差异人数		22	39	53
其中	正在办理入职手续	2	3	12
	正在办理离职手续	1	5	8
	退休返聘	5	6	3
	自愿放弃	12	24	24
	其他单位缴纳	1	1	6
	外籍员工（缴纳商业险）	1		

1、自愿放弃缴纳公积金情况

报告期内，发行人自愿放弃缴纳公积金的员工人数为 24 人、24 人和 12 人，主要原因系：（1）上述大部分员工为非上海户籍，在上海地区缴纳城镇住房公积金的意愿较低；（2）个别员工为上海本地人，不希望因缴纳住房公积金而导致实际到账的薪酬减少，故自愿放弃缴纳公积金。该部分员工已在入职时均已签署自愿放弃住房公积金缴纳的声明。

发行人在尊重其个人意愿和实际利益的基础上，未为该部分员工办理住房公积金的缴纳手续，不符合《住房公积金管理条例》的相关规定，存在被主管部门责令限期缴存的风险。报告期内，发行人未收到主管部门责令其限期缴存住房公积金的通知，未受到公积金相关的行政处罚。

2、员工在其他单位缴纳社保及公积金情况

报告期内，公司存在部分员工在其他单位缴纳社保及公积金的情形，具体原因主要包括：（1）个别员工入职时社保公积金关系处于转接过渡期，暂时由原单位缴纳；（2）个别员工存在兼职情形，与公司签署劳务合同，其劳动人事关系在其他单位，由其他单位缴纳；（3）个别员工因个人原因已在其他单位缴纳未停缴。

报告期内，公司员工在其他单位缴纳社保及公积金共计 7 人，其中 6 名员工因已离职，无法获取其他单位缴纳的具体信息；目前在职员工 1 名，具体情况如下：郭旭城，现任工程部项目经理，于 2017 年 9 月入职发行人，与公司签署《劳务协议》。据向其本人确认，郭旭城因个人原因，其社保公积金在前单位上海小燕建设发展有限公司缴纳未停缴，未在上海小燕建设发展有限公司担任任何职位，未领取薪酬，上海小燕建设发展有限公司替其缴纳社保公积金合

计 22,000 元/年。上海小蒸建设发展有限公司从事各类工程建设活动，与发行人不存在关联关系、业务关系或资金往来。

发行人承诺上述员工缴纳社保公积金的单位与发行人股东及实际控制人无关联关系、业务关系或资金往来，不涉及代发行人承担成本、费用的情形，不存在利益输送，不属于关联交易非关联化，不存在同业竞争的情形。

3、境外子公司员工情况

发行人境外子公司无员工。报告期内，发行人拥有 2 家境外子公司分别为宽创香港和宽创德国。宽创香港系公司展览展示业务的海外结算主体，实际业务由母公司宽创国际来经营，宽创香港本身无员工。宽创德国无实际业务和人员，已于 2020 年 1 月注销。

根据柯伍陈律师事务所及盖德舒马赫律师事务所出具的《法律意见书》，截至发行人境外子公司报告期末/注销之日，发行人境外子公司不存在因违反所在地国家或地区有关员工社会福利相关法律、法规而被行政处罚的情况，也不存在涉及员工社会福利的诉讼、仲裁。

4、发行人取得社保公积金主管机关出具的证明文件

发行人、成都分公司、深圳分公司、西安分公司均取得社保公积金主管机关出具的证明文件，宽新科技、六安分公司、青岛分公司暂未实际经营，没有员工也并未开立社保、公积金账户。

上海市社会保险事业管理中心出具《单位参加城镇社会保险基本情况》，证明发行人社保缴费状态正常，无欠款。上海市公积金管理中心出具《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，证明发行人住房公积金账户处于正常缴存状态，未有该中心行政处罚记录。

经上海市公共信用信息服务平台查询并提供的《法人劳动监察行政处罚信用报告》显示，上海市人力资源和社会保障局提供的 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日与发行人相关的劳动监察行政处罚信用记录显示，发行人不存在受到劳动监察类行政处罚的情况。

成都市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明发行人成都分公司于 2019 年 9 月至 2020 年 12 月在该局办理社会保险登记，参加城镇职工社会保险并申报缴纳社会保险费，在此期间无欠费。成都市公积金管理中心出具《证明》，证明发行人成都分公司于 2019 年 10 月至 2021 年 1 月于该中心办理了缴存登记，缴存了住房公积金。

深圳市人力资源和社会保障局出具《证明》，证明发行人深圳分公司自 2019 年 6 月 28 日至 2021 年 2 月 28 日，无因违反劳动法律法规而被行政处罚的记录。深圳市公积金管理中心出具《单位住房公积金缴存证明》，证明发行人深圳分公司于 2019 年 7 月至 2021 年 1 月未有因违法违规而被该中心处罚的情况。

西安市人力资源和社会保障局出具《证明》，确认发行人西安分公司自 2019 年 5 月至 2021 年 1 月，无因违反劳动法律法规而被行政处罚的记录；西安市医疗保障局亦出具《证明》，确认发行人西安分公司自 2019 年 6 月至 2021 年 2 月医疗、生育保险参保正常。西安市公积金管理中心出具《住房公积金单位缴存证明》，证明发行人西安分公司于 2019 年 5 月至 2021 年 1 月未有因违反住房公积金相关的法律、法规而受到过处罚。

根据发行人出具的书面说明、相关政府主管机关出具的证明文件，以及《境外法律意见书》，发行人及其控股子公司在报告期内不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到行政处罚的情形。

5、是否存在因未替所有员工缴纳社保、公积金而被行政处罚的风险

报告期内，发行人存在未为较少部分员工缴纳社保和住房公积金的情形，存在被主管部门责令限期缴存的风险。如发行人未在主管部门要求的期限内改正的，则发行人可能被给予行政处罚。针对潜在的行政处罚风险，发行人承诺：自发行人进行社会保险和住房公积金登记以来，不存在被相关主管部门责令限期缴存社保公积金的情形，若应有权部门要求整改或补缴，发行人将积极配合，避免被处以罚款等行政处罚。

6、发行人实际控制人已出具兜底承诺

发行人实际控制人张东、李丹已出具承诺：“在任何期间，若由于宽创国际

及下属子公司的各项社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵问题，而给宽创国际及其下属子公司造成直接和间接损失及或因此产生相关费用（包括但不限于被有权部门要求补缴、被处罚）的，本人将无条件地予以全额承担和补偿。本人在承担前述补偿后，不会就该等费用向宽创国际行使追索权。

在任何期间，若由于宽创国际及下属子公司的各项社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵问题，社保主管部门或公积金主管部门要求宽创国际及下属子公司对社保、公积金缴纳情况进行整改或补缴社保、公积金，本人将立即敦促宽创国际及下属子公司完成整改或补缴工作。

7、不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响

发行人报告期内应缴未缴社保和住房公积金的具体金额以及对发行人当期净利润影响情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
应缴未缴社保金额	0.27	1.12	10.55
应缴未缴公积金金额	5.33	9.02	10.40
应缴未缴社保公积金总额	5.60	10.14	20.95
当期净利润	5,127.18	5,285.76	3,550.69
应缴未缴占比	0.11%	0.19%	0.59%

注：2020 年因疫情享受减半征收大型企业等其他参保单位（不包括机关事业单位）三项社会保险单位缴费的政策。

报告期内，发行人存在未为较少部分员工缴纳社保和住房公积金的情形，存在被主管部门责令限期缴存的风险。经测算，发行人应缴未缴金额较小，对公司经营业绩不构成重大影响。发行人在报告期内五险一金缴纳无欠款且无主管部门的行政处罚记录，未被社保公积金主管部门要求补缴。同时，发行人实际控制人就缴纳社保公积金相关事项出具了承诺函，若发行人需要补缴或收到处罚时将全额承担相关费用，因此不对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品的情况

（一）主营业务

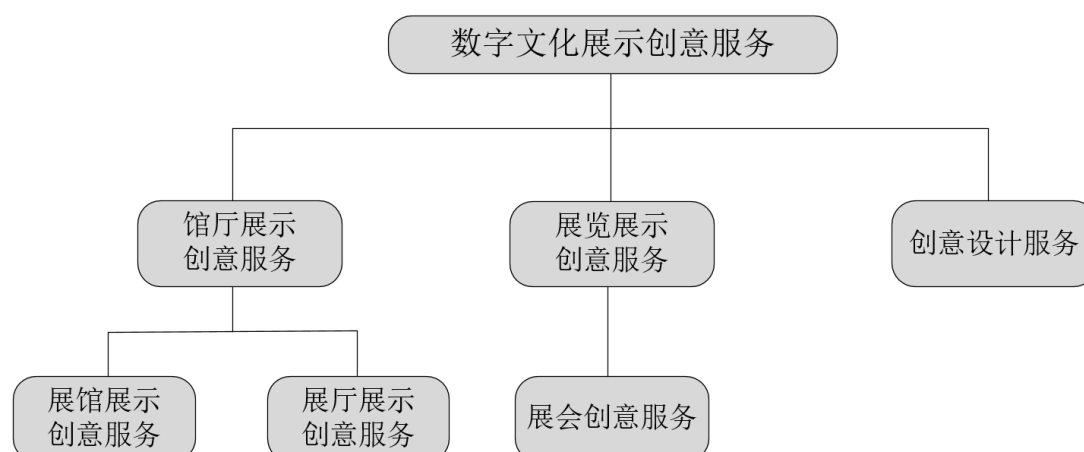
宽创国际是数字文化展示创意服务的综合提供商。宽创国际深耕数字文化展示创意行业多年，拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验，并完成了数量众多的项目案例。宽创国际致力于为文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。

公司拥有专业且经验丰富的研发及创意设计团队，在深挖客户需求的基础上，注重科技与文化创意设计的融合，追求极致的展陈效果和感官体验。同时，公司注重科技研发创新，截至报告期末，公司拥有研发人员 111 人，拥有专利 62 项及软件著作权 225 项。公司是中国展览馆协会常务理事单位、德国博物馆协会会员单位、美国博物馆协会会员单位、上海市创意产业协会会员单位、上海市多媒体行业理事单位，并获得了“2019-2020 年度国家文化出口重点企业”、“上海文化和旅游局科学技术进步奖一等奖”、“2019 年度上海市‘专精特新’中小企业”、“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“浦东新区企业研发机构”、“浦东总部经济十大经典样本”、“浦东新区高成长性总部证书”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等荣誉。

公司自成立以来，主营业务未发生重大变化。

（二）公司主要产品和服务

公司主要为展馆展厅（包括文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅等）、展览（包括展会等）等展示场所提供数字文化展示的策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。公司提供的服务包括馆厅展示创意服务、展览展示创意服务及创意设计服务。具体分类如下：



公司根据场所文化类型、空间条件、受众人群喜好、运营使用方的需求等，量身打造创意设计理念和方案。公司通过数字科技手段将原有文化内容进行多样化、多维度的呈现和解读，并利用物联网智慧平台挖掘实时数据，动态分析观众的观展行为及潜在需求，优化观展体验，为场所的运营提供有效数据支持。

1、展馆展示创意服务

按照应用场景，公司提供的展馆展示创意服务分为文博馆展示创意服务、科技馆展示创意服务、文旅主题馆展示创意服务。

（1）文博馆展示创意服务

博物馆是沟通文化的桥梁。公司从考古学、人类学、历史学、历史地理学等宏观视野着手，对历史进行还原、解构、重现、解读，注重挖掘文物所蕴含的文化价值、科学价值、艺术价值，打造有思想有观点的现代博物馆。博物馆还原历史时代背景、生活方式，使观众通过文物藏品实现与历史的对话，唤起观众对历史的记忆，引发对当今与未来的思考。

公司研发出智慧博物馆系统并运用到项目设计和实施中，智慧展馆系统以信息化、数字化、智能化为特点，综合运用人脸识别系统、智能定位系统、全景成像、互动沉浸式系统、VR 系统、AR 系统、MR 系统、人工智能系统、数据可视化系统、大数据分析系统等高科技手段，设计更加先进的文物展示方式，给参观者带来贴心便捷的体验。

公司文博馆类项目主要有张掖市博物馆、湖北潜江龙湾遗址博物馆、青岛大沽河博物馆、义乌非遗博物馆、柳州工业博物馆、深圳中英街博物馆、六枝特区三线记忆博物馆、苏州非遗博物馆、兴安灵渠博物馆、安康市移民（脱贫）搬迁博物馆、中华仡佬族博物馆、中国工农红军北上抗日先遣队纪念馆等。

公司文博馆类代表项目具体情况如下：

①张掖市博物馆



项目定位：

张掖社会发展的象征和文化建设的重要标志，“一带一路”沿线文化建设的精品工程，张掖对外宣传的新窗口、新名片。

创意理念：

展馆以“张国臂掖”为展示主题，遵循历史发展的脉络，分为“弱水溯源”、“张国臂掖”、“北凉风云”、“万国咸宾”、“民族交融”、“府城遗韵”六大展示单元。展馆应用当今前沿的展示理念，利用文物陈列、图文说明、多媒体演示、场景复原、沙盘模型、油画等丰富的展陈形式，从主题策划到空间设计，从古建筑复原到多媒体集成，从落地施工到展馆运营，无不凝聚着巧思与匠心。通过各个单元精彩纷呈的展示，彰显张掖历史文化底蕴的厚重久远，突出“金张掖”的含金量。

②湖北潜江龙湾遗址博物馆



项目定位：

将文化遗产保护、考古发掘研究、旅游开发利用等目标有机结合，生动诠释龙湾国家考古遗址公园的美好前景。

创意理念：

展馆以“回”为策划主线，秉承“还原历史环境——考古挖掘遗址——回溯建筑原貌——保护传承发展”的内容逻辑，将内容分为回溯：云梦之泽；再现：龙湾之光；还原：章华之胜；传承：今人之道四个单元。展馆按照历史时序，应用现代多媒体展陈技术，展示了章华台遗址勘探发掘的过程，解读了章华台永垂青史的建筑美学，再现了早期皇家花园与离宫的巅峰面貌。

③青岛大沽河博物馆



项目定位：

大沽河博物馆位于青岛大沽河省级生态旅游度假区，是一座系统展示大沽河流域自然生态、水患治理、历史文明、民俗风情的大型综合性博物馆，集陈列展览、教育服务、收藏保护、文化交流、研究探索于一体。

创意理念：

大沽河博物馆包括大沽河博物馆、科技馆、文化交流馆、胶州历史展厅以及游客服务中心等，由宽创设计施工一体化完成。宽创国际将“大展览”的理念实践于大沽河博物馆，将文化、创意、科技完美结合，成功地将历史与文化融为一体，通过多媒体手段丰富历史文化内涵。

④义乌非遗博物馆



项目定位：

义乌市非遗馆打破传统非遗馆展示思路，充分挖掘义乌城市发展脉络，将城市发展与文化产业有机结合，打造集艺术化、智慧化、市场化于一体的城市文化新平台，在沉浸式、综合化、社区化的馆体氛围中，创造国际之都义乌的城市产业新力量，建立中国文化对外展示的国际新名片。

创意理念：

非遗馆深入探究义乌精神内涵，充分挖掘义乌城市发展脉络，将城市发展与文化发展有机结合。展馆以“生生不息”为主题，分设“序厅”、“一人·义乌之源”、“一街·生息之所”、“一心·关怀之力”、“一坊·传承之里”、“尾厅”六大单元，将义乌非遗的前世今生娓娓道来。并通过图片文字、实物展示、历史影像、场景还原、视听播放、手工体验等多元表现方式，唤醒人们的非遗记忆。

⑤柳州工业博物馆



项目定位：

柳州工业博物馆定位为综合型工业博物馆，集工业历史展示、工业遗产保护、科学知识普及、旅游休闲于一体，设有工业历史馆、生态宜居馆等主题展馆。

创意理念：

宽创打造柳州生态文明馆以及企业风采馆，围绕新物种设计连接用户、产品与场景；新物种设计构建新时代全景智能生活体系；新物种设计驱动创新科技大未来三大主题，打破时下展厅设计的思维定势，结合展陈策划与室内空间，将刷新人们对柳州工业的认知。宽创在工业历史馆中增加了木炭煤气炉模拟发电动画、柳州全景擦屏印象、磨木机原理幻影成像小魔盒、VR 沉浸式影院等多媒体展项，让观众拥有身临其境的真实体验。

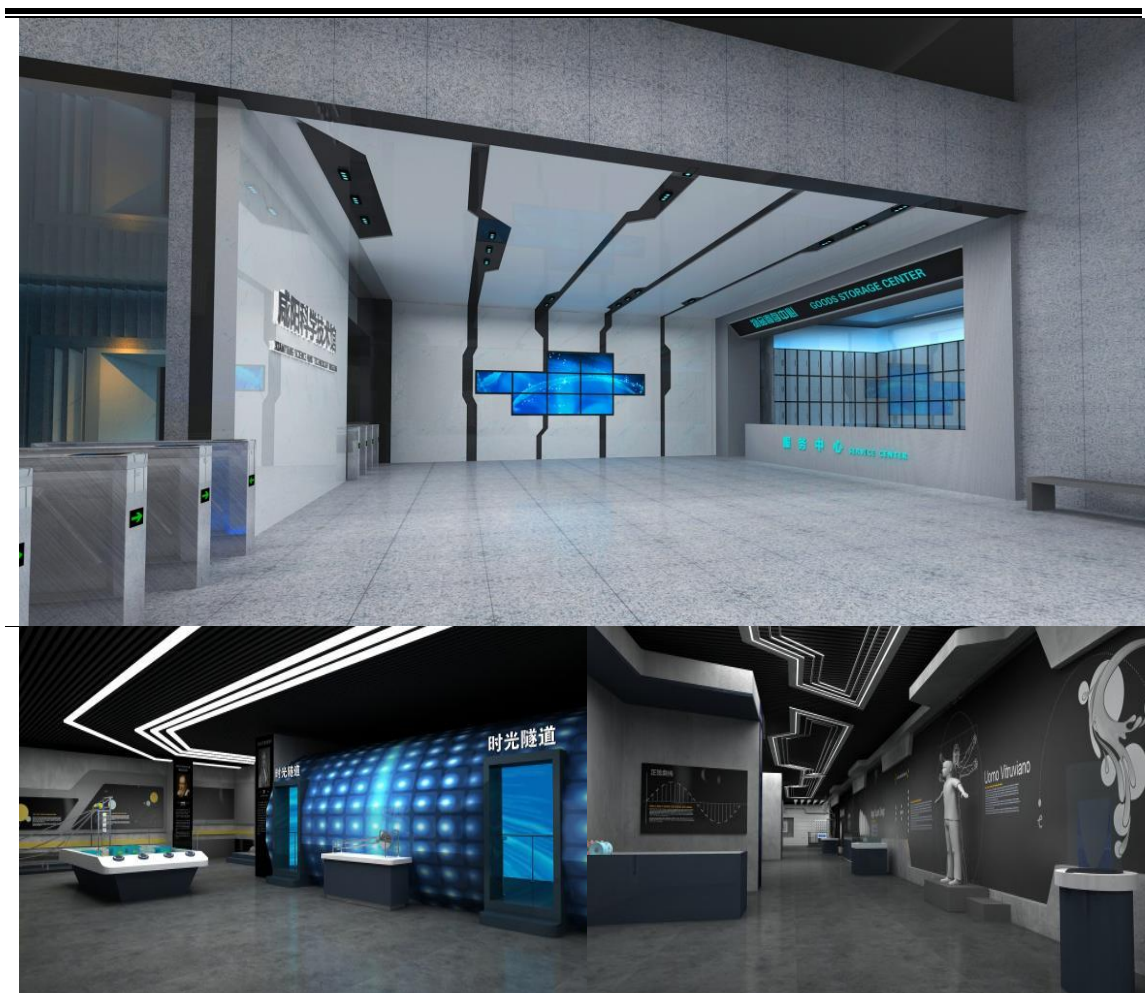
（2）科技馆展示创意服务

公司运用多元化的先进技术手段，对科技内容进行展示，为游客提供兼具科学性、知识性、趣味性、互动性的参观体验。同时，公司注重结合地方历史文化、科技发展、生态保护、可持续发展战略等特色元素，在宣传科普知识的同时展现时代特征、地方特色。

公司科技馆类项目主要有咸阳市科技馆、柳州市科技馆、山西省科技馆、武汉市科技馆及中国建筑科技馆等。

公司科技馆类代表项目具体情况如下：

①咸阳市科技馆



项目定位：

完善城市功能，加快文化事业发展，提升咸阳文化软实力，丰富人民群众文化生活，带动大西安（咸阳）文化体育功能区开发建设，推动西咸国际化大都市进程。

创意理念：

咸阳市科技馆位于陕西省大西安（咸阳）文化体育功能区内，建筑面积 12,000 平方米，布展面积约 6,000 平方米，以“启智创新继往开来”为主题，衍生“科普主题”和“咸阳专题”两条探索线索，设计七大展区，既考虑了一所现代城市的科技馆应具备的科普教育功能，

又结合了咸阳本土所留存的人文色彩和风骨气韵。从空间横向看，智慧花园、帝都之光，寓意科学知识和历史文化的滋养与积淀；探索乐园、生命健康展示对科技的探索与创新；未来家园、咸阳新象，表达科技创造的收获。展厅分布与展示脉络，层层递进，融合对应。

②柳州科技馆



项目定位：

该项目肩负提高社会公众科学文化素质,面向公众特别是青少年开展科普展览，科技培训等多项重任,是实施科教兴省展览的基础部门,也是柳州科技和科普事业的重要组成部分。

创意理念：

柳州科技馆以科学梦想的翅膀为主题，通过萌动的序曲、家园协奏曲、宇宙的回声、经典的旋律、生命的咏叹，唱响新未来等展厅共同演绎未来之歌。宽创国际主要负责展区生命的咏叹和唱响新未来两个展厅的设计施工工作，展现现代化的科技元素。

③中国建筑科技馆



项目定位：

该项目作为国内首个以“中国建筑”和“建筑科技”为主题的国家级展览馆，承担着从建筑科技层面解读中国建筑史上影响中国、乃至世界的重要建筑科技成果的历史使命。

创意理念：

宽创国际重视线上空间的必要性，科技馆的互动和参与性，及一种关照时间线的连续发展，将通过“工程、技术、艺术”三个维度的划分，实现对中国建筑科技馆的展陈内容分类。使公众通过参与本馆活动、游览、探索的行为，发现展陈内容和知识的线索。建筑模型背后透露出的是现代设计师们追求建筑高度、跨度、深度和广度的努力和探索。其中，科技馆的幕墙体系多样化，主楼部分的双曲面不锈钢板幕墙施工难度最大，设计最复杂。本馆之形象中心、功能中心必须凝聚、融合成为一个整体，统一表达“中国建筑及科技”的核心灵魂——基于传统文化土壤的中国建筑科学精神。

（3）文旅主题馆展示创意服务

公司文旅主题馆将旅游、文化、科技、IP 相融合，开创了“文化旅游+体验经济”的新模式。公司以国际化视野，秉承“大展览”理念，深度挖掘、细致解读文化内容，并将之商业化。公司通过资源整合、产业协同与专业运营，选择山清水秀、人文独特的文化景区和优秀镇域，力图为客户打造全季全时段文化景区。

公司文旅主题馆类项目主要有中国南宁园博会宜居城市馆、青岛世园会主题馆/海洋馆/植物馆、合肥家电故事馆、国家公园雅安大熊猫科普教育中心、云南英雄老山圣地景区、六枝三线记忆博物馆项目等。

公司文旅主题馆类代表项目具体情况如下：

①中国南宁园博会宜居城市馆





项目定位：

宜居城市馆是第十二届中国（南宁）国际园林博览会的主展馆，城市建设发展主题展以“新时代·新理念·新城市”为主题，以城市发展的过去、现在和未来为主线，串联城市发展的总体进程。展览设“城乡建设 40 年”专题展厅，通过丰富的图文版、多媒体体验、沙盘模型，让观众了解城乡建设事业的光辉历程，了解住房城乡建设发展取得了巨大的成就。

创意理念：

展览的古代篇，回溯中国城市发展的历史渊源，主要展示古代城市的起源，历代名城的繁华与宜居。展览的现代篇，围绕“创新、协调、绿色、开放、共享”五大专题，去展示中国新时代下城市发展的魅力。展览的未来篇，以互动体验的方式，引导观众展望城市发展的愿景和方向。整个场馆以新颖的展示手法和前沿的科技体验，做到传承城市文脉、谱写时代新篇、引领城市未来。

②合肥家电故事馆



项目定位：

该项目是位于合肥包河区，它所承载的历史就有着独特的价值和艺术审美。项目团队秉持叙事的态度、艺术的方式，以文创运作的思维，打造多重故事场景，用年轻、鲜活、交互、多维的创意手法复刻历史，最大化的保留老建筑、尊重历史传承记录当下，启迪未来。

创意理念：

通过馆中馆划分 5 大主题中心，打造顶级体验平台：

家电故事馆—动静结合讲述家电的前世今生，探索合肥家电产业崛起的秘境；

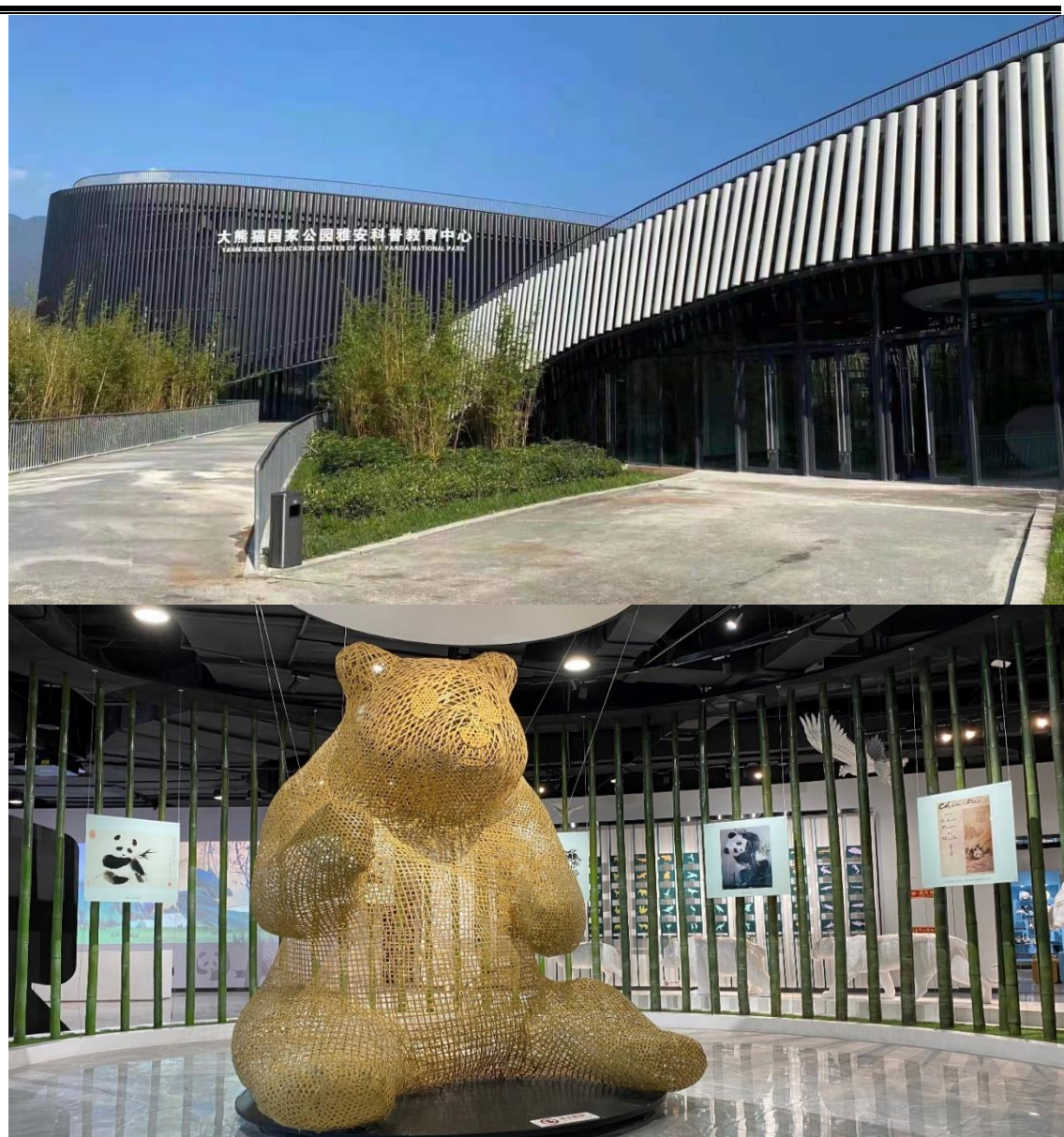
品牌体验馆—精选合肥高端品牌，讲述品牌故事。打造一站式家电购物、品牌体验；

合肥情景老街—多个实景体验将传统与艺术融合，通过街区造景定格时代表情；

品质书店—以“凿壁偷光”为设计理念，以当代生活审美为核心，搭织美学生活共享文化空间；

机器人馆—通过机器人互动科普体验，开拓青少年的创新思维，共创未来智慧生活。

③国家公园雅安大熊猫科普教育中心



项目定位：

宽创国际在打造大熊猫国家公园雅安科普教育中心时，助力雅安市积极融入四川“三九大”旅游品牌，以运营为核心目标，在场馆设计元素融入、互动体验内容和活动空间设置等方面，提供未来文化交流、自然教育、科普活动和学术会议机会等，并开发了多种大熊猫相关文创产品，共促大熊猫保护在生态品牌建设方面取得突出成绩。

创意理念：

雅安大熊猫科普中心,建筑利用大面积玻璃幕墙设计，将室内空间与室外景观相连，十分注重空间感的打造，因此，内部展陈将避免生硬隔断，在大区块、整体性空间中串联展陈内容，保证视野开阔，提升参观舒适度，同时布展将充分考虑建筑高度变化，做到室内展陈与建筑完美融合。

2、展厅展示创意服务

公司全面发挥文化历史、科技研发、创意设计等领域的专家及技术优势，从

产业链、行业发展、企业形象、文化内涵、企业技术、企业产品、解决方案等多角度展示企业价值，打造富有特色的企业展厅，成就企业品牌。

公司企业展厅类项目主要有山东国核崮山展示中心、上海集成电路设计产业园展示馆、汤臣倍健营养体验馆、北京用友数字企业体验馆和华为延安云计算数据中心展厅等。

公司企业展厅类代表项目具体情况如下：

（1）山东国核崮山展示中心



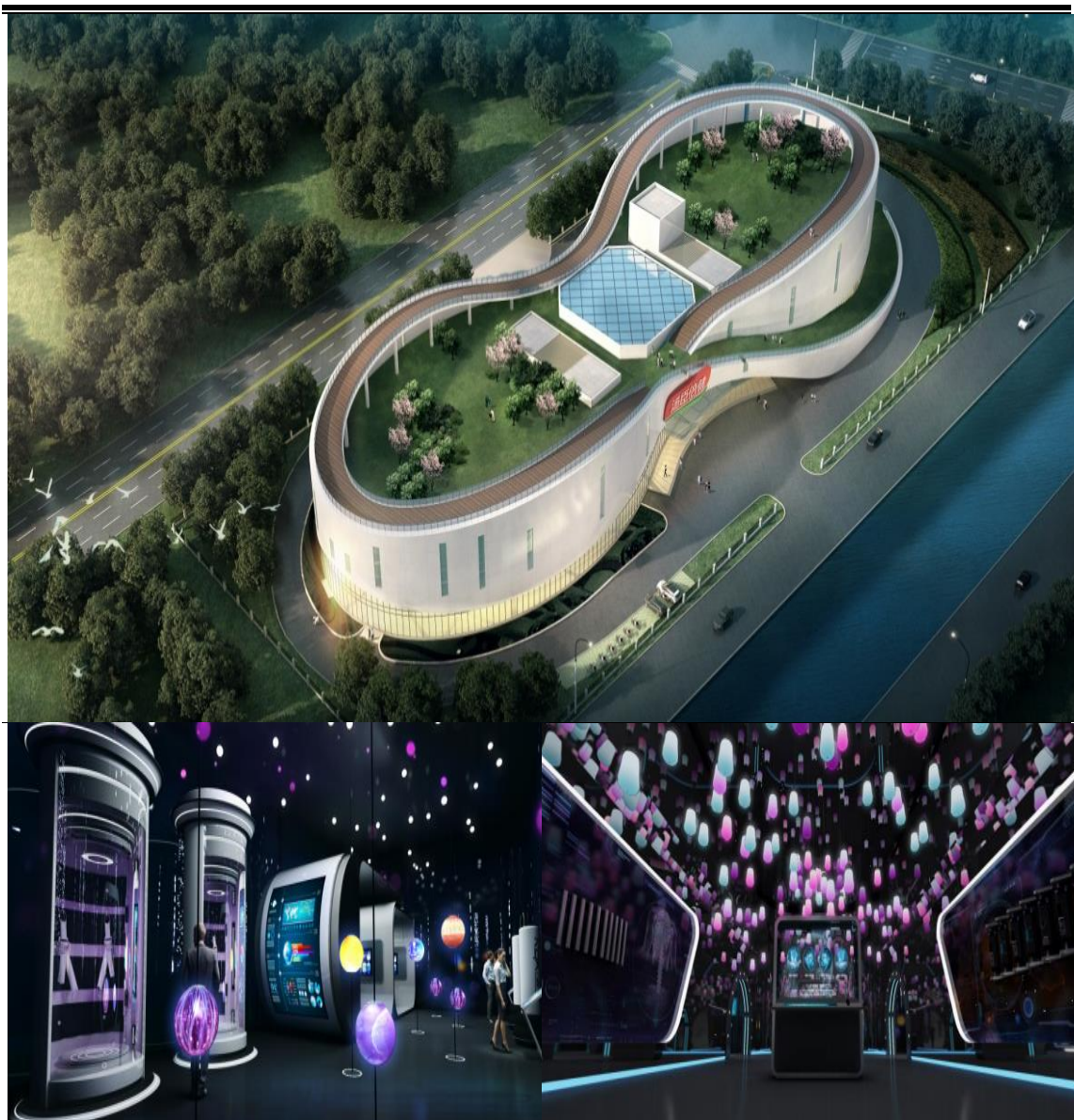
项目定位：

国家电投新能源科技馆是国内领先，国际一流核能展馆和交流合作平台。是国家电投企业品牌形象和科技重大专项国和一号的展示和宣传窗口。依托于崮山国际交流中心打造行业内高端国际合作交流平台。

创意理念：

主题部分，由核能世界、核能中国、核能荣成、国家电投清洁能源五部分组成。以“核能世界”、“核能中国”、“核能荣成”和“国家电投清洁能源”为主线，讲述世界核能发展史，中国核能与科技发展历程。科普部分以“核能生活”、“核能未来”为主线，展现核能科技和核能能源的科普知识；以小型堆、核聚变、国际热核聚变试验堆为例讲述未来核能发展方向。

（2）汤臣倍健营养体验馆



项目定位：

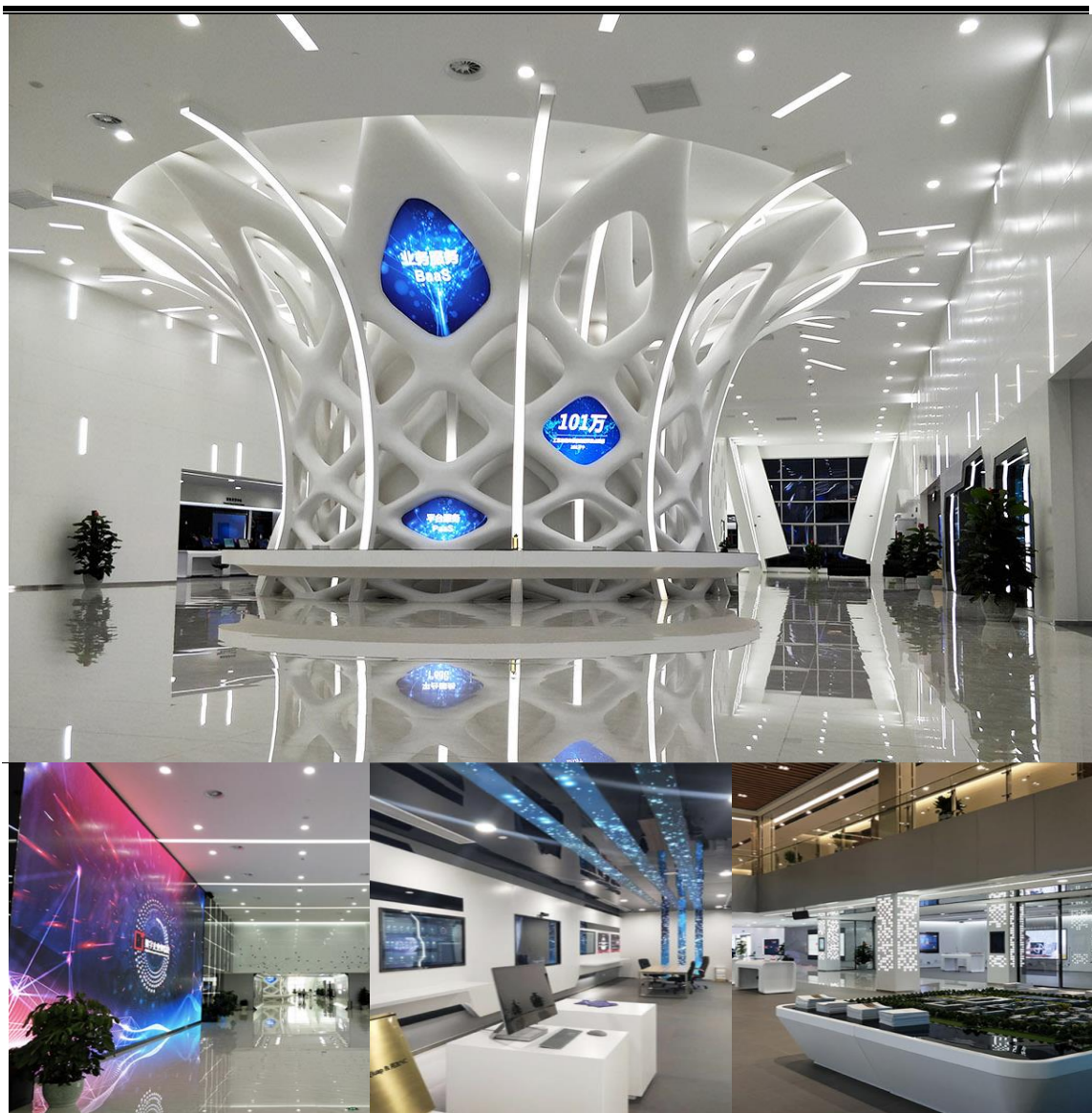
帮助消费者认知自身健康状况及个性化需求，并提供全方位健康管理服务的平台。

创意理念：

场馆具体分为四大板块，即营养科普，塑造声、光、电等多媒体互动的沉浸式光影体验，寓教于乐地科普营养知识；健康理念，结合丰富多样的装置，帮助消费者生动地认识疾病与营养；健康检测，用尖端检测设备对消费者进行健康风险评估，帮助他们认识自己的身体；

健康管理，配备专业营养师分析解读消费者的报告，并定制个性化的营养方案。公司以游客参观体验的角度审视、设计并复核馆内所有的设计细节。

（3）北京用友数字企业体验馆



项目定位：

北京用友数字企业体验馆是中国一个综合型、融合化、生态式的数字企业体验中心。

创意理念：

整个展馆采用开放式布局，利用建筑本身的特点，从序厅开始左右铺开“行业云”与“领域云”展览主题，参观者可根据业务目的需求合理的安排参观路线。同时巧妙的将挑空大厅设计为与用友云平台抽象概念相结合的艺术展项，以放射状线条呼应天地之间的概念凸显用友为搭建企业与云之间的数字化建设所做的贡献。领域云与行业云都采用拓展性设计，方便后续内容更新，同时注重场景化互动体验的参与感。二层为商务接待的功能性区域，负一层为报告厅等区域，整个场馆规划合理，视觉效果大气磅礴，为用友后续的企业展示及营销宣传发挥了重要的作用。

（4）华为延安云计算数据中心展厅



项目定位：

精准定位延安华为云计算数据中心展示馆的建馆目标，定制专属延安新区、华为行业应用解决方案互动飞屏、生态合作伙伴数据瀑布，根据“云上新延安、擎动新经济”的主题设置，设计反映携手华为开拓大数据产业新业态的特色展区，避免大数据展示千馆一面的弊端。

创意理念：

作为云计算大数据展示馆，其本身就应是一个智慧化的展示平台，将大数据技术运用到馆内，通过人脸识别、观众信息采集分析、智能导览等技术，借助微信平台或 IPAD，实现观众与展馆良性长效沟通，并打造展馆 APP、大数据平台，实现全数字化、智慧化。

3、展会创意服务

公司自成立至今，已为众多世界 500 强、中国 500 强企业提供展会创意服务，成功案例遍布“一带一路”国家和地区。公司凭借卓越的市场洞察力和不拘一格的创意精神，依托强大的行业资源整合能力，为客户提供涵盖“策划、会议、视

觉、设计、品牌、空间”等全方位的一站式国际会展服务体验。

公司展览展示创意服务项目主要有：中兴通讯（2018 年深圳电子展、2018 年天翼智能生态博览会、2017 年巴塞罗那智慧城市展）、华为（2018 年保加利亚 16+1 展、2015 年汉诺威电子展）、中国银联（2019 年自助售货系统与设施博览交易会、2017 年亚洲移动大会）、阿里巴巴（2017 年亚洲移动通讯大会、2017 年中国国际电子商务博览会暨第二届全球跨境电商峰会、2016 年中国国际旅游交易会）、格力（2018 年美国空调制冷和供热展、2018 年印度制冷和空调展）、京东（2017 年亚洲国际物流技术与运输系统展览会）、上海电气（2019/2018 德国汉诺威工业博览会）、中国中车（2017 年世界客车博览会）、携程（2018 年新加坡旅游展）、烽火科技（2019 巴西国际通信展/2018 欧洲宽带论坛/2018 亚洲通讯展/2018 NGON&DCI EUROPE/2017 欧洲宽带论坛/2019 亚洲移动通信博览会）、中国信科（2018 年中国移动全球合作伙伴大会）、上海小蚁科技有限公司（2018 柏林国际消费电子产品展/2018 ISC EXPO/West / 2018 NAB）、武汉地铁集团有限公司（深圳 2017 Urban City Rail Transit Culture Expo）、中铁建设集团（2019 德国 TRANSPORT LOGISTIC, 2017 德国 TRANSPORT LOGISTIC）等。

公司展览类项目的合作伙伴多为知名企业，举例如下：



公司展览展示创意服务代表项目为中兴（2018 年天翼智能生态博览会）及中国中车（2017 年世界客车博览会）。

（1）中兴（2018 年天翼智能生态博览会）



项目定位：

打造高端智能展台，呈现品牌科技特性。

创意理念：

以“科技打造智慧生活”为中心设计思想，通过硬朗的切角元素呈现出富有科技感的创意展台效果。

（2）中国中车（2017 年世界客车博览会）



项目定位：

打造品牌科技智造的未来发展道路。

创意理念：

宽创国际本次为中车参与世界客车博览会设计了专属展台，主要特点围绕真车现场观摩、组件零件现场解析两大核心进行设计；布局上满足中车的展车需求，视觉上以大气稳重为主旋律，意在体现中车产品的可靠感、先进感。

4、创意设计服务

创意设计服务即公司承担各类展示系统项目中创意设计、影视动画创意、模型创意等特定环节的创意服务业务。

公司创意设计服务代表项目具体情况如下：

（1）南昌汉代海昏侯国遗址



项目定位：

南昌汉代海昏侯墓是我国目前为止发现的面积最大、保存最好、内涵最丰富的汉代列侯等级墓葬。

创意理念：

本馆以时空的“回”与“溯”，文明的“遇”与“见”为概念进行策划，依托详实的历史背景，结合当代科技与艺术，打造一座沉浸式的互动体验馆，海昏侯国为引，为观众展现一幅汉代文明的历史长卷。

（2）青岛市城阳区档案馆



项目定位：

青岛市城阳区最具综合性，最具特色的爱国主义教育基地和城阳历史文化遗产中心。它将成为城阳区委和区政府对外宣传和推介城阳的文化窗口。

创意理念：

以城阳档案建设发展为背景，运用实物、多媒体、互动体验的方式，使内容与空间形式产生对话，观众与固化档案产生对话，从而实现“版面展示立体化,实物场景一体化，景观模型动态化，展示手段科技化”的设计理念，进而有别于中国乃至世界所有展览,彰显其独特而珍贵的档案价值。

（三）主营业务收入的主要构成

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
馆厅展示创意服务	43,236.64	90.68	39,010.85	81.08	26,496.98	68.01
展览展示创意服务	3,369.31	7.07	8,614.04	17.90	11,541.72	29.62
创意设计服务	1,073.46	2.25	486.64	1.01	922.39	2.37
合计	47,679.41	100.00	48,111.53	100.00	38,961.08	100.00

（四）主要经营模式

1、业务运营模式

公司是数字文化展示创意服务的综合提供商，主要为各类展馆、展厅、展览等主题空间提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。公司依托丰富的文创展示经验，通过招投标和商务谈判方式承接展览展示服务一体化项目，公司自主完成项目总体方案设计，并通过基础装饰装修、多媒体集成、场景模型搭建、影视动画等手段来展示实现，最终打造一体化“交钥匙工程”，为客户提供数字文化展示创意服务的综合解决方案。

2、业务承接模式

对于展馆展示创意服务项目，公司主要通过招投标方式获得业务资格；对于展厅、展览展示创意服务项目，公司主要通过商务谈判获取项目。

（1）馆厅展示创意服务：公司设有馆厅商务部，负责收集汇总全国各个区域市场发展情况，通过行业合作伙伴如规划设计院、建筑设计院、各大专院校、行业协会的合作，以及通过各类政府网站或建设项目信息网站、招标网等公开信息渠道获得市场信息后进行项目跟进。公司培养了一批对产业资源敏感、能够深挖客户需求的业务队伍，负责掌握、收集市场信息并分析业务拓展机会。

公司馆厅商务部根据项目的背景、具体情况、资金来源以及项目形式等情况

进行实地调研，对于项目背景清晰、情况明确、资金到位的项目，由商务人员申请立项。展馆展示创意服务项目在投标并中标后，与客户签订销售合同。

（2）展览展示创意服务：对于展览类项目，根据其小而分散的特点，公司市场销售人员通过网络信息、展览邀请、主办组团推荐、行业协会贸促会推荐等公开渠道时刻关注行业动态，及时获取、更新展览、展商信息，并积极跟进潜在客户需求。建立初步合作意向后，展览商务部人员将对项目类型进行分类，综合考虑展览面积、客户预算等因素，对于规模较大的项目，向展览设计部提出策划立项，针对小型项目直接对接设计师、传达客户需求、进入项目设计阶段。之后，公司向客户交付设计初稿、设计说明、工程报价并获得确认后，展览商务部将联合工程运营部进入后期正式报价环节。工程运营部根据供应商的价格和市场供应环境为展览商务部提供合理定价范围建议，辅助展览商务部与客户统一最终合同方案。工程运营部实行项目制，根据项目属性，指定固定项目人员，分别负责项目前期、中期、后期进度，实行项目一体化管理，保证项目各信息被有效传达及管控，最终实现项目的合格规范化交付。

往往一个客户会同时产生多种需求，如展馆建设、展览服务、外展引入、巡展运营等。公司能够满足同一个客户多元的服务需求。针对这类业务，公司会组织设计部门等相关团队进行方案制作，待客户认可后签订合同。

除主动收集潜在业务信息外，公司通过十余年行业实践积累了良好的客户口碑，在商务部拜访客户、维护客户的同时，公司获得了大量由客户介绍的质量优秀的新项目，成为公司开拓市场的良好根基。另一方面，公司不断加大对外展示力度，吸引了一批通过公开渠道与公司开展业务的新客户，为公司的发展带来稳定客源。

3、创意服务模式

公司的设计、实施模式围绕从策划、设计、深化一体化运行：商务部门确定立项，工程部门和设计部门提供初步设计方案。展馆展厅类项目由商务部配合投标组进行准备标书并投标，在中标之后设计院根据意见反馈深化设计方案。展览类项目相对展馆类项目具有时间短、市场需求频次高的特性，由商务部直接与客户沟通，收集需求后和设计部、工程部合作发出设计草案，并与客户不断沟通、

深化内容设计，确定最终执行方案。业务部门确定设计稿后，由运营部根据深化方案制定采购清单、联系供应商，并启动施工。公司设计与施工模式具体介绍如下：

（1）创意设计模式

公司勤于设计，精于创意，要求设计师高度参与项目各环节，以总体策划设计为骨架，以高新数字展示科技为依托，丰富展示效果，紧贴“方案与需求相匹配、创意与效果相匹配”的设计准则。

对于展馆展厅类项目，公司设计部门依据专项小组初步报告开展项目实地调研，调集相关案例、执行信息分析、提出布展概念及部门合作计划。首次设计以获得中标为目的，运用独特视角、创新立意、国际化思维诠释客户目标，深度结合公司自主研发产品，展现公司实力和技术应用的灵活性，并配合投标部门完成标书设计与投递。合同正式签订后，设计部门对设计概念进行进一步深化升级，深挖客户核心需求，优化处理项目细节，确保创意紧扣主题、制图清晰、细节丰富。设计完成后由设计院工程组对方案的实施方式、技术配备、材料选取、布局效果等方面进行专业可行性评估，并交由商务部与客户达成最终合作意向。在施工阶段，公司要求设计部以客户意见为导向，修改方案直至传达准确客户需求。

对于展览类项目，为确保高效地完成大量订单，公司派出商务部门与展览类客户先行沟通，收集数据后将订单按照规模和预期时长分别制定项目流程。对于规模较小的项目，商务人员直接与设计师沟通并即时进行展位设计的交流，两部门合作向客户交付设计初稿、设计说明、工程实施注意事项及工程报价；对于大型项目，商务部将组织客户与策划沟通并出具设计文案，设计师根据策划定稿进行设计制图，客户沟通确定方案后，按沟通结果进入公司的报价环节；项目签订后，设计师团队将再次深化方案，负责出具效果图、施工图，并在项目早期与工程部门展开协作沟通，由工程部制作强弱电设计，共同规划合理流程，保证施工及展览效果。

（2）实施模式

项目施工部分调动设计院、工程部等部门，由工程部主要负责实际施工任务，

其他部门执行监督支持任务，严格按照业主（主办）方要求安全规范操作执行。

对于展馆展厅类项目，公司要求工程部门在投标阶段开始提供技术支持，出具专业技术意见。中标之后深化设计框架，完成强弱电设计，把控整体时间和工程进度。在施工阶段，工程部门深度参与各步骤的工程实施，执行工程质量的巡检，把控现场总体调度，管控工程变更、增项、签证的结果，负责解决技术难题，调整项目方案变更的审核，并记录竣工验收的进度，完成大型项目的统筹协调。同时，施工过程至布局完成期间，展馆展厅类项目均接受监理监督。布局完成后，公司邀请第三方及客户进行项目验收。项目竣工验收后，由采购部通知装饰安装、场景供应商进行项目决算。

对于展览类项目，工程部收到设计部门施工图后，联系供应商开始基础施工，同时由技术部门向展览场馆确认空间规模、运营场景。施工开始后，由工程部或现场负责人员对于展位搭建过程中出现的现场追加及项目变更情况向客户提出核实并确认。大部分情况下，展位搭建完成后，工程部及现场负责人员配合客户将展品进场安放，并由客户验收留档；施工完成后，现场负责人将跟踪展览顺利运营，对于展览期间客户提出的应急服务和增值服务要求通知施工部门、予以及时支持，展览结束后，工程部先配合客户撤离展品，再监督供应商按展览主办方要求的拆除现场。

4、采购模式

公司展馆事业部及展览事业部分别拥有独立的采购人员，负责公司展馆、展厅、展览等各类业务的采购工作。采购人员的主要职责为：收集、核对项目部门采购需求、制定、执行供应商审核及遴选机制、建立稳定合作供应源，确保供应进度与实施进度匹配，减少供应环节风险。

展馆展厅类展示创意服务项目采购模式：项目中标后，采购人员按照具体项目类别制作采购清单。经审计部、工程技术部审核完成后、结合工程施工规划起草发布物资到货计划，并发起采购招标。供应链管理部招标标准综合考量竞标公司的报价、资质及过往合作情况等方面，便于公平、快速地挑选最终的供应商。馆厅展示创意服务业务一般采购内容主要包括多媒体设备、定制化服务包括场景、平面、模型、沙盘、动画、影片等以及基础装饰装修、消防工程、暖通工程等专

业采购。

公司将附加值、技术含量低的基础装饰装修施工环节进行分包，要求分包单位严格按照公司提供的效果图、施工图，在保证安全生产的情况下，按照国家、行业技术标准进行施工，并由项目经理在项目现场对施工进行管理，部分情况下，公司自行采购装修物资，并采用劳务分包。场景、沙盘、平面类采购需求的项目，由供应链管理部向供应商提出深化方案需求，并经由甲方进行确认后实施。整体采购过程严格按照财务成本建议实施比价议价，采取大量订单集中、招标采购，少量订单主动比价采购的方式。同时采购部门严格遵守质量监督制度，施行多步骤跟踪审核：购置阶段复核供应商产品合格证明、检测报告、第三方检测报告；实施阶段设置现场项目经理及监理岗位，支撑供应商评审合理性、准确性，保证供货数量及质量的规范、稳定。

展览类项目采购模式：接到初步客户合作意向后，展览业务采购人员根据设计部门出具的设计方案结合项目具体需求给出报价建议和施工优化建议，待展览商务部门最终签约订单后，启动正式的采购流程，进入供应商询价议价阶段，主要采购内容主要为展台搭建服务。采购物资进场后由工程运营部联合验收，并由采购人员负责供应商结算。因展览业务需求多元，采购人员定时考核供应商及供货质量、更新扩展供应商数据，保证提供稳定、优质的设备材料输送。采购人员在整体采购过程中与投标部、预决算部紧密协作，与供应商进行及时的信息流通，为项目提供精准的采购支持。

5、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司的经营模式为：依托丰富的文创展示经验，通过招投标和商务谈判方式承接展览展示服务一体化项目，公司设计人员利用多样的数字展示技术进行创意设计，对装饰装修等非核心环节进行外包，最终打造一体化“交钥匙工程”，为客户提供数字文化展示创意服务的综合解决方案。

报告期内，公司的经营模式未发生重大变化，且基于稳定的发展环境，预计未来一定时期内公司的经营模式不会发生重大变化。

6、公司业务模式合规性分析

公司是数字文化展示创意服务领域集创意设计、制作、布展、维护于一体的综合提供商。创意设计方案是获得客户认同的决定性因素，也是确保项目实施效果达到预期的基础条件，因此创意设计在公司业务中具有核心地位，由公司自主完成。而装饰装修施工附加值低，技术含量低，且需要耗费大量的人力成本，属于公司非核心业务。因此，公司将装饰装修业务进行外包。

（1）原因及背景

发行人基于自身业务优势，主要聚焦于创意方案设计、多媒体集成、影视动画等附加值高的核心环节，将场景制作、多媒体设备等对外采购，并将附加值低、技术含量低且劳动密集型的装饰装修施工等进行分包，有利于资源有效配置，符合行业惯例。

发行人的项目分布、服务地域涉及范围较广，在报告期实际执行项目过程中，因规范意识不强、合作便利等原因，发行人报告期内存在将非核心的装饰装修施工分包给无资质供应商情形。

报告期内，发行人与客户签署的部分合同中包含限制分包条款。双方在履行合同的过程中，按照行业惯例组织工程施工，各项施工环节在客户和监理公司的监督、许可下进行并通过其组织的竣工验收。尽管如此，发行人报告期内仍存在未经甲方认可进行分包的情形。

（2）基本情况

发行人报告期内存在将工程分包给无资质供应商及未经甲方认可进行分包的情形。报告期内公司各期确认收入的项目中，存在向无资质装饰装修供应商采购的项目收入分别为 10,353.37 万元、4,991.57 万元和 **4,692.40** 万元，占当期营业收入的比例分别为 26.57%、10.38%和 **9.84%**；当期向无资质的装饰装修供应商采购金额分别为 1,637.53 万元、119.11 万元及 **159.91** 万元，占总采购金额的比重分别为 7.06%、0.47%及 **0.95%**，占比较低且呈整体下降趋势。。

经公司积极取得甲方单位无异议确认函，截至本招股说明书签署日，报告期内公司未经甲方事前认可进行分包的收入分别为 **3,760.58** 万元、**11,651.52**

万元、9,214.75 万元，占当期营业收入的比例分别为 9.65%、24.22%、19.33%。报告期内公司未经甲方事后认可进行分包的收入分别为 393.52 万元、0.00 万元和 1,350.42 万元，占当期营业收入的比例分别为 1.01%、0.00%和 2.83%，比例较小。

报告期内，发行人除装饰装修外，还存在少量其他专业分包的情形，包括钢结构、消防、安防、机电安装等专业分包。报告期内，公司其他专业分包占营业成本的比例分别为 1.54%、4.14%和 3.42%，占比较小。报告期内，公司不存在其他专业分包给无资质分包商的情形。

报告期各期未经甲方事前认可分包及向无资质装饰装修供应商采购的项目收入合计金额（剔除重复计算）为 12,324.18 万元、12,313.16 万元和 9,214.75 万元，占当期营业收入的比例分别为 31.63%、25.59%和 19.33%，上述比例呈现下降趋势。

公司自主完成项目创意设计、多媒体集成、影视动画等核心环节，将附加值低、耗费劳务人力的装饰装修施工进行分包，报告期内装饰装修成本占总营业成本的比例分别为 22.35%、29.10%和 31.01%；发行人虽然存在向不具备资质供应商分包的情形，但占采购总额比例分别为 7.06%、0.47%和 0.95%，占比较小且呈整体下降趋势。

双方在履行合同的过程中，按照行业惯例组织工程施工，各项施工环节均在客户和监理公司的监督、许可下进行，并通过客户和监理公司组织的竣工验收，确认工程质量符合国家法律、法规、规范和设计要求。公司报告期内未因分包瑕疵与甲方发生过法律纠纷，且未受到住建部门相关行政处罚。公司已取得上述瑕疵项目相关全部住建部门证明及大部分客户无异议确认函。因此，发行人不存在重大经营合规性风险。

（3）主管部门的确认函或甲方单位的无异议确认函的进展情况

针对上述瑕疵，公司正积极取得主管部门的确认函或甲方单位的无异议确认函，确认项目已正常交付使用，不存在受到行政处罚的情况。报告期内，公司确认收入的项目分包工程已完工，且项目工程均获得甲方的竣工验收，公司未曾因

分包事宜与甲方发生过法律纠纷，且未受到住建部门相关行政处罚。

截至本招股说明书签署日，上述瑕疵取得住建部门证明或甲方单位的无异议确认函的进展情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
无资质采购项目收入占比	9.84%	10.38%	26.57%
未取得住建部门证明收入占比	-	-	-
未经甲方事前认可进行分包的项目收入占比（注 1）	19.33%	24.22%	9.65%
未取得甲方无异议确认函的项目收入占比（注 2）	2.83%	-	1.01%

注 1：未经甲方事前认可进行分包的项目收入占比已根据取得的甲方事前认可分包确认函更新；

注 2：未取得甲方无异议函的项目收入占比为尚未取得甲方任何（事先或事后）认可分包确认函的项目收入占比。

报告期内，公司向无资质供应商采购项目均已取得住建部门相关证明，未经甲方许可进行分包项目已取得大部分甲方事前或事后认可确认函，尚未取得甲方无异议确认函的瑕疵收入占比分别为 1.01%、0.00%和 2.83%，比例较小。

（4）受到相关部门行政处罚或被甲方追责的风险，量化分析对发行人的经营业绩的影响

报告期内，上述项目分包工程均已完工，且项目整体工程均获得甲方的竣工验收并移交，确认工程质量符合国家法律、法规、规范和设计要求。公司未因分包瑕疵与甲方发生过法律纠纷，除个别项目外，客户均签署了确认函表示认可。公司未因瑕疵分包受到住建部门相关行政处罚，向无资质供应商采购项目均已取得住建部门相关证明。因此，上述瑕疵分包被甲方追责或受到相关部门行政处罚的风险较小。

依据《建筑法》第六十七条和《建设工程质量管理条例》第六十二条规定，违反本条例规定，承包单位将承包的工程转包或者违法分包的，责令改正，没收违法所得，对勘察、设计单位处合同约定的勘察费、设计费 25%以上 50%以下的罚款；对施工单位处工程合同价款 0.5%以上 1%以下的罚款；可以责令停业整顿，降低资质等级；情节严重的，吊销资质证书。报告期内，公司仅存在 2 个瑕疵项目未经甲方允许进行分包且尚未取得甲方无异议函。上述 2 个瑕疵项目中的分包方均为有资质的供应商，项目均已获得甲方的竣工验收并移交正常使用，项目合同已基本履行完毕，且实际执行情况良好；项目实施过程虽有瑕疵，

但未导致甲方与发行人产生法律纠纷，且发行人也未就瑕疵情况受到住建部门相关行政处罚。

鉴于公司拥有装饰工程设计专项甲级资质并自主完成项目设计，故按照上述法规条款对于施工单位的罚则来看，即使对发行人处以顶格罚款，即工程合同价款的 1% 测算，预计罚金约为 14.47 万元，金额较小。发行人虽存在未经甲方允许进行分包的情况，但未向分包方收取“管理费”等额外费用，经查询同类行政处罚及司法判决案例，“违法所得”主要是指通过“管理费”、“佣金”等名义收取的额外费用，故发行人被主管机关追缴违法所得风险较小。

经测算，发行人上述 2 个项目毛利合计约 80.53 万元，项目合同并未对分包限制条款设置违约金额的特别约定。因此，根据上述实际情况分析，预计发行人 2 个瑕疵项目即使涉及后续处罚的，其合计金额对发行人经营业绩影响较小，不会产生重大不利影响。

单位：万元

瑕疵类型	项目	合同金额	合同约定违约金	1% 罚款	毛利
未经甲方允许分包项目 (尚未取得甲方无异议函)	2016 吴中青少年活动中心布展工程	655.00	-	6.55	13.38
	2018 浦江县非物质文化遗产馆装饰 装修项目设计施工一体化工程	792.43	-	7.92	67.15
	合计	1,447.43	-	14.47	80.53

实际控制人张东、李丹就此出具承诺，公司业务过程中若存在因工程分包给不具备相应资质单位或未经甲方认可进行分包等行为而受到主管部门处罚或与客户发生经济纠纷，实际控制人将全额承担发行人损失。

综上，发行人在因上述瑕疵分包受到相关部门行政处罚或被甲方追责的风险较小，且发行人实际控制人出具了兜底承诺，对公司经营业绩不构成重大影响。

（5）内部控制制度建立及执行情况

公司就业务分包不断完善并制定了健全的内部控制制度，相关制度涵盖发行人分包的整个流程，主要包括《采购管理制度》《供应商管理制度》《项目管理制度》和《质量控制制度》等，从分包商的尽调、选择、入供应商库、审批、项目管理、质量控制及财务结算等，建立了健全的内控管理制度。

报告期内，发行人存在向不具备资质供应商分包的情形，占采购总额比例分别为 7.06%、0.47%和 0.95%，占比较小且呈整体下降趋势，上述项目均已取得住建部门相关证明。报告期内，发行人存在未经甲方认可进行分包的情形，鉴于建筑工程行业惯例，各项施工环节在客户和监理公司的监督、许可下进行并通过其竣工验收。除个别项目外，客户均签署了确认函表示分包认可。因此，上述分包行为存在未严格执行内控制度的情形，但不构成内控缺陷。

（6）上述分包行为不属于重大违法行为

报告期内发行人确认收入的展馆展厅项目分包工程已完工，并已获得甲方的竣工验收，确认工程质量符合国家法律、法规、规范和设计要求。

根据上海市住房和城乡建设管理委员会出具的《告知书》，经建筑建材业行政处罚信息系统查询，未查询到发行人相关行政处罚信息。经查询全国建筑市场监管公共服务平台、信用中国、住房和城乡建设部政务服务门户等网站，报告期内发行人不存在因施工分包事项导致住建主管部门的行政处罚的情形。

发行人已完善分包内控管理体系，对发行人的持续生产经营不存在重大不利影响，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等，不属于国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，因此该等情形不会对本次发行构成实质性法律障碍。

（7）向无资质装饰装修供应商采购材料不存在安全隐患

报告期内，发行人向无资质的装饰装修供应商采购的项目均取得甲方/监理的竣工验收，按照《建筑装饰装修工程质量验收规范》（GB50210-2001）的要求进行确认，确认工程质量达到国家验收标准和企业标准。

公司制定并严格执行《质量控制制度》并通过了 ISO9001:2015 质量管理体系认证。采购部负责对供应商提供样品质量的验证工作，并负责所有采购物资质量信息的收集、分析和反馈等工作；项目经理严格按照标准验收各项物资，并把控施工队的工作质量，认真做好施工记录和隐蔽工程验收签证记录，整理完善各项施工技术资料，确保施工质量符合国家规范要求。

报告期内，公司未发生重大安全质量纠纷，且未受到住建部门相关行政处

罚。公司向无资质装饰装修供应商采购材料不存在安全隐患，对公司持续经营不会产生重大不利影响。

（8）防止措施及有效性

公司就业务分包不断完善并制定了健全的内部控制制度，相关制度涵盖发行人分包的整个流程，主要包括《采购管理制度》《供应商管理制度》《项目管理制度》和《质量控制制度》，从分包商的尽调、选择、入供应商库、审批、项目管理、质量控制及财务结算等，建立了健全的内控管理制度。

通过 ERP 系统设置供应商库，设立供应商准入标准，并对入库供应商进行背景调查。入库供应商应该具备相应资质及专业经验，无重大经营风险。采购部从供应商库中根据业务情况再招标或选定供应商。加强公司采购、工程相关人员相关培训，了解资质相关的法律法规及标准，提高合规意识。

基于公司有效执行上述防止违法分包的措施和方法，报告期内，公司向无资质装饰装修供应商采购比例较小且整体呈下降趋势；公司与客户在合同执行过程中充分沟通，按照行业惯例组织工程施工，各项施工环节均在客户和监理公司的监督、许可下进行，并通过其组织的竣工验收。

（9）项目跟踪、管理质控机制及流程

发行人制定了《项目管理制度》，明确工程部项目经理负责全面管理项目，包括施工安全、施工质量、施工进度等方面，具体现场组织安排、组织协调、分包项目实施管控等。

发行人制定了《施工进度管理制度》，进一步落实对本公司工程项目建设进度控制，加强各阶段和节点的进度管理，切实掌握工程进度。工程项目的进度管理由公司总经理统一领导，工程部全面负责、具体实施。工程部建立以项目为中心的进度控制体系，项目经理起草计划文件，上报工程部。项目经理上报开工申请，公司职能部门审批，审批通过后，由工程部形成开工通知单，下发给项目经理。根据工程工期，编制施工准备工作计划、项目施工总进度计划和分部、分项工程施工进度计划，确定工作内容、工作顺序、起止时间和衔接关系，为实施进度控制提供依据。编制月进度计划，作好进度记录以掌握施

工实际情况，加强调度工作以促成进度的动态平衡，从而使进度计划的实施取得成效。采用实际进度与计划进度对比的方法，以定期检查为主，应急为辅，对进度实施跟踪控制。确因公司原因，对工期造成延误，由项目经理发起办理书面工期签证后，工期方可顺延。组织现场参建各方，优化、调整施工组织设计，改进施工技术和施工工艺，包括流水作业、统筹排序以及先进施工机械和材料的采用等，从而实现进度控制。工程部将监理、业主确认的工作量作为该单位的月度产值，并将产值汇总，形成报表。

发行人制定了《质量控制制度》，公司通过了 ISO9001:2015 质量管理体系认证，适用于资质范围内的展览展示的创意设计项目管理。公司对于项目各环节都设置相关岗位，对服务质量进行指导和监督，以防出现设计质量和施工质量等问题。

发行人制定了项目跟踪、管理质控机制及流程，且较有效执行。

（10）分包商的要求及选择程序

公司在选择专业分包商时，综合考虑资质、实施经验、地域、技术人员等因素，选择符合公司供应商库要求的供应商。

发行人制定了《采购管理制度》，明确所有采购申请由采购部负责初审，由采购员从供应商目录中选择供应商，不得从供应商目录之外选择，且选择报价的供应商不得少 3 家，采购部确定后上报董事长或总经理审批。

发行人制定了《供应商管理制度》，明确专业分包商符合公司供应商库的全部要求，应当具有符合要求的资质证书，符合公司要求的经营场所、技术人员、实施案例等，并将营业执照、法定代表人身份证、公司资料、资质证书、资格调查表等完整资料登记入供应商库系统。采购部进行专业分包时，必须同时找到三家以上供应商进行竞标，审查合格后，方可确认与之签约。

（11）分包商施工过程中关于安全生产、施工质量等纠纷

报告期内，公司分包商实施过程中曾发生一起安全纠纷，未发生过施工质量等纠纷，相关责任的分配方式和后续处理情况如下：

案号	案件进度	原告	被告	案由	标的金额 (万元)	判决或调解结果	后续处理情况
(2019)浙0726民初6552号	已审结	赵仲彪	被告一：陈金武 被告二：宽创国际 被告三：上海互凯建筑工程有限公司	2018年4月，宽创国际承接了浦江县非遗馆组装饰装修项目设计施工一体化工程。后宽创国际与被告三签订装饰工程劳务承包合同，约定将项目戏台搭建等劳务施工承包给被告三。2018年12月，原告赵仲彪在戏台凉亭顶部盖防水布时摔下受伤，原告受伤后，被告一陈金武支付了34,500元的医疗费，对其他损失被告未支付，故原告诉至法院。	17.13	1、被告陈金武赔偿原告赵仲彪12.72万元（已扣除支付的3.45万元）；2、被告宽创国际赔偿原告4.41万元。	宽创国际向赵仲彪支付完毕

报告期内，公司与分包商存在因工程量异议或催付工程款等问题存在合同纠纷，主要情况、责任分配和后续处理情况如下：

序号	案号	案件进度	原告	被告	标的金额 (万元)	判决或调解、和解结果	后续处理情况
1	(2016)沪0115民初81405号	已审结	宽创国际（反诉被告）	上海广域建筑装饰工程有限公司（反诉原告）	13.79	1、解除宽创国际与上海广域建筑装饰工程有限公司签订的《布展合同（合同编号：青岛-大沽河二期布展-1603-06）》；2、宽创国际支付给上海广域建筑装饰工程有限公司工程款137,931.85元；3、驳回宽创国际其余诉讼请求；4、驳回上海广域建筑装饰工程有限公司其余反诉请求。	宽创国际已支付给上海广域建筑装饰工程有限公司合计138,595.85元人民币，已履行完毕全部法律义务。
2	(2019)苏0506民初4770号	已审结	上海普研建筑安装工程有限公司	宽创国际	125.70	宽创国际应支付给上海普研建筑安装工程有限公司人民币1,257,000元，同时支付逾期付款利息损失。	宽创国际已支付给上海普研建筑安装工程有限公司合计1,331,685元人民币，已履行完毕全部法律义务。
3	(2019)沪0115民初87280号	已审结	上海鑫彝装饰工程有限公司	宽创国际	8.37	1、宽创国际应支付给上海鑫彝装饰工程有限公司工程款83,671.80元；2、驳回原告其余诉讼请求。	宽创国际已支付给上海鑫彝装饰工程有限公司合计100,417.80元人民币，已履行完毕全部法律义务。
4	(2019)苏0582民初10752号	已调解	绍兴圣熙建筑有限责任公司	宽创国际、澳洋集团有限公司	32.00	1、宽创国际应支付绍兴圣熙建筑有限责任公司合同款320,000元（原告同意被告于2020年9月15日前直接支付给浙江轩翔建设有限公司159,000元，于2020年10月15日前支付161,000元）；2、原告自	宽创国际已支付给浙江轩翔建设有限公司159,000元人民币，已支付给绍兴圣熙建筑有限责任公司164,050元人民币，已履行完毕全部法律义务。

序号	案号	案件进度	原告	被告	标的金额 (万元)	判决或调解、和解结果	后续处理情况
						愿放弃其他诉讼请求，案涉纠纷全部结清；3、案件受理费减半收取 3,050 元，由被告承担；4、若被告未履行上述付款义务，则应承担违约金 5 万元。	
5	(2020)沪 0115 民初 2005 号	已调解	上海鑫彝装饰工程有限公司	宽创国际	20.80	1、宽创国际于 2020 年 7 月 20 日前支付给上海鑫彝装饰工程有限公司货款人民币 208,000 元；2、案件受理费由宽创国际负担 1,075 元，由原告负担 1,075 元。	宽创国际已支付给上海鑫彝装饰工程有限公司合计 209,075 元人民币，已履行完毕全部法律义务。
6	(2020)鄂 0106 民初 848 号	已和解	上海居稼建筑装饰工程有限公司	宽创国际、武汉旅游发展投资集团有限公司	235.76	1、原告应于 2020 年 10 月 22 日前向法院申请撤诉；2、原告撤诉后，被告在收到原告开具的符合合同要求的增值税专用发票后五日内一次性向原告支付 2,357,600 元。原告自愿减免所有利息；3、原告承诺收到上述款项后纠纷就此了结，双方无任何纠纷。4、案件受理费（若有）由原告承担。	宽创国际已支付给上海居稼建筑装饰工程有限公司合计 2,357,600 元人民币，已履行完毕全部法律义务。
7	(2020)陕 0402 民初 917 号	已撤诉	陕西恒业建设集团有限公司	陕西建工集团有限公司、宽创国际	1,726.97	暂无	原告已撤诉

除此之外，发行人与分包商及其员工之间不存在其他法律纠纷。

(12) 公司报告期内主要项目情况及相关业务分包的合法合规性

序号	2018 年主要项目 (收入前五大)	项目	设计	影视动画	基础装饰	其他专业分包	多媒体集成	场景制作
1	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工	用工人数	38	30	/	无	6	/
		用工类型	合同工	合同工	/		合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商		自有	供应商
		相关业务环节是否需要资质	是 (自持)	否	是		否	否
		业务分包合法合规	/	/	合规*		/	/
2	大沽河博物馆	用工人数	44	22	/	/	8	/
		用工类型	合同工	合同工	/	/	合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商	分包商	自有	供应商
		相关业务环节是否需要资质	是 (自持)	否	是	是 (安防)	否	否
		业务分包	/	/	合规*	合规	/	/

		合法合规						
3	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	用工人数	33	14	/	无	4	/
		用工类型	合同工	合同工	/		合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商		自有	供应商
		相关业务环节是否需要资质	是（自持）	否	是		否	否
		业务分包合法合规	/	/	合规*		/	/
4	中华侏儒族博物馆布展和装饰装修工程	用工人数	29	10	/	无	3	/
		用工类型	合同工	合同工	/		合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商		自有	供应商
		相关业务环节是否需要资质	是（自持）	否	是		否	否
		业务分包合法合规	/	/	合规*		/	/
5	振石控股集团总部大楼智能化展厅设计施工项目	用工人数	32	10	/	无	4	/
		用工类型	合同工	合同工	/		合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商		自有	供应商
		相关业务环节是否需要资质	是（自持）	否	是		否	否
		业务分包合法合规	/	/	合规		/	/
序号	2019 年主要项目（收入前五大）	项目	设计	影视动画	基础装饰	其他专业分包	多媒体集成	场景制作
1	中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	用工人数	41	15	/	/	9	/
		用工类型	合同工	合同工	/	/	合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商	分包商	自有	供应商
		相关业务环节是否需要资质	是（自持）	否	是	是（钢结构）	否	否
		业务分包合法合规	/	/	合规*	合规	/	/
2	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	用工人数	38	20	/	无	4	/
		用工类型	合同工	合同工	/		合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商		自有	供应商
		相关业务环节是否需要资质	是（自持）	否	是		否	否
		业务分包合法合规	/	/	合规*		/	/
3	南宁园博园项目展馆展陈工程	用工人数	40	22	/	/	8	/
		用工类型	合同工	合同工	/	/	合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商	分包商	自有	供应商
		相关业务环节是否需要资质	是（自持）	否	是	是（园林）	否	否
		业务分包合法合规	/	/	合规*	合规	/	/
4	沙湖码头候船厅（游客集散中心）装修工程（二）	用工人数	/	/	/	/	30	/
		用工类型	/	/	/	/	合同工	/
		人员来源	/	/	/	/	自有	/
		相关业务环节是否需要资质	/	/	/	/	否	/

		业务分包 合法合规	/	/	/	/	/	/
5	兴安县灵渠展示 中心(兴安县博物 馆)陈列布展工程 项目	用工人数	38	12	/	/	4	/
		用工类型	合同工	合同工	/	/	合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商	分包商	自有	供应商
		相关业务 环节是否 需要资质	是 (自持)	否	是	是 (机电)	否	否
		业务分包 合法合规	/	/	合规*	合规	/	/
序号	2020 年主要项目 (收入前五大)	项目	设计	影视动 画	基础装饰	其他专 业分包	多媒体 集成	场景制 作
1	扬中市博物馆建 设项目布展工程	用工人数	40	13	/	/	3	/
		用工类型	合同工	合同工	/	/	合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商	分包商	自有	供应商
		相关业务 环节是否 需要资质	是 (自持)	否	是	是 (机电)	否	否
		业务分包 合法合规	/	/	合规*	合规	/	/
2	国核示范崂山公 众展示中心及综 合楼展厅布展项 目	用工人数	45	8	/	/	2	/
		用工类型	合同工	合同工	/	/	合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商	分包商	自有	供应商
		相关业务 环节是否 需要资质	是 (自持)	否	是	是 (电子 与智能 化)	否	否
		业务分包 合法合规	/	/	合规*	合规	/	/
3	用友数字企业馆 设计施工项目	用工人数	41	10	无	无	5	/
		用工类型	合同工	合同工			合同工	/
		人员来源	自有	自有			自有	供应商
		相关业务 环节是否 需要资质	是 (自持)	否			否	否
		业务分包 合法合规	/	/			/	/
4	柳东新区文化广 场项目科技馆展 品、展项深化设计 及制作、布展施工 一体化及相关服 务项目	用工人数	45	22	/	无	5	/
		用工类型	合同工	合同工	/		合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商		自有	供应商
		相关业务 环节是否 需要资质	是 (自持)	否	是		否	否
		业务分包 合法合规	/	/	合规*		/	/
5	中建科技产业园 E 地块“中国建 筑科技馆”	用工人数	46	12	/	无	4	/
		用工类型	合同工	合同工	/		合同工	/
		人员来源	自有	自有	分包商		自有	供应商
		相关业务 环节是否 需要资质	是 (自持)	否	是		否	否
		业务分包 合法合规	/	/	合规*		/	/

注*：已取得当地住建合规证明/甲方确认函。

（五）设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

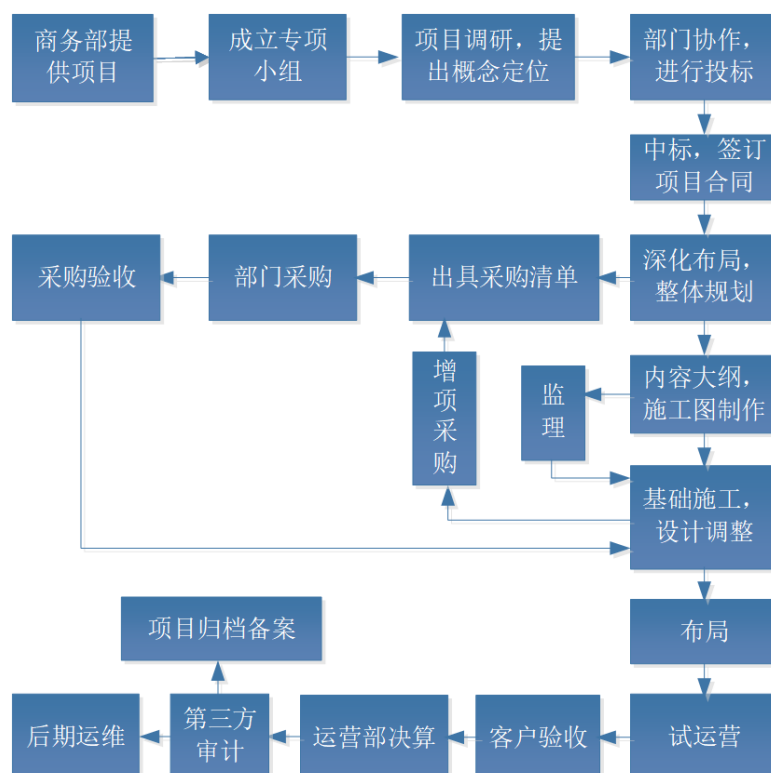
公司自设立以来一直从事数字文化展示创意服务。主营业务、主要产品、主要经营模式未发生重大变化。

公司设立后，早年以展会创意服务为主，随着公司服务的客户数量增多，公司了解到一些大型客户存在建设企业展厅的需求，自 2013 年开始逐步发展馆厅展示创意服务业务。随着我国城市化进程的不断推进和文化产业的蓬勃发展，公司通过招投标获取展馆项目，开始从事展馆展示创意服务。

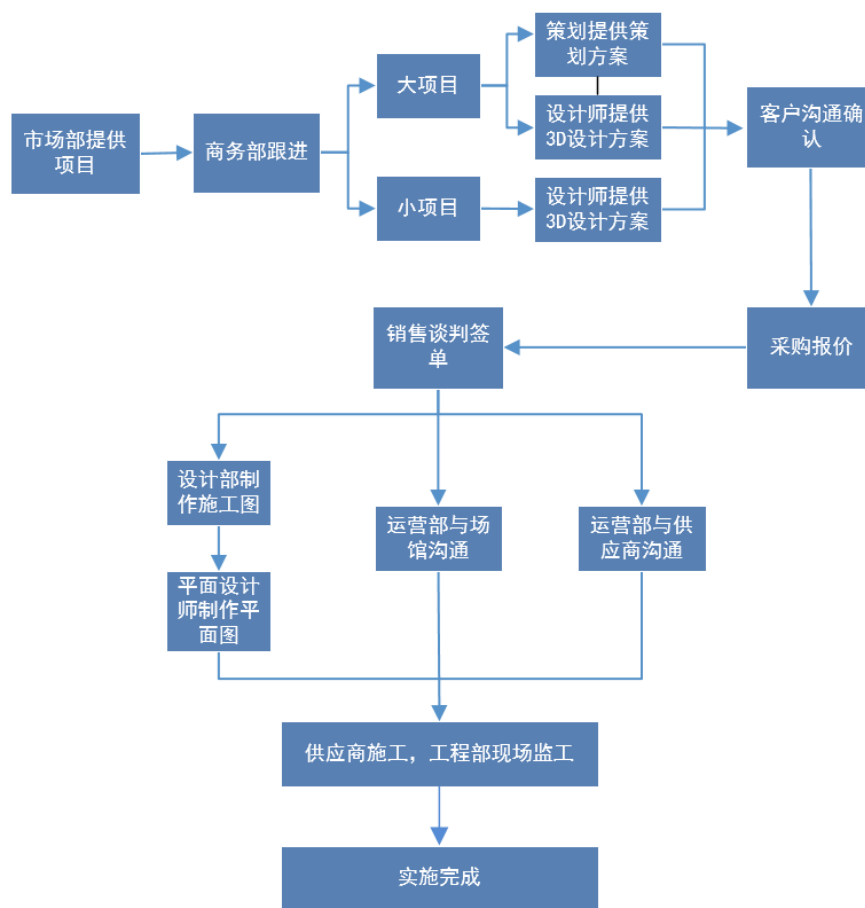
报告期内，公司馆厅展示创意服务业务收入占比最大且逐年上升，单个项目合同金额较大；公司展览展示创意服务业务的项目数量多但单个合同金额小，收入占比较小且逐年降低。创意设计服务是公司向客户仅提供设计方案，收入占比较低，无一贯性。

（六）主要产品和服务的流程图

1、馆厅展示创意服务



2、展览展示创意服务



（七）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司目前的生产经营不涉及重污染情况。公司在生产经营中能遵守国家环保有关法律法规，报告期内没有发生污染事故和纠纷，也没有因违反环保法律法规而受到处罚的情况。

二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况

（一）公司所处行业及确定所属行业的依据

宽创国际是数字文化展示创意服务的综合提供商。宽创国际深耕数字文化展示创意行业多年，拥有丰富的文创展示经验和多样的数字展示技术，并完成了数量众多的项目案例。宽创国际致力于为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单

项服务。

公司所属行业为以创意设计为核心的文化创意产业，根据中国证监会发布的 2012 年《上市公司行业分类指引》，发行人所处行业归属于“文化、体育和娱乐业”中的“文化艺术业”（R87）。根据国家统计局于 2018 年发布的《文化及相关产业分类（2018）》，公司所处行业为创意设计服务业。

（二）行业主管部门、监管体制及主要政策法规

1、行业的主管部门及监管体制

行业的管理体制由政府职能部门的宏观调控及行业自律组织规范协作构成。目前，对行业进行宏观指导的行政主管部门为中共中央宣传部、国家文化和旅游部、中华人民共和国住房和城乡建设部，行业自律管理机构为中国展览馆协会。

中共中央宣传部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，负责从宏观上指导精神产品的生产；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规；按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系。

文化和旅游部是行业的产业主管部门，其职责包括贯彻落实党的文化工作方针政策，研究拟订文化和旅游政策措施，起草文化和旅游法律法规草案；统筹规划文化事业、文化产业和旅游业发展，拟订发展规划并组织实施，推进文化和旅游融合发展，推进文化和旅游体制机制改革；管理全国性重大文化活动，指导国家重点文化设施建设，组织国家旅游整体形象推广，促进文化产业和旅游产业对外合作和国际市场推广，制定旅游市场开发战略并组织实施，指导、推进全域旅游；指导文化和旅游市场发展，对文化和旅游市场经营进行行业监管，推进文化和旅游行业信用体系建设，依法规范文化和旅游市场等。

住房和城乡建设部是建设行业主管部门，其职责包含研究拟定城市规划、城镇规划、工程建设、城市建设、村镇建设、建筑业、勘察设计咨询业的方针、政策、法规，以及相关的发展战略、中长期规划并指导实施过程，进行行业管理；规范建筑市场，指导监督建筑市场准入、工程招投标、工程监理以及工程质量和安全。

中国展览馆协会是全国性展览行业组织，负责对本行业进行引导和协调，主要负责制定行规行约、规范行业行为、建立行业自律机制、维护行业利益，向企业提供信息、咨询服务等。

2、行业主要法律法规及政策

（1）主要行业政策

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
1	关于促进消费扩容提质加快形成国内市场强大市场的意见	发改委等	2020 年	推进文化创意和设计服务与制造业融合发展，支持企业建立工业设计中心、创意设计园等平台，培养引进创意设计人才，提高产品文化内涵
2	《关于印发公共文化领域中央与地方财政事权和支出责任划分改革方案的通知》	国务院	2020 年	基层公共文化设施免费或低收费开放。中央和地方通过政府购买服务等形式，支持社会力量参与公共文化服务。全面实施预算绩效管理，着力提高公共文化领域财政资源配置效率、使用效益和公共服务质量
3	《商务部办公厅关于创新展会服务模式培育展览业发展新动能有关工作的通知》	商务部办公厅	2020 年	推进展会服务创新、管理创新、业态模式创新，加快培育行业发展新动能，发挥展览业在扩大对外开放、增加社会就业、拉动消费增长等方面的重要作用，助力稳住外贸外资基本盘。积极打造线上展会新平台，促进线上线下办展融合发展，培育线上展会龙头企业和品牌展会。创新展会国际营销模式，深化展会国际合作。在外经贸发展专项资金规定支持范围内，支持各地因地制宜制定细化线上线下国际性展会扶持举措。
4	《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》	中共中央	2019 年	健全人民文化权益保障制度。坚持以人民为中心的工作导向，完善文化产品创作生产传播的引导激励机制，推出更多群众喜爱的文化精品。完善城乡公共文化服务体系，优化城乡文化资源配置，推动基层文化惠民工程扩大覆盖面、增强实效性，健全支持开展群众性文化活动机制，鼓励社会力量参与公共文化服务体系建设。
5	《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》	科技部等	2019 年	到 2025 年，基本形成覆盖重点领域和关键环节的文化和科技融合创新体系，实现文化和科技深度融合。按照国家科技创新基地优化整合总体部署，建成若干目标明确、重点突出、协同攻关的文化科技领域国家科技创新基地，建成 100 家左右特色鲜明、示范性强、管理规范、配套完善的国家文化和科技融合示范基地，200 家左右拥有知名品牌、引领行业发展、竞争力强的文化和科技融合领军企业，使文化和科技融合成为文化高质量发展的重要引擎。
6	《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》	国务院办公厅	2019 年	促进文化、旅游与现代技术相互融合，发展基于 5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容。提升文化、旅游产品开发和设计服务的数字化水平。到 2022 年，建设 30 个国家文化产业和旅游产业融合发展示范区，产业融合水平进一步提升，新型文化和旅游消费业态不断丰富。
7	《产业结构调整指导目录》	发改委	2019 年	将文化创意设计服务，数字文化创意（含数字文化创意技术装备、数字文化创意软件、数字文化创意内容制作、新型媒体服务、数字文化创意内容应用

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
				服务）产业列入鼓励类，明确推动文化信息资源共享工程与智慧博物馆建设，促进传统媒体和新兴媒体融合发展
8	《公共数字文化工程融合创新发展实施方案》	文化和旅游部	2019 年	到 2019 年底，实现工程的统筹管理，建立统一的标准规范框架，推出统一的基层服务界面，初步形成公共数字文化资源服务总目录，统筹开展基层数字文化资源配送，做好工程平台、资源、服务的融合创新发展试点工作。到 2020 年底，基本建成统一的工程标准规范体系，实现工程平台有效整合、资源共建共享、管理统筹规范、服务便捷高效，社会力量参与机制更加健全，服务效能显著提升。
9	《进一步支持文化企业发展的规定》	国务院	2018 年	中央财政和地方财政应通过文化产业发展专项资金等现有资金渠道，创新资金投入方式，完善政策扶持体系，支持文化企业发展。加大财政对文化科技创新的支持，将文化科技纳入国家相关科技发展规划和计划，加强国家文化和科技融合示范基地建设，积极鼓励文化与科技深度融合，促进文化企业、文化产业转型升级，发展新型文化业态。创新文化产业投融资体制，推动文化资源与金融资本有效对接，鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大，推动资产证券化，鼓励文化企业充分利用金融资源，投资开发战略性、先导性文化项目。
10	《促进上海创意与设计产业发展的实施办法》	上海市经济和信息化委员会等	2018 年	加强对历史文化风貌区的保护和利用，保护性开发利用历史文化名镇（村）、文物保护单位、传统村落和历史建筑。加强对红色旅游、工业旅游、建筑旅游、博物馆旅游、市井风情旅游等特色旅游线路的开发和设计。
11	《关于在文化领域推广政府和社会资本合作模式的指导意见》	文化和旅游部、财政部	2018 年	鼓励社会需求稳定、具有可经营性、能够实现按效付费、公共属性较强的文化项目采用 PPP 模式。重点包括但不限于具有一定收益性的文化产业集聚发展、特色文化传承创新、公共文化服务、非物质文化遗产保护传承以及促进文化和旅游、农业、科技、体育、健康等领域深度融合发展的文化项目。
12	《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》	文化部	2017 年	数字文化产品和服务供给质量不断提升、供给结构不断优化、供给效率不断提高，数字文化消费更加活跃，成为扩大文化消费的主力军。培育若干社会效益和经济效益突出、具有较强创新能力和核心竞争力的数字文化领军企业，一批各具特色的创新型中小微数字文化企业。动漫、游戏、网络文化、数字文化装备、数字艺术展示等重点领域实力明显增强。数字文化产业生态体系更加完善，产业支撑平台更加成熟，市场秩序更加有序，政策保障体系更加完备。到 2020 年，形成导向正确、技术先进、消费活跃、效益良好的数字文化产业发展格局，在数字文化产业领域处于国际领先地位。
13	《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》	中共上海市委、上海市人民政府	2017 年	发挥市场在文化资源配置中的积极作用，……加快文化旅游、文化体育等延伸领域融合发展，形成一批主业突出、具有核心竞争力的骨干文化创意企业，推进一批创新示范、辐射带动能力强的文化创意重大项目，建成一批业态集聚、功能提升的文化创意园区，集聚一批创新引领、创意丰富的文化创意人才，构建要素集聚、竞争有序的现代文化市场体系，夯实国际文化大都市的产业基础，使文化创意产业成为本市构建新型产业体系的新的增长点、提升城市竞争力的重要增长极。未来五年，本市文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到 15% 左右，基

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
				本建成现代文化创意产业重镇；到 2030 年，本市文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到 18% 左右，基本建成具有国际影响力的文化创意产业中心；到 2035 年，全面建成具有国际影响力的文化创意产业中心。
14	《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》	文化部	2017 年	落实供给侧结构性改革战略部署，完善现代文化产业体系，着力发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，促进文化资源与文化产业有机融合，形成新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益。
15	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	国务院	2016 年	以数字技术和先进理念推动文化创意与创新设计等产业加快发展，促进文化科技深度融合、相关产业相互渗透。到 2020 年，形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局，相关行业产值规模达到 8 万亿元。
16	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》2016 版	国家发改委	2017 年	明确数字内容服务属于战略性新兴产业重点产品和服务范畴。将数字内容领域中可视化、虚拟现实等技术利用到相关领域，实现可视化的交互操作，包括三维城市展示、辅助城市规划设计、可视化城市基础设施管理、城市监控、工业设计等。
17	《促进中小企业发展规划（2016—2020 年）》	工业和信息化部	2016 年	加强体制机制创新，引导各类社会资金支持传统产业改造升级、节能减排，以及现代服务业、战略性新兴产业、现代农业、文化产业和民族特色产业等领域初创期中小企业发展，支持中小企业“专精特新”发展。
18	《关于加快发展服务贸易的若干意见》	国务院	2015 年	积极推动文化艺术、广播影视、新闻出版、教育等承载中华文化核心价值的文化服务出口，大力促进文化创意、数字出版、动漫游戏等新型文化服务出口，加强中医药、体育、餐饮等特色服务领域的国际交流合作，提升中华文化软实力和影响力。
19	《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》	国务院	2015 年	坚持深化改革。全面深化展览业管理体制变革，明确展览业经济、社会、文化、生态功能定位，加快政府职能转变和简政放权，稳步有序开展展览业市场准入，提升行业管理水平，以体制机制创新激发市场主体活力和创造力。
20	《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	国务院	2014 年	统筹各类资源，加强协调配合，着力推进文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务、广告服务等文化创意和设计服务与装备制造业、消费品工业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业等重点领域融合发展。依托丰厚文化资源，丰富创意和设计内涵，拓展物质和非物质文化遗产传承利用途径，促进文化遗产资源在与产业和市场的结合中实现传承和可持续发展。加强科技与文化的结合，促进创意和设计产品服务的生产、交易和成果转化，创造具有中国特色的现代新产品，实现文化价值与实用价值的有机统一。
21	《关于加快发展对外文化贸易的意见》	国务院	2014 年	加快发展传统文化产业和新兴文化产业，扩大文化产品和服务出口，加大文化领域对外投资，力争到 2020 年，培育一批具有国际竞争力的外向型文化企业，形成一批具有核心竞争力的文化产品，打造一批具有国际影响力的文化品牌，搭建若干具有较强辐射力的国际文化交易平台，使核心文化产品和服务贸易逆差状况得以扭转，对外文化贸易额在对外贸易总额中的比重大幅提高，我国文化产品和服务在国际市场的份额进一步扩大，我国文化整体实力和竞争力显著提升。

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
22	《关于深入推进文化金融合作的意见》	文化部、中国人民银行、财政部	2014 年	建立完善文化金融中介服务体系；探索创建文化金融合作试验区；完善文化企业信贷管理机制；加快推进文化企业直接融资；开发推广适合对外文化贸易特点的金融产品及服务；加大金融支持文化消费的力度；推进文化产业与相关产业融合发展；创新文化资产管理方式；加强文化金融公共服务；加强财政对文化金融合作的支持。

（2）主要法律法规

序号	名称	生效日期	主要内容
1	《中华人民共和国文物保护法》	1982 年 11 月 19 日	规定了文物保护的范围、主管单位、经费来源、法律责任等。
2	《中华人民共和国建筑法》	1998 年 3 月 1 日	规定了建筑工程招标投标、建筑工程质量与安全管理、工程项目建设程序及建筑工程许可制度、工程监理制度等。
3	《中华人民共和国招标投标法》	2000 年 1 月 1 日	规范了招标投标活动、调整在招标投标过程中产生的各种关系的法律法规。
4	《建设工程质量管理条例》	2000 年 1 月 30 日	规范境内从事建设工程的新建、扩建、改建等有关活动及实施对建设工程质量监督管理。
5	《安全生产许可证条例》	2004 年 1 月 13 日	严格规范安全生产条件，进一步加强安全生产监督管理，防止和减少生产安全事故。
6	《建设工程安全生产管理条例》	2004 年 2 月 1 日	健全和完善了建设工程安全生产的法律体系，规范和提高了从事建筑活动主体的安全生产行为，明确了对建设工程安全生产的监督管理部门及其职责。
7	《国家级非物质文化遗产保护与管理暂行办法》	2006 年 12 月 1 日	规定了国家级非物质文化遗产保护的责任主体、职责内容、经费来源等。
8	《建筑业企业资质标准》	2015 年 1 月 1 日	明确了建筑业企业资质各序列、类别、等级的资质标准，规范建筑市场秩序，加强建筑活动监管，保证建设工程质量，促进建筑业科学发展。
9	《建筑业企业资质管理规定》	2015 年 3 月 1 日	明确了住建部负责全国建筑业企业资质的统一监督管理，对建筑业企业资质申请与许可、延续与变更、监督管理、法律责任等作出规定，加强建筑活动的监督管理，维护公共利益和建筑市场秩序，保证建设工程质量安全。
10	《博物馆条例》	2015 年 3 月 20 日	对博物馆设立、变更、终止程序作出明确规定；对藏品的取得、安全保护、使用管理等作出规定；在保证开放时间、鼓励免费开放、规范陈列展览主题和内容等方面作出要求。
11	《中华人民共和国公共文化服务保障法》	2017 年 3 月 1 日	规范和界定了各级政府在公共文化服务中的责任和义务，明确了公共文化服务中的若干重要制度。

公司从事的“文化+科技”相融合的数字文化产业是国家大力支持的新兴产业。2017 年 4 月 11 日出台的《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》指出：“培育若干社会效益和经济效益突出、具有较强创新能力和核心竞争力的数字文化领军企业。”2018 年 12 月 18 日出台的《进一步支持文化企业发展的规定》指出：“中央财政和地方财政应通过文化产业发展专项资金等现有资金渠道，创新资金投入方式，完善政策扶持体系，支持文化企业发展。加大财政

对文化科技创新的支持，将文化科技纳入国家相关科技发展规划和计划，加强国家文化和科技融合示范基地建设，积极鼓励文化与科技深度融合，促进文化企业、文化产业转型升级，发展新型文化业态。”2019年8月13日出台的《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》指出：“到2025年，基本形成覆盖重点领域和关键环节的文化和科技融合创新体系，实现文化和科技深度融合。”

报告期内，发行人所处行业的监管体制、法律法规、行业标准和相关政策重点鼓励发行人所从事的科技与文化创意相结合的创意产业，行业内不具有科技运用能力的传统企业将面临更激烈的竞争。整体而言，上述法律法规、行业政策均有利于发行人的经营发展。

（三）行业发展现状及前景

1、数字文化展示创意行业概述

数字文化展示创意行业属于创意设计服务业，通过运用数字化科技手段生动的展现传统的图文展板内容。展示方式从以物中心逐渐向以人中心转变，是传统展示方式的有力补充并逐渐成为主流趋势。数字文化展示创意服务旨在为展览展示馆体提供文化、科技、艺术、数字等内容的定制化设计服务，协助政府机关、公共机构、商业团体、企事业单位通过主题营造和空间设计，进行主体形象展示、宣传教育、及文化及商业推广。以上展览展示主要分为博物馆类展示、科技馆类展示、城市主题馆类展示、企业展厅类展示及展览展示等类型。

各类展览馆在一定程度上适应了不同层面观念的需求，在传播知识、弘扬精神方面越来越被人们所重视。展览展示的目的是为参展方提供高效、丰富和完整的展示服务，成为连接参观人与参展方的媒介，促进商品、资金、信息等流动，从而对社会经济和文化发展产生直接或间接的推动作用。

2、展馆展示创意领域现状及前景

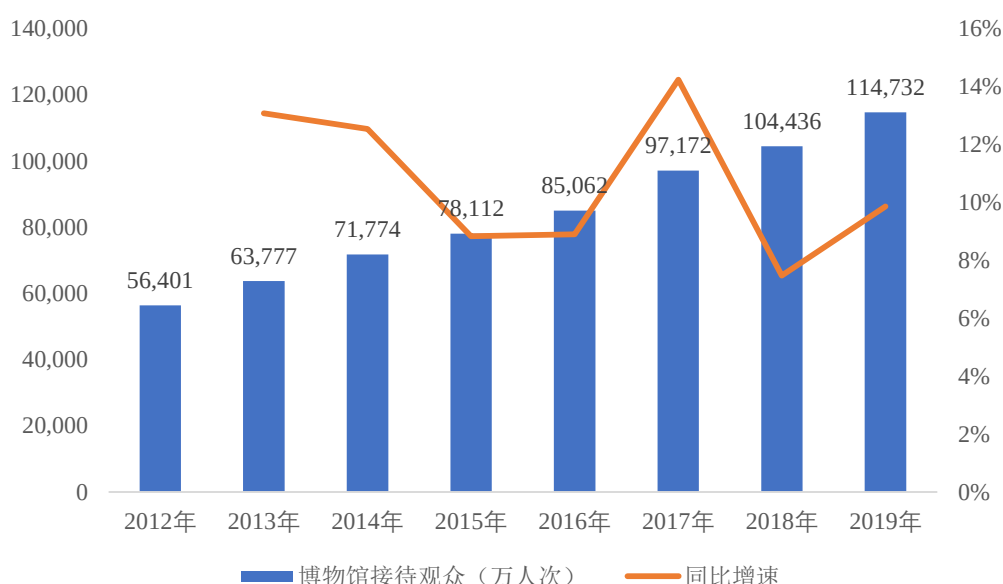
展馆主要分为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆等类型，以上馆体的展示创意服务，均是宽创国际多年来深耕和专长的方向。

（1）博物馆发展现状及前景

①我国居民对于博物馆的需求不断提升、走进博物馆渐成日常

随着国家经济建设水平的提高以及整体精神文明需求的提升，我国居民对于博物馆观展的需求不断提升，我国博物馆接待观众人数快速增长，走进博物馆渐成日常生活的一部分。据我国文化和旅游部发布的《2019 年文化和旅游发展统计公报》数据显示，2019 年我国博物馆接待观众达到 11.47 亿人次，同比上年增长 9.86%，自 2012 年以来我国博物馆接待观众人数年均复合增长率达 10.68%，增速始终保持较高水平。

2012年-2019年我国博物馆接待观众人数及增长趋势

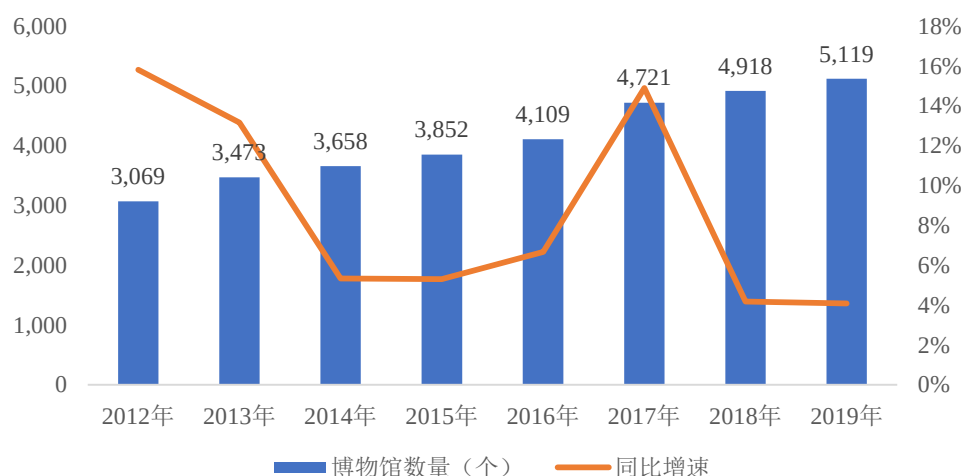


数据来源：文化和旅游部

②我国博物馆重要性日益凸显、数量快速增长

博物馆作为我国历史文化、产业文化、企业文化传承和传播的重要载体，对于社会文化的传承以及相关行业、企业的发展起到越来越突出的推动作用。随着文化发展的重要性日渐加深，近几年，各类博物馆建设如综合性城市博物馆、纪念馆、专题博物馆、行业博物馆、产业博物馆、私人博物馆等数量快速增长，我国博物馆建设呈现多元化的积极发展态势。据国家统计局数据显示，2019 年，我国博物馆数量达到 5,119 家，同比增长 4.09%。蓬勃发展的博物馆建设市场将进一步推动我国文化服务体系深入发展，不断满足我国居民日益增长的精神文化需求。

2012年-2019年我国博物馆数量及增速



数据来源：国家统计局

③政策助力，博物馆迎来良好发展前景

为了鼓励博物馆产业的快速发展，国家文物局在 2012 年印发的《博物馆事业中长期发展规划纲要（2011-2020 年）》中提出了产业总体目标：到 2020 年，基本形成特色鲜明、结构优化、布局合理的博物馆体系，基本实现博物馆管理运行的现代化，基本建立运转协调、惠及全民的博物馆公共文化服务体系，博物馆文化深入人心，进入世界博物馆先进国家行列。具体的要求包括：博物馆公共文化服务人群覆盖率明显提高，从 40 万人拥有 1 个博物馆发展到 25 万人拥有 1 个博物馆；完成 100 个包括文物保护综合技术中心、文物保护修复区域中心、馆藏文物保护修复技术和成果推广服务站在内的全国可移动文物保护修复架构体系建设；博物馆教育和服务体系更加完善，公共博物馆全面免费开放。除基本陈列外，博物馆年举办展览数量达到 3 万个，展示水平显著提升，博物馆年观众达到 10 亿人次。同时要求在 2020 年基本实现全国县级博物馆的现代化。

根据国家卫生和计划生育委员会¹《“十三五”全国计划生育发展事业规划》预测，预计到 2020 年中国人口数量达到 14.2 亿，同时根据《博物馆事业中长期发展规划纲要（2011-2020 年）》每 25 万人拥有 1 个博物馆的目标，到 2020 年博物馆数量将增加至 5,720 个。在良好政策的促进下，博物馆建设和运营将会有

¹ 现名国家卫生健康委员会。

较好的发展前景。

④多媒体技术延伸博物馆价值、进一步促进产业积极发展

现代化的博物馆区别于以往博物馆主要在于其在以陈列和展示为主要功能的基础上，结合最新的 3D 展示、动画模拟、移动终端技术、虚拟现实技术、互动技术、全息技术、创意 LED 技术等高科技技术，将原来枯燥的陈列式展示变得具有互动性，使博物馆的展示更加富有趣味性和智慧化，以达到寓教于乐的目的，在博物馆自身的价值不断放大的同时满足了我国居民日益增长的精神文化需求，对我国博物馆建设市场发展产生更加积极的影响。

（2）科技馆发展现状及前景

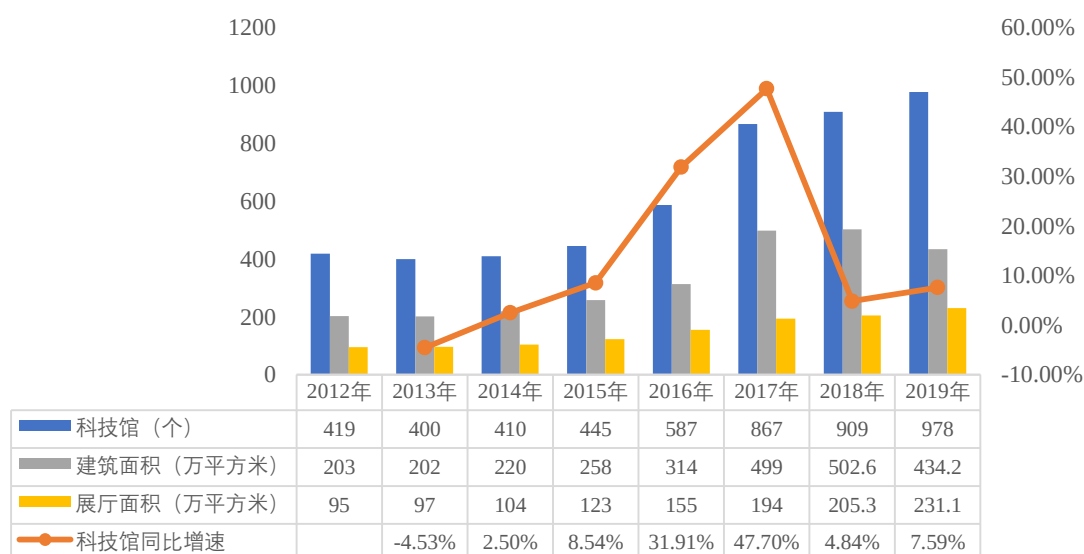
科技馆主要通过公众参与、体验、互动及其他辅助性展示，激发科学兴趣、启迪科学观念，对公众进行科普教育。我国于 1988 年 9 月，建成了最早的开放的大型科技馆——中国科学技术馆，此后的一段时间里科技馆建设逐渐兴起。但是，我国科技馆建设及普及程度与国外发达国家还存有一定的差距。总的来说，我国科技馆起步较晚，发展程度较低，但发展速度较快。

科技馆是一个国家文化、社会、科技发展的窗口与重要体现，也是经济、文化、科技、综合国力的标志。伴随着我国经济的快速发展、国家综合实力的不断增强，国家科技实力也得到发展壮大，为我国综合国力的提升提供了重要支撑，科技普及及科技馆建设的重要性也日益受到重视。

①我国科技馆增长迅速

在我国科技馆建设存在较大市场空白的背景下，近几年我国政府在科普发展方面的政策不断出台，机构及社会组织对各类科技馆大力建设，我国科技馆数量实现了快速增长。据中国科技协会发布的数据显示，我国各级科协所拥有所有权或使用权的科技馆个数自 2012 年至 2019 年的复合增长率为 12.87%。据中国科技协会发布的《中国科协 2019 年度事业发展统计公报》数据显示，2019 年，我国各级科协所拥有所有权或使用权的科技馆达到 978 个，同比增加 7.59%；2019 年我国科技馆总建筑面积 434.2 万平方米，较 2018 年有所减少；2019 年我国科技馆展厅面积 231.1 万平方米，同比增长 12.57%。

2012-2019年我国科普基础设施建设情况

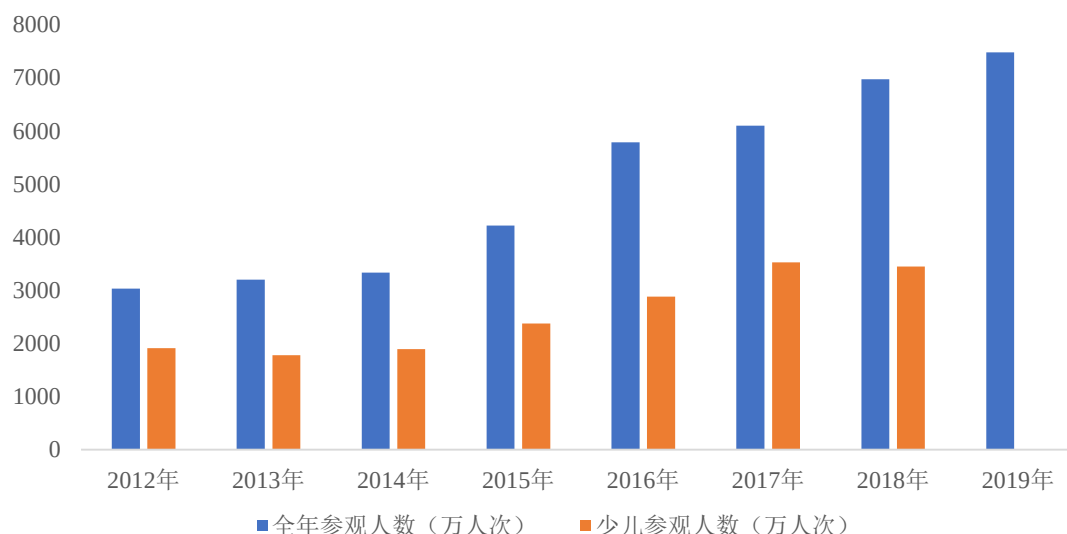


数据来源：中国科学技术协会

②居民对于科技知识的需求不断增长

随着科技加速发展，我国不断加强科技创新，科普工作范围也不断深入，我国居民尤其是少儿群体对于科普服务的需求不断增长。据中国科协发布的《中国科协 2019 年度事业发展统计公报》数据显示，2019 年我国科技馆全年接待参观人数 7,479.4 万人次，同比增长 7.28%，约为 2012 年的 2.47 倍。科技是国家发展、社会文明进步的重要动力，我国居民尤其是我国青少年对于科技的需求不断增长，在此背景下我国科技馆的逐渐规范化、专业化、现代化发展将对我国科学服务建设体系起到重要的促进作用。

2012-2019年我国科技馆参观人数及少儿参观人数情况



数据来源：中国科学技术协会；2019 年中国科学技术协会未发布科技馆少儿参观人数数据。

③我国重视科普建设，科技馆作为主要科普渠道之一，有较大的发展空间

科学普及在经济和社会发展中发挥着不可估量的作用，它一定程度上“决定着国家的生产力和文化发展水平，决定着国家民族的创造力”²。在我国经济发展壮大的同时，科学普及也逐渐受到重视。习近平总书记在 2016 年召开的中国科协第九次全国代表大会指出：“科技创新、科学普及是实现创新发展的两翼，要把科学普及放在与科技创新同等重要的位置。”但目前我国科普发展水平与发达国家相比仍然存在一定的差距。

据我国国务院于 2016 年发布的《全民科学素质行动计划纲要实施方案（2016—2020 年）》中指出：目前我国公民科学素质水平与发达国家相比仍有较大差距，全民科学素质工作发展还不平衡，不能满足全面建成小康社会和建设创新型国家的需要。主要表现在：面向农民、城镇新居民、边远和民族地区群众的全民科学素质工作仍然薄弱，青少年科技教育有待加强；科普技术手段相对落后，均衡化、精准化服务能力亟待提升；科普投入不足，全社会参与的激励机制不完善，市场配置资源的作用发挥不够。以上问题表明，我国科普工作亟需大力

² 资料来源：《江泽民：全面贯彻“三个代表”要求大力推进科学技术创新——在中国科学院第十一次院士大会和中国工程院第六次院士大会上的讲话》。

推进，而科技馆作为我国居民接触科学知识、培养科学素质的主要渠道之一，将会有较大的发展空间。

科技部、中央宣传部《“十三五”国家科普与创新文化建设规划》指出，要扎实推进创新驱动发展战略，坚持政府引导、社会参与、市场运作，以提升公民科学素质、加强科普能力和创新文化建设为重点。

④科技馆重要地位凸显，政策出台推动市场积极发展

为鼓励科技馆的建设和发展，2006 年我国国务院颁布实施了《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020 年）》《全民科学素质行动计划纲要（2006-2010-2020 年）》，其中《全民科学素质行动计划纲要（2006-2010-2020 年）》提出：多渠道筹集资金，在充分研究论证的前提下，新建一批科技馆、自然博物馆等科技类博物馆。各直辖市和省会城市、自治区首府至少拥有 1 座大中型科技馆，城区常住人口 100 万人以上的大城市至少拥有 1 座科技类博物馆，全国科技类博物馆的接待能力有显著增长。2016 年我国国务院发布了《全民科学素质行动计划纲要实施方案（2016—2020 年）》提出：到 2020 年，科技教育、传播与普及长足发展，公民科学素质建设的公共服务能力显著增强，公民具备科学素质的比例超过 10%。纲要还同时指出，创新完善现代科技馆体系。突出信息化、时代化、体验化、标准化、体系化、普惠化、社会化，推动由数量与规模增长的外延式发展模式向提升科普能力与水平的内涵式发展模式转变，进一步建立完善以实体科技馆为龙头和基础，流动科技馆、科普大篷车、虚拟现实科技馆、农村中学科技馆、数字科技馆为拓展和延伸，辐射基层科普设施的中国特色现代科技馆体系。发挥自然博物馆和专业行业类科技馆等场馆以及中国数字科技馆的科普资源集散与服务平台作用。推动中西部地市级科技馆、专题行业科技馆建设。

随着我国对科技教育的重视程度的增加以及我国科技水平的提高，科技馆的数量和质量将会得到进一步的提升。

⑤科普活动的大力推进将有效推动我国科技馆建设

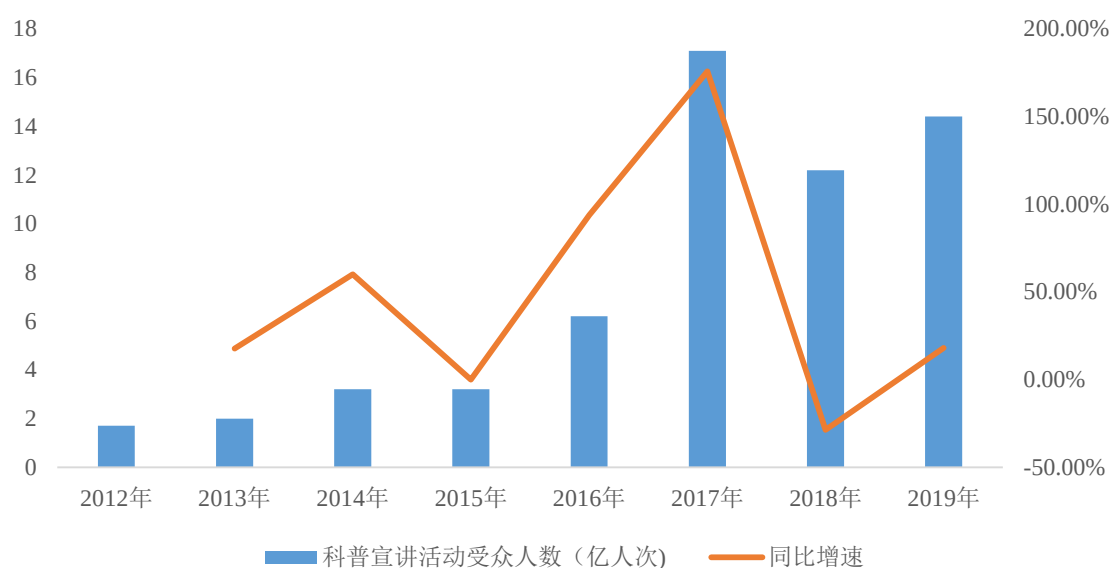
我国科技发展日新月异，科技实力伴随经济发展同步壮大，在此背景下，我国科普工作的重要性逐渐受到关注。我国大力推进科普活动多方面建设将有效提

升我国公民科学素养、扩大科普覆盖人群、提升公民获取科学知识的热情，进而持续推动我国公民对于科技馆的需求，推动我国科技馆建设市场。

⑥科普活动覆盖面不断扩大推动我国居民科学热情持续走高

科普活动主要是整合社会资源，通过丰富的热点科普内容实现“模块化”滚动发展及实现科学传播的可持续发展。近年来，我国科学技术普及活动力度不断加强、覆盖范围逐渐扩大、科普受众人群快速增长。据中国科学技术协会发布的《中国科协 2019 年度事业发展统计公报》，2019 年，我国各级科协和两级学会举办科普宣讲活动 25.0 万场次，科普宣讲活动受众人数 14.4 亿人次，较 2018 年增加 18.03%。各类科普活动覆盖村（社区）21.5 万个次。科学技术普及活动不断深入、覆盖范围不断扩大、覆盖有效率逐年提高，我国居民热情持续走高，我国科普服务需求人群基数不断扩大。

2012-2019年我国科普宣讲活动受众人数及同比增速

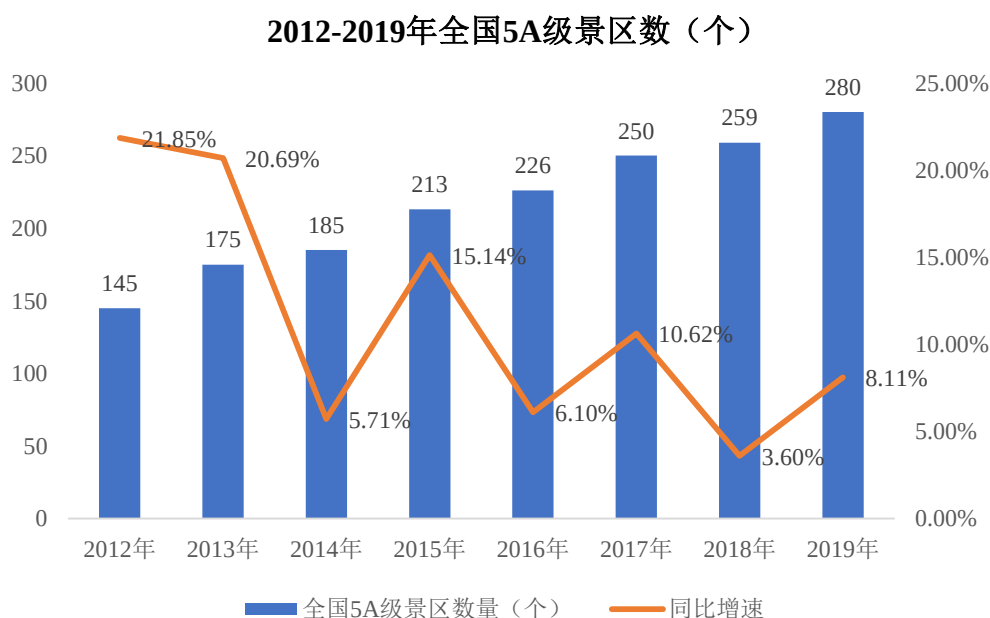


数据来源：中国科学技术协会

（3）文旅主题馆发展现状及前景

文旅展示体验中心主要依靠现代信息和多媒体设备等技术，展示旅游景区景点的旅游资源，向游客生动地展示旅游景区的方方面面，使游客对景区有全方位的了解。同时，展示体验中心可以为游客的旅游行程和路线规划提供一定的便利，能够在一定程度上实现游客分流，缩短游客在景区的停留时间，缓解旅游高峰时

段给景区带来的压力，对旅游景区、尤其是遗址遗迹类景区的保护有较大促进作用。据国家文化和旅游部公布的数据显示，2019 年末我国 5A 级旅游风景区数量达到 280 家，比去年增长 21 家，同比增长 8.11%，自 2012 年来，年均复合增长率达 9.86%。



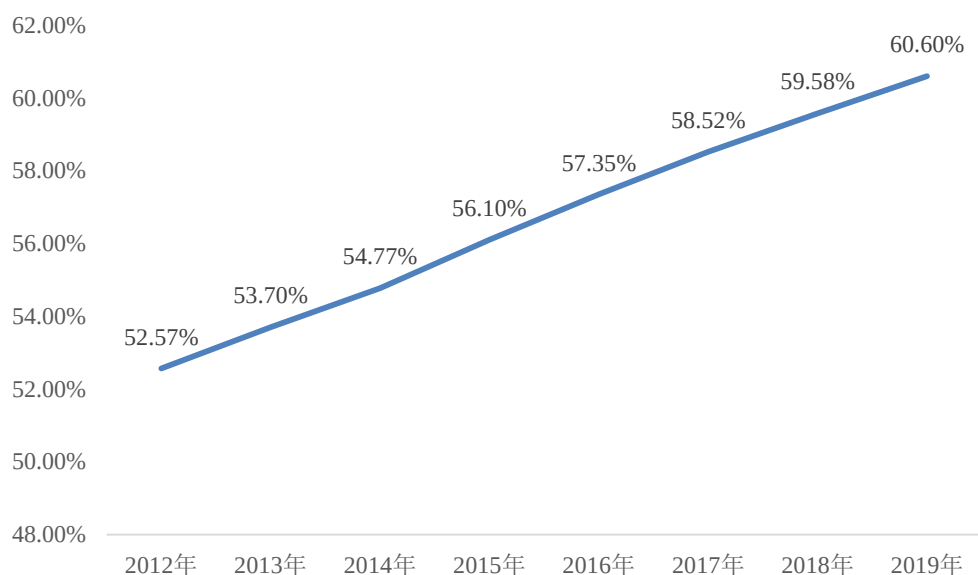
数据来源：文化和旅游部

同时，世界旅行与旅游理事会认为，2015-2025 年，旅游业的增长率将继续高于宏观经济的增长率，并且也高于大多数其他行业的增长率，到 2025 年，中国对旅游业的投资将达 2,787 亿美元，取代美国成为世界第一。截至 2018 年，我国共有 3,261 个 4A 级旅游景区，随着我国旅游业的快速发展，在未来都有升级 5A 级景区的趋势，5A 级景区评定细则中要求景区的各项游览服务设施要体现深厚的人文关怀精神，注重细节，突出特色，以形成独特、和谐、舒适的游览氛围，包括设计制作精美的门票、游客接待中心、引导标识、宣教资料、导游（讲解）服务、游客公共休息设施和观景设施以及公共信息图形符号设置等七个方面的评分点。在智慧旅游发展和“国家智慧旅游试点城市”引导背景下，将有众多景区迫切需要通过建设旅游景区展示体验中心，创造性地运用多种数字多媒体展示手段，构建内容充实、表现力丰富的数字多媒体展览展示空间，并充分发挥展区中展项的功能，满足和提升游客对旅游景区数字文化展示技术创新体验服务的需求。旅游景区展示体验中心的建设需求持续增长将利好数字文化展示创意行业，

为行业带来新的增长点。

（4）城市主题馆发展现状及前景

2012年-2019年我国城镇化率



数据来源：国家统计局

《国家新型城镇化规划（2014—2020 年）》中提出，我国城镇化发展目标为：城镇化水平和质量稳步提升。2020 年实现我国常住人口城镇化率达到 60% 左右，户籍人口城镇化率达到 45% 左右，户籍人口城镇化率与常住人口城镇化率差距缩小 2 个百分点左右。城镇化进程的加快以及城镇人口的增长，将推动我国城市文化建设不断增强，有效促进城市馆建设需求的扩张。

3、展厅展示创意领域现状及前景

企业展厅是企业全面推广企业形象，向目标受众展现企业面貌和成就、展示企业理念与价值，并与目标受众之间形成良性互动关系的展示场所，其展示内容主要包括企业精神、企业宗旨、发展历程及未来规划方向等。

（1）企业展厅重要性日益凸显

企业展厅作为一种独立的展厅展示类型，从企业展厅的性质上看，企业展厅具有较强的目的性和直观性，企业展厅是企业进行形象推广、宣传产品与服务、提高品牌认知度的重要途径；从企业展厅的功能来看，企业展厅是展示企业整体风貌、企业文化的重要手段。企业展厅是企业与员工、客户、媒体、受众、行业

内外群体沟通交流的桥梁，也是企业进行对外传播的载体；从企业展厅的类别来看，企业展厅不同于普通的商品展览，企业展厅是主题性展馆，其展示内容、展示形式依据某个特定的主题进行设计，最常见的是以企业文化为主题进行展示。

作为企业文化和品牌价值的重要展示平台，企业展厅对企业形象的树立和对外宣传起到越来越重要的作用，其重要性日益凸显，展厅建设得到越来越多企业的重视。企业展厅主要分为文化型企业展厅、营销型企业展厅及产品型企业展厅。

①文化型企业展厅

文化型企业展厅的主要功能是展现企业文化、企业结构体系、主要产品技术、未来发展战略。主题内容一般包括：企业简介、发展历史、资质荣誉、企业文化、主要产品、销售网络、服务体系、领导关怀、展望未来等。企业文化能增强员工对企业的自豪感，增强企业的凝聚力。所以越来越多的企业开始重视企业文化展厅展示设计。

②营销型企业展厅

营销型企业展厅的目的是提高企业形象，展示产品、宣传企业实力和发展潜力，进而提高用户体验，在营销的解读上侧重于用户和产品。主题内容一般包括企业产品体系、企业荣誉成就、产品市场范围、售后服务体系、营销政策等。企业作为营利性机构，营销型展厅成为企业销售推广的重要手段。

③产品型企业展厅

产品型企业展厅的目的就是为了介绍产品、销售产品、营销产品。所以这类展厅内容会根据产品的颜色、特点来布局，全方位的展示产品，以达成交易为原则。设计重点在于突出产品的优势、技术特点，赢得参观者认可。对于以展现技术为特征的工业和科技企业来说，尤其需要专门搭建这类展厅来展现技术和实力。产品型企业展厅的主题性和针对性较强，也更容易被那些需要产品的客户认可和接受。

（2）企业展厅市场发展空间广阔

企业展厅的建设有助于对外展示企业文化、产品、业务与服务，提升企业形

象，并成为企业对外宣传的企业名片，有助于客户对企业的深度了解，促进企业业务的更好开展和达成。随着企业对自身企业文化和品牌建设的重视程度的提高，越来越多的企业将会建立企业展厅。



数据来源：国家统计局

伴随我国经济结构转型和供给侧改革的不断向前推进，我国经济整体呈现稳定而良好的发展形势，企业数量不断增加，规模和效益不断增长。根据国家统计局数据显示，2019年末，全国共有企业法人单位 2,109.13 万个，比 2013 年末增加 1,288.30 万个，增长 156.95%，同时，企业法人数量在 2013 年以来一直呈快速增长态势。在企业注重自身品牌营销、文化宣传的大背景下，企业文化建设意识、对外展示营销意识的不断增强，企业展厅建设的需求将不断增长，企业展厅建设的市场潜力巨大。

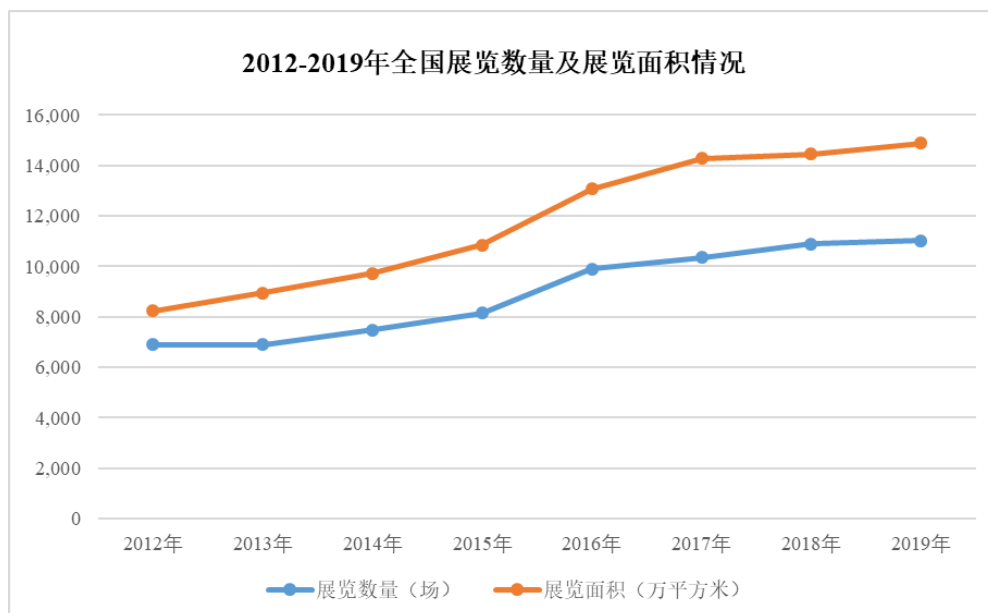
4、展览展示创意领域现状及前景

（1）展览领域现状

①我国展览数量及面积不断上升，展会市场规模稳中有升

受益于国家“一带一路”建设的实施、产业结构的升级和行业自身创新驱动步伐的加快，2017 年我国展览规模继续稳居全球首位，稳中有升，从高速增长步入高质量发展轨道。据中国会展经济研究会发布的《2019 年中国展览数据统

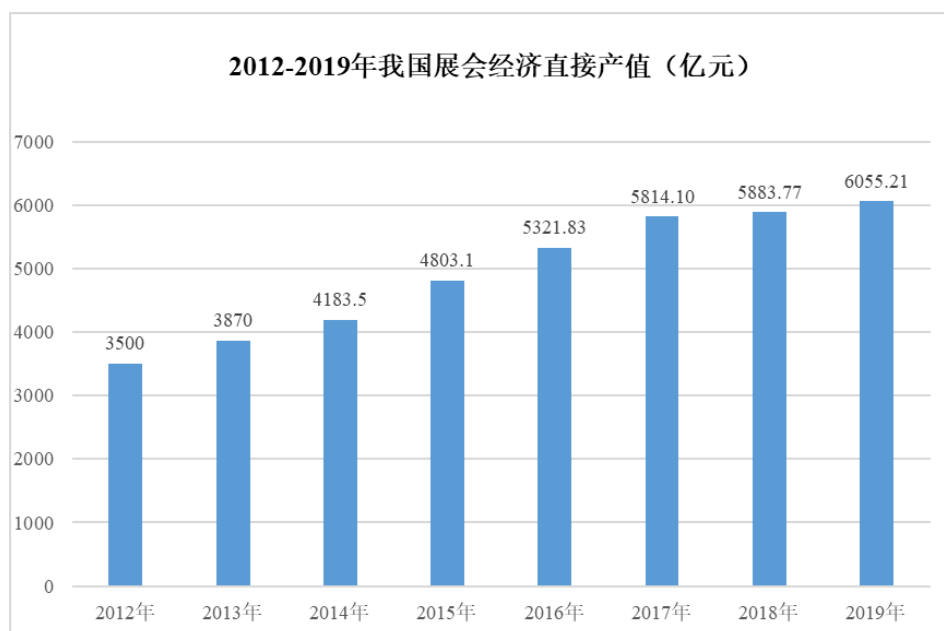
计报告》数据显示，2019 年全国展览展会总数为 11,033 场，展览总面积为 14,877 万平方米，较 2018 年分别增长 1.32%和 2.91%。全年净增展览 144 场、面积 421 万平方米。



数据来源：中国会展经济研究会《2019 年中国展览数据统计报告》

②展览经济经济效益不断扩大

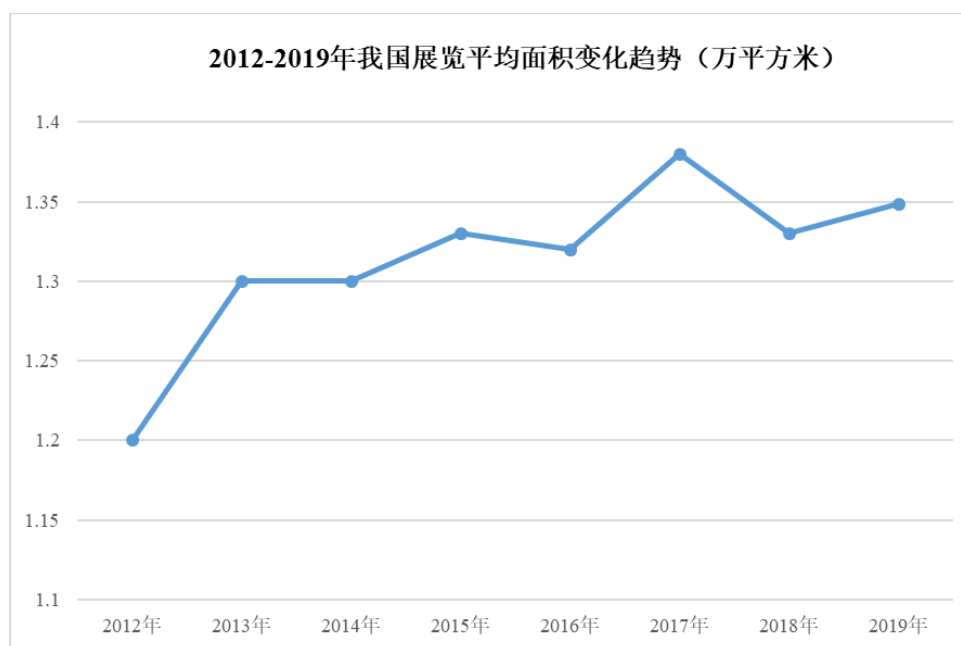
按可比口径测算，2019 年全国展览经济直接产值达 6,055.21 亿元，同比增长约为 2.91%，展览直接产值在当年国内生产总值（99.09 万亿元）中的占比为 0.61%，相比于 2018 年略有下降；在全国第三产业增加值中的占比为 1.13%。展览直接产值在国民经济中的比重相对保持稳定。



数据来源：商务部、中国会展经济研究会

③平均单体展览规模保持稳定

2019年，全国展览平均面积为1.35万平方米，较2018年上升约184平方米。2019年全国展览总数同比增长1.32%，展览总面积同比增长2.91%，展览面积增速高于展览总数增长。2013到2019年，单体展览平均面积始终维持在1.3万平方米以上，较为稳定。

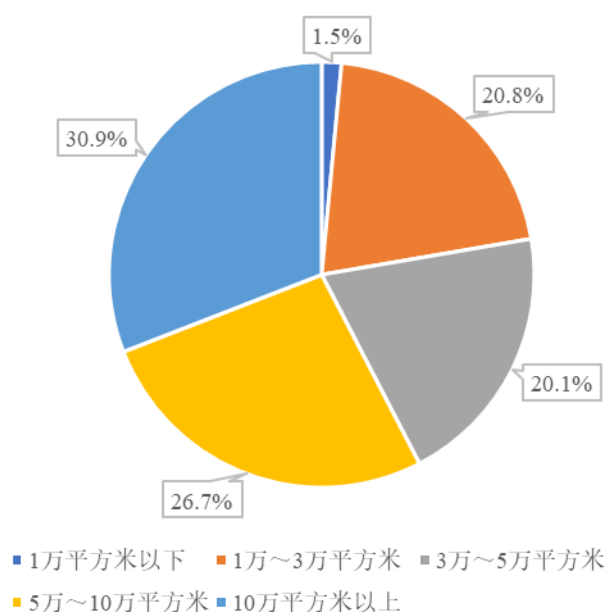


数据来源：中国会展经济研究会《2019年度中国展览数据统计报告》

从结构上来看，2019年我国展览面积达5万平方米以上的展览数量占57.6%，超过一半，其中10万平方米以上的展览面积达4,026.0万平方米，占总面积的

30.9%，占比最大，较 2018 年下降 2.4 个百分点；5 万~10 万平方米的展览总面积 3,480.9 万平方米，占比 26.7%。1 万平方米以下规模展览总面积为 199.8 万平方米，在所有规模展览中占比最低，为 1.5%；1 万-3 万平方米规模展览总面积为 2,718.7 万平方米，在所有规模展览中占比 20.8%；3 万-5 万平方米规模展览总面积为 2,623.1 万平方米，在所有规模展览中占比 20.1%。

2019年全国展会不同规模面积占比情况



数据来源：中国国际贸易促进委员会《中国展览经济发展报告 2019》

④展览业社会、经济效益凸显，我国各区域对于展会的重视日益提升

展览的发展对所在地区经济、社会发展有较强的推动作用，随着展览业发展日益趋好，我国各区域对展览带来的社会及经济效益有了更加深入的认识及更加广泛的认同。近年来，我国各地政府不断出台相关政策促进展览业的进一步发展，我国展览规模总体呈上升趋势，但受制于经济发展、城市数量及区位因素等的影响，我国各地展览发展存在一定差异。

据中贸促发布的《中国展览经济发展报告（2019）》数据显示，2019 年我国华东、华北、华南地区分别举办经贸类展览 1,409 个、570 个、544 个；展览面积分别达到 5,413 万平方米、1,750 万平方米、2,520 万平方米，数量与面积位列前三。从增速来看，华东地区办展数量和办展面积均领先于其他地区，占比分

别为 37.1% 和 41.8%，办展数量同比下降 17.41%，办展面积同比上升 1.90%；西北地区办展数量、办展面积同比增速均为最快，办展数量同比增长 28.2%，办展面积同比增长 20.6%。总的来说，在对于展览有一定需求的背景下，我国各地正在加强对于展览业的推动，并将进一步加快展览业的建设与发展。

（2）展览行业发展前景

①展览发展环境不断优化

展览的发展对所在产业和地区经济、社会发展有较强的推动作用，不仅可以有效促消费、扩内需，还有利于促进城市服务水平以及基础设施建设水平的提升，提高一个城市的管理水平、文明程度和知名度、美誉度。近年来，国家及各级政府高度重视展览对于经济发展的促进作用，相继跟进出台了展览扶持、鼓励和规范的相关办法和意见，鼓励模式创新，注重品牌发展，为我国展览业健康发展提供了良好的政策环境，促使其逐步走向规范化、科学化。

随着我国展览继续深化供给侧结构性改革、政策环境持续利好、发展格局不断优化、基础设施逐步完善、品牌建设稳步推进，行业实现良性健康发展，并在现代化经济体系建设中发挥愈加重要的作用。

②现代化展览技术成为展览的重要手段

传统展览通常以文字、图片以及普通的多媒体技术等相对静态的展示为主，受制于技术局限性，展览手段比较单一、内容比较单薄，既不能充分满足主办者的展示需求，也无法调动观展者的积极性，未能充分展现展览的传播性。近年来，现代多媒体技术、虚拟现实技术的广泛应用进一步拓宽了展示内容及手段、延伸了展览展示的功能性，使行业从传统、静态的设计形式向着科技与艺术融于一体的综合性设计转变。通过结合最新的 3D 展示、VR/AR 等多媒体技术，现代化的展览展示突破了传统的展示方式，在以往陈列和展示为主要功能的基础上，通过技术加入空间感受、光影艺术、互动体验等新元素，满足客户全方位、多样化、立体化的展示需求。除此之外，在传统展览的基础上，运用多种数字多媒体展示手段构建表现力丰富的展览展示空间，有助于进一步激发观展者的兴趣，加强观展者与展览展示内容的互动性，最大化展示内容传递的有效性，使得展览展示服

务水平和服务能力有较大提升。

多媒体技术等现代化技术不断发展，将引导传统的展览展示模式将向智能化、智慧化方向转型，对行业的发展产生积极效应。

③企业展览需求总体呈上升趋势

从行业角度来看，经贸类展览可分为重工业、轻工业、农业、服务业和专项展览 5 大类。2019 年，各行业类展览数量均有所减少；2019 年，重工业类展览面积实现快速增长，其他行业类展览面积相对 2018 年均有所下降。根据中国国际贸易促进委员会统计的 3,547 个经贸类展览信息，轻工业、重工业、服务业展览办展数量和面积位居前三，上述三个行业 2019 年办展数量和面积具体情况如下：

行业	办展数量（个）	同比增减	办展面积（万平方米）	同比增减
轻工业	1,441	-4.76%	5,439	-3.89%
重工业	957	-0.52%	3,902	55.33%
服务业	841	-12.49%	2,391	-29.68%

数据来源：《中国展览经济发展报告 2019》（中国国际贸易促进委员会）

2019 年，各行业类展览数量均出现不同程度减少，主要是受到宏观经济增速放缓以及中美贸易摩擦的影响。展览展示是企业对外交流及营销的重要渠道之一，对企业进行品牌宣传、商品交易起到了不可忽视的实质性作用，在充分市场竞争的环境下，企业对展览展示的热情以及需求未来仍将增长。

除此之外，随着企业主体对于展览展示所能带来良好经济效益的认同度日益提高、展览展示在原有以商品交易为展示目的的基础上也越来越多地延伸应用至企业文化交流、品牌展示等软性竞争领域。除了参加各类国内外专业展览，越来越多的企业产生了兴建企业馆、主题馆来展示企业文化、宣传企业品牌、促进企业商品交易的想法，企业展示已逐渐成为企业成为对外交流的重要平台之一。

自 2014 年商事制度改革以来，市场准入环境不断优化，加上 2015 年起国家大力打造“大众创业，万众创新”，我国市场数量主体快速增长。据国家统计局数据显示，2019 年末，全国共有企业法人单位 2,109.13 万个，比 2013 年末增加 1,288.30 万个，增长 156.95%，占全部法人单位的比重从 2013 年的 75.82%提高到 2019 年的 83.43%，我国企业数量实现了快速增长。在我国企业主体数量众多

以及逐年增长的基础上，受益于行业发展推动、企业交流、竞争需求，企业对于专业展览以及新建企业文化馆的需求将不断增加，并进一步推动展览行业进一步增长。

④一带一路将带动我国展览的发展

自工信部、中国国际贸易促进委员会联合发文支持中国中小企业参与“一带一路”建设专项行动的国内外展销活动以来，展览展会成为进一步改革开放的重要举措，“一带一路”沿线国家逐渐成为我国境外自主办展的热门举办地。据中国国际贸易促进委员会发布的《中国展览经济发展报告（2019）》数据显示，全国91家组展单位共赴73个国家参展办展1,766项，比上年增长5.6%；展出面积92.13万平方米，比上年增长11.0%；参展企业6.1万家，比上年增长2.9%。全国77个组展单位共赴30个“一带一路”沿线国家组织参办展697项，占参办展项目总数的39.5%，同比下降2.9%；展出总面积41.0万平方米，占参办展总面积的44.5%，同比增长8.7%。

展览是我国扩大对内对外开放、实现文化普及及专业交流的重要平台。展览业的健康发展将有利的推动“一带一路”战略的贯彻实施，国际化的展览平台有利于推动国际和区域层面的经济合作，为我国企业与更多国外企业建立合作伙伴关系、金融、商贸、基建、文化等领域的交流互通创造更多机会，而“一带一路”战略的深入贯彻与实施也将给展览业提供空前的国际化发展的商机，实现正循环效应。

5、行业特点和发展趋势

近年来，我国数字文化展示创意行业在设计理念和展示手段方面有了很大的进步，在设计理念方面，行业内越来越认同设计应将艺术尊重自然与人作为出发点，好的设计必须遵循社会规律，并通过“科技+艺术”体现出高水准的设计。在展示手段方面，以计算机、网络通信为特征的数字新媒体出现，并越来越多地引领展览展示设计潮流。同时，为呼应整体设计理念和文化传播精神，展示体验系统需要在各种数字技术的基础上进行相应的应用研究，来更好地实现体验效果。各类技术的应用研究建立在服务商对整体项目有独到设计理念、并拥有完整把控项目能力的基础之上，对服务商的综合能力要求较高。

随着宏观经济增长，人民生活水平不断提高，其对展览展示体验的要求日益提升。在现代多媒体技术、互动技术、虚拟现实等技术快速发展的大环境下，一项展示技术应用获得参展者认可后，将会大规模地应用，市场反应热度会逐步降低。为此，各类展览展示企业为满足广大参展者对多样化的展示体验的需求，必须对其使用的数字科技不断更新及升级。

（1）展示设计的导向作用更加突出

随着展览展示技术的不断发展，参观者不再单一地观看各物理空间的展示内容，而是体验整个展示空间与各项展示内容构成的展示整体。该展示理念要求不断整合以前孤立运行的各个展示技术，使之在同一个设计理念下产生协同效应，以达到一体化的展示效果。因此，展示设计的导向作用就显得尤为重要。另一方面，随着市场竞争的加剧，客户对终端展示产品的设计风格和企业的设计能力也都提出了更高的要求，展示设计在终端展示中的作用日益凸显。

（2）数字科技更新升级速度加快

随着宏观经济增长，人民生活水平不断提高，其对展览展示体验的要求日益提升。展览展示技术近年来已取得了较快发展，现代多媒体技术、互动技术、全息技术、虚拟现实技术将提升展示体验系统的仿真性、互动性、趣味性。在展览展示技术快速发展的大环境下，一项展示技术应用一旦获得市场的参展者认可后，将大规模地应用普及，市场反应热度会逐渐降低。为此，各类展览展示机构为满足广大参展者对多种多样展示体验的需求，需要对其所应用的数字科技不断更新及升级。

（3）一体化终端展示解决方案是未来品牌终端展示行业的主要模式

随着市场竞争的逐渐加剧，客户对终端展示服务的需求由简单的展示需求，逐步过渡到涵盖策划、设计、实施和维护服务的一体化终端展示需求。现有的服务环节分散的业务模式很难适应市场需求，尤其是中高端市场需求，具有设计优势及较强整合能力的企业将从竞争中胜出，以其完善、高效、优质的一体化服务赢得市场，并逐步建立品牌优势。

（四）行业的周期性、区域性和季节性

1、周期性

各类展览馆的展示体验系统建设与一个城市的经济实力和经济发展水平具有密切的关系。一般来说，在满足基本发展需求的基础上，政府和企事业单位等各类投资主体才更加注重文化主题馆展示系统建设，以展示当地文化和艺术；而且当国民经济总体发展态势良好时，民众的精神文化需求也会更大，各类文化类投资的可支配金额会相对提高；企业对消费市场更具有信心，随之对自身品牌宣传需求也会增加，在展览展示方面的投资也会相对较大。所以，本行业发展与经济发展水平和经济发展周期具有一定的关系。

2、季节性

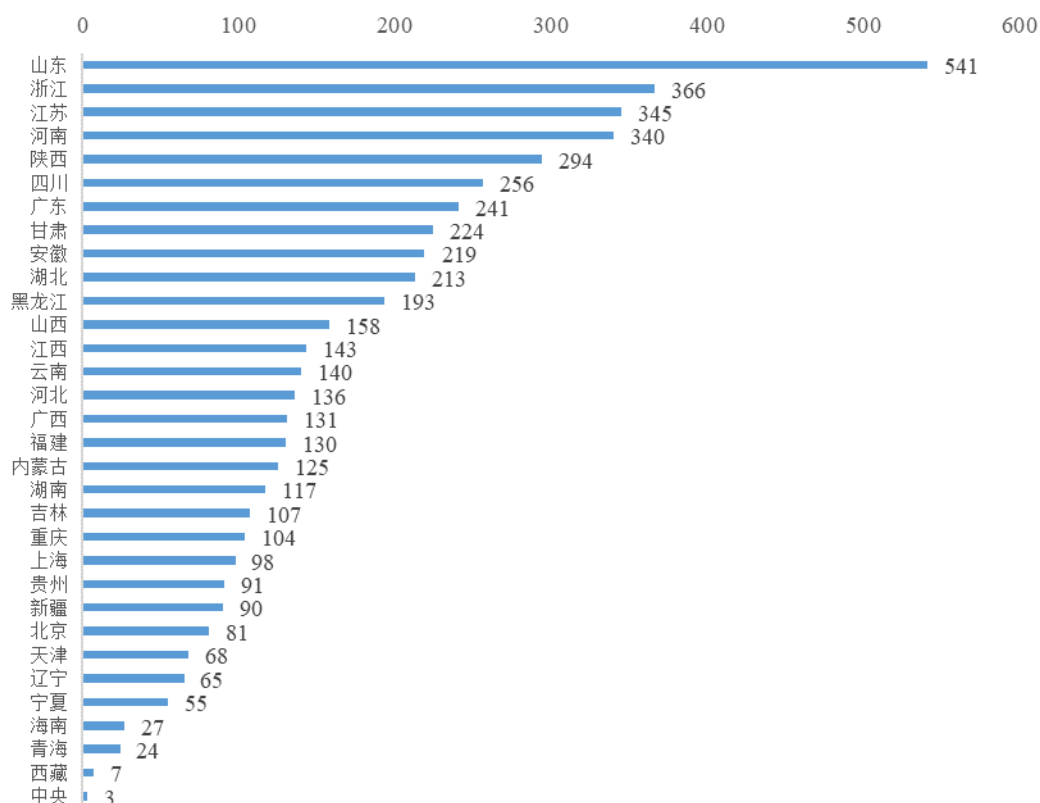
馆厅展示创意服务行业，受一季度气候原因和节假日因素等影响，一季度通常项目实施进度相对缓慢。公司展示创意服务业务的收入确认时点取决于工程的实施进度和验收周期，各项目因工程具体情况不同，其开工时点、建设周期和工程进度等不同，不存在一般的规律，因而其营业收入无明显的季节性特征。

展览展示创意服务行业，受国内外节假日及休假习惯等影响因素较多，不存在明显的季节性特征。

3、区域性

总体来说，经济发达的沿海省份和其他一些文化资源丰富的省份，各种场馆布展总体需求较大。根据国家统计局发布的《中国统计年鉴》，2019 年我国博物馆总数为 5,132 个，其中数量排名前五的省份分别为：山东 541 个，浙江 366 个，江苏 345 个，河南 340 个，陕西 294 个。但随着我国经济不断发展和城镇化不断推进，其他地区居民对精神文化的需求将逐步增长，相关展览展示市场将有更大的发展空间。

2019年我国分地区博物馆个数



数据来源：国家统计局《中国统计年鉴》

（五）行业进入主要障碍

1、创意设计壁垒

拥有客户认可的创意设计是行业的核心竞争点之一。只有在充分理解客户需求背景下，结合项目实施背景、实施目的，有针对性地进行主题、风格等设计，才能最终实现创意设计方案落地。创意设计方案获取客户认同的决定性因素，是确保项目实施效果达到预期的基础条件，创意设计水平的高低也决定了行业内企业的竞争能力。因此，本行业具有较高的创意设计壁垒。

2、技术壁垒

现代化的展览展示早已突破传统的图片展示、模型展示、普通多媒体展示等展览方式，在陈列和展示功能的基础上，通过结合最新的 3D 展示、VR/AR/MR、多媒体沙盘、智能集成控制系统等新技术，实现人与人、人与物、物与物的互联互通，不断满足客户个性化需求。行业内规模较大的企业凭借持续的技术跟踪、

研发投入及创新，积累了一定的研发成果并搭建了成熟的技术应用平台。因此，较高的技术壁垒对潜在的市场进入者构成了障碍。

3、品牌壁垒

客户在选择供应商时更加倾向于口碑良好、品牌信誉高、规模较大的企业，这类企业大多凭借其丰富的项目执行经验、多年的客户口碑积累以及行业内专业机构的认可，树立了较高的品牌信誉，在市场竞争中更具优势。而行业新进入者往往缺乏经验和品牌积累，在市场竞争中更难以获取项目资源。因此，本行业具有较高的品牌壁垒。

4、资源整合壁垒

目前各地建馆的趋势更趋向于多馆合一或多馆一中心的建设方式。客户在选择服务商时往往倾向于选择同时具有多类馆体实施经验的企业、并能够提供相对应类型题材的策划、设计、实施和维护全方位服务的企业。不同类型的馆体同时实施，更需要企业具有各环节的统一协调能力、跨领域融合能力、整合分散资源能力，对同时具有各题材馆体的实施经验和案例等也提出了较高的要求。新进入行业或单一题材领域的企业在项目执行经验以及资源整合能力上往往不占优势。因此，本行业具有较高的资源整合壁垒。

5、人才壁垒

人才一直是企业构筑诸多壁垒的核心基本要素之一。行业内已具有一定规模的企业拥有无论是在创意设计、项目资源整合、研发创新等各方面都逐渐积累了拥有丰富从业经验的核心人才团队。行业内高素质的技术人才、创意人才、管理人才、市场人才相对有限，且优秀人才的流动也倾向于品牌知名度高、实力雄厚的企业。因此，本行业对潜在进入者有较高的人才壁垒。

6、资质壁垒

项目的实施企业必须符合国家相关的资质要求，而申请专项资质的公司需符合各项严格的条件，例如企业规模、专业人员的配备数量、已完成项目的数量和质量的要求等。行业内专业能力较强的企业通常拥有多项甲级或一级的专业资质。如建筑装饰装修工程专业承包设计及施工资质、国内专业协会资质（如中国展览

馆协会资质、中国博物馆协会设计资质、多媒体协会资质）、电子与智能化工程甚至是国际上的各类专业资质。因此本行业存在一定的资质壁垒。

（六）公司自身创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司深耕数字文化展示创意行业多年，为各类场馆空间提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务，拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验。公司致力于将数字技术与文化创意、设计服务深度融合，根据场所文化类型、空间条件、受众人群喜好、运营使用方的需求等，量身打造创意设计理念和方案。公司通过数字科技手段将原有文化内容进行多样化、多维度的呈现和解读，并利用物联网智慧平台挖掘实时数据，动态分析观众的观展行为及潜在需求，优化观展体验，为场所的运营提供有效数据支持。

公司在以文字、图片以及普通的多媒体技术等相对静态的传统展览展示基础上，通过结合 VR 虚拟现实技术、AR 增强现实技术、全景展示技术，并结合多屏联动展示及三维动画立体化展示，还原生态环境和人文环境，打造虚实结合的沉浸式空间，并通过智慧导览技术、展馆定位导航技术等加强观众交流互动，将展示内容通过视觉、听觉技术全方位展现，提升整体参观体验，进一步拓宽了展示内容及手段，满足客户全方位、多样化、立体化的展示需求。

公司以建筑空间创意设计作为主导，结合基础装饰创新、艺术造型创新、灯光艺术创新、互动科技创新、机械装置创新、数字内容创新、多媒体集成创新、运营改造升级创新及线上运营的创新等创新模式，结合成一种综合性的创意创新模式。

发行人所属数字文化创意产业属于国家“十三五”战略性新兴产业，发行人系经上海市各相关单位共同认定的高新技术企业，发行人成长性良好，自主创新能力突出，拥有多项自主创新能力成果。**截至报告期末，发行人拥有研发人员 111 人，专利 62 项、商标 49 项、软件著作权 225 项，2020 年末研发费用占营业收入的比例为 4.22%。**

综上，发行人符合创新驱动发展战略，具有创新、创造、创意特征。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）发行人的行业地位

数字文化展示创意行业集中度较低，任何一家企业占整个行业的市场份额均不高，尚未出现能够主导国内市场格局的大型企业。公司具有创新的设计理念、较强的研发能力、快速的项目执行能力、较为完善的配套服务措施，是数字文化展示创意领域少数集创意设计、制作、布展、维护于一体的综合服务商之一。公司通过持续的精细化管理和运作，市场渗透能力和影响力日益增强。公司和上海风语筑文化科技股份有限公司、湖南华凯文化创意股份有限公司等都属于行业中规模较大的企业。

公司服务项目众多，提供一站式综合性服务，在策划、设计、实施和维护服务方面均力求实现客户价值最大化及利益最优化。凭借深刻的行业理解、优质的服务，市场认可度逐步攀升，并取得了众多荣誉，包括“2019-2020 年度国家文化出口重点企业”、“上海文化和旅游局科学技术进步奖一等奖”、“2019 年度上海市‘专精特新’中小企业”、“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等等。

（二）技术水平及特点

公司通过自主研发并运用数字化科技展示技术以拓宽、优化展览展示内容及手段，延伸展览展示的功能性，将数字技术与文化创意、设计服务深度融合，进一步提升公司展览展示服务水平和服务能力。目前公司通过自主研发已掌握了基于 AR 的沉浸式影院技术、MR 混合现实虚拟交互技术、智慧城市信息沙盘展示系统、三维数据空间立体化展示技术、沉浸式信息流感知技术、多屏联动展示交互技术等诸多数字化展示技术的应用。公司上述数字化科技展示技术系行业目前较为先进及现代化的技术方式，能够有效把握行业科技技术发展动态，并结合公司下游客户实际需求，在前瞻性和现实性中掌握平衡点。公司把握未来技术发展的方向与重点，制订了相应新技术和新产品的研发计划，保障公司技术水平始终

处于行业前沿。

公司上述核心技术情况详见本节“七、公司核心技术和研发情况”相关内容。

（三）行业内主要企业

公司主要为客户提供展馆、展厅、展会等项目的设计布展一体化服务，行业内主要企业包括上海风语筑文化科技股份有限公司（以下简称“风语筑”）、湖南华凯文化创意股份有限公司（以下简称“华凯创意”）、深圳市易尚展示股份有限公司（以下简称“易尚展示”）、丝路视觉科技股份有限公司（以下简称“丝路视觉”）等。

1、风语筑

风语筑公司为主板上市公司，股票代码 603466.SH。风语筑主营业务为数字文化展示体验系统的策划、设计、实施和维护服务，公司展示系统产品、服务可广泛应用于各类有展览展示需求的场馆及空间，如城市馆、园区馆、博物馆、科技馆、企业馆、商业体验馆、旅游景区展示体验中心、会展、主题馆以及包含多种功能的综合展览馆等³。风语筑 2020 年实现营业收入 22.56 亿元，净利润 3.43 亿元⁴。

2、华凯创意

华凯创意为创业板上市企业，股票代码 300592.SZ，华凯创意为各类空间环境提供从艺术设计、专业实施到运营管理、维护升级的全流程、跨专业的整体服务，提供从创意策划、空间设计、影视动画到多媒体集成、模型制作、建筑装饰等的全产业链的整体解决方案。华凯创意 2020 年实现营业收入 1.35 亿元，净利润-0.62 亿元⁵。

3、易尚展示

易尚展示为中小板上市公司，代码 002751.SZ。易尚展示为国内外知名企业、

³ 资料来源：风语筑招股说明书

⁴ 数据来源：风语筑 2020 年年报。

⁵ 数据来源：华凯创意 2020 年年报。

事业单位提供线下实体展示和线上虚拟展示整体解决方案，产品包括终端展示、循环会展、虚拟展示等。易尚展示 2020 年实现销售 10.24 亿元，净利润 0.71 亿元。⁶

4、丝路视觉

丝路视觉是创业板上市公司，代码 300556.SZ。丝路视觉自 2000 年成立以来，始终专注于 CG 的技术应用和市场推广，从事以 CG 技术为基础的数字视觉综合服务业务，是专业化、全国性的 CG 视觉服务提供商。其提供的 CG 视觉场景综合服务，为展览展示、规划展厅、商业销售展厅、商业服务展厅、公共场馆等提供展陈设计、数字内容创作、数字多媒体展示等场景综合服务。丝路视觉 2020 年实现营业收入 10.04 亿元，净利润 0.60 亿元。⁷

（四）发行人的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）文化创意设计优势

数字文化展示创意不仅包括文化元素，还包括空间感受、光影艺术、互动体验、多媒体技术等新元素，还需与展示教育、文化旅游、艺术传承有机结合。通过多年数字文化展示创意的业务积累和沉淀，公司已成为行业内具有较强文化创意策划能力的企业。创意策划设计能力是公司参与竞争并最终获得中标的核心优势，这种优势来源于公司的人才优势，也来源于公司对设计管理工作的持续优化。

公司建立了项目策划设计资源库，并进行持续更新，采用科学的数据库管理方法保证创意设计的独特性，同时帮助提高设计师的工作效率。通过对大量项目的策划设计实践以及对主题文化的提炼，公司的设计团队积累了丰富的创意设计经验，尤其是在文献收集、资料整理、元素提炼、现场勘查、客户访谈、创意深化、设计提升等工作上建立了一整套成熟的工作方法。

（2）数字科技技术优势

⁶ 数据来源：易尚展示 2020 年年报。

⁷ 数据来源：丝路视觉 2020 年年报。

公司将文化艺术、创意设计、AR/VR 等多媒体互动科技与新一代互联网技术进行集成整合，由传统的展览展示模式向智能化、智慧化方向转型，在展览展示方面的服务水平和服务能力上都有很大的提升，奠定了公司在文化、创意、展览与科技的跨界服务实力和竞争力。同时，公司目前已掌握了数字沙盘、立体投影技术、虚拟现实、动感影院特效技术、多媒体互动技术、全息成像技术、裸眼 3D 技术等诸多高科技数字化展示技术的应用。公司致力于智慧博物馆、会展 4.0，体验式智慧旅游、数字多媒体、AR/VR、云平台、人工智能、物联网、大数据等尖端技术的研发与应用，公司独立研发的《智能化物联网集中控制系统》荣获了“2016 全国十佳文博技术产品奖”，并已逐步在国内众多省市级博物馆的智慧化改造中应用普及。公司通过影视动画、数字沙盘、互动技术、多媒体集成、其他高新数字科技等技术的应用来确保创意设计方案的可行性及实施效果，重点关注以 AR/VR 为核心的互动体验科技研发与多元应用，设有独立的多媒体研究院对相关技术进行研究开发，在为客户提供最新的多媒体技术运用的同时，使用研究院独立开发的智能云系统为项目提供智慧化管理、智慧化运营等运维服务。

（3）国际资源整合优势

宽创国际具备极强的集成落地能力，拥有住建部建筑装饰工程设计专项甲级及建筑装修装饰专业承包壹级资质，同时就任国际展览与会议服务协会理事、拥有美国（北美）展览协会认证会员资质、德国博物馆协会会员等资质。

此外，公司秉承“一带一路”的理念帮助中国文化及企业“走出去”。公司参与服务了中国东西部合作与投资贸易洽谈会、汉诺威通信和信息技术博览会、山西省文化与品牌一带一路全球行、土耳其吉斯坦布尔书展中国馆、巴黎联合国教科文组织中国文化馆等项目。同时，公司不忘将国外文化及企业“引进来”，承接了古埃及文明主题巡展、拉斯科洞窟壁画复原展、拿破仑主题展、阿基米德科技展等项目，将文化 IP 形象及内容带入国门。

公司基于全球资源的整合实力及理念，发挥宽创国际强大的跨国研发、设计及落地施工能力，为客户营造完美的作品和呈现效果，长期为中国政府、全球 500 强企业及中国 500 强企业提供优质服务。

（4）业务领域广泛

宽创国际凭借丰富的国际文化科技与展览展示创意设计经验，形成“多元跨界整合，价值再造”的“大展览”理念，为不同类型的客户提供多元化的服务。公司业务范围广泛，包括博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展览等项目。一方面，公司有能力和经验去承接各种馆体的创意设计服务，保证充足的项目来源；另一方面，也有助于分散业务经营风险，增强抗风险能力。

（5）从创意到实施的一体化综合服务优势

公司是国内少数具备为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展览等不同类别的环境艺术展示场馆提供创意策划、设计、实施和维护服务综合服务商。公司承接的项目一般为具有独特主题的“非标准化”项目，在空间设计展示、多媒体方案应用、艺术品展览等方面均属于自行设计及定制加工。为充分表现展览效果，公司必须参与完成装饰装修、多媒体制作、艺术品制作、现场设备安装调试等全业务环节。因此，公司构建了从创意到设计、从文案到图纸、从艺术创作到艺术品加工、从多媒体软件研发到系统集成、从影视创意到影视制作的完整布展人才体系，并成为具有多媒体运用综合策划、展项开发、软件制作、智能工程施工以及展馆后期维护一站式整体实施能力的专业化机构。

（6）品牌优势

通过不懈努力和持续的发展，公司先后获得了“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等荣誉。公司是中国展览馆协会理事单位、中国展览协会展陈委员会副主任单位、德国博物馆协会理事单位、美国博物馆协会理事单位、上海市创意产业协会副会长单位、上海市多媒体行业理事单位。公司拥有 **62** 项专利、**225** 项软件著作权证书。公司长期积累的市场品牌和丰富的成功项目经验是公司不断拓展市场，获取订单的必要条件。

公司基于高品质的创意设计和施工成果构建自己的品牌，坚持通过质量管理、诚心经营和贴心服务来打造自己的市场口碑。公司通过设计施工一批有影响力的项目，在广大客户中树立起可靠的品牌形象，提升了公司的品牌影响力。

（7）人才优势

创意设计是文化创意产业的“灵魂”，是保证公司产品效果的关键环节之一，负责创意设计的人才能力水平和持续成长直接决定了文化创意企业的生存与发展。

设计研发团队的建设是公司最重要的日常工作之一，创意设计能力建设亦是公司最重要的发展战略之一。公司在人才引进、学习培训、设计管理三方面持续多年投入和艰苦努力，使设计研发团队不断壮大，设计研发质量和创意水平不断提升。截至报告期末，公司拥有 **536** 名员工，其中 **近 200** 名创意设计人才，打造了包含权威专家、建筑师、注册高级设计师、规划师、资深设计师、高级工程师、专业灯光照明设计师、材料工程师、数字多媒体设计研发精英、顾问级项目经理等跨界精英组成的专业务实团队。公司的研发团队主要包括 AR 团队、技术团队、前端和后端团队，研发人员 **111** 人，具有较为丰富的项目研发经验。成熟的研发体系以及经验丰富的研发工程师为项目建设提供了有利的保障与支持。

2、竞争劣势

（1）营销网络需进一步完善

尽管公司已经建设了较为完善的营销网络，由业务员负责各个区域的市场开拓，但随着市场的发展，公司现有营销网络布局和人员配置数量已无法满足快速增长的客户需求，在一定程度上制约了公司的发展，公司迫切需要进一步建设、完善营销网络体系。

（2）融资渠道单一

公司属于轻资产型企业，通过银行等金融机构间接融资能力较弱，依靠自身积累发展业务的难度大、周期长、效率低。资金规模的限制，将影响公司对于周期长、合同金额大的大型项目的承接。另一方面，公司正处于业务迅速发展的阶段，公司除了产品研发等日常运营需要投入资金，长期发展规划和目标的实现更需要公司投入大量资源。行业竞争态势瞬息万变，公司依靠股东投入、经营积累的方式获取资金速度较慢，融资能力有限，导致公司的资金经常跟不上公司日益扩大的设计及组织生产规模、引进设计人才、提高设备水平、扩建研发中心和设

计展示中心等多种资金需求。

客户选择服务商的主要因素包括创意设计、资质情况、既往案例、综合服务能力、公司资金实力及公司知名度等。公司相对于竞争对手在上述因素的优势如下：

主要因素	具体影响	宽创竞争优势
创意设计	创意设计是否能够得到客户的肯定是公司是否能中标的核心因素	公司建立了项目策划设计资源库，并进行持续更新，采用科学的数据库管理方法保证创意设计的独特性，同时帮助提高设计师的工作效率。通过对大量项目的策划设计实践以及对主题文化的提炼，公司的设计团队积累了丰富的创意设计经验，尤其是在文献收集、资料整理、元素提炼、现场勘查、客户访谈、创意深化、设计提升等工作上建立了一整套成熟的工作方法。
技术研发实力	技术研发实力是保障高品质创意设计得以完美呈现的基础	公司系高新技术企业，重视技术研发和积累，拥有专利 62 项，软件著作权 225 项，将计算机技术、工程技术、电子技术、新材料、沉浸式 AR、VR、数字媒体艺术等多领域技术与大型多媒体展项的创意、设计、实施融合为整体，为高品质的空间设计和实施提供源源不断的技术支撑。
资质情况	客户在进行招标时会对投标者的资质有所要求	公司资质齐备，拥有装饰工程设计专项甲级资质及建筑装饰装修工程专业承包一级资质，建筑工程施工总承包三级、建筑装饰装修工程专业承包一级，电子与智能化工程专业承包二级，古建筑工程专业承包三级，满足客户不同需求。
既往案例	客户在选择服务商时会考虑服务商是否承接过相同或相似的案例	公司在文博馆、科技馆、企业展厅等领域积累了大量的案例，能够深刻理解客户的需求，为客户提供更加完善的设计方案。
综合服务能力	馆厅展示创意服务需要供应商具有从供应商管理到项目管理的全流程为客户服务的能力	公司具有策划、设计、实施和维护全方位服务各环节的统一协调能力、跨领域融合能力、整合分散资源能力，拥有对同时具有各题材馆体的实施经验和案例。

公司的竞争劣势主要体现在以下方面：

主要因素	具体影响	宽创竞争劣势
资金实力及品牌效应	由于项目执行过程中需要大量的资金进行周转，客户往往倾向于资金实力较为雄厚的供应商	公司尚未上市，品牌效应尚未完全显现，融资渠道单一，资金储备上相对较弱，在承揽项目上存在一定劣势

公司主要为政府、事业单位及大型国企民企等提供文博馆、科技馆、文旅主题馆及企业展厅等设计施工一体化服务。公司相较于其他同行业可比公司主要优势集中在文博馆及科技馆的创意设计。公司相较于其他同行业可比公司主

要劣势系品牌效应及资金实力。

发行人主要竞争对手情况如下所示：

序号	公司名称	成立年度	注册资本	股权结构	公司简介
1	上海风语筑文化科技股份有限公司	2003 年	4.22 亿元	辛浩鹰持股 33.70%、李晖持股 27.82%及上海励构投资合伙企业（有限合伙）持股 5.19%等	1. 官网： www.fengyuzhu.com 2. A 股上市公司，公司拥有工程设计建筑装饰工程专项甲级及建筑装饰装修装饰工程专业承包一级。
2	湖南华凯文化创意股份有限公司	2009 年	1.224 亿元	湖南神来科技有限公司持股 13.07%、周新华持股 13.01%及熊燕持股 4.21%等	1. 官网： www.huakai.net 2. A 股上市公司，公司拥有工程设计建筑装饰工程专项甲级及建筑装饰装修装饰工程专业承包一级。
3	深圳市易尚展示股份有限公司	2004 年	1.545 亿元	刘梦龙持股 20.87%、林庆得持股 5.01%及向开兵持股 4.60%等	1. 官网： www.es-display.com 2. A 股上市公司，公司拥有工程设计建筑装饰工程专项甲级及建筑装饰装修装饰工程专业承包一级。
4	丝路视觉科技股份有限公司	2000 年	1.179 亿元	李萌迪持股 25.52%及李朋辉持股 2.50%等	1. 官网： www.silkroadcg.com 2. A 股上市公司，公司拥有中国展览馆协会展览工程一级资质及展览展示设计工程甲级资质。
5	苏州和氏设计营造股份有限公司	1998 年	5,100 万元	孙志宇持股 25.54%、吴景贤持股 25.54%、张郁持股 22.46%及李志红持股 14.46%等	1. 官网： www.hisdesign.cn 2. 公司拥有建筑装饰装修工程专业承包壹级资质、展览馆协会展览工程企业一级资质、展览馆协会展览陈列工程设计与施工一体化一级资质等。
6	北京清尚建筑装饰工程有限公司	1992 年	6,800 万元	清控人居控股集团有限公司持股 55.49%、田海婴持股 19.80%及宿利群持股 8.10%等	1. 官网： www.tsade.cn 2. 公司前身系中央工艺美术学院环境艺术设计工程公司，具有建筑装饰装修设计及施工一体化壹级资质。
7	北京天图设计工程有限公司	1994 年	5,000 万元	王凯持股 47.50%、李燕华持股 42.85%及赵彤 3.84%等	1. 官网： www.bjtiantu.com 2. 公司前身系前身是北京工业大学艺术设计学院艺术研究所，具有建筑装饰工程设计专项甲级及建筑装饰装修装饰工程专业承包壹级等资质。
8	广东省美术设计装饰工程有限公司	1993 年	1.001 亿元	黄令环持股 28%、曾晓升持股 23%、丁炜持股 14%及许正平持股 10%等	1. 官网： www.smgs.com.cn 2. 公司前身为广东省工艺美术研究所，具有国家建筑工程施工总承包叁级、建筑装饰装修工程专业承包壹级及建筑装饰工程设计专项甲级企业，同时具有其他多项专业承包资质。
9	合肥安达创展科技股份有限公司	1998 年	5,120 万元	王正前持股 52.67%、合肥高特佳创业投资有限责任公司持股 13.75%及王家伟持股 10%等	1. 官网： www.hfand.com 2. 公司拥有建筑装饰工程设计专项甲级、建筑装饰装修工程专业承包壹级、中国展览馆协会一级资质。
10	江苏大美天第文化产业有限公司	2008 年	1.008 亿元	鲍凤林持股 99.71%、杨德成持股 0.28%。	1. 官网： www.dmttd.com.cn 2. 公司拥有建筑装饰装修工程专项甲级，建筑装饰装修工程专业承包壹级资质。
11	金大陆展览装饰有	1997 年	3 亿元	金大陆文化产业（集团）有限公司 51%、张永生	1. 官网： www.jindalu.net 2. 公司拥有建筑装饰工程设计专

序号	公司名称	成立年度	注册资本	股权结构	公司简介
	限公司			30%及路卫建 19%。	项甲级资质及建筑装修装饰工程专业承包壹级资质。
12	广东省集美设计工程有限公司	1985 年	5,002.6 万元	广州美院资产经营有限公司持股 100%	1. 官网：www.gdjm.com.cn 2. 隶属于广州美术学院，是全国艺术高等院校最早成立的设计及施工企业，具有建筑装饰工程设计专项甲级、建筑装修装饰工程专业承包一级资质。

注：信息源于国家企业信用信息公示系统、全国建筑市场监管公共服务平台及企业官网。

综上，公司在行业内积累了一定的竞争优势，公司资质齐全，拥有较强的文化创意设计能力及数字科技技术，积累了丰富的创意设计经验和项目实践案例，拥有全方位一体化服务的综合能力和资源整合能力，因此被竞争对手抢占市场份额的风险较低。

（五）发行人面临的机遇与挑战

1、面临的机遇

（1）国家政策大力支持数字文化产业发展

当前我国经济从高速发展阶段进入到高质量发展阶段，经济结构持续优化，文化产业有望成为国民经济新的增长点，政府对文创设计及高新技术服务业给予高度重视。2016 年 11 月国务院印发《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，首次将数字文化创意产业纳入国家战略性新兴产业发展规划，成为与新一代信息技术、生物、高端制造、绿色低碳产业并列的五大新支柱产业之一。2017 年 2 月文化部印发《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》明确提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业，并指出落实供给侧结构性改革战略部署，完善现代文化产业体系，着力发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，促进文化资源与文化产业有机融合，形成新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益。近年来，国家相继出台了《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》、《进一步支持文化企业发展的规定》、《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》等一系列政策，重点鼓励文化与科技相融合的数字文化产业发展。

一系列相关政策倾斜，为行业发展创造了积极良好的外部环境，必将有利推

动行业发展。

（2）我国城镇化率持续上升带动城市文化体系建设

我国城镇化率自 1978 年改革开放以来保持平均每年约 1 个百分点的增长速度，现已进入城市化加速阶段。根据国家统计局最新发布的数据显示，2019 年末，我国城镇常住人口 84,843 万人，比上年末增加 1,706 万人；城镇人口占总人口比重（城镇化率）为 60.60%，比上年末提高 1.02 个百分点。城镇化率的持续上升将带动城市化体系建设的快速发展，催生出对城市文化展示设施的巨大需求，比如博物馆、科技馆等，尤其是突出展示城市规划思路和建设成就的各级城市主题馆。我国快速的城市化进程为数字文化展示创意行业提供了广阔的发展空间。

（3）消费升级拉动文化需求

根据国家发改委《2020 年国民经济和社会发展统计公报》，2020 年全国居民恩格尔系数 30.2%，已达联合国富足标准。我国居民消费结构正不断改善，城乡居民消费结构正在由生存型消费向发展型消费升级、由物质型消费向服务型消费升级、由传统消费向新型消费升级。2020 年全国居民人均可支配收入 32,189 元，比上年名义增长 4.7%。随着居民文化消费水平不断提高，居民对于文化产品和服务，尤其是文创产业与科技手段结合的“文化+科技”文创产品的需求不断增加。

（4）技术进步提供驱动力

纵观数字文化展示创意行业的发展，离不开持续不断的技术进步与创新。数字时代下，随着计算机、网络技术的飞速发展，计算机控制、数字媒体、虚拟现实等技术不断投入应用，增强现实、虚拟现实技术成为展示技术发展的前沿，现代展示技术正在以其交互性、趣味性、多感知性等鲜明特征改变着形式单一、氛围沉闷的传统展示，物联网、云计算技术的发展也正在推动着数字文化展示创意行业的技术革命，软件系统的持续研发与更新、硬件设备的不断推陈出新为数字文化展示创意行业的发展提供有力的技术支撑。当前新一轮科技革命与产业变革正在加速演进，以人工智能、互联网、大数据等为代表性的革新技术正快速发展，为数字文化展示创意行业的发展提供了新的成长空间。持续不断的科技创新将会

驱动数字文化展示创意行业进一步升级，将行业的发展推向一个崭新的高度。

2、面临的挑战

（1）高端复合型人才缺乏

现代数字文化展示创意行业涉及多门学科、多种科学方法和技术成果的综合运用，展示设计不仅要考虑各种前沿展示技术的应用，还须考虑所运用的技术手段、设备和所要表现的文化内容、总体展览形式之间的和谐相融。这就要求从业者须将文化、科技、创意融会贯通、灵活运用。由于我国数字文化展示创意行业起步较晚，虽然越来越多的院校开始重视行业人才培养，但目前只有少数几个院校开设了相关专业，同时教育与实践之间仍存在某种程度的脱节，与国外发达国家仍存在一定差距。目前我国数字文化展示创意行业出现中高端人才短缺的状况，并且随着行业的快速发展，这种供需失衡愈加突出，在一定程度上制约了我国数字文化展示创意行业的发展。

（2）融资渠道不畅阻碍企业发展

在经营模式上，行业多数企业为轻资产运营，在新项目的研发、项目运营、品牌宣传和市场拓展方面的投入比重较高，而在土地、厂房及生产设备上投入较小，固定资产比重较低。因此从银行等金融机构获得融资的能力较弱，业内企业主要依赖自身积累解决发展业务所需营运资金。但是大型项目运营、新技术研发等都需要有雄厚的资金支持。融资渠道的受限一定程度上限制了企业发展。

（六）发行人与同行业可比公司的比较情况

项目	宽创国际	风语筑	华凯创意	易尚展示	丝路视觉
主营业务	从事数字文化展示创意服务，为各类场馆空间提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务	各类场馆及空间提供数字文化展示体验系统的策划、设计、实施和维护服务	为展馆、展厅等大型室内空间提供环境艺术设计综合，包括服务创意设计+影视动画+多媒体集成+模型制作+布展装修	提供展示道具产品；整体展示项目的策划设计、展示道具研发生产、装饰装潢等一体化解决方案；为会展参展商提供展览设计、策划、可循环展台搭建服务；虚拟展示服务	从事以 CG 创意和技术为基础的数字视觉综合服务业务,包括数字化的图像设计和视觉艺术创作
场馆类型	博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、会展临展等	城市规划馆、主题空间馆、园区展示馆、企业馆等	城市文化馆、博物馆、主题馆、企业馆等	会展临展、企事业展馆、主题馆	城市规划馆、主题展示馆、高端地产营销、企业展厅等
客户类型	各级政府相关部门、政府投资平台、企事业单位等			企业为主	政府机构、城市发展商、企业
2020 年销售规模（万元）	47,679.41	225,630.19	13,516.29	102,427.27	100,419.02
技术特点	基于 AR 的沉浸式影院技术、MR 混合现实虚拟交互技术、智慧城市信息沙盘展示系统、三维数据空间立体化展示技术、沉浸式信息流感知技术、多屏联动展示交互技术等诸数字化展示技术	影视动画、数字沙盘、互动技术、多媒体集成、其他高新数字科技等技术	数字多媒体舞台表演系统”“文物虚拟展览展示管理系统”、“拍照信息管理系统”等展示技术	3D\AR\VR\全息技术	计算机图形图像处理技术、三维技术、多点触控与无线控制、多媒体数字沙盘、全息成像、虚拟现实、3D 实时展示技术、软硬件系统整合等技术

同行业可比公司中，风语筑、华凯创意为各类场馆空间提供设计施工一体化服务，主要客户均为各级政府部门、投资平台及企事业单位，与发行人主营业务及主要客户类型基本一致，可比性较高。易尚展示主要从事展示道具研发生产以及为企业场馆提供设计施工一体化服务及临展服务；丝路视觉主要为各类场馆空间提供图像设计和艺术创作服务，非设计施工一体化。两者与发行人在主营业务类型及客户群体上存在一定差异。

发行人同行业可比公司选取标准为产品和收入的构成、客户类型等，选取标准客观，发行人已经按照披露的选取标准全面、客观、公正地选取了可比公司。

报告期内，同行业可比公司毛利率对比情况如下：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	34.88%	28.73%	30.17%
华凯创意	17.83%	30.98%	27.43%
易尚展示	31.32%	36.53%	33.48%
丝路视觉	34.96%	33.79%	36.29%
行业平均值	29.75%	32.51%	31.84%
宽创国际	32.63%	31.71%	32.95%

近三年，公司毛利率水平与行业平均值基本一致，无明显差异。

四、发行人销售情况和主要客户

（一）主要产品和服务的规模及收入情况

1、主要产品和服务的规模

公司为国内外客户提供数字文化展示创意服务，主要包括馆厅展示创意服务及展览展示创意服务。公司提供的服务具有定制化、个性化的特点，不适用于传统的产能、产量和销量概念。

2、主要产品和服务的销售收入

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
馆厅展示创意服务	43,236.64	90.68	39,010.85	81.08	26,496.98	68.01
展览展示创意服务	3,369.31	7.07	8,614.04	17.90	11,541.72	29.62

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
创意设计服务	1,073.46	2.25	486.64	1.01	922.39	2.37
合计	47,679.41	100.00	48,111.53	100.00	38,961.08	100.00

3、产品和服务的主要客户群体

目前我国博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆等场馆的建设主要由政府主导，公司展馆展示创意服务主要客户为各级政府相关部门、政府投资平台等；公司展厅展示创意服务及展览展示创意服务客户群体主要为工商业企业。

4、销售价格的总体变动情况

公司为国内外客户提供的数字文化展示创意服务具有定制化、个性化的特点，不同项目在展示面积、创意设计、工程用料、多媒体设备等方面均存在较大差异，价格不具有可比性。

（二）主要客户

1、公司 2020 年度向前五名客户销售情况

序号	单位名称	销售内容	销售额 (万元)	占营业收入 比例 (%)	应收账款（注 1）		期后累计回款（注 2）		是否关 联方
					余额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	
1	中国建筑股份有限公司（注 3）	柳东新区文化广场项目、中国建筑科技馆项目、汉中兴元新区汉文化博览园项目、中建光谷之星超高层建筑特展及中国建筑科技馆首期临展布撤展服务	7,948.81	16.67	2,650.71	8.49	166.00	6.26	否
2	国核示范电站有限责任公司	国核示范崑山公众展示中心及综合楼展厅布展及电影院装饰工程	2,974.86	6.24	1,160.10	3.72	210.84	18.17	否
3	扬中绿洲新城实业集团有限公司	扬中市博物馆建设项目布展工程	2,973.69	6.24	1,021.41	3.27	-	-	否
4	用友网络科技股份有限公司	用友数字企业馆设计施工项目	2,781.36（注 4）	5.83	89.37	0.29	-	-	否
5	洛阳市地方史志办公室	洛阳方志馆工程项目	2,155.67	4.52	813.78	2.61	-	-	否
合计			18,834.38	39.50	5,735.37	18.38	376.84	6.57	

注 1：应收账款余额数据系截至当期期末，含合同资产，应收账款占比系客户应收账款余额（含合同资产）占总应收账款余额（含合同资产）之比，下同；

注 2：期后累计回款数据截至 2021 年 5 月 31 日，期后累计回款占比系期后累计回款与当期期末应收账款余额（含合同资产）之比，下同；

注 3：中国建筑股份有限公司包括中国建筑第七工程局有限公司、中建三局武汉光谷投资发展有限公司和中建科工集团有限公司，三家公司同受中国建筑股份有限公司控制，合并披露；

注 4：用友网络科技股份有限公司销售额已根据最终结算结果及双方签订的补充协议进行调整。

2、公司 2019 年度向前五名客户销售情况

序号	单位名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入 比例 (%)	应收账款		期后累计回款		是否关 联方
					余额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	
1	合肥滨投文化创意发展有限公司	中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	4,991.46	10.37	1,745.74	6.74	27.11	1.55	否
2	惟邦营造建筑设计(北京)有限公司	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	4,329.93	9.00	2,093.84	8.08	426.00	20.35	否
3	南宁园博园管理中心	南宁园博园项目展馆展陈工程设计施工	3,933.02	8.17	1,402.00	5.41	100.00	7.13	否

序号	单位名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入比例（%）	应收账款		期后累计回款		是否关联方
					余额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	
		一体化							
4	武汉旅游发展投资集团有限公司	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	3,382.39	7.03	489.23	1.89	489.23	100.00	否
5	兴安县文物局	兴安县灵渠展示中心（兴安县博物馆）陈列布展工程项目设计采购施工总承包	2,821.54	5.86	1,773.64	6.85	1,158.00	65.29	否
合计			19,458.34	40.44	7,504.46	28.98	2,200.34	29.32	

3、公司 2018 年度向前五名客户销售情况

序号	单位名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入比例（%）	应收账款		期后累计回款		是否关联方
					余额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	
1	中卫市启源房地产开发有限公司	宁夏中关村科技产业园西部云基地云计算服务基地二次装饰及展示馆展览陈列布展设计、施工项目	6,306.31	17.88	2,340.40	14.08	1,721.85	73.57	否
2	青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会（注）	大沽河博物馆陈列与布展设计施工一体化标段一、二	3,310.52	9.39	1,644.46	9.89	300.00	18.24	否
3	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	赛里木湖旅游基础设施及配套工程建设项目游客中心装饰及设计施工一体化项目	2,351.35	6.67	1,003.80	6.04	430.00	42.84	否
4	道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	中华仡佬族博物馆布展和装饰装修工程设计施工总承包	1,553.40	4.40	1,384.70	8.33	295.70	21.36	否
5	振石控股集团有限公司	振石总部大楼展厅设计及布展一体化工程项目	1,405.51	3.99	322.60	1.94	240.10	74.43	否
合计			18,914.43	48.55	6,695.96	40.28	2,987.66	44.62	

注：大沽河博物馆陈列与布展设计施工一体化标段一、二原合同签订方为胶州市少海发展管理处、胶州市文化广电新闻出版局，后权利义务转移至青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会，下同。

报告期各期前五大客户毛利率信息已申请豁免信息披露。

报告期内，公司不存在向单个客户销售比例超过当期合并营业收入总额 50% 的情况。

发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与主要客户不存在关联关系，不存在前五大客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

4、报告期各期前五大新增客户的基本情况

(1) 2020 年度前五大新增客户情况如下所示：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占收入比例	应收账款余额 (注 1)	逾期金额	期后回款 (注 4)	获取方式
1	中国建筑股份有限公司(注 2)	7,948.81	16.67%	2,650.71	-	166.00	公开招标、邀请招标投标及商业谈判
2	国核示范电站有限责任公司(注 3)	2,974.86	6.24%	1,160.10	-	210.84	公开招标
3	扬中绿洲新城实业集团有限公司	2,973.69	6.24%	1,021.41	46.41	-	公开招标
4	洛阳市地方史志办公室	2,155.67	4.52%	813.78	-	-	公开招标
5	汤臣倍健股份有限公司	1,970.31	4.13%	51.19	-	-	邀请招标投标
合计		18,023.34	37.80%	5,697.19	46.41	376.84	

注 1：2020 年期末应收账款余额包含合同资产；

注 2：中国建筑股份有限公司包括中建科工集团有限公司、中国建筑第七工程局有限公司及中建三局武汉光谷投资发展有限公司，三家公司同受中国建筑股份有限公司控制，合并披露；

注 3：公司 2020 年承做国核示范电站有限责任公司两个项目；

注 4：期后回款截至 2021 年 5 月 31 日。

2020 年度前五大新增客户信息如下：

序号	项目	内容
1-1	公司名称	中建科工集团有限公司
	成立时间	2008 年 9 月 16 日
	注册资本	17.82 亿元
	主营业务	一般经营项目是：兴办实业；国内贸易；从事货物及技术进出口业务；经济信息咨询；自有物业租赁。（以上法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：钢结构产品的技术开发、设计、试验检测；建筑工程施工总承包；工程总承包和项目管理；建设工程项目主体工程及其配套工程的设计；建筑钢结构的制造、加工及钢结构工程施工；起重设备的安装；机电设备的安装；市政公用工程施工总承包；公路工程施工总承包；园林绿化工程。

	经营规模	国有企业（上市公司中国建筑股份有限公司子公司）
	销售金额占该客户同类采购金额比例	不足 5%
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作
	合作背景及原因	中建钢构有限公司（现更名为中建科工集团有限公司）于 2019 年通过公开招标形式选取柳东新区文化广场科技馆展陈项目供应商，公司经投标中标后确定合作关系
1-2	公司名称	中国建筑第七工程局有限公司
	成立时间	1984 年 10 月 23 日
	注册资本	60 亿元
	主营业务	房屋建筑工程施工总承包，公路工程施工总承包，市政公用工程施工总承包，可承接房屋建筑、公路、铁路、市政公用、港口与航道、水利水电各类别工程的施工总承包、工程总承包和项目管理业务；机电安装工程施工总承包；地基与基础工程专业承包；公路路面工程专业承包；公路路基工程专业承包；桥梁工程专业承包；隧道工程专业承包；钢结构工程专业承包；建筑装修装饰工程专业承包；公路行业工程设计；市政行业工程设计；建筑行业工程设计；景观园林绿化设计、施工与维护；建筑产品构件、节能门窗、PVC 建筑模板等的设计、咨询、生产、销售及安装；房地产开发；房屋租赁；设备租赁；对外工程承包；自营或代理货物和技术的进出口业务。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）
	经营规模	国有企业（上市公司中国建筑股份有限公司全资子公司）
	销售金额占该客户同类采购金额比例	不足 10%
	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作
1-3	合作背景及原因	中国建筑第七工程局有限公司于 2018 年通过公开招标形式选取汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆未来馆展陈布展工程供应商，公司经投标中标后确定合作关系
	公司名称	中建三局武汉光谷投资发展有限公司
	成立时间	2015 年 7 月 1 日
	注册资本	2 亿元
	主营业务	对房地产行业的投资；土地开发；房地产开发及销售；自有房屋租赁；城市基础设施投资建设；建筑工程管理、技术咨询；物业管理；对外承接园林绿化工程；房地产信息咨询；房屋出租（租赁）中介服务；酒店管理；餐饮管理；住宿服务、餐饮服务（凭许可证在核定期限内经营）；健身服务；游泳；停车场服务；展览展示服务；会议会展服务；场地租赁；打印复印服务；洗涤服务；药品零售；玩具、日用百货、电子产品（不含电子出版物）、办公用品、体育用品、服装、酒类、预包装食品、工艺品（不含文物、象牙及其制品）的批发兼零售；旅游信息咨询；票务代理；文化艺术活动交流组织策划（不含营业性演出）。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）
	经营规模	国有企业（上市公司中国建筑股份有限公司全资下属公司）
	销售金额占该客户同类采购	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。

	金额比例	
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作
	合作背景及原因	中建三局武汉光谷投资发展有限公司于 2019 年通过邀请招标形式选取中国建筑科技馆陈列展览项目供应商，公司经投标中标后确定合作关系
2	公司名称	国核示范电站有限责任公司
	成立时间	2009 年 12 月 15 日
	注册资本	53.14 亿元
	主营业务	核电站的建设与管理、技术咨询、技术服务与转让；备案范围内的货物及技术的进出口；组织培训、住宿服务、餐饮服务、会议服务。
	经营规模	大型国有企业（国务院国资委控股）
	销售金额占该客户同类采购金额比例	公司为客户提供展示中心及综合楼展厅布展服务，系客户一次性构建固定资产，占比不足 5%
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作
3	合作背景及原因	国核示范电站有限责任公司于 2018 年通过公开招标形式选取展示中心布展供应商，公司经投标中标后确定合作关系
	公司名称	扬中绿洲新城实业集团有限公司
	成立时间	2013 年 5 月 9 日
	注册资本	10 亿元
	主营业务	实业投资与资产管理；城镇化建设项目的开发；土地整理；交通设施工程的设计、施工及维修；水利设施工程、市政道路工程、桥梁工程施工；金属材料、建筑材料、电气设备销售；商务信息咨询服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：园林绿化工程施工（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
	经营规模	国有企业（扬中市人民政府控制）
	销售金额占该客户同类采购金额比例	不足 5%
4	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作关系
	合作背景及原因	扬中绿洲新城实业集团有限公司于 2018 年通过公开招标形式选取扬中市博物馆建设项目布展工程供应商，公司经投标中标后确定合作关系
	公司名称	洛阳市地方史志办公室
	成立时间	
	注册资本	
	主营业务	事业单位
	经营规模	
	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	自 2020 年开始合作

5	时间	
	合作背景及原因	洛阳市地方志志办公室于2020年通过公开招标形式选取洛阳方志馆工程项目供应商，公司经投标中标后确定合作关系
	公司名称	汤臣倍健股份有限公司
	成立时间	2005年4月1日
	注册资本	15.81亿元
	主营业务	许可项目：保健食品生产；保健食品销售；食品生产；食品经营；食品经营（销售预包装食品）；婴幼儿配方食品生产；婴幼儿配方乳粉销售；特殊医学用途配方食品生产；特殊医学用途配方食品销售；乳制品生产；食品互联网销售（销售预包装食品）；食品添加剂生产；化妆品生产；卫生用品和一次性使用医疗用品生产；食品进出口；餐饮服务；医疗服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食品添加剂销售；化妆品批发；化妆品零售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；包装材料及制品销售；新材料技术研发；工程和技术研究和试验发展；会议及展览服务；中草药种植；汽车租赁；住房租赁；健康咨询服务（不含诊疗服务）；玩具、动漫及游艺用品销售；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；科技中介服务；农业科学研究和试验发展；医学研究和试验发展；自然科学研究和试验发展；游览景区管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
	经营规模	2020年度收入60.95亿元，净利润15.24亿元
	销售金额占该客户同类采购金额比例	不到10%
	与发行人合作时间	自2018年开始合作
	合作背景及原因	汤臣倍健股份有限公司于2018年通过邀请招投标的形式选取汤臣倍健营养探索馆项目供应商，公司经投标中标后确定合作关系。

(2) 2019年度前五大新增客户情况如下所示：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占比	应收账款余额	逾期金额	期后回款	获取方式
1	合肥滨投文化创意发展有限公司	4,991.46	10.37%	1,745.74	-	27.11	公开招标
2	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	4,329.93	9.00%	2,093.84	-	426.00	商业谈判
3	南宁园博园管理中心	3,933.02	8.17%	1,402.00	1,261.00	100.00	公开招标
4	榆林市文化广电新闻出版局	2,344.65	4.87%	656.81	-	656.81	公开招标
5	文山州鼎创建设工程有限责任公司	1,997.82	4.15%	700.00	590.00	-	邀请招投标
合计		17,596.88	36.56%	6,598.39	1,851.00	1,209.92	

2019年度前五大新增客户信息如下：

序号	项目	内容
1	公司名称	合肥滨投文化创意发展有限公司
	成立时间	2019 年 7 月 16 日
	注册资本	1 亿元
	主营业务	文化旅游项目开发、建设、运营管理；商业运营管理；酒店管理；房地产开发及销售；餐饮管理；企业管理咨询；会议服务；展览展示服务；房屋租赁服务；停车服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	经营规模	国有企业（合肥市包河区国资委控制）
	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	2019 年开始合作
2	合作背景及原因	合肥滨湖投资控股集团有限公司（后将合同权利义务整体转移到合肥滨投文化创意发展有限公司）于 2019 年通过公开招标形式选取中国国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目供应商，公司经投标中标后确定合作关系
	公司名称	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司
	成立时间	2006 年 9 月 22 日
	注册资本	3,000 万元
	主营业务	可从事资质证书许可范围内相应的建设工程总承包业务以及项目管理和相关的技术与管理服务；建筑设计。（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。）
	经营规模	民营企业，收入 2 亿元左右
	销售金额占该客户同类采购金额比例	约占 30%左右
3	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作
	合作背景及原因	公司获取项目线索后与总包方惟邦营造建筑设计（北京）有限公司进行商业谈判后获取项目
	公司名称	南宁园博园管理中心
	成立时间	不适用
	注册资本	1,379.96 万（开办资金）
	主营业务	提供休闲场所，丰富人民群众文化生活。负责第十二届中国（南宁）国际园林博览会筹办工作的日常组织管理工作；负责协调园博园规划建设、运营及展后园博园的后续管理工作。
	经营规模	事业单位、非盈利
3	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作
	合作背景及原因	南宁园博园管理中心于 2018 年通过公开招标形式选取南宁园博园项目展馆展陈工程供应商，公司经投标中标后确定合作关系

序号	项目	内容
4	公司名称	榆林市文化广电新闻出版局
	成立时间	事业单位
	注册资本	
	主营业务	
	经营规模	
	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作
	合作背景及原因	榆林市文化广电新闻出版局于 2018 年通过公开招标形式选取榆溪楼榆林宋夏历史文化博物馆陈列布展项目供应商，公司经投标中标后确定合作关系。
5	公司名称	文山州鼎创建设工程有限责任公司
	成立时间	2010 年 7 月 7 日
	注册资本	6,060 万元
	主营业务	房屋建筑工程施工总承包、水利水电工程总承包、市政公用工程施工总承包、道路工程施工总承包、土木建筑工程施工总承包、地基与基础工程总承包、建筑装饰装修工程专业承包、土石方工程施工专业承包。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	经营规模	收入规模 2 亿元左右
	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作
	合作背景及原因	文山州鼎创建设工程有限责任公司于 2017 年通过邀请招标形式选取麻栗坡县英雄老山文旅项目室内设计、展陈施工项目供应商，公司经招标中标后确定合作关系。

(3) 2018 年度前五大新增客户情况如下所示：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占比	应收账款余额	逾期金额	期后回款	获取方式
1	中卫市启源房地产开发有限公司	6,730.14	17.27%	2,340.40	-	1,721.85	公开招标
2	青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会	6,178.28	15.86%	1,644.46	1,329.38	300.00	公开招标
3	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	2,795.77	7.18%	1,003.80	693.80	430.00	公开招标
4	道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	1,789.78	4.59%	1,384.70	1,289.55	295.70	公开招标
5	振石控股集团有限公司	1,420.46	3.65%	322.60	-	240.10	邀请招投标
合计		18,914.42	48.55%	6,695.96	3,312.73	2,987.65	

2018 年度前五大新增客户信息如下：

序号	项目	内容
1	公司名称	中卫市启源房地产开发有限公司
	成立时间	2008 年 4 月 2 日
	注册资本	2.90 亿元
	主营业务	房地产开发经营（以企业资质等级许可的业务范围为准）；保障性住房经营与管理；房产中介服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	经营规模	国有企业（国务院控制）
	销售金额占该客户同类采购金额比例	不足 5%
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作
	合作背景及原因	中卫市启源房地产开发有限公司于 2017 年通过公开招标形式选取宁夏中关村科技产业园西部云基地云计算服务项目供应商，公司经投标中标后确认合作关系
2	公司名称	青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会
	成立时间	政府
	注册资本	
	主营业务	
	经营规模	
	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	自 2015 年开始合作
3	合作背景及原因	胶州市少海发展管理处、胶州市文化广电新闻出版局于 2015 年通过公开招标形式选取大沽河博物馆陈列与布展设计施工一体化标段一、二项目供应商，公司经投标中标后确认合作关系，后权利义务转移至青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会。
	公司名称	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司
	成立时间	2012 年 6 月 21 日
	注册资本	2 亿元
	主营业务	旅游投资、旅游项目开发经营，日用百货、旅游产品开发、销售；旅游服务；摄影服务；水上旅客运输；汽车租赁；文艺创作与表演；旅游景区内的娱乐活动；公路旅客运输；食品零售；餐饮住宿服务；物业管理；市内公共交通。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	经营规模	国有企业（博州国资委控制）
	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作
	合作背景及原因	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司于 2017 年通过公开招标形式选取赛里木湖旅游基础设施及配套工程建设项目供应商，

序号	项目	内容
		公司经投标中标后确认合作关系。
4	公司名称	道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局
	成立时间	事业单位
	注册资本	
	主营业务	
	经营规模	
	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作
	合作背景及原因	道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局于 2017 年通过公开招标形式选取中华仡佬族博物馆布展和装饰装修工程供应商，公司经投标中标后确认合作关系。
5	公司名称	振石控股集团有限公司
	成立时间	1989 年 6 月 17 日
	注册资本	1.97 亿元
	主营业务	复合材料、玻璃纤维及复合材料、化工产品及其原料（不含化学危险品和易制毒品）、新型建材、玻璃设备的制造和销售；矿产品（不含铁矿石、铝土矿）、焦炭、电动工具、涤纶丝、耐火材料、萤石、石灰、石粉、包装材料、建筑材料、电子产品、计量器具、消防器材及其配件、办公用品（除危险品）、移动板房、日用品、服装鞋帽、箱包、皮革制品、蚕丝被、纺织品、丝绸、工艺品（除文物）、厨房用具、家用电器、五金交电、仪器仪表、自动化系统及计算机软件、金属制品、货架、汽车（除九座以下乘用车）、汽车配件、机器设备、铁合金、不锈钢、不锈钢废料的销售，煤炭的批发（无储存），装配式集成房屋的安装销售；经营进出口业务；房地产开发经营；机器设备的设计、技术咨询、技术服务、技术转让；机器设备的上门维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
	经营规模	2020 年浙江民营百强企业
	销售金额占该客户同类采购金额比例	系客户一次性构建固定资产，公司未能获取占比信息。
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作
	合作背景及原因	振石控股集团有限公司于 2017 年通过邀请招投标的形式选取振石控股集团总部大楼智能化展厅设计施工项目供应商，公司经投标中标后确认合作关系。

报告期各期前五大新增客户毛利率已申请豁免信息披露。

公司前五大新增客户主要系政府机构、事业单位、大型国企及民企，与公司不存在实质或潜在的关联关系。

报告期内，公司主要客户中新增客户较多，主要系公司展馆展厅类客户，该

类客户在接受公司提供产品服务后即进入较长的展览展示阶段，然后再根据项目实施的效果以及新资源的投入情况确定是否需要编制新的规划或对项目进行重新设计。因此，公司在短期内客户重合度较低，符合发行人行业特点，同一客户的订单不具有连续性。数字文化创意产业作为国家战略性新兴产业，得到国家政策大力支持，我国快速的城市化进程为数字文化展示创意行业提供了广阔的发展空间，下游客户需求持续，订单具有持续性。

5、客户集中度与同行业可比公司的差异情况及差异原因

报告期内，公司前五大客户及同行业可比公司前五大客户收入金额及其占总销售收入比例如下所示：

单位：万元

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
风语筑	46,135.28	20.45%	38,748.85	19.09%	41,041.90	24.03%
华凯创意	11,097.76	82.11%	17,016.54	41.32%	18,759.39	41.83%
易尚展示	25,434.91	24.84%	34,145.50	32.65%	39,209.33	34.89%
丝路视觉	18,459.89	18.38%	15,200.75	16.59%	16,246.75	22.47%
平均值	25,281.96	36.45%	26,277.91	27.41%	28,814.34	30.81%
宽创国际	18,834.38	39.50%	19,458.34	40.44%	18,914.43	48.55%

报告期内，公司前五大客户占总销售收入比例分别为 48.55%、40.44%及 39.50%，同行业可比公司平均值分别为 30.81%、27.41%及 36.45%。公司前五大收入占比整体上略高于同行业平均值，主要原因系公司馆厅业务单体项目金额较大，而整体收入规模相较于同行业公司偏低。

6、主要客户变动较大的原因及合理性、是否符合行业特点

公司报告期前五大客户均为馆厅展示创意服务业务客户。公司为客户提供文博馆、科技馆、文化主题馆、规划馆及企业展厅等设计施工一体化服务，通常情况下，客户项目需求频次低，极少客户在短时间内会有两个项目进行施工，因此公司主要客户在报告期内变化较大，具有合理性，符合行业特点。

7、不同类型业务中不同行业客户销售收入金额及占比、毛利率、应收账款余额及占比、期后累计回款金额及占比及疫情影响

（1）馆厅展示创意服务业务报告期内，公司馆厅展示创意服务业务不同客户类型收入占比、毛利率、应收账款及期后累计回款情况如下表所示：

2020 年度/2020 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户行业 (注 1)	收入		毛利率	应收账款 (注 2)		期后累计回款 (注 3)	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	K 房地产业	12,428.12	28.74%	37.71%	5,892.29	19.56%	908.97	15.43%
2	R 文化、体育和娱乐业	7,466.83	17.27%	30.81%	3,814.83	12.66%	112.20	2.94%
3	E 建筑业	5,879.58	13.60%	40.11%	5,216.16	17.32%	255.00	4.89%
4	C 制造业	3,865.41	8.94%	28.40%	576.71	1.91%	169.82	29.45%
5	D 电力、热力、燃气及水生产和供应业	3,612.44	8.36%	24.36%	1,444.42	4.80%	260.51	18.04%
6	其他行业	9,984.26	23.09%	27.37%	13,177.77	43.75%	1,135.92	8.62%
	合计	43,236.64	100.00%	32.51%	30,122.19	100.00%	2,842.42	9.44%

注 1：客户所属行业根据《国民经济行业分类（GB/T 4754-2017）》进行分类，下同；

注 2：应收账款余额数据截至当期期末，含合同资产，占比系应收账款余额占总应收账款余额之比；

注 3：期后累计回款数据截至 2021 年 5 月 31 日，期后累计回款占比系期后累计回款与当期期末应收账款余额之比，下同。

2019 年度/2019 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户行业	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	R 文化、体育和娱乐业	7,909.86	20.28%	36.26%	4,214.47	17.28%	1,869.33	44.36%
2	L 租赁和商务服务业	5,778.21	14.81%	42.48%	3,245.61	13.31%	849.35	26.17%
3	J 金融业	5,614.15	14.39%	22.45%	2,130.45	8.73%	32.61	1.53%
4	M 科学研究和技术服务业	4,374.51	11.21%	33.15%	2,199.18	9.02%	490.68	22.31%
5	E 建筑业	3,850.84	9.87%	22.43%	3,008.95	12.34%	569.20	18.92%
6	其他行业	11,483.29	29.44%	34.30%	9,593.94	39.33%	3,938.8	41.06%
	合计	39,010.85	100.00%	32.90%	24,392.61	100.00%	7,749.98	31.77%

2018 年度/2018 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户行业	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	S 公共管理、社会保障和社会组织	8,754.91	33.04%	28.56%	4,509.60	28.90%	848.87	18.82%
2	K 房地产业	7,014.47	26.47%	44.99%	2,620.99	16.80%	1,982.44	75.64%
3	L 租赁和商务服务业	2,788.89	10.53%	44.52%	2,116.87	13.57%	492.43	23.26%
4	C 制造业	2,468.13	9.31%	27.84%	724.47	4.64%	513.96	70.94%
5	R 文化、体育和娱乐业	1,461.28	5.51%	2.52%	1,088.40	6.98%	908.14	83.44%
6	其他行业	4,009.30	15.13%	40.71%	4,541.53	29.11%	2,747.61	60.50%
	合计	26,414.58	100.00%	34.92%	15,601.86	100.00%	7,493.44	48.03%

报告期内，公司馆厅展示创意服务客户主要分布在房地产业、文化、体育

和娱乐业、建筑业、租赁和商务服务业、制造业及公共管理、社会保障和社会组织等行业。随着我国疫情逐步得到控制，公司主要客户所属行业未受到疫情重大冲击。

（2）展览展示创意服务业务

报告期内，公司展览展示创意服务业务不同客户类型收入占比、毛利率、应收账款及期后累计回款情况如下表所示：

2020 年度/2020 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户行业 (注 1)	收入		毛利率	应收账款 (注 2)		期后累计回款 (注 3)	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	C 制造业	1,894.41	56.23%	19.66%	380.62	41.55%	122.50	32.18%
2	R 文化、体育和娱乐业	422.53	12.54%	19.41%	102.43	11.18%	102.43	100.00%
3	S 公共管理、社会保障和社会组织	232.00	6.89%	18.91%	1.70	0.19%	1.70	100.00%
4	B 采矿业	178.87	5.31%	20.76%	178.87	19.53%	178.87	100.00%
5	E 建筑业	78.30	2.32%	28.60%	27.71	3.02%	27.71	100.00%
6	其他行业	563.20	16.72%	20.29%	224.63	24.53%	163.94	72.99%
	合计	3,369.31	100.00%	19.95%	915.96	100.00%	597.15	65.19%

注 1：客户所属行业根据《国民经济行业分类（GB/T 4754-2017）》进行分类，下同；

注 2：应收账款余额数据系截至当期期末，含合同资产，占比系应收账款余额占总应收账款余额之比；

注 3：期后累计回款数据截至 2021 年 5 月 31 日，期后累计回款占比系期后累计回款与当期期末应收账款余额之比，下同。

2019 年度/2019 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户行业	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	C 制造业	5,755.85	66.82%	24.16%	609.10	45.54%	404.02	66.33%
2	R 文化、体育和娱乐业	1,342.83	15.59%	18.36%	100.81	7.54%	100.72	99.91%
3	S 公共管理、社会保障和社会组织	303.12	3.52%	46.36%	92.21	6.89%	92.21	100.00%
4	D 电力、热力、燃气及水生产和供应业	233.13	2.71%	46.18%	18.01	1.35%	18.01	100.00%
5	I 信息传输、软件和信息技术服务业	219.37	2.55%	22.32%	92.07	6.88%	81.04	88.01%
6	其他行业	759.75	8.82%	22.72%	425.39	31.80%	368.70	86.67%
	合计	8,614.04	100.00%	24.46%	1,337.59	100.00%	1,064.70	79.60%

2018 年度/2018 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户行业	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	C 制造业	7,211.85	62.49%	27.36%	178.84	20.12%	161.57	90.35%
2	R 文化、体育和娱乐业	1,773.87	15.37%	19.96%	37.57	4.23%	37.57	100.00%
3	L 租赁和商务服务业	681.77	5.91%	11.43%	140.07	15.76%	139.32	99.46%
4	F 批发和零售业	657.35	5.70%	30.96%	85.05	9.57%	84.73	99.62%
5	I 信息传输、软件和信息技术服务业	515.72	4.47%	27.46%	79.83	8.98%	78.70	98.58%
6	其他行业	701.16	6.08%	25.44%	367.50	41.34%	365.00	99.32%
	合计	11,541.72	100.00%	25.38%	888.86	100.00%	866.89	97.53%

报告期内，公司展览展示创意服务业务主要客户行业类型系制造业、文化体育和娱乐业及对展览展示创意服务有需求的其他行业客户。受境外疫情影响，境外展览展会活动相继取消或延期，对公司境外业务收入产生一定不利影响。报告期内，公司展览展示创意服务境外收入占总营业收入的比例分别为 19.82%、11.32%和 2.85%，对公司收入贡献逐年降低，对公司总体业务及收入影响较小。

发行人所属的数字文化创意产业作为国家战略性新兴产业及新支柱产业的战略定位不变，下游客户的需求不会因疫情而终止，发行人业务未发生重大不利变化。

（3）创意设计服务

公司创意设计服务主要为展馆展厅等展示场所提供设计单项服务，与公司馆厅展示创意服务业务客户类型基本一致。报告期内，公司创意设计服务收入占比分别为 2.37%、1.01%及 2.25%，对公司营业收入金额影响较小。

8、不同类型业务中不同类型客户销售收入金额及占比、毛利率、应收账款余额及占比、期后累计回款金额及占比

（1）馆厅展示创意服务不同类型客户情况

2020 年度/2020 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款（注 1）		期后累计回款（注 2）	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	国企	23,334.96	53.97%	35.19%	15,290.81	50.76%	972.74	6.36%

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款（注 1）		期后累计回款（注 2）	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
2	民企	8,278.51	19.15%	34.61%	4,888.14	16.23%	717.75	14.68%
3	事业单位	6,926.95	16.02%	26.26%	6,370.16	21.15%	291.62	4.58%
4	政府	4,696.22	10.86%	24.75%	3,573.08	11.86%	860.31	24.08%
合计		43,236.64	100.00%	32.51%	30,122.19	100.00%	2,842.42	9.44%

注 1：应收账款余额数据系截至当期期末，含合同资产，占比系应收账款余额占总应收账款余额之比；

注 2：期后累计回款数据截至 2021 年 5 月 31 日，期后累计回款占比系期后累计回款与当期期末应收账款余额之比，下同。

2019 年度/2019 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	国企	15,899.93	40.76%	33.24%	9,358.72	38.37%	1,801.34	19.25%
2	民企	10,378.53	26.60%	26.93%	3,942.64	16.16%	1,218.42	30.90%
3	事业单位	8,716.59	22.34%	36.34%	7,303.23	29.94%	2,561.96	35.08%
4	政府	4,015.80	10.29%	39.55%	3,788.01	15.53%	2,168.26	57.24%
合计		39,010.85	100.00%	32.90%	24,392.61	100.00%	7,749.98	31.77%

2018 年度/2018 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	国企	11,576.13	43.69%	43.63%	6,994.92	44.83%	3,169.14	45.31%
2	事业单位	9,563.41	36.09%	27.28%	4,107.86	26.33%	1,611.81	39.24%
3	民企	3,205.63	12.10%	26.36%	1,014.67	6.50%	774.68	76.35%
4	政府	2,151.82	8.12%	34.82%	3,484.40	22.33%	1,937.81	55.61%
合计		26,496.98	100.00%	34.92%	15,601.86	100.00%	7,493.44	48.03%

（2）展览展示创意服务不同类型客户情况

2020 年度/2020 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	民企	2,539.16	75.36%	22.02%	664.78	72.58%	352.31	53.00%
2	事业单位	507.66	15.07%	8.88%	2.69	0.29%	2.69	100.00%
3	国企	322.49	9.57%	21.10%	248.49	27.13%	242.16	97.45%
4	政府	-	-	-	-	-	-	-
合计		3,369.31	100.00%	19.95%	915.96	100.00%	597.15	65.19%

2019 年度/2019 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	民企	6,681.04	77.56%	24.05%	974.35	72.84%	707.79	72.64%
2	国企	1,063.80	12.35%	35.85%	340.62	25.47%	334.29	98.14%

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
3	事业单位	869.2	10.09%	13.61%	22.62	1.69%	22.62	100.00%
4	政府	-	-	-	-	-	-	-
合计		8,614.04	100.00%	24.46%	1,337.59	100.00%	1,064.70	79.60%

2018 年度/2018 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	民企	9,480.97	82.15%	27.26%	426.89	48.03%	414.83	97.17%
2	事业单位	1,128.88	9.78%	16.29%	23.40	2.63%	23.40	100.00%
3	国企	931.87	8.07%	17.19%	438.57	49.34%	428.67	97.74%
4	政府	-	-	-	-	-	-	-
合计		11,541.72	100.00%	25.38%	888.86	100.00%	866.89	97.53%

（3）创意设计服务不同类型客户情况

2020 年度/2020 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	民企	806.16	75.10%	82.01%	39.57	23.68%	25.72	64.98%
2	国企	129.86	12.10%	80.62%	38.68	23.15%	23.58	60.97%
3	事业单位	73.34	6.83%	41.94%	11.20	6.70%	5.00	44.66%
4	政府	64.10	5.97%	46.47%	77.64	46.47%	48.40	62.34%
合计		1,073.46	100.00%	76.98%	167.08	100.00%	102.70	61.46%

2019 年度/2019 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	民企	223.26	45.88%	65.67%	46.25	27.49%	32.79	70.90%
2	事业单位	143.09	29.40%	83.66%	86.17	51.22%	79.89	92.71%
3	政府	80.20	16.48%	15.64%	20.72	12.32%	0.72	3.47%
4	国企	40.09	8.24%	80.91%	15.10	8.97%	-	-
合计		486.64	100.00%	63.97%	168.23	100.00%	113.40	67.41%

2018 年度/2018 年 12 月 31 日：

单位：万元

序号	客户类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
		金额	占比		余额	占比	金额	占比
1	民企	413.00	44.77%	79.38%	56.59	42.36%	52.50	92.78%
2	事业单位	262.53	28.46%	79.86%	26.98	20.20%	25.84	95.78%
3	国企	149.95	16.26%	54.55%	50.02	37.44%	34.92	69.82%
4	政府	96.91	10.51%	35.19%	-	-	-	-
合计		922.39	100.00%	70.84%	133.58	100.00%	113.26	84.79%

9、不同层级客户的数量、销售金额、应收账款余额、平均销售金额、毛利率及疫情影响

2020 年度公司客户分层情况如下所示：

单位：万元

收入区间	客户		销售收入		平均销售 金额	应收账款 余额（注）	毛利率
	数量 （个）	占比	金额	占比			
50 万元以下	222	79.86%	2,198.11	4.61%	9.90	616.59	20.62%
50-500 万元	31	11.15%	4,730.14	9.92%	152.59	2,229.40	26.51%
500-3,000 万元	25	8.99%	40,751.16	85.47%	1,630.05	19,322.49	33.98%
3,000 万元以上	-	-	-	-	-	9,036.75	-
合计	278	100.00%	47,679.41	100.00%	171.51	31,205.23	32.63%

注：应收账款余额含合同资产，下同。

2019 年度公司客户分层情况如下所示：

单位：万元

收入区间	客户		销售收入		平均销售 金额	应收账款 余额	毛利率
	数量（个）	占比	金额	占比			
50 万元以下	572	89.10%	5,537.00	11.51%	9.68	816.95	27.62%
50-500 万元	52	8.10%	7,842.18	16.30%	150.81	2,257.48	27.24%
500-3,000 万元	14	2.18%	18,095.56	37.61%	1,292.54	11,998.94	31.86%
3,000 万元以上	4	0.62%	16,636.79	34.58%	4,159.20	10,825.05	35.01%
合计	642	100.00%	48,111.53	100.00%	74.94	25,898.43	31.71%

2018 年度公司客户分层情况如下所示：

单位：万元

收入区间	客户		销售收入		平均销售 金额	应收账款 余额	毛利率
	数量（个）	占比	金额	占比			
50 万元以下	710	90.56%	7,137.87	18.32%	10.05	958.89	32.77%
50-500 万元	62	7.91%	6,744.45	17.31%	108.78	2,129.84	22.18%
500-3,000 万元	10	1.28%	12,170.35	31.24%	1,217.03	6,712.58	36.64%
3,000 万元以上	2	0.26%	12,908.41	33.13%	6,454.21	6,822.99	35.18%
合计	784	100.00%	38,961.08	100.00%	49.70	16,624.30	32.95%

公司 50 万以下客户收入主要为展览展示业务收入和创意设计服务收入。公司展览展示业务主要呈现单个客户收入小，客户数量多的特点，毛利率相对较低；而创意设计服务客户数量少、毛利率较高。因此公司 50 万以下收入客户数量多、平均单价金额小，毛利率维持在两类业务的中间水平。

公司 500 万以上客户收入主要为馆厅展示业务收入，呈现客户数量小、平均单价金额高的特点，毛利率维持在馆厅业务毛利率水平。

2020 年度公司无收入金额在 3,000 万元以上的客户，主要系当期确认收入的项目金额普遍集中在 500-3,000 万元区间，公司在手订单中 3,000 万元项目

有 5 个，预计将于 2021 年完成验收。

综上，公司客户结构变化一方面系受展览展示创意服务业务下降所致，客户数量逐年下降，另一方面系受馆厅展示创意服务具体验收项目年度之间的分布影响。公司客户结构变化具有合理性。

疫情对发行人业务的影响主要体现在境外展会取消或延期上，从而对公司展览展示业务造成一定影响。而公司客户主要分布在境内，随着国内疫情逐步控制，公司不同层级客户并未产生重大影响，公司业务未发生重大不利变化。

10、客户与供应商重叠情形

报告期内，公司存在客户与供应商重叠的情形，具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	公司名称	类型	交易内容	交易金额	年度	占比 (注)	交易原因
1	上海张江集成电路产业区开发有限公司	客户	张江集成企业展厅	1,261.98	2020	2.66%	为客户提供展厅设计施工一体化服务
		供应商	场地租赁	23.71	2019	0.09%	向供应商租赁办公场所
2	苏州水木清华设计营造有限公司	客户	创意设计	12.74	2018	0.03%	为客户提供创意设计服务
				26.27	2019	0.05%	
				156.33	2020	0.33%	
		供应商	创意设计	74.11	2018	0.32%	向供应商采购创意设计服务

注：占比系占当年收入/采购金额比例

报告期内，因公司在正常开展业务过程中，可能存在需要客户销售的货物/劳务的情形。在这种情况下，公司根据业务需要与客户相关销售部门进行沟通，在履行完内部采购流程后，如果客户符合公司的供应商管理要求，则会向客户采购货物/劳务。

综上，公司存在客户与供应商重叠的情形，所涉及的交易均真实发生，交易具有合理性。

11、客户与竞争对手重叠情形

报告期内，公司存在客户与竞争对手重叠的情形，具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比

序号	客户名称	交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	上海风语筑展示股份有限公司	创意设计	-	-	-	-	23.58	0.06%
2	苏州水木清华设计营造有限公司	创意设计	156.33	0.33%	26.27	0.05%	12.74	0.03%
3	上海妙文会展服务有限公司	创意设计	23.75	0.05%	-	-	17.57	0.05%
4	郑州市创意装饰设计有限公司	创意设计	56.39	0.12%	73.52	0.15%	50.49	0.13%
合计			236.47	0.50%	99.79	0.21%	104.37	0.27%

报告期内，公司存在客户与竞争对手重叠的情形，主要系公司与竞争对手在不同的细分领域各有自己的比较竞争优势。因此在竞争对手获取订单后，其经过收益成本权衡后会将一部分内容交给公司进行实施以实现双方利益最大化。

综上，公司客户与竞争对手重叠所涉及的交易均真实发生，公司存在客户与竞争对手重叠的情形具有合理性。

五、发行人采购情况和主要供应商

（一）主要采购情况

公司采购内容主要包括专业分包、设备、制作、搭建等。

采购项目	主要内容
专业分包	主要包括基础装饰装修、消防工程、暖通工程等。
设备	主要包括 LED 显示屏，投影仪、电脑主机、触控一体机、触摸屏、液晶显示屏等。
制作	主要包括场景、平面、模型、沙盘、动画、影片等根据客户个性化要求定制生产产品。
搭建费	主要系展台搭建相关的费用。

公司使用的主要能源为电力，主要是公司日常办公电子设备的日常消耗，公司以市场价格向办公所在地供电局采购，电力供应稳定、充足。

报告期内，公司主要采购情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
专业分包	7,598.12	45.26	11,836.96	46.94	8,484.50	36.57
设备	2,260.92	13.47	3,908.23	15.50	5,285.52	22.78

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
制作	5,072.14	30.21	4,675.17	18.54	2,572.76	11.09
搭建费	1,857.24	11.06	4,796.85	19.02	6,858.25	29.56
合计	16,788.42	100.00	25,217.21	100.00	23,201.03	100.00

公司采购的产品和服务具有定制化、个性化的特点，单价不具有可比性。

（二）报告期内前五名供应商

1、公司 2020 年前五名供应商采购情况如下表所示：

序号	单位名称	采购内容	采购额 (万元)	占采购总额 比例（%）	是否关 联方
1	上海梵企光电科技有限公司	LED 及多媒体软件	1,100.34	6.55	否
2	上海系阳建筑劳务有限公司	装饰装修	465.24	2.77	否
3	齐齐哈尔市交通建筑装饰工程有限公司	装饰装修	413.25	2.46	否
4	上海屹扩建筑劳务有限公司	装饰装修	364.11	2.17	否
5	山东众众建筑劳务有限公司	装饰装修	363.34	2.16	否
合计			2,706.29	16.12	

2、公司 2019 年度前五名供应商采购情况如下表所示：

序号	单位名称	采购内容	采购额 (万元)	占采购总额 比例（%）	是否关 联方
1	上海梵企光电科技有限公司	LED	1,043.49	4.14	否
2	上海普研建筑安装工程有限公司	装饰装修	996.47	3.95	否
3	上海居雍装饰设计工程有限公司	装饰装修	843.46	3.34	否
4	江苏华夏天地建设有限公司	装饰装修	557.36	2.21	否
5	上海双手建筑工程有限公司	装饰装修	497.01	1.97	否
合计			3,937.80	15.62	

3、公司 2018 年度前五名供应商采购情况如下表所示：

序号	单位名称	采购内容	采购额 (万元)	占采购总额 比例（%）	是否关 联方
1	上海梵企光电科技有限公司	LED	1,162.11	5.01	否
2	安徽省天煜建筑装饰工程有限公司	装饰装修	630.29	2.72	否
3	四川天地时创装饰工程有限公司	装饰装修	541.02	2.33	否
4	北京赢康科技股份有限公司	投影机	521.44	2.25	否
5	中盛浩远（北京）建设有限公司	装饰装修	452.69	1.95	否
合计			3,307.55	14.26	

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过公司采购总额 50%或严重

依赖少数供应商的情况。

发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与主要供应商不存在关联关系，不存在前五大供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

发行人综合考虑供应商的报价、资质、所在地及过往合作情况等方面情况来选择供应商。由于报告期内项目建设地点、客户要求以及公司设计方案存在差异，公司前五大供应商变化较大。

（三）发行人供应商分散的原因，与同行业可比公司对比情况

发行人供应商较为分散，主要原因如下：

1、在公司成本构成中，装饰装修占比较高，约 30-40%，由于公司项目分布在全国各地，且挑选供应商时通常会进行邀请招投标，公司不断开发新供应商以加强公司供应商挑选的灵活性，因此装饰装修供应商变动较大，使得公司供应商较为分散；

2、公司提供的馆厅展示创意服务均系根据客户的具体要求而个性化定制，客户需求的多样性要求公司需要不断开发新的制作供应商，以满足客户的要求；

3、公司在开展业务过程中，涉及的采购种类繁多，单笔金额较小，因此供应商较为分散。

因此，发行人供应商较为分散符合行业特点和公司实际情况，具有合理性。

报告期内，公司同行业可比公司前五大供应商情况如下表所示：

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	供应商	占比	供应商	占比	供应商	占比
风语筑	前五大供应商	15.11%	前五大供应商	15.15%	前五大供应商	14.82%
华凯创意	1	17.90%	1	6.83%	1	7.51%
	2	4.93%	2	5.86%	2	3.93%
	3	4.43%	3	5.69%	3	3.16%
	4	4.27%	4	3.53%	4	3.06%
	5	4.10%	5	3.44%	5	2.41%
	合计	35.62%	合计	25.35%	合计	20.06%
易尚展示	1	8.98%	1	19.86%	1	6.31%
	2	7.86%	2	2.81%	2	4.74%

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	供应商	占比	供应商	占比	供应商	占比
	3	6.53%	3	2.41%	3	4.04%
	4	4.02%	4	2.41%	4	2.67%
	5	3.92%	5	1.60%	5	2.15%
	合计	31.31%	合计	29.09%	合计	19.92%
丝路视觉	1	5.58%	1	5.30%	1	3.91%
	2	4.24%	2	4.15%	2	3.83%
	3	3.88%	3	3.04%	3	3.47%
	4	2.58%	4	2.92%	4	3.31%
	5	2.27%	5	2.26%	5	2.78%
	合计	18.55%	合计	17.67%	合计	17.29%

注：同行业可比公司数据源于其公布的年度报告，其中风语筑仅披露了前五大供应商采购总额及占比，上市公司均未披露供应商具体名称。

报告期内，公司同行业可比公司前五大供应商占比情况如下表所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	15.11%	15.15%	14.82%
华凯创意	35.62%	25.35%	20.06%
易尚展示	31.31%	29.09%	19.92%
丝路视觉	18.55%	17.67%	17.29%
行业平均值	25.15%	21.82%	18.02%
本公司	16.12%	15.62%	14.26%

同行业可比公司中，除易尚展示 2019 年第一大供应商及华凯创意 2020 年第一大供应商采购占比超 10%外，其余各期前五大供应商单个采购占比未超过 10%，与发行人各期前五大供应商情况一致，供应商较分散。此外，与公司业务最为接近的风语筑前五大采购合计占比分别为 14.82%、15.15%及 15.11%，与发行人数据较为接近。

总体而言，同行业可比公司与发行人的供应商均较为分散，公司与同行业公司不存在明显差异。

（四）不同层级供应商的数量、采购金额及占比、平均采购金额

2020 年度：

单位：万元

序号	供应商层级	数量（个）	采购金额	占比	平均采购金额
1	200 万元以上	19	6,460.27	38.48%	340.01
2	30-200 万元	96	7,402.23	44.09%	77.11
3	30 万元以下	447	2,925.91	17.43%	6.55
	合计	562	16,788.42	100.00%	29.87

2019 年度：

单位：万元

序号	供应商层级	数量（个）	采购金额	占比	平均采购金额
1	200 万元以上	31	11,740.46	46.56%	378.72
2	30-200 万元	121	10,071.53	39.94%	83.24
3	30 万元以下	436	3,405.22	13.50%	7.81
	合计	588	25,217.21	100.00%	42.89

2018 年度：

单位：万元

序号	供应商层级	数量（个）	采购金额	占比	平均采购金额
1	200 万元以上	27	11,353.66	48.94%	420.51
2	30-200 万元	118	8,844.82	38.12%	74.96
3	30 万元以下	460	3,002.55	12.94%	6.53
	合计	605	23,201.03	100.00%	38.35

报告期各期，公司供应商数量逐年下降，主要系公司展览展示创意服务规模下降所致。采购金额在 200 万元以上的供应商平均采购金额逐年降低，主要系公司采购逐步细化，部分建筑主材独立进行采购，因此平均采购金额有所下降。

（五）发行人供应商中是否存在个人供应商及具体情况、是否存在大量的中小供应商及其合理性

公司供应商中存在个人供应商，具体采购金额如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
个人供应商	20.96	0.12%	10.46	0.04%	107.42	0.46%
非个人供应商	16,767.46	99.88%	25,206.74	99.96%	23,093.61	99.54%
合计	16,788.42	100.00%	25,217.21	100.00%	23,201.03	100.00%

个人供应商主要为公司提供油画制作、展品收集及项目零星用工等工作，报告期内个人供应商占比分别为 0.46%、0.04%及 0.12%，占比较低，具有合理性。

公司供应商中存在大量的中小供应商，与公司所处行业相符，其合理性如下：

采购内容	合理性
专业分包	公司专业分包主要系装饰装修，该行业进入门槛较低，行业内存在大量中

采购内容	合理性
	小型供应商，充分竞争，公司通常选择具有相应实力的分包商完成。
搭建	公司采购的搭建主要系展台制作搭建，行业门槛较低，中小供应商众多，公司一般综合考虑性价比等因素确定供应商。
制作	制作供应商主要是提供文艺品、模型及场景制作等服务，所需资金量不大，行业内一般为中小型供应商。
设备	由于公司单体采购量较少，均系采购的设备，如电脑、显示器、LED 屏等，一般而言规模较低。

综上，公司供应商中存在大量的中小供应商，主要系公司上游行业特性所致，具有合理性。

（六）报告期各期同一型号的主要设备单价差异情况及差异原因，采购单价的公允性

报告期内，公司主要设备包括 LED、触摸一体机、中控主机、投影机、拼接屏及音响设备。由于音响设备型号类别繁多，价格差异较大，且公司采购金额较少，故主要针对前五大主要设备分析采购单价。

报告期内公司各期同一型号的主要设备单价差异情况如下表所示：

单位：万元

序号	设备名称	型号	计价单位	2020 年	2019 年	2018 年
1	LED	P2	万元/平方米	1.04	1.25	1.30
		P2.5		0.71	0.73	0.73
		P3		0.35	0.57	0.50
		P4		0.31	0.40	0.36
2	触摸一体机	32 寸	万元/台	0.41	0.44	0.50
		43 寸		0.51	0.52	0.62
		55 寸		0.61	0.62	0.69
3	中控主机	15	万元/台	0.41	0.40	0.44
		17		0.63	0.59	0.53
4	投影机	6000 流明	万元/台	2.14	2.75	3.69
		8000 流明		5.70	6.09	6.64
5	拼接屏	46 寸	万元/块	0.60	0.66	0.61
		55 寸		0.71	0.72	0.83

公司主要采购的设备单价整体上呈现下降的趋势，主要原因系公司采购的设备均系电子产品，随着行业内技术进步，市场价格逐步降低，因此公司采购单价逐年下降。公司主要设备采用“以销定采”的采购模式，根据项目需要实时依据市场价格向供应商进行采购，公司采购单价公允。

报告期内，公司存在相同功能的设备从不同渠道采购的情形，主要系投影机同时存在直接采购及间接采购两种采购模式。公司投影机主要品牌的具体采购单价如下表所示：

单位：万元/台

类别	品牌	型号	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直接采购	索诺克	DLP/6000 流明	1.96	2.65	3.21
	索诺克	DLP/8000 流明	5.03	5.13	6.22
间接采购	松下	3LCD/6000 流明	2.14	2.82	4.22
	松下	3LCD/8000 流明	5.85	6.53	6.76

公司投影机采购单价的差异主要系不同品牌间的价格差异，具有合理性。

综上，报告期内公司主要设备的采购单价总体呈现下降趋势，采购单价公允。公司同一型号设备不同渠道的采购单价的差异主要系不同品牌的产品单价，公司设备采购单价具有公允性。

（七）设备采购是否包括直接采购和通过代理商间接采购

1、直接采购和通过代理商采购的金额及占比

报告期内，公司直接采购和间接采购的金额及占比如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接采购	1,497.20	66.22%	2,293.44	58.68%	3,371.97	65.11%
间接采购	763.72	33.78%	1,614.79	41.32%	1,806.88	34.89%
合计	2,260.92	100.00%	3,908.23	100.00%	5,178.85	100.00%

报告期内，公司设备中直接采购占比较高，分别为 65.11%、58.68%和 66.22%。2019 年占比较低的原因系公司为六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程间接采购了大量投影机，波动具有合理性。通常情况下，公司根据自身采购需求、结合相应设备厂商的销售渠道政策、行业惯例等选择直接采购或间接采购，具体情况如下：

采购模式	设备	相应情景及原因
直接采购	LED、拼接屏	向系统集成商直接采购相应设备及整套系统集成服务
	触摸一体机	行业内生产厂商较多，可直接采购
间接采购	中控主机、音响	电脑主机及配件、音响等简单设备按照行业惯例向代理商采购

直接/间接采购	投影机	供应商主要为行业内大厂商，如松下、索诺克等。根据自身项目设备需求并结合相应厂商的销售渠道政策而选择直接采购或间接采购

2、同种产品直接采购和通过代理商采购单价差异情况和差异原因

报告期内公司采购的设备中，投影机同时存在直接采购及间接采购两种模式。公司投影机通过直接采购或间接采购主要系在考虑发行人自身采购需求的基础上，结合品牌商的销售渠道铺设及销售政策而确定。公司投影机通过直接采购和间接采购的主要品牌单价如下表所示：

单位：万元/台

类别	品牌	参数	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直接采购	索诺克	DLP/6000 流明	1.96	2.65	3.21
	索诺克	DLP/8000 流明	5.03	5.13	6.22
间接采购	松下	3LCD/6000 流明	2.14	2.82	4.22
	松下	3LCD/8000 流明	5.85	6.53	6.76

从上表看出，同一品牌、参数的投影机采购单价报告期内呈下降趋势，主要原因系：（1）随着投影机技术的更新迭代、国内品牌产品竞争力逐步加强，市场竞争进一步加剧，使得同一品牌参数的投影机价格不断下降；（2）报告期内，公司投影机采购集中度提高、有效发挥规模采购的成本优势，获得更加优惠价格。公司投影机间接采购单价略高于直接采购单价，主要系不同品牌间的产品价格差异，具有合理性。

3、结合同行业可比公司情况披露通过代理商采购是否符合行业特点

同行业可比公司未披露设备通过代理商采购的具体模式。公司中控主机、音响及部分投影机通过代理商采购，主要系根据自身采购需求、按照行业惯例以及相应设备厂商的销售渠道政策而确定，符合行业特点。

（八）专业分包、制作、搭建服务采购价格确定方式、采购单价及其公允性，采购金额与各期成本、费用金额的勾稽关系

1、专业分包、制作、搭建服务采购价格确定方式、采购单价及其公允性

项目	价格确定的方式	采购单价及公允性
专业分包	公司根据项目情况制作完毕效果图、施工图及工程量清单后，将上述文件交于供应商，供应	公司采购的专业分包系整体工程，公司根据市场行情及邀

项目	价格确定的方式	采购单价及公允性
	商根据自身情况对文件进行复核报价。公司原则上邀请不少于 5 家供应商进行报价，在综合考虑价格、历史合作情况、供应商资质情况等信息后，综合确定分包价格。	请招投标确定供应商，公司采购价格具有公允性。
制作	公司根据客户需求制定出最终展示效果图、施工图、工程量清单及 AR 制作文件等交予供应商，供应商根据上述文件进行报价，公司综合权衡合作情况、报价情况等多项因素确定供应商价格，签订合同。	公司采购的制作主要系公司根据客户定制化需求设计的各项艺术品、模型、场景复原等，公司根据市场行情及邀请招投标确定供应商，公司采购价格具有公允性。
搭建	公司在与客户确定完毕整体方案后，将客户需求转化为施工图、效果图及工程量清单，交予多家供应商，供应商根据上述内容等条件进行报价，公司综合权衡合作情况、报价情况等多项因素确定供应商价格，签订合同。	公司采购的系展台搭建的系统工程，公司根据市场行情及邀请招投标确定供应商，公司采购价格具有公允性。

2、采购金额与各期成本、费用金额的勾稽关系

报告期内，公司披露的采购金额系公司采购的工程物资金额，与期间费用金额无关。公司采购的物资首先进入存货进行核算，在项目确认收入时，将相应的项目存货整体结转至主营业务成本，因此公司采购金额与期间费用无关。公司采购金额与各期成本的勾稽关系如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初存货中采购金额	16,129.88	14,843.48	10,899.03
本期采购金额	16,788.42	25,217.21	23,201.03
本期结转至主营业务成本金额	23,037.60	23,930.81	19,256.58
期末存货中采购金额	9,880.70	16,129.88	14,843.48

（九）成立当年或次年即成为发行人供应商的具体情况

报告期各期前三十大供应商中，成立当年或次年即成公司供应商的情况如下：

单位：万元

名称	成立年度	采购年度	采购内容	采购金额	占该供应商收入比例	合作背景及渊源
上海凯韩建筑装饰工程有限公司	2017	2018	装饰装修	418.96	约 30%-50%	此公司系通过供应商介绍，经公司人员前往现场考核合格后，进入公司合格供应商库。经过 5 家单位严格比选，对接中性价比高，考虑到该公司位于上海，售后服务方便进而合作。合作较多的项目，人员稳定，施工工艺较好。
		2019		242.25		
		2020		170.33		

名称	成立年度	采购年度	采购内容	采购金额	占该供应商收入比例	合作背景及渊源
上海枫棠建筑劳务有限公司	2017	2018	劳务	103.94	10%左右	该公司为建筑劳务公司，有相应施工劳务资质，经公司人员前往现场考核合格后，进入公司合格供应商库。
		2019		375.72	9%左右	
启东耕茂展览服务有限公司	2017	2018	展台搭建	275.78	占比约20%-30%	系公司展台搭建供应商新设立的公司，以前合作公司由于地方环保要求关闭，供应商设立新公司与公司进行合作。
		2019		101.42		
徽拓（上海）展览展示服务有限公司	2017	2018	展台搭建	9.51	占比约15%左右	系公司展台搭建供应商新设立的公司，以前合作公司由于地方环保要求关闭，供应商设立新公司与公司进行合作。
		2019		184.05		
		2020		154.14		
安徽中晟展示设计制作有限公司	2017	2018	装饰装修	185.42	5%	供应商推荐，经公司人员前往现场考核合格后，进入公司合格供应商库。后在公司邀请招投标中标后与其进行合作。
陕西卓弘建设工程有限公司	2017	2018	装饰装修	152.76	3%	系公司为执行在陕西延安华为云项目在当地新开发的供应商。
		2019		238.60	5%	
四川天地时创装饰工程有限公司	2018	2018	装饰装修	541.02	占比较高，约70%	系公司展台搭建供应商新设立的公司，以前合作公司由于地方环保要求关闭，供应商设立新公司与公司进行合作。
		2019		323.04		
		2020		36.70		
中盛浩远（北京）建设有限公司	2018	2018	装饰装修	452.69	不足5%	系通过参加公司邀请招投标入选公司南宁园博园项目后产生合作关系。
		2019		179.46		
上海联柠电子科技有限公司	2018	2019	电子配件	144.68	约5%左右	该公司是技嘉、索泰计算机电子产品批发授权分销商，产品质量可靠，性价比高，产品售后及时间响应在合作上配合度高，合作良好。
		2020		161.34		
上海屹扩建筑劳务有限公司	2019	2020	劳务	364.11	不足5%	该公司为建筑劳务公司，有相应施工劳务资质，参与公司洛阳方志项目装饰邀请招标，经过5家单位严格比选，对接中性价比高，施工人员齐全，在实际施工中施工技术合格，客户满意度高，售后响应及时，合作情况良好。
山东众众建筑劳务有限公司	2019	2020	劳务	363.34	不足10%	该公司为建筑劳务公司，参与公司柯桥区非物质文化遗产馆、城阳博物馆项目装饰邀请招标，经过5家单位严格比选，对接中性价比高，施工人员齐全，在实际施工中施工技术合格，客户满意度高，售后响应及时，合作情况良好。
西安锋芒艺术文化传播有限公司	2019	2019	场景模型	148.85	约60%-70%	该供应商是陕西当地场景单位，经营规模较小，经过考察，工种等较为综合，实力评估优良。经过公司多个项目发承包比价，性价比较高，且合作中产品质量好，客户满意度高，售后及时响应，合作情况良好。
		2020		247.76		
吉秋信息科技有限公司（上海）有限公司	2019	2020	软件制作	191.20	不足5%	该供应商系软件制作供应商，经过考察，公司有一定规模，有较多专业软件工程师，经过5家单位严格比选，陆续合作遂宁档案馆、雅安大熊猫科普馆项目合作。合作中能按时按点确认内容并完成所有软件制作，质量情况好，客户满意度高。

名称	成立年度	采购年度	采购内容	采购金额	占该供应商收入比例	合作背景及渊源
巨野龙祥建材有限公司	2020	2020	材料	243.02	占比较高,约80%	该公司为建筑材料综合贸易商,材料品种丰富,且价格适中,经公司邀请参加材料综合采购,经过严格比选参与多次合作,合作中质量评估优,送货时间及时,售后及时响应,合作情况良好。
江西云享福信息科技有限公司	2020	2020	软件制作	248.89	不足5%	该供应商为软件制作,视频制作等专业供应商。经过考察,公司有一定规模,有较多专业软件工程师,经过5家单位严格比选,陆续合作邛崃规划馆、怀来县葡萄酒之窗展示馆等多个展馆项目合作。合作中能按时按点确认内容并完成所有软件制作,质量情况好,客户满意度高。

公司采购的产品和服务具有定制化、个性化的特点,具体设备、制作、施工工作量等均存在差异,单价不具有可比性。上述供应商采购价格系公司参考市场价格及供应商投标情况综合确认,采购价格具有公允性。公司与上述供应商不存在关联关系。

报告期各期,公司向成立当年或次年即成为发行人供应商采购额占当期总采购额的情况如下表所示:

单位:万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
成立当年及次年采购额	1,658.33	796.03	2,147.93
总采购额	16,788.42	25,217.21	23,201.03
占比	9.88%	3.16%	9.26%

报告期内,公司向成立当年或次年即成为发行人供应商采购额较低,占总采购额的比例较低,对公司生产经营无重大影响。

(十) 新增前五大供应商情况

发行人综合考虑供应商的报价、资质、所在地及过往合作情况等方面情况来选择供应商。由于报告期内项目建设地点、客户要求以及公司设计方案存在差异,公司前五大供应商变化较大。

1、2019年较2018年新增的前五大供应商

供应商名称	成立时间	采购和结算方式	合作历史	2019年当期采购金额(万元)	占当期采购总额的比例	新增交易的原因	订单的连续性和持续性

供应商名称	成立时间	采购和结算方式	合作历史	2019 年当期采购金额（万元）	占当期采购总额的比例	新增交易的原因	订单的连续性和持续性
上海普研建筑安装工程有限公司	2004-03-12	根据公司项目需求进行采购，按照合同分阶段结算	自 2015 年开始合作	996.47	3.95%	系公司办公大楼装饰装修供应商	公司装饰装修供应商，后续合作较少
上海居雍装饰设计工程有限公司	2009-04-28	根据公司项目需求进行采购，按照合同分阶段结算	当年首次合作	843.46	3.34%	通过邀请招投标新开发供应商	公司装饰装修供应商，累计合作多个项目
江苏华夏天地建设有限公司	1993-01-07	根据公司项目需求进行采购，按照合同分阶段结算	当年首次合作	557.36	2.21%	通过邀请招投标新开发供应商	公司扬中博物馆装饰装修供应商，后续由于未能中标公司项目没有继续合作
上海双手建筑工程有限公司	2008-04-02	根据公司项目需求进行采购，按照合同分阶段结算	自 2017 年开始合作	497.01	1.97%	前期合作情况较好，交易量增加	公司装饰装修供应商，累计合作多个项目

2、2020 年较 2019 年新增的前五大供应商

供应商名称	成立时间	采购和结算方式	合作历史	2020 年当期采购金额（万元）	占当期采购总额的比例	新增交易的原因	订单的连续性和持续性
上海系阳建筑劳务有限公司	2015-09-06	根据公司项目需求进行采购，按照合同分阶段结算	自 2019 年开始合作	465.24	2.77%	通过邀请招投标新开发供应商	公司装饰装修供应商，累计合作多个项目
齐齐哈尔市交通建筑装饰工程有限公司	1998-03-23	根据公司项目需求进行采购，按照合同分阶段结算	自 2018 年开始合作	413.25	2.46%	前期合作情况较好，交易量增加	公司装饰装修供应商，累计合作多个项目
上海屹扩建筑劳务有限公司	2019-03-08	根据公司项目需求进行采购，按照合同分阶段结算	当年首次合作	364.11	2.17%	通过邀请招投标新开发供应商	公司装饰装修供应商，累计合作多个项目

公司主要采购内容为装饰装修工程劳务、设备、制作等，上游供应商主要是装饰工程及劳务公司、多媒体设备供应商、平面道具模型等展示制作供应商，上述相关服务市场企业较多，供应充足，市场充分竞争。

公司与上述新增供应商订单的连续性和持续性对公司经营不产生重大影响，且取决于公司后续项目所在地、邀请招投标供应商企业的资质、实力和报价等综合选择结果。

（十一）报告期各期前五大分包商、制作商、搭建商的具体情况

1、报告期各期前五大分包商具体情况

2020 年度，公司前五大分包商具体情况如下所示：

1	公司名称	上海系阳建筑劳务有限公司	成立时间	2015-09-06
	注册资本	2,998 万元	股权结构	余新胜 99%/张勇 1%
	主营业务	建设工程施工劳务作业，地基基础建设工程专业施工，建筑装饰装修建设工程设计施工一体化，建筑幕墙建设工程设计施工一体化，钢结构建设工程专业施工，园林绿化工程施工，以服务外包方式从事生产流程、生产工段、工厂运营管理、人才咨询，以服务外包方式从事电子产品、机械设备、汽车配件、电器设备、电气设备、塑料制品、金属制品、包装材料、光电元器件的设计、加工、包装、检测服务，建筑材料、五金制品、机械设备的批发、零售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不足 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
2	公司名称	齐齐哈尔市交通建筑装饰工程有限公司	成立时间	1998-03-23
	注册资本	1,300 万元	股权结构	崔震林-92.6308%/何志清-3.6846%/冯赞-3.6846%
	主营业务	建筑装饰装修工程专业承包，建筑装饰设计，安全防范工程设计、施工、维修，金属护栏制造，房屋建筑工程施工，水井钻探施工，城市景观和绿地工程施工，电气安装，管道和设备安装，农业废弃物综合利用，农业园艺服务，农作物秸秆还田活动（涉及开荒的项目除外），智能农业管理，农业大棚、耕地出租活动，农村沼气综合利用，农学研究，农林牧渔技术推广服务，建材、室内装饰材料、家具、水泵批发、零售，冰雕刻工艺品制造，塑料大棚设施设备制造、安装，林木育苗，树木种植，纱窗（双层双框门窗及单腔结构型的塑料门窗除外）制造、安装，广告设计、制作、代理、发布服务，城市积雪清理服务，装卸搬运，体育用品及器材（弩除外）批发、零售，建筑施工劳务，创业投资基金。		
	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约占 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	黑龙江省，主营东北地区业务
3	公司名称	上海屹扩建筑劳务有限公司	成立时间	2019-03-08
	注册资本	2,000 万元	股权结构	祁本洪-50%/唐涛-50%
	主营业务	建筑劳务分包，模板工程作业，脚手架建设工程作业，地基与基础工程，钢结构工程，机电安装工程，市政工程，园林绿化工程，建筑防水工程，建筑装饰装修工程，建筑幕墙工程，隧道工程，公路交通工程，机械设备租赁、销售，建筑材料、五金交电、普通劳保用品、金属材料的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2020 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不到 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
4	公司名称	上海双手建筑工程有限公司	成立时间	2008-04-02
	注册资本	2,098 万元	股权结构	陈月-100%
	主营业务	建筑装饰装修建设工程设计与施工，智能化建设工程专项设计，市政公用建设工		

5		程施工，地基基础建设工程专业施工，园林绿化工程施工，机械设备、金属门窗安装、维修、批发、零售，建设工程施工劳务作业，水利水电机电设备安装建设工程专业施工，企业登记代理，建筑幕墙建设工程专业施工，古建筑建设工程专业施工，桥梁建设工程专业施工，钢结构建设工程专业施工，模板脚手架建设工程专业施工，建筑建设工程施工，建材、金属材料、五金交电、机电设备、汽车配件的批发、零售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不足 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
	公司名称	齐齐哈尔市通恒电力安装有限公司	成立时间	2018-03-30
	注册资本	8,000 万元	股权结构	孟春晓-82.8125%/杨雪梅-17.1875%
	主营业务	电力系统安装服务，非开挖管道施工、设计，非开挖机械技术开发，土木工程建筑施工，配电开关控制设备、电气信号设备装置制造（国家禁止或限制经营的除外），五金产品、建材、钢材批发、零售，机械零部件加工，房屋建筑工程施工，市政道路工程，石油化工工程施工，地基基础工程，城市照明工程，建筑劳务分包，公路工程建筑、园林绿化工程、钢结构工程、水源及供水设施工程建筑、河湖治理及防洪设施工程建筑、水力发电工程、电力工程、电力输送设施施工，智能化安装工程服务，防腐保温工程服务，建筑物拆除服务（爆破工程除外），管道和设备安装服务，代订酒店、机票，汽车、游艇租赁，代驾服务，汽车销售，旅游信息咨询，公路旅客运输，房地产中介服务，酒店管理服务，国内旅游业务服务。		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不到 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	黑龙江省，业务主要集中在东北地区

2019 年度，公司前五大分包商具体情况如下所示：

1	公司名称	上海普研建筑安装工程有限公司	成立时间	2004-03-12
	注册资本	9,000 万元	股权结构	吕建珍-44.4444%/周文研-16.8889%/周莉君-16.4444%/王嫣-11.1111%/俞咏-11.1111%
	主营业务	建筑安装工程，房屋建筑工程，防腐保温工程，建筑装饰装修工程，市政工程，体育场地设施工程，地基基础工程，园林绿化工程，化工石油设备管道安装工程，机电设备安装工程，消防工程，脚手架工程，土石方工程，河湖整治工程，特种专业工程，水利水电工程，爆破与拆除工程，起重设备安装工程，电梯安装工程，机械设备租赁，物业管理，保洁服务，彩钢板、钢结构的制作安装，非标钢结构制作安装，基础打桩，水电、空调的安装，排水管道的维护、修理，船舶修理（除渔船），建筑材料的销售，本核准经营范围内的信息咨询服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2015 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	5%以下
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
2	公司名称	上海居雍装饰设计工程有限公司	成立时间	2009-04-28
	注册资本	1,200 万元	股权结构	王祥兵-90.00%/俞海燕-10.00%

3	主营业务	建筑装饰装饰建设工程专业施工，建筑幕墙建设工程专业施工，建筑装饰建设工程专项设计，制冷设备安装，园林绿化工程施工，建筑材料、装潢材料、五金交电、金属材料、日用百货、家具的批发、零售，商务信息咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约占 10%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
	公司名称	江苏华厦天地建设有限公司	成立时间	1993-01-07
	注册资本	2,009.16 万元	股权结构	毛祥云-97.5114%/景翠翠-2.4886%
4	主营业务	建筑装饰装修工程、建筑幕墙工程、建筑智能化工程、城市园林绿化工程、金属门窗工程、水电管道及强弱机电设备安装工程、钢结构工程、城市及道路照明工程、消防设施工程、空气净化工程、市政公用工程、外墙涂料及保温设施工程、房屋加固工程施工；装潢设计；软件开发；工矿专用设备安装；设计、制作、代理和发布各类广告；雕塑制作；木器加工；建筑装潢材料批发、零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约占 10%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	江苏省，可经营全国业务
	公司名称	上海华舜建设发展（集团）有限公司	成立时间	2011-01-25
	注册资本	5,000 万元	股权结构	李全刚-90.10%/杜怡靓-9.90%
5	主营业务	从事建筑工程、新能源科技专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，建筑装饰装饰建设工程设计与施工，建筑幕墙建设工程设计与施工，园林绿化工程施工，电力专业建设工程设计，电力建设工程施工，水电电安装建设工程作业，钢结构建设工程专项设计，钢结构建设工程专业施工，消防设施建设工程设计与施工，建筑智能化建设工程设计与施工，机电设备安装建设工程专业施工，消防设施建设工程专业施工，地基与基础建设工程专业施工，环保建设工程专业施工，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），房地产开发经营；销售建筑材料，办公用品，五金交电。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不到 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
	公司名称	上海华舜建设发展（集团）有限公司	成立时间	2011-01-25
	注册资本	5,000 万元	股权结构	李全刚-90.10%/杜怡靓-9.90%

2018 年度，公司前五大分包商具体情况如下所示：

1	公司名称	安徽省天煜建筑装饰工程有限公司	成立时间	2016-11-29
	注册资本	1,200 万元	股权结构	孙军-51.00%/孙大坤-49.00%
	主营业务	室内外装饰工程设计与施工；建筑幕墙制作、设计及施工；钢结构安装；建筑智能化工程制作及安装；园林绿化工程；园林古建筑工程；金属门窗工程制作及安装；机电安装；建筑劳务分包；建筑材料销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
	与发行人合作时	自 2018 年开始合作	发行人采购金额占其收	不到 20%

	间		入金额的比例	
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	安徽省，可经营全国业务
2	公司名称	四川天地时创装饰工程有限公司	成立时间	2018-02-11
	注册资本	1,000 万元	股权结构	陶婧-50.00%/胡心标-50.00%
	主营业务	建筑装饰装饰工程设计与施工（凭资质证书经营）；雕塑设计；园林景观工程设计与施工（凭资质证书经营）；城市及道路照明工程设计与施工（凭资质证书经营）；包装设计；广告设计、制作、代理、发布（不含气球广告）；会议及展览展示服务；企业营销策划；企业形象策划；销售：建材（不含危险化学品）、五金产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约 70%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	四川省，可经营全国业务
3	公司名称	中盛浩远（北京）建设有限公司	成立时间	2018-01-19
	注册资本	2,000 万元	股权结构	赵丽萍-51.00%/周小荣-49.00%
	主营业务	施工总承包；专业承包；劳务分包；房地产开发；园林绿化；工程设计；水污染治理；景观设计；销售自行开发的商品房、五金交电、建筑材料、机械设备、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）；机械设备租赁；技术开发、咨询、转让、服务、推广；会议服务；企业形象策划；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；工程设计、施工总承包、专业承包以及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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不足 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	北京市，可经营全国业务
4	公司名称	上海凯韩建筑装饰工程有限公司	成立时间	2017-03-01
	注册资本	500 万元	股权结构	黄进军-100%
	主营业务	建筑装饰装修建设工程设计与施工，市政公用建设工程施工，建筑防水建设工程专业施工，消防设施建设工程专业施工，机电安装建设工程施工，水暖电安装建设工程作业，弱电工程，园林绿化工程，会议及展览服务，商务信息咨询，家具、建筑材料、一般劳防用品、日用百货的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约 30%-50%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
5	公司名称	西安永隆建筑装饰有限公司	成立时间	2007-08-21
	注册资本	5,000 万元	股权结构	魏党党-100%
	主营业务	地幅射式采暖工程、室内外装饰装修工程、园林绿化工程、空气净化工程、幕墙工程、钢结构工程、不锈钢工程的设计、施工；保温工程、建筑工程、机电安装工程、市政工程、公路工程、电力工程、输变电工程、建筑智能化工程、通信工程、消防工程、城市道路照明工程、建筑物拆除工程（除爆破）、土石方工程、地基基础工程、石油化工工程、管道工程、路基路面工程、桥梁工程、隧道工程、公路交通工程、环保工程、环境治理工程、河湖整治工程、舞台灯光音响搭建工程、地质灾害防治工程的施工；建设工程技术咨询；金属门窗的制作（仅限分支机构经营）与安装、玻璃安装、彩钢板安装；建筑工程劳务分包；建筑材料、装		

		饰材料、机电设备、五金交电、电线电缆、电力设备、电子产品、家用电器、照明设备、机械设备、仪器仪表、安防产品、计算机软硬件、消防器材、办公用品、化工产品（易燃易爆危险品除外）、钢材、日用百货的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	10%左右，前五大客户
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	陕西省，可经营全国业务

2、报告期各期前五大制作商具体情况

2020 年度，公司前五大制作供应商具体情况如下所示：

1	公司名称	上海鼎颖模型有限公司	成立时间	2013-12-23
	注册资本	1,000 万元	股权结构	卞船 50.00%/卞伟 50.00%
	主营业务	许可项目：各类工程建设活动；建设工程设计。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：模型生产加工，模型设计、模型制作，模具、模型材料的销售，自有设备租赁（不得从事金融租赁），从事模型、模具科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，动漫设计，电脑图文设计、制作，会务服务，展览展示服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）		
	与发行人合作时间	自 2015 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	20%-30%，前十大客户
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
2	公司名称	京博艺林模型设计（北京）有限公司	成立时间	2010-05-21
	注册资本	500 万	股权结构	张冰-100.00%
	主营业务	模型设计、产品设计、展厅的布置设计、工艺美术品设计；会议服务；技术推广；承办展览展示；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告。（企业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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	20%-30%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	北京市，可经营全国业务
3	公司名称	江西云享福信息科技有限公司	成立时间	2020-01-14
	注册资本	300 万	股权结构	陈勇-50%/季石平-50%
	主营业务	许可项目：电影发行，电视剧发行，电视剧制作，音像制品制作，演出经纪，代理记账，建筑劳务分包，道路货物运输（不含危险货物），第二类增值电信业务，互联网信息服务，施工专业作业，建设工程设计（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：文化娱乐经纪人服务，动漫游戏开发，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），知识产权服务，法律咨询（不包括律师事务所业务），健康咨询服务（不含诊疗服务），旅行社服务网点旅游招徕、咨询服务，品牌管理，餐饮管理，财务咨询，票务代理服务，翻译服务，系统集成服务，软件开发，税务服务，国内贸易代理，社会经济咨询服务，园林绿化工程施工，物业管理，家政服务，包装服务，装卸搬运，普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目），礼仪服务，酒店管理，广告制作，房地产经纪，国内货物运输代理，商务代理代办服务，采购代理服务，计算机系统服务，信息技术咨询服务（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）		
	与发行人合作时	自 2020 年开始合作	发行人采购金额占其收	不足 5%

	间		入金额的比例	
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	江西省，可经营全国业务
4	公司名称	西安锋芒艺术文化传播有限公司	成立时间	2019-01-16
	注册资本	300 万	股权结构	齐锋-50.0000%/骆骋-16.6667%/李波-16.6667%/杨阳-16.6667%
	主营业务	文化项目策划；平面设计；展览展示服务；景观雕塑制作、销售；企业形象设计；园林景观工程、建筑工程的设计、施工；工艺礼品、工艺美术品修复；机器人的设计、制作、安装及销售；图文设计；动漫设计；软件开发；多媒体制作、安装、销售；计算机系统集成；广告的设计、制作、代理、发布（须经审批项目除外）；标识标牌的设计、制作、安装及销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	占比 60-70%，第一大客户
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	陕西省，可经营全国业务
5	公司名称	万永信息技术（上海）有限公司	成立时间	2017-07-20
	注册资本	200 万	股权结构	吴继锋-60.00%/张善国-40.00%
	主营业务	信息、教育、计算机科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，劳务派遣，人才咨询，经济信息咨询，财务咨询，企业管理咨询、计算机软件开发，市场营销策划，企业形象策划，礼仪服务，会务服务，展览展示服务，仓储服务（除危险化学品），保洁服务，搬运装卸服务，翻译服务，物业管理，汽车租赁，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），第三方物流服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不足 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务

2019 年度，公司前五大制作供应商具体情况如下所示：

1	公司名称	上海龙宣数字科技有限公司	成立时间	2014-01-29
	注册资本	300 万元	股权结构	张国忠-100.00%
	主营业务	在数字、多媒体、机电、计算机、智能科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，机电专业设计、建筑装饰装修建设工程设计与施工（工程类项目凭许可资质经营），计算机系统集成，机电设备的安装、维修（除特种设备），展览展示服务，创意服务，图文设计、制作，动漫设计，为文化艺术交流活动提供筹备、策划服务，计算机软硬件、电子产品、机电设备、机械设备、五金交电、文化用品的销售，从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2016 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
2	公司名称	千树创意（厦门）商业管理有限公司	成立时间	2010-08-10
	注册资本	397.73 万元	股权结构	杨函憬-87.9994%/厦门飞博

				共创网络科技股份有限公司 -12.0006%
	主营业务	企业总部管理；专业化设计服务；电子出版物零售；图书、报刊零售；文艺创作与表演；其他未列明预包装食品批发（含冷藏冷冻食品）；其他未列明散装食品批发（含冷藏冷冻食品）；其他未列明预包装食品零售（含冷藏冷冻食品）；其他未列明散装食品零售（含冷藏冷冻食品）；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；其他技术推广服务；化妆品及卫生用品批发；其他日用品零售；化妆品及卫生用品零售；五金零售；厨房、卫生间用具及日用杂货批发；灯具零售；家具零售；通信设备零售；灯具、装饰物品批发；提供企业营销策划服务；其他电子产品零售；会议及展览服务；互联网销售；受合法设立的餐饮企业委托对其进行管理（不含餐饮经营）；珠宝首饰批发；工艺品及收藏品批发（不含文物、象牙及其制品）；陶瓷、石材装饰材料零售；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	占比 15%左右，前十大客户
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	福建省，可经营全国业务
3	公司名称	合肥名盟自动化科技有限公司	成立时间	2016-06-29
	注册资本	100 万元	股权结构	孙玉雅-34.00%/甘华秀-33.00%/丁孝华-33.00%
	主营业务	自动化生产设备研发、控制设备的研发、技术转让、技术咨询、销售及售后服务；科普展品、教学仪器的设计研发、技术转让及销售；自动化设备支架、钣金件、科普行业造型台体、工控操作台、机箱、机柜、展示柜、不锈钢制品、水电气表箱、装饰护栏、办公用品的设计及销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
	与发行人合作时间	自 2018 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	60-70%，第一大客户
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	安徽省，可经营全国业务
4	公司名称	寅意（上海）雕塑有限公司	成立时间	2008-12-22
	注册资本	200 万元	股权结构	郑一-34.00%/徐衍志-30.00%/周会强-21.00%/曾令汴-10.00%/徐晖杰-5.00%
	主营业务	雕塑（限分支机构经营），城市艺术空间设计，家居饰品、酒店设备、景观石、石材、工艺品、喷泉设备的批发、零售，电子商务（不得从事金融业务），建筑装饰装修建设工程设计与施工，园林绿化工程施工，金属制品、石材加工（限分支机构经营）、安装。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2016 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	占比 10%左右，前五大客户
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
5	公司名称	上海鼎颖模型有限公司，信息详见 2020 年第一大制作供应商		

2018 年度，公司前五大制作供应商具体情况如下所示：

1	公司名称	北京卉嵩景观设计有限公司	成立时间	2006-01-10
	注册资本	50 万元	股权结构	朱高武-80.00%/朱伟-20.00%
	主营业务	园林设计；园林绿化工程；设计、制作、代理、发布广告；企业形象策划；承办		

		展览展示；会议服务（不含食宿）；技术开发、咨询、服务、推广；家居装饰；零售工艺品、建筑材料、机械设备、五金产品（不含电动自行车）、文化用品、体育用品、电子产品；施工总承包；专业承包。（企业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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
	与发行人合作时间	自 2014 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	占比 40%左右，前五大客户
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	北京市，可经营全国业务
2	公司名称	寅意（上海）雕塑有限公司，信息详见 2019 年第四大制作供应商		
	公司名称	上海磊建数码科技有限公司	成立时间	2014-09-22
	注册资本	300 万元	股权结构	冷国庆-100.00%
3	主营业务	在数码科技、化工科技、仪器仪表、医药科技领域内的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；家用电器、机电设备（除特种设备）、办公设备、水处理设备、数码电子产品、制冷设备、电线电缆的批发、零售、维修、安装；办公音响、照明设备的销售；建筑智能化系统工程；通讯系统工程；安全技术防范工程设计、施工；商务信息咨询。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不足 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务
	公司名称	北京文博阳光科技发展有限公司	成立时间	2013-04-22
	注册资本	300 万元	股权结构	刘旭-96.6667%/何艳宏-3.3333%
4	主营业务	技术推广服务；销售机械设备、电子产品、工艺品、服装服饰、五金交电、建筑材料、文化用品；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；专业承包。（企业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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
	与发行人合作时间	自 2016 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	北京市，可经营全国业务
	公司名称	北京泰运公共环境雕塑艺术有限公司	成立时间	2004-09-27
	注册资本	100 万元	股权结构	张剑虹-38.00%/董桂荣-35.00%/张丽萍-27.00%
5	主营业务	雕塑艺术创作；工程勘察设计；承办展览展示活动；网上销售工艺美术品。（企业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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约 5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	北京市，可经营全国业务

3、报告期各期前五大搭建商具体情况

2020 年度，公司前五大搭建供应商具体情况如下所示：

1	公司名称	陕西众人创新展示科技服务有限公司	成立时间	2019-03-04
	注册资本	3,000 万元	股权结构	吕锁怀-86.00%/王潮-5.00%/朱小锋-3.00%/吕涛-2.00%/欧阳留占-2.00%/杨利刚-2.00%
	主营业务	一般项目：会议及展览服务；专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；广告设计、代理；广告制作；图文设计制作；对外承包工程；金属结构制造；灯具销售；文艺创作；机械设备租赁；建筑装饰材料销售；门窗制造加工；金属切割及焊接设备制造(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：住宅室内装饰装修；建筑劳务分包；包装装潢印刷品印刷(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。		
	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约占 10%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	陕西省，主要经营陕西、四川等地
2	公司名称	徽拓（上海）展览展示服务有限公司	成立时间	2017-01-09
	注册资本	500 万元	股权结构	刘俊-100.00%
	主营业务	展览展示服务，会务服务，企业形象策划，电脑图文设计、制作（除网页），建筑装饰装修建设工程设计施工一体化，机电安装建设工程施工，市政公用建设工程施工，土石方建设工程专业施工，钢结构建设工程专业施工，工艺礼品、办公设备、办公家具、建材、木制品、不锈钢制品、五金交电、电子产品批发零售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	前五大客户，占比约 15%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	上海市，可经营全国业务员
3	公司名称	MESSE TEAM Agnieszka Lurka	成立时间	2006 年 5 月 15 日
	注册资本	10 万欧元	股权结构	Robert Gorecki 30% Agnieszka Lurka70%
	主营业务	展台生产、搭建		
	与发行人合作时间	自 2014 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	60%左右
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	波兰，主要经营欧洲地区
4	公司名称	Trifolium Hungary Ltd.	成立时间	1992 年 1 月 2 日
	注册资本	无	股权结构	Jutasi Zoltán Zsolt-100%
	主营业务	展台生产、搭建		
	与发行人合作时间	自 2011 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	3%-5%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	匈牙利，主要经营欧洲地区
5	公司名称	陕西四通天厚会展文化传媒有限公司	成立时间	2009-08-18
	注册资本	1,001 万元	股权结构	姚丽玲-60.00%/范军-40.00%
	主营业务	承办策划会议展览、展示；展会的组织策划；展示工程设计施工；会议庆典的策划、设计与施工；工艺品、礼品、饰品、收藏品、古玩及字画（文物除外）、民族服饰服装的批发与零售；国内贸易。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	不到 3%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	陕西省，可经营全国业务员

2019 年度，公司前五大搭建供应商具体情况如下所示：

1	公司名称	MESSE TEAM Agnieszka Lurka, 信息详见 2020 年度第三大搭建供应商		
	公司名称	TIMEMESSE LIMITED	成立时间	2016 年 2 月
	注册资本	1,000 欧元	股权结构	Jerzy Bogusz 100%
	主营业务	展台生产、搭建		
2	与发行人合作时间	自 2019 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约 30%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	阿联酋，主营欧洲地区
3	公司名称	徽拓（上海）展览展示服务有限公司，信息详见 2020 年度第二大搭建供应商		
	公司名称	四川博杰会展服务有限公司	成立时间	2016-10-27
	注册资本	1,000 万元	股权结构	胡帅-50.00%/胡心亮-50.00%
4	主营业务	会议及展览展示服务；建筑装饰工程；企业管理咨询；策划文化交流活动；设计、制作、代理发布广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
	与发行人合作时间	自 2016 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约占 20%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	四川省，可经营全国业务
	公司名称	SC BEST DESIGN EXHIBITION SRL	成立时间	2012 年 9 月
	注册资本	无	股权结构	Bokor Árpád-50% Farkas Antal Csaba50%
	主营业务	展台生产搭建		
5	与发行人合作时间	自 2013 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约 40%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	罗马尼亚，主营欧洲地区

2018 年度，公司前五大搭建供应商具体情况如下所示：

1	MESSE TEAM Agnieszka Lurka, 信息详见 2020 年度第三大搭建供应商			
2	四川博杰会展服务有限公司，信息详见 2019 年度第四大搭建供应商			
	公司名称	Wellness Corporation Limited	成立时间	2012 年 11 月
	注册资本	1 万元港币	股权结构	Jerzy Bogusz-100%
	主营业务	展台生产与搭建		
3	与发行人合作时间	自 2016 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	约 50%
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	香港，主营欧洲地区

4	公司名称	SC BEST DESIGN EXHIBITION SRL, 信息详见 2019 年度第五大搭建供应商		
5	公司名称	成都鸿展展览有限公司	成立时间	2015-01-05
	注册资本	100 万人民币	股权结构	苟元强, 70% 王成强, 30%
	主营业务	展览展示服务; 广告设计、制作; 室内装饰装修工程。(以上经营项目不含法律法规和国务院决定需要前置审批或许可的项目, 涉及后置许可项目凭资质证经营)。		
	与发行人合作时间	自 2017 年开始合作	发行人采购金额占其收入金额的比例	20-30%, 前五大客户
	是否与发行人存在实质或潜在的关联关系	否	注册地及业务地域分布	四川省, 可经营全国业务

4、与发行人不存在实质或潜在的关联关系

报告期各期公司前五大分包商、制作商及搭建商与公司不存在实质或潜在的关联关系。

5、分包商、制作商、搭建商的地域分布与发行人业务的匹配性

(1) 分包商

公司分包商主要系馆厅展示创意服务业务的装饰装修供应商。公司馆厅展示创意服务项目分布在全国各地, 较为分散, 不限于供应商所在地, 且装饰装修行业充分竞争。若异地供应商在报价、质量、交期、信用期等方面更符合项目情况, 则公司选择与该供应商进行合作, 符合行业特点。报告期内, 公司分包商主要分布情况如下:

省份	2020 年度 采购占比	2019 年度 采购占比	2018 年度 采购占比
上海	34.32%	48.06%	33.90%
江苏省	6.16%	15.76%	9.03%
陕西省	3.39%	5.23%	13.20%
安徽省	2.30%	8.94%	9.94%
北京	9.02%	4.34%	7.09%
山东省	12.03%	3.29%	4.51%
四川省	5.72%	5.26%	7.49%
黑龙江省	10.43%	0.48%	1.75%
浙江省	3.44%	0.29%	6.61%
其他	13.19%	8.37%	6.48%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

注: 根据三年采购占比合计从高到低排序

从上表可以看出, 报告期内, 公司分包商主要分布在: ①发行人所在地上海及周边省份江苏、安徽、浙江等地, 报告期内上述地区的供应商采购占比合

计分别为 59.48%、73.05%、46.22%；②山东省、陕西省的供应商采购占比较高，报告期内合计占比分别为 17.71%、8.52%和 15.42%，主要系报告期内公司馆厅展示创意服务业务收入在山东省、陕西省的占比较高，合计分别为 29.61%、13.11%和 15.79%，公司会根据项目实际情况在项目当地或附近区域选择部分供应商；③除此之外，公司主要在北京、黑龙江省、四川省选择供应商分别辐射华北、东北及西南市场，上述地域采购占比相对较高。报告期内馆厅展示创意服务收入在华北、东北及西南地区合计占比分别为 7.49%、32.29%和 22.39%。

发行人分包商选择不限于项目所在地，且装饰装修行业充分竞争、供应商选择较多，分包商主要集中在发行人所在地及周边、项目地辐射范围等地区，与发行人业务具有匹配性。

（2）制作商

公司制作商主要系馆厅展示创意服务业务的场景、多媒体软件、平面、科技展项、展柜及拍摄等供应商。制作商根据公司要求制作完成相关产品后，直接运输到项目现场，多媒体软件及拍摄影片等通过电子传输，均无地域性限制。报告期内，公司制作商主要分布情况如下：

省份	2020 年度 采购占比	2019 年度 采购占比	2018 年度 采购占比
上海市	27.54%	37.70%	40.51%
北京市	20.79%	17.67%	34.68%
陕西省	9.35%	6.99%	0.99%
广东省	3.92%	4.67%	8.02%
安徽省	1.71%	13.92%	0.56%
四川省	8.16%	4.29%	0.00%
浙江省	5.25%	0.39%	4.80%
江苏省	2.33%	2.18%	2.74%
福建省	0.43%	6.39%	0.07%
其他身份	20.52%	5.80%	7.63%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

注：根据三年采购占比合计从高到低排序

从上表可以看出，报告期内，公司制作商主要分布在上海、北京、广东等经济发达城市及省份，定制化创意公司较多，报告期内合计采购占比分别为 83.21%、60.04%和 52.25%，上述比例逐年下降，公司制作商地域分布报告期内有进一步分散趋势；报告期内公司馆厅展示创意服务收入在西北、西南的合计

平均占比为 34.43%，因此公司在陕西省、四川省等地选择制作商且采购比例逐年上升，合计分别为 0.99%、11.28%和 17.51%。除此之外，其余地区制作商采购较分散。

（3）搭建商

公司搭建商主要系展览展示创意服务的搭建供应商，一般情况下，公司在展会周边地区寻找供应商。

报告期内，公司境内展览展示创意服务业务主要集中在上海、北京、江苏、广东等经济发达省市，上述地区合计收入占比分别为 56.98%、62.55%和 74.15%，而公司相应地区的搭建商采购占比合计分别为 64.72%、65.76%、74.59%，地域分布较为匹配。此外，公司在四川的搭建商采购占比较高，分别为 23.28%、0.98%和 8.07%，而相应年度在四川地区的收入占比分别为 19.67%、2.17%和 8.65%，地域分布较匹配。

省份	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	搭建商采购占比	搭建商采购占比	搭建商采购占比
上海市	45.23%	39.93%	21.28%
江苏省	8.05%	19.30%	21.52%
四川省	8.07%	0.98%	23.28%
北京市	9.96%	3.66%	11.62%
广东省	11.35%	2.87%	10.30%
其他省份	17.34%	33.26%	12.00%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

公司境外展览展示创意服务主要集中在欧洲，欧洲收入占境外展览展示创意服务收入占比分别为 73.85%、82.08%和 81.17%；而公司境外供应商主要集中在波兰、罗马尼亚、匈牙利等人工成本较低的欧洲国家，采购占比分别为 59.63%、57.80%和 72.78%，其余供应商分布在德国、意大利、西班牙等地区。

报告期内，公司在美国搭建商的采购占比较高，分别为 11.67%、6.02%和 5.58%，而展览展示在美国收入占比分别为 12.82%、6.65%、5.47%，基本匹配。

报告期内，公司在阿联酋搭建商的采购占比较高，分别为 2.64%、14.44%和 7.47%，而展览展示在阿联酋收入占比分别为 2.89%、1.66%、8.79%。2019 年度，阿联酋的搭建商采购占比较高，主要原因系当年供应商 TIMELESS 虽注册在

阿联酋，但实际运营在欧洲区域，2019 年相应的采购金额较大。

省份	2020 年度 搭建商采购占比	2019 年度 搭建商采购占比	2018 年度 搭建商采购占比
波兰	57.11%	45.43%	47.91%
阿联酋	7.47%	14.44%	2.64%
美国	5.58%	6.02%	11.67%
罗马尼亚	5.48%	9.84%	4.77%
匈牙利	10.19%	2.53%	6.95%
其他	14.17%	21.74%	26.06%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

综上，公司分包商、制作商及搭建商地域分布与公司业务相匹配。

（十二）是否存在供应商为发行人承担成本费用的情形

公司的采购主要通过邀请招投标进行，公司综合各个供应商的报价、供应商资质及合作情况等情况确认供应商及采购价格。公司采购价格公允，不存在供应商为公司承担成本费用的情形。

六、发行人主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率
房屋及建筑物	7,126.18	376.75	6,749.43	94.71%
电子设备	620.77	490.47	130.30	20.99%
运输设备	483.57	376.11	107.47	22.22%
办公家具	105.46	31.31	74.14	70.31%
合计	8,335.98	1,274.64	7,061.33	84.71%

发行人拥有的房屋及建筑物具体情况如下：

序号	资产名称	权证号	座落	建筑面积 (m ²)	取得 方式	所有 权人	他项 权利
1	宽创国际 办公楼	沪（2020）浦 字不动产权第 072657 号	上海市浦东新区科 苑路 1518 号、毕升 路 539 号	10,203.57	新建	宽创 国际	无
2	西安 办公室	/	西安市碑林区长安 北路南稍门十字东 南角 1 幢 12407 室	281.83	购买	宽创 国际	无

公司位于上海市浦东新区科苑路 1518 号、毕升路 539 号的房产为公司总部办公场所，位于西安市碑林区长安北路南稍门十字东南角 1 幢 12407 室的房产为西安分公司的办公场所。

截至本招股说明书签署之日，西安办公室房产权属证书正在办理中。

（二）主要无形资产情况

公司所拥有的无形资产主要为商标、专利权、软件和土地使用权等，截至 2020 年 12 月 31 日，账面价值情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面净值
软件	554.97	286.16	-	268.81
土地使用权	4,019.85	398.01	-	3,621.85
合计	4,574.82	684.17	-	3,890.66

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司拥有的土地使用权情况如下：

土地证号	位置	所有人	面积 (m ²)	权利 性质	用途	使用期限	他项 权利
沪（2020）浦字不动 产权第 072657 号	上海市浦东新区 科苑路 1518 号、 毕升路 539 号	宽创 国际	3,742.10	出让	工业	2017 年 9 月 20 日至 2051 年 5 月 27 日	无

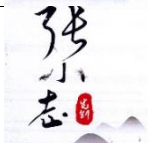
2、商标

（1）境内商标

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司拥有的境内注册商标情况如下：

序号	类别	注册号	商标	有效期限	取得方式
1	16	19558123	BROADMESSE	2017.05.28-2027.05.27	原始取得
2	16	19558083	BroadMesse	2017.05.28-2027.05.27	原始取得
3	35	22991319	BROADMESSE	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
4	35	22991324	BroadMesse	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
5	37	19558348	BROADMESSE	2017.09.07-2027.09.06	原始取得
6	37	22991325	BroadMesse	2018.02.28-2028.02.27	原始取得

序号	类别	注册号	商标	有效期限	取得方式
7	37	22991320	BROADMESSE	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
8	41	22991321	BROADMESSE	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
9	41	22991327	BroadMesse	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
10	42	19559229	BroadMesse	2017.08.21-2027.08.20	原始取得
11	42	19558891	BROADMESSE	2017.08.21-2027.08.20	原始取得
12	42	22991322	BROADMESSE	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
13	42	22991326	BroadMesse	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
14	16	19558105	宽创	2017.05.28-2027.05.27	原始取得
15	35	22991318	宽创	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
16	37	19558301	宽创	2017.08.21-2027.08.20	原始取得
17	37	22991329	宽创	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
18	41	22991330	宽创	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
19	42	19558932	宽创	2017.08.21-2027.08.20	原始取得
20	42	22991331	宽创	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
21	35	29204538	宽创	2019.01.21-2029.01.20	原始取得
22	37	29221924	宽创	2019.02.14-2029.02.13	原始取得
23	37	9023669	宽创	2012.01.14-2022.01.13	原始取得
24	42	9023739	宽创	2012.07.14-2022.07.13	原始取得
25	42	9023722	BROADMESSE	2012.07.14-2022.07.13	原始取得
26	37	9023698	BROADMESSE	2012.07.14-2022.07.13	原始取得
27	35	8127399	BroadMesse	2021.4.14-2031.4.13	原始取得
28	41	8127434	德和宽创	2021.3.21-2031.3.20	原始取得
29	35	8127408	德和宽创	2021.4.14-2031.4.13	原始取得

序号	类别	注册号	商标	有效期限	取得方式
30	41	8127430		2021.3.21-2031.3.20	原始取得
31	35	8127414		2021.4.14-2031.4.13	原始取得
32	41	8127441		2021.6.14-2031.6.13	原始取得
33	16	32247112		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
34	42	32240761		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
35	41	32240704		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
36	42	32235974		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
37	16	32235030		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
38	35	32231786		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
39	41	32231351		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
40	35	32229392		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
41	37	32227166		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
42	37	32227161		2019.4.21-2029.4.20	原始取得
43	35	34194192		2019.7.21-2029.7.20	原始取得
44	42	34189656		2019.6.21-2029.6.20	原始取得
45	41	34180043		2019.6.21-2029.6.20	原始取得
46	42	29209769		2019.5.14-2029.5.13	原始取得

序号	类别	注册号	商标	有效期限	取得方式
47	16	29214027		2020.3.28- 2030.3.27	原始取得
48	41	29205091		2020.3.28-2030.3.27	原始取得

（2）境外商标

序号	知识产权分类	名称	注册人	商标类型	注册分类	有效期
1	欧盟商标 018374996	BROADMESSE	发行人	文字商标	尼斯分类 35、37、41、42	2021. 1. 15-2031. 1. 15

3、专利

截至本招股说明书签署日，公司拥有的专利情况如下：

序号	专利权人	申请日	专利类别	专利号	专利名称	权利期限	取得方式	他项权利
1	发行人	2019.12.17	发明	ZL201911297563.0	基于局部建模的多轴联动轨道车运动轨迹的同步方法	20 年	原始取得	无
2	发行人	2016.4.14	实用新型	ZL201620310903.4	智能展厅集中控制系统	10 年	原始取得	无
3	发行人	2016.4.14	实用新型	ZL201620310905.3	物联网中控系统	10 年	原始取得	无
4	发行人	2016.5.12	实用新型	ZL201620426946.9	智能展柜	10 年	原始取得	无
5	发行人	2017.7.19	实用新型	ZL201720875012.8	一种文物智慧保护与智慧展示柜	10 年	原始取得	无
6	发行人	2017.7.19	实用新型	ZL201720874994.9	一种智慧展示柜的防盗门结构	10 年	原始取得	无
7	发行人	2017.7.19	实用新型	ZL201720874980.7	一种用于展示柜的灵敏式按钮	10 年	原始取得	无
8	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382404.7	激光感应动态投影模型	10 年	原始取得	无
9	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382447.5	一种动态识别技术和全景视频实时生成装置	10 年	原始取得	无
10	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382435.2	一种实时抠像合成与多通道同步播放装置	10 年	原始取得	无
11	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382403.2	一种用于多媒体互动回转展台的起卧式连接装置	10 年	原始取得	无
12	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382428.2	一种展馆智能化集成控制单元模块	10 年	原始取得	无
13	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382446.0	一种摇动式图像显示及幻像呈现装置	10 年	原始取得	无
14	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382441.8	一种可拼接数字沙盘融合装置	10 年	原始取得	无

序号	专利权人	申请日	专利类别	专利号	专利名称	权利期限	取得方式	他项权利
15	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382429.7	一种可移动生物标本视频实时采集及展示装置	10 年	原始取得	无
16	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382430.X	一种基于可移动模型的动态影像装置	10 年	原始取得	无
17	发行人	2018.3.30	实用新型	ZL201721382434.8	一种基于 LCD 光阀阵列的光影浮雕装置	10 年	原始取得	无
18	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL201820741063.6	一种圆锥型多媒体全息展柜	10 年	原始取得	无
19	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL201820741064.0	一种游客数据采集设备	10 年	原始取得	无
20	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741081.4	一种文物识别装置	10 年	原始取得	无
21	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741123.4	一种结构光人体动作捕捉装置	10 年	原始取得	无
22	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741124.9	一种基于图像特征点的文物索引装置	10 年	原始取得	无
23	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741125.3	一种基于结构光特征点的文物识别装置	10 年	原始取得	无
24	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 2018207411395	一种基于路由器的智能监控装置	10 年	原始取得	无
25	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741301.3	一种 AR 眼镜	10 年	原始取得	无
26	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741302.8	一种结构光人流统计装置	10 年	原始取得	无
27	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741303.2	一种二维码展示装置	10 年	原始取得	无
28	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL201820741321.0	一种基于 iBeacon 手环的大型室内导航装置	10 年	原始取得	无
29	发行人	2019.7.9	实用新型	ZL201921061761.2	可折叠式 VR 手机壳	10 年	原始取得	无
30	发行人	2019.9.26	实用新型	ZL201921612597.X	一种观众与画卷的互动装置	10 年	原始取得	无
31	发行人	2019.7.15	实用新型	ZL201921101644.4	一种智能自助导览讲解机	10 年	原始取得	无
32	发行人	2019.7.9	实用新型	ZL201921061766.5	一种双层显示的幻影展柜	10 年	原始取得	无
33	发行人	2019.9.3	实用新型	ZL201921449021.6	一种摇头灯雷达互动装置	10 年	原始取得	无
34	发行人	2019.9.26	实用新型	ZL201921612619.2	一种多功能沉浸式 VR 运动平台装置	10 年	原始取得	无
35	发行人	2019.7.9	实用新型	ZL201921062130.2	一种可调距的双层显示幻影展柜	10 年	原始取得	无
36	发行人	2019.6.21	实用新型	ZL201920942582.3	一种八面体多媒体全息展柜	10 年	原始取得	无
37	发行人	2019.6.26	实用新型	ZL201920973494.X	一种新式创意拼图互动体验展厅	10 年	原始取得	无
38	发行人	2019.7.9	实用新型	ZL201921061748.7	一种投影变脸表演帽	10 年	原始取得	无
39	发行人	2019.9.3	实用新型	ZL201921449018.4	一种新式双重感应智能交互 RGB 地砖灯	10 年	原始取得	无

序号	专利权人	申请日	专利类别	专利号	专利名称	权利期限	取得方式	他项权利
40	发行人	2019.12.3	实用新型	ZL201922131888.3	一种互动展示桌	10 年	原始取得	无
41	发行人	2019.12.9	实用新型	ZL201922183653.9	一种三自由度座椅平衡结构及包含该结构的座椅	10 年	原始取得	无
42	发行人	2019.12.17	实用新型	ZL201922259482.3	一种渔业投食无人机	10 年	原始取得	无
43	发行人	2020.5.26	实用新型	ZL202020900225.3	一种教学用 VR 头盔	10 年	原始取得	无
44	发行人	2020.5.26	实用新型	ZL202020900846.1	一种 VR 手柄	10 年	原始取得	无
45	发行人	2020.5.26	实用新型	ZL202020903076.6	一种 VR 虚拟体验装置	10 年	原始取得	无
46	发行人	2020.5.26	实用新型	ZL202020900857X	一种虚拟体验设备	10 年	原始取得	无
47	发行人	2020.6.16	实用新型	ZL202021109239X	一种投影仪固定装置	10 年	原始取得	无
48	发行人	2020.6.29	实用新型	ZL202021233559.6	一种移动式旋转机构	10 年	原始取得	无
49	发行人	2020.9.2	实用新型	ZL202021889817.6	一种固定式旋转骑行机构	10 年	原始取得	无
50	发行人	2020.3.4	外观设计	ZL202030069174.X	座椅（4D 动感尊享系列）	10 年	原始取得	无
51	发行人	2020.3.4	外观设计	ZL202030069055.4	座椅扶手（4D 动感特效尊享系列）	10 年	原始取得	无
52	发行人	2020.5.14	外观设计	ZL202030221340.3	虚拟体验设备	10 年	原始取得	无
53	发行人	2020.5.14	外观设计	ZL202030220697.X	运动座椅	10 年	原始取得	无
54	发行人	2020.5.14	外观设计	ZL202030221341.8	传动件	10 年	原始取得	无
55	发行人	2020.5.14	外观设计	ZL202030220696.5	支架	10 年	原始取得	无
56	发行人	2020.5.29	外观设计	ZL202030259617.1	摆件创意魔方（魔方精灵-1）	10 年	原始取得	无
57	发行人	2020.5.29	外观设计	ZL202030259514.5	LED 显示摆件（型号 DNA-1）	10 年	原始取得	无
58	发行人	2020.5.29	外观设计	ZL202030259517.9	沉浸式体验平台（型号火星车-1）	10 年	原始取得	无
59	发行人	2020.9.2	外观设计	ZL202030513675.2	显示器	10 年	原始取得	无
60	发行人	2020.10.15	外观设计	ZL202030612079.X	虚拟影院（旋转苍穹）	10 年	原始取得	无
61	发行人	2020.11.17	外观设计	ZL202030693875.0	虚拟体验设备（滑雪平衡平台）	10 年	原始取得	无
62	发行人	2020.10.15	外观设计	ZL202030612078.5	座椅踏板	10 年	原始取得	无

4、软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有的软件著作权情况如下：

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
1	2013SR097263	宽创弧形大屏幕沉浸式软件[简称:弧形大屏幕沉浸式软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/4/18
2	2013SR097471	互动地面投影软件[简称:交互软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/3/2
3	2013SR097473	宽创 π 计算查询软件[简称: π 计算查询软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/3/6
4	2013SR097654	3D智能生物与人交互软件[简称:交互软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/3/28
5	2013SR097658	宽创数列华尔兹软件[简称:数列华尔兹软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/4/25
6	2013SR097661	KINECT人体捕捉软件[简称:人体捕捉软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/3/14
7	2014SR129058	宽创激光互动沙盘软件[简称:激光互动沙盘软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
8	2014SR129089	宽创展览展示听海观潮软件 V1.0	发行人	原始取得	未发表
9	2014SR129094	宽创 3D 深海花园软件[简称: 3D 深海花园软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
10	2014SR129238	宽创展览展示海岛算经软件 V1.0	发行人	原始取得	未发表
11	2014SR129760	宽创 L 形琴岛互动软件[简称:L 形琴岛互动软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
12	2014SR129767	宽创乘法矩阵软件[简称:乘法矩阵软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
13	2014SR129965	宽创未来能源氙提炼软件[简称:未来能源氙提炼软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
14	2014SR130332	宽创 3D 深海异景软件[简称: 3D 深海异景软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
15	2015SR067748	宽创-展览展示企业互创平台 V1.0	发行人	原始取得	未发表
16	2015SR181759	宽创互动签名系统应用软件[简称:互动签名软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/3/20
17	2015SR181942	宽创互动桌面采集系统应用软件[简称:互动桌面采集系统应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/9
18	2015SR182249	宽创体感汽车互动演示系统应用软件[简称:体感汽车互动演示]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/9
19	2015SR182255	宽创 IPAD 沙盘互动软件[简称: IPAD 沙盘互动软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/9
20	2015SR182606	宽创虚拟一体化沙盘控制软件[简称:虚拟一体化沙盘控制软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/3/20
21	2015SR184138	宽创实时移拉屏控制系统应用软件[简称:实时移拉屏控制系统]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/9
22	2015SR184143	宽创二维移动屏软件[简称:二维移动屏软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/20
23	2015SR184686	宽创模拟驾驶数据识别软件[简称:模拟驾驶数据识别软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/20
24	2015SR185327	宽创互动灯光控制沙盘软件[简称:互动灯光控制沙盘软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/6/1
25	2015SR185578	宽创互动幻影成像展示软件[简称:互动幻影成像展示软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/20
26	2015SR186026	宽创宝鸡中控软件[简称:宝鸡中控软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/6/20
27	2015SR219065	宽创湿地生态保护系统软件[简称:湿地生态保护系统软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/9/10
28	2015SR219091	宽创二维码信息采集系统软件[简称:二维码信息采集系统软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/7/10
29	2015SR226751	宽创湿地过滤水净化演绎系统软件[简称:湿地过滤水净化演绎系统软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/8/12

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
30	2017SR430203	宽创角度传感平衡测试应用软件[简称：角度传感平衡测试应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
31	2017SR430212	宽创压力传感太空漫步应用软件[简称：压力传感太空漫步软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
32	2017SR430219	宽创自行车骑行漫游应用软件[简称：体感自行车软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
33	2017SR430230	宽创体感天马互动应用软件[简称：体感天马互动软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
34	2017SR432525	宽创滑雪互动漫游应用软件[简称：滑雪场互动软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
35	2017SR432532	宽创机械马体感互动应用软件[简称：机械马体互动软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
36	2017SR449847	宽创德国游族 AR 应用软件[简称：德国游族 AR 软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
37	2017SR449854	宽创触摸式天宫对接应用软件[简称：触摸式天宫对接应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2016/12/8
38	2017SR450313	宽创 leapmotion 感应互动应用软件[简称：leapmotion 感应互动应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2016/12/8
39	2017SR524165	宽创 Oculus 深山寻药应用软件[简称：Oculus 深山寻药应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2016/12/8
40	2018SR704048	宽创中卫 AR 互动大屏互动应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
41	2018SR703762	宽创动画配音互动展项应用软件[简称：动画配音互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2017/12/8
42	2018SR771307	宽创人体奥秘互动展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2018/1/8
43	2018SR771302	宽创绿色能源互动应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2017/11/30
44	2018SR769707	宽创漫游咸阳互动应用软件[简称：漫游咸阳]V1.0	发行人	原始取得	2017/11/30
45	2018SR879382	宽创南海互动墙应用软件[简称：儿童绘画]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
46	2018SR987480	宽创平台载体飞屏互动展项应用软件[简称：平台载体飞屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
47	2018SR871492	宽创乘法矩阵互动展项应用软件[简称：乘法矩阵互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/6
48	2018SR871499	宽创风力发电互动展项应用软件[简称：风力发电互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2017/10/16
49	2018SR871505	宽创海洋牧场互动展项应用软件[简称：海洋牧场互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2016/9/22
50	2018SR871513	宽创秘陵寻踪互动应用软件[简称：秘陵寻踪]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/19
51	2018SR871528	宽创南海儿童绘画应用软件[简称：儿童绘画]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
52	2018SR871539	宽创奇幻森林互动展项应用软件[简称：奇幻森林互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2017/8/15
53	2018SR871534	宽创三年行动互动展项应用软件[简称：三年行动互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2016/9/25
54	2018SR871520	宽创问道葛洪互动体验展项应用软件[简称：问道葛洪互动体验展项]V1.0	发行人	原始取得	2017/12/8
55	2018SR871375	宽创氩氩花园互动应用软件[简称：氩氩花园]V1.0	发行人	原始取得	2017/2/19
56	2018SR867621	宽创渔港捕捞互动展项应用软件[简称：渔港捕捞互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2016/11/15
57	2018SR867624	宽创中恒 AR 互动应用软件[简称：中恒 AR]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
58	2019SR0018405	宽创阿米巴模块感应互动应用软件[简	发行人	原始取得	2018/4/2

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		称：阿米巴模块感应]V1.0			
59	2019SR0018404	宽创炒灸移动屏互动应用软件[简称：炒灸移动屏互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
60	2019SR0018402	宽创大数据征信双屏互动展项应用软件[简称：大数据征信双屏互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
61	2019SR0018401	宽创华邈 VR 互动应用软件[简称：华邈VR]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/19
62	2019SR0018399	宽创寄予延安语音识别应用软件[简称：寄予延安语音识别]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
63	2019SR0018607	宽创家风馆百家姓应用软件[简称：家风馆百家姓]V1.0	发行人	原始取得	2018/7/20
64	2019SR0018540	宽创金卡 VR 互动应用软件[简称：金卡VR 互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
65	2019SR0018536	宽创科举答题互动应用软件[简称：科举答题]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
66	2019SR0018533	宽创虚拟收割机互动应用软件[简称：虚拟收割机]V1.0	发行人	原始取得	2017/11/30
67	2019SR0131333	宽创生态合作伙伴互动展项应用软件[简称：生态合作伙伴]V1.0	发行人	原始取得	2018/9/12
68	2019SR0018529	宽创新道 AR 互动应用软件[简称：宽创新道 AR]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
69	2019SR0018527	宽创新生态驱动力互动应用软件[简称：新生态驱动力]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
70	2019SR0393830	宽创游客数据采集分析系统[简称：游客数据采集系统]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/31
71	2019SR0393329	宽创智慧导览应用软件[简称：智慧导览]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/20
72	2019SR0505551	宽创北宋和西夏官制互动展项应用软件[简称：北宋和西夏官制]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
73	2019SR0502393	宽创落叶归根双屏互动展项应用软件[简称：落叶归根双屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
74	2019SR0505598	宽创欧阳修互动展项应用软件[简称：宽创欧阳修]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
75	2019SR0505588	宽创蕲王庙互动展项应用软件[简称：蕲王庙]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
76	2019SR0505593	宽创 VR 互动博物馆应用软件[简称：宽创 VR 互动博物馆]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
77	2019SR0505585	宽创上海脑电波互动答题应用软件[简称：互动答题]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
78	2019SR0502720	宽创上海空间穿梭互动应用软件[简称：空间穿梭互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
79	2019SR0510137	宽创 24 节气桌面红外互动软件应用软件[简称：24 节气桌面红外互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/1
80	2019SR0510134	宽创 E100 漫游互动应用软件[简称：E100 漫游互动应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/5
81	2019SR0510129	宽创城市画卷互动应用软件[简称：宽创城市画卷互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/1/29
82	2019SR0510124	宽创马铃薯虚拟收获机互动应用软件[简称：马铃薯收获机]V1.0	发行人	原始取得	2017/11/30
83	2019SR0513382	宽创老山射击互动应用软件[简称：射击互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/19
84	2019SR0513378	宽创数字企业 VR 互动应用软件[简称：数字企业 VR 互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/11/28
85	2019SR0513374	宽创司库双屏互动展项应用软件[简称：司库双屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
86	2019SR0502358	宽创体感互动烟花软件应用[简称：体感互动烟花]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
87	2019SR0502348	宽创铁路大坝 AR 互动应用[简称：铁路大坝 AR]V1.0	发行人	原始取得	2018/11/15
88	2019SR0502099	宽创五路伐夏互动展项应用[简称：五路伐夏]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
89	2019SR0502111	宽创乡音乡情互动展项应用[简称：乡音乡情互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
90	2019SR0502113	宽创移民圣地互动展项应用[简称：移民圣地]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
91	2019SR0502117	宽创智慧广信双屏互动展项应用[简称：智慧广信双屏互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
92	2019SR0502095	宽创扫雷区体验应用[简称：扫雷区体验]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
93	2019SR0502091	宽创上海五感体验互动应用[简称：五感体验互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
94	2019SR0502079	宽创互动拍照系统[简称：宽创互动拍照]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
95	2019SR0502076	宽创互动魔墙软件[简称：宽创互动魔墙]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
96	2019SR0637034	基于二维图像算法的立体建模系统 V1.0	发行人	原始取得	2016/10/18
97	2019SR0969769	宽创巴西针叶樱桃互动展项应用[简称：巴西针叶樱桃]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
98	2019SR0959940	宽创复合材料 AR 互动应用[简称：复合材料 AR]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
99	2019SR1046415	宽创换装互动应用[简称：宋代官府换装互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/19
100	2019SR0959958	宽创基因多态性互动展项应用[简称：基因多态性]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
101	2019SR0969761	宽创计步换算互动展项应用[简称：计步换算]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
102	2019SR0959972	宽创免疫战争互动展项应用[简称：免疫战争]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
103	2019SR0970178	宽创生命密码互动展项应用[简称：生命密码]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
104	2019SR0959964	宽创营养星球互动展项应用[简称：营养星球]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
105	2019SR1412136	宽创棒球快击互动应用[简称：棒球快击]V1.0	发行人	原始取得	2019/5/19
106	2019SR1412699	宽创深蹲逃生应用[简称：深蹲逃生]V1.0	发行人	原始取得	2019/5/5
107	2020SR0112385	宽创碑刻拓片互动展项应用[简称：碑刻拓片]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/25
108	2020SR0112380	宽创行船过陡双屏互动展项应用[简称：行船过陡]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/29
109	2020SR0111997	宽创留言板互动展项应用[简称：留言板]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/11
110	2020SR0111800	宽创美食诗话互动展项应用[简称：美食诗话]V1.0	发行人	原始取得	2019/8/9
111	2020SR0111805	宽创明太祖长卷双屏互动展项应用[简称：明太祖长卷]V1.0	发行人	原始取得	2019/8/31
112	2020SR0111794	宽创丝路瑰宝互动展项应用[简称：丝路瑰宝]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/5
113	2020SR0313704	宽创文物见证西藏互动展项应用	发行人	原始取得	2019/9/12

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		[简称：文物见证西藏]V1.0			
114	2020SR0303455	宽创舌尖上的青海拉面互动展项应用软件[简称：舌尖上的青海拉面]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
115	2020SR0303458	宽创睡眠自测互动展项应用软件[简称：睡眠自测]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
116	2020SR0303452	宽创透视自己互动展项应用软件[简称：透视自己]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
117	2020SR0303476	宽创新西兰乳清蛋白互动展项应用软件[简称：新西兰乳清蛋白]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
118	2020SR0303473	宽创营养巨作互动展项应用软件[简称：营养巨作]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
119	2020SR0303479	宽创最美拉面人互动展项应用软件[简称：最美拉面人]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
120	2020SR0303461	宽创 HTC VIVE 骑射互动应用软件[简称：宽创骑射互动]V1.0	发行人	原始取得	2017/12/19
121	2020SR0298598	宽创安康 AR 互动应用软件[简称：安康 AR 互动]V1.0	发行人	原始取得	未发表
122	2020SR0303464	宽创南海海底互动应用软件[简称：海底 VR 互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/7/19
123	2020SR0303470	宽创上海电气全生命周期应用软件[简称：上海电气全生命周期]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
124	2020SR0303467	宽创我是神炮手互动应用软件[简称：我是神炮手]V1.0	发行人	原始取得	2018/11/30
125	2020SR0303482	宽创星际平衡互动应用软件[简称：星际平衡]V1.0	发行人	原始取得	2019/6/19
126	2020SR0298595	宽创中恒 VR 互动应用软件[简称：中恒 VR 互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
127	2019SR1367924	宽创六自由度火星车 VR 影院控制软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/11/29
128	2019SR1370174	宽创乐器之声雷达互动展项应用软件 [V1.0	发行人	原始取得	2019/10/30
129	2020SR0289132	宽创宇宙穿越游戏模拟实践操作软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/6/21
130	2019SR1367934	宽创时空长廊红外摄像头多拼互动展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/6/20
131	2019SR1368267	宽创与文物合影的虚拟拍照展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/7/28
132	2019SR1361192	宽创五子登科 Kinect 互动展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/8/20
133	2019SR1362752	宽创微信小程序信息瀑布互动展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/9/30
134	2020SR0289090	宽创遇见未来的自己法国葡萄园管理应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/9/27
135	2020SR0596141	宽创文博智能化管理平台应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/3/1
136	2020SR0615138	宽创病毒对抗互动应用软件[简称：病毒对抗]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/5
137	2020SR0617324	宽创初出茅庐展妙手互动展现应用软件[简称：初出茅庐展妙手]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/26
138	2020SR0614673	宽创工程大力士互动展项应用软件[简称：工程大力士]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/11
139	2020SR0614665	宽创杭州水利互动展项应用软件[简称：杭州水利]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/12
140	2020SR0614681	宽创杭州水情互动展项应用软件[简称：杭州水情]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/14

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
141	2020SR0615131	宽创红糖制作互动展项应用软件[简称：红糖制作互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/25
142	2020SR0615146	宽创鸡毛换糖互动展项应用软件[简称：鸡毛换糖互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/15
143	2020SR0617309	宽创寄语天地留言互动展项应用软件[简称：寄语天地]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/15
144	2020SR0614658	宽创健康餐厅互动展项应用软件[简称：健康餐厅]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/16
145	2020SR0614650	宽创惊险旅程互动展项应用软件[简称：惊险旅程]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/6
146	2020SR0614340	宽创名企查询互动展项应用软件[简称：名企查询]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/23
147	2020SR0615154	宽创皮肤的面积互动展项应用软件[简称：皮肤的面积]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/16
148	2020SR0617133	宽创水与健康互动展项应用软件[简称：水与健康]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/20
149	2020SR0613486	宽创体验 X 光透视互动展项应用软件[简称：体验 X 光透视]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/22
150	2020SR0615162	宽创义乌道情双屏互动展项应用软件[简称：义乌道情双屏互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/20
151	2020SR0614635	宽创义乌十八腔互动展项应用软件[简称：乌十八腔]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/24
152	2020SR0614643	宽创装载机变形记互动展项应用软件[简称：载机变形记]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/14
153	2020SR0705773	材料库小程序软件[简称：材料库小程序]V1.0	发行人	原始取得	2019/10/4
154	2020SR0705789	留言小程序软件[简称：留言小程序]V1.0	发行人	原始取得	2019/8/19
155	2020SR0705781	宽创客流终端系统 V1.0	发行人	原始取得	2019/11/19
156	2020SR0705765	宽创人人看展小程序软件[简称：宽创人人看展小程序]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/20
157	2020SR0793899	宽创集团介绍飞屏互动展项应用软件[简称：集团介绍飞屏]V1.0	发行人	原始取得	2018/6/18
158	2020SR0253879	宽创 P2P 双屏互动展项应用软件[简称：P2P 双屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
159	2020SR0254845	宽创不健康体征互动展项应用软件[简称：不健康体征]V1.0	发行人	原始取得	2019/6/2
160	2020SR0253880	宽创财务岗位能力飞屏互动展项应用软件[简称：财务岗位能力]V1.0	发行人	原始取得	2018/5/17
161	2020SR0254841	宽创产品体系飞屏互动展项应用软件[简称：产品体系飞屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
162	2020SR0253881	宽创杭州云栖互动展项应用软件[简称：杭州云栖]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
163	2020SR0793891	宽创家电飞屏互动展项应用软件[简称：家电飞屏]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
164	2020SR0253882	宽创家电企业博览互动展项应用软件[简称：家电企业博览]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
165	2020SR0254836	宽创家电小剧场互动展项应用软件[简称：家电小剧场]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
166	2020SR0253883	宽创美丽心情互动展项应用软件[简称：美丽心情]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
167	2020SR0252977	宽创浦江书画双屏互动展项应用软件[简称：浦江书画]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
168	2020SR0252989	宽创膳食金字塔互动展项应用软件[简称：膳食金字塔]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
169	2020SR0252983	宽创商务拜访互动展项应用软件[简称：商务拜访]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
170	2020SR0253839	宽创心情垃圾站互动展项应用软件[简称：心情垃圾站]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
171	2020SR0253876	宽创虚拟投标室应用软件[简称：虚拟投标室]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
172	2020SR0253877	宽创运动问卷互动展项应用软件[简称：运动问卷]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
173	2020SR0253878	宽创智慧能源模块感应互动应用软件[简称：智慧能源模块感应互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
174	2020SR0810598	宽创海南居处 LeapMotion 应用软件[简称：海南居处]v1.0	发行人	原始取得	2020/5/5
175	2020SR0811314	汽车喷涂涂鸦软件[简称：汽车喷涂]v1.0	发行人	原始取得	2020/5/25
176	2020SR1034758	宽创音乐谷沙盘控制应用软件[简称：音乐谷沙盘控制应用软件]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
177	2020SR1034766	宽创腕力挑战应用软件[简称：腕力挑战]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
178	2020SR1034958	宽创大开眼界应用软件[简称：大开眼界]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
179	2020SR1034966	宽创智慧云影像拍照应用软件[简称：智慧云影像拍照]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
180	2020SR1034975	宽创赞助商信息展示魔墙应用软件[简称：赞助商信息展示魔墙]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
181	2020SR1163310	宽创戏水踩鱼互动应用软件[简称：戏水踩鱼]v1.0	发行人	原始取得	2019/11/19
182	2020SR1878417	宽创不忘初心互动展项应用软件[简称：不忘初心]V1.0	发行人	原始取得	2020/9/23
183	2020SR1865709	宽创茅台重点项目魔墙应用软件[简称：茅台重点项目]V1.0	发行人	原始取得	2020/6/20
184	2020SR1865708	宽创青山湖产业园内投球应用软件[简称：青山湖产业园内投球]V1.0	发行人	原始取得	2020/6/20
185	2020SR1865712	宽创多彩非遗互动展项应用软件[简称：多彩非遗]V1.0	发行人	原始取得	2020/9/8
186	2020SR1865711	宽创服务全球互动展项应用软件[简称：服务全球]V1.0	发行人	原始取得	2020/9/24
187	2020SR1865710	宽创畅游衢州互动桌应用软件[简称：畅游衢州互动桌]V1.0	发行人	原始取得	2020/6/20
188	2020SR1837943	宽创网上轻纺城信息展示应用软件[简称：网上轻纺城]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
189	2020SR1837944	宽创苏州蓝图魔墙应用软件[简称：苏州蓝图魔墙]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
190	2020SR1837945	宽创纺织企业信息展示触摸桌应用软件[简称：纺织企业信息查询]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
191	2020SR1829772	宽创幻彩大熊猫互动展项应用软件[简称：幻彩大熊猫]V1.0	发行人	原始取得	2020/7/1
192	2020SR1762138	宽创深哈 22 万方 LeapMotion 互动展项应用软件[简称：深哈 22 万方]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/16
193	2020SR1256015	宽创改革开放再出发互动展项应用软件[简称：改革开放再出发]V1.0	发行人	原始取得	2020/7/24
194	2020SR1256016	宽创云看展 APP 应用软件[简称：云看展]V1.0	发行人	原始取得	2020/7/22
195	2020SR1251357	宽创变身核电互动展项应用软件[简称：变身核电]V1.0	发行人	原始取得	2020/6/12
196	2020SR1251356	宽创军史馆互动展项应用软件[简称：军	发行人	原始取得	2020/7/20

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		史馆互动]V1.0			
197	2020SR0911275	图片二维码系统 V1.0	发行人	原始取得	2019/7/19
198	2020SR0879814	宽创核能知识普查互动展项应用软件[简称：核能知识普查互动]V1.0	发行人	原始取得	2020/4/20
199	2020SR0880186	宽创华龙一号沙盘互动展项应用软件[简称：华龙一号沙盘互动]V1.0	发行人	原始取得	2020/4/22
200	2020SR0763247	宽创火舞祈禱互动展项应用软件[简称：火舞祈禱]V1.0	发行人	原始取得	2020/4/30
201	2021SR0119668	宽创世界葡萄酒文化互动展项应用软件[简称：世界葡萄酒文化]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/22
202	2021SR0119501	宽创循迹·世界葡萄酒文化展项应用软件[简称：循迹·世界葡萄酒文化]V1.0	发行人	原始取得	2020/9/3
203	2021SR0119659	宽创心理与表情软件[简称：心理与表情]V1.0	发行人	原始取得	2020/9/2
204	2021SR0119589	宽创一街六坊互动展项应用软件[简称：一街六坊]V1.0	发行人	原始取得	2020/10/5
205	2021SR0381050	宽创市情查询互动展项应用软件[简称：市情查询] V1.0	发行人	原始取得	2020/12/15
206	2021SR0773172	宽创我的兄弟姐妹互动展项应用软件[简称：我的兄弟姐妹] V1.0	发行人	原始取得	2020/9/17
207	2021SR0773173	宽创经管学院魔墙软件[简称：经管学院魔墙] V1.0	发行人	原始取得	2021/2/5
208	2021SR0773188	宽创大熊猫成长日记互动展项应用软件[简称：大熊猫成长日记] V1.0	发行人	原始取得	2020/12/25
209	2021SR0773189	宽创飞驰的汽车互动展项应用软件[简称：飞驰的汽车] V1.0	发行人	原始取得	2020/12/15
210	2021SR0773190	一种动感影院的通用控制软件 V1.0	发行人	原始取得	2021/3/1
211	2021SR0391680	宽创我不会弄错互动展项应用软件[简称：我不会弄错] V1.0	发行人	原始取得	2020/9/17
212	2021SR0391681	宽创辐射无处不在互动展项应用软件[简称：辐射无处不在] V1.0	发行人	原始取得	2020/7/4
213	2021SR0391622	宽创百丈关射击互动应用软件] V1.0	发行人	原始取得	2020/11/25
214	2021SR0391677	宽创我的家建在这里互动展项应用软件[简称：我的家建在这里] V1.0	发行人	原始取得	2020/9/18
215	2021SR0391677	宽创动物眼中的世界互动展项应用软件[简称：动物眼中的世界] V1.0	发行人	原始取得	2020/8/5
216	2021SR0391671	宽创德马泰克互动展项应用软件[简称：德马泰克] V1.0	发行人	原始取得	2020/11/1
217	2021SR0391673	宽创国酒典藏模块屏应用软件[简称：国酒典藏] V1.0	发行人	原始取得	2020/9/16
218	2021SR0391679	宽创留言互动展项应用软件[简称：留言互动] V1.0	发行人	原始取得	2020/10/20
219	2021SR0391672	宽创行星发动机 VR 互动应用软件[简称：行星发动机 VR 互动] V1.0	发行人	原始取得	2020/8/3
220	2021SR0391674	宽创酿酒 VR 互动应用软件[简称：酿酒 VR 互动应用软件] V1.0	发行人	原始取得	2020/8/3
221	2021SR0638640	宽创人的一生互动应用软件[简称：人的一生]V1.0	发行人	原始取得	2020/12/25
222	2021SR0638639	宽创垃圾资源化利用互动展项应用软件[简称：垃圾资源化利用]V1.0	发行人	原始取得	2020/12/28
223	2021SR0631592	宽创物联网智能冰箱展示软件[简称：物联网智能冰箱]V1.0	发行人	原始取得	2020/9/8
224	2021SR0631593	宽创源头减量竞答互动展项应用软件[简称：源头减量竞答]V1.0	发行人	原始取得	2020/10/30

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
225	2021SR0525017	宽创如何躲避水旱灾害互动展项应用软件[简称：如何躲避水旱灾害]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/20

截至招股说明书签署日，发行人上述专利、商标、软件著作权等知识产权权属清晰，不存在与其他第三方纠纷或潜在纠纷的情况。

5、被许可使用他人资产情况

为更好地开展销售及售后服务工作，发行人在主要业务区域的重点城市租赁房屋，供销售及售后人员使用。

截至本招股说明书签署日，发行人房屋租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	租赁期间	月租金（元）	面积（m ² ）	租赁用途	租赁备案
1	宽创国际成都分公司	欧红、欧伟	成都市武侯区领事馆路7号1栋2单元8层806号	2020.4.5-2022.4.4	12,751.20	141.68	办公	是
2	宽创国际	杭州蓝柚公寓管理有限公司	杭州市余杭区万创国际T3-2118	2020.10.13-2021.10.12	4,600.00	47.00	办公	否
3	宽创国际	深圳市富健丰商业管理有限公司	深圳市南山区海德三道海岸大厦东座1113	2020.8.1-2021.7.31	28,800.00	129.93	办公	是
4	宽创国际	沈奎	六安市叶集区新城国际23栋1单元1003室	2020.11.4-2021.11.3	1,300.00	101.10	办公、住宿	否
5	宽创国际	杨钱述	六安市叶集区中央花园3幢3单元606室	2021.4.17-2022.4.16	1,125.00	136.44	住宿	否

上述房屋租赁均系发行人与出租方按照市场价确定租金，并通过中介机构办理，租赁定价公允。发行人与上述房屋出租方不存在关联关系。

截至本招股说明书签署日，发行人子公司及各分公司信息如下：

序号	主体	城市分布	经营状况	住所性质	住所地址
1	香港宽创国际文化科技有限公司	中国香港	依法存续且合法经营	注册登记	香港尖沙咀广东道17-19号环球金融中心南座13A楼05-15室
2	上海浦东宽新科技有限公司	上海	已注销	集中登记	中国（上海）自由贸易试验区芳春路400号1幢3层
3	上海宽创国际文化科技股份有限公司成都分公司	四川成都	依法存续且合法经营	租赁	成都市武侯区领事馆路7号1栋2单元8层806号
4	上海宽创国际文化科	广东深圳	依法存续且合	租赁	深圳市南山区海德三道海

序号	主体	城市分布	经营状况	住所性质	住所地址
	技股份有限公司深圳分公司		法经营		岸大厦东座 1113
5	上海宽创国际文化科技股份有限公司六安分公司	安徽六安	依法存续尚未实际经营	租赁	六安市叶集区新城国际 23 栋 1 单元 1003 室
6	上海宽创国际文化科技股份有限公司青岛分公司	山东青岛	依法存续尚未实际经营	集中登记	山东省青岛市城阳区域阳街道长城路 89 号青岛海峡两岸文化创意产业园 10 号楼 705 室
7	上海宽创国际文化科技股份有限公司西安分公司	陕西西安	依法存续且合法经营	自持	西安市碑林区长安北路南稍门十字东南角 1 幢 12407 室

发行人上述分、子公司中，宽创香港因外汇便利作为发行人展览展示业务的合同签订主体和结算主体，实际业务由母公司宽创国际来经营，宽创香港本身无员工及办公场所，住所地址为注册登记地址，仅为办理工商登记注册等用途使用。根据柯伍陈律师事务所出具的《法律意见书》，宽创香港不存在违法、违规经营情况，无违反相关行业监管法律、法规而被处罚的情况。

发行人成都分公司、深圳分公司、西安分公司、六安分公司在其所在地均持有或租赁了办公场所；青岛分公司、宽新科技存续期间尚未实际经营，注册地址为集中登记地址，仅为办理工商登记注册等用途使用。

根据《公司法》规定，设立有限责任公司，应当具备公司住所。根据《上海市企业住所登记管理办法》，第七条（集中登记）区（县）人民政府或者其授权单位可以指定一处或多处非居住用房为集中登记地，供本区（县）内从事不扰民、不影响周边环境和公共安全经营项目的企业登记住所。根据《青岛市人民政府关于印发青岛市商事主体住所（经营场所）登记管理办法的通知》，依法设立的集中办公区、市场主体孵化器、律师事务所等具备商务秘书服务功能的机构，可以采用席位注册，登记多家商事主体。

上述子、分公司所在地市场监督管理局均出具相关证明，报告期内不存在违法违规市场监督管理法律法规而被予以行政处罚的记录。

综上，发行人子、分公司根据其实际经营业务情况在当地持有、租赁办公场所或采用工商注册登记/集中登记住所，符合《公司法》及当地住所登记管理办法的规定，不存在其他关联方代为承担成本和费用，不存在利益输送的情形。

截至本招股说明书签署之日，西安办公室房产权属证书正在办理中。根据发

行人与陕西昊伟房地产有限责任公司签订的《商品房买卖合同（预售）》及相关说明，发行人购买的位于西安市碑林区长安北路南稍门十字东南角地块上的 1 幢 1 单元 24 层 12407 号商品房现已交付并使用，但尚未办理产权登记，主要原因系上述商品房项目整体综合验收涉及的环节及部门较多，尚未完成。待项目综合验收后，方可申请办理房产证，双方不存在纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，发行人在六安租赁的两处房产及在杭州租赁房产未办理备案手续，具体原因如下：（1）发行人承租的位于六安市叶集区新城国际 23 栋 1 单元 1003 室房屋未办理租赁备案登记系由于出租方购买商品房后尚未办理房产证（已提供购房合同等文件），相关部门不予办理租赁备案登记，待出租方取得房产证后办理租赁备案登记；（2）发行人承租的六安市叶集区中央花园 3 幢 3 单元 606 室房屋、杭州市余杭区万创国际 T3-2118 室房屋未办理租赁备案登记系由于出租方不予协助，故发行人无法办理租赁备案登记手续。

根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条规定：“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力”。且发行人与出租方签署的房屋租赁合同均未约定以房屋租赁合同登记备案作为合同的生效要件。因此，发行人和出租方尚未办理租赁备案登记手续不影响上述租赁合同的有效性，不会对发行人合法使用租赁房产造成实质性法律障碍。

发行人未办理产权证书、租赁房屋主要用于发行人的日常办公及员工宿舍，面积较小，可替代性较强，如公司不能继续使用上述房屋，发行人能在短时间内租赁同类房屋，且发行人对于房产办公地点及房产性质并无重大依赖且搬迁成本较低。该事项不会对公司的业务开展产生实质性影响。

发行人实际控制人张东、李丹已出具承诺，若上述房产面临搬迁，将另行租赁办公场所维持分公司正常运作，不会对发行人业务开展产生实质性影响。

（三）公司主要资质

截至本招股说明书签署日，本公司拥有的主要业务资质证书如下：

序号	资质名称	核发机关	资质等级	有效期至
1	工程设计资质	住房和城乡建设部	建筑装饰工程设计专项甲级	2021 年 12

序号	资质名称	核发机关	资质等级	有效期至 月 31 日
2	建筑业企业资质	上海市住房和城乡建设管理委员会	建筑工程施工总承包三级、建筑装饰装修工程专业承包一级，电子与智能化工程专业承包二级，古建筑工程专业承包三级，施工劳务企业资质劳务分包不分级	2023 年 9 月 25 日
3	展览陈列工程设计与施工一体化水平证书	中国展览馆协会	一级	2024 年 5 月 27 日
4	展览工程企业水平证书	中国展览馆协会	一级	2024 年 5 月 27 日
5	博物馆陈列展览设计单位资质证书	中国博物馆协会	甲级	2023 年 3 月 20 日
6	博物馆陈列展览施工单位资质证书	中国博物馆协会	壹级	2023 年 3 月 20 日
7	中国多媒体工程系统集成资质证书	中国多媒体产业联盟	壹级	2023 年 3 月 17 日
8	安全生产许可证	上海市住房和城乡建设管理委员会	/	2021 年 12 月 11 日
9	环境管理体系认证	北京东方纵横认证中心	/	2024 年 3 月 29 日
10	职业健康安全管理体系认证	北京东方纵横认证中心	/	2024 年 3 月 29 日
11	质量管理体系认证	北京东方纵横认证中心	/	2023 年 3 月 22 日

发行人及其合并报表范围各级子公司已取得从事生产经营活动所必需的资质；已经取得的上述资质不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险，不存在到期无法延续的风险。

截至本招股说明书签署日，发行人上述资质中《工程设计资质》《安全生产许可证》于 2021 年即将到期。据比较，发行人仍满足资质认定标准要求，具体情况如下：

1、工程设计资质（建筑装饰工程设计专项甲级）

申请/续展条件		发行人情况	是否持续符合
资历和信誉	(1) 具有独立企业法人资格。 (2) 社会信誉良好，注册资本不少于 300 万元人民币。 (3) 企业完成过中型建筑装饰工程设计项目不少于 2 项，或大型建筑装饰工程设计项目不少于 1 项。	(1) 发行人具有独立企业法人资格。 (2) 发行人社会信誉良好，注册资本 6,380 万元人民币。 (3) 发行人完成过中型建筑装饰工程设计项目不少于 2 项。	是
技术	(1) 专业配备齐全、合理，主要专业技术	(1) 发行人专业配备齐全、合理，主要	是

条件	人员专业和数量符合所申请专项资质标准中“主要专业技术人员配备表”的规定。 (2) 企业主要技术负责人或总设计师、总工程师应具有大学本科以上学历，8 年以上从事建筑装饰设计经历，并主持过大中型建筑装饰工程设计项目不少于 2 项，其中大型建筑装饰工程设计项目不少于 1 项，具备高级以上专业技术职称或一级注册建筑师（一级注册结构工程师）注册执业资格。 (3) 在主要专业技术人员配备表规定的人员中，非注册人员应参与过大型建筑装饰工程设计项目不少于 1 项，或中型建筑装饰工程设计项目不少于 2 项，具备中级以上专业技术职称。	专业技术人员专业和数量符合所申请专项资质标准中“主要专业技术人员配备表”的规定。 (2) 发行人主要技术负责人或总设计师、总工程师具有大学本科以上学历，15 年以上从事建筑装饰设计经历，并主持过大中型建筑装饰工程设计项目不少于 2 项，其中大型建筑装饰工程设计项目不少于 1 项，具备高级以上专业技术职称。 (3) 在主要专业技术人员配备表规定的人员中，非注册人员参与过中型建筑装饰工程设计项目不少于 2 项，具备中级以上专业技术职称。	
技术装备及管理	(1) 有必要的技术装备及固定的工作场所。 (2) 企业管理组织机构、标准体系、质量体系健全。	(1) 发行人有必要的技术装备及固定的工作场所。 (2) 发行人管理组织机构、标准体系、质量体系健全。	是

2、安全生产许可证

申请/续展条件	发行人情况	是否持续符合
安全生产条件 (1) 建立、健全安全生产责任制，制定完备的安全生产规章制度和操作规程； (2) 保证本单位安全生产条件所需资金的投入； (3) 设置安全生产管理机构，按照国家有关规定配备专职安全生产管理人员； (4) 主要负责人、项目负责人、专职安全生产管理人员经建设主管部门或者其他有关部门考核合格； (5) 特种作业人员经有关业务主管部门考核合格，取得特种作业操作资格证书； (6) 管理人员和作业人员每年至少进行一次安全生产教育培训并考核合格； (7) 依法参加工伤保险，依法为施工现场从事危险作业的人员办理意外伤害保险，为从业人员交纳保险费； (8) 施工现场的办公、生活区及作业场所和安全防护用具、机械设备、施工机具及配件符合有关安全生产法律、法规、标准和规程的要求； (9) 有职业危害防治措施，并为作业人员配备符合国家标准或者行业标准的安全防护用具和安全防护服装； (10) 有对危险性较大的分部分项工程及施工现场易发生重大事故的部位、环节的预防、监控措施和应急预案； (11) 有生产安全事故应急救援预案、应急救援组织或者应急救援人员，配备必要的应急救援器材、设备； (12) 法律、法规规定的其他条件。	发行人已具备下列安全生产条件： (1) 建立、健全安全生产责任制，制定完备的安全生产规章制度和操作规程； (2) 保证本单位安全生产条件所需资金的投入； (3) 设置安全生产管理机构，按照国家有关规定配备专职安全生产管理人员； (4) 主要负责人、项目负责人、专职安全生产管理人员经建设主管部门或者其他有关部门考核合格； (5) 特种作业人员经有关业务主管部门考核合格，取得特种作业操作资格证书； (6) 管理人员和作业人员每年至少进行一次安全生产教育培训并考核合格； (7) 依法参加工伤保险，依法为施工现场从事危险作业的人员办理意外伤害保险，为从业人员交纳保险费； (8) 施工现场的办公、生活区及作业场所和安全防护用具、机械设备、施工机具及配件符合有关安全生产法律、法规、标准和规程的要求； (9) 有职业危害防治措施，并为作业人员配备符合国家标准或者行业标准的安全防护用具和安全防护服装； (10) 有对危险性较大的分部分项工程及施工现场易发生重大事故的部位、环节的预防、监控措施和应急预案； (11) 有生产安全事故应急救援预案、应急救援组织或者应急救援人员，配备必要的应急救援器材、设备； (12) 发行人在安全生产许可证有效期内，严格遵守有关安全生产法律、法规和规章，未发生死亡事故。	是

截至本招股说明书签署日，发行人不存在已到期的资质；对于 2021 年即将到期的资质许可，发行人已有明确的续期安排，且符合相关资质的认定标准，不存在资质到期无法延续的风险，对发行人持续经营不会产生重大不利影响。

（四）发行人与业务相关的特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营权情况。

七、公司核心技术和研发情况

（一）发行人核心技术和技术来源

公司核心技术系公司开展业务的重要支撑，已广泛应用于公司的各类产品与服务之中，形成了公司的核心竞争力。公司核心技术与已取得的专利及非专利技术的对应关系、在主营业务及产品或服务中的应用情况如下：

核心技术大类	技术明细/非专利技术	形成专利、软件著作权	在主营业务中应用	应用图例
数字内容制作技术体系	视频剪辑及特效包装技术 多维影视拍摄技术 三维动画影片制作技术 二维交互内容制作技术 三维交互内容制作技术 数字内容集成技术	数字内容制作技术体系是公司各项软件著作权的基础	运用当今主流内容制作软件 Visual Studio、3ds Max、Uinity3D、UE4 及 Adobe 套件等软件制作各种各样的创意型数字内容，数字内容包括：影视资源制作、影视剪辑及特效包装、二维原画及平面设计、二维原画动画制作、二维互动内容制作、三维场景建模制作、三维人物建模及骨骼绑定、三维场景动画及人物动作动画制作、三维交互内容制作及配音及音效制作等。通过将多样性的数字内容可以与多元化的展示应用场景进行有机结合，创造各种各样的定制化展项，为参观者带来震撼的视听享受。	 青岛世园会主题馆沉浸式影院
感知行为交互体验技术体系	人脸识别感知技术 体感捕捉感知技术 雷达感应识别技术 触摸感知技术 红外线感知技术 二维码识别技术 压力传感感知技术 激光测距感知技术 虹膜识别感知技术 手指识别感知技术 阴影识别感知技术 多屏联动技术 物理模块定位交互识别技术 多种传感器控制感知技术	专利 1：一种实时抠像合成与多通道同步播放装置； 专利 2：激光感应动态投影模型； 专利 3：一种结构光人体动作捕捉装置； 专利 4：一种圆锥形多媒体全息展柜； 专利 5：一种观众与画卷的互动装置； 专利 6：一种互动展示桌； 专利 7：一种观众与画卷的互动装置； 专利 8：一种摇头灯雷达互动装置； 专利 9：一种投影变脸表演帽； 专利 10：一种用于多媒体互动回转展台的起卧式连接装置； 49 项软件著作权	感知行为交互体验技术由人脸识别感知技术、体感捕捉感知技术、雷达感应识别技术、触摸感知技术、二维码识别技术、虹膜识别感知技术、手指识别感知技术、阴影识别感知技术、多屏联动技术及各种传感器感知技术等组成。通过各类人体触发设备及捕捉设备，与各类展示空间及各类展示介质相结合，形成人与环境紧密相连的艺术效果。	 西藏布达拉宫感知互动展项

核心技术大类	技术明细/非专利技术	形成专利、软件著作权	在主营业务中应用	应用图例
AR/VR/MR 混合现实技术体系	VR 虚拟现实技术 AR 增强现实技术 MR 混合现实技术 三维动画影片制作技术 三维交互内容制作技术	专利 1：一种文物识别装置； 专利 2：一种基于结构光特征点的文物识别装置； 专利 3：一种基于图像特征点的文物索引装置； 专利 4：一种 AR 眼镜； 专利 5：一种多功能沉浸式 VR 运动平台装置； 专利 6：可折叠式 VR 手机壳； 专利 7：一种八面体多媒体全息展柜； 专利 8：一种双层显示的幻影展柜； 专利 9：一种圆锥形多媒体全息展柜； 专利 10：一种 AR 眼镜； 专利 11：一种基于 LCD 光阀阵列的光影浮雕装置； 13 项软件著作权	AR/VR/MR 混合现实技术通过将 VR 虚拟现实技术、AR 增强现实技术、MR 混合现实技术融入三维交互及影视内容，结合虚拟场景或者真实环境给参观者带来真实与虚幻、临近与遥远相融合的数字科技体验。	 南海博物馆 AR 沉浸式体验影院
机电一体化装置综合展示体验技术体系	三维动画影片制作技术 机械传动技术 机电控制技术 机械设备制作技术 运动平台仿真控制技术 沉浸式系统控制技术 机电一体化展示技术	专利 1：一种摇动式图像显示及幻像呈现装置； 专利 2：一种基于可移动模型的动态影像装置； 专利 3：一种用于多媒体互动回转展台的起卧式连接装置； 专利 4：一种基于 LCD 光阀阵列的光影浮雕装置； 专利 5：座椅踏板； 专利 6：一种固定式旋转骑行机构； 专利 7：一种移动式旋转机构； 专利 8：支架； 专利 9：运动座椅； 专利 10：虚拟体验设备； 专利 11：传动件； 专利 12：座椅扶手（4D 动感特效尊享系	机电一体化装置综合展示体验技术通过三维动画影片制作技术、机械传动技术、机电控制技术、机械设备制作技术、运动平台仿真控制技术、沉浸式系统控制技术、机电一体化展示技术及其他辅助设施控制技术所组成。通过系统化的程序控制使运动平台运作和氛围特效紧凑衔接，结合先进的文化和独特的创意，进一步加强展项的体验效果，提升产品竞争力，为传播文化提供更加广阔的展示平台。	 汉中未来馆虚拟体验区

核心技术大类	技术明细/非专利技术	形成专利、软件著作权	在主营业务中应用	应用图例
		列); 专利 13: 座椅(4D 动感尊享系列); 专利 14: 一种三自由度座椅平衡结构及包含该结构的座椅; 17 项软件著作权		
沉浸式空间展示体验技术体系	三维空间立体化展示技术 沉浸式信息流感知技术 沉浸式空间拼接融合技术 沉浸式空间多维感知技术 基于增强现实的沉浸式影院技术	专利 1: 智能展厅集中控制系统; 专利 2: 物联网中控系统; 专利 3: 一种投影仪固定装置; 专利 4: 摆件创意魔方(魔方精灵-1); 专利 5: 沉浸式体验平台(型号火星车-1); 专利 6: LED 显示摆件(型号 DNA-1); 专利 7: 一种虚拟体验装备; 专利 8: 一种教学用 VR 头盔; 专利 9: 一种 VR 虚拟体验装置; 专利 10: 一种 VR 手柄; 2 项软件著作权	在大型的密闭式空间内,建立三维虚拟化主题化场景,配合动态化的环境渲染及动植物仿真,配合沉浸式音效打造大型沉浸式虚拟仿真实验环境,同时通过各类交互体验装置,配合三维场景及三维模型组合成多元化的交互体验场景,观众可以与虚拟场景、动物及人物进行交互体验,让观众在体验性、沉浸式及故事化的氛围里,将其身临其境的带入壮丽多彩的场景,给其带来强烈的视觉震撼。	 南宁园博会城市宜居馆未来长河体验区
智能集成控制技术体系	综合布线技术 终端状态识别及反馈技术 多元化终端控制技术 无线终端控制技术 智能控制平台控制技术	专利 1: 智能展厅集中控制系统; 专利 2: 物联网中控系统; 专利 3: 一种展馆智能化集成控制单元模块; 专利 4: 一种新式双重感应智能交互 RGB 地砖灯; 专利 5: 一种基于路由器的智能监控装置; 4 项软件著作权	智能集成控制系统是针对大数据时代研发出的全新的中控集成系统,通过无线终端设备,可实现对整个展馆的电子设备、显示终端、存储终端、互动终端及照明设备进行智能化控制,支持集中控制、分区独立控制、分展项独立控制和环境控制等多种集成控制方式,同时还可实现针对软件、影片进行定制化操控体验模式。它大大提升了展馆的智能化控制效率,并结合操作界面,实时反馈出硬件状态,帮助展览展示系统优化资源配置,并给操作者良好的操控体验。	 汝州规划馆智能集成控制系统

核心技术大类	技术明细/非专利技术	形成专利、软件著作权	在主营业务中应用	应用图例
智慧化服务技术体系	智慧线上平台技术 智能客流分析技术 智能导览技术 展馆定位导航技术 智能数据服务技术 AI 图像分类技术	专利 1：智能展柜； 专利 2：一种用于展览柜的灵敏式按钮； 专利 3：一种智慧展示柜的防盗门结构； 专利 4：一种动态识别技术和全景视频实时生成装置； 专利 5：一种文物智慧保护与智慧展示柜； 专利 6：一种基于路由器的智能监控装置； 专利 7：一种二维码展示装置； 专利 8：一种基于 iBeacon 手环的大型室内导航装置； 专利 9：一种结构光人流统计装置； 专利 10：一种游客数据采集设备； 3 项软件著作权	运用人脸检测技术、边缘计算技术，在展示的同时高精度地采集参观客流量数据，实现客流的分析，人物的画像，热点的追踪等，为运营方提供有效的智能化运营服务，同时结合室内定位、智能推送、自动寻路、QR 码等形成的针对展馆的导览导航技术，通过同智能终端手机 app、小程序及网页客户端等终端结合，可以有效的为游客提供线上资源展示、线上导游服务，线下讲解服务，线上衍生智慧化服务等多种智能化服务。	 智能数据服务系统

公司拥有较强的数字展示技术研发能力，公司研发形成的上述核心技术，涉及互动技术、机械装置、数字内容、多媒体集成等方面，是公司开展业务的重要支撑。上述核心技术已广泛、综合地应用于公司的展馆、展厅、展会、创意设计等各类主营业务中，打造出数字化、沉浸式的整体参观体验，满足客户全方位、多样化、立体化的展示需求。

（二）发行人科研实力和成果情况

截至报告期末，公司拥有研发人员 111 人，具有较强的研发能力。发行人设立了文化科技研究院，在深挖客户需求的基础上，注重科技与创意设计的融合，力图提升感官体验，达到最佳展陈效果。截至本招股说明书签署日，公司拥有 62 项专利及 225 项软件著作权。公司已先后获得“国家高新技术企业”、“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等荣誉称号。

（三）正在从事的研发项目情况

为了保持公司在行业中的技术地位，本公司持续不断的进行新产品的研发工作，目前有多个项目同时进行，这些项目产品的研发是本公司未来的重要盈利来源。

序号	分类	项目名称	所处阶段	进度情况	相应人员	经费预算（万元）	研发目标	技术先进性
1	艺术装置	旋转光影（多层旋转 LED 屏）	研发	完成效果图，结构图，控制程序，及项目实物	核心人员 6 人	290	完成旋转光影产品研发，并应用到实际项目	相较行业内同类产品，该产品对运动展示的灵活性更高。旋转光影产品是结合机电技术和菱形 LED 显示技术的新一代展示装置，通过动态变化的展现方式，表达展项独具一格的特点，打破传统 LED 显示设备的单纯显示功能，为展示行业提供全新的高端展项。同时，该产品还可以无限拓展功能，比如，增加传感器，利用物联网技术，让产品能够与体验者进行各种方式的互动，进一步加强展项的体验效果，提升产品竞争力，为传播文化提供更加广阔的展示平台。
2		DNA(能够旋转的 DNA 形状 LED 屏)	研发	完成效果图，结构图，控制程序	核心人员 6 人	300	完成 DNA 形 LED 屏产品研发，并应用到实际项目	相较行业内同类产品，该产品打破目前 LED 显示屏市场功能单一、形状“方正”的短板。基于成熟的自动化控制系统，并结合客流量数据监控软件，可以实现 DNA 产品与周边环境变换内容展示。另外加入人工智能互动，观众可与其进行演示交流等体验方式，充分感受到科技文化的魅力。DNA 产品加上旋转平台的介入，进一步提升了视觉冲击力，提升宣传和广告创意，带来更大的商业价值。
3	手机展示类	手机端展馆三维数据可视化	研发	已完成手机前端内容，开始搭建后端数据可视化平台	核心人员 5 人	288	完成手机端展馆三维数据可视化产品的研发，并应用到实际项目	本项目基于三维数据可视化展示平台，为拓展数据可视化领域现状的转变提供了改变的契机，打破以图形、图像处理、用户界面及文字等二维角度的展示手段，将本体的数据以三维空间化的形态作为展示手法，极大提升了大数据展示的推广效果，并结合三维场景展示，将有效提升数据可视化的展示效果；在手机端展示，使用户随时随地都可在手机上观看操作，打破了常规只能在固定场所观看及操作的局限性。
4	通用展示类	基于云渲染的数字沙盘系统	研发	已完成数字沙盘系统云渲染主机开发，正在搭建显示客户端	核心人员 6 人	295	完成云渲染的数字沙盘系统研发，并应用到实际项目中	传统的数字沙盘中存在对本地硬件依赖大、成本高，内容制作不灵活等问题，而在计算机高速发展的今天，云渲染作为新时代的产物，受到很多人关注和使用，我们利用 5G 的高速大数据传输加上云端的高性能处理能力，可以让用户使用低配设备体验到高性能数字沙盘内容。
5		活体检测可视化系统	研发	已完成人脸识别模块开发，正在搭建后台数据分析系统。	核心人员 8 人	285	完成通用播放器产品研发，并应用到实际场景。	1、实时为运营方统计人流的各种数据，包括面部识别、性别识别、情绪识别、行为识别等各种重要数据，通过数据分析提供个性化服务； 2、解决运营方的大数据运营需求，通过采集用户数据并将数据处理后展示给运营方，给其提供运营数据支持； 3、满足用户的信息数据查询需要，平台提供用户数据直观分析图，并结合软件进行全方位展示。

（四）研发支出占营业收入的比例

公司报告期内研发费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	2,013.08	2,320.53	2,029.41
营业收入	47,679.41	48,111.53	38,961.08
研发费用占营业收入比例	4.22%	4.82%	5.21%

（五）研发人员情况

截至报告期末，公司拥有研发人员 111 人，核心技术人员 4 人。最近两年公司核心技术人员无变动。

公司核心技术人员为张东、李青亭、秦奋、沈刚，其简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”。公司核心技术人员科研成果及对公司研发的具体贡献如下：

张东，博士学历，是上海宽创国际文化科技股份有限公司创始人，也是上海宽创国际文化科技研究院的创立者。在其指导下，宽创研究院成功地将科研成果与项目实施相结合，形成了以科技促文化，以文化载科技的发展战略。在张东博士的带领下，上海宽创国际文化科技股份有限公司共取得多项专利和软件著作权，并将展览陈列与人工智能，大数据，云计算，互动多媒体（AR / VR，全息，影院，数字演艺）等技术相结合，成功策划、设计并落地了众多的博物馆、科技馆、规划馆、档案馆、党史馆、企业馆、游客中心、特色小镇和各种主题馆的展示内容，为增强中国文化软实力、提升文化自信、推动中国文化走出去做出了一定贡献。同时，张东还先后担任上海交大文创学院导师、上海张江智库专家等职务，通过教学研究了解前沿科技，通过教书育人培养专业人才，通过参与政府活动倡导文化兴国，这都为宽创国际带来了良好的行业口碑以及前沿的技术资源。

李青亭，公司馆厅事业部科技主题设计院院长，从事创意策划设计工作，8 年展馆设计经验，主持和参与 50 多个馆体的创意设计工作，并担任多个国家级和省级项目总负责人。在宽创期间根据不同的应用场景和需求内容建立项目制的研发团队和研发体系，并荣获 2018 华鼎奖优秀青年设计师奖。先后参与哥白尼

科学馆、青岛市园艺博览会、丹麦诺德堡丹佛斯科技馆、北京科学中心“生活追梦”展厅、索尼科技体验中心、四川科技馆“机器人大世界”展厅、科尔儿童博物馆、山西科技馆“数学”展厅、艾德勒天文馆星际探险体验中心、咸阳科技馆、德国科隆奥德赛科技馆、宝鸡科技馆、宜兴科技馆、大沽河科技馆、珠海营养探索馆、深圳儿童探索馆等馆体的策划研发工作，其中深圳儿童探索馆作为中国首家儿童探索博物馆，荣获 2017 年度新锐欣星奖，为宽创研发与实际应用提供了结合与展示的舞台。

秦奋，宽创国际馆厅事业部多媒体研究院交互部负责人，主要负责多媒体项目技术总控及多媒体展项技术研发工作，从业 12 年，业务内容涉及博物馆、科技馆、规划馆、主题馆、企业馆及商业综合体等，曾参与 2014 年青岛世界园艺博览会主题馆、山西省科技馆数学展厅、江苏智慧城、中国工农红军北上抗日纪念馆、大沽河博物馆群、苏州非物质文化遗产博物馆、葛洪博物馆、乌当中医药博物馆、沙湖码头候船厅（游客集散中心）、深圳沃特玛企业展厅、吉利汽车企业展厅、中国（海南）南海博物馆智慧化博物馆、新道全球智慧教育体验中心、南宁世界园艺博览会项目、柳州工业博物馆“柳州生态文明馆”、用友数字企业馆、扬中市博物馆、西藏布达拉宫“文物见证西藏”展厅、上海张江集成电路港展厅及海南省博物馆数字化展厅等多个项目多媒体技术总控。同时他也带领技术团队独立开发“II”、“数列华尔兹”等多个应用场景广泛，颇受欢迎的高质量多媒体展项，并协助公司申报若干专利和著作权。2017 年秦奋成功入围上海浦东职工科技创新英才奖，并致力于将综合化的多媒体展示技术融入各类场馆建设中，为宽创国际打造更好的文化+科技的展示平台。

沈刚，宽创国际馆厅事业部多媒体研究院预决算总监，主要从事多媒体研发和多媒体技术落地实施。分别完成青岛世界园艺博览会、北京用友数字体验馆、六枝三线博物馆、武汉沙湖码头云平台体验中心、三亚新道数字体验馆等众多展馆的多媒体从设计、研发到落地实施。近三年沈刚带领研究团队研发建设智慧博物馆数字系统，分别开发出智慧服务系统、智慧展示系统、文创 IP 创新平台、智慧保护系统、智慧管理系统五大智慧管理模块，并利用互联网大数据架构宽创具有自主知识产权的产品，如人人看展、AI 展馆文物、5G 互动、宽创智慧盒子等。这些产品属于行业领先并具有针对性的智慧化产品，并被应用到相应的展馆

建设中。

（六）技术创新和激励机制

1、研发流程标准化

为了推动公司技术及产品的发展及革新，加强公司自主研发的能力，公司建立了一套完整的研发体系流程。基本程序一般包括以下五个阶段：（1）研发立项：研发立项需产品经理填写研发立项表，说明研发内容、预算、周期及研发必要性。（2）立项评估：公司成立研发评估专家组，专家组成员由设计院院长、销售市场人员、多媒体项目及研发人员等共同组成，定期举行研发项目评估会议及项目成果评审会议，决策可研发立项项目，最终由公司总经理进行最终决策是否立项。（3）立项研发：研发项目负责人安排策划出具详细的设计说明书，规划工作界面及制定整体计划，并跟进研发进度，每周更新《研究院研发立项完成情况及后续计划表》。（4）研发评估：研发项目负责人在月度研发项目评审会议上发起研发项目审核申请，由评估专家组判定研发是否成功并进行评级。当确定研发完成后，由公司发出喜报鼓励研发团队成果，同时公司按照评级进行初步奖励。（5）产品推广：研发成功后，由研发项目负责人安排策划出具产品手册，并举行培训会对设计院的设计师进行培训，后期不定期地将研发成果植入设计院的设计方案，公司也会委派销售进行推广，最终得到客户认可。

2、人才激励机制

公司坚持内部培养与外部引进相结合，为研发人员提供良好的工作环境和福利待遇，以吸引和稳定公司高水准的研发人员。根据对研发成果进行考核评级，公司对员工给予物质奖励。

八、公司在境外生产经营情况

公司自成立以来一直致力于为国内外客户提供从设计到搭建一体化展览展示创意服务，于 2015 年 7 月设立宽创香港，宽创香港主要系因其外汇便利而作为公司展览展示业务的海外结算主体。展览设计由母公司上海宽创提供设计施工图，并联系当地供应商，并最终控制产品及服务验收。

报告期内，公司主营业务展览展示创意服务按展览所在地在境外的收入占展览展示创意服务的比例分别为 66.92%、63.23%和 **40.40%**，占总营业收入的比例分别为 19.82%、11.32%和 **2.85%**。

公司于 2016 年 3 月设立宽创德国，无实际业务，已于 2020 年 1 月注销。

（一）无需行业准入资质

宽创德国自设立至注销未开展实际经营业务。根据盖德舒马赫律师事务所出具的《法律意见书》，发行人德国子公司自设立以来未进行任何商业经营，无需取得事先审批、核准或行业准入资质，不存在违法、违规经营情况，无违反相关行业监管法律、法规而被处罚的情况。

宽创香港因外汇便利作为发行人展览展示业务的合同签订主体和海外结算主体，而母公司宽创国际实际从事具体业务，包括展览设计并联系当地供应商，并最终控制产品及服务验收。根据柯伍陈律师事务所出具的《法律意见书》，宽创香港自设立以来实际开展的经营业务无需取得事先审批、核准或行业准入资质，不存在违法、违规经营情况，无违反相关行业监管法律、法规而被处罚的情况。

因此，发行人经营境外业务无需取得所在国家或地区的行业准入资质，发行人境外业务开展合法合规。

（二）履行外汇、对外投资审批程序

发行人于 2016 年 5 月 31 日取得中国（上海）自由贸易试验区管理委员会下发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3100201600518 号），完成设立宽创德国相关的企业境外投资备案程序。发行人于 2016 年 4 月 28 日，经中国工商银行股份有限公司上海市科苑支行审批，由中国工商银行股份有限公司上海市科苑支行银行账户（出款账号：1001133419006705766）将款项转入德国子公司银行账户（收款账号：1001133411200035324）。

发行人于 2016 年 4 月 27 日取得中国（上海）自由贸易试验区管理委员会下发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3100201600387 号），完成设立

宽创香港相关的企业境外投资备案程序。发行人于 2015 年 10 月 23 日取得中国银行股份有限公司上海市张江支出具的《业务登记凭证》，经办外汇局为国家外汇管理局上海市支局，完成了向宽创香港出资的外汇登记手续。

（三）生产经营、税收缴纳符合规定

根据发行人的说明和盖德舒马赫律师事务所出具的《法律意见书》，宽创德国自设立以来，不存在违反所在国家或地区有关生产经营、税收缴纳法律法规而被予以行政处罚的情况。

根据发行人的说明和根据柯伍陈律师事务所出具的《法律意见书》，宽创香港自设立以来，不存在违反所在国家或地区有关生产经营、税收缴纳法律法规而被予以行政处罚的情况。

综上，发行人设立境外子公司均已履行相关外汇、对外投资审批程序，境外子公司的生产经营、税收缴纳符合所在国家或地区法律法规的规定。

（四）境外展览展示业务的主要经营模式，获客渠道，供应商选取、信用政策、结算方式等是否与境内业务存在差异、境外项目合同签署的主体

发行人境外展览展示业务与境内展览展示业务的主要经营模式不存在明显差异，主要存在展会地点的差异，具体经营模式参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、（四）主要经营模式”。

发行人展览展示业务包括境内业务或境外业务，客户主要为国内客户，因此获客渠道基本一致，主要有销售电话开发、老客户推荐、网络营销、组团主办方合作介绍等，不存在明显差异。在供应商选取方面，与选取国内供应商基本一致，考察了供应商包括但不限于考察办公地点、工厂、法人、业绩等。发行人境外展览展示业务的信用政策、结算方式与境内业务相比，客户预付比例相对较高。

境外项目合同签署的主体为宽创国际和宽创香港，主要取决于客户的结算币种及开具发票形式需求。

（五）境外展览展示业务的主要项目及经营状况

报告期各期公司主要境外展览展示项目的具体情况如下：

单位：万元

2020 年度					
序号	项目名称	项目所在地	收入	成本	毛利率
1	2020Spielwarenmesse/ 2020 纽伦堡国际玩具博览会	德国-纽伦堡	133.66	104.15	22.08%
2	2020 ISE - Integrated Systems Europe/2020 欧洲视听集成系统展	荷兰- 阿姆斯特丹	116.81	88.97	23.83%
3	2020 Paperworld REMAX/ 2020 法兰克福国际办公用品展	德国- 法兰克福	115.85	91.83	20.73%
4	2020 EuroShop/2020 德国杜塞尔多 夫零售业展览会	德国- 杜塞尔多夫	99.61	71.57	28.15%
5	2020 Ambiente/ 2020 法兰克福春季消费品博览会	德国- 法兰克福	83.90	56.00	33.26%

单位：万元

2019 年度					
序号	项目名称	项目所在地	收入	成本	毛利率
1	2019 MEDICA/COMPAMED/2019 德国 国际医院及医疗设备展览会	德国-杜塞尔多夫	357.87	206.23	42.37%
2	2019 K Show/2019 德国杜塞尔多夫 国际塑料及橡胶展	德国-杜塞尔多夫	292.84	188.30	35.70%
3	2019 TRANSPORT LOGISTIC/ 2019 慕尼黑物流展	德国-慕尼黑	206.53	142.18	31.16%
4	2019 Cphi Worldwide/ 2019 世界制药原料展	德国-法兰克福	179.92	150.49	16.36%
5	2019 EICMA MOTO + BICI/2019 意大 利米兰国际摩托车及滑板车博览	意大利-米兰	160.08	120.02	25.02%

单位：万元

2018 年度					
序号	项目名称	项目所在地	收入	成本	毛利率
1	2018CphiWorldwide/ 2018 世界制药原料展	西班牙-马德里	405.51	350.07	13.67%
2	2018MEDICA/COMPAMED/ 2018 德国国际医院及医疗设备展览会	德国- 杜塞尔多夫	390.90	327.61	16.19%
3	2018R+T/2018 国际卷闸门、遮阳蓬及 门类产品专业展	德国-斯图加特	228.72	182.16	20.36%
4	2018ISE-IntegratedSystemsEurope /2018 欧洲视听集成系统展	荷兰- 阿姆斯特丹	201.42	167.06	17.06%
5	2018Tube&WireDusseldorf/ 2018 杜塞尔多夫国际管材展	德国- 杜塞尔多夫	187.10	155.90	16.68%

（六）新冠疫情对境外展览展示业务的影响

1、境外展览展示合同存在因疫情影响无法按期完成的情况

2020 年，公司已签订境外展览展示业务合同共 200 个。截至本招股说明书

签署日，发行人已完成的合同数量为 128 个，展会闭展时间均在 2020 年 3 月 8 日之前；因境外新冠疫情及当地防疫政策原因，发行人共有 72 个合同无法按照约定期限完成，其中因疫情导致展会延期或取消的 70 个，因疫情导致客户取消参展的 2 个，相关合同金额合计 2,122.11 万元人民币（经汇率换算）。

2、不构成违约风险

上述无法按期完成的境外展览展示合同相关条款均规定了“不可抗力事件”条款，即因不可抗力事件导致合同无法履行或延迟履行的情况，合同一方不必向另一方承担违约责任。根据《中华人民共和国民法典》第一百八十条及相关合同约定，新冠疫情及地方防疫政策变更等突发性重大公共事件属于“不可抗力事件”，因此所导致的合同无法按期完成不构成违约责任。

自 2020 年新冠疫情发生以来，公司对于疫情所致的展会无法如期举办或客户无法如期参展的情况，已积极与客户进行沟通寻求解决方案，截至目前沟通情况如下：（1）双方完成结算并签署补充协议；（2）双方签署延期参展补充协议或通过邮件、微信沟通达成一致意见，待展会开放时继续履约；（3）双方仍在协商沟通中。

新冠疫情系全球性、突发性的公共卫生事件，公司境外展会客户主要为国内较知名且有境外参展需求的企业，公司与客户之间的沟通较为顺畅。截至本招股说明书签署日，发行人不存在因境外展览展示合同无法按期完成而产生的诉讼、仲裁情况，也不存在相关客户主张发行人违约要求赔偿的情况。

3、未对发行人持续经营产生重大不利影响。

报告期内，随着展览展示行业竞争加剧、毛利率递减，公司主动减少了对展览展示创意服务业务的投入，展览展示创意服务业务收入比重逐年下降，由 2018 年的 29.62% 下降到 2020 年的 7.07%，对公司整体营业收入贡献较小，公司报告期营业收入仍呈现整体稳定增长趋势。

综上，新冠疫情导致展会无法按期举行对公司境外展览展示业务存在一定不利影响，无法按期完成的境外展览展示合同不会造成发行人违约风险。报告

期内，公司展览展示业务收入贡献逐渐降低，公司整体收入平稳，新冠疫情对发行人持续经营未产生重大不利影响。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况及董事会专门委员会的设置情况

公司自成立以来，根据相关法律法规及公司章程的规定，建立了股东大会、董事会、监事会、独立董事及董事会秘书等制度。上述人员和机构能够按照有关法律法规和《公司章程》的要求规范运作，各司其职，公司已经建立起了符合上市公司要求的法人治理结构。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立情况

公司股东大会是公司的权力机构，股东大会严格遵守相关法律法规，定期召开，依法履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。

2017年10月30日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，会议通过了《公司章程》，并通过了《上海宽创国际文化科技股份有限公司股东大会议事规则》；2020年10月30日，发行人召开2020年第一次临时股东大会，审议并修订了发行人《股东大会议事规则》。

2、股东大会的规范运作情况

自改制以来，公司历次股东大会会议的召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	创立大会	2017年10月30日	3名股东，代表股份100%
2	2017年第一次临时股东大会	2017年12月25日	4名股东，代表股份100%
3	2017年度股东大会	2018年4月13日	4名股东，代表股份100%
4	2018年第一次临时股东大会	2018年8月15日	4名股东，代表股份100%
5	2018年第二次临时股东大会	2018年9月5日	4名股东，代表股份100%
6	2019年第一次临时股东大会	2019年3月8日	5名股东，代表股份100%
7	2018年年度股东大会	2019年5月29日	5名股东，代表股份100%
8	2019年第二次临时股东大会	2019年9月9日	5名股东，代表股份100%
9	2019年年度股东大会	2020年5月19日	5名股东，代表股份100%

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
10	2020 年第一次临时股东大会	2020 年 10 月 30 日	5 名股东，代表股份 100%
11	2020 年第二次临时股东大会	2020 年 12 月 8 日	5 名股东，代表股份 100%
12	2021 年第一次临时股东大会	2021 年 4 月 21 日	5 名股东，代表股份 100%
13	2020 年年度股东大会	2021 年 6 月 5 日	5 名股东，代表股份 100%

截至本招股说明书签署日，公司历次股东大会均按照《公司章程》和《股东大会议事规则》规定的程序召集、召开、表决，决议、会议记录规范。股东大会对公司的注册资本变更、章程修订、董事和监事的选举、利润分配方案、公司重要规章制度制定和修改、首次公开发行股票等重大事宜的决策作出了有效决议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立情况

2017 年 10 月 30 日公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会议事规则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会审计委员会工作细则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会提名委员会工作细则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会战略委员会工作细则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司独立董事工作制度》、《关于选举上海宽创国际文化科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》及《关于选举上海宽创国际文化科技股份有限公司第一届董事会独立董事的议案》。2020 年 10 月 30 日，发行人召开 2020 年第一次临时股东大会，审议并修订了发行人《董事会议事规则》。

公司董事会由七名董事组成，其中独立董事三名，设董事长一人。根据公司章程，董事会对股东大会负责，行使召集股东大会、执行股东大会的决议、决定公司的经营计划和投资方案、决定公司内部管理机构的设置、制定公司的基本管理制度等职权。董事会议事规则对董事会的会议形式、召集和主持、通知、召开、出席、审议、表决、会议记录、会议决议等事项作出具体规定。

2、董事会制度的运行情况

自改制以来，公司历次董事会会议的召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	第一届董事会第一次会议	2017年10月30日	全体董事7名
2	第一届董事会第二次会议	2017年12月4日	全体董事7名
3	第一届董事会第三次会议	2018年1月23日	全体董事7名
4	第一届董事会第四次会议	2018年3月23日	全体董事7名
5	第一届董事会第五次会议	2018年7月30日	全体董事7名
6	第一届董事会第六次会议	2018年8月20日	全体董事7名
7	第一届董事会第七次会议	2019年2月20日	全体董事7名
8	第一届董事会第八次会议	2019年5月8日	全体董事7名
9	第一届董事会第九次会议	2019年8月23日	全体董事7名
10	第一届董事会第十次会议	2020年4月28日	全体董事7名
11	第一届董事会第十一次会议	2020年10月14日	全体董事7名
12	第二届董事会第一次会议	2020年11月5日	全体董事7名
13	第二届董事会第二次会议	2020年11月22日	全体董事7名
14	第二届董事会第三次会议	2020年12月10日	全体董事7名
15	第二届董事会第四次会议	2021年4月5日	全体董事7名
16	第二届董事会第五次会议	2021年5月17日	全体董事7名

截至本招股说明书签署日，公司历次董事会均按照《董事会议事规则》、《公司章程》及相关法律法规规定，切实履行相关职责，严格按照股东大会决议和公司章程所赋予的权利，本着对全体股东负责的态度，积极稳妥地开展各项工作，较好地执行了股东大会的决议。历次董事会会议通知、表决、决议等符合相关规定和要求。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会的建立情况

公司监事会由三名监事组成，设监事会主席一人。2017年10月30日，公司第一次股东大会审议通过了《上海宽创国际文化科技股份有限公司监事会议事规则》。2020年10月30日，发行人召开2020年第一次临时股东大会，审议审议并修订了发行人《监事会议事规则》。

根据公司章程，监事会对股东大会负责，行使检查公司财务、对董事和高级管理人员执行公司职务的行为进行监督、向股东大会提出提案等职权。监事会议事规则对监事会的会议形式、召集和主持、通知、召开、出席、审议、表决、会议记录、会议决议等事项作出具体规定。

2、监事会的运行情况

自改制以来，公司历次监事会会议召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	第一届监事会第一次会议	2017年10月30日	全体监事3人
2	第一届监事会第二次会议	2017年12月4日	全体监事3人
3	第一届监事会第三次会议	2018年3月23日	全体监事3人
4	第一届监事会第四次会议	2018年7月30日	全体监事3人
5	第一届监事会第五次会议	2019年2月20日	全体监事3人
6	第一届监事会第六次会议	2019年5月8日	全体监事3人
7	第一届监事会第七次会议	2019年8月23日	全体监事3人
8	第一届监事会第八次会议	2020年4月28日	全体监事3人
9	第一届监事会第九次会议	2020年10月14日	全体监事3人
10	第二届第一次监事会会议	2020年11月5日	全体监事3人
11	第二届第二次监事会会议	2020年11月22日	全体监事3人
12	第二届第三次监事会会议	2021年5月17日	全体监事3人

截至本招股说明书签署日，公司历次监事会的召集、召开均遵守了《公司章程》和《监事会议事规则》规定，公司监事会对董事会的决策程序、公司董事、高管履行职责情况进行了有效监督，在检查公司财务、审查关联交易等方面发挥了重要作用。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

公司于2017年10月30日召开第一次股东大会选举蒋骁、李黔滨、倪春华为公司第一届董事会独立董事，其中倪春华为会计专业人士；同时制定了《独立董事工作制度》，第一届董事会共有3名独立董事，占董事总人数的三分之一以上。2018年7月3日，倪春华因个人原因向公司申请辞去独立董事职务；2018年8月15日，公司召开2018年第一次临时股东大会，选举王亮担任公司第一届董事会独立董事。2020年10月30日，公司召开2020年第一次临时股东大会，进行董事会换届选举，公司董事会成员未发生变化，继续连任。2021年3月15日，由于个人原因，原独立董事蒋骁申请辞去独立董事一职。2021年4月21日，公司召开2021年第一次临时股东大会，选举戎一昊为公司独立董事。

截至本招股说明书签署日，公司第二届董事会3名独立董事分别为李黔滨、王亮、戎一昊，占董事总人数的三分之一以上。

为了进一步完善公司治理结构，促进公司的规范运作，本公司根据《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《公司章程》等相关规定，

制定了《独立董事工作制度》，对独立董事的任职资格、提名、选举、更换、特别职权等做出明确规定。

独立董事自任职以来，对公司重大事项和关联交易事项的决策，对公司法人治理结构的完善起到了积极的作用，独立董事所具备的丰富的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制定公司发展战略、发展计划和生产经营决策，以及确定募集资金投资项目等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司经营决策的科学性。

（五）董事会秘书制度建立健全及运行情况

根据《公司章程》规定，董事会设董事会秘书。公司制定了《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会秘书工作制度》，对董事会秘书的权利、职责进行了明确约定。

发行人董事会秘书负责本公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及本公司股权管理、信息披露等事宜，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（六）董事会专门委员会的设置及运行情况

各专门委员会成员全部由董事组成，其中提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会中独立董事占多数并担任主任委员，审计委员会中担任主任委员的独立董事王亮是会计专业人士。目前各委员会委员名单如下：

委员会名称	主任委员	委员
战略委员会	张东	张东、李丹、李黔滨
提名委员会	李黔滨	李黔滨、张东、王亮
薪酬与考核委员会	戎一昊	张东、戎一昊、王亮
审计委员会	王亮	王亮、李丹、戎一昊

1、战略委员会

根据发行人第一届董事会第一次会议审议通过的《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会战略委员会工作细则》的规定：战略委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。战略委员会的主要职责权限为：“（一）对公

司长期发展战略规划进行研究并提出建议；（二）对公司章程规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；（三）对公司章程规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；（四）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；（五）对以上事项的实施进行检查；（六）公司董事会授权的其他事宜。”

截至本招股说明书签署日，发行人战略委员会会议严格按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会战略委员会工作细则》规定的职权范围对发行人战略规划以及业务发展目标等相关事务进行讨论和决策，发行人战略委员会依法履行了权利和义务，运行情况良好。

2、提名委员会

根据发行人第一届董事会第一次会议审议通过的《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会提名委员会工作细则》的规定：提名委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定；控股股东在无充分理由或可靠证据的情况下，应充分尊重提名委员会的建议；否则，不能提出替代性的董事、经理人选。提名委员会的主要职责权限是：“（一）根据公司经营情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；（二）研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；（三）广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；（四）对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；（五）对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；（六）董事会授权的其他事宜。”

截至本招股说明书签署日，发行人提名委员会会议严格按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会提名委员会工作细则》规定的职权范围对公司董事会的规模和构成及由董事会聘任的其他高级管理人员的选聘进行讨论和决策，发行人提名委员会依法履行了权利和义务，运行情况良好。

3、薪酬与考核委员会

根据发行人第一届董事会第一次会议审议通过的《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》的规定：薪酬与考核委员会对董事会负责，薪酬与考核委员会提出公司董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，

提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。薪酬与考核委员会的主要职责权限是：“（一）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；（二）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖惩的主要方案和制度等；（三）审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；（四）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（五）董事会授权的其他事宜。”

截至本招股说明书签署日，发行人薪酬与考核委员会会议严格按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》规定的职权范围对公司董事、高级管理人员的薪酬和业绩考核体系与指标进行讨论和决策，发行人薪酬与考核委员会依法履行了权利和义务，运行情况良好。

4、审计委员会

根据发行人第一届董事会第一次会议审议通过的《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会审计委员会工作细则》的规定：审计委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。审计委员会的主要职责权限是：“（一）提议聘请或更换外部审计机构；（二）监督公司的内部审计制度及其实施；（三）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（四）审核公司的财务信息及其披露；（五）审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；（六）公司董事会授予的其他事宜。”

截至本招股说明书签署日，发行人审计委员会会议严格按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会审计委员会工作细则》规定的职权范围与申报会计师沟通，并对公司内部控制、财务审计等相关事务进行讨论和决策，发行人审计委员会依法履行了权利和义务，运行情况良好。

二、公司内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评估结论

公司管理层关于内部控制的自我评估结论如下：

“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

公司审计机构大信会计师事务所(特殊普通合伙)出具了“大信专审字[2021]第 4-00149 号”《内部控制鉴证报告》，鉴证结论内容如下：

“我们认为，上海宽创国际文化科技股份有限公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

（三）报告期内财务内控不规范情形

公司逐条比对《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 所列的财务内控不规范情形，报告期内具体情况如下所示：

序号	财务内控不规范情形	是否存在	是否已披露
1	为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）	否	不适用
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资	否	不适用
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	是	已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、（二）、1、关联资金拆借”中披露
4	通过关联方或第三方代收货款	否	不适用
5	利用个人账户对外收付款项	否	不适用
6	出借公司账户为他人收付款项	否	不适用
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金	否	不适用

序号	财务内控不规范情形	是否存在	是否已披露
8	代付工资	是	已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、（一）、2、代发工资”中披露
9	通过关联方支付采购款	是	已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、（一）、3、通过关联方支付采购款”中披露

报告期内，公司存在与实际控制人李丹直接进行资金拆借的情形，具体情况如下：

单位：万元

期间	期初余额	本期发生额	计提利息	本期归还	期末余额
2018 年度	329.29	-	9.42	338.71	-
2019 年度	-	-	-	-	-
2020 年度	-	-	-	-	-

除上述情况外，公司不存在与其他关联方直接进行资金拆借的情形。为杜绝与关联方或第三方直接进行资金拆借的内控不规范的情况，公司采取了以下整改措施：

1、公司实际控制人李丹已于 2018 年将资金占用全部归还结清，并已按公允价格给付了资金占用费；

2、发行人制定了《资金管理办法》、《关联交易管理制度》等内部控制制度，对资金管理的内容、审批权限及程序等事项予以明确规定；

3、代发工资及代支付采购款的主体已注销，所有公司发生的成本费用均由公司独立自主支付；

4、全面学习相关法律法规。公司组织董事、监事、高级管理人员及财务人员等深入学习《企业内部控制基本规范》、《公司法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等相关法律法规，杜绝再次出现包括与关联方或第三方直接进行资金拆借情况在内的财务内控不规范的情形；

5、公司董事、监事、高级管理人员出具了《关于防范财务内控不规范情形的承诺函》，承诺将在未来工作中全力防范和避免《深圳证券交易所股票首次公开发行上市审核问答》问题 25 所列财务内控不规范的情况。2018 年后，发行人相关内控制度运营情况良好，有效保证了发行人资金管理的有效性与规范性，未出现与关联方进行资金拆借的行为。

根据大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的大信专审字[2021]第 4-00149 号《内部控制鉴证报告》，发行人于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。同时，为规范和减少关联交易，发行人的控股股东、实际控制人、持股 5%以上股份的股东、发行人董事、监事、高级管理人员均出具了《关于关联交易问题的承诺函》。

综上，对于上述资金拆借行为发行人已通过归还或收回资金、注销代发工资及代支付采购款的主体、改进完善制度、加强内控等方式积极整改，并已针对性建立相应内控制度并有效执行。

三、报告期内的违法违规及收到处罚的情况

报告期内，发行人及其子公司无重大违法违规行为，公司收到的行政处罚情况如下：

序号	时间	处罚机构	被处罚人	处罚事由	处罚金额	整改结果
1	2018 年 10 月 19 日	上海市浦东新区建设和交通委员会	宽创国际	未按期办理施工许可证而开工，未取得施工许可证情况下擅自施工	9.50 万元	后续补办施工许可证后方继续项目实施，未发生安全事故。
2	2020 年 3 月 23 日	上海市浦东新区消防支队	宽创国际	消防设施未保持完好有效	8,000 元	及时将上述隐患情况整改完毕
3	2020 年 5 月 27 日	国家税务总局上海市浦东新区税务局	宽新科技	2019 年第四季度增值税、企业所得税未纳税申报	50 元	已及时补充申报

（一）上述行政处罚的具体背景

1、发行人存在未按期办理施工许可证而开工，未取得施工许可证情况下擅

自施工

2018年9月，发行人位于科苑路1518号的自有办公大楼装饰装修工程项目（即“国信安基地B-3-2厂房装修工程”）存在未按期办理施工许可证而开工、未取得施工许可证的情况下擅自施工的行为。2018年10月19日，上海市浦东新区建设和交通委员会对发行人出具了编号为第2120180042号、第2120180043号的行政处罚决定书，分别处以罚款8万元和1.5万元。

发行人已于2018年10月29日取得了上海市浦东新区建设和交通委员会颁发的《建设工程施工许可证》（装修），并在取得后继续项目施工，于2019年5月13日取得该项目的《建设工程竣工验收备案证书》。

2019年9月16日，上海市浦东新区建设和交通委员会出具了《情况说明》，确认发行人已积极履行上述行政处罚并按时缴纳罚款，且后续补办施工许可证后方继续项目实施，项目在建设过程中未发生安全责任事故，该违法行为不属于重大违法违规行为。

根据上海市住房和城乡建设委员会、上海市浦东新区建设和交通委员会出具的《情况说明》或《告知书》，除上述行政处罚外，发行人在上海市/浦东新区区域内并没有违反建筑相关法律而收到行政处罚的情形。

2、发行人消防设施未保持完好有效

2020年3月9日，上海市浦东新区公安消防支队对公司位于上海市浦东新区科苑路1518号的办公楼进行了消防安全检查，发现公司办公大楼存在消防设施未保持完好有效的情形。2020年3月23日，上海市浦东新区公安消防支队出具了《行政处罚决定书》（沪浦（张江）应急消行罚决字[2020]100026号），给予发行人罚款8,000元的行政处罚。

上述违法行为发生后，发行人即积极整改上述消防隐患，于2020年4月2日向上海市浦东新区公安消防支队及时缴纳了罚款，并于2020年4月6日之前整改完毕。根据上海市公安局浦东分局张江派出所出具的证明，确认上述情况不属于重大违法违规行为，该行政处罚亦不属于严重行政处罚。除前述行政处

罚外，发行人自 2017 年 1 月 1 日以来消防工作无其他违法行为或其他行政处罚记录。

3、发行人未按时申报税款

发行人子公司宽新科技未按时纳税申报 2019 年第四季度增值税、企业所得税。2020 年 5 月 27 日，国家税务总局上海市浦东新区税务局第二十六税务所出具的《税务行政处罚决定书（简易）》（沪税浦二十六简罚[2020]162 号），给予宽新科技罚款 50 元行政处罚，同日宽新科技即已缴纳 50 元罚款并进行了补充申报。

国家税务总局上海市浦东新区税务局出具了《税务证明》，确认发行人报告期内暂未发现重大违反税收管理法规的情形。

（二）整改措施

发行人已制定了《施工进度管理制度》《质量控制制度》《计算机软硬件管理制度》《消防安全管理规定》《财务管理制度》等内控制度，相关制度均规定了责任分配和奖惩制度。

上述违法行为发生后，发行人管理层对此给予了高度的重视，为此也积极采取了规范措施，例如指定专职人员具体负责对内部控制制度的执行情况进行监督检查，确保内控制度有效执行。公司管理层对公司的内部控制制度进行了自我评价，以及由会计师对内部控制出具了鉴证意见，内部控制能够有效实施。

经过积极整改内控中存在的缺陷和规范运行公司的内控制度，截至招股说明书签署日，发行人及员工均能严格遵守相关内控制度，相关整改措施能够有效防范上述违法违规行再次出现。

（三）不影响发行人内部控制执行

除上述处罚外，发行人不存在未被相关部门发现的其他相同或类似违法违规行为。发行人受到上述行政处罚后，积极配合相关政府部门工作，实施了整改计划，并进一步加强了内部控制。发行人受到上述处罚不代表其存在内部控

制缺陷。

公司审计机构大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“大信专审字[2021]第 4-00149 号”《内部控制鉴证报告》，鉴证结论内容如下：“我们认为，上海宽创国际文化科技股份有限公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

（四）对发行人持续经营不构成重大不利影响

发行人上述行政处罚的处罚内容主要为罚款，罚款金额较小且占发行人总资产及净资产比例较低，未导致发行人及子公司之合法存续或停业等重大后果，未对发行人及子公司的业务开展及持续经营产生重大不利影响。

截至本招股说明书签署日，发行人虽因上述违法行为受到行政处罚，但其后续积极整改，并按时、足额缴纳了罚款。上海浦东新区建设和交通委员会、上海市公安局浦东分局张江派出所和国家税务总局上海市浦东新区税务局均已出具相关证明认可发行人的违法行为不属于情节严重的违法行为。

除上述处罚外，报告期内，公司不存在其他行政处罚行为。

保荐机构和发行人律师认为，公司上述处罚不属于重大违法违规。

四、公司资金占用及对外担保情况

报告期内，实际控制人之一李丹曾存在向公司拆借资金行为。具体金额如下：

单位：万元

期间	期初余额	本期发生额	计提利息	本期归还	期末余额
2018 年度	329.29	-	9.42	338.71	-
2019 年度	-	-	-	-	-
2020 年度	-	-	-	-	-

上述资金拆借金额较小，并已于 2018 年全部归还，且已按照年化 6%利率计提资金利息。2018 年以来未再发生资金拆借行为。截至 2018 年 12 月 31 日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。报告期内的关联交易已履行审议程序，公司独立董事发表了独立意见，具体请参见本节

“八、关联交易情况”。

经核查，保荐机构和发行人律师认为报告期内公司曾存在被控股股东、实际控制人占用资金的情形，已规范整改完毕，不构成内控制度有效性的重大不利影响，不构成重大违法违规，不构成发行人首发的法律障碍。

发行人已建立规范的法人治理机构，建立了《对外担保管理制度》，并在章程中明确了对外担保的权限。公司报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

五、公司独立经营情况

发行人在资产、人员、财务、机构和业务方面均具备独立性，具有完整的业务体系和直接面向市场独立持续经营的能力。

（一）资产完整

公司独立拥有与数字文化展示创意服务的研发设计系统、辅助系统和配套设施，拥有独立的采购和产品销售系统；合法拥有与生产经营有关的土地使用权、房屋建筑物、机器设备、商标、专利，产权清晰，不存在权属纠纷，不存在公司资产被控股股东或实际控制人占用情形。

公司报告期内曾租赁实际控制人名下房产用于办公用处，租赁价格参照市场价格，且自 2019 年 4 月停止关联租赁，并搬至公司新建成的位于科苑路 1518 号的新宽创大楼办公。上述租赁对发行人资产完整和独立性不构成重大不利影响。

（二）人员独立

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司设有独立的财务部门，配备了专职的财务人员，并已按照《企业会计准则》的要求建立了独立的财务会计核算体系，能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司设有独立的银行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立⁸

公司已根据《公司法》、《上市公司章程指引》建立健全了股东大会、董事会、监事会及独立董事制度，同时建立了与公司业务相配套的设计、研发、采购、销售等部门。以上机构均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在与控股股东、实际控制人及其实际控制的其他企业机构混同情形。

（五）业务独立

公司控股股东、实际控制人张东、李丹主要从事的业务为发行人的数字文化展示创意服务，未从事其他业务。公司从事的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，主营业务不依赖其他方的关联交易。公司具有独立的业务运作系统。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定情况

最近 2 年内，发行人主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰；最近 2 年，发行人实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在对持续经营有重大影响的事项

⁸ 发行人关于机构独立情况的说明，1-10-6

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险、重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

公司从事馆体、展厅、展览等主体空间设计施工一体化业务，涉及设计、施工、竣工、结算等多个环节，且公司将附加值较低的装饰装修业务进行分包，涉及与客户及分包供应商等多方主体确认工程量、支付进度款、结算工程款等多项责任，如各方对上述环节及责任存在异议均可能导致产生纠纷或诉讼。公司目前未决诉讼情况具体参见“第十一节 其他重要事项”之“三、（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

公司目前未决诉讼中涉及与公司宽创大楼施工单位的合同纠纷诉讼，双方就办公楼施工工程量及付款金额存在异议。目前公司宽创大楼不存在权属纠纷，公司已取得产权证并入驻该办公楼办公，且公司对办公场地无特殊要求，因此上述诉讼对公司持续经营不产生重大影响。

六、同业竞争情况

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事的业务情况

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人控制的其他企业未从事与公司相同或相近的业务。

控制股东、实际控制人张东、李丹控制的其他企业宽创投资、宽兴咨询从事的主要业务为管理咨询，其中宽兴咨询为发行人员工持股平台，以上两家企业从事业务未与公司业务存在重合或相竞争情形。

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与发行人不存在同业竞争情况。

（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

本公司控股股东、实际控制人张东、李丹承诺：

1、本人/本人近亲属（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业目前没有、并且于本人在公司任职及作为公司实际控制人期间也不会从事与公司及其控股子公司相同或相近似业务，或向与公司及其控股子公司从事相同或相近似业务的企业、单位进行投资或任职（不包括从证券市场购买该等企业、单位的股票，且持股比例低于 5%）。

2、本人/本人近亲属及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业目前没有、并且于本人在公司任职及作为公司实际控制人期间也不会通过其他任何方式（包括但不限于独资、合资、合作经营或者承包、租赁经营）间接从事与公司及其控股子公司业务相同或相近似的经营活动。

3、若违背上述承诺，本人愿承担相应的法律责任。

七、关联方及关联关系

截至本招股说明书签署日，发行人的关联方及其关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人及其他持股 5%以上股东

序号	关联方	关联关系
1	张东、李丹	控股股东、实际控制人
2	宽创投资	持股 5%以上股东、控股股东、实际控制人控制的企业

（二）公司子公司

截至本招股说明书签署日，公司拥有一家全资子公司，如下：

序号	关联方	关联关系
1	宽创香港	全资子公司

注：上述子公司情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人子公司、分公司情况”。

（三）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

序号	关联方	关联关系

1	张东、李丹、矫悟、张继伟、 戒一昊 、王亮、李黔滨、朱晓寅、冯良、傅连妹、高燕	报告期内董事、监事、高级管理人员
2	董事、监事、高级管理人员的关系密切的家庭成员	

（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业

除发行人及其子公司外，控股股东、实际控制人控制的其他企业为宽创投资和宽兴咨询。宽创投资和宽兴咨询情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人主要股东及实际控制人的基本情况”。

（五）关联自然人控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业

序号	关联方	关联关系
1	上海美赞美数码科技有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
2	成都天外影视文化传媒有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅控制的企业
3	上海傲瞰电子科技有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
4	上海美赞美安防器材销售有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
5	上海美赞美智能科技有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
6	成都福天禄科技有限责任公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
7	贵州省机械设备进出口公司	独立董事李黔滨的妹夫叶诚担任总经理的企业
8	贵州迈康机械设备进出口有限责任公司	独立董事李黔滨的妹夫叶诚持有6.67%股权并担任董事长的企业
9	上海泰迹商务咨询中心	独立董事王亮的妻子邓瑞卿持股100%的企业
10	上海绿澍管道工程技术服务有限公司	董事、财务总监、董事会秘书矫悟持有10%股权并担任监事的企业
11	上海幻韦数码科技有限公司	董事、副总经理张继伟持股 95%、担任监事的企业

（六）报告期内曾存在的关联方

序号	关联方	关联关系	状态	注销原因	注销前主要经营业务	与发行人的业务及资金往来	是否存在利益输送的情形
1	上海宝溪展览展示有限公司	实际控制人李丹控制的公司	2019年7月18日注销	避免同业竞争与关联交易，节省管理成本	少量零星临展业务	有（注）	否

序号	关联方	关联关系	状态	注销原因	注销前主要经营业务	与发行人的业务及资金往来	是否存在利益输送的情形
2	泸定岚风农牧旅游文化发展有限责任公司	实际控制人张东的姐姐张梅持有57%股权并担任执行董事、总经理、法定代表人	2020年9月11日注销	不再经营	酒店业	无	否
3	上海辉智企业管理咨询有限公司	前独立董事蒋骁持有20%股权并担任执行董事、法定代表人	2019年12月19日注销	不再经营	管理咨询	无	否
4	上海东洲资产评估有限公司	前独立董事蒋骁持有5%股权并担任董事	未注销				
5	上海漱圣企业管理事务所	前独立董事蒋骁持股100%并担任法定代表人	未注销				
6	上海旗泉企业管理咨询中心	前独立董事蒋骁持股100%	未注销				
7	贵州达海贸易公司	独立董事李黔滨妹夫叶诚担任法定代表人、总经理	2018年7月27日注销	经营不善	汽车配件销售	无	否
8	宽创德国	报告期内曾经的全资子公司	2020年1月28日注销	未实际开展业务，无存续必要	未实际开展业务	/	/
9	宽新科技	已注销的全资子公司	2021年6月24日注销	未实际开展业务，无存续必要	未实际开展业务	/	/
10	蒋萍、倪春华、刘泓伶、沈若平、蒋骁	报告期内曾担任公司的独立董事、高级管理人员	/	/	/	/	/

注：相关业务资金往来参见本节“八、（一）2、代发工资”

上海宝溪展览展示有限公司系实际控制人李丹通过第三人控制的公司。注销前，上海宝溪从事零星展览展示业务，洪骏当时是发行人员工且从事展览展示相关工作。李丹因经营精力所限委托洪骏担任上海宝溪的股东及法定代表人。洪骏曾经系发行人公司员工，与实际控制人李丹系上下级同事关系，除此之外并无其他关联关系。截至本招股书签署日，洪骏无控制的其他公司。

八、关联交易情况

（一）经常性关联交易

1、关联租赁

发行人设立于上海，在 2019 年 4 月搬入自有房产之前，主要通过租赁房产办公。报告期内，公司曾租赁实际控制人张东、李丹及其子张嘉赓名下的房产用于办公，具体情况如下：

租赁期间	租赁面积 (平方米)	租赁价格 (万元)	租赁单价 (元/平方米/ 日)	同区域可比物业租赁价格 (元/平方米/日)	定价 依据
2018 年度	1,968.76	301.81	4.20	4.0-4.5	市场 价格
2019 年 1-3 月	1,968.76	75.45	4.20	4.1-4.7	

经对比，发行人关联租赁与周边所在地办公经营场所租金水平不存在明显差异，发行人向实际控制人租赁房屋以市场化定价的方式确定，具有公允性，并履行相关关联交易的决策程序，不存在损害发行人及其他股东利益的情形。

该房产的基本信息如下：

不动产编号	沪房地浦字（2010）第 051470 号
产权人	张东、李丹、张嘉赓
房屋坐落	中国（上海）自由贸易试验区伽利略路 11 号 2 幢
房产面积（平方米）	1,968.76

2019 年 4 月开始，公司停止了上述关联租赁，并整体搬入新建成的位于科苑路 1518 号的新宽创大楼办公。上述关联租赁对发行人资产完整和独立性不构成重大不利影响。

2、代发工资

上海宝溪展览展示有限公司系实际控制人通过第三方控制的公司。报告期期初，因缺乏合规意识，公司曾通过该公司发放少量员工工资。具体金额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发放工资	-	-	7.96
工资总额	10,216.16	12,248.82	11,438.12
占比	-	-	0.07%

代发工资的详细情况如下：

年度	代发人员名单	发行人任职	薪酬金额 (万元)	是否在上海宝溪 兼职

年度	代发人员名单	发行人任职	薪酬金额 (万元)	是否在上海宝溪 兼职
2018 年 1-4 月	李若冰	展馆策划师	7.16	否
	顾菊芳	保洁	0.6	否
	吴伟芳	/	0.2	记账会计
	合计		7.96	

注：上海宝溪无实际业务运营，将其记账会计吴伟芳的薪酬一并计入

除此之外，公司不存在其他体外支付员工薪酬、奖金的情形。

2018 年 5 月以来，公司已对此进行了规范，停止了该种工资发放模式。上述工资已完整纳入公司成本费用核算，并依法计提缴纳了个人所得税。

3、通过关联方支付采购款

2017 年，公司在境外开展部分临展业务，由于境外临展的供应商位于境外，出于资金支付的便利性，公司曾通过李丹控制的境外公司——宽创 BVI 代为支付供应商成本。2017 年关联支付金额为 390.49 万元，占当年采购总额的 1.67%。上述关联代付金额较小，且相关成本已完整计入发行人成本。

宽创 BVI 已于 2017 年 6 月 19 日注销。报告期内，公司未再发生通过关联方支付采购款的情形。

（1）宽创 BVI 设立注销

2006 年 8 月 25 日，宽创 BVI 成立，设立原因系海外离岸 BVI 公司的注册条件程序较为简便且方便境外临展业务款项的结算。宽创 BVI 在存续期间主要从事零星临展业务。为了避免同业竞争，并集中精力经营发行人业务，实际控制人李丹认为宽创 BVI 已无存续必要，并于 2017 年 6 月 19 日注销。

宽创 BVI 自成立以来股权并未有任何变动，注册资金为 50,000 美元。李丹为宽创 BVI 的唯一股东和董事。根据 AMSLAW 律师出具的法律意见书，宽创 BVI 是一家根据 2004 年英属维尔京群岛商业公司法（“法案”）在公司事务登记处注册的股份有限公司，并根据英属维尔京群岛法律合法存续。该公司已于 2017 年 6 月 19 日根据上述法案完成了清算和解散程序。该公司的设立和注销程序符合英属维尔京群岛法律的规定。

（2）发行人通过宽创 BVI 支付采购款的原因，是否存在外汇、税收及法律风险

①发行人通过宽创 BVI 支付采购款的原因

报告期内，发行人主要通过子公司宽创香港支付发行人境外展览展示业务供应商款项。2017 年初，宽创香港因银行账户原因无法正常对外支付，考虑资金支付便利性，发行人临时使用宽创 BVI（李丹为唯一股东）设立的汇丰香港银行账户代宽创香港及宽创国际支付部分供应商货款 390.49 万元，金额较小，相关成本已完整计入发行人成本，且款项已于 2019 年在发行人与实际控制人李丹的往来中一并结清。

②是否存在外汇、税收及法律风险

根据实际控制人李丹的确认，英属维尔京群岛法律未对企业实缴出资的期限和金额有做规定，且宽创 BVI 章程中也未对股东实缴出资进行约定，宽创 BVI 设立时未实际出资，亦未办理相关外汇登记手续；宽创 BVI 存续期间从事零星临展业务，代发行人支付部分供应商货款主要源自于其境外经营所得，代付款项金额较小且已于 2019 年在发行人与实际控制人李丹的往来中一并结清，不涉及发行人资金出境。之后基于规范同业竞争考虑，宽创 BVI 于 2017 年 6 月注销。

根据 AMSLAW 律师出具的法律意见书，宽创 BVI 未实缴注册资本不违反英属维尔京群岛法律的相关规定；公司无须向英属维尔京群岛的政府或其他税务机关缴纳任何税款、费用或收取任何费用；公司未有因违反任何税收法律法规而受到处罚的记录；英属维尔京群岛没有外汇管制或外汇法律、法规。自公司成立之日起至公司注销之日止，有关公司的记录中未出现任何针对公司的诉讼、仲裁或判决。

报告期内，发行人与宽创 BVI 除上述代付款项外，不存在其他交易及资金往来，未发生相关资金出入境事项。上述代付供应商款项的相关成本已完整计入发行人成本。根据发行人相关主管部门出具的《税务证明》等证明文件及《境外法律意见书》，确认发行人及其子公司在报告期内暂未发现重大违反税收管理法规的情形。

根据发行人及李丹提供的说明、李丹个人公共信用信息查询报告并经国家外汇管理局政府网站（<http://www.safe.gov.cn>）进行查询，经核查，发行人、李丹及宽创 BVI 未曾受到过外汇管理方面的行政处罚。截至目前，李丹、宽创 BVI 及发行人不存在因未办理境外投资外汇登记手续、税收及其他法律问题被处罚或接受调查的情形。宽创 BVI 已于 2017 年 6 月注销。

据此，保荐机构及发行人律师认为，李丹未向宽创 BVI 实缴出资，未办理相关外汇登记手续，上述情况不违反英属维尔京群岛法律及宽创 BVI 章程，李丹因外汇、税收及其他法律风险而受到处罚的风险较低，不会构成发行人本次发行上市的实质性障碍；报告期内，发行人除与宽创 BVI 发生代付采购款项外，不存在其他交易或资金往来，不涉及资金出入境，不存在外汇、税收及其他法律风险。

4、关联采购

2017 年，公司曾向矫悟参股公司上海淦澍管道工程技术服务有限公司采购部分工程劳务服务，金额 28.86 万元。因发行人因项目施工需求急需租赁高空作业平台车等机械设备，矫悟向公司引荐了上海淦澍，并通过了公司供应商审核并最终选定。发行人向矫悟参股 10% 的公司上海淦澍管道工程技术服务有限公司采购设备租赁及相关劳务服务，金额较小，占 2017 年采购额的比例为 0.12%。

一方面，矫悟作为公司财务总监参与了相关合同审批及付款审批；另一方面，矫悟作为参股上海淦澍 10% 的小股东，并不能控制上海淦澍或对其施加重大影响，因此矫悟参与采购过程，但未对采购行为施加重大影响。上述交易价格根据机械工作时间，折合成台班数，参照当地每台班的市场单价再附加人员费用来确定，定价公允。

上述关联采购之后公司未再发生类似行为。为减少和规范上述情况，矫悟出具了《关于关联交易问题的承诺函》，将尽量避免和减少与公司之间的关联交易，对于公司能够通过市场与独立第三方之间发生的交易，将由公司与独立第三方进行。

报告期内，公司未再发生关联采购。

5、董事、监事、高级管理人员薪酬

报告期内，公司支付的董事、监事、高级管理人员薪酬如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬	383.98	364.86	324.79

2017 年、2018 年公司董事、监事、高管薪酬分别为 164.83 万元、324.79 万元，相差 159.96 万元，主要系公司于 2017 年 10 月股改，公司 2017 年分为有限公司与股份公司两个阶段，有限公司阶段董事、监事、高管仅张东、李丹 2 人，股份公司阶段董事、监事、高管为张东、李丹等 12 人，综合计算拉低了 2017 年董事、监事、高管薪酬水平。2018 年之后，公司董事、监事、高管薪酬随人员及薪酬变化基本保持稳定且略有增长态势。

董事、监事、高管的薪酬政策：在公司担任日常管理职务的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬主要由基本工资、绩效奖金等构成。基本工资根据岗位性质和职位级别来确定，绩效奖金根据公司业绩完成情况、岗位绩效考核等综合考核结果确定；独立董事领取独立董事津贴。公司董事、监事、高级管理人员的薪酬方案均按照《公司章程》等公司治理制度履行了相应的审议程序。

（二）偶发性关联交易

1、关联资金拆借

报告期，实际控制人之一李丹曾存在向公司拆借资金行为。具体金额如下：

单位：万元

期间	期初余额	本期发生额	计提利息	本期归还	期末余额
2018 年度	329.29	-	9.42	338.71	-
2019 年度	-	-	-	-	-
2020 年度	-	-	-	-	-

上述资金拆借金额较小，并已于 2018 年全部归还，且已按照年化 6% 利率计提资金利息。2018 年以来未再发生资金拆借行为。

2、关联担保

（1）银行借款担保

报告期内，由于公司自有房产尚未完成产证办理，为申请中信银行上海分行贷款，实际控制人张东、李丹及其子张嘉赓为公司提供担保，具体担保情况如下：

担保人	被担保人	担保权人	担保合同编号	担保金额 (万元)	担保 方式	担保期限
张东、李丹	发行人	中信银行股份有限公司上海分行	2019 沪银最保字第 731611193004 号	5,150	最高额 保证	2019 年 6 月 25 日至 2022 年 9 月 25 日
张东、李丹、 张嘉赓	发行人	中信银行股份有限公司上海分行	2019 沪银最抵字第 731611193002 号	4,500	最高额 抵押	2019 年 6 月 25 日至 2022 年 9 月 25 日
张东、李丹	发行人	浦发银行张江科技支行	ZB9716202000000014	2,000	最高额 保证	2020 年 3 月 23 日至 2021 年 12 月 31 日

其中，最高额抵押合同抵押物系张东、李丹及张嘉赓所有的坐落于中国（上海）自由贸易试验区伽利略路 11 号 2 幢的不动产，该不动产相关信息详见本节“（一）经常性关联交易”之“1、关联租赁”。

（2）保证金担保

2020 年 11 月 2 日，上海市浦东新区人民法院作出(2020)沪 0115 民初 58924 号财产保全的裁定，裁定冻结发行人名下银行存款人民币 2,142.72 万元或查封、扣押等值的其他财产，涉诉对象为上海普研建筑安装工程有限公司，具体涉诉情况参见“第十一节 其他重要事项”之“三（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

2020 年 12 月 10 日，公司召开第二届董事会第三次会议，审议通过了《关于公司股东上海宽创投资咨询有限公司拟为公司提供担保的议案》，同意接受宽创投资提供的担保。同日，公司与宽创投资签署《担保协议》，宽创投资同意向浦东法院缴纳 2,142.72 万元，作为公司向浦东法院申请解除资金冻结的保证金，保证期限至案件执行完毕之日止，本次担保以保证金金额的年化 4.35%记取担保费用，并按照保证金实际提供天数计算。

2020 年 12 月 15 日，宽创投资向上海市浦东新区人民法院执行款专户汇入 2,142.72 万元保证金。2020 年 12 月 17 日，上海市浦东新区人民法院作出(2019)

沪 0115 民初 58924 号之一的裁定，因公司已向法院提供 2,142.72 万元作为保证金，裁定解除公司名下银行存款账户的查封。

报告期内不存在公司向关联方提供担保的情形。

除上述情况外，公司不存在其他偶发性关联交易。

（三）报告期内全部关联交易的简要汇总表

交易分类	交易方	交易内容
经常性 关联交易	张东、李丹及其子张嘉赓	公司曾租赁实际控制人名下房产用于办公，于 2019 年 4 月停止关联租赁。
	上海宝溪展览展示有限公司	代发员工工资，2018 年 5 月停止发放，2019 年 7 月 18 日注销。
	董事、监事、高级管理人员	公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬
偶发性 关联交易	李丹	资金拆借，于 2018 年全部归还。
	张东、李丹及其子张嘉赓	张东、李丹及其子张嘉赓为公司借款提供担保
	宽创投资	宽创投资为公司解除财产冻结向法院提供保证金担保

（四）关联方应收应付款项余额

单位：万元

关联方名称	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
其他应收款			17.00
张东、李丹、张嘉赓		-	17.00
其他应付款	3.88	-	620.35
其中：宽创 BVI		-	322.85
张东、李丹、张嘉赓		-	297.50
上海宽创投资咨询有限公司	3.88	-	-

（五）报告期内发生的关联交易履行公司章程规定的情况及独立董事意见

公司 2020 年第二次股东大会、2020 年年度股东大会审议通过了相关议案，确认 2018 年、2019 年及 2020 年关联交易事项定价原则的合理性、公允性，遵循公开、公平、公正的原则，不存在损害公司和其他股东合法权益的情况。

公司独立董事对报告期内发生的关联交易进行了审核并发表意见如下：公司报告期内发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议或合同所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格依据市场定价原则或者按照

使公司或其他股东受益的原则确定，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司报告期内发生的关联交易，均已按照公司当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序。

九、报告期内关联方的变化情况

发行人报告期内关联方的变化情况参见本节之“七、（六）报告期内曾存在的关联方”。

公司报告期内曾存在的关联方均已注销，其中报告期内公司与上海宝溪展览展示有限公司、宽创 BVI 之间的交易均已在本节之“八、关联交易情况”中披露。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计信息，非经特别说明，均引自经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告。本节的财务会计数据及有关分析反映了公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日的财务状况以及 2018 年度、2019 年度和 2020 年度的经营成果和现金流量。非经特别说明，本节引用的财务数据均为本公司经审计的合并财务报表口径。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取详细的财务资料。

一、经审计的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	97,727,903.96	33,345,979.21	76,249,151.28
交易性金融资产	39,988,983.37	89,383,653.00	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	30,000,000.00
应收票据	-	-	8,940,000.00
应收账款	224,548,079.91	225,464,297.47	146,484,467.38
应收款项融资	3,000,833.24	7,745,000.00	-
预付款项	3,712,252.49	7,736,612.79	12,060,154.26
其他应收款	10,898,330.65	17,438,425.50	24,391,474.20
其中：应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
存货	130,425,630.35	205,954,734.30	195,739,612.51
合同资产	24,940,793.48	-	-
其他流动资产	97,971.31	16,017.94	56,944.62
流动资产合计	535,340,778.76	587,084,720.21	493,921,804.25
非流动资产：			
固定资产	70,613,332.35	73,935,477.47	8,209,369.14
在建工程	-	-	44,531,060.10
无形资产	38,906,581.60	41,374,824.08	39,649,318.00
递延所得税资产	18,108,099.59	20,899,979.90	18,958,169.48
其他非流动资产	-	-	543,056.55
非流动资产合计	127,628,013.54	136,210,281.45	111,890,973.27
资产总计	662,968,792.30	723,295,001.66	605,812,777.52
流动负债：			
短期借款	22,026,681.11	22,032,804.45	-

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
应付票据	-	1,447,452.26	-
应付账款	166,853,143.59	174,531,004.96	109,484,401.49
预收款项	-	203,435,902.11	247,125,288.37
合同负债	93,463,343.88	-	-
应付职工薪酬	19,946,514.34	19,342,680.29	20,527,436.70
应交税费	10,774,618.62	11,554,364.24	15,543,309.74
其他应付款	7,042,855.57	4,460,741.81	7,943,156.54
其中：应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他流动负债	24,344,946.47	17,550,316.28	11,285,971.34
流动负债合计	344,452,103.58	454,355,266.40	411,909,564.18
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
长期应付款	-	-	-
预计负债	1,165,010.37	-	-
递延所得税负债	6,613,761.22	6,275,274.18	9,380,197.46
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	7,778,771.59	6,275,274.18	9,380,197.46
负债合计	352,230,875.17	460,630,540.58	421,289,761.64
股东权益：			
股本	63,800,000.00	63,800,000.00	61,800,000.00
资本公积	65,484,793.98	65,484,793.98	42,284,793.98
其他综合收益	-1,192,257.75	2,006,074.62	1,922,264.13
盈余公积	15,191,401.69	10,272,197.52	3,238,025.91
未分配利润	167,453,979.21	121,101,394.96	75,277,931.86
归属于母公司股东权益合计	310,737,917.13	262,664,461.08	184,523,015.88
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	310,737,917.13	262,664,461.08	184,523,015.88
负债和股东权益总计	662,968,792.30	723,295,001.66	605,812,777.52

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	476,794,088.97	481,115,332.14	389,610,814.09
减：营业成本	321,238,067.22	328,571,583.85	261,252,667.25
税金及附加	1,349,316.74	1,049,515.17	1,055,072.61
销售费用	20,207,269.06	27,010,318.12	30,152,380.82
管理费用	28,911,314.87	31,420,524.27	27,748,062.21
研发费用	20,130,809.59	23,205,318.24	20,294,092.59
财务费用	230,954.99	266,880.35	561,646.19
其中：利息费用	996,302.09	524,871.11	-
利息收入	175,947.06	272,630.17	398,743.38
加：其他收益	4,963,656.16	4,979,938.10	3,643,811.53
投资收益（损失以“-”号填列）	1,124,952.11	808,225.81	-245,743.65

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	-153,238.89	-86,127.77	-
信用减值损失（损失以“－”号填列）	-31,376,808.93	-14,567,355.65	-
资产减值损失（损失以“－”号填列）	-419,361.62	-169,544.09	-11,564,454.47
资产处置收益（损失以“－”号填列）	-9,546.44	-	-
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	58,856,008.89	60,556,328.54	40,380,505.83
加：营业外收入	139,826.80	863,407.49	180,028.92
减：营业外支出	921,611.87	1,773,317.50	122,462.14
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	58,074,223.82	59,646,418.53	40,438,072.61
减：所得税费用	6,802,435.40	6,788,783.82	4,931,188.78
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	51,271,788.42	52,857,634.71	35,506,883.83
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	51,271,788.42	52,857,634.71	35,506,883.83
2.终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）	-	-	-
（二）按所有权归属分类：			
1.归属于母公司股东的净利润（净亏损以“－”号填列）	51,271,788.42	52,857,634.71	35,506,883.83
2.少数股东损益（净亏损以“－”号填列）	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-3,198,332.37	83,810.49	2,950,054.16
归属母公司股东的其他综合收益的税后净额	-3,198,332.37	83,810.49	2,950,054.16
六、综合收益总额	48,073,456.05	52,941,445.20	38,456,937.99
归属于母公司股东的综合收益总额	48,073,456.05	52,941,445.20	38,456,937.99

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	351,947,423.04	380,870,861.41	414,145,083.18
收到的税费返还	14,191.92	8,454,383.60	695.36
收到其他与经营活动有关的现金	18,054,896.36	14,801,761.69	19,246,958.13
经营活动现金流入小计	370,016,511.32	404,127,006.70	433,392,736.67
购买商品、接受劳务支付的现金	203,389,199.64	215,815,857.88	244,629,111.97
支付给职工以及为职工支付的现金	97,944,750.61	123,896,118.59	109,925,084.28
支付的各项税费	20,774,838.83	25,496,738.90	24,398,725.12
支付其他与经营活动有关的现金	25,733,872.23	34,646,204.26	46,166,280.64
经营活动现金流出小计	347,842,661.31	399,854,919.63	425,119,202.01
经营活动产生的现金流量净额	22,173,850.01	4,272,087.07	8,273,534.66
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	209,658,507.79	70,313,817.86	67,067,413.48
取得投资收益收到的现金	1,178,967.71	94,066.57	1,760,765.27
处置固定资产、无形资产和其他长期	750.00	-	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	210,838,225.50	70,407,884.43	68,828,178.75
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,537,174.69	29,637,141.56	30,252,441.17
投资支付的现金	161,755,400.00	128,902,281.03	80,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	166,292,574.69	158,539,422.59	110,252,441.17
投资活动产生的现金流量净额	44,545,650.81	-88,131,538.16	-41,424,262.42
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	21,600,000.00	22,680,000.00
取得借款收到的现金	22,000,000.00	22,000,000.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	22,000,000.00	43,600,000.00	22,680,000.00
偿还债务支付的现金	22,000,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,002,425.43	492,066.66	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	23,002,425.43	492,066.66	-
筹资活动产生的现金流量净额	-1,002,425.43	43,107,933.34	22,680,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-899,314.47	412,409.13	2,237,051.80
五、现金及现金等价物净增加额	64,817,760.92	-40,339,108.62	-8,233,675.96
加：期初现金及现金等价物余额	25,761,695.54	66,100,804.16	74,334,480.12
六、期末现金及现金等价物余额	90,579,456.46	25,761,695.54	66,100,804.16

二、审计意见和关键审计事项

（一）审计意见

大信会计师事务所（特殊普通合伙）依据中国注册会计师审计准则对本公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日的资产负债表和合并资产负债表，2018 年度、2019 年度和 2020 年度的利润表和合并利润表、现金流量表和合并现金流量表、所有者权益变动表和合并所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了“大信审字[2021]第 4-00867 号”标准无保留意见的审计报告。

大信会计师事务所（特殊普通合伙）认为：公司财务报表在所有重大方面按

照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况，以及 2018 年度、2019 年度和 2020 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是会计师根据职业判断，认为对 2018 年度、2019 年度和 2020 年度财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，会计师不对这些事项单独发表意见。大信会计师事务所（特殊普通合伙）在出具的审计报告中披露的关键审计事项内容如下：

1、收入确认

（1）事项描述

公司 2020 年度、2019 年度和 2018 年度营业收入分别为 47,679.41 万元、48,111.53 万元和 38,961.08 万元，其中馆厅展示创意服务的收入分别为 43,236.64 万元、39,010.85 万元和 26,496.98 万元，占公司营业收入总额的比例为 90.68%、81.08%和 68.01%。由于馆厅展示创意服务单个项目金额均较大，收入确认时点对公司财务报表的影响较大，因此，我们将公司馆厅展示创意服务的收入确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

①评价和测试与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

②检查各主要类型客户合同，分析与收入确认有关的重大风险及报酬、控制权转移时点，评估收入确认会计政策合理性；

③对收入、成本和毛利情况进行分析，包括成本结构分析、毛利率波动分析等，结合宏观经济环境变化、行业环境变化等综合分析收入、成本和毛利变动情况的合理性；

④抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括中标文件、合同以及项目竣工验收单，并查阅相关公开信息予以核对；

⑤针对重要的项目，就合同信息、验收时点、收款情况等实施函证程序，实地观察项目的运行情况并对客户进行访谈。

2、应收账款坏账准备

（1）事项描述

截至2020年12月31日，公司应收账款账面余额28,453.39万元，扣减坏账准备5,998.58万元后的账面价值22,454.81万元，占总资产的33.87%；2019年12月31日，公司应收账款账面余额25,898.43万元，扣减坏账准备3,352.00万元后的账面价值22,546.43万元，占总资产的31.17%；2018年12月31日，公司应收账款账面余额16,624.30万元，扣减坏账准备1,975.86万元后的账面价值14,648.44万元，占总资产的24.18%。

因应收账款的可收回性对财务报表影响重大，且对应收账款坏账准备的计提和转回涉及管理层运用重大会计估计和判断，我们将应收账款坏账准备确认为关键审计事项。

（2）审计应对

我们针对应收账款坏账准备执行的审计程序主要包括：

①评价和测试与应收账款减值测试相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

②评价应收账款坏账准备会计政策合理性及是否符合企业实际经营情况；

③测试管理层编制的应收账款账龄的准确性，对期末应收账款抽样实施函证程序；

④综合分析合同信用条款、历史回款记录、期后回款情况、客户的经营状况、同行业其他公司应收账款账龄及坏账准备计提情况，评价应收账款坏账准备计提的合理性；

⑤针对账龄较长的大额应收账款，就项目的实施情况、款项的支付情况、

客户的经营情况等信息对客户进行访谈。

三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性，主要考虑项目金额是否超过税前利润的 5%。

四、盈利能力及财务状况的主要影响因素

（一）财务因素

1、销售收入规模

公司营业收入规模一定程度上可以反映公司在行业的竞争力，2018 年度、2019 年度及 2020 年度，公司的销售收入分别为 38,961.08 万元、48,111.53 万元及 47,679.41 万元。2019 年度，公司收入较 2018 年度增长 23.49%，2020 年度，受疫情影响，公司收入规模略有下滑。公司在创意设计行业具有较好的竞争力。

2、毛利率

毛利率综合反映了公司对客户及供应商的议价能力，体现了公司成本管控能力及公司在行业内的综合地位。2018 年度、2019 年度及 2020 年度，公司综合毛利率分别为 32.95%、31.71%及 32.63%，基本保持平稳状态，体现了公司在行业内的综合地位。

（二）非财务因素

报告期内，影响公司盈利能力及财务状况的主要非财务因素包括行业政策及国民经济发展、公司获取订单的能力及客户回款进度，具体分析如下：

1、行业政策及国民经济发展

公司所处的文化艺术行业是国家政策大力支持的行业，为行业发展创造了积极良好的外部环境。我国快速的城市化进程为数字文化展示创意行业提供了广阔的发展空间，随着居民文化消费水平不断提高，对于文化产品和服务需求随之不断增加。行业政策及国民经济的发展为公司业务提供了良好的市场环境和发展机遇，是公司开拓业务的重要有利因素。

2、公司获取订单的能力

报告期内，公司馆厅展示创意服务收入占比分别为 68.01%、81.08%及 90.68%，逐年升高。公司馆厅展示创意服务业务获取订单的方式主要系招投标，公司通过招投标形式获取订单的能力对公司盈利能力及财务状况的影响较大。报告期内，公司累计完成馆厅展示创意服务项目 104 个，积累了丰富的案例，为公司获取订单的能力提供了一定积极作用。

3、客户回款进度

随着公司整体业务规模逐年扩大，公司应收账款余额逐年增长。报告期内，公司应收账款余额分别为 16,624.30 万元、25,898.43 万元及 28,453.39 万元，逐年升高。公司应收账款增长主要源于馆厅展示创意服务客户回款进度较慢，客户的回款进度将影响公司的盈利能力及财务状况。公司客户主要系政府、事业单位、大型国企及民企，回款能力较强，不存在重大坏账风险。

五、合并财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）合并财务报表的编制基础

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似表决权）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。子公司是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，

以及企业所控制的结构化主体等），结构化主体是指在确定其控制方时没有将表决权或类似权利作为决定性因素而设计的主体（有时也称为特殊目的主体）。

（二）合并报表范围及变化情况

1、合并财务报表的范围

截至 2020 年 12 月 31 日，纳入发行人合并范围的子公司情况如下：

子公司	注册地	持股比例	取得方式
宽创香港	香港尖沙咀广东道 17-19 号环球金融中心南座 13A 楼 05-15 室	100%	设立取得
宽新科技	中国（上海）自由贸易试验区芳春路 400 号 1 幢 3 层	100%	设立取得

2、报告期内合并报表范围的变化情况

2018 年 12 月 31 日/ 2018 年度	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度	2020 年 12 月 31 日/ 2020 年度
宽创香港	宽创香港	宽创香港
宽创德国	宽创德国	宽创德国（注）
/	宽新科技	宽新科技

注：宽创德国于 2020 年 1 月 28 日注销，银行账户于 2020 年 9 月 9 日关闭。

六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）企业合并

1、同一控制下的企业合并

同一控制下企业合并形成的长期股权投资合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，本公司在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。合并方以发行权益性工具作为合并对价的，按发行股份的面值总额作为股本。长期股权投资的初始投资成本与合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买

方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值之和。非同一控制下企业合并中所取得的被购买方符合确认条件的可辨认资产、负债及或有负债，在购买日以公允价值计量。购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，体现为商誉价值。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期营业外收入。

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并财务报表范围

本公司将全部子公司（包括本公司所控制的单独主体）纳入合并财务报表范围，包括被本公司控制的企业、被投资单位中可分割的部分以及结构化主体。

2、统一母子公司的会计政策、统一母子公司的资产负债表日及会计期间

子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

3、合并财务报表抵销事项

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，已抵销了本公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易。子公司所有者权益中不属于本公司的份额，作为少数股东权益，在合并资产负债表中股东权益项目下以“少数股东权益”项目列示。子公司持有本公司的长期股权投资，视为本公司的库存股，作为股东权益的减项，在合并资产负债表中股东权益项目下以“减：库存股”项目列示。

4、合并取得子公司会计处理

对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于自最终控制方开始实施控制时已经发生，从合并当期的期初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表；对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整。

5、处置子公司的会计处理

在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

（三）现金及现金等价物的确定标准

本公司在编制现金流量表时所确定的现金，是指本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款。在编制现金流量表时所确定的现金等价物，是指持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务及外币财务报表折算

1、外币业务折算

本公司对发生的外币交易，采用与交易发生日即期汇率折合本位币入账。资产负债表日外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，因该日的即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，除符合资本化条件的外币专门借款的汇兑差额在资本化期间予以资本化计入相关资产的成本外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动(含汇率变动)处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

2、外币财务报表折算

本公司的控股子公司、合营企业、联营企业等，若采用与本公司不同的记账本位币，需对其外币财务报表折算后，再进行会计核算及合并财务报表的编报。资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率的近似汇率折算。折算产生的外币财务报表折算差额，在资产负债表中所有者权益项目其他综合收益下列示。外币现金流量应当采用系统合理的方法确定的、与现金流量发生日即期汇率近似的汇率折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。处置境外经营时，与该境外经营有关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

（五）金融工具（2019年1月1日起适用）

1、金融工具的分类及重分类

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

（1）金融资产

本公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产：①本公司管理金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：①本公司管理金融资产的业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基

础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除分类为以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，本公司将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，如果能消除或减少会计错配，本公司可以将金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司改变管理金融资产的业务模式时，将对所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，且自重分类日起采用未来适用法进行相关会计处理，不对以前已经确认的利得、损失（包括减值损失或利得）或利息进行追溯调整。

报告期内，公司将购买的银行理财产品分类为交易性金融资产（2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则后）和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则前）。

公司购买的银行理财产品属于非保本浮动收益型，产品风险提示“理财产品不保证本金和收益，投资者的本金有可能蒙受损失，极端情况下，可能全部或部分受损，且无法取得任何收益”。根据理财计划产品说明书，理财产品主要投资对象为包括货币市场基金、固定收益类及其他符合监管要求的债权类投资在内的资产组，银行随时可以根据市场情况对资产组进行调整。在旧金融工具准则下，公司购买理财产品的目的是为了近期内出售或赎回，在新金融工具准则下该类投资不满足金融工具准则规定的“本金加利息的合同现金流量特征”。公司将持有的银行理财产品分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，在资产负债表中列报于交易性金融资产，符合《企业会计准则》的规定。

（2）金融负债

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；以摊余成本计量的金融负债。所有的金融负债不进行重分类。

2、金融工具的计量

本公司金融工具初始确认按照公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款或应收票据，本公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。金融工具的后续计量取决于其分类。

（1）金融资产

①以摊余成本计量的金融资产。初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。初始确认后，对于该类金融资产（除属于套期关系的一部分金融资产外），以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资。初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失均计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

④指定为公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资。初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。除获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益外，其他相关利得和损失均计入其他综合收益，且后续不转入当期损益。

（2）金融负债

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。该类金融负债包括交

易性金融负债(含属于金融负债的衍生工具) 和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。初始确认后, 对于该类金融负债以公允价值进行后续计量, 除与套期会计有关外, 交易性金融负债公允价值变动形成的利得或损失(包括利息费用) 计入当期损益。指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的, 由企业自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额, 计入其他综合收益, 其他公允价值变动计入当期损益。如果对该金融负债的自身信用风险变动的影响计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配的, 本公司将该金融负债的全部利得或损失计入当期损益。

②以摊余成本计量的金融负债。初始确认后, 对此类金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

3、本公司对金融工具的公允价值的确认方法

如存在活跃市场的金融工具, 以活跃市场中的报价确定其公允价值; 如不存在活跃市场的金融工具, 采用估值技术确定其公允价值。估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。在有限情况下, 如果用以确定公允价值的近期信息不足, 或者公允价值的可能估计金额分布范围很广, 而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的, 该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。本公司利用初始确认日后可获得的关于被投资方业绩和经营的所有信息, 判断成本能否代表公允价值。

4、金融资产和金融负债转移的确认依据和计量方法

(1) 金融资产

本公司金融资产满足下列条件之一的, 予以终止确认: ①收取该金融资产现金流量的合同权利终止; ②该金融资产已转移, 且本公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬; ③该金融资产已转移, 虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有报酬的, 但未保留对该金融资产的控制。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有报酬的, 且保留了对该金融资产控制的, 按照继续涉入被转移金融资产的程度确认有关金融资产,

并相应确认相关负债。

金融资产转移整体满足终止确认条件的，将以下两项金额的差额计入当期损益：①被转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，先按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，然后将以下两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分在终止确认日的账面价值；②终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

针对本公司指定为公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（2）金融负债

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，本公司终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

金融负债（或其一部分）终止确认的，本公司将其账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

（六）预期信用损失的确定方法及会计处理方法（2019 年 1 月 1 日起适用）

1、预期信用损失的确定方法

本公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产（含应收款项）、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资（含应收款项融

资）、租赁应收款、合同资产进行减值会计处理并确认损失准备。

本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否显著增加，将金融工具发生信用减值的过程分为三个阶段，对于不同阶段的金融工具减值采用不同的会计处理方法：（1）第一阶段，金融工具的信用风险自初始确认后未显著增加的，本公司按照该金融工具未来 12 个月的预期信用损失计量损失准备，并按照其账面余额（即未扣除减值准备）和实际利率计算利息收入；（2）第二阶段，金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但未发生信用减值的，本公司按照该金融工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，并按照其账面余额和实际利率计算利息收入；（3）第三阶段，初始确认后发生信用减值的，本公司按照该金融工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，并按照其摊余成本（账面余额减已计提减值准备）和实际利率计算利息收入。

（1）较低信用风险的金融工具计量损失准备的方法

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司可以不用与其初始确认时的信用风险进行比较，而直接做出该工具的信用风险自初始确认后未显著增加的假定。

如果金融工具的违约风险较低，债务人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。例如，在具有较高信用评级的商业银行的定期存款可能被视为具有较低的信用风险；如果一项金融工具具有“投资级”以上的外部信用评级，该工具可能被视为具有较低信用风险。

（2）应收款项和合同资产计量损失准备的方法

不包含重大融资成分的应收款项或合同资产。对于由《企业会计准则第 14 号—收入》规范的交易形成的不含重大融资成分的应收款项及合同资产，本公司采用简化方法，即始终按整个存续期预期信用损失计量损失准备。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融资产或金融资产组合为基础评估信

用风险是否显著增加。本公司根据信用风险特征将应收票据、应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

①应收票据：

应收票据组合 1：银行承兑汇票

应收票据组合 2：商业承兑汇票

针对银行承兑汇票，管理层评价该类款项具有较低的信用风险；对于划分为组合的商业承兑汇票，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

②应收账款、合同资产

应收账款组合：账龄组合

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

对于合同资产，本公司也参照历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，编制合同资产账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

（3）其他金融资产计量损失准备的方法

对于除上述以外的金融资产，如：债权投资、其他债权投资、其他应收款、除租赁应收款以外的长期应收款等，本公司按照一般方法，即“三阶段”模型计量损失准备。

本公司在计量金融工具发生信用减值时，评估信用风险是否显著增加考虑了以下因素：

①同一金融工具或具有相同预计存续期的类似金融工具的信用风险的外部

市场指标是否发生显著变化；

②金融工具外部信用评级实际或预期是否发生显著变化；

③对债务人实际或预期的内部信用评级是否下调；

④预期将导致债务人履行其偿债义务的能力发生显著变化的业务、财务或经济状况的是否出现不利变化，如债务人市场份额明显下降、主要产品价格急剧持续下跌、主要原材料价格明显上涨、营运资金严重短缺、资产质量下降等；

⑤债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化，如收入、利润等经营指标出现明显不利变化且预期短时间内难以好转；

⑥债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化，如技术变革、国家或地方政府拟出台相关政策是否对债务人产生重大不利影响；

⑦作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量的是否发生显著变化；

⑧预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机的是否发生显著变化，如母公司或其他关联公司能够提供的财务支持减少，或者信用增级质量的显著变化；

⑨债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

⑩本公司对金融工具信用管理方法是否发生变化。

本公司根据款项性质将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：保证金、押金

其他应收款组合 2：其他款项

2、预期信用损失的会计处理方法

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表

日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益，并根据金融工具的种类，抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值或计入预计负债（贷款承诺或财务担保合同）或计入其他综合收益（以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资）。

（七）金融工具（2019年1月1日之前适用）

1、金融工具的分类及确认

金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项、可供出售金融资产。除应收款项以外的金融资产的分类取决于本公司对金融资产的持有意图和持有能力等。金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以及其他金融负债。

2、金融工具的计量

本公司金融工具初始确认按公允价值计量。后续计量分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、可供出售金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债按公允价值计量；持有到期投资、贷款和应收款项以及其他金融负债按摊余成本计量；在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产或者衍生金融负债，按照成本计量。本公司金融资产或金融负债后续计量中公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益。

3、金融资产减值

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确

认的减值损失予以转回，计入当期损益。

当有客观证据表明可供出售金融资产发生减值时，原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值上升直接计入股东权益。

对于权益工具投资，本公司判断其公允价值发生“严重”或“非暂时性”下跌的具体量化标准、成本的计算方法、期末公允价值的确定方法，以及持续下跌期间的确定依据为：

公允价值发生“严重”下跌的具体量化标准	期末公允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过 50%。
公允价值发生“非暂时性”下跌的具体量化标准	连续 12 个月出现下跌。
成本的计算方法	取得时按支付对价（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为投资成本。
期末公允价值的确定方法	存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。
持续下跌期间的确定依据	连续下跌或在下跌趋势持续期间反弹上扬幅度低于 20%，反弹持续时间未超过 6 个月的均作为持续下跌期间。

4、应收款项

本公司应收款项主要包括应收票据及应收账款、长期应收款和其他应收款。在资产负债表日有客观证据表明其发生了减值的，本公司根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认减值损失。

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	期末余额前五名的应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认

（2）按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	款项性质及风险特征
组合 1	账龄组合
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备情况：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1 至 2 年	10.00	10.00
2 至 3 年	30.00	30.00
3 至 4 年	50.00	50.00
4 至 5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

（3）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	有客观证据表明其发生了减值
坏账准备的计提方法	根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认

（八）存货

1、存货的分类

存货主要包括原材料、未验收的馆厅展示项目及展览展示项目等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时，采取个别计价法确定其发出的实际成本。

3、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备。

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

对于工程施工成本，公司对预计工程总成本超过总收入（扣除相关税费）的

工程项目，按照预计总成本超过总收入（扣除相关税费）的部分，计提存货跌价准备，在工程项目完工时，转销存货跌价准备。

4、存货的盘存制度

本公司的存货盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品和包装物采用一次转销法摊销。

（九）合同资产和合同负债（2020年1月1日起适用）

1、合同资产

本公司将已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。合同资产的减值准备计提参照金融工具预期信用损失法。对于不包含重大融资成分的合同资产，本公司采用简化方法计量损失准备。对于包含重大融资成分的合同资产，本公司按照一般方法计量损失准备。

合同资产发生减值损失，按应减记金额，借记“资产减值损失”，贷记合同资产减值准备；转回已计提的资产减值准备时，做相反分录。

2、合同负债

本公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。

（十）长期股权投资

1、初始投资成本确定

对于企业合并取得的长期股权投资，如为同一控制下的企业合并，应当在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本；非同一控制下的企业合并，应当按照购买日

确定的企业合并成本作为长期股权投资的初始投资成本；以支付现金取得的长期股权投资，初始投资成本为实际支付的购买价款；以发行权益性证券取得的长期股权投资，初始投资成本为发行权益性证券的公允价值；通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本应当按照《企业会计准则第 12 号——债务重组》的有关规定确定；非货币性资产交换取得的长期股权投资，初始投资成本应当按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》的有关规定确定。

2、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。本公司对联营企业的权益性投资，其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，本公司都按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定处理，并对其余部分采用权益法核算。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

对被投资单位具有共同控制，是指对某项安排的回报产生重大影响的活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等；对被投资单位具有重大影响，是指当持有被投资单位 20%以上至 50%的表决权资本时，具有重大影响。或虽不足 20%，但符合下列条件之一时，具有重大影响：在被投资单位的董事会或类似的权力机构中派有代表；参与被投资单位的政策制定过程；向被投资单位派出管理人员；被投资单位依赖投资公司的技术或技术资料；与被投资单位之间发生重要交易。

（十一）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。同时满足以下条件时予以确认：与该固定资产有关

的经济利益很可能流入企业；该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产分类和折旧方法

本公司固定资产主要分为：房屋及建筑物、运输设备、电子设备、办公家具等；折旧方法采用年限平均法。根据各类固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，本公司对所有固定资产计提折旧。

资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	32-35	5.00	2.71-2.91
运输设备	4	5.00	23.75
电子设备	3	5.00	31.67
办公家具	5	5.00	19.00

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

融资租入固定资产为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。融资租入固定资产初始计价为租赁期开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值较低者作为入账价值；融资租入固定资产后续计价采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提折旧及减值准备。

（十二）在建工程

本公司在建工程分为自营方式建造和出包方式建造两种。在建工程在工程完工达到预定可使用状态时，结转固定资产。预定可使用状态的判断标准，应符合下列情况之一：固定资产的实体建造（包括安装）工作已经全部完成或实质上已经全部完成；已经试生产或试运行，并且其结果表明资产能够正常运行或能够稳定地生产出合格产品，或者试运行结果表明其能够正常运转或营业；该项建造的固定资产上的支出金额很少或者几乎不再发生；所购建的固定资产已经达到设计或合同要求，或与设计或合同要求基本相符。

（十三）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

2、资本化金额计算方法

资本化期间，是指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间。借款费用暂停资本化的期间不包括在内。在购建或生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，应当暂停借款费用的资本化。

借入专门借款，按照专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定；占用一般借款按照累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率计算确定，资本化率为一般借款的加权平均利率；借款存在折价或溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或溢价金额，调整每期利息金额。

实际利率法是根据借款实际利率计算其摊余折价或溢价或利息费用的方法。其中实际利率是借款在预期存续期间的未来现金流量，折现为该借款当前账面价值所使用的利率。

（十四）无形资产

1、无形资产的计价方法

本公司无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。自行开发的无形资产，其成本为达到预定用途前所发生的支出总额。

本公司无形资产后续计量方法分别为：使用寿命有限无形资产采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整；使用寿命不确定的无形资产不摊销，但在年度终了，对使用寿命进行复核，当有确凿证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，按直线法进行摊销。

2、使用寿命不确定的判断依据

本公司将无法预见该资产为公司带来经济利益的期限，或使用期限不确定等无形资产确定为使用寿命不确定的无形资产。使用寿命不确定的判断依据为：来源于合同性权利或其他法定权利，但合同规定或法律规定无明确使用年限；综合同行业情况或相关专家论证等，仍无法判断无形资产为公司带来经济利益的期限。

每年年末，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，主要采取自下而上的方式，由无形资产使用相关部门进行基础复核，评价使用寿命不确定判断依据是否存在变化等。

3、内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准，以及开发阶段支出符合资本化条件的具体标准

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，满足确认为无形资产条件的转入无形资产核算。

（十五）长期资产减值

长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产等长期资产于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。

可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试时，商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十六）长期待摊费用

本公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用。长期待摊费用按费用项目的受益期限分期摊销。若长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十七）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，企业会计准则要求或允许计入资产成本的除外。本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。企业为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利

本公司在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

3、辞退福利

本公司向职工提供辞退福利时，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

4、其他长期职工福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，应当按照有关设定提存计划的规定进行处理；除此外，根据设定受益计划的有关规定，确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。

（十八）预计负债

当与或有事项相关的义务是本公司承担的现时义务，且履行该义务很可能导致经济利益流出，同时其金额能够可靠地计量时确认该义务为预计负债。本公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，如所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；如涉及多个项目，按照各种可能结果及相关概率计算确定最佳估计数。

资产负债表日应当对预计负债账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数，应当按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（十九）股份支付

本公司股份支付包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定；不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

在各个资产负债表日，根据最新取得的可行权人数变动、业绩指标完成情况等后续信息，修正预计可行权的股票期权数量，并以此为依据确认各期应分摊的费用。对于跨越多个会计期间的期权费用，一般可以按照该期权在某会计期间内等待期长度占整个等待期长度的比例进行分摊。

（二十）收入（2020年1月1日起适用）

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。履约义务是指合同中本公司向客户转让可明确区分商品的承诺。交易价格是指本公司因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及本公司预期将退还给客户的款项。

履约义务是在某一时段内履行、还是在某一时点履行，取决于合同条款及相关法律规定。如果履约义务是在某一时段内履行的，则本公司按照履约进度确认收入。否则，本公司于客户取得相关资产控制权的某一时点确认收入。

收入确认具体方法：

本公司与客户之间的合同主要为展馆展厅和展览等提供策划、设计、实施和维护服务。

馆厅展示业务：公司在取得客户的订单后，组织展馆展厅的施工建设，建设完工后，公司向甲方提出竣工验收申请，甲方组织竣工验收，验收合格后，公司取得竣工验收单，并交付给客户，控制权实现转移。公司在取得展馆展厅竣工验

收单时确认收入，如个别项目不进行验收时，取得最终结算报告的时间，作为收入确认的时点。

展览展示业务：公司为参加展会的客户提供展台搭建服务，通常展会的期限较短，公司完成客户展台的搭建服务并移交给客户，取得展台验收单，在闭展时确认收入。

创意设计服务：公司为客户提供创意设计，在完成设计相关服务，将设计成果交付给客户，得到客户认可时确认收入。

1、同行业可比公司收入确认政策及差异分析

公司	2020年1月1日前 (旧收入准则)	2020年1月1日后 (新收入准则)	收入确认方法
风语筑	对于一体化展馆设计布展项目，在项目设计施工完成，达到可交付使用状态时确认收入。收入按照合同价款扣除项目质保金确认，质保金在质保期满，实际收到时确认收入。项目达到可交付使用状态，一般以取得项目委托方认可的试运营证明、开馆证明等交付文件为标志；如项目委托方未签发相关书面依据，则以公开信息渠道获取的实际开馆相关记录为标志。 对于单项服务，以根据合同完成服务的提供，并取得委托方的签收单、验收单等为收入确认的标志。	对于数字化体验空间项目，在项目设计施工完成，达到可交付使用状态时确认收入。收入按照合同价款扣除审价调减率确认。项目达到可交付使用状态，一般以取得项目委托方认可的试运营证明、开馆证明等交付文件为标志；如项目委托方未签发相关书面依据，则以公开信息渠道获取的实际开馆相关记录为标志。 对于单项服务，以根据合同完成服务的提供，并取得委托方的签收单、验收单等为收入确认的标志。	一体化服务：时点法（试运行、开馆时）； 单项服务：时点法（验收法）。
华凯创意	展馆布展工程类空间环境艺术设计服务：公司对于各类空间环境艺术设计服务按建造合同确认收入，建造合同的结果在资产负债表日能够可靠估计的，根据完工百分比法确认合同收入和合同费用。建造合同的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；若合同成本不可能收回的，在发生时立即确认为合同费用，不确认合同收入。 动画设计：在设计工作完成后，公司与客户确定动画项目已完成定稿，公司完成合同约定的交货义务，设计成果经客户认可并获得动画项目成品验收单，公司以验收单作为收入确认依据，当月确认收入。	对于单项履约义务属于某一时点义务的合同，公司以验收报告作为收入确认依据，在取得验收单当月确认收入。 对于属于某一时段内履行履约义务的合同，确定合同完工进度的方法为投入法。	一体化服务：时段法（完工百分比法）； 单项服务：时点法（验收法）。
易尚展示	整体展示：本公司整体展示项目，对于单项合同金额在500万元以上或者合同工期在两个月以上的展示工程项目，采用完工百分比法确认收入；其他整体展示项目在交付经客户验收合	整体展示：（1）对于单项合同金额在500万元以上或者合同工期在两个月以上的展示工程项目，本公司与客户之间的整体展示合同，由于客户能够控制本公司履约过程中的在	一体化服务：时段法（大项目，完工百分比法）； 时点法（小项目，验收法）；

公司	2020年1月1日前 (旧收入准则)	2020年1月1日后 (新收入准则)	收入确认方法
	格后，确认收入实现。 虚拟展示产品于产品交付，经客户验收合格后，确认收入实现；需要进行简单安装的，则在安装完成，经客户验收合格后，确认收入实现。	建资产，本公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。本公司按照投入法，根据发生的成本确定提供服务的履约进度。对于履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。 (2) 为简化会计核算，其他整体展示项目在交付经客户验收合格后，确认收入实现。 虚拟展示产品于产品交付，经客户验收合格后，确认收入实现；需要进行简单安装的，则在安装完成，经客户验收合格后，确认收入实现。	单项服务：时点法（验收法）。
丝路视觉	(1) CG静态视觉服务/CG动态视觉服务/其他CG服务：相关服务成果完成并提交给客户时确认收入； (2)CG视觉场景综合服务包含CG视觉内容及配套的场景区构建服务。其中CG视觉内容：参照收入分类中CG静态、动态视觉服务，在相关服务成果完成并提交给客户时确认收入；场景区构建服务：按完工百分比法确认收入，公司以累计已发生的合同成本占合同预计总成本的比例确认完工进度，以此完工进度乘以合同预计总收入，并减去前期已确认的收入金额后确认为当期收入。公司以“累计已发生的合同成本/合同预计总成本”确认完工进度。	(1) CG静态视觉服务/CG动态视觉服务/其他CG服务：相关服务成果完成并提交给客户时确认收入； (2) CG视觉场景综合服务包含CG视觉内容及配套的场景区构建服务。其中CG视觉内容：参照收入分类中CG静态、动态视觉服务，在相关服务成果完成并提交给客户时确认收入；场景区构建服务：按投入法确定履约进度并确认收入，公司以累计已发生的合同成本占合同预计总成本的比例确认履约进度，以此履约进度乘以合同预计总收入，并减去前期已确认的收入金额后确认为当期收入。	一体化服务：时点法（验收法）+时段法（完工百分比法）； 单项服务：时点法（验收法）。
发行人	馆厅展示业务收入：在项目完成时，取得展馆展厅竣工验收单时确认收入。 展览展示业务收入：展台搭建完毕后，取得展台验收单，在闭展时确认收入。 创意设计收入：公司为客户提供创意设计，在完成设计相关服务后交付给客户，得到客户认可时确认收入。	馆厅展示业务：公司在取得客户的订单后，组织展馆展厅的施工建设，建设完工后，公司向客户提出竣工验收申请，客户组织竣工验收，验收合格后，公司取得竣工验收单，并交付给客户，控制权实现转移。公司在取得展馆展厅竣工验收单时确认收入，如个别项目不进行验收时，取得最终结算报告的时间，作为收入确认的时点。 展览展示业务：公司为参加展会的客户提供展台搭建服务，通常展会的期限较短，公司完成客户展台的搭建服务并移交给客户，取得展台验收单，在闭展时确认收入。 创意设计服务：公司为客户提供创意设计，在完成设计相关服务，将设计成果交付给客户，得到客户认可时确认收入。	一体化服务：时点法（验收法）； 单项服务：时点法（验收法）。

根据上表，同行业可比公司在新旧收入准则下，收入确认政策无实质差异。

对于单项业务，同行业可比公司与发行人均采用时点法（验收法）确认收入。

对于一体化业务，华凯创意、易尚展示和丝路视觉采用全部或部分时段法（完

工百分比法）确认收入，风语筑与发行人采用时点法确认收入，其中风语筑在达到可交付使用状态（试运行或开馆）时确认收入，而发行人采用更加严谨的取得正式竣工验收单或闭展时确认收入。

公司一体化业务中馆厅展示业务，公司自主完成项目总体方案设计，并通过基础装饰装修、多媒体集成、场景模型搭建、影视动画等手段来展示实现，打造一体化“交钥匙工程”，实现整体展示效果并交付给客户。发行人在项目完工后向客户提出竣工验收申请，在取得客户竣工验收单时一次性确认收入。同时，发行人与客户签订的合同主要以竣工验收时点作为风险报酬或控制权转移的时点，发行人不再对项目馆厅实施继续管理权和实际控制权，以此确认收入符合发行人业务实际情况及特征。

对于展览展示业务，公司设计师团队自主完成展台设计，根据设计图完成展台搭建后，由客户进行验收，展览期间履行客户要求的应急服务和增值服务要求，闭展后，公司履行完合同约定的全部义务，在闭展时确认收入更加谨慎，且符合业务实际情况。

发行人一体化业务采用验收法一次性确认收入，相关的收入已经取得或取得了收款的证据且相关的经济利益很可能流入，与项目有关的成本能够可靠地计量，项目所有权的风险和报酬转移点更加严谨。

综上所述，发行人单项业务的收入确认与同行业可比公司无差异；发行人一体化业务与风语筑均采用时点法确认收入，与其他可比公司存在一定差异，但该收入确认方式更加准确反映了公司实际情况和业务特征，收入确认时点更加严谨，成本核算配比更加准确。

2、发行人收入确认符合旧收入准则

《企业会计准则第14号-收入》 (2006)“旧收入准则”	发行人收入确认方式	是否符合准则
(一) 企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；	在项目验收完成并取得客户签发的验收报告后，公司已经将项目全部施工安装调试完毕并交付给客户，客户已经认可了项目符合合同及图纸要求，公司已经基本履行完成了合同约定的主要责任和义务，此时项目毁损、灭失的风险已经由发行人转移给客户。所以在验收后企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方。	是
(二) 企业既没有保留通常与所有权	验收后，项目即由客户进行管理和控制，所以企业不能继	是

《企业会计准则第 14 号-收入》 (2006) “旧收入准则”	发行人收入确认方式	是否符合准则
相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；	续管理，也无法再控制该商品。	
(三) 收入的金额能够可靠地计量；	项目验收交付后，合同收入金额已经明确，能够可靠的计量。	是
(四) 相关的经济利益很可能流入企业；	依据合同条款，在项目验收时的收款比例均超过了合同金额的 50%，且客户的经营状况未发生重大不利变化，所以相关经济利益很可能流入企业。	是
(五) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。	在项目验收交付时，项目成本全部已经发生并已入账，将要发生的维保成本很低，公司在实际发生时计入售后维护费。所以项目成本能够可靠计量。	是

综上，发行人收入确认符合《企业会计准则第 14 号-收入》（2006）的规定。

3、发行人收入确认符合新收入准则

根据《企业会计准则第 14 号-收入》（2017 年修订）规定：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：（1）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。（2）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。（3）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。

发行人馆厅展示业务、展览展示业务和单项创意设计业务并不满足上述属于在某一时段内履行履约义务的三项条件。（1）发行人主要为展馆展厅、展览展示会等提供一体化服务或设计单项服务，均为整体一体化工程“交钥匙”或单项设计方案交付，交付后方可为客户带来经济利益。客户不能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，不满足条件一。（2）虽然发行人馆厅展示业务主要是在客户项目现场进行施工作业，但工程未通过竣工验收前，根据主要合同规定，由发行人负责监管馆内设施的安全或监管馆内各种钥匙及设备密码，客户不得擅自使用馆中任何设备。客户尚不能利用该成果，并从中获得几乎全部的经济利益。因此，在履约过程中，客户无法控制发行人施工过程中的商品，不满足条件二。（3）发行人与客户签订的合同主要是依据客户的定制化需求，通过合同约定具体的场景需求，并按合同及图纸进行履约，具有不可替代的用途。但是，合同条款只是约定了客户分阶段付款，发行人并非在

整个合同期间均有相应的收款权，付款进度与发行人实际的履约进度存在一定的差异，并且合同中并未有明确的条款约定在由于客户或其他方原因终止合同的情况下，发行人可以就整个合同期间内任一时点就累计至今已完成的工程量收取能够补偿发行人已发生成本和合理利润的款项。因此，不满足条件三。

综上，发行人相关业务不满足属于在某一时段内履行履约义务的三个条款，应当属于在某一时点履行的履约义务，符合《企业会计准则第 14 号-收入》（2017 年修订）。

4、验收流程、收入确认时点及合理性

关于馆厅展示业务，项目完工时公司及时编制竣工验收资料，然后发起内部验收，内部验收合格后项目经理向客户提出外部验收申请，提请项目外部验收，外部验收合格的，客户验收小组签署验收报告。客户对公司项目一次性验收，不分初验和终验，公司取得馆厅竣工验收报告作为收入确认依据，以竣工验收时点作为收入确认时点，具有合理性。

关于展览展示业务，公司在完成搭建服务后，将展台移交给客户，并取得客户签字确认的验收单，系一次性验收。客户一般在展会开始前对展厅进行验收，展会时间较短，且公司在展会期间通常会提供协调沟通确保展会正常运行的服务，因此公司统一在闭展时确认营业收入，收入确认时点具有合理性。

5、发起验收的相关内部控制制度及执行情况

公司制定了《项目管理制度》、《项目验收管理制度》及《工程项目档案管理办法》等内部控制制度。

馆厅展示项目在完工后由工程部组织整理竣工文件资料，然后进行内部验收，内部验收合格后再提交客户进行验收。具体规定如下：

（1）工程完工后，工程部负责组织整理竣工文件和资料，包括开工报告、隐蔽工程验收，材料设备进场报验，随工检验记录表，质量检查记录、工程联系单、工程变更单、设计变更单、完工报告、竣工图纸等；

（2）内部验收由工程部项目经理负责发起，项目大区总、设计院院长、多媒体项目经理、预决算经理及成本会计等相关人员组成验收小组，验收合格后签署验收合格的结论；

（3）内部验收合格后项目经理向客户提出外部验收申请，提请项目外部验收，外部验收合格的，客户验收小组签署验收报告。

展览展示项目在搭建完成后由工程部组织公司内部验收，内部验收合格后提交客户验收，客户验收合格后签署验收单。报告期内，公司主要项目的验收工作均按照上述内部控制制度执行，内控执行有效。

6、不同类型业务项目平均实施周期、验收周期和需求频次

公司馆厅展示项目实施包括深化设计、基础装饰装修、场景模型搭建、多媒体采购进场及集成调试等多个环节。公司项目实际实施周期视项目规模大小、施工难易程度、甲方需求变更及资金安排变化等存在较大差别。报告期内，公司馆厅项目实施周期通常在 2 个月至 1 年，个别项目存在实施周期超过 2 年的情况。报告期内平均实施周期分别为 256 天、240 天和 247 天，平均验收周期分别为 192 天、105 天和 162 天。通常情况下客户项目需求频次低，极少客户在短时间内同时进行多个项目施工。

展览展示业务项目实施包括展台设计和搭建，报告期内平均实施周期分别为 33 天、37 天和 41 天。在展会开展前进行验收，验收合格后即开展，通常情况下客户参加展会需求频次相对较高，目前境外参展需求仍受疫情影响尚未恢复；创意设计业务根据客户的需求实施设计创意工作，完成后申请客户验收，创意设计单项业务收入占比较低，需求频次相对较低。

7、实施周期、验收周期与合同约定存在差异的具体情形及原因

公司与客户签订的馆厅展示类合同中一般仅约定施工周期，不对验收周期进行约定；展览展示类合同一般要求在展会开展前完成搭建，不对验收周期进行约定，公司通常在开展前完成展台搭建工作；创意设计类部分合同会约定设计周期，实际执行中根据客户的需求安排进度。

报告期内，馆厅展示业务存在实施周期与合同约定存在差异的情形。公司少部分项目合同未对施工总工期进行约定，根据大部分约定了施工总工期的馆厅项目合同统计，报告期内，公司馆厅项目合同约定的实施周期平均为 93 天、92 天和 89 天。实际执行中，项目实施周期通常存在长于合同计划实施周期的情形，在行业内较为普遍，主要包括以下原因：（1）由于相关实施条件不具备，项目现场实际实施难度较大导致项目实施周期延长；（2）受其他配套工程进度、跨部门协调沟通及交叉作业等因素影响，造成实施周期延长；（3）由于方案深化设计或规划变更导致项目实施周期延长；（4）由于客户资金安排等变化导致项目实施周期延长；（5）新冠疫情等不可抗力导致项目无法开工或延期开工。

公司馆厅项目涉及多个环节及多个责任主体，实际实施周期延长往往因多方面综合因素导致，包括客观环境因素、客户自身因素及不可抗力因素等，责任无法明确划分，在行业内较为普遍。对于上述馆厅项目实施过程中出现的导致实施周期延长的情况，公司派驻项目经理在现场积极及时与客户沟通项目进展、讨论解决方案并取得一致意见。报告期内，公司不存在因项目实施周期长于合同计划周期而被客户要求支付违约金或罚款等不利情形，公司与客户不存在因项目实施周期延长而导致纠纷或潜在纠纷的情形。

8、是否存在项目金额较大而实施周期较短的情形

报告期内单项收入金额大于 1,000.00 万元，实施周期小于合同约定的平均实施周期 90 天的项目明细如下：

项目名称	收入确认年度	收入金额（万元）	实施周期（天）	实施周期小于平均周期的原因
柳州工业博物馆	2018	1,272.83	82	合同约定工期为 65 天，工期较短，为满足客户开馆为国庆献礼需求，公司增派施工人员，各工序无缝对接，二班作业。
中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	2019	4,991.46	89	合同约定工期为 90 天，工期较短，为满足客户开馆举办国庆活动需求，根据项目要求增派施工人员，各工序无缝对接，三班作业。
兴安县灵渠展示中心（兴安县博物馆）陈列布展工程项目	2019	2,821.54	73	助力灵渠申报世界文化遗产，为国庆献礼，根据项目要求增派施工人员，各工序无缝对接，二班作业。
《历史的见证》展陈设计及施工项目	2020	1,449.86	62	为国庆献礼，西藏举办《历史的见证》大型文物主题展览开展，二班作业赶工。

9、发行人是否存在人为调节收入确认时点的情形

公司馆厅展示业务在收入确认时所有外购的装饰工程和多媒体软硬件已经交付客户并全部安装完毕，同时相应的馆厅已获得客户的确认并完成合同约定的履约义务，取得客户确认的验收报告；公司展览展示业务在开展前完成展台搭建，闭展后履行完合同的全部义务；创意设计业务在将设计成果交付给客户后履行完合同约定的义务，公司在收入确认时主要风险和报酬（控制权）已经转移给客户。

公司根据客户要求实施项目，并在项目达到验收条件后进行验收，公司以取得客户确认的验收报告作为收入确认的依据，以验收时间作为收入确认的时点。公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，公司无法控制客户出具验收报告的时间。展览展示业务的展览期间通过公开途径可以获取，创意设计业务取得了客户对设计成果确认的文件，公司不存在人为调节收入确认时点的情况。

10、展览展示创意服务收入确认

（1）展览展示创意服务业务验收与闭展的差异情况

单位：万元			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
取得验收单到闭展的平均时间（天）	4	5	4
闭展确认收入金额	3,369.31	8,614.04	11,541.72
验收单确认收入金额	3,301.64	8,266.37	11,675.53
对收入的影响	-67.67	-347.67	133.81
对归母净利润的影响	-11.48	-72.28	28.86
对扣非后归母净利润的影响	-11.48	-72.28	28.86

经模拟测算如果按照取得验收单时确认收入对收入、归母净利润和扣非后归母净利润的影响较小。

（2）在闭展时确认收入是否符合行业特点

公司取得展台验收单的时间因不同客户要求发生在展会开展时或开展中，展会时间较短一般为 3-5 天，且公司在展会期间通常会提供协调沟通确保展会正常运行的服务，在闭展时才履行完合同约定的全部义务，因此公司统一在闭

展时确认营业收入，符合行业特点。

从前述同行业可比公司收入确认政策可以看出，针对单项服务，基本采用“根据合同完成服务的提供，经验收合格后确认收入”的方式。

发行人展览展示业务实施周期一般较短，跨年度或月度展览的情况较少，报告期内跨年度展览涉及的项目金额分别为 133.81 万元、347.67 万元和 67.67 万元，占整体收入比重较低。根据公司与展览展示客户签订的合同，公司提供完展台的搭建，取得客户的验收，在正式展示期间，公司还将提供包括展台维护及用电等保障工作，在闭展后才履行完合同约定的全部义务，故公司在闭展时确认收入，符合公司该类业务的实际情况。

（二十一）收入（2020 年 1 月 1 日之前适用）

1、收入确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可能流入；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经提供劳务占应提供劳务总量的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

针对馆厅展示业务收入：在项目完成时，取得展馆展厅竣工验收单时确认收入。

针对展览展示业务收入：展台搭建完毕后，取得展台验收单，在闭展时确认收入。

针对创意设计收入：公司为客户提供创意设计，在完成设计相关服务后交付给客户，得到客户认可时确认收入。

（二十二）合同成本（2020年1月1日起适用）

本公司的合同成本包括为取得合同发生的增量成本及合同履约成本。为取得合同发生的增量成本（“合同取得成本”）是指不取得合同就不会发生的成本。该成本预期能够收回的，本公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。

本公司为履行合同发生的成本，不属于存货等其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

- 1、该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由用户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；
- 2、该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源；
- 3、该成本预期能够收回。

本公司将确认为资产的合同履约成本，初始确认时摊销期限不超过一年或

一个正常营业周期的，在资产负债表计入“存货”项目；初始确认时摊销期限在一年或一个正常营业周期以上的，在资产负债表中计入“其他非流动资产”项目。

本公司将确认为资产的合同取得成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期的，在资产负债表计入“其他流动资产”项目；初始确认时摊销期限在一年或一个正常营业周期以上的，在资产负债表中计入“其他非流动资产”项目。

本公司对合同取得成本、合同履约成本确认的资产（以下简称“与合同成本有关的资产”）采用与该资产相关的商品收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

与合同成本有关的资产的账面价值高于下列两项的差额时，本公司将超出部分计提减值准备并确认为资产减值损失：

- 1、因转让与该资产相关的商品预期能够取得的剩余对价；
- 2、为转让该相关商品估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述两项差额高于该资产账面价值的，应当转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况的下该资产在转回日的账面价值。

（二十三）政府补助

1、政府补助类型及会计处理

政府补助是指本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产（但不包括政府作为所有者投入的资本）。政府补助为货币性资产的，应当按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，应当按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

政府文件明确规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，确认为

与资产相关的政府补助。政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助确认为递延收益。确认为递延收益的金额，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益。

除与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

本公司取得政策性优惠贷款贴息，财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用；财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

2、政府补助确认时点

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。按照应收金额计量的政府补助，在期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时予以确认。除按照应收金额计量的政府补助外的其他政府补助，在实际收到补助款项时予以确认。

（二十四）递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，确定该计税基础为其差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税

资产。如未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的，则减记递延所得税资产的账面价值。

3、对与子公司及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

（二十五）主要会计政策变更、会计估计变更的说明

1、会计政策变更及依据

（1）财政部于 2017 年发布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（上述四项准则以下统称“新金融工具准则”）。本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。

新金融工具准则将金融资产划分为三个类别：1、以摊余成本计量的金融资产；2、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；3、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在新金融工具准则下，金融资产的分类是基于本公司管理金融资产的业务模式及该资产的合同现金流量特征而确定。新金融工具准则取消了原金融工具准则中规定的持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产三个类别。新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型。在新金融工具准则下，本公司具体会计政策见本节之“（五）金融工具（2019 年 1 月 1 日起适用）”、“（六）预期信用损失的确定方法及会计处理方法（2019 年 1 月 1 日起适用）”。

（2）财政部于 2019 年 4 月发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）（以下简称“财务报表格式”），执行企业会计准则的企业应按照企业会计准则和该通知的要求编制财务报表。

（3）财政部于 2017 年发布了修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称“新收入准则”），本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则以及通知，对会计政策相关内容进行调整。

新收入准则取代了财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则第 14 号—收入》及《企业会计准则第 15 号—建造合同》（统称“原收入准则”）。在原收入准则下，本公司以风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准。新收入准则引入了收入确认计量的“五步法”，并针对特定交易或事项提供了更多的指引，在新收入准则下，本公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准，具体收入确认和计量的会计政策参见本节之“（二十）收入（2020 年 1 月 1 日起适用）”。

本公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政策。依据新收入准则的规定，根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。同时，本公司依据新收入准则对与收入相关的信息披露要求提供更多披露，例如重要合同或业务与履约义务相关的信息和与分摊至剩余履约义务的交易价格相关的信息，包括履约义务通常的履行时间、重要的支付条款、公司承诺转让的商品的性质（包括说明公司是否作为代理人）、公司承担的预期将退还给客户的款项等类似义务、质量保证的类型及相关义务等。

本公司对收入来源及客户合约流程进行复核以评估新收入准则对财务报表的影响。本公司的收入主要为展馆展厅和展览等提供策划、设计、实施和维护服务取得的收入，收入仍在客户验收后确认。采用新收入准则对本公司除财务报表列报以外无重大影响。

本公司根据首次执行新收入准则的累计影响数，调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表相关项目金额，对可比期间信息不予调整，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累计影响数进行调整。

2、会计政策变更的影响

（1）执行新金融工具准则的影响

单位：万元

合并报表项目	2018 年 12 月 31 日	影响金额	2019 年 1 月 1 日
资产：			
交易性金融资产	-	3,000.00	3,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	3,000.00	-3,000.00	-

单位：万元

母公司报表项目	2018 年 12 月 31 日	影响金额	2019 年 1 月 1 日
资产：			
交易性金融资产	-	3,000.00	3,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	3,000.00	-3,000.00	-

本公司根据新金融工具准则的规定，对金融工具的分类在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）进行调整，无需对金融工具原账面价值进行调整。

（2）执行修订后财务报表格式的影响

根据财务报表格式的要求，除执行上述修订后的会计准则产生的列报变化以外，本公司将原计入“管理费用”项目中的研发费用单独列示为“研发费用”项目、将“资产处置收益”项目单独列示、将“应收利息”“应收股利”并入“其他应收款”项目列示等。本公司追溯调整了比较期间报表，该会计政策变更对合并及公司净利润和股东权益无影响。

3、执行新收入准则的影响

单位：万元

合并报表项目	2019 年 12 月 31 日	影响金额	2020 年 1 月 1 日
资产：			
合同资产	-	3,293.21	3,293.21
应收账款	22,546.43	-3,293.21	19,253.22
负债：	-	-	-
合同负债	-	18,633.62	18,633.62
其他流动负债	2,165.94	1,709.97	3,875.91
预收账款	20,343.59	-20,343.59	-

单位：万元

母公司报表项目	2019 年 12 月 31 日	影响金额	2020 年 1 月 1 日

母公司报表项目	2019 年 12 月 31 日	影响金额	2020 年 1 月 1 日
资产：			
应收账款	22,216.10	-3,293.21	18,922.89
合同资产	-	3,293.21	3,293.21
负债：	-	-	-
预收账款	19,875.91	-19,875.91	-
合同负债	-	18,165.94	18,165.94
其他流动负债	1,755.03	1,709.97	3,465.01

假定自 2018 年 1 月 1 日开始全面执行新收入准则，其对 2019 年度/2019 年 12 月 31 日、2018 年度/2018 年 12 月 31 日合并财务报表的营业收入、归属于母公司普通股股东的净利润、资产总额以及归属于母公司普通股股东的净资产不产生影响。

（二十六）原始报表与申报报表之间的具体差异情况，会计差错更正情况及是否符合《企业会计准则》规定

报告期内，公司原始报表与申报报表之间差异的具体情况如下：

单位：万元

2018 年					
项目	原始报表	申报报表	差异金额	占比	更正原因
应收账款	16,624.30	14,648.45	-1,975.86	-11.89%	计提坏账准备
其他应收款	2,598.58	2,439.15	-159.43	-6.14%	
递延所得税资产	-	1,895.82	1,895.82	-	按企业会计准则计提递延所得税
递延所得税负债	-	938.02	938.02	-	
未分配利润	9,268.35	7,527.79	-1,740.56	-18.78%	
资产减值损失	-	-1,156.45	-1,156.45	-	计提坏账准备
所得税费用	1,284.95	493.12	-791.84	-61.62%	确认递延所得税

公司 2018 年度原始报表未对应收账款和其他应收款计提坏账准备，2018 年财务数据更正主要是按企业会计准则的相关规定计提坏账准备及相应的递延所得税，符合《企业会计准则》的规定。

七、分部信息

公司分产品业务收入及分地区业务收入的情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析（一）营业收入分析”。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-6.36	-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	496.37	497.99	364.38
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	9.42
除同公司主营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、其他非流动金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、可供出售金融资产、其他非流动金融资产取得的投资收益	102.57	72.21	-24.57
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-78.18	-90.99	5.76
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-119.04	-
非经营性损益对利润总额的影响的合计	514.40	360.17	354.98
减：所得税影响数	73.40	45.80	62.64
归属于母公司所有者的非经常性损益影响数	441.00	314.37	292.35
扣除非经常性损益后归属于母公司所有的净利润	4,686.17	4,971.40	3,258.34

注：损失以正数列示，收益以负数列示

报告期内，公司扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润分别为 3,258.34 万元、4,971.40 万元及 4,686.17 万元。

九、主要税种、税率及税收优惠情况

（一）母公司及重要子公司各项业务主要税种及税率

报告期内，公司主要税种及税率情况如下：

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或者提供劳务	19%、17%、16%、13%、11%、10%、9%、6%、3%
城市维护建设税	应交流转税	1%
企业所得税	应纳税所得额	25%、15%、16.5%

不同企业所得税税率纳税主体情况：

纳税主体名称	所得税税率
宽创国际	15%
宽创香港	16.5%

纳税主体名称	所得税税率
宽创德国	15%
宽新科技	25%

（二）税收优惠情况

报告期内，公司高新技术企业认证情况如下：

序号	认证时间	证书编号	有效期
1	2016 年 11 月 24 日	GR201631001989	3 年
2	2019 年 10 月 28 日	GR201931001934	3 年

根据科技部、财政部、国家税务总局《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2016]32 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火[2016]195 号）有关规定，公司 2016 至 2021 年度享受减按 15% 的优惠税率计算缴纳企业所得税税收优惠政策。

十、主要财务指标

（一）报告期主要财务指标

项目	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.55	1.29	1.20
速动比率（倍）	1.18	0.84	0.72
资产负债率（合并）	53.13%	63.69%	69.54%
资产负债率（母公司）	56.31%	66.98%	76.09%
应收账款周转率（次/年）	1.75	2.26	2.81
存货周转率（次/年）	1.91	1.63	1.55
息税折旧摊销前利润（万元）	6,570.94	6,611.09	4,371.63
归属于发行人股东的净利润（万元）	5,127.18	5,285.76	3,550.69
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	4,686.17	4,971.40	3,258.34
研发投入占营业收入的比例	4.22%	4.82%	5.21%
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.35	0.07	0.13
每股净现金流量（元）	1.02	-0.63	-0.13
归属于发行人股东的净资产（万元）	31,073.79	26,266.45	18,452.30
归属于发行人股东的每股净	4.87	4.12	2.99

项目	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日
资产（元/股）			

注：表中指标计算公式：

流动比率=流动资产÷流动负债

速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债

资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%

应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额

存货周转率=营业成本÷存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用+固定资产折旧费用+摊销

研发投入占营业收入的比例=研发费用÷营业收入

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量÷期末股本

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末股本

归属于发行人股东的每股净资产=归属于发行人股东的净资产÷期末股本

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》（“中国证券监督管理委员会公告[2010]2 号”）、《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（“中国证券监督管理委员会公告[2008]43 号”）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

项目	年度	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2020 年度	17.88%	0.80	0.80
	2019 年度	22.90%	0.83	0.83
	2018 年度	24.90%	0.58	0.58
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2020 年度	16.35%	0.73	0.73
	2019 年度	21.54%	0.78	0.78
	2018 年度	22.85%	0.53	0.53

净资产收益率和每股收益的计算方法如下：

1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、基本每股收益

基本每股收益 = $P0 \div S$

$S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益

稀释每股收益 = $[P + (\text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} - \text{转换费用}) \times (1 - \text{所得税率})] / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换})$

债券等增加的普通股加权平均数)

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的月份数。公司在计算稀释每股收益时，考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

十一、经营成果分析

报告期内，公司经营成果总体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	47,679.41	48,111.53	38,961.08
营业利润	5,885.60	6,055.63	4,038.05
利润总额	5,807.42	5,964.64	4,043.81
归属于母公司股东的净利润	5,127.18	5,285.76	3,550.69
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,686.17	4,971.40	3,258.34

报告期内，公司总体经营规模和盈利能力均呈现上升趋势。报告期内，公司营业收入金额分别为 38,961.08 万元、48,111.53 万元及 47,679.41 万元，2018 年度至 2020 年度年复合增长率为 10.62%；净利润分别为 3,550.69 万元、5,285.76 万元及 5,127.18 万元，2018 年度至 2020 年度年复合增长率为 20.17%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 3,258.34 万元、4,971.40 万元及 4,686.17 万元，2018 年度至 2020 年度年复合增长率为 19.93%。

（一）营业收入分析

报告期内，公司营业收入结构如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	47,679.41	100.00%	48,111.53	100.00%	38,961.08	100.00%
其中：馆厅展示创意服务	43,236.64	90.68%	39,010.85	81.08%	26,496.98	68.01%
展览展示创意服务	3,369.31	7.07%	8,614.04	17.90%	11,541.72	29.62%
创意设计服务	1,073.46	2.25%	486.64	1.01%	922.39	2.37%
合计	47,679.41	100.00%	48,111.53	100.00%	38,961.08	100.00%

公司营业收入全部源自主营业务收入，无其他业务收入。

1、主营业务收入变动分析

（1）馆厅展示创意服务业务收入变动分析

公司自 2013 年开始逐步发展馆厅展示创意服务业务，在该领域形成一定的知名度。公司馆厅展示创意服务收入从 2018 年度的 26,496.98 万元增长至 2020 年的 43,236.64 万元，年复合增长率为 27.74%，收入占比也从 2018 年的 68.01% 提高至 2020 年度的 90.68%。公司馆厅展示创意服务收入的快速发展带动了整体业务收入的持续增长。

公司业务范围广泛，凭借丰富的全球文化科技与展览展示创意设计经验，形成“多元跨界整合，价值再造”的“大展览”理念，为不同类型的客户提供多元化的服务。公司业务涉及广泛，包括文博馆、科技馆、文旅主题馆、规划馆、企业展厅等项目。公司营业收入持续增长的主要原因如下：

①我国民众对科技、文化消费需求的日益增长、国家政策的大力支持是公司营业收入持续增长的根本原因。

随着国民经济的不断增长，我国民众对科技、文化的消费需求日益增加。2019 年我国博物馆接待观众达到 11.47 亿人次，同比上年增长 9.86%。自 2012 年以来我国博物馆接待观众人数年均复合增长率达 10.68%，增速始终保持较高水平。与之相呼应，国家相继制定各种促进科技、文化消费政策。十三五期间，国务院提出要以数字技术和先进理念推动文化创意与创新设计等产业加快发展，促进文化科技深度融合、相关产业相互渗透。到 2020 年，形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局，相关行业产值规模达到 8 万亿元。

②公司在数字文化展示创意行业已经形成初步的品牌优势。

公司拥有行业内领先的双甲级资质（建筑装饰工程设计专项甲级资质、建筑装修装饰专业承包一级资质）、中国展览馆协会颁发的展览陈列工程设计与施工一体化一级资质及展览工程企业一级资质、中国博物馆协会颁发的博物馆陈列展览设计单位甲级资质及博物馆陈列展览施工单位壹级资质等。

报告期内，公司馆厅展示创意服务业务累计完成 **104** 个项目，涵盖文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅等各种数字文化展示创意应用领域。其中收入金额在 1,000 万元以上的项目有 **38** 个，在行业内已经形成初步的品牌优势。

③公司综合服务能力不断提升。

数字文化展示创意服务需要公司具备强大的综合服务能力，能够为客户提供从方案设计、大纲提炼、策划方案制作、影片拍摄、多媒体数字展陈等到项目实施落地的全方位一体化服务，需要公司具备较强的人力资源支持及资源整合能力。截至报告期末，公司拥有研发人员 **111** 人、技术人员 **285** 人，能够为客户提供全面的一体化服务。公司综合服务能力的提升是公司营业收入快速增长的根本保证。

（2）展览展示创意服务业务收入变动分析

公司自成立以来一直致力于为国内外客户提供从设计到搭建一体化展览展示创意服务。

报告期内，公司展览展示创意服务业务收入分别为 11,541.72 万元、8,614.04 万元及 **3,369.31** 万元，收入占比分别为 29.62%、17.90%及 **7.07%**，呈现逐年下降的趋势，主要原因如下：

①展览展示创意服务门槛低，行业规范度不够，对承办公司的要求不高，甚者个体工商户或个人均可承办相应业务，因此行业内公司数量逐渐增多，行业竞争加剧；

②客户参展周期一般为 3-5 天，对产品服务的品质要求不高，造成客户逐步压缩参展预算；

③为了强化公司在展览展示创意服务领域的品牌地位，公司主动放弃了部分

预算较低的客户。

报告期内，公司展览展示创意服务业务客户数量及客均收入如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数量	变化	金额/数量	变化	金额/数量
总收入	3,369.31	-60.89%	8,614.04	-25.37%	11,541.72
客户（个）	190	-65.01%	543	-21.76%	694
客均收入	17.73	11.78%	15.86	-4.61%	16.63

由上表可知，报告期内，公司展览展示创意服务收入逐年下滑，主要原因系行业竞争加剧，大量中小型展览公司进入该行业，挤占公司市场份额，公司客户数量逐年下降，公司客均收入没有明显变化趋势。2020 年展览展示创意服务收入同比下降较明显，主要系受国内外疫情影响，展会大面积取消或延期。

报告期内，公司与同行业可比公司可比业务收入变动趋势具体情况如下：

单位：万元

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变化	金额	变化	金额
易尚展示	6,374.93	-37.44%	10,189.99	-1.50%	10,345.02
米奥兰特	9,435.33	-77.84%	42,577.64	-2.50%	43,667.35
宽创国际	3,369.31	-60.89%	8,614.04	-25.37%	11,541.72

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。易尚展示循环会展与公司展览展示创意服务业务可比；米奥兰特系展会主办方，同处于展会行业，具有业务趋势可比性；风语筑、华凯创意及丝路视觉无相关可比业务数据。

报告期内，易尚展示及米奥兰特收入均呈现整体下降趋势，特别是 2020 年下降幅度较大，与公司展览展示创意服务收入趋势无明显差异。

报告期内，公司展览展示创意服务收入下降幅度高于易尚展示可比业务，主要原因系公司为维持毛利率水平，主动放弃了部分毛利较低的项目。易尚展示 2019 年、2020 年可比业务毛利率同比下降幅度分别为 8.64 个百分点、6.02 个百分点，而发行人相应下降幅度分别为 0.92 个百分点、4.51 个百分点。

报告期内，公司展览展示创意服务收入约 60%源于境外展会，受国外疫情影响较大。若短期内境外疫情不能得到有效控制，展会无法恢复正常，公司展览展示创意服务收入可能会进一步下降；长期来看，境内企业出国参展需求不减，订单恢复取决于境外疫情结束的时间，公司展览展示创意服务收入规模可能会

呈现一定程度复苏。

（3）创意设计服务分析

公司创意设计服务主要系为客户提供文案撰写、创意设计等服务。报告期内，公司创意设计服务收入分别为 922.39 万元、486.64 万元及 **1,073.46** 万元，占公司收入比例分别为 2.37%、1.01%及 **2.25%**。公司创意设计服务收入较低，对公司营业收入金额影响较小。

2、主营业务收入构成分析

公司主营业务按照适用场景不同可分为馆厅展示创意服务、展览展示创意服务及创意设计服务，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
馆厅展示创意服务	43,236.64	90.68%	39,010.85	81.08%	26,496.98	68.01%
展览展示创意服务	3,369.31	7.07%	8,614.04	17.90%	11,541.72	29.62%
创意设计服务	1,073.46	2.25%	486.64	1.01%	922.39	2.37%
合计	47,679.41	100.00%	48,111.53	100.00%	38,961.08	100.00%

公司主营业务收入主要源于馆厅展示创意服务收入，收入占比从 **2018 年度 68.01%** 上升到 **2020 年度 90.68%**。受市场竞争加剧及全球新冠肺炎影响，预期公司展览展示创意服务业务将进一步缩减，公司馆厅展示创意服务收入占比将进一步提升。

3、主营业务收入地区构成分析

（1）馆厅展示创意服务按地区分类

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	13,767.58	31.84%	10,209.57	26.17%	10,055.64	37.95%
华南	6,608.40	15.28%	6,986.64	17.91%	2,032.76	7.67%
西北	4,837.22	11.19%	4,891.37	12.54%	11,423.46	43.11%
西南	3,969.70	9.18%	8,005.21	20.52%	1,789.78	6.75%
华中	8,340.14	19.29%	4,324.17	11.08%	1,000.21	3.77%
华北	4,545.91	10.51%	495.82	1.27%	195.13	0.74%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
东北	1,167.70	2.70%	4,098.06	10.50%	-	-
合计	43,236.64	100.00%	39,010.85	100.00%	26,496.98	100.00%

注：该表格统计口径以项目所在地为准。

报告期内，总体而言公司馆厅展示创意服务客户主要集中在华东、华南及西北地区。该类业务区域划分易受金额较大的单体项目影响，因此年度之间呈现一定的波动性。为了进一步加强公司在西北地区、华南地区及西南地区的竞争优势，公司分别于 2019 年 4 月、6 月及 8 月成立西安分公司、深圳分公司、成都分公司，巩固并提升公司在上述地区的市场占有率。

（2）展览展示创意服务按地区分类

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内		2,008.15	59.60%	3,167.08	36.77%	3,818.02	33.08%
境外	欧洲	1,104.79	32.79%	4,470.74	51.90%	5,703.83	49.42%
	亚洲	181.88	5.40%	330.69	3.84%	561.77	4.87%
	北美洲	74.49	2.21%	411.20	4.77%	1,256.68	10.89%
	大洋洲	-	-	96.47	1.12%	30.78	0.27%
	非洲	-	-	3.45	0.04%	110.63	0.96%
	南美洲	-	-	134.41	1.56%	60.01	0.52%
合计		3,369.31	100.00%	8,614.04	100.00%	11,541.72	100.00%

注：该表格统计口径以展览所在地为准

报告期内，公司展览展示创意设计服务主要集中在欧洲及中国境内，两者合计收入占比分别为 82.50%、88.67%和 **92.39%**。

公司馆厅展示创意服务业务在各省份收入较分散，无明显收入集中的省份，省份间无明显变动趋势；公司展览展示创意服务收入主要集中在境外发达国家和国内主要城市，符合会展举办地的业务特点，具有合理性；公司创意设计服务主要集中在浙江省、上海市、江苏省及广东省，无明显的地域分布特征。与同行业可比公司相比，公司业务分布更加广泛，发行人业务不存在地域依赖。

4、收入变动趋势与同行业可比公司的差异情况及差异原因、合理性

报告期内，公司收入变动趋势与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：万元

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	2018 年至 2020 年增 长率	复合增长 率
	金额	变化	金额	变化	金额		
风语筑	225,630.19	11.15%	202,991.52	18.82%	170,836.13	32.07%	14.92%
华凯创意	13,516.29	-67.18%	41,177.99	-8.19%	44,849.31	-69.86%	-45.10%
易尚展示	102,427.27	-2.03%	104,553.63	-6.98%	112,403.46	-8.88%	-4.54%
丝路视觉	100,419.02	9.58%	91,641.07	26.76%	72,295.69	38.90%	17.86%
行业平均值	110,498.19	0.37%	110,091.05	9.99%	100,096.15	10.39%	5.07%
宽创国际	47,679.41	-0.90%	48,111.53	23.49%	38,961.08	22.38%	10.62%

注：同行业可比公司数据源于上市公司公布的年度报告。

关于收入确认，发行人与风语筑均采用时点法确认收入，其中风语筑在达到可交付使用状态（试运行或开馆）时确认收入，在旧收入准则下，其收入金额按照合同价款扣除项目质保金确认，质保金在质保期满实际收到时确认收入；在新收入准则下，其收入按照合同价款扣除审价调减率确认。而发行人采用更加严谨的取得正式竣工验收单或展会闭展时确认收入，收入按照应收合同金额（包含质保金）确认；华凯创意、易尚展示和丝路视觉采用全部或部分时段法（即完工百分比法、包含质保金）确认收入。除易尚展示未将质保金单独确认合同资产外，发行人、风语筑、华凯创意和丝路视觉均将质保金确认为合同资产，其中华凯创意和丝路视觉将质保金划入流动资产和非流动资产，发行人与风语筑均将质保金全部划入流动资产。

公司 2020 年营业收入较 2018 年增长 22.38%，近三年复合增长率为 10.62%，同行业可比公司 2020 年营业收入较 2018 年平均增长 10.39%，近三年复合增长率为 5.07%。报告期内，公司收入增长幅度优于华凯创意及易尚展示，不及丝路视觉及风语筑，处于行业收入变动区间内，具有合理性。

5、2019 年发行人收入增长较快而同行业可比公司华凯创意、易尚展示收入下滑的原因

华凯创意主要从事展馆展厅的设计布展，与发行人从事的馆厅展示创意服务业务可比，但双方在馆厅类型上各有侧重。根据华凯创意《2019 年年度报告》，华凯创意博物馆、其他文化主题馆、企业馆收入均较 2018 年有所上升，与发行人相应馆厅类型收入趋势一致；而受政府对部分已报建的规划馆项目进行了压缩或搁置，部分订单未能及时开工影响，相应规划馆收入同比下降 6,860.80 万元，下降比例为 41.33%，而发行人 2018 年、2019 年无规划馆收入。

根据易尚展示《2019 年年度报告》，受国内外政治经济形势的影响，消费电子、汽车、奢侈品等主要消费品市场景气度下降，展览展示行业需求放缓，市场竞争加剧，因此易尚展示 2019 年较 2018 年收入有所下滑，与发行人收入贡献较小的展览展示创意服务业务收入变动一致。而发行人收入贡献较高的馆厅展示创意服务业务收入上升而带动公司整体收入增长，以致发行人 2019 年收入变动整体趋势与易尚展示存在差异。

6、发行人各项业务受疫情影响的程度

（1）馆厅展示创意服务业务

公司馆厅展示创意服务业务全部分布在境内，受到国内疫情特别是 2020 年上半年疫情的影响，主要体现在招投标、施工进度、验收决算进度及回款进度等四个方面。

公司承接的馆厅展示创意服务项目单体金额较大，客户主要为政府、事业单位、大型国企及民企等，通常情况下需要履行招投标程序。政府部门及事业单位项目，受财务预算周期的影响，通常在上半年进行招投标。受 2020 年上半年疫情影响，公司 2020 年上半年参与的招投标项目数量有所减少。

受疫情影响，2020 年上半年公司在建项目延期开工，施工进度减缓，以致全年施工工程量不及预期，公司 2020 年末存货有所下降，对 2021 年业绩产生一定影响。

通常情况下，公司馆厅项目的验收、决算需要与客户、监理等几方进行多轮现场沟通完成。受疫情影响，2020 年部分项目验收、决算进度减缓，相对应的收款进度有一定延迟。

公司馆厅展示创意服务的主要客户系政府、事业单位、大型国企及民企，受疫情影响，2020 年项目回款进度有所延迟，造成公司 2020 年度收款不及以前年度。

综上，疫情对公司馆厅展示创意服务业务的影响主要体现为业务进度延缓，随着我国疫情防控工作进入“常态化”状态，目前馆厅展示创意服务业务已逐

步恢复正常。

（2）展览展示创意服务

2020 年新冠疫情对以人流聚集为主要特征的展览展会行业产生较大影响，大型展览展会活动相继取消或延期。随着国内疫情得到有效控制，境内展览展会业务已逐渐复苏，境外会展目前仍受疫情影响，尚未恢复正常举行。公司展览展示创意服务业务主要分布在境外，受国外疫情持续影响，公司展览展示创意服务 2020 年收入同比下降 60.89%，其中境外展览展示创意服务收入比例从 2019 年度的 63.23%下降至 2020 年度的 40.40%，对公司 2020 年度业绩产生一定影响。

（3）创意设计服务

公司创意设计服务系馆厅创意展示创意服务的单项环节，收入金额较少，对公司整体业务收入影响不大，疫情对公司创意设计服务影响较低。

7、报告期各期合同签订金额及收入确认金额，收入确认金额与合同签订金额的匹配性，各期合同调整金额

（1）合同签订金额及收入确认金额的匹配性

单位：万元			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入确认金额（A）	47,679.41	48,111.53	38,961.08
合同签订金额（B）	40,188.69	60,305.84	58,947.30
收入确认金额与合同签订金额比例（A/B）	118.64%	79.78%	66.09%

报告期各期，公司收入确认金额与合同签订金额的比例分别为 66.09%、79.78%及 118.64%。公司主营业务收入主要来源于馆厅展示创意服务业务，馆厅业务主要包括策划设计、施工、场景模型搭建、多媒体集成等多个环节，完工后进入验收流程，在最终客户竣工验收时确认收入。报告期内，公司平均施工及验收周期合计超过一年，因此，部分本年度签订的合同并未在本年度竣工验收并确认收入，存在签订合同与确认收入跨期的情形。

2018 年、2019 年，公司收入确认金额与合同签订金额均成上升趋势，匹配

度较好。2020 年上述比例较高，主要受新冠疫情影响，部分政府机关将工作重心放在疫情防控上，对于馆厅建设的招标及合同签订工作开展较晚，以致于公司新签订合同金额有所下降。

（2）各期合同调整金额

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
合同调增金额	276.66	16.19	-
合同调减金额	-860.33	-2,429.19	-30.00
合同调整金额	-583.67	-2,413.00	-30.00
占当年新增合同金额比例	-1.45%	-4.00%	-0.05%

报告期内，公司合同调整金额在 100 万元以上项目的具体情况如下所示：

单位：万元

客户名称	年度	项目名称	原合同金额	合同调整金额	合同调整原因
上海张江集成电路产业区开发有限公司	2020 年	上海集成电路设计产业园展厅	1,098.90	276.66	因客户提升展厅效果需求而增加工程量
用友网络科技有限公司		用友数字企业馆设计施工项目之多媒体系统、内容	1,026.50	-549.31	因方案变更，部分多媒体系统及内容的制作项目发生变更
		用友数字企业馆设计施工项目之多媒体硬件采购及安装	2,420.23	-236.37	因方案变更，减少部分多媒体硬件设备
道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	2019 年	中华仡佬族博物馆布展和装饰装修工程	4,229.19	-2,429.19	原合同包含一期及二期工程，后由于客户原因二期工程取消

8、报告期各期不同类型展馆展厅的收入金额及占比、毛利率、应收账款余额、期后累计回款金额及占比

2020 年度公司不同类型展馆展厅情况如下表所示：

单位：万元

馆厅类型	收入		毛利率	应收账款（注 1）		期后累计回款（注 2）	
	金额	占比		余额	占比	金额	占比
文博馆	17,365.97	40.16%	33.74%	15,362.33	51.00%	822.43	5.35%
科技馆	13,852.34	32.04%	34.46%	5,270.79	17.50%	1,021.58	19.38%
文旅主题馆	6,101.67	14.11%	33.21%	5,776.41	19.18%	104.53	1.81%
企业展厅	3,749.36	8.67%	24.10%	2,252.86	7.48%	558.88	24.81%
规划馆	2,167.30	5.01%	22.81%	1,459.80	4.85%	335.00	22.95%
合计	43,236.64	100.00%	32.51%	30,122.19	100.00%	2,842.42	9.44%

注 1：应收账款余额系截至当期期末应收账款余额（含合同资产），占比为应收账款余额占总应收账款余额之比；

注 2：期后累计回款数据截至 2021 年 5 月 31 日，占比为期后累计回款与当期期末应收账款余额之比，下同。

2019 年度公司不同类型展馆展厅情况如下表所示：

单位：万元

馆厅类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
	金额	占比		余额	占比	金额	占比
文博馆	18,300.89	46.91%	32.13%	14,062.03	57.65%	4,850.56	34.49%
文旅主题馆	11,658.44	29.89%	39.48%	4,562.93	18.71%	914.00	20.03%
企业展厅	6,300.41	16.15%	19.65%	2,687.26	11.02%	1,387.03	51.61%
科技馆	2,751.11	7.05%	40.55%	2,854.34	11.70%	560.62	19.64%
规划馆	-	-	-	226.04	0.93%	37.77	16.71%
合计	39,010.85	100.00%	32.90%	24,392.61	100.00%	7,749.98	31.77%

2018 年度公司不同类型展馆展厅情况如下表所示：

单位：万元

馆厅类型	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
	金额	占比		余额	占比	金额	占比
文博馆	12,934.87	48.82%	30.42%	7,729.11	49.54%	3,251.06	42.06%
科技馆	6,729.52	25.40%	45.44%	3,756.81	24.08%	2,008.38	53.46%
文旅主题馆	3,528.74	13.32%	38.75%	1,562.71	10.02%	534.46	34.20%
企业展厅	3,303.85	12.47%	27.05%	1,980.22	12.69%	1,314.80	66.40%
规划馆	-	-	-	573.00	3.67%	384.74	67.14%
合计	26,496.98	100.00%	34.92%	15,601.86	100.00%	7,493.44	48.03%

报告期各期，公司馆厅展示创意服务收入主要源于文博馆、科技馆、文旅主题馆及企业展厅，其中文博馆各期收入占比均超过 40%，与公司将文化创意、设计服务和数字技术深度融合的经营理念相符。

报告期内，公司累计确认馆厅展示创意服务收入项目 104 个，累计确认收入 10.85 亿元，平均项目收入为 1,043.47 万元，呈现单体项目金额收入较大，数量较少的特点。受客户具体要求、创意设计项目及项目具体工程内容的影响，公司单项目毛利率差异较大。一般而言，如果项目中包含较多的数字多媒体应用、文化创意设计及场景还原等个性化制作部分，毛利率会较高；反之如果项目中装饰装修金额较高，定制化成分较少，相应项目毛利率较低。因此，公司各年度之间不同类型的展馆展厅毛利率波动较大，主要受当年具体确认收入的项目毛利率影响。

9、结合不同类型展馆展厅收入波动原因，量化分析馆厅展示创意服务收入

快速增长的原因

报告期内，公司不同类型馆厅收入波动的具体原因如下所示：

单位：万元

馆厅类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
文博馆	17,365.97	-5.11%	18,300.89	41.48%	12,934.87
科技馆	13,852.34	403.52%	2,751.11	-59.12%	6,729.52
文旅主题馆	6,101.67	-47.66%	11,658.44	230.39%	3,528.74
企业展厅	3,749.36	-40.49%	6,300.41	90.70%	3,303.85
规划馆	2,167.30	-	-	-	-
合计	43,236.64	10.83%	39,010.85	47.23%	26,496.98

报告期内，公司不同类型的馆厅展示创意服务收入金额具有一定波动性，主要原因系公司拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验，能够为不同场所文化类型、空间条件、受众人群喜好、客户需求等量身打造创意设计并落地。报告期内，公司馆厅类型主要以文博馆和科技馆为主，各年度确认收入的项目类型仍呈现一定波动。

2019 年，公司馆厅展示创意服务收入同比增长 47.23%，主要原因系文旅主题馆当年新增南宁园博园、沙湖码头等 3,000 万以上大项目，收入同比增长 230.39%；文博馆当年新增合肥家电、六枝三线等 4,000 万以上大项目，收入同比增长 41.48%。

2020 年，公司馆厅展示创意服务收入同比增长 10.83%，增幅较 2019 年有所下降，主要原因系受疫情影响，当年项目竣工验收有所延迟所致。2020 年，公司馆厅展示创意服务收入增长主要源于科技馆类项目，当年公司新增包括国核示范崮山公众展示中心、用友数字企业馆及中国建筑科技馆等收入金额在 2,000 万元以上的大项目，科技馆收入同比增长 403.52%。

10、公司馆厅展示创意服务业务与同行业可比公司可比业务收入变动趋势是否存在差异及原因，收入快速增长趋势的可持续性

报告期内，公司馆厅展示创意服务与同行业可比公司可比业务收入变动情况如下表所示：

单位：万元

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度	复合增长率
	金额	变化	金额	变化	金额	
风语筑	225,630.19	11.15%	202,991.52	18.82%	170,836.13	14.92%
华凯创意	13,516.29	-67.18%	41,177.99	-8.19%	44,849.31	-45.10%
易尚展示	39,205.08	26.33%	31,034.21	-43.50%	54,929.52	-15.52%
丝路视觉	64,939.84	23.17%	52,725.05	46.98%	35,871.32	34.55%
行业平均值	85,822.85	4.68%	81,982.19	7.00%	76,621.57	5.83%
宽创国际	43,236.64	10.83%	39,010.85	47.23%	26,496.98	27.74%

注：同行业可比公司数据源于上市公司公布的年度报告，其中易尚展示“终端展示”业务及丝路视觉“CG 视觉场景综合服务”与公司馆厅展示创意服务业务具有可比性，表内金额系上述业务收入金额。

报告期内，公司馆厅展示创意服务与风语筑、丝路视觉可比业务收入总体呈现上升趋势，复合增长率分别为 27.74%、14.92%及 34.55%，公司馆厅展示创意服务与上述两家公司可比业务收入变动趋势一致。

报告期内，华凯创意及易尚展示可比业务收入总体呈现下降趋势，复合增长率分别为-45.10%及-15.52%。华凯创意可比业务收入下降主要系其受国内疫情影响延迟开工、政府对部分已报建的规划馆项目进行了压缩或搁置等，同时华凯创意谋求业务转型，通过并购重组等方式涉足跨境电商业务。易尚展示可比业务收入下降主要系下游客户消费电子、汽车及奢侈品等消费品市场景气度下降所致。

综上，公司馆厅展示创意服务与风语筑及丝路视觉可比业务变动情况没有显著差异，均呈现逐年上升的趋势；与华凯创意可比业务的收入变动趋势差异主要系华凯创意收入贡献较大的规划馆项目受政府压缩或搁置以及自身业务转型原因，具有合理性；与易尚展示的可比业务的收入变动趋势差异主要系双方细分领域不同所致，具有合理性。

公司馆厅展示创意服务业务收入系公司收入增长的主要来源。国家政策大力支持数字文化产业发展，为行业发展创造了积极良好的外部环境；我国快速的城市化进程为数字文化展示创意行业提供了广阔的发展空间；随着居民文化消费水平不断提高，对于文化产品和服务需求随之不断增加；持续不断的科技创新将会驱动数字文化展示创意行业进一步升级。公司馆厅展示创意服务业务收入增长具有可持续性，但存在无法保持快速增长趋势的风险。

11、主营业务收入季节性分布分析

单位：万元

季度	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	2,171.95	4.56%	6,377.93	13.26%	6,676.43	17.14%
第二季度	12,825.09	26.90%	14,732.16	30.62%	3,494.70	8.97%
第三季度	10,646.77	22.33%	6,244.05	12.98%	14,359.36	36.86%
第四季度	22,035.59	46.22%	20,757.39	43.14%	14,430.59	37.04%
合计	47,679.41	100.00%	48,111.53	100.00%	38,961.08	100.00%

报告期内，公司收入主要源自于馆厅展示创意服务业务。馆厅展示创意服务行业受气候原因和节假日因素等影响，一季度通常项目实施进度相对缓慢，其收入确认时点取决于工程的实施进度和验收周期，各项目因工程具体情况不同，其开工时点、建设周期和工程进度等不同，不存在一般的规律，因而其营业收入无明显的季节性特征。公司客户群体包括政府、事业单位，受其财政预算安排等影响，公司报告期内呈现验收时间相对较多集中在第四季度。

展览展示创意服务业务，受国内外节假日及休假习惯等影响因素较多，整体上没有明显季节性。公司创意设计服务业务收入占比较小，无明显季节性。

报告期内，同行业可比公司 2018 年度至 2020 年度各季度平均收入如下表所示：

单位：亿元

公司	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
风语筑	11.60	19.36%	16.77	27.97%	15.40	25.69%	16.17	26.98%
华凯创意	1.18	11.90%	2.60	26.16%	2.92	29.33%	3.25	32.62%
易尚展示	4.37	13.69%	7.69	24.07%	7.67	24.01%	12.21	38.24%
丝路视觉	3.19	12.09%	6.65	25.16%	6.60	24.95%	9.99	37.80%
平均值	5.09	15.87%	8.43	26.28%	8.15	25.40%	10.41	32.45%
宽创国际	1.52	11.30%	3.11	23.04%	3.13	23.19%	5.72	42.47%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告数据整理计算所得。

报告期内，同行业可比公司 2018 年度至 2020 年度第一至第四季度收入占比分别为 15.87%、26.28%、25.40%及 32.45%，第一季度略低，第四季度略高。公司 2018 年度至 2020 年度第一至第四季度收入占比分别为 11.30%、23.04%、23.19%及 42.47%，与同行业可比公司平均值相比无明显差异。

经对比，公司与同行业可比公司报告期各期收入季节性分布不存在明显差异。

12、报告期各期不同类型业务招投标、商务谈判等获取方式对应的收入分析

报告期内，公司不同业务获取方式的具体情况如下所示：

单位：万元

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入	占比 (%)	毛利率 (%)	收入	占比 (%)	毛利率 (%)	收入	占比 (%)	毛利率 (%)
招投标	公开招标	38,586.39	80.93	32.91	28,800.36	59.86	35.49	24,398.27	62.62	35.87
	邀请招标	5,585.28	11.71	34.98	6,600.30	13.72	25.47	5,672.95	14.56	27.03
招投标小计		44,171.67	92.64	33.17	35,400.65	73.58	33.63	30,071.22	77.18	34.20
商务谈判		3,507.74	7.36	25.74	12,710.88	26.42	26.36	8,889.86	22.82	28.69
合计		47,679.41	100.00	32.63	48,111.53	100.00	31.71	38,961.09	100.00	32.95

报告期内，公司主要业务通过招投标方式获取，收入占比分别为 77.18%、73.58%及 92.64%。2020 年度上述占比较高，主要系受疫情影响，公司展览展示创意服务业务收入下降明显，该业务主要通过商务谈判获取，导致 2020 年度公司商务谈判收入占比下降明显，招投标收入占比上升。报告期内，公司通过招投标方式获取的业务毛利率分别为 34.20%、33.63%及 33.17%，基本保持稳定。

（1）馆厅展示创意服务业务

报告期内，公司馆厅展示创意服务收入获取方式的情况如下所示：

单位：万元

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入	占比 (%)	毛利率 (%)	收入	占比 (%)	毛利率 (%)	收入	占比 (%)	毛利率 (%)
招投标	公开招标	37,898.33	87.65	32.94	27,397.09	70.23	35.88	22,916.39	86.49	36.13
	邀请招标	4,174.96	9.66	33.34	4,675.28	11.98	25.36	3,580.58	13.51	27.20
招投标小计		42,073.29	97.31	32.98	32,072.37	82.21	34.35	26,496.98	100.00	34.92
商务谈判		1,163.35	2.69	15.68	6,938.48	17.79	26.23	-	-	-
合计		43,236.64	100.00	32.51	39,010.85	100.00	32.90	26,496.98	100.00	34.92

（2）展览展示创意服务业务

报告期内，公司展览展示创意服务收入获取方式的情况如下所示：

单位：万元

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入	占比(%)	毛利率(%)	收入	占比(%)	毛利率(%)	收入	占比(%)	毛利率(%)
招投标	公开招标	455.21	13.51	9.69	1,164.65	13.52	21.23	1,024.90	8.88	15.82
	邀请招标	1,158.35	34.38	24.46	1,835.57	21.31	23.05	1,839.75	15.94	21.61
招投标小计		1,613.56	47.89	20.29	3,000.22	34.83	22.34	2,864.65	24.82	19.54
商务谈判		1,755.75	52.11	19.64	5,613.83	65.17	25.59	8,677.07	75.18	27.30
合计		3,369.31	100.00	19.95	8,614.04	100.00	24.46	11,541.72	100.00	25.38

（3）创意设计服务业务

报告期内，公司创意设计收入获取方式的情况如下所示：

单位：万元

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入	占比(%)	毛利率(%)	收入	占比(%)	毛利率(%)	收入	占比(%)	毛利率(%)
招投标	公开招标	232.85	21.69	74.03	238.62	49.03	60.52	456.47	49.49	67.80
	邀请招标	251.97	23.47	61.69	89.44	18.38	81.40	252.92	27.42	64.17
招投标小计		484.82	45.16	67.62	328.06	67.41	66.22	709.39	76.91	66.50
商务谈判		588.63	54.84	84.69	158.58	32.59	59.32	213.00	23.09	85.27
合计		1,073.46	100.00	76.98	486.64	100.00	63.97	922.39	100.00	70.84

发行人不存在应履行招标而未履行的情形，相关销售不存在商业贿赂或不正当竞争情形。

13、境外地区业务的获取方式、收入波动分析及主要项目情况

（1）境外地区业务的获取方式

公司境外地区业务主要系公司为境内客户在境外参加展会提供展台设计及搭建服务。公司境外地区业务主要源于直接与客户进行商务谈判获取。公司境外业务具体情况如下表所示：

单位：万元

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		收入	占比(%)	毛利率(%)	收入	占比(%)	毛利率(%)	收入	占比(%)	毛利率(%)
招投标	公开招标	-	-	-	-	-	-	31.63	0.41	35.05
	邀请招标	241.09	17.71	12.19	811.35	14.90	16.15	995.62	12.89	20.71
招投标小计		241.09	17.71	12.19	811.35	14.90	16.15	1,027.25	13.30	21.15%

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	占比(%)	毛利率(%)	收入	占比(%)	毛利率(%)	收入	占比(%)	毛利率(%)
商务谈判	1,120.08	82.29	21.08	4,635.61	85.10	26.00	6,696.45	86.70	28.58
合计	1,361.16	100.00	19.50	5,446.96	100.00	24.53	7,723.70	100.00	27.56

（2）境外收入波动分析

报告期内，公司境外地区收入变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变化	金额	变化	金额
境外收入	1,361.16	-75.01%	5,446.96	-29.48%	7,723.70

报告期内，公司境外业务收入呈现逐年下降的趋势，具体原因如下：①展览展示业务竞争加剧，越来越多行业内公司参与到境外展会设计搭建的竞争中。虽然公司在行业内具有一定知名度，但受行业竞争加剧的影响，境外收入持续下降；②2020 年境外新冠疫情影响，大型展览展会活动相继取消或延期，收入同比下降较大。

（3）境外地区业务项目主要情况

报告期各期，公司主要境外业务项目的具体情况如下所示：

年度	序号	项目名称	收入 (万元)	占比 (注)	客户	项目地点	合同签订时间	展会月份	收入 确认时间
2020	1	2020Spielwarenmesse/2020 纽伦堡国际玩具博览会	133.66	9.82%	奥飞娱乐股份有限公司、高思维有限公司、汕头市澄海区蓬下望丰玩具厂、杭州环宇玩具有限公司及如雷（香港）有限公司等 10 家客户	德国- 纽伦堡	2019 年 11 月 -2020 年 1 月	2020 年 2 月	2020 年 2 月
	2	2020ISE-IntegratedSystem sEurope/2020 欧洲视听集成 系统展	116.81	8.58%	深圳市奥拓电子股份有限公司、厦门视诚科技有限公司、上海三思电子工程有限公司、广东公信智能会议股份有限公司、广州市唯图新电子科技有限公司等 9 家客户	荷兰- 阿姆斯特丹	2019 年 10 月 -2020 年 2 月	2020 年 2 月	2020 年 2 月
	3	2020PaperworldREMAX/2020 法兰克福国际办公用品展	115.85	8.51%	深圳市环硕利实业有限公司、温州金马文具用品制造有限公司、珠海市万拓电子有限公司、温州市爱好笔业有限公司及杭州米娅文具有限公司等 20 家客户	德国- 法兰克福	2019 年 10 月 -2019 年 12 月	2020 年 1 月	2020 年 1 月
	4	2020EuroShop/2020 德国杜 塞尔多夫零售业展览会	99.61	7.32%	杭州美思特智能科技股份有限公司、上海三思电子工程有限公司、广州市中崎商业机器股份有限公司、深圳市汇恩电子有限公司及佛山市天骏进出口有限公司等 10 家客户	德国- 杜塞尔多夫	2019 年 11 月 -2020 年 1 月	2020 年 2 月	2020 年 2 月
	5	2020Ambiente/2020 法兰克 福春季消费品博览会	83.90	6.16%	厦门佰利展览有限公司、山西尚源工贸有限公司、毅泰五金（珠海）有限公司、山西九潮玻璃制品有限公司、山东英科环保再生资源股份有限公司等 13 家客户	德国- 法兰克福	2019 年 10 月 -2020 年 1 月	2020 年 2 月	2020 年 2 月
	合计		549.83	40.39%	/				
2019	1	2019MEDICA/COMPAMED/2019 德国国际医院及医疗设备展 览会	357.87	6.57%	深圳市医疗器械行业协会、汕头市超声仪器研究所有限公司、上海英思国际贸易有限公司、宁波保税区天硕医疗器材有限公司及深圳市科曼医疗设备有限公司等 66 家客户	德国- 杜塞尔多夫	2019 年 8 月- 2019 年 11 月	2019 年 11 月	2019 年 11 月
	2	2019KShow/2019 德国杜塞 尔多夫国际塑料及橡胶展	292.84	5.38%	广东金明精机股份有限公司、伊之密精密机械（香港）有限公司、西麦克国际展览有限责任公司、河北恒工精密装备股份有限公司及中国国际贸易促进委员会化工行业分会等 27 家客户	德国- 杜塞尔多夫	2019 年 7 月- 2019 年 9 月	2019 年 10 月	2019 年 10 月
	3	2019TRANSPORTLOGISTIC/ 2019 慕尼黑物流展	206.53	3.79%	北京中展海华国际展览有限公司、北京中交陆桥物流咨询中心有限公司、长春国际陆港发展有限公司及上海集正供应链管理有限公司等 4 家客户	德国- 慕尼黑	2019 年 4 月- 2019 年 5 月	2019 年 6 月	2019 年 6 月
	4	2019CphiWorldwide/	179.92	3.30%	华北国际医药有限公司、浙江天宇药业股份有限公	德国-	2019 年 8 月-	2019 年	2019 年

年度	序号	项目名称	收入 (万元)	占比 (注)	客户	项目地点	合同签订时间	展会月份	收入 确认时间
		2019 世界制药原料展			司、上海昂博生物技术有限公司、浙江宏元药业股份有限公司及凯瑞斯德生化（苏州）有限公司等 20 家客户	法兰克福	2019 年 10 月	11 月	11 月
	5	2019EICMAMOTO+BICI/2019 意大利米兰国际摩托车及滑板车博览会	160.08	2.94%	赛格威科技有限公司、杭州天丰电源股份有限公司、杭州持正科技股份有限公司、Somoto Motorcycle Co. Ltd 及金华途菲乐机车科技有限公司等 14 家客户	意大利-米兰	2019 年 9 月-2019 年 10 月	2019 年 11 月	2019 年 11 月
		合计	1,197.24	21.98%	/				
2018	1	2018CphiWorldwide/2018 世界制药原料展	405.51	5.25%	浙江海正药业股份有限公司、奥星集团有限公司、江苏慧聚药业有限公司、浙江海翔药业股份有限公司及凯瑞斯德生化（苏州）有限公司等 30 家客户	西班牙-马德里	2018 年 6 月-2018 年 9 月	2018 年 10 月	2018 年 10 月
	2	2018MEDICA/COMPAMED/2018 德国国际医院及医疗设备展览会	390.90	5.06%	深圳开立生物医疗科技股份有限公司、深圳市医疗器械行业协会、威海威高国际医疗投资控股有限公司、深圳市新产业生物医学工程股份有限公司及宁波保税区天硕医疗器材有限公司等 54 家客户	德国-杜塞尔多夫	2018 年 8 月-2018 年 11 月	2018 年 11 月	2018 年 11 月
	3	2018R+T/2018 国际卷闸门、遮阳蓬及门类产品专业展	228.72	2.96%	宁波杜亚机电技术有限公司、西安中扬窗饰制品有限公司、杭州威仕达机电科技有限公司、山东玉马遮阳科技股份有限公司及宁波振飞窗饰制品有限公司等 15 家客户	德国-斯图加特	2017 年 11 月-2018 年 2 月	2018 年 3 月	2018 年 3 月
	4	2018ISE-IntegratedSystemsEurope/2018 欧洲视听集成系统展	201.42	2.61%	深圳市洲明科技股份有限公司、深圳市奥拓电子股份有限公司、卡莱特科技股份有限公司、深圳市灵星雨科技开发有限公司及上海三思电子工程有限公司等 11 家客户	荷兰-阿姆斯特丹	2017 年 11 月-2018 年 1 月	2018 年 2 月	2018 年 2 月
	5	2018Tube&WireDusseldorf/2018 杜塞尔多夫国际管材展	187.10	2.42%	中钢设备有限公司、浙江青山钢管有限公司、焊锋轻合金股份有限公司、浙江久立特材科技股份有限公司及法尔胜集团进出口有限公司等 11 家客户	德国-杜塞尔多夫	2018 年 2 月-2018 年 3 月	2018 年 4 月	2018 年 4 月
		合计	1,413.66	18.30%	/				

注：占比系项目收入占境外展览展示创意服务业务收入比例。

公司展览展示创意服务的主要应用场景是为境内客户参加境外展览提供从展台设计、展台搭建到现场沟通协调等一体化服务，为客户顺利参展提供全面服务。

公司在具体项目执行过程中承担的主要工作包括：（1）根据客户需求为客户量身进行展台设计工作；（2）由于公司不承担展台施工搭建过程，在客户确认展台效果图及施工图后，公司与供应商进行沟通，由供应商完成展台制作及搭建，公司进行全程质量控制；（3）现场协调处理客户需求，保证客户顺利参展。

14、报告期各期收入前十大项目情况

（1）报告期内，公司各期前十大项目合同金额、毛利率、收入金额、预收金额、当期回款金额及累计回款金额情况如下所示：

单位：万元

年度	序号	项目名称	合同金额 (含税)	收入		预收金额		当期回款金额（注3）		累计回款（注4）	
				金额 (不含税)	占比 (注1)	金额	占比 (注2)	金额	占比 (注2)	金额	占比 (注2)
2020	1	扬中市博物馆建设项目布展工程	3,183.02	2,973.69	6.24%	1,910.29	58.78%	318.30	9.79%	2,228.59	68.57%
	2	国核示范岗山公众展示中心及综合楼展厅布展项目	3,184.47	2,923.49	6.13%	2,063.69	64.80%	1,551.00	48.70%	2,063.69	64.80%
	3	用友数字企业馆设计施工项目	3,084.15 (注5)	2,781.36	5.83%	2,900.15	83.21%	64.86	2.16%	2,910.93	97.00%
	4	柳东新区文化广场项目科技馆展品、展项深化设计及制作、布展项目	2,991.08	2,588.98	5.43%	2,145.85	76.04%	947.70	33.58%	2,145.85	76.04%
	5	中建科技产业园E地块“中国建筑科技馆”	3,083.22	2,570.30	5.39%	2,147.75	76.69%	1,541.19	55.03%	2,278.82	81.37%
	6	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	2,635.27	2,411.09	5.06%	1,390.00	52.75%	-	-	1,390.00	52.75%
	7	洛阳方志馆工程项目	2,278.94	2,155.67	4.52%	1,535.89	65.37%	1,535.89	65.37%	1,535.89	65.37%
	8	汤臣倍健营养探索馆设计与施工	2,329.72	1,970.31	4.13%	1,715.47	75.25%	370.45	17.33%	2,087.83	97.69%
	9	南京国家健康医疗大数据中心展示馆	2,001.58	1,986.29	4.17%	845.70	39.10%	872.56	40.34%	1,601.26	74.02%
	10	怀来县世界葡萄酒之窗展览馆工程项目设计与施工	1,926.28	1,768.91	3.71%	1,452.00	75.38%	1,452.00	75.38%	1,552.00	80.57%
2019	1	中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	6,359.17 (注6)	4,991.46	10.37%	3,574.33	65.78%	3,688.33	67.87%	3,715.44	68.37%
	2	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	4,753.97	4,329.93	9.00%	2,660.13	55.96%	230.00	4.84%	3,086.13	64.92%
	3	南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	4,950.86	3,933.02	8.17%	2,880.00	66.79%	30.00	0.70%	3,010.00	69.81%
	4	沙湖码头候船厅（游客集散中心）装修工程二	4,000.00	3,382.39	7.03%	3,359.08	89.58%	-	-	3,852.45	100.00%
	5	兴安县灵渠展示中心（兴安县博物馆）陈列布展工程项目	3,198.26	2,821.54	5.86%	1,300.00	42.30%	1,300.00	42.30%	2,458.00	79.97%
	6	榆溪楼榆林宋夏历史文化博物馆陈列布展	2,387.13	2,344.65	4.87%	1,909.71	74.41%	716.14	27.94%	2,562.85	100.00%
	7	麻栗坡县英雄老山文旅项目室内设计、展陈施工	2,600.00	1,997.82	4.15%	1,500.00	68.18%	350.00	15.91%	1,500.00	68.18%

年度	序号	项目名称	合同金额 (含税)	收入		预收金额		当期回款金额（注3）		累计回款（注4）	
				金额 (不含税)	占比 (注1)	金额	占比 (注2)	金额	占比 (注2)	金额	占比 (注2)
	8	浙江千人计划绍兴产业园（绍兴金柯桥科技城）智慧展示馆布展设计、施工一体化	1,616.08	1,344.78	2.80%	1,099.08	74.26%	105.55	7.14%	1,282.55	86.73%
	9	东北电力大学校史馆设计施工一体化项目	1,392.41	1,276.52	2.65%	1,113.93	79.62%	696.21	51.21%	1,318.65	97.00%
	10	苏地2016-WG-19号南地块生命健康小镇会客厅布展深化设计与施工项目	1,803.63	1,270.22	2.64%	600.73	43.22%	240.00	17.27%	670.73	48.25%
2018	1	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工	6,227.07	6,730.14	17.27%	4,809.60	64.56%	1,096.00	14.36%	7,012.60	91.89%
	2	大沽河博物馆	3,198.07 (注6)	3,160.97	8.11%	2,423.37	75.78%	-	-	2,423.37	75.78%
	3	大沽河博物馆二	3,091.52	3,017.31	7.74%	2,040.76	66.01%	543.00	17.56%	2,533.76	81.96%
	4	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	3,420.35	2,795.77	7.18%	1,836.20	59.23%	596.20	19.23%	2,526.20	81.49%
	5	中华侏儒族博物馆布展和装饰装修工程	1,800.00 (注5)	1,789.78	4.59%	-	-	600.00	30.17%	900.00	45.25%
	6	振石控股集团总部大楼智能化展厅设计施工项目	1,558.00	1,420.46	3.65%	1,247.70	79.41%	1,237.40	74.99%	1,567.50	95.00%
	7	安康移民（脱贫）搬迁博物馆	1,370.00	1,337.67	3.43%	950.00	64.19%	290.00	23.56%	1,100.00	89.35%
	8	柳州工业博物馆	1,397.55	1,272.83	3.27%	698.78	50.00%	698.78	50.00%	1,118.04	80.00%
	9	潜江市龙湾遗址博物馆陈列布展工程	1,120.51	992.34	2.55%	920.55	83.39%	14.49	1.31%	1,103.90	100.00%
	10	中英街历史博物馆陈列改造工程	842.37	759.92	1.95%	631.77	75.00%	126.35	15.00%	838.41	100.00%

注1：占比系该项目收入金额（不含税）占当期收入金额（不含税）比例；

注2：占比系预收金额、当期回款金额、累计回款金额分别占项目收入（含税）比例；

注3：系该项目确认收入当年回款金额；

注4：累计回款截至2021年5月31日；

注5：合同金额系根据公司与客户后期签订的补充协议调整后金额；

注6：合同金额系公司所承担工程量金额，不包含联合体工程量金额。

报告期各期前十大项目毛利率信息已申请豁免信息披露。

报告期各期前十大项目合同金额与收入确认金额存在差异的主要原因系：

①合同金额含增值税，而确认收入金额不含增值税；②项目在签订合同时和项目验收确认收入时所对应的工程量存在差异，主要系项目随着深化设计及现场施工，客户往往存在需求变更而增加或取消部分工程量的情况。

报告期各期前十大项目中，当期确认收入与合同金额差异较大的项目具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	客户名称	合同金额（含税）	含税收入	差异率	差异原因
1	中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	合肥滨湖投资控股集团有限公司	6,359.17	5,434.07	-14.55%	该项目在实际深化设计时，甲方变更了部分需求，取消了部分工程量，上述原因导致含税收入较合同金额存在差异。
2	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工	中卫市启源房地产开发有限公司	6,227.07	7,450.00	19.64%	合同金额系客户根据单价7,593.99元/平方米及布展面积8,200平方米暂定，未按照设计方案进行工程量估价。后经深化设计并根据工程量据实计算后，含税收入有所上升。

（2）报告期各期收入前十大项目的合同签订时间、开工时间、约定及实际完工时间、验收时间如下表所示：

年度	序号	项目名称	签订时间	开工时间	约定完工时间	实际完工时间	验收时间
2020	1	扬中市博物馆建设项目布展工程	2018年11月	2019年4月	2019年2月	2020年4月	2020年5月
	2	国核示范岗山公众展示中心及综合楼展厅布展项目	2019年7月	2019年7月	未约定	2020年7月	2020年12月
	3	用友数字企业馆设计施工项目	2018年5月	2018年3月	未约定	2019年6月	2020年5月
	4	柳东新区文化广场项目科技馆展品、展项深化设计及制作、布展项目	2019年5月	2019年9月	未约定	2020年6月	2020年11月
	5	中建科技产业园E地块“中国建筑科技馆”	2019年8月	2019年10月	2019年11月	2020年8月	2020年11月
	6	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	2018年4月	2018年6月	2018年6月	2020年6月	2020年12月
	7	洛阳方志馆工程项目	2020年6月	2020年6月	2020年8月	2020年12月	2020年12月

年度	序号	项目名称	签订时间	开工时间	约定完工时间	实际完工时间	验收时间
	8	汤臣倍健营养探索馆设计与施工	五份合同，分别为2018年11月、12月，2019年1月、3月及4月	2018年11月	未约定	2019年6月	2020年7月
	9	南京国家健康医疗大数据中心展示馆	2019年5月	2019年6月	2019年8月	2020年6月	2020年7月
	10	怀来县世界葡萄酒之窗展览馆工程项目设计与施工	2020年4月	2020年5月	未约定	2020年10月	2020年12月
2019	1	中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	2019年6月	2019年7月	未约定	2019年9月	2019年10月
	2	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	2017年3月	2017年6月	未约定	2018年11月	2019年10月
	3	南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	2018年6月	2018年6月	未约定	2018年12月	2019年5月
	4	沙湖码头候船厅（游客集散中心）装修工程二	2016年12月	2016年12月	未约定	2018年11月	2019年1月
	5	兴安县灵渠展示中心（兴安县博物馆）陈列布展工程项目	2019年5月	2019年7月	2019年9月	2019年9月	2019年12月
	6	榆溪楼榆林宋夏历史文化博物馆陈列布展	2018年4月	2018年9月	未约定	2019年7月	2019年12月
	7	麻栗坡县英雄老山文旅项目室内设计、展陈施工	2017年3月	2017年6月	2017年11月	2019年4月	2019年6月
	8	浙江千人计划绍兴产业园（绍兴金柯桥科技城）智慧展示馆布展设计、施工一体化	2017年12月	2018年3月	未约定	2019年4月	2019年5月
	9	东北电力大学校史馆设计施工一体化项目	2018年10月	2018年11月	2019年5月	2019年6月	2019年11月
	10	苏地2016-WG-19号南地块生命健康小镇会客厅布展深化设计与施工项目	2018年8月	2018年9月	未约定	2019年5月	2019年9月
2018	1	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工	2017年3月	2017年5月	2017年6月	2017年12月	2018年12月
	2	大沽河博物馆	2015年7月	2015年8月	2015年9月	2017年10月	2018年9月
	3	大沽河博物馆二	2015年7月	2015年8月	未约定	2018年5月	2018年9月
	4	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	2017年8月	2017年8月	2017年11月	2018年7月	2018年9月
	5	中华仫佬族博物馆布展和装饰装修工程	2017年11月	2017年8月	未约定	2017年11月	2018年1月
	6	振石控股集团总部大楼智能化展厅设计施工项目	2017年12月	2018年1月	2018年5月	2018年10月	2018年12月
	7	安康移民（脱贫）搬迁博物馆	2017年4月	2017年4月	2017年8月	2017年12月	2018年12月
	8	柳州工业博物馆	2018年9月	2018年9月	未约定	2018年12月	2018年12月
	9	潜江市龙湾遗址博物馆陈列布展工程	2016年12月	2017年3月	2017年7月	2017年12月	2018年8月

年度	序号	项目名称	签订时间	开工时间	约定完工时间	实际完工时间	验收时间
	10	中英街历史博物馆陈列改造工程	2016年11月	2017年2月	2017年3月	2018年2月	2018年3月

报告期内，公司存在少量项目合同签订时间晚于开工时间，主要原因系客户急于开工，双方已对合同条款无异议，合同签署尚在流程中。

（3）报告期各期收入前十大项目各期末存货及应收账款变动情况

2020年前十大项目：

单位：万元

序号	项目名称	存货		应收账款
		2019年末	2018年末	2020年末
1	扬中市博物馆建设项目布展工程	1,602.03	8.44	1,021.41
2	国核示范岗山公众展示中心及综合楼展厅布展项目	716.27	42.84	1,120.90
3	用友数字企业馆设计施工项目	1,467.73	1,412.54	89.37
4	柳东新区文化广场项目科技馆展品、展项深化设计及制作、布展项目	837.43	-	676.14
5	中建科技产业园E地块“中国建筑科技馆”	505.47	-	621.46
6	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	1,140.73	676.79	1,245.27
7	洛阳方志馆工程项目	-	-	813.78
8	汤臣倍健营养探索馆设计与施工	983.43	107.75	51.19
9	南京国家健康医疗大数据中心展示馆	770.60	-	561.90
10	怀来县世界葡萄酒之窗展览馆工程项目设计与施工	-	-	474.28
合计		8,023.69	2,248.36	6,675.70

注：上述应收账款含合同资产，下同。

2019年前十大项目：

单位：万元

序号	项目名称	存货	应收账款	
		2018年末	2020年末	2019年末
1	中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	-	1,718.63	1,745.74
2	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	1,287.70	1,667.84	2,093.84
3	南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	2,281.54	1,302.00	1,402.00
4	沙湖码头候船厅（游客集散中心）装修工程二	1,572.84	-	489.23
5	兴安县灵渠展示中心（兴安县博物馆）陈列布展工程项目	-	615.64	1,773.64
6	榆溪楼榆林宋夏历史文化博物馆陈列布展	543.86	-	656.81
7	麻栗坡县英雄老山文旅项目室内设计、展陈施工	840.52	700.00	700.00
8	浙江千人计划绍兴产业园（绍兴金柯桥科技城）智慧展示馆布展设计、施工一体化	779.76	297.45	297.45
9	东北电力大学校史馆设计施工一体化项目	310.52	80.35	285.07

序号	项目名称	存货	应收账款	
		2018 年末	2020 年末	2019 年末
10	苏地2016-WG-19号南地块生命健康小镇会客厅布展深化设计与施工项目	698.14	719.27	789.27
	合计	8,314.88	7,101.18	10,233.05

2018 年前十大项目：

单位：万元

序号	项目名称	存货	应收账款		
		2017 年末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
1	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工	2,491.42	618.55	718.55	2,340.40
2	大沽河博物馆	1,531.55	786.70	786.70	786.70
3	大沽河博物馆二	1,979.54	557.76	857.76	857.76
4	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	654.16	573.80	573.80	1,003.80
5	中华侏儒族博物馆布展和装饰装修工程	823.41	1,239.00	1,234.70	1,384.70
6	振石控股集团总部大楼智能化展厅设计施工项目	6.13	82.50	250.00	322.60
7	安康移民（脱贫）搬迁博物馆	574.61	281.05	530.00	530.00
8	柳州工业博物馆	-	279.51	279.51	698.78
9	潜江市龙湾遗址博物馆陈列布展工程	515.86	13.94	164.96	164.96
10	中英街历史博物馆陈列改造工程	391.42	3.96	46.08	109.28
	合计	8,968.10	4,436.77	5,442.06	8,198.98

15、总包业务和非总包业务收入情况

报告期内，公司展览展示创意服务及创意设计服务不存在总包业务及非总包业务。公司馆厅展示创意服务业务主要为客户提供文博馆、科技馆、文旅主题馆、规划馆及企业展厅等设计施工一体化服务。公司馆厅展示创意服务同时存在总包业务（客户为总包商）和非总包业务，报告期内，公司馆厅展示创意服务总包业务和非总包业务的收入金额及占比、毛利率、应收账款余额、期后累计回款金额及占比如下表所示：

2020 年度公司馆厅展示创意服务总包非总包情况如下表所示：

单位：万元

业务类别	收入		毛利率	应收账款（注 1）		期后累计回款（注 2）	
	金额	占比		余额	占比	金额	占比
非总包业务	37,227.40	86.10%	31.31%	22,044.94	73.19%	2,587.42	11.74%
总包业务	6,009.24	13.90%	39.95%	8,077.25	26.81%	255.00	3.16%
合计	43,236.64	100.00%	32.51%	30,122.19	100.00%	2,842.42	9.44%

注 1：应收账款余额数据系截至当期期末，含合同资产，占比系应收账款余额占总应收账款余额之比；

注 2：期后累计回款数据截至 2021 年 5 月 31 日，期后累计回款占比系期后累计回款与当期期末应收账款余额之比，下同。

2019 年度公司馆厅展示创意服务总包非总包情况如下表所示：

单位：万元

业务类别	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
	金额	占比		余额	占比	金额	占比
非总包业务	29,559.86	75.77%	34.58%	17,940.22	73.55%	6,598.44	36.78%
总包业务	9,450.99	24.23%	27.66%	6,452.38	26.45%	1,151.54	17.85%
合计	39,010.85	100.00%	32.90%	24,392.61	100.00%	7,749.98	31.77%

2018 年度公司馆厅展示创意服务总包非总包情况如下表所示：

单位：万元

业务类别	收入		毛利率	应收账款		期后累计回款	
	金额	占比		余额	占比	金额	占比
非总包业务	26,104.08	98.52%	35.42%	13,599.67	87.17%	7,113.28	52.30%
总包业务	392.90	1.48%	1.74%	2,002.19	12.83%	380.16	18.99%
合计	26,496.98	100.00%	34.92%	15,601.86	100.00%	7,493.44	48.03%

报告期内，公司馆厅展示创意服务主要为非总包业务，即公司直接与业主签订合同。报告期内，公司各年度总包业务与非总包业务毛利率没有明显规律性差异，各年度波动较大，主要受当年具体确认收入项目毛利率影响。

整体而言，公司总包业务期后回款较非总包业务差，主要原因系公司总包业务客户主要为大型施工单位，对资金管控较为严格，导致整体回款进度不如非总包业务。

16、报告期各期公司 1 月和 12 月的收入金额及占比

报告期各期公司 1 月和 12 月的收入金额及占全年收入的比例如下表所示：

单位：万元

月份	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	932.37	1.96%	4,660.89	9.69%	2,696.66	6.92%
12 月	11,741.65	24.63%	7,073.51	14.70%	12,070.45	30.98%

报告期内，公司 1 月及 12 月确认收入占比不存在明显规律性，但受一月份节假日因素以及 2020 年 1 月疫情等影响，一月份收入占比相对较低，具有合理性。2018 年度，公司 12 月收入确认金额较高，主要是当月验收了宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工项目，该项目确认收入 6,730.14 万元。2020 年度，公司 12 月确认收入金额较高，主要当月验收了国核示范崮山公众展示中心及综合楼展厅布展项目、汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程及洛阳方志馆工程等大项目，具有合理性。

报告期内，公司严格采用验收法进行收入确认，公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，公司无法控制客户出具验收报告的时间。公司收入不存在跨期情形。

17、公司项目验收及决算相关情况

公司馆厅展示类业务需要经过验收、决算等环节，展览展示和设计类业务不存在决算环节。报告期内公司馆厅项目验收至决算的平均时间为 384 天，决算时间受项目收入金额影响较大，公司收入金额大于 1,000.00 万元的项目平均决算时间为 505 天，部分项目需要 2-3 年才能完成决算。

截至 2021 年 5 月 31 日，公司已验收但长期未决算（验收后超过两年未决算）的项目具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	客户名称	收入金额	占当期收入比例	2020年末应收账款	期后回款金额（注1）	期后回款占比（注2）	未结算的原因
1	葛洪博物馆	广东省罗浮山风景名胜区管理委员会	5,226.98	19.48%	1,160.39	-	-	本项目系政府项目，工程规模较大，涉及内容较多，包括布展、雕塑、园林、消防、标本、电梯、空调、防水、防雷、加固及绿化等多个工程。此外，客户从多个部门抽调人员临时组建了管委会来管理此项目，项目竣工验收后，管委会人员大部分回到原来的工作岗位，致使结算过程中沟通效率降低，需要完善的资料较多，因此决算周期较长。
2	贵州苗医药博物馆	贵州乌当经济开发区建设投资开发有限公司	2,351.35	6.67%	429.56	-	-	本项目系政府项目，工程规模较大，决算阶段客户对资料要求较高，需要补充的资料较多，导致项目结算周期较长。此外，客户聘请的审计单位前期准备时间较长，也导致结算进度变慢。
3	张江国际众创服务平台项目	上海张江文化传媒有限公司	1,405.51	3.99%	324.53	-	-	本项目因深化方案与投标方案变动较大，结算过程中涉及的资料较多，因此结算周期较长。此外，该项目需要经过初审及复审两次审计程序，也导致结算进度变慢。
4	大沽河博物馆	青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会	3,160.97	8.11%	786.70	-	-	本项目因深化方案与投标方案变动较大，施工过程中客户实际需求变动较多，致使方案多次调整。因此，结算阶段公司需要提供给审计单位的结算资料较多，导致项目结算周期较长。
5	大沽河博物馆二		3,017.31	7.74%	557.76	-	-	
6	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	2,795.77	7.18%	573.80	-	-	本项目合同约定采用固定单价、工程量按实结算的方式进行结算。决算阶段，客户对工程量无异议，对固定单价的具体落实与公司有分歧，客户拟重新进行询价，导致决算周期较长。
7	柳州工业博物馆	柳州市投资控股有限公司	1,272.83	3.27%	279.51	-	-	本项目系政府项目，审计单位需要经过初审及复审两次审计程序，此外施工过程中方案变化较大，结算阶段需要补充的资料较多，导致结算周期较长。
8	南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	南宁园博园管理中心	3,933.02	8.17%	1,302.00	-	-	本项目中标后，布展主题由“园林艺术馆”改为“城市·宜居馆”，因此设计方案全部变更，导致决算过程中需要客户与公司准备的资料较多，结算周期较长。目前初审已完成，正在等待当地财政进行最终审计。
9	延安华为云计算数据中心展厅	延安大数据运营有限公司	1,125.60	2.34%	349.11	-	-	本项目决算流程较为复杂，客户委托审计单位审计决算完后上报财政进行第二轮审计，由财政委托第三方审计单

序号	项目名称	客户名称	收入金额	占当期收入比例	2020年末应收账款	期后回款金额（注1）	期后回款占比（注2）	未结算的原因
								位确定最终决算金额。由于目前需要财政审计项目较多，需要排队，导致结算周期较长。
10	红河哈尼梯田世界文化遗产管理展示中心（哈尼历史文化博物馆）建设项目	云南建投第四建设有限公司	616.47	1.28%	240.00	-	-	本项目系政府项目，工期紧，完工后，甲乙双方要准备的资料较多；同时，决算流程复杂，审计单位需要初审、复审，导致工程结算周期较长。
11	乌镇城市客厅装修布展项目	桐乡市乌镇人家置业有限公司	518.15	1.08%	195.98	-	-	该项目由于客户与公司对部分工程量有分歧，导致结算周期较长。目前双方已对工程量达成一致意见，项目已基本完成结算，正在走双方流程中。
12	吴中青少年活动中心布展工程	苏州巴洛克建筑装饰工程有限公司	393.52	1.01%	149.45	-	-	因项目需要整体验收通过后才能统一进行决算，因其他工程施工单位需要补充验收资料，项目延期进入审计阶段。目前，消防验收已通过，项目已正常开展审计程序。

注1：期后回款截至2021年5月31日；

注2：期后回款占比系期后回款金额与应收账款余额之比。

报告期已验收但长期未决算项目毛利率信息已申请豁免信息披露。

公司主要客户包括政府、事业单位、大型国企等，受审计时间、内部审批流程、财政预算审核等因素的影响，存在项目验收后长期未决算的情况，符合行业特点。公司馆厅展示创意服务及创意设计服务业务严格采用验收法确认收入，展览展示创意服务业务采用展会闭展作为收入确认时点，控制权实现转移，收入确认时点严谨、准确。

18、第三方回款

（1）公司第三方回款情况：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三方回款	8,133.06	100.00%	5,463.79	100.00%	3,306.68	100.00%
其中：						
国库统一支付	6,126.17	75.39%	4,366.68	79.92%	2,324.88	70.31%
客户关联方支付	2,006.89	24.70%	1,037.52	18.99%	965.71	29.20%
诉讼回款	-	-	59.58	1.09%	16.09	0.49%
营业收入	47,679.41		48,111.53		38,961.08	
第三方回款占营业收入比重	17.06%		11.36%		8.49%	

公司涉及第三方回款的交易均系公司真实业务，公司根据合同约定向客户提供服务，据此收取相应的货款。公司的第三方回款情形与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不存在影响销售循环内部控制有效性的认定，不存在通过第三方回款达到虚构交易或者调节账龄的情形。

经核查，保荐人及申报会计师认为：公司第三方回款所对应营业收入具有真实性。

（2）逐项对照《审核问答》问题 26，分析公司第三方回款情况

经与《审核问答》问题 26 关于第三方回款的条件逐项核对，发行人在正常经营活动中存在的第三方回款，符合《审核问答》中相关条件：

审核问答要求	公司情况	具体说明
1、与自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性	是	公司客户主要为政府、事业单位、大型国企及民企等，公司第三方回款主要系国库统一支付以及客户集团内关联方代付，具有必要性和商业合理性，符合公司自身经营模式及行业经营特点。
①客户为个体工商户或自然人，其通过家庭约定由直系亲属代为支付货款，经中介机构核查无异常的	不存在	不适用
②客户为自然人控制的企业，该企业的法定代表人、实际控制人代为支付货款，经中介机构核查无异常的	存在	公司展览展示创意服务业务存在极个别客户回款由其实际控制人或法定代表人代为支付的情形，金额较小，经核查无异常。
③客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款，经中介机构核查无异常的	存在	报告期内，公司存在集团内代付情况，主要系大型国企客户集团内资金管理要求所致，属于正常生产经营所产生的第三方回款，符合行业惯例，经核查无异常。
④政府采购项目指定财政部门或专门部门统一付款，经中介机构核	存在	报告期内，公司存在政府采购项目指定财政部门或专门部门统一付款的情况。公司馆厅展示创意服务

审核问答要求	公司情况	具体说明
查无异常的		客户主要包括政府、事业单位等，部分客户根据财政资金管理要求通过财政专户进行回款，符合行业惯例，经核查无异常。
⑤通过应收账款保理、供应链物流等合规方式或渠道完成付款，经中介机构核查无异常的	不存在	不适用
⑥境外客户指定付款，经中介机构核查无异常的	不存在	不适用
2、第三方回款的付款方不是发行人的关联方	否	报告期内，公司第三方回款的付款方主要系政府机构统一支付、客户关联方等，不存在付款方为公司关联方的情形
3、第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定，申报会计师已对第三方回款及销售确认相关内部控制有效性发表明确核查意见	是	第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有真实交易背景，具有可验证性。申报会计师认为：公司第三方回款及销售确认相关内部控制具有有效性。
4、能够合理区分不同类别的第三方回款，相关金额及比例处于合理可控范围	是	公司能够合理区分不同类型的第三方回款，比例与客户结构类似的同行业公司没有明显差异，报告期内，发行人第三方回款占营业收入比例分别为 8.49%、11.36%及 17.06%，总体可控。

保荐人、申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 26 的要求，对第三方回款核查结论如下：

序号	核查要求	核查意见
1	第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄情形	发行人第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄情形
2	第三方回款形成收入占营业收入的比例；	报告期内，发行人第三方回款占营业收入比例分别为 8.49%、11.36%及 17.06%
3	第三方回款的原因、必要性及商业合理性	发行人第三方回款主要原因为政府机构统一支付及客户关联方付款，第三方回款具有必要性和商业合理性
4	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	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
5	境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性	不适用
6	报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷	报告期内发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷
7	如签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该交易安排是否具有合理原因	发行人不存在签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的情况
8	资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致	发行人资金流、实物流与合同约定及商业实质一致

（3）第三方回款波动分析

报告期内，公司第三方回款金额分别为 3,306.68 万元、5,463.79 万元及 8,133.06 万元，占营业收入的比例分别为 8.49%、11.36%及 17.06%。

公司第三方回款主要系国库统一支付，报告期内占比在 70%以上。公司第三

方回款波动主要受当期国库统一支付影响。报告期内，公司 2018 年第三方回款金额较低，主要由于当期国库统一支付较低所致。

（4）同行业可比公司差异分析

由于同行业可比公司未公开披露第三方回款等相关信息，同时公司第三方回款主要集中于政府支付，因此发行人选取近期申报企业中以政府机构及事业单位客户为主的进行对比分析，具体情况如下：

北京建工环境修复股份有限公司（以下简称“建工修复”，创业板已上市）
第三方回款情况：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
财政资金回款	2,744.21	7.29%	9,058.31	8.10%	10,184.44	9.96%
关联方回款	10,447.27	27.74%	6,651.55	5.95%	2,617.34	2.55%
合计	13,191.49	35.03%	15,709.86	14.05%	12,801.78	12.52%

安徽省建筑设计研究总院股份有限公司（以下简称“建研设计”，创业板上市委会议通过）第三方回款情况：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
集团及其关联方代付	126.76	0.72%	244.53	0.65%	884.95	2.61%
政府财政统一代付	2,365.11	13.38%	5,127.16	13.71%	7,376.89	21.73%
应收账款保理	60.71	0.34%	654.67	1.75%	749.03	2.21%
指定第三方代为支付	52.69	0.30%	500.42	1.34%	276.96	0.82%
合计	2,605.26	14.74%	6,526.79	17.46%	9,287.84	27.35%

报告期内，公司第三方支付金额占营业收入比例分别为 8.49%、11.36%及 17.06%。可比公司建工修复第三方回款金额占营业收入比例分别为 12.52%、14.05%及 35.03%；建研设计第三方回款金额占营业收入比例分别为 27.35%、17.46%及 14.74%。

公司第三方回款金额主要系政府统一支付，与可比公司之间的差异主要系政府统一支付的金额变动所致。公司第三方回款金额占营业收入比例与类似公

司相比，没有明显差异。

（5）第三方回款中客户与第三方关系核实的方式

报告期内，公司第三方回款主要包括国库统一支付、关联方支付及诉讼回款三种形式。公司第三方回款主要系政府国库统一支付，占比分别为 70.31%、79.92%及 75.39%。对于政府国库统一支付，公司主要通过检查银行回单及客户函证方式核实付款方与客户之间的关系。对于关联方回款，主要通过公开渠道检索（天眼查网站）、客户函证及查阅客户委托付款书等方式确认付款方与客户之间的关联关系。对于诉讼回款，主要检查法院判决书及银行回单。

报告期内，保荐人及申报会计师检查第三方回款中客户与第三方关系核实情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方回款金额	8,133.06	5,463.79	3,306.68
函证金额	7,481.08	4,480.92	2,243.48
函证核实比例	91.98%	82.01%	67.85%
其他方式核实	651.98	982.87	1,063.20
其他方式核实比例	8.02%	17.99%	32.15%
汇总核实比例	100.00%	100.00%	100.00%

（二）营业成本分析

报告期内，公司营业成本结构如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	32,123.81	100.00%	32,857.16	100.00%	26,125.27	100.00%
其中：						
馆厅展示创意服务成本	29,179.61	90.83%	26,174.53	79.66%	17,243.31	66.00%
展览展示创意服务成本	2,697.10	8.40%	6,507.28	19.80%	8,612.96	32.97%
创意设计服务成本	247.09	0.77%	175.34	0.53%	268.99	1.03%
合计	32,123.81	100.00%	32,857.16	100.00%	26,125.27	100.00%

公司营业成本全部系主营业务成本，无其他业务成本。

1、主营业务成本变动分析

公司营业成本全部来自于主营业务成本。报告期内，公司营业成本分别为 26,125.27 万元、32,857.16 万元及 32,123.81 万元。2018 年度至 2020 年度营业

成本本年复合增长率为 **10.89%**，略高于同期营业收入的年复合增长率 **10.62%**。公司主营业务成本变动与主营业务收入变动趋势基本一致。

2、营业成本构成分析

（1）馆厅展示创意服务成本分析

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
专业分包	10,961.13	37.56%	10,646.16	40.67%	6,105.40	35.41%
设备	4,708.11	16.13%	4,589.75	17.54%	3,803.89	22.06%
制作	5,502.90	18.86%	3,491.45	13.34%	2,685.48	15.57%
人工	5,993.35	20.54%	5,995.71	22.91%	3,344.79	19.40%
其他	2,014.11	6.90%	1,451.46	5.55%	1,303.75	7.56%
合计	29,179.61	100.00%	26,174.53	100.00%	17,243.31	100.00%

注：专业分包包括基础装饰装修、消防工程、暖通工程等；制作包括场景、多媒体软件、平面、科技展项、展柜及拍摄等；其他主要系差旅费、业务招待费、办公费、水电费等。

公司成本主要核算内容详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人采购情况和主要供应商”。

报告期内，公司馆厅展示创意服务成本主要包括专业分包、设备、制作及人工。报告期内，上述成本合计占营业成本比例分别为 92.44%、94.46%及 **93.10%**。报告期内，随着公司业务规模持续增长，各项成本绝对值金额均保持增长。

报告期内，公司馆厅展示创意服务成本构成受到报告期内确认收入的项目具体设计方案、项目类型及实施方式等因素影响存在一定的波动性，具体影响情况如下：

设计方案对馆厅展示创意服务成本构成的影响：公司馆厅展示创意服务均为个性化、非标准化产品，设计方案受客户预算、展示效果、展示内容及展示空间等因素影响。公司结合客户的需求为客户提供整体设计方案，如客户展项需要应用较多的多媒体数字技术，则成本构成中的设备成本占比较高；如客户展项中非标准化产品（如场景复原、影片制作等）较多，则制作成本占比较高；如客户展项较少，则专业分包成本占比会较高。

项目类型对馆厅展示创意服务成本构成的影响：公司馆厅展示创意服务按照

适用场景不同可分为文博馆、科技馆、文旅主题馆、规划馆及企业展厅等。一般而言，不同类型的项目成本构成也不一致。文博馆需要大量的文化宣传、平面制作及场景复原等定制化产品，因此一般而言制作及人工成本占比较高；科技馆需要大量的定制化科技展项，则制作成本占比较高。

公司项目实施方式不同对成本构成的影响：在项目实施过程中，如客户定制化产品（如影片）要求较高，公司现有人员无法满足客户需求，则公司会将该部分内容委托给专业供应商进行制作，在这种情况下，公司制作成本较高；如公司现有人员能够满足客户需求，相应的定制化产品由公司独立自主完成，则人工成本占比较高。

总体而言，公司项目成本构成受公司承接的项目类型、功能特点、客户需求、创意设计方案的、造价水平等多方面影响，公司各年度之间的成本构成具有一定的波动性。

①馆厅展示创意服务设备、制作、人工及其他成本分析

报告期内，公司设备成本和制作成本的明细构成及变动原因、成本单价及其公允性，营业成本—其他的明细构成情况及波动原因如下：

A、报告期内，公司设备成本明细构成如下表所示：

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可视设备	3,282.89	69.73%	3,786.79	82.51%	3,056.80	80.36%
中控设备	892.86	18.96%	429.64	9.36%	275.08	7.23%
音频设备	126.17	2.68%	48.76	1.06%	182.57	4.80%
其他设备	406.20	8.63%	324.56	7.07%	289.45	7.61%
合计	4,708.11	100.00%	4,589.75	100.00%	3,803.89	100.00%

报告期内，公司设备成本主要为可视设备，如 LED 屏、液晶显示器、投影机等，主要是为打造沉浸式的体验和展示效果所用，占设备成本的比例分别为 80.36%、82.51%和 69.73%；报告期内，中控设备主要系触摸一体机、中控主机等，成本构成比例分别为 7.23%、9.36%和 18.96%；音频设备主要系公司采购的音响、语音导览等配套设备，其他设备主要系收发器、安检仪、智能家居等配套展示设备。上述设备成本构成波动主要受当期确认收入的馆厅项目的定位、设计方案和展示需求差异所致。

B、报告期内，公司制作成本明细构成如下表所示：

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
场景	1,830.43	33.26%	1,321.64	37.85%	1,378.40	51.33%
多媒体软件	1,260.82	22.91%	609.06	17.44%	96.92	3.61%
平面	784.28	14.25%	628.27	17.99%	127.37	4.74%
科技展项	702.28	12.76%	470.76	13.48%	381.25	14.20%
展柜	521.75	9.48%	391.28	11.21%	585.16	21.79%
拍摄	382.50	6.95%	61.64	1.77%	107.08	3.99%
其他	20.83	0.38%	8.80	0.25%	9.31	0.35%
合计	5,502.90	100.00%	3,491.45	100.00%	2,685.48	100.00%

公司制作成本构成主要系受当期确认收入馆厅项目的定制化方向及展示方式类型影响，各项目客户的定制化需求不同，相应展示方式存在一定差异，因此报告期内公司制作成本明细构成呈现一定波动性。

C、报告期内，公司营业成本-其他的明细构成如下表所示：

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
差旅费	1,199.50	59.55%	722.39	49.77%	593.75	45.54%
现场办公费	381.89	18.96%	306.90	21.14%	285.63	21.91%
中标服务费	112.85	5.60%	88.79	6.12%	77.40	5.94%
其他	319.87	15.88%	333.38	22.97%	346.98	26.61%
合计	2,014.11	100.00%	1,451.46	100.00%	1,303.75	100.00%

报告期内，公司馆厅展示创意服务营业成本中其他成本核算的主要系项目相关人员发生的差旅费、现场办公费、中标服务费等相关成本。报告期内，公司营业成本-其他呈现逐年上升的状态，主要系公司馆厅展示创意服务业务收入规模不断扩大所致。

D、报告期内，同行业可比公司人工成本占比如下表所示：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	13.84%	14.37%	13.94%
华凯创意	0.07%	0.09%	0.19%
易尚展示	未披露	未披露	未披露
丝路视觉	28.84%	27.01%	28.64%
行业平均值（剔除华凯创意）	21.34%	20.69%	21.29%
宽创国际	20.54%	22.91%	19.40%

注：同行业可比公司数据系根据上市公司公布的年度报告整理计算所得。因华凯创意谋求业务转型，人工成本占比较低，为提高可比度在计算平均值时，剔除了华凯创意的异常值。

报告期各期，公司馆厅展示创意服务人工占比分别为 19.40%、22.91%及 20.54%，同行业可比公司平均值分别为 21.29%、20.69%及 21.34%，不存在明显差异。

公司人工成本占比高于风语筑，主要原因：一方面系公司与风语筑的主要项目类型存在差异。公司馆厅展示创意项目类型以文博馆、科技馆等为主，定制化程度较高，需要耗费大量的人力资源进行创意设计 & 多媒体集成，因此公司人工成本占比高于风语筑；另一方面系风语筑收入规模较大，人工成本具有规模效应。

综上，公司人工占比与同行业可比公司无明显差异，符合行业特点。

②馆厅展示创意服务不同类型馆厅成本分析

报告期内，公司馆厅展示创意服务营业成本按馆厅类型区分情况如下所示：

A、文博馆营业成本构成情况

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
专业分包	5,059.70	44.23%	5,314.86	42.84%	3,187.11	35.54%
设备	1,261.95	11.03%	2,067.65	16.67%	1,350.81	15.06%
制作	2,251.90	19.69%	1,945.88	15.69%	2,005.24	22.36%
人工	2,120.74	18.54%	2,374.73	19.14%	1,651.24	18.41%
其他	744.73	6.51%	702.03	5.66%	773.19	8.62%
合计	11,439.01	100.00%	12,405.14	100.00%	8,967.60	100.00%

B、科技馆营业成本构成情况

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
专业分包	2,509.75	27.55%	872.65	53.00%	877.12	23.85%
设备	1,814.66	19.92%	304.89	18.52%	1,699.71	46.23%
制作	1,909.47	20.96%	78.49	4.77%	439.45	11.95%
人工	2,178.08	23.91%	298.13	18.11%	487.08	13.25%
其他	696.67	7.65%	92.46	5.62%	173.54	4.72%
合计	9,108.63	100.00%	1,646.62	100.00%	3,676.90	100.00%

C、文旅主题馆营业成本构成情况

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
专业分包	1,496.44	36.67%	2,535.78	35.94%	1,026.42	47.25%
设备	852.70	20.90%	1,573.50	22.30%	337.32	15.53%
制作	763.60	18.71%	964.68	13.67%	175.41	8.08%
人工	715.50	17.53%	1,639.90	23.24%	488.75	22.50%
其他	252.55	6.19%	341.06	4.83%	144.26	6.64%
合计	4,080.81	100.00%	7,054.93	100.00%	2,172.15	100.00%

D、规划馆营业成本构成情况

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
专业分包	583.20	34.12%	-	-	-	-
设备	340.73	19.94%	-	-	-	-
制作	215.83	12.63%	-	-	-	-
人工	422.72	24.73%	-	-	-	-
其他	146.54	8.57%	-	-	-	-
合计	1,709.03	100.00%	-	-	-	-

E、企业展厅营业成本构成情况

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
专业分包	1,312.04	46.16%	1,922.87	37.94%	1,014.75	41.82%
设备	438.07	15.41%	643.71	12.70%	416.06	17.15%
制作	362.10	12.74%	502.40	9.91%	65.38	2.69%
人工	556.31	19.57%	1,682.96	33.21%	717.72	29.58%
其他	173.62	6.11%	315.91	6.23%	212.75	8.77%
合计	2,842.13	100.00%	5,067.84	100.00%	2,426.65	100.00%

报告期内，公司不同类型馆厅展示创意服务成本构成波动较大，主要原因系公司不同类型，甚者同一种类型的不同项目成本构成差异较大。受客户的具体需求、场地条件、展示方式及客户预算等多重因素影响，不同项目成本构成差异较大。比如 2019 年确认收入的沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目，该项目由于项目所在场地基础装饰装修已完成，公司成本构成中基础装饰装修金额较低，设备及制作费金额较高。

综上，公司不同类型馆厅成本构成波动较大，主要系受具体项目的成本构成影响。

（2）展览展示创意服务成本分析

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
搭建费	2,090.01	77.49%	4,893.38	75.20%	6,785.34	78.78%
人工	380.77	14.12%	1,135.90	17.46%	1,356.93	15.75%
其他	226.33	8.39%	478.00	7.35%	470.70	5.46%
合计	2,697.10	100.00%	6,507.28	100.00%	8,612.96	100.00%

注：其他主要系现场发生的零星采购、现场管理费等。

报告期内，公司展览项目成本主要包括搭建费及人工，两者合计占展览展示创意服务成本比例分别为 94.53%、92.66%及 **91.61%**，其中搭建费系公司向供应商采购的展台搭建服务，人工系公司的设计人员、项目经理等人力成本。

（3）创意设计服务成本分析

报告期内，公司设计项目成本主要是公司为客户提供创意设计服务所发生的人工及相关的直接成本，金额较少，对公司经营成果影响不大。

（4）同行业可比公司成本构成情况

①风语筑成本构成情况

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料费	96,252.04	65.51%	91,717.53	63.40%	82,966.56	69.55%
人工费	20,336.34	13.84%	20,790.37	14.37%	16,627.99	13.94%
施工费	22,611.18	15.39%	19,717.79	13.63%	13,830.63	11.59%
其他成本	7,733.79	5.26%	7,333.61	5.07%	5,866.11	4.92%
商业展览	-	-	5,109.22	3.53%	-	-
合计	146,933.36	100.00%	144,668.53	100.00%	119,291.28	100.00%

注：数据源于风语筑公布的年度报告。根据风语筑 2017 年公布的招股说明书，材料费包括设备、定制、建材和其他。

②华凯创意成本构成情况

单位：万元

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工费	7.49	0.07%	24.88	0.09%	62.83	0.19%
材料费	2,760.11	24.85%	11,936.47	42.00%	12,349.15	37.94%
其他直接费用	1,274.89	11.48%	1,645.58	5.79%	2,576.04	7.91%
间接费用	748.18	6.74%	3,330.42	11.72%	2,770.97	8.51%

成本类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外包成本	6,316.02	56.87%	11,483.94	40.41%	14,787.48	45.43%
合计	11,106.69	100.00%	28,421.28	100.00%	32,546.47	100.00%

注：数据源于华凯创意公布的年度报告。根据华凯创意 2017 年公布招股说明书，外包成本包括设计外包、动画外包、模型外包、布展装修外包和其他外包。

③ 丝路视觉成本构成情况

单位：万元

成本类型		2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
CG 静态视觉服务	人工成本	3,637.87	5.57%	3,810.27	6.28%	4,002.92	8.69%
	项目实施费用	907.26	1.39%	772.54	1.27%	795.28	1.73%
	租金及水电费用	472.39	0.72%	511.46	0.84%	481.55	1.05%
CG 动态视觉服务	人工成本	7,481.82	11.46%	6,890.11	11.36%	4,962.87	10.77%
	项目实施费用	3,518.30	5.39%	5,990.15	9.87%	4,424.06	9.60%
	租金及水电费用	890.09	1.36%	792.42	1.31%	669.08	1.45%
CG 视觉场景综合服务	人工成本	6,640.18	10.17%	4,450.15	7.33%	3,053.08	6.63%
	项目实施费用	26,510.98	40.59%	22,281.12	36.72%	15,171.31	32.94%
	租金及水电费用	401.38	0.61%	338.14	0.56%	264.28	0.57%
	硬件及安装成本	12,774.00	19.56%	12,794.23	21.09%	8,229.87	17.87%
其他 CG 相关业务	人工成本	1,072.43	1.64%	1,238.98	2.04%	1,172.98	2.55%
	项目实施费用	580.60	0.89%	339.96	0.56%	2,232.54	4.85%
	租金及水电费用	412.84	0.63%	462.88	0.76%	448.41	0.97%
	硬件及安装成本	13.33	0.02%	0.71	0.00%	153.84	0.33%
合计		65,313.47	100.00%	60,673.12	100.00%	46,062.07	100.00%

注：数据源于丝路视觉公布的年度报告。

同行业可比公司中易尚展示年度报告内仅披露不同业务成本数据，未披露业务具体成本构成。

（5）发行人不同类型业务营业成本构成的合理性

① 馆厅展示创意服务

公司馆厅展示创意服务过程中，公司具体承担的工作及对应成本的关系如下所示：

发行人主要工作	对应成本	成本占比
根据客户需求，完成效果图、施工图、大纲编制等工作。	人工	约 10-20%
完成基础装饰装修工程、消防工程、暖通工程及其他项目执行过程中，根据客户要求需要公司完成的工程作业。	专业分包	约 30-40%
公司为体现最终的展示效果而采购的展示、控制电子设备，主要包括 LED 显示屏、投影机、电脑主机、触控一体机、触摸屏、液晶显示器。	设备	约 20-30%
公司为提高游览者的主观认知度而向供应商采购的定制化产品，场景、平面、模型、沙盘、动画、影片等。	制作	约 10-20%

同行业可比公司年报披露的成本构成与公司成本构成统计口径不一致，因此无法直接进行对比。根据风语筑 2017 年披露的招股说明书相关内容，发行人与同行业可比公司间接对比如下：

公司	设备+制作	近三年平均占比	装饰装修	近三年平均占比	人工	近三年平均占比
风语筑	材料 (设备+定制)	52.48%	材料(建材)+ 施工费	37.40%	人工费	6.05%
华凯创意	材料费+设计外包、动画外包、模型外包	46.00%	布展装修 外包	36.63%	人工费	3.85%
发行人	设备+制作	34.49%	专业分包	37.97%	人工	21.11%

注：风语筑和华凯创意为 2014 年-2016 年的平均数，发行人为 2018 年-2020 年的平均数。

根据上表，发行人报告期内装饰装修成本占营业收入的比例与风语筑、华凯创意接近，无明显差异。

发行人设备和制作成本合计占营业成本的比例相对于风语筑和华凯创意较低，而人工成本相对较高，主要原因系公司一体化馆厅项目中充分运用虚拟现实、动感影院特效技术和多媒体互动技术等数字科技展示技术，相关多媒体集成主要由公司自主完成，而华凯创意将相关设计动画进行外包。风语筑收入规模较大，其人工成本具有规模效应。因此，发行人设备和制作合计成本、人工成本较同行业早年可比数据存在差异，符合发行人业务特点，具有合理性。

综上，公司成本具体构成与同行业可比公司接近，与公司所处的细分行业及公司所具体运用的技术相关，公司馆厅展示创意服务成本构成具有合理性。

②展览展示创意服务成本构成的合理性

同行业可比公司未披露与公司展览展示创意服务可比业务的成本构成情况。公司展览展示创意服务在项目执行过程中主要工作及对应的成本情况如下表所示：

发行人主要工作	工作内容	对应成本	成本占比
展台设计	根据客户需求为客户量身设计展台，提供效果图及施工图给客户进行确认	人工	约 10-20%
展台搭建	公司具体不执行展台生产及搭建过程，由公司向供应商采购展台生产搭建服务	搭建费	约 80%左右
其他现场沟通工作	现场沟通协调，保证客户顺利参展	其他成本	约 5%-10%

综上，公司展览展示创意服务成本构成具有合理性。

③创意设计服务成本构成的合理性

同行业可比公司未披露与公司创意设计服务可比业务的成本构成情况。公司创意设计服务在项目执行过程中主要工作及对应的成本情况如下表所示：

发行人主要工作	工作内容	对应成本	成本占比
效果图、施工图、大纲编制等	公司主要根据客户需求，发挥公司的优势，为客户馆厅提供效果图、施工图、大纲编制等服务	人工	约 80-90%
其他完成工作所需的现场工作	为更好理解客户需求，部分情况下公司相关人员会现场与客户进行沟通	其他成本	约 10-20%

综上，公司创意设计服务成本构成具有合理性。

（6）人工工时核算相关的内部控制制度及执行情况

公司人工工时主要核算设计人员、项目经理等员工的工时。公司制定了《人事管理制度》，根据管理制度的要求，公司项目人员需每日在公司工作日报管理系统上填报本人项目所发生的时间，逐个做好项目工时登记工作，并由部门负责人审核。人事部根据员工打卡及出差记录计算当月工资，并依据“工作日报管理系统”数据分配员工工资，财务会计根据经人事、财务负责人审核的工资分配表，将相关人员的工资分配到各项目成本，作为项目存货进行核算。

报告期内，公司严格按照《人事管理制度》执行汇总人工工时，确保人工成本核算的准确性。

（7）发行人平均职工薪酬与同行业可比公司薪酬水平、经营所在地平均工资差异情况及差异原因

报告期内，公司平均薪酬、同行业可比公司薪酬水平及经营所在地平均工资情况如下表所示：

单位：万元/人/年

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	22.10	22.19	20.05
华凯创意	12.48	17.38	18.26
易尚展示	11.96	12.81	11.14

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝路视觉	15.91	16.77	16.33
平均值	15.61	17.29	16.44
上海市平均工资	12.41	11.50	10.52
宽创国际	17.29	18.16	16.54

注：同行业可比公司平均薪酬根据其公布的年度报告计算而得，人均薪酬=全年职工薪酬/期末期初人数平均值；上海市平均工资系上海市统计局公布的上海市城镇单位就业人员平均工资。

报告期内，公司平均职工薪酬分别为 16.54 万元/年、18.16 万元/年及 17.29 万元/年，同行业可比公司平均薪酬分别为 16.44 万元/年、17.29 万元/年及 15.61 万元/年，上海市平均工资分别为 10.52 万元/年、11.50 万元/年及 12.41 万元/年。

报告期内，公司人均薪酬与同行业可比公司没有明显差异，高于上海市平均工资，主要系公司所处行业发展迅速，所需员工素质较高，因此工资相对较高。

(8) 相同时间同一人员是否参与多个项目，相关成本费用如何划分及其准确性

报告期内，公司存在相同时间同一人员参与多个项目的情况，符合行业特点。公司实行设计院院长负责制，各设计院院长负责调配设计院相关员工完成项目，为提高员工产出效率，设计人员、多媒体项目经理等员工通常会在同一段时间参与多个项目。

由行政部统计员工打卡及出差记录，项目人员每天按所在项目的工作时间填写“工作日报管理系统”，经部门负责人审核后作为工资分配依据，人事部根据员工打卡及出差记录计算当月工资，并依据“工作日报管理系统”数据分配员工工资，财务部根据经审核的工资分配表，将相关人员的工资分配到各项目成本。公司相关人工成本划分依据合理、核算准确。

(9) 公司分包、搭建和自行施工的内容、范围及差异情况

项目	工作内容	业务分类	具体工作内容	范围	差异情况
分包	装饰装修	馆厅展示创意服务	主要系完成馆厅的基础装饰装修工作	根据施工图、施工工艺等情况确定供应商施工范围及具体工程量	由供应商完成，公司派驻现场经理进行质量管控
	消防		根据客户需求，完成馆厅的消防安装工程		

项目	工作内容	业务分类	具体工作内容	范围	差异情况
	暖通		根据客户需求，完成馆厅的暖通安装工程		
	安防		根据客户需求，完成馆厅的安防安装工程		
	钢结构		根据客户需求，完成馆厅的钢结构安装工程		
搭建	展台生产、搭建服务	展览展示创意服务	根据客户的需求，选择不同的材质等制作展台并完成搭建工作	全部的展台搭建工作	由供应商完成，公司起管控协调作用
自行施工	多媒体系统集成	馆厅展示创意服务	完成多媒体系统软硬件的安装、调试及整体集成工作	多媒体系统整体运行	均由公司完成

公司馆厅项目核心为创意设计，由公司自主完成。公司馆厅项目施工的核心环节为多媒体系统集成，是公司通过数字科技手段将原有文化内容进行多样化、多维度的呈现的重要手段，主要由发行人自主完成。公司主要将附加值低、需要聘用大量工人且充分竞争的装饰装修和搭建服务对外分包或采购；另因部分项目需要，将少量其他工程对外分包。

（10）搭建是否属于分包

根据《建设工程质量管理条例》第二条规定，凡在中华人民共和国境内从事建设工程的新建、扩建、改建等有关活动及实施对建设工程质量监督管理的，必须遵守本条例。本条例所称建设工程，是指土木工程、建筑工程、线路管道和设备安装工程及装修工程。

《房屋建筑和市政基础设施工程施工分包管理办法》第五条规定，房屋建筑和市政基础设施工程施工分包分为专业工程分包和劳务作业分包。

《中华人民共和国合同法》第二百五十一条规定，承揽合同是承揽人按照定作人的要求完成工作，交付工作成果，定作人给付报酬的合同。承揽包括加工、定做、修理、复制、测试、检验等工作。

公司与各供应商分别签订了境内外的展台制作及施工合同，根据相关合同的约定，各供应商在合同约定的制作、搭建周期内完成制作，并于周期期满时提交完成品。根据上述法律规定并结合相关合同条款内容，展台布展搭建并不属于建设工程的范畴，公司委托各供应商进行展台的制作与搭建亦不属于专业工程分包或劳务作业分包；发行人作为定作人提供展台设计图纸，各供应商作为承揽人按照发行人提供的图纸要求负责展台的制作、搭建，并在周期期满时

提交完成品，发行人在验收合格后支付报酬，符合承揽合同的特征。

综上，公司所采购的搭建服务不属于分包。

（11）按分包的工作内容披露报告期内分包成本的构成及波动的原因

报告期内，公司分包成本的构成情况如下表所示：

单位：万元

成本类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
装饰装修	9,962.54	90.89%	9,562.64	89.82%	5,840.28	95.66%
暖通	377.70	3.45%	268.95	2.53%	-	-
钢结构	187.27	1.71%	340.64	3.20%	-	-
消防	160.08	1.46%	107.59	1.01%	1.32	0.02%
安防	64.18	0.59%	193.84	1.82%	256.00	4.19%
专业分包-其他	209.36	1.91%	172.50	1.62%	7.80	0.13%
合计	10,961.13	100.00%	10,646.16	100.00%	6,105.40	100.00%

公司专业分包成本主要由装饰装修构成，报告期内，占比分别为 95.66%、89.82%及 90.89%，基本保持稳定。

除此之外，在某些项目执行过程中，应客户合同要求，公司承担如消防、暖通、钢结构及安防等专业分包工作，占比较小。根据各期不同项目客户具体需求不同，呈现一定的波动性。

（12）2018 年收入上升分包成本下降的合理性

公司为客户提供设计施工一体化服务，但由于客户的不同需求（如部分项目多媒体应用较多）及馆厅的不同状态（如部分馆厅已完成装饰装修工程，无需公司执行）导致项目执行的具体工程量不同，不同项目之间专业分包成本占比也不尽相同。

2018 年度，公司专业分包成本金额为 6,105.40 万元，较 2017 年度下降 1,149.52 万元，下降比例为 15.84%，相应的馆厅展示创意服务收入从 2017 年度的 20,370.09 万元增长到 2018 年度的 26,496.98 万元，增长比例为 30.08%，公司 2018 年度分包成本变动趋势与收入变动趋势存在差异，主要原因系：

2017 年度，公司确认收入的前五大项目中，沙湖码头候船厅（游客集散中心）装饰工程项目、张掖市三馆博物馆及咸阳市市民文化中心项目因基础装饰装修面积较大，专业分包成本占比较高，以致 2017 年度专业分包成本占比较高。

2018 年度，公司确认收入的前五大项目中，宁夏中关村西部与基地项目、大沽河博物馆二标段项目因设计方案中数字科技应用类展项较多，项目投入中设备、制作占比相对较高，专业分包成本占比较低，以致 2018 年度专业分包成本占比较低。

综上，公司 2018 年收入上升分包成本下降主要系当年确认收入项目专业成本构成不同导致，具有合理性。

3、成本归集、核算及结转

（1）馆厅展示创意服务业务

公司通过招投标和商务谈判方式承接展馆展厅项目，自主完成项目总体方案设计，将基础装饰装修施工、场景制作等交由供应商完成，对外采购多媒体设备并自行完成影视动画制作及多媒体集成，项目现场由公司项目经理统一管理，最终打造一体化“交钥匙工程”，为客户提供数字文化展示创意服务的综合解决方案。

公司馆厅展示创意服务项目按照项目进行管理，分项目单独归集、核算、结转各项的成本。馆厅展示创意服务项目的成本主要包括专业分包、设备、制作、人工等，其中专业分包、设备、制作、人工等成本直接归集至对应的项目。

公司日常账务核算中，主要设置“原材料”、“工程施工”科目来归集相关成本。“原材料”科目核算已采购尚未被项目领用的材料成本；“工程施工”科目按项目设置项目辅助账，分项目归集各项目实际发生的成本，并按成本类别设置二级科目。

项目实施过程中发生的成本在“工程施工”中归集，公司馆厅项目在验收时一次性确认收入，在项目确认收入时，对应项目的成本由“工程施工”结转至“主营业务成本”。

（2）展览展示创意服务

对于展览展示创意服务，公司设计师团队出具设计方案，主要包括效果图、施工图及工程量清单等，客户对设计方案确认后，公司将相关资料发送至搭建

供应商，由搭建供应商负责组织展台制作并发送到项目现场并安装完毕。现场展台搭建完毕后由客户进行验收，展会期间，公司项目现场负责人为客户提供现场沟通协调服务，确保客户顺利参展。

展览展示创意服务项目按项目进行管理，按项目单独归集核算各项目的成本。展览展示项目成本主要包括搭建费、人工及其他等。搭建费主要系向供应商采购展台搭建服务的相关费用。人工主要系设计人员、项目经理等人力成本。

在日常财务核算中，主要设置“工程施工”科目归集展览展示项目的成本，“工程施工”科目按项目设置项目辅助账，分项目归集各项目实际发生的成本，并按成本类别设置二级科目。

项目实施过程中发生的成本在“工程施工”中归集，公司展览展示创意设计项目在项目闭展时一次性确认收入，在项目确认收入时，对应项目的成本由“工程施工”结转至“主营业务成本”。

（3）创意设计服务业务

公司创意设计服务业务即单项设计业务，报告期内收入占比平均不到 2%，主要成本为设计人员的工资薪酬。公司按项目归集核算各项目的成本。

在日常财务核算中，主要设置“工程施工”科目归集设计项目的成本，“工程施工”科目按项目设置项目辅助账，分项目归集各项目实际发生的成本，并按成本类别设置二级科目。

项目实施过程中发生的成本在“工程施工”中归集，公司设计项目在完成设计服务交付客户，在得到客户认可时确认收入，对应项目的成本由“工程施工”结转至“主营业务成本”。

4、成本归集、核算的关键环节

公司建立了《项目管理制度》《采购管理制度》《施工现场管理制度》《库存管理制度》及《项目成本会计核算手册》等制度，规范项目预算、存货管理及成本核算等环节，保证项目成本核算资料传递的完整、及时。

（1）预算的编制与审批

项目合同签订后，项目设计师根据合同、客户要求及项目现场实际情况对项目进行深化设计，后出具深化施工图，预算部根据深化施工图及《项目管理制度》的要求编制《项目预算成本表》，预算部、采购部、财务部、运营部及其他相关人员召开项目预算成本会。

（2）采购的审批与执行

项目部根据经审批的预算成本，并结合项目的整体施工进度按月提交物资需求计划，采购部根据具体物资需求计划按月编制采购计划，对公司《合格供应商目录》中的供应商进行询价、比价，与经审批同意的供应商签订采购合同。

（3）成本的确认及核算

不同业务类型成本控制程序及核算要求如下：

业务类型	项目成本类型	控制程序	财务核算要求
馆厅项目	专业分包	专业分包主要包括装饰、消防、安防、暖通等，项目经理根据《施工现场管理制度》对相关成本单据进行确认，针对装饰类分包，分包商按合同提供装饰服务，定期提交工程量清单，项目经理根据实际完工情况签字确认；针对消防、安防、暖通等分包服务，供应商在完成相关设备安装后，提交完工确认单，由项目经理根据实际安装情况签字确认。	财务部门根据经审核确认的工程量清单、完工确认单、合同确认分包成本，计入“工程施工-专业分包”； 若分包项目未办理决算，财务部根据经项目经理审核的工程量清单确认分包成本，若已完成决算，财务部根据经审核确认的决算金额确认分包成本。
	设备	设备主要为多媒体硬件，项目经理根据公司的《施工现场管理制度》以及《库存管理制度》办理设备的验收、入库及单据流转。 设备到货，项目经理根据采购合同核对规格型号、数量是否正确，验收合格后在签收单签字，办理入库。 根据实际耗用情况编制出库单。项目经理每月将当月的签收单、出库单等纸质单据传递至财务部。	财务部根据收到的签收单、入库单与合同进行核对，核对无误后计入“原材料”科目。 财务部根据当月项目经理提供的出库单对领用情况进行核对，确认设备的领用情况，核对无误后由“原材料”科目结转至“工程施工-设备”科目。
	制作	制作费主要包括影片制作、场景、文物复制及征集、平面、专业展柜、科技展项等。由相关供应商根据合同提供产品，在安装验收完成后提交完工确认单，由项目经理进行确认。	财务部根据项目经理签字确认的完工确认单、项目图片以及合同确认制作成本，计入“工程施工-制作”科目
	人工	行政部统计员工打卡及出差记录，	财务部根据人事部门提供

业务类型	项目成本类型	控制程序	财务核算要求
		项目人员每天按所在项目的工作时间填写“工作日报管理系统”，经部门负责人审核后作为工资分配依据，人事部根据员工打卡及出差记录计算当月工资，并依据“工作日报管理系统”数据分配员工工资，财务部根据经审核的工资分配表，将相关人员的工资分配到各项目成本	的工资分配表，将相关人员的工资分配到各项目成本，计入“工程施工-人工”科目
展览项目	搭建费	由负责展台搭建服务的供应商提供展厅搭建服务，搭建完成后，由项目经理进行验收。	财务部根据项目经理签字确认的展台验收确认单、项目图片以及合同确认搭建成本，计入“工程施工-搭建费”科目
	人工	行政部统计展览相关部门员工打卡及出差记录，人事部根据员工打卡及出差记录计算当月工资，财务部按经部门经理审核的工资表，以当月各展览项目的收入金额为基础分配计入各项目的成本。	财务部根据人事部门提供的工资分配表，将相关人员的工资分配到各项目成本，计入“工程施工-人工”科目
创意设计	人工	行政部统计员工打卡及出差记录，项目人员每天按所在项目的工作时间填写“工作日报管理系统”，经部门负责人审核后作为工资分配依据，人事部根据员工打卡及出差记录计算当月工资，并依据“工作日报管理系统”数据分配员工工资，财务部根据经审核的工资分配表，将相关人员的工资分配到各项目成本	财务部根据人事部门提供的工资分配表，将相关人员的工资分配到各项目成本，计入“工程施工-人工”科目

综上，公司根据项目归集、核算各项目的成本，成本归集、核算的过程及控制的关键环节是合理的；公司各项目确认收入时，将归集完整的项目成本结转至主营业务成本，营业成本核算是准确、完整的，不同业务类型营业成本和营业收入相互匹配。

（三）毛利率分析

1、综合毛利率分析

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
馆厅展示创意服务	收入占比	90.68%	81.08%	68.01%
	毛利率	32.51%	32.90%	34.92%
展览展示创意服务	收入占比	7.07%	17.90%	29.62%
	毛利率	19.95%	24.46%	25.38%

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
创意设计服务	收入占比	2.25%	1.01%	2.37%
	毛利率	76.98%	63.97%	70.84%
主营业务毛利率		32.63%	31.71%	32.95%
综合毛利率		32.63%	31.71%	32.95%

报告期内，公司营业收入均为主营业务收入，无其他业务收入，公司综合毛利率即主营业务毛利率。报告期内，公司综合毛利率分别为 32.95%、31.71% 和 32.63%。公司近三年综合毛利率维持在 32% 左右，基本持平。

（1）2019 年公司综合毛利率变动量化分析

项目	业务毛利率变动引起的综合毛利率变动影响 (A)	业务收入占比变动引起的综合毛利率 (B)	毛利率波动影响数 (A) + (B)
馆厅展示创意服务	-1.64%	4.56%	2.93%
展览展示创意服务	-0.16%	-2.97%	-3.14%
创意设计服务	-0.07%	-0.96%	-1.03%
合计	-1.87%	0.63%	-1.25%

2019 年度，公司综合毛利率从 2018 年度的 32.95% 下降到 31.71%，下降 1.24 个百分点。其中，业务毛利率波动的影响数为 -1.87 个百分点，业务收入占比波动的影响数为 0.63 个百分点，因此业务毛利率波动是 2019 年度综合毛利率波动的主要影响因素。而在各个业务板块中，馆厅展示创意服务业务毛利率变动对综合毛利率变动影响数为 -1.64 个百分点，是公司 2019 年度综合毛利率波动的主要原因。

2019 年度，公司馆厅展示创意服务业务毛利率从 2018 年度的 34.92% 下降至 32.90%，下降 2.02 个百分点，主要原因系 2018 年度公司宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工项目完成验收确认收入，该项目收入金额为 6,730.14 万元，毛利率较高，导致 2018 年度公司馆厅展示创意服务毛利率较高。该项目毛利率较高具体原因详见本节之“（三）5、单项目毛利率较高的原因”。

（2）2020 年公司综合毛利率变动量化分析

项目	业务毛利率变动引起的综合毛利率变动影响 (A)	业务收入占比变动引起的综合毛利率 (B)	毛利率波动影响数 (A) + (B)

项目	业务毛利率变动引起的综合毛利率变动影响 (A)	业务收入占比变动引起的综合毛利率 (B)	毛利率波动影响数 (A) + (B)
馆厅展示创意服务	-0.35%	3.16%	2.80%
展览展示创意服务	-0.32%	-2.65%	-2.97%
创意设计服务	0.29%	0.79%	1.09%
合计	-0.38%	1.30%	0.92%

2020 年度，公司综合毛利率从 2019 年度的 31.71% 上升到 32.63%，上升了 0.92 个百分点。其中业务毛利率波动的影响数为 -0.38 个百分点，业务收入占比波动的影响数为 1.30 个百分点，因此业务收入结构波动是 2020 年度综合毛利率波动的主要影响因素。而在各个业务板块中，馆厅展示创意服务收入占比波动的影响数为 3.16 个百分点，是公司 2020 年度综合毛利率波动的主要原因。

2020 年度，一方面公司馆厅展示创意服务业务维持发展的趋势，收入金额从 2019 年的 39,010.85 万元上升到 43,236.64 万元，增长 10.83 个百分点，另一方面公司展览展示创意服务业务受新冠疫情影响较为严重，收入金额从 2019 年的 8,614.04 万元下降到 3,369.31 万元，下降 60.89 个百分点。受上述因素的双重影响，公司馆厅展示创意服务收入占比从 2019 年度的 81.08% 上升到 2020 年度的 90.68%，对公司 2020 年度综合毛利率产生较大影响。2020 年 1-6 月，公司综合毛利率为 37.89%，大幅上升的原因主要系 2020 年上半年营业收入整体规模较低，而确认收入的主要项目包含的数字多媒体技术应用、文化创意设计及场景还原等定制化内容较多、装饰装修内容较少，提升了 2020 年上半年综合毛利率。随着下半年确认收入的项目数量增加，项目类型逐渐丰富，平滑了 2020 年全年的综合毛利率，与 2018 年、2019 年相比无明显差异。

2、主营业务毛利率分析

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务毛利	15,555.60	15,254.37	12,835.81
主营业务毛利率	32.63%	31.71%	32.95%

报告期内，公司主营业务毛利分别为 12,835.81 万元、15,254.37 万元及 15,555.60 万元，主营业务毛利率分别为 32.95%、31.71% 及 32.63%。

公司馆厅展示创意服务单体项目金额较大，一般而言，如果项目中包含较多

的数字多媒体应用、文化创意设计及场景还原等个性化制作部分，由于该部分属于非标准化产品，蕴含了公司的创意设计理念，毛利率会较高；反之如果项目中装饰装修金额较高，由于该部分属于标准化产品，市场价格稳定透明，毛利率较低，相应项目毛利率随之降低。

3、分部毛利率分析

单位：万元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
馆厅展示创意服务	收入	43,236.64	39,010.85	26,496.98
	成本	29,179.61	26,174.53	17,243.31
	毛利率	32.51%	32.90%	34.92%
展览展示创意服务	收入	3,369.31	8,614.04	11,541.72
	成本	2,697.10	6,507.28	8,612.96
	毛利率	19.95%	24.46%	25.38%
创意设计服务	收入	1,073.46	486.64	922.39
	成本	247.09	175.34	268.99
	毛利率	76.98%	63.97%	70.84%

（1）馆厅展示创意服务毛利率分析

报告期内，公司馆厅展示创意服务毛利率分别为 34.92%、32.90%及 32.51%。公司报告期内累计确认馆厅展示创意服务项目 104 个，由于公司各年度确认收入的项目类型、功能特点、客户需求、创意设计方案的、造价水平等均存在不同程度的差异，从而导致各项目单体毛利率存在差异。受当年确认收入的馆厅各项目单体毛利率差异影响，报告期内公司馆厅展示创意服务毛利率存在一定波动。

（2）展览展示创意服务毛利率分析

报告期内，公司展览展示创意服务收入成本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入	3,369.31	8,614.04	11,541.72
成本	2,697.10	6,507.28	8,612.96
毛利率	19.95%	24.46%	25.38%

报告期内，公司展览展示创意服务毛利率分别为 25.38%、24.46%及 19.95%，呈现逐年下降的趋势，主要原因如下：

展览展示创意服务项目一般设计与实施周期较短，展台使用时间一般不超过

一周，设计难度低，呈现模板化状态。行业进入门槛相对较低，行业内从业企业数量众多。公司展览展示创意服务主要服务于中国五百强企业海外参展，需要先进的设计理念、设计水平及海外稳定的供应商，门槛相对较高，但行业竞争依旧激烈，因此毛利率呈现逐年下降的趋势。

报告期内，公司展览展示创意服务客均收入及客均成本如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变化	金额	变化	金额
客均收入 (A)	17.73	11.79%	15.86	-4.63%	16.63
客均成本 (B)	14.20	18.53%	11.98	-3.46%	12.41
客均收入/客均成本 (A/B)	1.25	-5.69%	1.32	-1.21%	1.34

2019 年展览展示创意毛利率同比下降 0.92 个百分点，随着行业竞争进一步加剧，公司加强成本控制，客均收入与客均成本均有所下降，其中客均收入下降程度略高于客均成本下降程度。2020 年公司客均收入及客均成本均有所上升，主要原因系受疫情影响，公司客户群体更加倾向于大客户，因此客均收入有所上升，但受成本上升因素的影响，展览展示创意毛利率同比下降 4.51 个百分点。

报告期内，同行业可比公司可比业务即易尚展示循环会展服务毛利率分别为 28.80%、20.16%和 14.14%，呈现下降趋势，与公司展览展示创意业务毛利率趋势一致。随着展览展示行业竞争进一步加剧，行业内公司参与境外展览业务越来越多，公司展览展示创意服务业务毛利率存在进一步下滑的可能。

（3）创意设计服务毛利率分析

报告期内，创意设计服务毛利率分别为 70.84%、63.97%及 **76.98%**，毛利率较高，基本保持稳定。

公司单项创意设计服务指公司只为客户提供创意设计服务，不包含后续项目施工落地。因此项目成本主要系职工薪酬，公司在创意设计领域耕耘多年，具有先进的设计理念和大量的设计素材及项目管理经验，能够以较低的成本达到客户预期效果，因此毛利率相对较高。

4、同行业毛利率对比分析

报告期内，发行人和各可比公司毛利率情况对比如下：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	34.88%	28.73%	30.17%
华凯创意	17.83%	30.98%	27.43%
易尚展示	31.32%	36.53%	33.48%
丝路视觉	34.96%	33.79%	36.29%
行业平均值	29.75%	32.51%	31.84%
宽创国际	32.63%	31.71%	32.95%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

与同行业可比公司相比，公司 2018 年与 2019 年毛利率与同行业平均值基本持平。2020 年，公司综合毛利率略高于行业平均值，而华凯创意因业务重组转型，2020 年收入规模低，且经营规模及毛利率同比下滑明显，可比性较低。若剔除华凯创意计算毛利率行业平均值为 33.72%，与发行人综合毛利率无明显差异。

（1）公司馆厅展示创意服务毛利率对比分析

报告期内，公司馆厅展示创意服务与同行业可比公司可比业务对比情况如下所示：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	34.88%	28.73%	30.17%
华凯创意	17.83%	30.98%	27.43%
易尚展示	26.51%	32.17%	25.31%
丝路视觉	28.66%	24.39%	25.52%
行业平均值	26.97%	29.07%	27.11%
宽创国际	32.51%	32.90%	34.92%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得，其中易尚展示毛利率系其“终端展示”业务板块毛利率；丝路视觉系其“CG 视觉场景综合服务”业务板块毛利率。

公司馆厅展示创意服务毛利率分别为 34.92%、32.90%和 32.51%，与同行业可比公司可比业务利率平均值相比较，具体合理性分析如下：

①同行业公司可比业务毛利率波动较大，公司馆厅展示创意服务毛利率在波动范围内

馆厅展示创意服务主要为客户提供定制化的数字化展示空间一体化服务，具有个性化、非标准化的特征，各项目差异化较高。不同项目在项目定位、项目时间、项目地点、实施难度、工程量、客户需求和展项分包方面各不相同，导致公司不同项目的毛利率有所差异，不同公司的毛利率各不相同，具有行业

特性。

报告期内，同行业可比公司可比业务毛利率波动较大，风语筑、华凯创意、易尚展示、丝路视觉报告期内最高毛利率与最低毛利率的差额分别为 6.15%、13.15%、6.86%和 4.27%。与同行业相比，公司馆厅展示创意服务毛利率报告期内较为稳定，2019 年和 2020 年均在 32%的水平，处在同行业可比公司可比业务毛利率波动范围内。公司 2018 年馆厅展示创意服务毛利率与业务可比度最高的风语筑 2020 年毛利率基本接近。

②与风语筑毛利率差异具有合理性

根据风语筑招股说明书披露，由于其确认的收入扣除了项目质保金且一般质保金约占合同总价的 5%-10%，导致其毛利率相应较低。此外，报告期内风语筑的城市数字化体验空间（对应发行人规划馆）收入占比较高，分别为 71.61%、61.67%和 64.05%，而发行人收入主要来自于除规划馆外的其他馆厅，收入占比分别为 100.00%、100.00%、94.99%，且风语筑和发行人的规划馆毛利率均低于其他馆厅毛利率。结合上述原因，发行人 2018 年、2019 年整体馆厅业务毛利率高于风语筑，而随着风语筑其他馆厅业务收入贡献增加，且受当年确认收入的单体项目毛利率影响，2020 年度风语筑毛利率高于发行人。两者业务毛利率在报告期内的差异具有合理性。

③华凯创意业务转型、可比性较低

报告期内，华凯创意因自身经营原因筹划业务转型，馆厅业务收入自 2018 年的 4.48 亿元下降至 2020 年 1.35 亿元，净利润自 2018 年的 1,569.18 万元下降至 2020 年的-6,248.34 万元，毛利率受影响自 2018 年的 27.43%下降至 2020 年 17.83%，与同行业发展趋势不一致，可比性较低。

④与易尚展示可比业务存在差异

易尚展示与发行人馆厅展示创意服务可比的业务系“终端展示”业务板块。但根据易尚展示年报显示，其终端展示业务除包含与发行人业务一致的展馆、展厅外，还包括展示空间的基础道具如展柜、展架、展台等，以及终端门店、展车等展示项目，与发行人馆厅业务存在一定差异，系两者毛利率存在差异的

主要原因。

⑤与丝路视觉毛利率差异具有合理性

根据丝路视觉可转债募集说明书披露，其CG视觉场景综合服务业务中，核心竞争力主要体现在自主完成的CG数字内容部分，该部分毛利率较高，而场景构建服务主要系硬件设备安装及装饰装修占比较大，该部分毛利率较低。

对比发行人与丝路视觉的成本构成，发行人人工成本占比高于丝路视觉，该部分体现为自主完成的方案创意设计、多媒体软件、影片及系统集成等，附加值较高，毛利率相对较高；而丝路视觉场景构建部分即项目实施费用和硬件安装成本占比相对较高，该部分毛利率较低。因此，报告期内发行人馆展示创意服务毛利率整体高于丝路视觉综合服务毛利率。

项目	发行人			项目	丝路视觉		
	2020 年	2019 年	2018 年		2020 年	2019 年	2018 年
人工	20.54%	22.91%	19.40%	人工成本	14.33%	11.26%	11.54%
专业分包+制作	56.42%	54.01%	50.98%	项目实施费用	57.23%	56.37%	57.35%
设备	16.13%	17.54%	22.06%	硬件及安装成本	27.57%	32.37%	31.11%
其他	6.90%	5.55%	7.56%	租金及水电费用	0.87%	0.86%	1.00%
馆厅展示创意服务毛利率	32.51%	32.90%	34.92%	CG视觉场景综合服务毛利率	28.66%	24.39%	25.52%

总体而言，馆厅展示创意服务项目的个性化、差异化程度较高，同行业公司可比业务毛利率呈现波动较大的情形，公司馆厅展示创意服务毛利率处在波动范围内，发行人毛利率水平整体较高，与同行业可比公司可比业务进行逐项对比后，不存在明显异常，具有合理性。

（2）公司展览展示创意服务毛利率对比分析

报告期内，公司展览展示创意服务与同行业可比公司可比业务对比情况如下所示：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
易尚展示	14.14%	20.16%	28.80%
宽创国际	19.95%	24.46%	25.38%

注：易尚展示毛利率系其“循环会展”业务板块毛利率，同行业其他同行业公司无与公司展览展示创意服务业务相近业务。

报告期内，公司展览展示创意服务毛利率与易尚展示相比较为高，一方面系公司主营展览展示创意服务中创意设计环节，对于展台搭建等毛利率较低的部分通过向供应商采购搭建服务完成，而易尚展示循环会展服务系采取结构件模块化制作展台，双方业务模式不相同；另一方面系公司展览展示创意服务有超过 60% 的业务位于境外，相对毛利率高。

综上，报告期内，公司展览展示创意服务毛利率较易尚展示高，主要系双方业务模式及业务结构所致，具有合理性。

（3）公司创意设计服务毛利率对比分析

报告期内，公司创意设计服务与同行业可比公司可比业务对比情况如下所示：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑（注）	75.45%	52.42%	72.25%
宽创国际	76.98%	63.97%	70.84%

注：风语筑数据源于其公布的年度报告，2020 年度系其“数字化产品及服务”业务毛利率，2018 年度及 2019 年度系其“单项服务”业务毛利率。

报告期内，公司创意设计服务毛利率较高，因业务规模较小，单体项目影响较大，波动较大，与同行业可比公司风语筑可比业务相比，没有明显差异。

5、单项目毛利率较高的原因

报告期各期，公司馆厅展示创意服务毛利率高于平均值，收入排名前五名项目信息如下表所示：

年度	序号	项目名称	客户名称	毛利率	毛利率较高原因
2020	1	扬中市博物馆建设项目布展工程	扬中绿洲新城实业集团有限公司	43.84%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 11.33%，主要系该项目中非标场景定制、公司自主完成的多媒体软件等制作内容较多，收入占比合计 42.03%，附加值较高，拉高了项目整体毛利率。 此外，该项目中多媒体设备由公司采购并自主完成部分安装及整体集成，相关预算报价较高，该部分收入占比为 5.35%，也是使得该项目毛利率较高的原因之一。
	2	用友数字企业馆设计施工项目	用友网络科技股份有限公司	43.99%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 11.48%。该项目主要为多媒体硬件的采购、安装以及多媒体系统内容开发等，装饰装修收入占比低至 7.16%。该项目多媒体设备由公司采购并自主完成部分安装及整体

年度	序号	项目名称	客户名称	毛利率	毛利率较高原因
					集成，相关预算报价较高，收入占比为 71.92%；多媒体软件由发行人自主完成，附加值较高，收入占比为 16.75%。
	3	柳东新区文化广场项目科技馆展品、展项深化设计及制作、布展项目	中建科工集团有限公司	42.75%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 10.24%。该项目为科技馆项目，附加值较低的装饰装修部分收入占比较低为 16.68%，而科技互动展项及多媒体软件、影片等制作内容较多，收入合计占比为 45.24%，上述内容属于非标准、定制化内容，整体预算报价较高，且多媒体软件、影片主要由公司自主完成，利润空间较大。
	4	中建科技产业园 E 地块“中国建筑科技馆”	中建三局武汉光谷投资发展有限公司	37.04%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 4.53%，主要系该项目中非标场景定制、多媒体软件、影片等制作内容较多，收入占比合计为 55.64%，相关预算报价较高且多媒体软件、影片主要由公司自主完成，附加值较高，拉高了整体项目毛利率。
	5	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	中国建筑第七工程有限公司	45.07%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 12.56%。该项目附加值较低的装饰装修收入占比仅为 18.11%；多媒体设备由公司采购并自主完成部分安装及整体集成，预算报价较高，收入占比高达 66.37%；且附加值较高的多媒体软件、影片等制作内容也由公司自主完成，收入占比为 15.53%。
2019	1	南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	南宁园博园管理中心	36.59%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 3.69%，主要系非标准、定制化的内容制作、多媒体设备占收入比例较高为 60.23%，预算报价相对较高。
	2	沙湖码头候船厅（游客集散中心）装修工程二	武汉旅游发展投资集团有限公司	52.37%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 19.47%，该项目内容不包括基础装饰装修，全部为多媒体数字展项。其中，多媒体设备收入占比为 61.63%，科技展项、多媒体软件、影片等制作内容收入占比为 38.37%。发行人自主完成多媒体软件、影片制作，并自行安装部分多媒体设备、完成多媒体集成，附加值较高。
	3	兴安县灵渠展示中心（兴安县博物馆）陈列布展工程项目	兴安县文物局	39.86%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 6.96%。项目中场景定制、多媒体软件、影片等制作类收入占比高达 56.74%，属于非标准、定制化内容，预算报价较高，且软件及影片主要由公司自主完成。
	4	榆溪楼榆林宋夏历史文化博物馆陈列布展	榆林市文化广电新闻出版局	46.20%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 13.30%。发行人自主完成该项目多媒体软件、影片等数字内容制作，内容较多占比为 32.61%，附加值较高。此外，该项目中非标场景定制预算报价较高，收入占比为 23.53%。
	5	浙江千人计划绍兴产业园（绍兴金柯桥科技城）智慧展示馆布展设计、施工一体化	绍兴金柯桥科技城开发建设投资有限公司	33.47%	该项目毛利率基本接近公司馆厅展示创意服务平均毛利率，工程整体造价处于正常水平。
2018	1	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈	中卫市启源房地产开发有限公司	45.54%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 10.62%。发行人自主完成该项目主要多媒体软件、影片等数字内容制作，内容较多合计占比为 33.72%，附加值较高。此外，

年度	序号	项目名称	客户名称	毛利率	毛利率较高原因
		列布展设计、施工			该项目地处较偏远，相关的材料运输成本、差旅成本较高，报价考虑了项目所处的环境及资金成本等因素，单位预算造价较高。
	2	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	44.67%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 9.75%。该项目地处较偏远，相关的材料运输成本、差旅成本较高，报价考虑了项目所处的环境及资金成本等因素，单位预算造价较高。
	3	中华侏儒族博物馆布展和装饰装修工程	道真侗族苗族自治县民族宗教事务局	47.06%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 12.14%。该项目中非标场景定制、多媒体软件、影片等制作内容较多，收入占比合计为 55.66%，相关预算报价较高且多媒体软件主要由公司自主完成，附加值较高，拉高了整体项目毛利率。 除此之外，该项目地处较偏远，相关的材料运输成本、差旅成本较高，报价考虑了项目所处的环境及资金成本等因素，单位预算造价较高。
	4	振石控股集团总部大楼智能化展厅设计施工项目	振石控股集团有限公司	36.95%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 2.03%。该项目设计方案成熟，施工难度相对较低，甲方需求变更较少，减少了重复施工，使得该项目毛利率略高于公司馆厅展示创意服务平均毛利率。
	5	安康移民（脱贫）搬迁博物馆	安康市国土资源局	40.37%	该项目毛利率较当年馆厅展示创意服务平均毛利率高 5.45%。发行人自主完成该项目主要多媒体软件、影片等数字内容制作，内容较多合计占比为 40.49%，附加值较高。

6、前五大客户与其他客户、新增客户与原有客户毛利率差异情况及差异原因

（1）前五大客户与其他客户

报告期内，公司前五大客户与其他客户的毛利率差异情况如下表所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
前五大客户	37.02%	35.50%	37.84%
其他客户	29.76%	29.13%	28.33%
整体毛利率	32.63%	31.71%	32.95%

报告期内，公司前五大客户的毛利率均高于其他客户的毛利率，主要原因系前五大客户合同金额大，项目定制化程度相对较高，利润空间也相对较高。

（2）新增客户与原有客户毛利率差异情况及差异原因

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
新增客户	32.96%	28.91%	33.82%
原有客户	29.71%	40.62%	27.29%
整体毛利率	32.63%	31.71%	32.95%

注：新增客户与存量客户划分口径为按照收入确认的会计期间，在首次确认收入的当年认定为新增客户，之后年度认定为存量客户。

通常情况下，公司馆厅业务客户需求频次低、客户重合率较低，单个客户收入占比较大；展览业务客户为了持续宣传及开拓市场，每年参展需求相对稳定，客户重合率相对较高，单个客户收入占比较低。报告期内，公司不同业务类型新增客户及原有客户收入占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比	毛利率	收入金额	占比	毛利率
新增客户									
馆厅展示创意服务	40,401.19	94.52%	32.82%	31,627.61	86.33%	29.14%	26,496.98	78.57%	34.92%
展览展示创意服务	1,629.08	3.81%	19.80%	4,588.33	12.52%	23.74%	6,362.70	18.87%	24.26%
创意设计	711.30	1.66%	70.99%	418.03	1.14%	68.35%	865.21	2.57%	70.31%
新增客户小计	42,741.57	100.00%	32.96%	36,633.98	100.00%	28.91%	33,724.89	100.00%	33.82%
原有客户									
馆厅展示创意服务	2,835.45	57.42%	28.13%	7,383.23	64.33%	49.01%	-	-	-
展览展示创意服务	1,740.23	35.24%	20.09%	4,025.71	35.07%	25.27%	5,179.01	98.91%	26.74%
创意设计	362.15	7.33%	88.75%	68.61	0.60%	37.27%	57.18	1.09%	78.85%
原有客户小计	4,937.83	100.00%	29.71%	11,477.56	100.00%	40.62%	5,236.19	100.00%	27.29%
合计	47,679.41		32.63%	48,111.53		31.71%	38,961.08		32.95%

由上表可见，2018 年公司新增客户毛利率高于原有客户毛利率，主要系公司新增客户主要为客户重合率较低、毛利率相对较高的馆厅展示创意服务客户，占新增客户收入比重为 78.57%，而原有客户收入 98.91%来自于毛利率相对较低的展览展示创意服务客户。

2019 年公司新增客户毛利率低于原有客户毛利率，主要系公司前五大客户中武汉旅游发展投资集团有限公司和兴安县文物局与公司分别在 2017 年、2018 年合作过馆厅项目和单项设计服务，在 2019 年作为公司原有客户。上述项目收入金额较大、合计 6,203.93 万元，毛利率较高，整体拉高了 2019 年原有客户整体毛利率。

2020 年公司新增客户毛利率高于原有客户毛利率。2020 年展览展示创意业务规模下降，新增客户和原有客户的收入均主要来自于馆厅展示创意服务客户，其中原有馆厅客户的金额绝对值相对低，且受单项目毛利率差异影响，其毛利

率低于新增馆厅客户毛利率。

7、报告期各期不同类型业务境内和境外毛利率具体情况、差异原因

公司馆厅展示创意服务及创意设计服务项目均在境内，展览展示创意服务存在境外业务。

公司展览展示创意服务境内外业务毛利率具体情况如下表所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境外	19.50%	24.53%	27.56%
境内	20.25%	24.33%	21.37%
合计	19.95%	24.46%	25.38%

注：境内境外以项目所在地口径为准。

2018 年，公司展览展示创意服务境外毛利率高于境内毛利率，主要由于公司境外业务较境内业务的进入门槛相对较高，客户整体资质较高，对项目品质要求较高，具有合理性。受行业竞争程度加大的影响，公司境外展览展示创意服务毛利率逐渐下降，2019 年及 2020 年，公司展览展示创意服务境外毛利率与境内毛利率相仿，没有明显差异。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及其占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用	2,020.73	4.24%	2,701.03	5.61%	3,015.24	7.74%
管理费用	2,891.13	6.06%	3,142.05	6.53%	2,774.81	7.12%
研发费用	2,013.08	4.22%	2,320.53	4.82%	2,029.41	5.21%
财务费用	23.10	0.05%	26.69	0.06%	56.16	0.14%
合计	6,948.04	14.57%	8,190.30	17.02%	7,875.62	20.21%

报告期内，公司期间费用分别为 7,875.62 万元、8,190.30 万元及 6,948.04 万元，占同期营业收入的比例分别为 20.21%、17.02%及 14.57%，报告期内比例呈现一定波动，主要原因系公司主要业务馆厅展示创意服务以竣工验收作为收入确认时点，期间费用与营业收入的关联性较低。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用构成及占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,249.35	61.83%	1,679.21	62.17%	1,783.61	59.15%
差旅交通费	279.91	13.85%	375.52	13.90%	447.34	14.84%
业务招待费	59.10	2.92%	103.27	3.82%	107.66	3.57%
业务宣传费	87.78	4.34%	99.73	3.69%	181.68	6.03%
办公费用	35.50	1.76%	55.61	2.06%	97.12	3.22%
折旧费用	42.77	2.12%	50.76	1.88%	25.80	0.86%
无形资产摊销	24.53	1.21%	29.25	1.08%	24.61	0.82%
租赁费	71.77	3.55%	165.73	6.14%	259.17	8.60%
售后维护费	129.41	6.40%	117.79	4.36%	82.57	2.74%
其他	40.60	2.01%	24.16	0.89%	5.67	0.19%
合计	2,020.73	100.00%	2,701.03	100.00%	3,015.24	100.00%

报告期内，公司销售费用分别为 3,015.24 万元、2,701.03 万元及 **2,020.73** 万元，销售费用率为 7.74%、5.61%及 **4.24%**。2019 年销售费用率较低，主要系公司缩减毛利率逐年下降的展览展示创意服务业务，从而减少了相关销售人员规模所致。**2020 年度**，受新冠肺炎疫情的影响，公司销售费用整体规模较低。

公司销售费用主要由职工薪酬及差旅费构成。报告期内，二者合计占当期销售费用率的比例分别为 73.99%、76.07%及 **75.68%**。

（1）职工薪酬

公司销售费用中的职工薪酬主要核算的是销售人员的工资薪酬。近三年，公司销售费用中的职工薪酬分别为 1,783.61 万元、1,679.21 万元及 **1,249.35 万元**，呈逐年下降趋势，主要原因系：①因公司展览展示创意服务业务市场竞争加剧、毛利率较低，公司正逐步缩减相关业务投入，公司展览展示创意服务收入从 **2018** 年度的 **11,541.72** 万元下降至 **2020** 年度的 **3,369.31** 万元，相关销售人员从 **2018** 年末的 **37** 人下降至 **2020** 年末的 **10** 人，相应的职工薪酬也呈下降趋势。②公司馆厅展示创意服务业务销售收入逐年增长，而该业务开拓过程中需要的人力资源较稳定，业务开拓渠道主要包括：A、商务部定期在招投标网站检索相关项目信息；B、项目实施过程中由商务人员在项目附近开拓业务机会；C、老客户推荐介绍；D、参加博物馆协会活动等获取项目信息。

报告期内，公司销售人员人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平对比情况如下：

单位：万元/人/年

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	91.73	96.56	113.09
华凯创意	12.46	23.79	25.53
易尚展示	16.82	16.63	10.88
丝路视觉	13.32	17.10	16.03
行业平均值（剔除风语筑）	14.20	19.17	17.48
上海市平均工资	12.41	11.50	10.52
本公司	18.37	20.73	17.32

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。平均薪酬=销售费用中的职工薪酬/年末年初人数平均值。根据风语筑招股说明书，其销售费用中的职工薪酬对应人数不只是员工结构中的销售人员，还包括其他相关业务部门，上市后未再披露前述口径对应人数，故上表按其年报披露的销售人员人数计算的人均薪酬偏高，因此为提高数据可比度，在行业平均值计算中，剔除了风语筑的异常影响。

报告期内，公司销售费用中人均薪酬分别为 17.32 万元/年、20.73 万元/年和 18.37 万元/年，变动趋势与同行业平均水平一致。2020 年公司销售费用中人均薪酬略有下降，主要系 2020 年疫情期间相关社保减免政策影响所致。

2018 年度至 2019 年度，公司销售费用中的人均薪酬与同行业可比公司平均值相比无明显差异。2020 年度，公司销售费用中的人均薪酬较同行业可比公司平均值高 4.17 万元/人，主要系华凯创意 2020 年人均薪酬降幅明显所致，华凯创意 2020 年大幅下降是由于疫情及业务转型影响，展馆业务拓展范围规模缩减。综上，报告期内公司销售费用中的人均薪酬与同行业可比公司相比无明显差异，且均高于上海市平均工资，具有合理性。

（2）差旅费

公司 2020 年度差旅交通费较 2019 年下降 95.61 万元，主要系受疫情影响，公司销售人员出差减少所致；公司 2019 年度差旅交通费较 2018 年度减少 71.82 万元，主要原因系展览展示创意服务销售人员员工人数下降、境外业务出差减少所致。

报告期内，公司差旅交通费标准如下所示：

项目		公司高级管理人员	部门负责人	其他员工
住宿	国外地区	实报实销	最高 80 美元/天	最高 80 美元/天
	地级市以上	实报实销	350 元/天	250 元/天
	其他地区	实报实销	250 元/天	200 元/天
交通费	飞机	经济舱	经济舱	经济舱

项目	公司高级管理人员	部门负责人	其他员工
高铁/动车	一等座	二等座	二等座
其他列车	实报实销	实报实销	实报实销
餐补	75 元/天		

报告期内，公司销售费用中实际人天差旅交通费金额如下所示：

单位：元/人/天			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
差旅交通费	257.34	264.49	271.49

报告期内，公司销售费用中人均差旅交通费金额分别为 271.49 元/人天、264.49 元/人天及 257.34 元/人天，报告期内基本保持稳定。

根据公司《财务报销与支付手册》的规定，公司人员出差前需要经过部门负责人审批后方可出行，如同性员工一起出差，原则上需要入住双人间，公司机票预订系行政人员通过代理商统一为员工预订，一般要求机票折扣在 7.5 折以下。因此虽然公司业务遍及全国，但公司总体差旅交通费费用总额控制较好，差旅交通费/人/天金额较低。

综上，报告期内公司差旅交通费与公司报销政策相匹配，具有合理性。

（3）租赁费

公司租赁费主要核算的是公司租赁实际控制人位于中国（上海）自由贸易试验区伽利略路 11 号 2 幢办公楼所支付的租金。2019 年 4 月，宽创国际办公楼正式投入使用，因此 2019 年度公司租赁费较低，2020 年度公司租赁费进一步下降。

（4）业务宣传费

公司 2018 年度业务宣传费较高，主要系参加了 2018 年的中国博物馆及相关产品与技术博览会。该会议每两年举办一次，因此 2018 年度公司业务宣传费较高。

（5）销售费用率与同行业上市公司对比分析

报告期内，发行人和各可比上市公司销售费用率情况对比如下：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	5.03%	4.61%	5.04%
华凯创意	15.92%	9.54%	8.29%
丝路视觉	2.29%	11.20%	14.29%
易尚展示	10.33%	5.67%	5.97%
行业平均值	8.39%	7.75%	8.40%
行业平均值（剔除丝路视觉）	7.75%	6.60%	6.43%
宽创国际	4.24%	5.61%	7.74%

报告期内，公司销售费用率分别为 7.74%、5.61%及 4.24%，处于同行业可比公司销售费用率的区间范围内。

发行人与丝路视觉的销售模式存在差异，丝路视觉采取与客户直接沟通的销售模式，建立覆盖全国的营销网络体系，销售费用占比较高，拉高了行业整体销售费用率。若剔除丝路视觉，公司销售费用率 2018 年高于行业平均值；2019 年、2020 年仍低于平均值，一方面系华凯创意业务重组转型、收入规模下降，销售费用率上升较为异常，拉高了平均值；另一方面系公司缩减竞争加剧的展览展示创意服务业务，从而减少了相关销售人员规模所致。

2018 年和 2019 年，发行人销售费用率均高于同行业中与发行人业务相似度最高的风语筑；2020 年发行人销售费用率略低于风语筑，主要系发行人展览展示创意服务业务减少，从而减少了相关业务销售人员规模所致。

（6）售后维护费

报告期内，公司计入销售费用-售后维护费的金额分别为：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
售后维护费	129.41	117.79	82.57

发行人馆厅展示业务通常在合同中约定 1-2 年的质保期，质保期内若因产品质量问题需要维保则由公司提供免费维保服务。

公司售后维护费受以下因素影响：（1）受展馆展厅施工及设备的质量影响，其损坏具有一定的偶发性；（2）公司各年度需要维护的展馆展厅所在区域不同，所产生的维护成本差异较大；（3）公司提供的馆厅服务属于定制化产品，各馆厅差异化较大，对单个项目的售后维护服务难以根据历史经验值可靠估计。因此，公司对馆厅的售后维护具有偶发性、无规律等特点。

根据《企业会计准则第 14 号-收入（2017 年修订）》第三十三条 对于附有质量保证条款的销售，企业应当评估该质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务。企业提供额外服务的，应当作为单项履约义务，按照本准则规定进行会计处理；否则，质量保证责任应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》规定进行会计处理。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务时，企业应当考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及企业承诺履行任务的性质等因素。客户能够选择单独购买质量保证的，该质量保证构成单项履约义务。由于公司馆厅业务质量保证不是向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供的一项单独的服务，所以不构成单项履约义务。

根据《企业会计准则第 13 号—或有事项》第四条 与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：（1）该义务是企业承担的现时义务；（2）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；（3）该义务的金额能够可靠地计量。

综合公司售后维护实际情况，质保期内，公司对客户的维保具有偶发性、无规律等特点，且随着公司施工工艺的不断改进，产品的维护工作会发生变化，故公司在馆厅验收时针对未来是否实际需要承担质保维护义务具有不确定性，公司很可能不会提供维保义务，同时该义务的金额不能可靠地计量。因此公司报告期内未对售后维护费计提预计负债，在实际发生售后维护费当期计入当期销售费用，符合企业会计准则的规定。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用构成及占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,821.83	63.01%	1,759.82	56.01%	1,545.79	55.71%
股份支付	-	-	360.00	11.46%	-	-
差旅交通费	225.92	7.81%	252.43	8.03%	400.58	14.44%
业务招待费	69.31	2.40%	61.80	1.97%	51.33	1.85%
办公费用	152.45	5.27%	229.67	7.31%	207.92	7.49%
折旧费用	145.05	5.02%	132.84	4.23%	98.00	3.53%
无形资产摊销	40.06	1.39%	34.17	1.09%	25.82	0.93%
租赁费	11.04	0.38%	18.70	0.60%	44.62	1.61%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
车辆使用费	13.84	0.48%	16.25	0.52%	16.23	0.58%
诉讼费	23.47	0.81%	19.22	0.61%	15.08	0.54%
咨询费	313.62	10.85%	226.62	7.21%	313.37	11.29%
其他	74.53	2.58%	30.52	0.97%	56.07	2.02%
合计	2,891.13	100.00%	3,142.05	100.00%	2,774.81	100.00%

报告期内，公司管理费用分别为 2,774.81 万元、3,142.05 万元及 **2,891.13** 万元，占营业收入的比例分别为 7.12%、6.53%及 **6.06%**，公司管理费用整体保持平稳状态，2019 年较高主要系受当年确认股份支付 360 万元所致。

公司管理费用主要由职工薪酬、股份支付及差旅交通费等构成，三者合计占比分别为 70.15%、75.50%及 **70.82%**。

（1）股份支付

2018 年 12 月，宽创国际与宽兴咨询签订《增资协议》，协议约定宽兴咨询以人民币 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股。2019 年 3 月 8 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。2019 年 5 月 20 日，公司完成了上述增资的工商变更登记。

本次增资价格为每股 10.80 元人民币，低于最近一次外部投资者民生投资增资价格 12.6 元/股，高于当期每股净资产价格，有利于激励公司员工，促进公司发展，定价公允。

由于公司为非上市公司，股份支付相关的权益工具不存在活跃报价，故公允价值参考最近一次即 2018 年 12 月外部投资者增资入股的价格 12.60 元/出资额确定，对应的 P/E 倍数为 14。本次股份支付费用的计算过程具体如下：

项目	宽兴咨询	外部股东（民生投资）
入股价格	10.80 元/股	12.60 元/股
入股数量	200 万股	180 万股
股份支付金额	200 万股*（12.60-10.80）元/股=360 万元	

发行人上述股份支付事项确认于 2019 年度，会计处理具体分录为：

借：管理费用 360 万元

贷：资本公积-其他资本公积 360 万元

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定：以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

发行人上述股份支付会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

截至招股说明书签署日，宽兴咨询合伙人及其出资占比参见“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人主要股东及实际控制人的基本情况”。

公司历次增资或股权转让对应的 P/E 倍数、是否涉及股份支付情况如下：

股权变更时间	股权变更事项	价格 (元/注册资本)	P/E 倍数	是否涉及 股份支付
2005 年 7 月	张东、王凯 设立出资	1.00	不适用	否
2006 年 8 月	王凯将出资转让给 李丹（代持还原）	1.00	不适用	否
2010 年 1 月	张东、李丹增资	1.00	不适用	否
2011 年 5 月	张东、李丹增资	1.00	不适用	否
2012 年 8 月	张东、李丹增资	1.00	不适用	否
2015 年 9 月	张东将部分出资转 让给宽创投资（张 东、李丹持有）	1.58	账面净资产	否
2018 年 12 月	民生投资增资	12.60	14 倍（注）	否
2019 年 5 月	宽兴咨询增资	10.80	12 倍（注）	是

注：因宽兴咨询增资以最近一次外部投资机构增资价格作为公允价值确定，因此，民生投资与宽兴咨询的相应 P/E 倍数均以民生投资增资时承诺业绩测算。

（2）职工薪酬

近三年，公司管理费用职工薪酬金额分别为 1,545.79 万元及 1,759.82 万元及 1,821.83 万元，呈现逐年增长的趋势，主要原因系公司平均薪酬上升所致。

报告期内，公司管理人员人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平对比情况如下：

单位：万元/人/年

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	24.94	22.79	23.90
华凯创意	33.08	24.73	18.84
易尚展示	37.52	36.64	36.03
丝路视觉	19.11	19.94	22.13
行业平均值	28.67	26.02	25.22
上海市平均工资	12.41	11.50	10.52
本公司	22.49	21.73	18.85

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得，平均薪酬=管理费用中的职工薪酬/年末年初人数平均值；

报告期内，公司管理费用中人均薪酬分别为 18.85 万元/年、21.73 万元/年和 22.49 万元/年，呈逐年增长趋势，与同行业可比公司管理费用中的职工薪酬平均值趋势一致。公司管理费用中的职工薪酬金额较同行业可比公司低，仍高于上海市平均薪酬，主要原因系公司管理结构扁平，业务聚焦度更高，尚未上市，与上市公司管理人员的工资水平仍有差距。

（3）管理费用率与同行业上市公司对比分析

报告期内，发行人和各可比上市公司管理费用率情况对比如下：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	4.65%	5.03%	5.75%
华凯创意	29.83%	10.82%	6.98%
丝路视觉	7.28%	10.42%	13.86%
易尚展示	10.78%	7.24%	8.24%
行业平均值	13.13%	8.38%	8.71%
宽创国际	6.06%	6.53%	7.12%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得，不包含研发费用。

2018 年度及 2019 年度，公司管理费用率略低于同行业可比公司平均水平的主要原因有：

1、公司管理费用中的职工薪酬人均薪酬金额较同行业可比公司低，仍高于上海市平均薪酬且逐年增长，主要原因系公司管理结构扁平，业务聚焦度更高，尚未上市，与上市公司管理人员的工资水平仍有差距；

2、股份支付金额较同行业可比公司低；

3、公司整体资产规模不及同行业可比公司，折旧摊销等费用相对较低。

2020 年度，公司管理费用率较行业平均值低，主要系受华凯创意业务转型，

管理费用率较高所致，2020 年度，若剔除华凯创意，行业平均值为 7.57%，公司略低于行业平均值。

综上，公司管理费用率略低于同行业可比公司，但仍高于与公司业务最接近的风语筑，公司管理费用率与同行业可比公司不存在明显差异。

（4）差旅费

报告期内，公司管理费用中实际人天差旅交通费金额如下所示：

单位：元/人/天

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
差旅交通费	256.46	259.33	288.52

报告期内，公司管理费用中人均差旅交通费金额分别为 288.52 元/人天、259.33 元/人天及 256.46 元/人天。公司管理费用中的人均差旅交通费与销售费用中的人均差旅交通费基本保持一致。

（5）诉讼费

报告期内，公司管理费用中核算的诉讼费主要系诉讼过程中案件受理费、公证费用、诉讼保全费、申请强制执行费用及其他费用。具体而言，报告期内，公司诉讼费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
案件受理费	18.10	77.13%	16.64	86.58%	11.37	75.38%
公证费	0.36	1.53%	0.20	1.04%	2.56	16.96%
诉讼保全费	-	-	-	-	0.96	6.35%
执行费	0.32	1.36%	2.03	10.56%	0.20	1.31%
其他费用	4.69	19.98%	0.35	1.82%	-	-
合计	23.47	100.00%	19.22	100.00%	15.08	100.00%

如上表所示，报告期内，公司诉讼费金额分别为 15.08 万元、19.22 万元及 23.47 万元，其中案件受理费占比分别为 75.38%、86.58%及 77.13%，是公司诉讼费的主要构成部分。报告期内，案件受理费呈现逐年上升的趋势，与公司实际情况相符。

综上，公司的诉讼费与诉讼情况具有匹配性。

（6）咨询费

公司管理费用—咨询费主要系公司支付的 IPO 相关审计费、辅导费用、律师费等及日常代理服务费如资质申请代理费、软著登记费、人力资源服务费、翻译费等。报告期内，咨询费分别为 313.37 万元、226.62 万元和 313.62 万元，其波动受当期发生的咨询及代理服务项目影响，与销售收入变动的关联性相对较弱。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,681.67	83.54%	2,018.08	86.97%	1,680.27	82.80%
材料费用	89.22	4.43%	73.03	3.15%	117.68	5.80%
折旧费用	97.61	4.85%	92.24	3.97%	59.20	2.92%
无形资产摊销	55.15	2.74%	45.64	1.97%	1.47	0.07%
委外费用	79.58	3.95%	39.91	1.72%	49.11	2.42%
租赁费	-	-	46.80	2.02%	69.99	3.45%
其他	9.85	0.49%	4.82	0.21%	51.68	2.55%
合计	2,013.08	100.00%	2,320.53	100.00%	2,029.41	100.00%

报告期内，公司研发费用分别为 2,029.41 万元、2,320.53 万元及 2,013.08 万元，占当期营业收入的比例分别为 5.21%及 4.82%及 4.22%。

公司研发费用主要由职工薪酬、材料费用及折旧费用等构成。报告期内，公司注重展示技术及相关展项的研发，引入的人员层次不断提升。公司材料费用主要系公司为项目研发领用的原材料，折旧费用主要系房屋、多媒体硬件等折旧。

（1）研发费用职工薪酬

报告期内，公司研发人员人均薪酬与同行业可比公司、当地平均薪酬水平对比情况如下：

单位：万元/人/年

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	30.03	22.04	19.55
华凯创意	6.60	10.43	13.18
易尚展示	11.56	13.40	11.47
丝路视觉	17.22	18.74	16.53
平均值	16.35	16.15	15.18

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海市平均工资	12.41	11.50	10.52
本公司	14.69	17.78	17.69

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得，平均薪酬=研发费用中的职工薪酬/年末年初人数平均值；

报告期内，公司研发费用中人均薪酬分别为 17.69 万元/年、17.78 万元/年和 14.69 万元/年。2020 年公司研发费用中人均薪酬略有下降，主要系 2020 年疫情期间相关社保减免政策影响所致。

报告期内，公司研发费用人均薪酬与同行业平均值差异较少，且处于行业平均薪酬区间内，高于上海市平均工资，具有合理性。

（2）研发项目情况

公司研发项目的整体预算、费用支出金额及实施进度如下：

单位：万元

年度	序号	项目	整体预算	费用支出金额	实施进展
2020 年度	1	通用播放器	270.00	173.86	已完成
	2	手机端展馆三维数据可视化	288.00	171.60	未完成
	3	宽创智慧云盒	298.00	200.67	已完成
	4	智行天下-沉浸式机电平台设备	289.00	196.01	已完成
	5	旋转苍穹-沉浸式机电平台设备	298.00	191.41	已完成
	6	骑乘风暴-沉浸式机电平台设备	289.00	196.46	已完成
	7	魔方精灵-艺术展示装置设备	280.00	180.34	已完成
	8	旋转光影-艺术展示装置设备	290.00	170.15	未完成
	9	活体检测可视化分析系统	285.00	181.18	未完成
	10	基于云渲染的数字沙盘展示系统	295.00	170.00	未完成
	11	DNA-艺术展示装置设备	300.00	181.40	未完成
合计			3,182.00	2,013.08	
2019 年度	1	AR 互动大屏	230.00	228.97	已完成
	2	EasyPlay 播放平台	260.00	256.35	已完成
	3	MR 虚拟展厅	250.00	222.03	已完成
	4	VR 沉浸式飞行装置平台	270.00	263.68	已完成
	5	基于人体骨骼识别与面部三维重建的戏衣魔镜	220.00	214.21	已完成
	6	基于摄像头实时视频流的油画生成器	230.00	227.22	已完成
	7	全景 VR 线上博物馆	240.00	222.45	已完成
	8	人人看展	220.00	210.31	已完成
	9	三维数据可视化	260.00	255.85	已完成
	10	微信互动活动系统	220.00	219.46	已完成
合计			2,400.00	2,320.53	

年度	序号	项目	整体 预算	费用支出 金额	实施 进展
2018 年度	1	景区多元智慧导览平台	210.00	201.90	已完成
	2	智慧化博物馆数字内容服务平台	220.00	203.68	已完成
	3	基于互动射击展项研发	210.00	205.76	已完成
	4	基于震频率机器人展项研发	260.00	203.03	已完成
	5	基于智能轨道镜展项研发	210.00	202.33	已完成
	6	基于自行车漫游展项研发	210.00	202.11	已完成
	7	基于魔墙展项研发	230.00	201.73	已完成
	8	展馆展示行业文化传播平台	230.00	203.27	已完成
	9	基于二维码的游客服务平台	210.00	202.14	已完成
	10	基于钓鱼机展项研发	210.00	203.46	已完成
合计			2,200.00	2,029.41	

（3）研发费用率与同行业上市公司对比分析

报告期内，发行人和各可比上市公司研发费用率情况对比如下：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	3.75%	3.32%	3.72%
华凯创意	5.26%	4.21%	3.96%
丝路视觉	5.12%	4.70%	4.26%
易尚展示	3.74%	4.21%	3.08%
行业平均值	4.47%	4.11%	3.75%
宽创国际	4.22%	4.82%	5.21%

报告期内，公司与同行业可比上市公司研发费用率不存在明显差异。

（4）研发项目费用归集方式、是否存在人员共用情形

公司根据《企业会计准则》和《关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企[2007]194号）制定研发支出的核算范围。

研发费用科目核算公司与研发活动相关的各项费用，包括职工薪酬、材料费、折旧费、委外费用等。职工薪酬核算研发人员的工资、社保等各项薪酬，根据研发人员参与研发项目的工时分摊其薪酬；材料费核算研发项目领用的原材料，根据领用情况直接归集到对应的项目；折旧费核算研发部门办公场所、研发设备的折旧费用；委外费用核算委托外部供应商研发产生的费用，按项目直接归集到对应的项目。

研发费用中职工薪酬仅核算研发人员的薪酬，不存在与其他部门人员共用情形。人事部根据研发人员及岗位、出勤等情况，按月编制工资表，由人事

部负责人、财务部负责人、管理层领导审核，财务部根据经审批的工资表和“工作日报管理系统”的工时，按照参与研发项目人员的工资，按月计提并归集到对应研发项目。

（5）研发费用加计扣除依据以及计算过程

报告期内，公司研发费用加计扣除的金额及计算过程如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用总额	2,013.08	2,320.53	2,029.41
其中：允许加计扣除的研发费	1,997.16	2,312.55	1,918.45
不予加计扣除的研发费	15.92	7.98	110.96
研发费用加计扣除比例	75%	75%	75%
研发费用加计扣除金额	1,497.87	1,734.41	1,438.84

不予加计扣除的研发费为：委托外部研究开发费用按照费用实际发生额的 80% 计算加计扣除，20% 部分不予加计扣除。

公司研发费用加计扣除的依据：

1、《企业所得税法》第三十条第一款 开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用可以在计算应纳税所得额时加计扣除。

2、《企业所得税法实施条例》第九十五条 企业所得税法第三十条第一款所称研发费用的加计扣除，是指企业为开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费，未形成无形资产计入当期损益的，在按照规定据实扣除的基础上，按照研究开发费用的 50% 加计扣除；形成无形资产的，按照无形资产成本的 150% 摊销。

3、《财政部 国家税务总局 科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119 号）

4、《财政部 税务总局 科技部关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2018]99 号）企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75% 在税前加计扣除；形成无形资产的，再按照无形资产成本的 175% 在税前摊销。

公司各期研发费用均直接计入当期损益。公司根据《企业所得税法》等相关规定，对符合研发费用税前加计扣除的金额进行了申报。

4、财务费用

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息费用	99.63	52.49	-
利息收入	17.59	27.26	39.87
汇兑损失（“-”号为汇兑收益）	-94.18	-43.71	63.19
手续费支出	35.24	45.17	32.85
合计	23.10	26.69	56.16

报告期内，公司财务费用分别为 56.16 万元、26.69 万元及 23.10 万元。公司财务费用主要系利息费用、香港子公司产生的汇兑损益及银行手续费。

5、期间费用的归集方法、依据及分配

销售费用科目核算公司提供商品服务过程中发生的各项费用，主要包括职工薪酬、差旅交通费、业务招待费、租赁费、售后服务费等。

管理费用科目核算公司为组织和管理企业生产经营所发生的各项管理费用，主要包括职工薪酬、差旅交通费、业务招待费、办公费、折旧费、咨询费等。

研发费用科目核算公司与研发活动相关的各项费用，包括职工薪酬、材料费、折旧费、委外费用等。

财务费用科目核算公司日常经营过程中发生的银行借款利息支出、银行存款利息收入、银行手续费、外币项目产生的汇兑损益等。

公司根据各项费用发生时的协议、发票、付款凭证等原始单据，结合各项费用的性质和内容等，依据不同的费用科目进行归集。

各项期间费用与公司提供的具体项目产品的设计、生产、施工无直接对应关系，无需按照合同归集分配至不同的项目。

6、费用核算的准确性、完整性

公司期间费用核算方面采取的主要措施如下：

（1）内控制度情况

费用核算制度：公司建立了《财务管理制度》《财务报销与支付手册》等制度和审批流程，从而确保公司能通过合理的内控流程保证各费用项目的核算真实、准确和完整。

员工薪酬制度：公司建立了比较完善的人员岗位职能管理规则及相关薪酬、考核、考勤制度，不同部门、岗位的员工根据各自岗位职责从事相关工作。公司计入期间费用的职工薪酬根据员工所处的部门及岗位进行划分。

（2）内控执行情况

报告期内，公司严格执行费用核算内控制度。

差旅费、业务招待费等费用的报销及审批，主要涉及相关业务部门、财务部门和管理层领导，经员工发起费用报销申请，发起时需明确报销的项目，相关业务部门对其所属项目的准确性、费用事项及票据的真实性、必要性、合理性予以审核确认，财务部负责审核费用单据及所填报信息是否准确、完整及合规，最后由管理层领导进行审批，审核通过后的费用归集到对应的科目。

职工薪酬：人事部根据员工所属部门、岗位，结合出勤等情况，按月编制工资表，由人事部负责人、财务部负责人、管理层领导审核。财务部根据经审批的工资表及员工所属部门，按月计提并归集到相应的费用科目。

综上，公司各项期间费用核算制度制定和执行有效，可以保证期间费用核算的准确性和完整性，符合《企业会计准则》的相关规定。

（五）其他对经营成果有重大影响的项目分析

1、营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益
赔偿金收益	-	-	85.87	85.87	16.18	16.18
其他	13.98	13.98	0.48	0.48	1.82	1.82
合计	13.98	13.98	86.34	86.34	18.00	18.00

报告期内，公司营业外收入金额较低，对净利润影响较少，其中赔偿金收益主要系法院判决的违约金、逾期利息等。

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益
非流动资产损坏报废损失	2.26	2.26	5.27	5.27	-	-
赔偿支出	83.40	83.40	167.09	167.09	-	-
其他	6.50	6.50	4.98	4.98	12.25	12.25
合计	92.16	92.16	177.33	177.33	12.25	12.25

报告期内，公司营业外支出分别为 12.25 万元、177.33 万元及 92.16 万元。其中，2019 年公司 167.09 万元赔偿支出主要系：

2019 年 3 月 8 日，公司与奥多比公司（Adobe System Incorporated）达成民事调解协议，协议约定公司需于 2019 年 7 月 30 日前向奥多比公司支付损害赔偿金 55 万元。2019 年 3 月 19 日，公司与欧特克公司（Autodesk Inc.）达成民事调解协议，协议约定公司需于 2019 年 7 月 30 日前向欧特克公司支付损害赔偿金 100 万元。公司已于 2019 年支付完毕上述赔偿金。

2020 年度赔偿支出中包括公司供应商陕西恒业建设集团有限公司诉公司要求支付工程款及相应逾期利息，公司出于谨慎考虑，按照同期贷款利率计提利息费用作为预计负债并结转营业外支出。案件详情参见“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为”。

除上述项目外，公司营业外支出金额较低，对净利润影响较低。

（1）发行人与奥多比公司达成民事调解协议的具体事由

2017 年 12 月 26 日，原告奥多比公司向上海知识产权法院提起诉讼，诉称：被告宽创国际未经许可，擅自复制、安装并商业使用了奥多比公司享有著作权的 PhotoShop、Illustrator 等软件，故诉至法院提出如下诉讼请求：（1）请

求判令被告停止侵权；（2）请求判令被告赔偿损失 3,684,708 元；（3）请求判令被告承担律师费 70,000 元；（4）请求判令被告承担诉讼费用。

上海知识产权法院于 2018 年 1 月 15 日立案后，发行人于 2018 年 7 月 20 日作出如下答辩：2016 年 3 月，双方曾就购买奥多比 CS6 套装软件（包括 PS CS6、Illustrator CS6）达成订购 20 套的协议，后发行人主动提出增购 10 套软件以获得三年内奥多比公司不对发行人提出版权异议。软件采购合同重新签订后，奥多比公司出具的函件并未明示三年免责条款，发行人提出异议后，奥多比公司法务部工作人员口头表示知悉，虽函件不再重新出具，但三年内不会再对被告使用软件的版权问题提出异议。后续奥多比公司将发行人诉至法院请求赔偿，但发行人认为公司不具有侵权故意，奥多比公司涉嫌恶意诉讼，双方均向法院提交了证据材料。

（2）发行人与奥多比公司达成民事调解协议的后续影响

2019 年 4 月 2 日，发行人与奥多比公司指定的软件经销商上海东吉信息技术有限公司签订了《Adobe 供货合同》，约定发行人订阅 100 套 Adobe 所包含的软件的使用权，一年总价为 438,333 元，三年合计的含税价为 1,314,999 元。签订合同后，发行人应于 2019 年 3 月 30 日前支付第一期预付款项 438,333 元；2020 年 3 月 30 日前，发行人在合法合规前提下使用软件正常无误，上海东吉信息技术有限公司按合约如需提供软件服务的前提下，支付第二期款项 438,333 元；2021 年 3 月 30 日前，发行人在合法合规前提下使用软件正常无误，上海东吉信息技术有限公司按合约如需提供软件服务的前提下，支付第三期款项 438,333 元。

2019 年 8 月，发行人已实际向奥多比公司支付调解协议第一条第（一）项约定的 55 万元损害赔偿金；2019 年 4 月，发行人向奥多比公司指定的软件经销商上海东吉信息技术有限公司实际支付 438,333 元软件采购款；2020 年 4 月，发行人向奥多比公司指定的软件经销商上海东吉信息技术有限公司实际支付 438,333 元软件采购款。2021 年 3 月 30 日，发行人向奥多比公司指定的软件经销商上海东吉信息技术有限公司实际支付 438,333 元软件采购款。截至招股说明书签署日，发行人已实际履行调解协议约定的付款义务。

公司支付给奥多比公司的赔偿款及相关软件采购款总计 186.50 万元人民币对发行人财务状况产生较小的影响，购买相关授权软件后发行人正常开展生产经营活动。发行人与奥多比公司及其授权的软件经销商之间没有后续纠纷争议和诉讼的情况，本次侵权事件未对公司生产经营产生影响。

（3）发行人与欧特克公司达成民事调解协议的具体事由

2017 年 12 月 26 日，原告欧特克公司向上海知识产权法院提起诉讼，诉称：被告宽创国际未经许可，擅自复制、安装并商业使用了原告享有著作权的 AutoCAD 系列计算机软件和 3Dsmax 系列计算机软件，故原告诉至法院提出如下诉讼请求：（1）请求判令被告停止侵权；（2）请求判令被告赔偿损失 12,038,400 元；（3）请求判令被告承担律师费 70,000 元；（4）请求判令被告承担诉讼费用。

被告于 2018 年 5 月 9 日作出如下答辩：双方因软件租赁产生纠纷，被告决定使用国产替代软件引发本案诉讼，替代置换过程中被告不存在侵权故意；原告无法提供确凿的版权侵权数量及合理有效的损失计算单价，故原告提出的 12,038,400 元的赔偿诉请缺乏依据，双方均向法院提交了证据材料。

（4）发行人与欧特克公司达成民事调解协议的后续影响

2019 年 3 月 29 日，发行人与欧特克公司指定的软件经销商上海科尼软件技术有限公司签订了《软件产品采购合同》，约定发行人订阅 30 套 AutoCAD 和 120 套 3dsMAX 所包含的软件的使用权，三年期总价为 290 万元。签订合同后，发行人应于 2019 年 3 月 30 日前，在收到上海科尼软件技术有限公司提供的全部 16% 增值税专用发票后，支付首笔货款共计人民币 155 万元整；在收到货款 10 个工作日内，提供以上全部软件及约定的授权文件、有效序列号完整提供，并且上海科尼软件技术有限公司遵守合约提供软件服务的前提下，剩余款项共计 135 万元整发行人应于 2019 年 6 月 30 日前支付。

2019 年 4 月，发行人向欧特克公司指定的软件经销商上海科尼软件技术有限公司实际支付 155 万元软件采购款；2019 年 8 月，发行人向欧特克公司指定的软件经销商上海科尼软件技术有限公司实际支付 135 万元软件采购款。2019 年 9 月，上海知识产权法院账户代为收取了申请执行人欧特克公司应获得的调

解协议第一条第（一）项约定的损害赔偿金 100 万元，因发行人尝试通过法院与欧特克公司就赔偿金付款时间做进一步沟通而未能在和解协议规定时间内支付，欧特克公司向上海知识产权法院申请了强制执行。截至本招股说明书签署日，发行人已实际履行调解协议约定的付款义务，发行人就案件所涉情况已履行完毕与欧特克公司达成的调解协议项下的所有法律义务，相关纠纷已通过司法途径得到解决，双方并无其他纠纷争议和诉讼、仲裁的情形。

公司支付给欧特克公司的赔偿款及相关软件采购款总计 390 万元人民币，对发行人财务状况产生较小的影响，购买相关授权软件及国产替代软件后发行人正常开展生产经营活动。发行人与欧特克公司及其授权的软件经销商之间没有后续纠纷争议和诉讼的情况，本次侵权事件未对公司生产经营产生影响。

（5）不存在其他类似侵权行为

截至目前，除上述情况外，发行人不存在其他类似侵权行为。

发行人与奥多比公司及欧特克公司的民事调解协议的其他和解条款已申请豁免信息披露。

3、其他收益

报告期内，公司其他收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	与资产相关/ 与收益相关
政府补助	496.36	498.00	364.38	与收益相关
合计	496.36	498.00	364.38	

2017 年 5 月 10 日，财政部修订了《企业会计准则第 16 号-政府补助》，自 2017 年 6 月 12 日开始执行，与企业日常活动相关的政府补助计入其他收益。报告期内，公司计入其他收益的政府补助如下：

单位：万元

序号	补助项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	与资产相关/ 与收益相关
1	战略性新兴产业发展 财政扶持资金	175.00	-	-	与收益相关
2	促进中小企业上市挂	95.00	-	-	与收益相关

序号	补助项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	与资产相关/ 与收益相关
	牌补贴				
3	浦东新区文化创意产业发展专项资金	87.00	-	-	与收益相关
4	上海市科学技术委员会小巨人政府补贴	-	300.00	-	与收益相关
5	上海市浦东新区世博地区开发管理委员会开发扶持资金	-	164.00	268.20	与收益相关
6	浦东新区科技发展基金重点企业研发机构补贴	80.00	-	80.00	与收益相关
7	个税返还	21.84	16.01	2.76	与收益相关
8	其他零星政府补助	37.52	17.99	13.42	与收益相关
	合计	496.36	498.00	364.38	

4、信用减值损失及资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款信用减值损失	2,866.71	1,376.90	-
合同资产信用减值损失	41.94	-	-
其他应收款信用减值损失	83.43	76.34	-
应收融资款项信用减值损失	187.54	3.50	-
合计	3,179.62	1,456.74	-

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款坏账损失	-	-	956.78
其他应收款坏账损失	-	-	-41.29
存货跌价损失	-	16.95	240.96
合计	-	16.95	1,156.45

（六）缴税情况

1、公司主要税种纳税情况

报告期内，公司所得税、增值税的纳税情况如下：

单位：万元

项目	所得税			增值税		
	2020 年 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目	所得税			增值税		
	2020 年 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初未缴数	357.20	954.94	608.49	643.65	466.63	80.86
本期应缴数	367.21	1,183.55	1,284.95	1,464.13	888.12	1,022.60
本期已缴数	526.98	1,781.29	938.51	1,427.98	711.10	636.83
期末未缴数	197.43	357.20	954.94	679.80	643.65	466.63

2、重大税收政策变化及税收优惠对发行人的影响

报告期内，公司享受的税收优惠主要为高新技术企业所得税优惠，税收优惠金额对利润总额影响情况较少，对公司的经营成果不构成重大影响，公司对税收优惠不存在重大依赖。公司高新技术企业资格有效期至 2022 年 10 月，合理预期未来公司能通过高新技术企业资格复审，继续享受高新技术企业税收优惠。

3、当期应缴增值税的计算过程、与收入的匹配性

（1）当期应缴增值税计算过程

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销项税	2,923.06	2,791.10	2,763.14
减：进项税	1,532.11	1,947.75	1,778.13
加：进项税转出	73.18	44.77	37.58
应缴增值税	1,464.13	888.12	1,022.60

（2）与收入的匹配性

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入 (A)	47,679.41	48,111.53	38,961.08
销项税税额 (B)	2,923.06	2,791.10	2,763.14
测算销项税税率 (B/A)	6.13%	5.80%	7.09%
采购总额 (C) (注 1)	16,859.09	28,108.49	24,747.74
进项税税额 (D)	1,532.11	1,947.75	1,778.13
测算进项税税率 (D/C)	9.09%	6.93%	7.19%
销项税税额-进项税税额 (B-D) (注 2)	1,390.95	843.35	985.01
应缴增值税	1,464.13	888.12	1,022.60

注 1：采购总额包括项目物资采购及长期资产的采购；

注 2：销项税税额扣除进项税税额后与应缴增值税的差额为进项税转出的金额。

报告期内，公司销项税额与营业收入之比基本稳定，2019 年和 2020 年略低于 2018 年，主要是由于报告期内公司适用多种增值税税率，且报告期内部分税率随着国家增值税改革进行了调整。因此，报告期内公司销项税税额与营业收入

入基本匹配。

由于公司项目投入于项目实施周期内持续发生，而项目收入集中于验收时点一次性确认，因此采购与收入的发生期间不完全匹配，导致进项税与销项税无法直接匹配，报告期内公司应缴增值税波动较大。

4、当期应缴所得税的计算过程、与收入的匹配性

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	47,679.41	48,111.53	38,961.08
利润总额	5,807.42	5,964.64	4,043.81
减：境外所得	237.15	950.93	1,324.91
加：境外所得利润分配	-	3,009.82	-
加：纳税调整增加额（注）	3,311.47	1,512.94	1,253.31
加：会税差异的影响	-5,092.81	88.29	5,447.59
减：研发费用加计扣除	1,497.87	1,734.41	1,438.84
应纳税所得税额	2,291.05	7,890.35	7,980.95
所得税税率（%）	15.00	15.00	15.00
当期所得税税额	343.66	1,183.55	1,197.14
加：前期所得税调整	23.55	-	87.81
当期应缴所得税	367.21	1,183.55	1,284.95

注：“纳税调整增加额”主要为计提的资产减值损失和预期信用损失；

公司根据当地税务局的要求，在申报纳税时按照完工百分比法计算收入和缴纳企业所得税。鉴于拟上市公司申报会计信息的谨慎性，公司报告期内主要业务按照验收法确认收入即取得客户竣工验收单时一次性确认收入，风险和报酬转移时点严谨、成本配比准确。因此，上述会税差异导致各期应缴所得税与营业收入的变动存在差异。

2020 年 10 月、2021 年 2 月，国家税务总局上海市浦东新区税务局出具了《税务证明》，发行人自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，能按税法的规定按期办理纳税申报，暂未发现欠税、偷逃税款和重大违法税收管理法规的情形。公司各分子公司也均已取得其所在地税务局出具的相关文件，不存在涉税风险。

5、2019 年在收入增长幅度较大情况下当期应缴增值税和应缴所得税均出现下降的原因及合理性

发行人 2019 年收入较 2018 年增长 23.49%，应交增值税下降 13.15%，主要

原因是 2018 年采购金额低，实际抵扣的进项税小，2019 年销项税未大幅增加的情况下，采购金额增加，实际抵扣的进项税较多，导致 2019 年应缴增值税较 2018 年下降，具有合理性。

发行人 2019 年应缴所得税较 2018 年下降 7.89%，剔除 2018 年前期所得税调整的影响后基本一致，主要系由于公司报告期按验收法确认收入，而所得税纳税申报按税务局要求按照完工百分比法计算收入并纳税，按完工百分比法计算的应纳税所得额 2019 年略低于 2018 年，导致 2019 年度应缴所得税下降，具有合理性。

受新冠疫情影响，公司 2020 年度在建项目延期开工，新项目招投标受到影响，整体工程量不及以前年度，按完工百分比法计算收入的金额小于以前年度，导致发行人 2020 年应缴所得税较 2019 年下降，具有合理性。

6、发行人税收的合法合规性

（1）报告期内发行人税收滞纳金及罚款情况

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
税收滞纳金	0.30	1.69	0.33

报告期内，公司税收滞纳金较小。

因发行人子公司宽新科技未按时纳税申报 2019 年第四季度增值税、企业所得税，2020 年 5 月 27 日，国家税务总局上海市浦东新区税务局第二十六税务所出具的《税务行政处罚决定书（简易）》（沪税浦二十六简罚[2020]162 号），给予宽新科技罚款 50 元行政处罚，同日宽新科技即已缴纳 50 元罚款。

除上述情况外，不存在其他税务相关的罚金或罚款情况。

（2）税务主管部门证明情况

根据国家税务总局上海市浦东新区税务局分别于 2020 年 8 月 28 日、2021 年 2 月 22 日出具的证明，发行人及子公司宽新科技 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，暂未发现有欠税、偷税之重大违反税收管理法规的情形。

（3）境外法律意见书

根据盖德舒马赫律师事务所出具的《法律意见书》，宽创德国自设立以来，不存在违反所在国家或地区有关生产经营、税收缴纳法律法规而被予以行政处罚的情况。

根据柯伍陈律师事务所出具的《法律意见书》，宽创香港自设立以来，不存在违反所在国家或地区有关生产经营、税收缴纳法律法规而被予以行政处罚的情况。

综上，报告期内公司不存在大额的税收滞纳金及罚款，公司主管税务机关均出具了无重大违法违规的《税务证明》，境外律师出具了相关的法律意见书，公司报告期内不存在税收方面重大违法违规行为。

十二、资产质量分析

（一）资产总体构成及变化分析

报告期各期末，公司资产结构如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	53,534.08	80.75%	58,708.47	81.17%	49,392.18	81.53%
非流动资产	12,762.80	19.25%	13,621.03	18.83%	11,189.10	18.47%
合计	66,296.88	100.00%	72,329.50	100.00%	60,581.28	100.00%

2019 年末，公司总资产较上年末增长 19.39%，主要原因系随着公司业务规模的不断扩大及盈利水平的不断提升，公司经营性资产不断增加。2020 年末，公司总资产规模略有下降，主要系受全球新冠疫情影响，公司展览展示创意服务业务下降明显，馆厅展示创意服务施工量不及同期。

报告期内，公司流动资产占总资产比重保持在 80%以上，占比较高，符合行业特点及公司经营模式。公司属于文化创意企业，没有生产职能。除宽创大楼外，公司无其他重大非流动资产，非流动资产占比较低。

（二）流动资产构成及变化分析

报告期内，公司流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	9,772.79	18.26%	3,334.60	5.68%	7,624.92	15.44%
交易性金融资产	3,998.90	7.47%	8,938.37	15.23%	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	3,000.00	6.07%
应收票据	-	-	-	-	894.00	1.81%
应收账款	22,454.81	41.94%	22,546.43	38.40%	14,648.45	29.66%
应收款项融资	300.08	0.56%	774.50	1.32%	-	-
预付款项	371.23	0.69%	773.66	1.32%	1,206.02	2.44%
其他应收款	1,089.83	2.04%	1,743.84	2.97%	2,439.15	4.94%
其中：应收利息	-	-	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-	-	-
存货	13,042.56	24.36%	20,595.47	35.08%	19,573.96	39.63%
合同资产	2,494.08	4.66%	-	-	-	-
其他流动资产	9.80	0.02%	1.60	0.00%	5.69	0.01%
流动资产合计	53,534.08	100.00%	58,708.47	100.00%	49,392.18	100.00%

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、应收账款和存货构成，上述资产合计占流动资产的比率一直保持在 90%以上。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
现金	9.74	4.82	30.28
银行存款	9,048.21	2,571.35	6,579.80
其他货币资金	714.84	758.43	1,014.83
合计	9,772.79	3,334.60	7,624.92
其中：存放在境外的款项总额	1,298.46	1,218.11	5,235.07

报告期各期末，公司货币资金分别为 7,624.92 万元、3,334.60 万元及 9,772.79 万元，占同期末流动资产的比例分别为 15.44%、5.68%及 18.26%。

2019 年末，公司银行存款余额较 2018 年末下降 4,008.45 万元，下降了 60.92%，主要系公司将部分银行存款购买了 6,100 万元的银行理财产品。

报告期各期末，公司货币资金主要为银行存款及其他货币资金。公司其他货币资金主要系履约保函保证金。报告期各期末，公司其他货币资金明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
保函保证金	710.69	612.89	1,009.84
承兑汇票保证金	0.89	144.81	-
其他	3.26	0.73	4.99
合计	714.84	758.43	1,014.83

2、交易性金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
交易性金融资产	3,998.90	8,938.37	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	3,000.00
合计	3,998.90	8,938.37	3,000.00

公司交易性金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产具体信息如下：

单位：万元

主体	理财产品	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
发行人	工商银行财智快线 T+1 产品： 工银瑞信货币市场基金 (482002)	-	6,100.00	3,000.00
	中信银行共赢稳健天天利人民币理财产品	1,400.00	-	-
宽创 香港	安联美元高收益基金-AM 类 收息股份(美元)	-	-	-
	中国农业银行香港分行定息 存款证	2,598.90	2,140.75	-
	中国银行香港分行定息存款 证	-	697.62	-
	东亚银行股份有限公司定息 存款证	-	-	-
合计		3,998.90	8,938.37	3,000.00

截至 2020 年 12 月 31 日，公司交易性金融资产余额为 3,998.90 万元，系公司为提高资金收益而购买的相关银行理财产品，公司具体管理理财产品情况如下：

单位：万元

主体	理财产品	金额	投资目的	期限	减值准备
发行人	中信银行共赢稳健天天利人民币理财产品	1,400.00	提高资金收益	活期	-

主体	理财产品	金额	投资目的	期限	减值准备
宽创香港	中国农业银行香港分行定息存款证	2,598.90	提高资金收益	6个月	-
合计		3,998.90			

发行人购买的银行理财产品主要系低风险的货币资金基金，流动性强，可回收性强，不影响公司流动性。宽创香港在保证公司流动资金正常使用的前提下，将部分闲置资金分批次购买理财产品，所购买的理财产品风险低，可回收性强。

报告期各期末理财投资的具体构成情况如下：

年度	银行名称	产品名称	金额	利率	期限
2020 年末	汇丰银行	农业银行存款证（注）	300.00 万美元	0.28%	6个月
	汇丰银行	农业银行存款证	100.00 万美元	0.32%	6个月
	中信川沙支行	共赢稳健天天利	1,400.00 万元	2.31%	T+0
2019 年末	汇丰银行	农业银行存款证	300.00 万美元	2.50%	1年
	汇丰银行	农业银行存款证	100.00 万美元	1.91%	6个月
	工行科苑支行	财智快线 T+1	6,100.00 万元	2.37%-2.67%	T+1
2018 年末	工行科苑支行	财智快线 T+1	3,000.00 万元	2.56%-3.84%	T+1

注：农业银行存款证为汇丰银行代理的发行人为中国农业银行股份有限公司的存款证，该存款证并非定期存款。

报告期内公司金融资产投资收益以及公允价值变动收益全部计入非经常性损益。投资收益与非经常性损益的勾稽关系：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润表项目：			
投资收益科目中与理财投资相关收益	117.89	80.82	-24.57
公允价值变动收益	-15.32	-8.61	-
合计	102.57	72.21	-24.57
非经常性损益明细表：			
除同公司主营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、其他非流动金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、可供出售金融资产、其他非流动金融资产取得的投资收益	102.57	72.21	-24.57
差异：	-	-	-

从上表可见，公司金融资产相关投资收益与非经常性损益具有勾稽性。

3、应收票据

报告期各期末，公司应收票据具体信息如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	-	-	894.00
商业承兑汇票	-	-	-
合计	-	-	894.00

公司 2018 年末 894.00 万元应收票据均为银行承兑汇票，占当期流动资产的比例为 1.81%，未计提坏账准备。

报告期内公司不存在无真实交易背景的票据往来，不存在使用无真实贸易背景的应收票据进行融资的情形。

报告期内，公司将收到的银行承兑汇票和商业承兑汇票从应收账款转换为应收票据，公司在销售业务中收到客户以承兑汇票方式支付的销售款，公司在收到客户的汇票后，由应收账款计入应收票据；不存在由应收票据转为应收账款的情况。

4、应收账款

（1）应收账款概况

报告期各期末，公司应收账款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
应收账款余额	28,453.39	25,898.43	16,624.30
坏账准备	5,998.59	3,352.00	1,975.86
应收账款账面价值	22,454.81	22,546.43	14,648.45
营业收入	47,679.41	48,111.53	38,961.08
应收账款余额/营业收入	59.68%	53.83%	42.67%

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 16,624.30 万元、25,898.43 万元及 28,453.39 万元，占营业收入的比例分别为 42.67%、53.83%和 59.68%，呈现逐年上升的趋势，主要原因系：（1）馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，回款速度较慢；（2）公司主要客户为地方政府、事业单位及政府投资平台，受内部审批流程、整体财政资金用途安排等因素综合影响，存在回款速度相对较慢的情形。由于上述原因，随着公司业务规模逐年扩大，公司应收账款规模逐年增长，并处于较高水平。

公司应收账款会计处理与项目进度的关系如下：

馆厅展示创意服务项目：

项目主要阶段	时间节点	款项支付情况	会计处理
第一阶段	签订合同	支付合同价款的 10%-30%	确认预收款
第二阶段	项目实施	按照项目进度支付进 度款	
第三阶段	项目验收	支付至合同价款的 70%-80%	确认营业收入
第四阶段	项目决算	支付至决算金额的 95%-97%	根据决算金额调整前 期收入确认金额
第五阶段	质保期满	支付剩余 3%-5%	确认收款

展览展示创意服务项目：

项目主要阶段	时间节点	结算	会计处理
第一阶段	签订合同	支付合同价款的 50%至 100%	确认预收款
第二阶段	闭展	支付合同价款的剩余金额	确认营业收入

（2）应收账款坏账计提情况

2019 年末及 2020 年末，公司应收账款坏账（适用新金融工具准则）情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日				2019 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备		账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
按单项评估 计提坏账准 备的应收账 款	1,411.25	4.96%	1,091.20	77.32%	148.24	0.57%	148.24	100.00%
按组合计提 坏账准备的 应收账款	27,042.15	95.04%	4,907.39	18.15%	25,750.19	99.43%	3,203.76	12.44%
其中：账龄 组合	27,042.15	95.04%	4,907.39	18.15%	25,750.19	99.43%	3,203.76	12.44%
合计	28,453.39	100.00%	5,998.59	21.08%	25,898.43	100.00%	3,352.00	12.94%

2018 年末，公司应收账款坏账（适用原金融工具准则）情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	比例
单项金额重大并单项计提坏账 准备的应收账款	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账 款	16,496.07	99.23%	1,847.62	11.20%
单项金额虽不重大但单项计提	128.24	0.77%	128.24	100.00%

项目	2018 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	比例
坏账准备的应收账款				
合计	16,624.30	100.00%	1,975.86	11.89%

截至 2020 年 12 月 31 日，公司按单项评估计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	账龄	预期信用损失率(%)	计提理由
深圳市沃特玛电池有限公司	56.24	56.24	3-4 年	100.00	公司破产
深圳市金立通信设备有限公司	45.00	45.00	4-5 年	100.00	公司破产
中盛光电源股份有限公司	27.00	27.00	3-4 年	100.00	公司破产
贵阳宏益房地产开发有限公司	20.00	20.00	4-5 年	100.00	预计无法收回
长葛鼎鸿园区建设发展有限公司	860.51	688.41	1 年以内	80.00	票据到期无法兑付、集团公司华夏幸福到期债务无法偿还
荣锐环球有限公司	32.62	32.62	3-4 年	100.00	预计无法收回
武汉岸房建筑工程有限公司	369.88	221.93	1-2 年	60.00	存在较多诉讼、预计部分无法收回
合计	1,411.25	1,091.20			

（3）应收账款账龄分析

①应收账款账龄

公司应收账款账龄表情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内（含 1 年）	11,597.15	40.76%	15,580.28	60.16%	10,261.56	61.73%
1-2 年（含 2 年）	8,854.51	31.12%	5,495.02	21.22%	3,568.84	21.47%
2-3 年（含 3 年）	4,305.38	15.13%	2,704.02	10.44%	1,987.35	11.95%
3-4 年（含 4 年）	2,141.88	7.53%	1,912.59	7.38%	806.56	4.85%
4-5 年（含 5 年）	1,425.06	5.01%	206.52	0.80%	-	-
5 年以上	129.43	0.45%	-	-	-	-
合计	28,453.39	100.00%	25,898.43	100.00%	16,624.30	100.00%

报告期内，公司 2 年内应收账款账面余额占比分别为 83.20%、81.38%及 71.88%，报告期内逐年下降主要系 A、馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，回款速度较慢，符合行业特点；B、公司主要客户为地方政府、事业单位及政府投资平台，受地方政府财政拨款因素影响，具体支付时间需要由政府部门的内部审

批流程、整体财政资金用途安排等因素综合决定，存在回款速度相对较慢的情形。

报告期内，公司1年以内应收账款逐年下滑的主要原因为：A、馆厅类客户回款较慢所致。馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，且主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，受项目审计时间长、机构及主管人员变动、内部审批流程、整体财政资金用途安排等多因素综合影响，回款速度较慢，付款周期一般较长；B、公司回款较好的展览展示创意业务收入比重报告期内逐渐下降。

②报告期内坏账实际核销情况

报告期内公司没有坏账实际核销的情况。

③同行业可比公司坏账计提政策对比情况

报告期内，公司各期末应收账款计提政策与同行业可比公司对比情况如下：

2018年（执行新金融工具准则前）：

项目	风语筑	华凯创意	丝路视觉	易尚展示	公司
1年以内（含1年）	5.00%	5.00%	1.00%	5.00%	5.00%
1-2年	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
2-3年	30.00%	30.00%	50.00%	30.00%	30.00%
3-4年	50.00%	50.00%	100.00%	100.00%	50.00%
4-5年	80.00%	80.00%			80.00%
5年以上	100.00%	100.00%			100.00%

注：同行业可比公司数据源于其公布的年度报告。

2019年、2020年（执行新金融工具准则后）：

项目	风语筑	华凯创意	丝路视觉	易尚展示	公司
1年以内（含1年）	5.00%	5.00%	-	5.00%	5.00%
1-2年	10.00%	10.00%	-	25.00%	10.00%
2-3年	30.00%	30.00%	-	40.00%	30.00%
3-4年	50.00%	50.00%	-	50.00%	50.00%
4-5年	80.00%	80.00%	-	60.00%	80.00%
5年以上	100.00%	100.00%	-	100.00%	100.00%

注：同行业可比公司数据源于其公布的年度报告。执行新金融工具准则后，丝路视觉未披露坏账准备计提比例。

与同行业可比公司对比，公司坏账计提比例均处于同行业上市公司区间内，不存在重大差异。

（4）逾期一年以上应收账款情况

公司存在逾期 1 年以上应收账款，主要受到工程审计决算周期长及客户回款慢的影响，符合行业特点。公司逾期客户多为政府单位、事业单位及国有公司，不存在被吊销营业执照、被列为失信被执行人或破产清算等情况，预计上述客户款项回收可能性较高。因此，公司依据坏账计提政策，根据信用风险特征组合计提了坏账准备，并已采取相关措施，积极回收上述应收账款。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：报告期内发行人逾期一年以上的应收账款坏账准备计提充分。

（5）报告期各期末前五大应收账款客户情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司应收账款前五大客户如下表所示：

单位：万元

客户名称	客户性质	应收账款余额	占比 (%)	坏账准备	账龄	期后回款金额 (注 1)	期后回款比例	单独计提坏账准备
中国建筑股份有限公司 (注 2)	国企	2,325.95	8.17	116.30	1 年以内	166.00	7.14%	否
合肥滨投文化创意发展有限公司	国企	1,520.84	5.35	152.08	1-2 年	-	-	否
惟邦营造建筑设计 (北京) 有限公司	民企	1,430.14	5.03	143.01	1-2 年	-	-	否
青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会	政府	1,344.46	4.73	403.34	2-3 年	-	-	否
道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	事业单位	1,239.00	4.35	370.62	2-3 年	150.00	12.11%	否
合计		7,860.39	27.63	1,185.35	-	316.00	4.02%	

注 1：期后回款金额统计至 2021 年 5 月 31 日，下同；

注 2：中国建筑股份有限公司包括中国建筑第七工程局有限公司、中建三局武汉光谷投资发展有限公司和中建科工集团有限公司，三家公司同受中国建筑股份有限公司控制，合并披露。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款前五大客户如下表所示：

单位：万元

客户名称	客户性质	应收账款余额	占比 (%)	坏账准备	账龄	期后回款金额	期后回款比例	单独计提坏账准备
惟邦营造建筑设计 (北京) 有限公司	民企	2,093.84	8.08	104.69	1 年以内	426.00	20.35%	否
兴安县文物局	事业单位	1,773.64	6.85	88.68	1 年以内	1,158.00	65.29%	否
合肥滨投文化创意发展有限公司	国企	1,745.74	6.74	70.10	1 年以内	27.11	1.55%	否
青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会 (注)	政府	1,644.46	6.35	164.45	1-2 年	300.00	18.24%	否

客户名称	客户性质	应收账款余额	占比(%)	坏账准备	账龄	期后回款金额	期后回款比例	单独计提坏账准备
陕西建工集团有限公司	国企	1,435.88	5.54	407.99	2-3 年	306.00	21.31%	否
合计		8,693.57	33.56	835.91		2,217.11	25.50%	

注：大沽河博物馆项目原合同签订方为胶州市少海发展管理处、胶州市文化广电新闻出版局，后权利义务转移至青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会，下同。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应收账款前五大客户如下表所示：

单位：万元

客户名称	客户性质	应收账款余额	占比(%)	坏账准备	账龄	期后回款金额	期后回款比例	单独计提坏账准备
中卫市启源房地产开发有限公司	国企	2,340.40	14.08	117.02	1 年以内	1,721.85	73.57%	否
青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会	政府	1,644.46	9.89	82.22	1 年以内	300.00	18.24%	否
道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	事业单位	1,384.70	8.33	69.24	1 年以内	295.70	21.35%	否
陕西建工集团有限公司	国企	1,354.69	8.15	135.47	1-2 年	224.82	16.60%	否
广东省罗浮山风景名胜区政府管理委员会	政府	1,160.39	6.98	348.12	2-3 年	-	-	否
合计		7,884.65	47.43	752.06		2,542.37	32.24%	

受客户决算审计周期、财政预算、审批流程等影响，应收账款前五名账龄存在超过 1 年的情况，期后回款比例较低。前五名客户主要为政府、事业单位及大型国企，以上客户资信良好且经营正常，不存在偿债能力异常的情况，无需单独计提坏账准备。

报告期各期末，公司前五名应收账款账面余额分别为 7,884.65 万元、8,693.57 万元及 6,759.32 万元，占全部应收账款余额的比例分别为 47.43%、33.56%及 23.76%。报告期内，公司客户主要为政府事业单位、政府投资平台及知名企业，资信状况良好，应收账款无法收回的可能性较小。

（6）应收账款周转率

①报告期内，公司应收账款周转率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
应收账款余额	28,453.39	25,898.43	16,624.30
应收账款平均余额	27,175.91	21,261.37	13,848.51

项目	2020 年	2019 年	2018 年
应收账款平均余额增长率	27.82%	53.53%	52.84%
营业收入	47,679.41	48,111.53	38,961.08
营业收入增长率	-0.90%	23.49%	10.47%
应收账款周转率	1.75	2.26	2.81

2018 至 2020 年，公司应收账款周转率逐年降低，主要原因系公司馆厅展示创意服务收入增长较快，而该项业务受行业大环境影响，回款速度较慢，因而公司应收账款周转率逐年下降。报告期内公司馆厅业务收入分别为 26,496.98 万元、39,010.85 万元和 43,236.64 万元，复合增长率为 27.74%，馆厅业务收入占比较高且逐年增长，馆厅业务具有单项合同金额大、施工周期长、结算周期长等特点；公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，受项目审计时间长、机构及主管人员变动、内部审批流程、整体财政资金用途安排等多因素综合影响，回款速度较慢，付款周期一般较长，导致应收账款逐年增加。

②报告期内，公司同行业可比公司应收账款周转率情况如下：

单位：次/年			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	1.60	1.76	1.81
华凯创意	0.39	1.10	1.21
易尚展示	1.46	1.71	2.63
丝路视觉	1.98	1.89	2.20
平均值	1.36	1.62	1.96
公司	1.75	2.26	2.81

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

报告期内，同行业可比公司平均应收账款周转率呈逐年下降趋势，与公司应收账款周转率基本一致，发行人生产经营未发生重大不利变化。

报告期内，发行人应收账款周转率分别为 2.81 次/年、2.26 次/年和 1.75 次/年，呈逐年下降趋势，主要系受到行业特点及环境影响，整个行业工程款支付进度普遍趋慢，与同行业可比上市公司趋势一致，且优于同行业可比公司平均水平。公司应收账款周转率高于行业平均值，主要系公司主营业务之一展览展示创意服务应收账款金额较少，应收账款周转率高。

（7）应收账款余额占营业收入比例分析

报告期内公司应收账款余额占营业收入的比例及同行业可比公司相关比例

如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
风语筑	69.01%	62.08%	61.02%
华凯创意	212.95%	99.57%	76.18%
易尚展示	71.19%	64.26%	49.26%
丝路视觉	42.67%	64.10%	52.68%
平均值（剔除华凯创意）	60.96%	63.48%	54.32%
发行人	59.68%	53.83%	42.67%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得，华凯创意由于业务转型，数据可比性较差，因此剔除。

报告期内，公司应收账款余额占营业收入的比例分别为 42.67%、53.83%和 59.68%，随着公司销售规模的整体增长而逐年上升。公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企，受其内部审批流程、整体财政资金用途安排等因素综合影响，回款速度较慢，付款周期一般较长。受客户付款周期的影响，应收账款占收入比例与公司业务规模相匹配，略低于同行业可比公司平均水平，符合公司实际情况，具有合理性。

（8）发行人不存在通过放松信用政策刺激销售的情形

①前五大客户及前五大新增客户的销售结算模式及信用政策

项目	序号	客户名称	销售结算模式	信用政策
2020 年前五大客户	1	中国建筑第七工程局有限公司	银行汇款	工程按进度付款，完工付至 75%，验收合格支付至 85%，决算后支付至 95%，剩余 5%作为质保金，质保期满后支付。
		中建科工集团有限公司	银行汇款	预付款 10%，工程按进度付款支付至 80%，竣工决算后支付至 94%，6%质保金在质保期满后支付。
		中建三局武汉光谷投资发展有限公司	银行汇款	预付款 20%，工程按进度付款，竣工验收合格支付至 80%，结算完成支付至 97%，3%作为工程保修金。
	2	国核示范电站有限责任公司	银行汇款	预付款 10%，工程进度款支付到合同总价的 85%发包人开始止付，双方办理完工程竣工结算后支付至 97%，质保金 3%验收合格后 2 年支付。
	3	扬中绿洲新城实业集团有限公司	银行汇款	预付款 30%，隐蔽工程完成多媒体进场前支付合同价的 30%，验收后至合同价的 70%，审计结束付至审计价的 97%，余款 3%质保期 2 年后付清。
	4	用友网络科技股份有限公司	银行汇款	预付款 50%，工程竣工验收合格结算后支付至结算金额的 97%，质保金 3%自竣工验收后 1 年支付。
2020 年前五大新增客户	5	洛阳市地方史志办公室	银行汇款	工程按进度付款，完工付至 70%，验收合格支付至 80%，决算后支付至 97%，剩余 3%作为质保金，质保期满后支付。
	1	汤臣倍健股份有限公司	银行汇款	工程竣工验收后付至 80%，决算后付至 95%，剩余 5%作为质保金，质保期满后支付。
2019 年前五大客户	1	合肥滨投文化创意发展有限公司	银行汇款	施工过程中按月支付已完工程量的 70%。验收后支付至已完工程量的 85%，结算后付至定案价的 97%，

项目	序号	客户名称	销售结算模式	信用政策
				剩余 3%工程款作为质保金，保修期为两年。
	2	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	银行汇款	预付款 15%，竣工验收合格后支付至合同额的 85%，结算审核后支付至结算价款 95%，质保金 5%，质保期两年。
	3	南宁园博园管理中心	银行汇款	按月支付进度款，支付限额为已完成工程量的 90%。工程完工验收达到质量要求，结算经财政审计或审计部门审定后，工程款支付至结算总价的 97%，质保金 3%自竣工验收合格之日起算 2 年。
	4	武汉旅游发展投资集团有限公司	银行汇款	预付款 50%，装饰工程完成、多媒体硬件进场调试完成后支付合同总金额的 30%，开馆试运营前支付合同总金额的 5%，验收合格后支付合同总金额的 5%，审计结束后支付最终审计价的 5%，余款 5%质保金，期限 1 年。
	5	兴安县文物局	银行汇款	验收合格后支付至合同价的 80%，审计部门审定后支付至结算总价的 97%；质保金 3%。
2019 年度 前五大新增客户	1	榆林市文化广电新闻出版局	银行汇款	预付 25%，进度款付至 80%，验收审计后付至 95%，剩余 5%作为质保金，质保期满后支付。
	2	文山州鼎创建设工程有限责任公司	银行汇款	预付 10%，验收付至 85%，决算付至 95%，剩余 5%作为质保金，质保期满后支付。
2018 年前 五大客户	1	中卫市启源房地产开发有限公司	银行汇款	按照政府资金计划拨付工程款，工程竣工前工程款支付不超过完成产值的 70%，工程竣工验收合格且审计结算后付至 97%，3%质保金在质保期满后的两年内付清。
	2	青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会	银行汇款	预付款 15%，进度款经发包人审核后支付至完成工作量的 80%，审计部门审计后支付至审计确认总造价的 95%，质保金 5%工程竣工满 2 年后支付。
	3	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	银行汇款	预付款 30%，进度款支付至工程量的 80%；验收合格后付至完工量的 90%；工程结算审核后根据审定价扣除 5%质保金后支付至 95%工程款；质保期为 1 年。
	4	道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	银行汇款	第一期工程竣工验收合格后支付合同暂定总价的 30%，整体工程竣工验收合格后 15 个月内，支付至工程合同总价款的 95%，5%的质保金 2 年后支付完毕。
	5	振石控股集团有限公司	银行汇款	预付款 30%，每月完成工程量的 80%支付进度款，工程完工支付至合同价的 90%；通过客户的内部验收后支付至结算价的 95%；余款 5%为保修金，质保期 2 年。

公司主要为文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务，其中馆厅创意项目呈现单个项目合同金额较大且该类客户一般不存在重复采购建设的情况，故公司各期前五大客户和前五大新增客户重合度较高，且均为馆厅创意业务项目。

公司获取项目时通常与客户就具体项目进行谈判，确定项目的信用政策，单个项目的信用政策确定与该项目的地理位置、难易程度、竞争程度相关，属于市场行为。客户在选择公司作为服务商时，首先考虑的因素是公司提供的服务质量能否达到项目整体设计要求，付款进度通常是属于在确定项目合作的情

况下下一步协商的内容，并且通常客户在付款进度上话语权较大，一般预付为10%-30%，验收时付款至70%-80%，结算后支付至95%-97%，质保款付至100%，公司不存在通过放宽信用政策刺激销售的情形。

（9）报告期各期末应收账款累计期后回款情况

截至2021年5月31日，报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应收账款原值	28,453.39	100.00%	25,898.43	100.00%	16,624.30	100.00%
坏账计提金额	5,998.59	21.08%	3,352.00	12.94%	1,975.86	11.89%
期后累计回款	3,542.27	12.45%	8,928.07	34.47%	8,473.60	50.97%

公司主要业务馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，决算时点为公司应收账款的主要回款节点，且客户在项目审计决算金额未确定之前，付款意愿不强。而项目决算后，受公司主要客户政府、事业单位、大型国企等内部审批流程、整体财政资金用途安排等因素综合影响，付款周期一般较长，因此总体回款较慢。

公司应收账款坏账准备未能覆盖未回款的应收账款金额，但由于公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等信誉较好、实力较强的优质客户，实际发生坏账损失的可能性较低，因此，坏账准备能够覆盖未回款应收账款预期信用损失。

（10）账龄1年以内应收账款逐年下滑的原因，新冠疫情对发行人客户的影响

报告期内公司账龄1年以内应收账款的情况如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	11,597.15	40.76%	15,580.28	60.16%	10,261.56	61.73%
1年以上	16,856.25	59.24%	10,318.15	39.84%	6,362.75	38.27%
合计	28,453.39	100.00%	25,898.43	100.00%	16,624.30	100.00%

报告期内，公司1年以内应收账款逐年下滑的主要原因为：①馆厅类客户回款较慢所致。馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，且主要客户为政府、事

业单位、大型国企及民企等，受项目审计时间长、机构及主管人员变动、内部审批流程、整体财政资金用途安排等多因素综合影响，回款速度较慢，付款周期一般较长；②公司回款较好的展览展示创意业务收入比重报告期内逐渐下降。

公司馆厅展示创意业务呈现单个客户合同金额较大、客户数量相对较少的特点，相关客户主要为政府、事业单位、大型国企及民企等信誉较好、实力较强的客户，相关款项的回收风险较低。公司展览展示创意业务呈现单个客户合同金额小、客户数量较多的特点，相关客户主要为有对外宣传、营销等参展需求的民企、国企及事业单位，包括众多世界 500 强、中国 500 强企业，企业信誉资质较高，且该业务预付款比例较高，项目周期短，回款较好。

因此，公司客户类型里中小客户主要为展览展示创意业务类客户，2020 年受新冠疫情影响，公司展览展示服务业务收入下滑，特别是境外展会大面积取消或延期。而公司展览展示创意业务客户主要为境内客户，随着国内疫情逐步控制，相关款项的回收风险未发生重大变化。

截至 2020 年 12 月 31 日，中小客户应收账款坏账准备计提情况及期后回款情况如下：

单位：万元			
项目	账面余额	计提的坏账准备	期后回款金额
中小客户应收账款	1,083.04	221.93	699.85

公司已对中小客户按账龄计提坏账准备，应收账款坏账准备计提充分。

（11）应收账款逾期情况

①逾期计算口径

公司销售合同未约定具体账期，仅约定具体的付款时点及付款比例（重要的节点包括：合同签订后、验收后、决算后及质保期满）。而公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，在相关合同节点拥有收款权利后，考虑该类客户的付款审批流程较长，需要的审批及付款时间通常在 1 个月内，故将验收、决算及质保期满后 1 个月客户尚未支付的款项作为逾期款项。

②逾期金额、比例及账龄

报告期各期末，公司应收账款逾期金额如下表所示：

单位：万元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
应收账款余额	28,453.39	25,898.43	16,624.30
逾期应收账款	13,403.31	12,241.86	6,760.43
逾期金额占比	47.11%	47.27%	40.67%

报告期各期末，公司应收账款逾期账龄如下表所示：

单位：万元

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	4,207.92	31.39%	7,183.36	58.68%	4,587.04	67.85%
1-2年	5,388.62	40.20%	3,418.64	27.93%	1,459.82	21.59%
2-3年	2,348.38	17.52%	1,095.72	8.95%	544.14	8.05%
3年以上	1,458.39	10.88%	544.14	4.44%	169.42	2.51%
合计	13,403.31	100.00%	12,241.86	100.00%	6,760.43	100.00%

报告期内，公司应收账款逾期金额占应收账款余额比例分别为 40.67%、47.27%及 47.11%，其中大部分金额系由于公司尚未与客户完成结算，客户付款意愿不强，没有按照合同约定支付公司验收款项。

③主要对象和逾期时间、逾期应收账款账龄情况、坏账准备计提

单位：万元

对象	账龄	2020年12月31日			2019年12月31日			2018年12月31日		
		应收账款	占比(%)	坏账准备	应收账款	占比(%)	坏账准备	应收账款	占比(%)	坏账准备
政府	1年以内	778.11	22.12	40.86	60.23	1.85	10.87	2,672.48	78.83	145.57
	1-2年	58.75	1.67	18.33	2,476.90	76.10	249.28	184.82	5.45	33.29
	2-3年	2,022.32	57.50	608.29	184.82	5.68	73.95	532.91	15.72	186.52
	3年以上	657.73	18.70	503.89	532.91	16.37	306.43	-	-	-
	小计	3,516.90	100.00	1,171.38	3,254.86	100.00	640.54	3,390.21	100.00	365.37
事业单位	1年以内	483.00	27.86	35.18	1,651.18	82.36	99.75	420.05	45.87	34.23
	1-2年	1,214.54	70.05	134.77	222.02	11.07	43.87	495.73	54.13	184.11
	2-3年	-	-	-	131.63	6.57	39.49	-	-	-
	3年以上	36.27	2.09	36.27	-	-	-	-	-	-
	小计	1,733.81	100.00	206.21	2,004.83	100.00	183.11	915.78	100.00	218.34
国企	1年以内	1,521.44	30.64	235.54	2,880.91	67.59	194.27	1,199.43	62.24	83.44
	1-2年	2,474.47	49.84	325.37	653.62	15.33	136.82	727.76	37.76	72.78
	2-3年	267.57	5.39	80.27	727.76	17.07	218.33	-	-	-
	3年以上	701.65	14.13	352.38	-	-	-	-	-	-
	小计	4,965.13	100.00	993.56	4,262.29	100.00	549.42	1,927.19	100.00	156.22
民企	1年以内	1,425.38	44.72	87.57	2,591.03	95.26	141.82	295.08	55.97	23.36
	1-2年	1,640.87	51.48	180.70	66.11	2.43	18.29	51.52	9.77	41.21
	2-3年	58.48	1.83	29.33	51.52	1.89	51.52	11.23	2.13	3.37
	3年以上	62.75	1.97	60.50	11.23	0.41	5.62	169.42	32.13	135.54
	小计	3,187.48	100.00	358.09	2,719.89	100.00	217.24	527.25	100.00	203.48
合计		13,403.31		2,729.25	12,241.86		1,590.31	6,760.43		943.41

④期后回款情况

截至 2021 年 5 月 31 日，公司逾期应收账款期后回款金额如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
逾期应收账款 (A)	13,403.31	12,241.86	6,760.43
期后回款金额 (B)	1,741.86	2,928.09	2,945.46
期后回款占逾期应收账款比例 (B/A)	13.00%	23.92%	43.57%
其中：付款方与客户不一致金额 (C)	157.97	393.20	654.92
占比 (C/A)	1.18%	3.21%	9.69%

公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，受项目审计时间长、机构及主管人员变动、内部审批流程、整体财政资金用途安排等多因素综合影响，回款速度较慢，付款周期一般较长。

公司期后回款存在付款方与客户不一致的情况，主要为第三方回款所致，包括国库统一支付与客户关联支付等情况。

(12) 1 年以上应收账款情况

报告期内公司 1 年以上应收账款账面余额情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	11,597.15	40.76%	15,580.28	60.16%	10,261.56	61.73%
1 年以上	16,856.25	59.24%	10,318.15	39.84%	6,362.75	38.27%
合计	28,453.39	100.00%	25,898.43	100.00%	16,624.30	100.00%

①未收回的原因

报告期各期末 1 年以上应收账款未收回的主要原因为：公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，受项目审计时间长、机构及主管人员变动、内部审批流程、整体财政资金用途安排等多因素综合影响，回款速度较慢，付款周期一般较长；同时部分项目最终客户尚未完成对总包方的结算，总包方未与公司结算，需等到总包方结算完成后再支付剩余款项。

②对应项目和客户具体情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司账龄在 1 年以上余额大于 200 万元的应收账

款对应项目和客户具体情况如下：

单位：万元

客户名称	客户性质	主要项目	1年以上应收账款余额	账龄	已计提坏账准备金额	未回款原因	期后回款	2021年回款计划
合肥滨投文化创意发展有限公司	国企	中国国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	1,520.84	1-2年	152.08	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算时间回款
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	民企	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	1,430.14	1-2年	143.01	期间发行人提起仲裁导致周期延长，后续双方签订和解协议并安排落实后续事宜。	-	根据结算目标时间，预计12月之前部分回款
青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会	政府	大沽河博物馆	1,344.46	2-3年	403.34	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算目标时间，预计12月之前部分回款
南宁园博园管理中心	事业单位	南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	1,153.47	1-2年	115.35	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算目标时间，预计12月之前部分回款
道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	事业单位	中华仡佬族博物馆布展和装饰装修工程	1,239.00	2-3年	370.62	受政府财政预算影响，付款流程冗长	150.00	预计12月之前部分回款
陕西建工集团有限公司	国企	咸阳市市民文化中心文化场馆工程科技馆装修、布展工程	1,224.88	1-4年	576.00	客户作为总包方，根据业主方付款进度支付公司款项	95.00	根据业主方付款进度支付公司款项，预计12月之前部分回款
广东省罗浮山风景名胜区管理委员会	政府	葛洪博物馆	1,160.39	4-5年	928.31	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算目标时间，预计10月之前部分回款
苏州白马涧旅游发展有限公司	国企	苏地2016-WG-19号南地块生命健康小镇会客厅布展深化设计与施工项目	629.09	1-2年	62.91	项目审计周期较长，客户付款流程较慢。	-	根据结算目标时间，预计7月之前部分回款
文山州鼎创建设工程有限公司	民企	麻栗坡县英雄老山文旅项目室内设计、展陈施工	700.00	1-2年	70.00	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算时间回款
中卫市启源房地产开发有限公司	国企	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工	618.55	1-3年	146.61	质保款	-	预计12月之前部分回款

客户名称	客户性质	主要项目	1年以上应收账款余额	账龄	已计提坏账准备金额	未回款原因	期后回款	2021年回款计划
兴安县文物局	事业单位	兴安县灵渠展示中心（兴安县博物馆）陈列布展工程项目	519.69	1-2年	51.97	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算目标时间，预计10月之前部分回款
新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	国企	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	573.80	2-3年	172.14	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算目标时间，预计12月之前部分回款
贵州乌当经济开发区建设投资有限公司	国企	贵州苗医药博物馆	429.56	3-4年	214.78	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算时间回款
柳州市投资控股有限公司	国企	柳州市工业博物馆“柳州企业风采馆”（一期）总承包（EPC）	364.53	1-2年	36.45	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算目标时间，预计10月之前部分回款
武汉岸房建筑工程有限公司	国企	新道全球智慧教育体验中心施工	369.88	1-2年	221.93	客户资金问题，拖延付款。	-	已诉讼
延安大数据运营有限公司	国企	延安华为云计算数据中心展厅	321.09	1-2年	32.11	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算目标时间，预计10月之前部分回款
上海张江文化传媒有限公司	国企	张江国际众创服务平台项目	324.53	2-4年	151.74	项目审计周期较长，结算未完成。	-	根据结算目标时间，预计7月之前部分回款
绍兴金柯桥科技城开发建设投资有限公司	国企	浙江千人计划绍兴产业园（绍兴金柯桥科技城）智慧展示馆布展设计、施工一体化	257.05	1-2年	25.70	项目审计周期较长，结算未完成。	101.26	根据结算目标时间，预计7月之前部分回款
安康市移民（脱贫）搬迁博物馆	事业单位	安康移民（脱贫）搬迁博物馆	281.05	2-3年	84.32	质保款	150.00	根据结算目标时间，预计7月之前部分回款
三台县文物管理所	事业单位	三台博物馆深化设计与施工一体化布展服务采购项目	205.02	1-2年	20.50	项目审计周期较长，结算未完成。	17.56	根据结算目标时间，预计7月之前部分回款

注：期后回款截至2021年5月31日。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司 1 年以上应收账款客户主要为事业单位和国企。截至招股说明书签署日，除发行人通过法律途径起诉武汉岸房建筑工程有限公司及贵阳中医药大学催收应收款项外，与其他客户均不存在纠纷或潜在纠纷。公司制定了回款计划，由业务人员通过电话、现场等方式进行催收，并持续跟踪客户的经营情况，积极落实回款计划。上述应收账款主要客户除武汉岸房建筑工程有限公司单项计提坏账准备外，均经营正常。公司 1 年以上应收账款客户不存在偿债能力异常情况，公司严格按照坏账计提政策计提坏账准备，不存在经营困难无法偿债导致需要单项计提坏账准备的情况，报告期各期末公司应收账款坏账准备计提充分。

③应收账款减值测试的过程

公司 1 年以上主要应收账款客户中事业单位和国企占比较高，以上单位均有良好的信誉，不存在偿债能力异常的情况。报告期各期末公司应收账款坏账准备计提充分。

2018 年度，公司应收账款采用实际损失模型，根据单项评估和组合评估的方式确定减值损失。公司将期末余额前五名的应收款项作为单项金额重大的判断标准，单项进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，如单项测试未发生减值的应收款项，再按组合方式计提应收账款的减值准备。运用组合方式评估坏账准备时，减值损失金额是根据具有类似信用风险特征的应收账款的以往损失经验，并根据反应当前经济状况的可观察值进行调整确定的。公司按照客户的款项性质和信用风险特征将应收账款划分为账龄组合，按账龄分析法计提坏账准备，账龄分析法下，计提比例为：

账龄	应收账款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00
1 至 2 年	10.00
2 至 3 年	30.00
3 至 4 年	50.00
4 至 5 年	80.00
5 年以上	100.00

2019 年 1 月 1 日起，公司执行新金融工具准则，对应收账款按照整个存续

期预期信用损失的金额计量应收账款坏账准备。公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。由于客户账龄的变动与预期信用损失变动同样存在紧密的关系，公司仍然以账龄为依据划分应收账款组合，相同账龄的客户具有类似预期损失率，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过迁徙率计算预期信用损失率，具体过程如下：

账龄	2016-2017 迁徙率	2017-2018 迁 徙率	2018-2019 迁徙率	平均迁 徙率	预期损失 率	预期损失率计 算过程
1 年以内 (A)	62.72%	50.80%	53.76%	55.76%	2.80%	$A*B*C*D*E*F$
1 至 2 年 (B)	76.19%	77.34%	74.88%	76.14%	5.03%	$B*C*D*E*F$
2 至 3 年 (C)	0.00%	60.86%	95.79%	52.22%	6.60%	$C*D*E*F$
3 至 4 年 (D)	12.32%	0.00%	25.61%	12.64%	12.64%	$D*E*F$
4 至 5 年 (E)	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	$E*F$
5 年以上 (F)	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	F

注：当年迁徙率等于上年末该账龄余额至下年末仍未收回的金额占上年末该账龄余额的比例。

公司运用迁徙率法计算预期损失率后，除 4 至 5 年无历史数据导致预期信用损失高于原坏账计提比例外，其他账龄区间的预期信用损失率低于原坏账计提比例，但自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则时，公司的客户类型较前期未发生重大变化，结合前瞻性考虑，并且基于谨慎性考虑，公司仍按原坏账计提比例确定应收账款的预期信用损失率，与同行业可比公司处理方式一致。

综上，报告内公司客户经营情况稳定，无偿债能力异常的情况，公司应收账款坏账准备计提充分。

(13) 单项计提坏账准备情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司应收账款单项计提坏账准备的情况：

单位：万元

客户名称	应收账款 余额	坏账准 备计提 比例(%)	单项计提 时间	得知客户破产 或应收账款无 法收回的时间	单项计提的具体 原因
深圳市沃特玛电池有限公司	56.24	100.00	2018 年	2018 年 4 月	客户公司破产
深圳市金立通信设备有限公司	45.00	100.00	2018 年	2018 年 12 月	客户公司破产
中盛光电能源股份有限公司	27.00	100.00	2018 年	2018 年 12 月	客户公司破产
贵阳宏益房地产开发有限公司	20.00	100.00	2019 年	2019 年 12 月	预计无法收回
长葛鼎鸿园区建设发展有限公司	860.51	80.00	2020 年	2020 年 12 月	票据到期无法兑 付、集团公司华夏

客户名称	应收账款余额	坏账准备计提比例(%)	单项计提时间	得知客户破产或应收账款无法收回的时间	单项计提的具体原因
					幸福到期债务无法偿还（注）
荣锐环球有限公司	32.62	100.00	2020年	2020年12月	预计无法收回
武汉岸房建筑工程有限公司	369.88	60.00	2020年	2020年12月	存在较多诉讼、预计部分无法收回
合计	1,411.25				

注：除长葛鼎鸿园区建设发展有限公司应收账款外，公司无其他与华夏幸福相关的应收账款。

公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等信誉较好、实力较强的客户，实际发生应收账款损失的可能性较低。除以上已单项计提坏账准备的客户外，报告期内其他客户生产经营和资信情况未发生重大不利变化，未单项计提坏账准备是合理的。公司在得知客户破产或其信用风险显著增加时即进行减值测试并单项计提坏账准备，坏账准备单项计提是及时、充分的。

（14）涉诉应收账款坏账准备情况

报告期内，公司所有涉诉的应收账款情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	起诉时间	诉讼金额	应收账款余额 (注1)	账龄 (注2)	坏账准备计提金额 (注3)	坏账准备计提比例(%) (注4)	基本情况
1	中盛光电能源股份有限公司	2018年	27.00	27.00	1-2年	27.00	100.00	已审结、强制执行中，已单项全额计提坏账准备
2	深圳市金立通信设备有限公司	2018年	45.00	45.00	0-3年	45.00	100.00	已审结、已单项全额计提坏账准备
3	深圳市奥拓电子股份有限公司	2018年	7 万美元	1.72 万美元	1年以内	0.09 万美元	5.00	已审结，截至2020年12月31日应收账款余额为0
4	灵石县住房保障和城乡建设管理局	2018年	397.26	391.79	1-4年	194.19	49.56	已审结，截至2020年12月31日应收账款余额为0
5	山东科瑞控股集团有限公司	2017年	36.08	51.52	1-2年	5.15	10.00	已审结、强制执行中，截至2020年12月31日已计提坏账准备41.26万
6	东平县道德文明建设领	2018年	210.30	170.26	3-4年	85.13	50.00	已审结，截至2020年12月

序号	客户名称	起诉时间	诉讼金额	应收账款余额 (注 1)	账龄 (注 2)	坏账准备计提 金额 (注 3)	坏账准备计提 比例(%) (注 4)	基本情况
	导小组							31 日余额 110.25 万元 未支付, 按账 龄全额计提坏 账准备
7	贵州以晴光 电集团有限公司	2018 年	10.00	10.00	1-2 年	1.00	10.00	已审结, 截至 2020 年 12 月 31 日应收账 款余额为 0
8	深圳市沃特 玛电池有限公司	2018 年	56.05	56.24	1-2 年	56.24	100.00	已单项全额计 提坏账准备
9	苏州协鑫集 成科技工业 应用研究院 有限公司	2020 年	88.00	1.60	1-2 年	0.16	10.00	已审结, 截至 2021 年 12 月 31 日余额 1.6 万元未支付, 按账龄计提坏 账准备
10	辽宁名舵新 能源科技有 限公司	2020 年	21.44	21.47	0-2 年	2.15	9.99	已审结、强制 执行中, 按账 龄计提坏账准 备
11	深圳沃德生 命科技有限公司	2020 年	3.72 万美元	0.19 万美元	0-2 年	0.02 万美元	8.92	已审结, 截至 2021 年 12 月 31 日余额 0.19 万美元 未支付, 按账 龄计提坏账准 备
12	惟邦营造建 筑设计(北 京)有限公司	2020 年	2,173.16	1,430.14	1-2 年	143.01	10.00	已和解(注 5)
13	海南海岛临 空产业集团 有限公司	2020 年	153.53	7.67	1 年 以内	0.38	5.00	已审结, 按诉 讼结果支付款 项
合计			3,290.13	2,225.73		560.16	25.17	

注 1: 应收账款余额系起诉当年末应收账款余额;

注 2: 账龄系该笔应收账款在起诉当年末账龄;

注 3: 坏账准备计提金额系起诉当年末坏账准备计提金额;

注 4: 坏账准备计提比例系该笔应收账款于起诉当年末坏账准备计提比例;

注 5: 惟邦营造建筑设计(北京)有限公司(以下简称“惟邦”)作为六枝记忆三线建设产业园(一期)建设项目展陈工程的总包方与发行人于 2017 年 3 月签订《展陈工程框架协议》, 在合同履行过程中, 双方因工程款支付、合同价格问题发生争议, 发行人于 2020 年 3 月 20 日提起仲裁, 要求按合同支付工程款, 惟邦于 2020 年 8 月 7 日提交了仲裁反请求申请书。后经协商, 双方签署和解协议, 于 2020 年 9 月 18 日撤销仲裁。

上述诉讼主要系公司向客户催收款, 公司对客户逾期付款等情况通过法律途径进行催收追缴工作, 对应收账款进行积极催收。截至 2020 年 12 月 31 日, 上述涉诉应收账款总体坏账计提情况如下表所示:

单位：万元

公司	2020 年末 应收余额	2020 年末 坏账计提金额	2020 年末 计提比例
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	1,667.84	166.78	10.00%
其他公司	322.55	282.55	87.60%
合计	1,990.39	449.33	22.57%

惟邦营造建筑设计（北京）有限公司已与公司和解，其已按照和解协议支付发行人款项 426 万元，不存在偿债能力异常的情况，公司按账龄计提坏账准备。除惟邦营造建筑设计（北京）有限公司外，公司涉诉应收账款坏账计提比例为 87.60%。

综上，公司涉诉应收账款坏账准备计提充分。

5、应收款项融资

2019 年 1 月 1 日起，公司执行新金融工具准则，将持有的符合条件的应收票据余额重分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产列报为“应收款项融资”，2019 年末及 2020 年末公司应收款项融资具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	491.12	708.00	-
商业承兑汇票	-	70.00	-
已贴现未到期商业承兑汇票	-	-	-
减：坏账准备	191.04	3.50	-
合计	300.08	774.50	-

6、预付款项

报告期各期末，公司预付款项分别为 1,206.02 万元、773.66 万元及 371.23 万元，占流动资产的比例分别为 2.44%、1.32%及 0.69%，主要为预付的工程、设备款等。

报告期内，公司预付款项前五名基本情况如下：

截至 2020 年 12 月 31 日，公司预付款项前五大供应商如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	2020 年 采购金额	期末 余额	占比	账龄
1	上海寰艺数码技术服务有限公司	平面制作	-	47.17	12.71%	1 年以内
2	上海向歌电子科技有限公司	音响设备	7.79	10.88	2.93%	1 年以内
3	四川博杰会展服务有限公司	搭建	-	10.17	2.74%	1 年以内
4	成都野茫文化传媒有限公司	策划咨询	-	9.90	2.67%	1 年以内
5	江西省启峰广告发展有限公司	平面制作	21.70	9.20	2.48%	1 年以内
合计			29.49	87.32	23.53%	

截至 2019 年 12 月 31 日，公司预付款项前五大供应商如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	2019 年 采购金额	期末 余额	占比	账龄
1	万永信息技术（上海）有限公司	多媒体软件	68.16	70.75	9.15%	1 年以内
2	定襄晟龙木雕模型艺术有限公司	场景	-	47.28	6.11%	1 年以内
3	上海朕杨建筑工程有限公司	装饰装修	15.41	32.21	4.16%	1 年以内
4	上海枫燊建筑劳务有限公司	装饰装修	375.72	30.24	3.91%	1 年以内
5	自贡众擎科技有限公司	展项	-	27.70	3.58%	1 年以内
合计			459.29	208.18	26.91%	

截至 2018 年 12 月 31 日，公司预付款项前五大供应商如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	2018 年 采购金额	期末 余额	占比	账龄
1	影钛宝迪信息工程技术（北京）有限公司	投影机	59.33	301.18	24.97%	1 年以内
2	上海龙宣数字科技有限公司	飞行影院	-	126.15	10.46%	1 年以内、1-2 年
3	重庆梅塞科贸有限公司	暖通	-	39.83	3.30%	1 年以内
4	上海梓影系统工程技术有限公司	投影机	32.33	39.46	3.27%	1 年以内
5	安徽省同源建筑工程有限公司	装饰装修	-	38.45	3.19%	1 年以内
合计			91.66	545.06	45.19%	

公司与报告期各期预付款项前五名不存在纠纷或潜在纠纷，不存在实质或潜在的关联关系。

（1）报告期各期末预付款项前五名与前五大供应商基本不重合的原因

公司报告期各期末预付款项前五名与前五大供应商基本不重合，主要原因系公司成本结构和各类供应商付款政策差异所致。报告期内，公司前五大供应商主要为专业分包类型供应商。公司单个馆厅项目合同金额较大，专业分包采购占比 30%-40%，且相应供应商较集中；设备采购占比 20-30%，因设备品类不同，需向不同供应商采购；制作占比 10%-20%，因定制化项目多样，有场景、平

面、模型、沙盘、动画、影片等，需向不同供应商采购。因此，公司前五大供应商基本集中在专业分包类型供应商。

报告期内，公司预付款项前五名主要为设备和制作供应商，主要系根据业务特性，公司对于上述供应商的付款条件优于专业分包供应商。通常情况下，合同约定向设备和制作供应商预付 50% 左右，供应商在收到公司预付款后组织设备及开始为公司个性化定制生产。而专业分包供应商通常在供应商进场施工前，公司才会支付相关预付款项，体现在财务报表上即预付金额较低。因此，公司预付款项前五名基本集中在设备和制作供应商。

综上，公司预付款项前五大与前五大供应商不一致具有合理性，符合公司成本结构、付款政策及行业特点。

（2）预付款项与各期采购金额和付款政策的匹配性

报告期内，公司预付款项与各期采购金额的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日
预付款项 (A)	371.23	773.66	1,206.02
采购金额 (B)	16,788.42	25,217.21	23,201.03
比例 (A/B)	2.21%	3.07%	5.20%

报告期内，公司预付款项与采购金额的比例分别为 5.20%、3.07% 及 2.21%，报告期内呈现一定变动。2019 年、2020 年上述比例较低，主要原因系：①2019 年、2020 年公司展览展示创意服务业务规模下降，而展览展示创意服务的搭建供应商预付条件较好，使得相应预付款项减少；②公司 2019 年及 2020 年末，预付专业分包供应商金额较 2018 年度低，造成该比例较低。

报告期内，公司对于不同类型采购的付款政策不尽相同，通常情况下公司付款政策如下所示：

采购类型	付款政策
专业分包	预付 30% 左右，进度款付至 70%，验收付至 80-90%，决算 90-95%，质保期满 100%
设备	预付款 50%，到货款 60-70% 左右，质保期满 100%。

采购类型	付款政策
制作	预付款 50%，到货款 60-70%左右，质保期满 100%。
搭建	预付 50%，展期结束后一个月后 50%

在保持与行业基本一致的付款条件下，公司会综合考虑供应商报价、项目紧急度、与供应商合作关系等综合条件，与供应商签订合同，确定付款条件。综上，公司预付款项取决于多方面因素，公司预付款项与各期采购金额及付款政策相匹配。

7、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收账款明细如下：

单位：万元

款项性质	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
应收利息	-	-	-
其他应收款项	1,409.02	1,979.63	2,598.58
减：坏账准备	319.18	235.78	159.43
合计	1,089.83	1,743.84	2,439.15

其中其他应收款项余额按款项性质明细如下：

单位：万元

款项性质	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金保证金	1,371.14	97.31%	1,864.48	94.18%	1,723.30	66.32%
其他往来款	37.88	2.69%	115.15	5.82%	36.91	1.42%
应收退税款	-	-	-	-	838.36	32.26%
合计	1,409.02	100.00%	1,979.63	100.00%	2,598.58	100.00%

公司其他应收款主要系项目执行过程中的履约保证金、投标保证金及其他类型保证金。报告期各期末，公司押金保证金占其他应收款账面余额比例分别为 66.32%、94.18%及 97.31%。

2018 年末，公司应收退税款 838.36 万元主要系香港子公司申请的自 2015 年设立以来至 2017 年度香港利得税退税。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款项比例	坏账准备
苏州水木清华设计营造有限公司	保证金	259.80	2-3 年	18.44%	77.94
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	保证金	200.00	3-4 年	14.19%	100.00
雅安市名山区住房和城乡建设局	保证金	136.00	1 年以内	9.65%	6.80
怀来县城投农业开发有限公司	保证金	96.31	1 年以内	6.84%	4.82
六安市叶集区公共资源交易中心	保证金	80.00	1 年以内	5.68%	4.00
合计		772.11		54.80%	193.56

截至 2019 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款项比例	坏账准备
上海市浦东新区人民法院	保证金	323.38	1 年以内	16.34%	16.17
苏州水木清华设计营造有限公司	保证金	259.80	1-2 年	13.12%	25.98
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	保证金	200.00	2-3 年	10.10%	60.00
东北电力大学	保证金	140.00	1-2 年	7.07%	14.00
苏州市吴中区人民法院	保证金	125.70	1 年以内	6.35%	6.29
合计		1,048.88		52.98%	122.43

截至 2018 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款项比例	坏账准备
香港税务局	应收退税款	838.36	1 年以内	32.26%	-
苏州水木清华设计营造有限公司	保证金	259.80	1 年以内	10.00%	12.99
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	保证金	200.00	1-2 年	7.70%	20.00
东北电力大学	保证金	140.00	1 年以内	5.39%	7.00
中卫市启源房地产开发有限公司	保证金	124.56	1-2 年	4.79%	12.46
合计		1,562.72		60.14%	60.53

截至 2020 年 12 月 31 日，公司其他应收款不存在持有公司 5%以上表决权股份的股东单位欠款情况。

公司其他应收款占营业收入的比例与同行业可比公司的对比情况如下所示：

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	2.32%	3.33%	4.19%

公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
华凯创意	9.74%	3.17%	3.89%
易尚展示	4.77%	9.62%	4.11%
丝路视觉	2.17%	3.13%	5.23%
行业平均值	4.75%	4.81%	4.35%
宽创国际	2.29%	3.62%	6.26%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

报告期内，公司其他应收款占营业收入的比例分别为 6.26%、3.62%及 2.29%，行业平均值分别为 4.35%、4.81%及 4.75%，不存在明显差异。公司 2020 年度上述比例较低，主要系公司根据经营需要，对投标、履约保证金等资金采用了由第三方保险公司出具保函、保单替代银行保函或履约、投标保证金的支付，公司仅需支付相应的服务费给第三方保险公司，因此其他应收款金额较低。报告期内公司其他应收款占营业收入的比例与同行业不存在重大差异。

报告期各期末，公司及同行业可比公司其他应收款余额前五名占其他应收款余额的比例如下表所示：

公司	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
风语筑	60.03%	55.82%	55.16%
华凯创意	53.39%	44.32%	38.01%
易尚展示	67.34%	41.21%	79.52%
丝路视觉	32.87%	39.27%	50.83%
行业平均值	53.41%	45.16%	55.88%
宽创国际	54.80%	52.98%	60.37%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

报告期内，公司其他应收款余额前五名占其他应收款余额的比例分别为 60.37%、52.98%及 54.80%，集中度与行业平均值没有明显差异。报告期各期末，公司其他应收款的集中度与同行业可比公司不存在重大差异。

报告期各期末，公司及同行业可比公司其他应收款账龄结构如下所示：

公司其他应收款余额账龄结构如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	656.54	46.60%	904.58	45.69%	2,010.56	77.37%

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1-2 年	27.60	1.96%	768.35	38.81%	483.36	18.60%
2-3 年	450.79	31.99%	268.64	13.57%	37.05	1.43%
3 年以上	274.09	19.45%	38.05	1.92%	67.60	2.60%
合计	1,409.02	100.00%	1,979.63	100.00%	2,598.58	100.00%

风语筑其他应收款余额账龄结构如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	1,388.06	19.45%	1,950.29	23.44%	5,983.13	72.41%
1-2 年	864.34	12.11%	4,810.80	57.82%	1,312.26	15.88%
2-3 年	4,316.21	60.49%	675.34	8.12%	189.53	2.29%
3 年以上	567.31	7.95%	884.42	10.63%	777.89	9.41%
合计	7,135.92	100.00%	8,320.85	100.00%	8,262.81	100.00%

注：风语筑数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

华凯创意其他应收款余额账龄结构如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	708.79	41.34%	897.81	50.78%	906.94	39.57%
1-2 年	413.53	24.12%	337.28	19.08%	532.92	23.25%
2-3 年	327.08	19.08%	124.05	7.02%	306.01	13.35%
3 年以上	264.97	15.46%	408.98	23.13%	546.32	23.83%
合计	1,714.38	100.00%	1,768.13	100.00%	2,292.20	100.00%

注：华凯创意数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

易尚展示其他应收款余额账龄结构如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	2,398.18	42.04%	9,915.62	92.26%	4,699.10	93.59%
1-2 年	493.90	8.66%	675.93	6.29%	114.52	2.28%
2-3 年	2,723.20	47.74%	54.01	0.50%	68.64	1.37%
3 年以上	89.41	1.57%	101.38	0.94%	138.67	2.76%
合计	5,704.69	100.00%	10,746.94	100.00%	5,020.92	100.00%

注：易尚展示数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

丝路视觉其他应收款余额账龄结构如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	1,577.36	42.51%	1,561.03	35.43%	1,612.32	36.12%
1-2 年	543.94	14.66%	585.53	13.29%	2,147.20	48.11%
2-3 年	256.39	6.91%	1,589.66	36.08%	502.90	11.27%
3 年以上	1,333.03	35.92%	669.50	15.20%	200.96	4.50%
合计	3,710.72	100.00%	4,405.72	100.00%	4,463.39	100.00%

注：丝路视觉数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

报告期各期末，公司其他应收款账龄在 2 年以内占比情况如下表所示：

公司	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
风语筑	31.56%	81.25%	88.29%
华凯创意	65.47%	69.85%	62.82%
易尚展示	50.70%	98.55%	95.87%
丝路视觉	57.17%	48.72%	84.23%
行业平均值	51.22%	74.60%	82.80%
宽创国际	48.55%	84.51%	95.97%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

公司其他应收款主要系工程相关保证金，由于工期较长，回收时间较长，因此造成公司其他应收款账龄较长，其中报告期内账龄在 2 年以内的其他应收款占比分别为 95.97%、84.51%及 48.55%，行业平均值分别为 82.80%、74.60%及 51.22%，公司与行业平均值没有明显差异。

报告期各期末，公司其他应收款账龄分布如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	656.54	46.60%	904.58	45.69%	2,010.56	77.37%
1 年以上	752.48	53.40%	1,075.05	54.31%	588.02	22.63%
小计	1,409.02	100.00%	1,979.63	100.00%	2,598.58	100.00%
坏账准备	319.18		235.78		159.43	
合计	1,089.83		1,743.84		2,439.15	

报告期内，公司 1 年以上其他应收款余额分别为 588.02 万元、1,075.05 万元及 752.48 万元，占其他应收款余额比例分别为 22.63%、54.31%及 53.40%。

报告期内，公司其他应收款主要核算押金保证金（如投标保证金、施工保证金、履约保证金及汇票保证金等）、其他往来款及应收退税款等。报告期内，

公司 1 年以上其他未收回的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
尚未到期	713.43	94.81%	1,040.20	96.76%	588.02	100.00%
逾期未还	39.05	5.19%	34.86	3.24%	-	-
合计	752.48	100.00%	1,075.05	100.00%	588.02	100.00%

报告期各期末，公司 1 年以上其他应收款前五名及坏账计提情况如下：

1、截至 2020 年 12 月 31 日，发行人 1 年以上其他应收款前五名情况

单位：万元

序号	交易对手方名称	款项性质	1 年以上其他应收款余额	坏账准备	未收回原因	经营情况及偿债能力	是否有纠纷
1	苏州水木清华设计营造有限公司	履约保证金	259.80	77.94	尚在履约期，未退履约保证金	经营正常，具有偿债能力	否
2	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	履约保证金	200.00	100.00	尚在履约期，未退履约保证金	经营正常，具有偿债能力	已和解
3	中国建设银行股份有限公司	其他保证金	61.00	18.30	未退信用卡保证金，期后已退回	经营正常，具有偿债能力	否
4	南京市建筑业施工企业民工工资保障金管理办公室	农民工保证金	60.00	18.00	尚在履约期，未退履约保证金	事业单位	否
5	浙江省浦江县公证处保证金	其他保证金	39.00	11.70	尚在履约期，未退履约保证金	事业单位	否
合计			619.80	225.94			
1 年以上其他应收款余额			752.48				
前五名占比			82.37%				

2、截至 2019 年 12 月 31 日，发行人 1 年以上其他应收款前五名情况

单位：万元

序号	交易对手方名称	款项性质	1 年以上其他应收款余额	坏账准备	未收回原因	经营情况及偿债能力	是否有纠纷
1	苏州水木清华设计营造有限公司	履约保证金	259.80	25.98	尚在履约期，未退履约保证金	经营正常，具有偿债能力	否
2	惟邦营造建筑设计（北京）有	履约保证金	200.00	60.00	尚在履约期，未退履约保证	经营正常，具有偿债能	否

序号	交易对手方名称	款项性质	1 年以上其他应收款余额	坏账准备	未收回原因	经营情况及偿债能力	是否有纠纷
	限公司				金	力	
3	东北电力大学	履约保证金	140.00	14.00	尚在履约期，未退履约保证金，期后已收回	事业单位	否
4	三台县文物管理所	投标保证金	72.81	7.28	尚在履约期，未退履约保证金，期后已收回	事业单位	否
5	中国建设银行股份有限公司	信用卡保证金	61.00	6.10	未退信用卡保证金，期后已退回	经营正常，具有偿债能力	否
合计			733.61	113.36			
1 年以上其他应收款余额			1,075.05				
前五名占比			68.24%				

3、截至 2018 年 12 月 31 日，发行人 1 年以上其他应收款前五名情况

单位：万元

序号	交易对手方名称	款项性质	1 年以上其他应收款余额	坏账准备	未收回原因	经营情况及偿债能力	是否有纠纷
1	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	履约保证金	200.00	20.00	尚在履约期，未退履约保证金	经营正常，具有偿债能力	否
2	中卫市启源房地产开发有限公司	履约保证金	124.56	12.46	尚在履约期，未退履约保证金，期后已退回	经营正常，具有偿债能力	否
3	绍兴金珂桥科技城开发建设投资有限公司	履约保证金	80.80	8.08	尚在履约期，未退履约保证金，期后已退回	经营正常，具有偿债能力	否
4	泰禾云工程咨询有限公司（注）	投标保证金	22.00	11.00	双方有争议，诉讼中	经营正常，具有偿债能力	是
5	中建三局武汉光谷投资发展有限公司	投标保证金	20.00	6.00	尚在履约期，未退履约保证金	经营正常，具有偿债能力	否
合计			447.36	57.54			
1 年以上其他应收款余额			588.02				
前五名占比			76.08%				

注：截至 2020 年 12 月 31 日，公司关于泰禾云工程咨询有限公司的其他应收款已 100%计提坏账准备。

报告期内公司 1 年以上其他应收款主要为履约保证金、竣工保证金、投标保证金及关联方资金往来等，且交易对手方以政府单位或国有企业为主，经营状况较好，偿债能力较强。公司对其他应收款采用预期信用损失计提坏账准备，其他应收款坏账计提充分。

公司与泰禾云工程咨询有限公司（以下简称“泰禾云”）的投标保证金存在纠纷。2015年，公司参与贵州民族医药博物馆装饰工程招标，支付22万元投标保证金给泰禾云，后由于公司与客户贵阳中医药大学产生纠纷，详见招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为”，泰禾云拒绝归还投标保证金，公司将贵阳中医药大学起诉至法院，要求第三人泰禾云归还投标保证金。截至招股说明书签署日，上述款项尚未收回，但金额较低，对公司正常生产经营无重大不利影响。

8、存货

（1）存货构成分析

报告期各期末，公司存货账面价值如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
原材料	95.50	109.07	98.17
工程施工	12,964.02	20,503.35	19,716.75
存货账面余额	13,059.52	20,612.43	19,814.92
减：存货跌价准备	16.95	16.95	240.96
存货账面价值	13,042.56	20,595.47	19,573.96

公司存货主要包括原材料、未验收的馆厅展示创意服务项目及展览展示创意服务项目等。报告期各期末，公司存货账面价值分别为19,573.96万元、20,595.47万元及13,042.56万元。

①原材料

报告期内，公司原材料余额分别为98.17万元、109.07万元及95.50万元，占存货余额比例分别为0.50%、0.53%及0.73%，金额及占比较低。公司为提高资金使用效率，不设立集中仓库，项目所需物资统一由供应商发货到项目现场。期末原材料核算的系部分尚未使用的物资。

②工程施工

报告期内，公司工程施工余额分别为19,716.75万元、20,503.35万元及

12,964.02 万元，占存货余额比例分别为 99.50%、99.47%及 99.27%。工程施工主要核算的系公司尚未完成验收的馆厅展示创意服务项目及展览展示创意服务项目所实际发生的成本。

公司存货账面余额分类明细如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	95.50	0.73%	109.07	0.53%	98.17	0.50%
工程施工	12,964.02	99.27%	20,503.35	99.47%	19,716.75	99.50%
馆厅展示创意服务						
其中：专业分包	5,657.36	43.64%	8,957.40	43.46%	7,816.24	39.45%
设备	1,724.49	13.30%	4,212.07	20.43%	4,936.03	24.91%
制作	2,373.03	18.30%	2,727.68	13.23%	1,692.83	8.54%
人工	2,189.18	16.89%	3,095.40	15.02%	3,793.74	19.15%
其他	918.55	7.09%	1,256.20	6.09%	1,074.22	5.42%
小计	12,862.61	99.22%	20,248.75	98.24%	19,313.06	97.47%
展览展示服务						
其中：搭建费	29.16	0.22%	108.43	0.53%	206.97	1.04%
人工	0.50	0.00%	58.06	0.28%	100.37	0.51%
其他	4.34	0.03%	33.84	0.16%	43.22	0.22%
小计	33.99	0.26%	200.33	0.97%	350.56	1.77%
创意设计服务						
其中：人工	45.23	0.35%	36.82	0.18%	36.00	0.18%
其他	22.18	0.17%	17.45	0.08%	17.13	0.09%
小计	67.41	0.52%	54.27	0.26%	53.13	0.27%
合计	13,059.52	100.00%	20,612.43	100.00%	19,814.92	100.00%

报告期内，公司存货按项目进行核算，将项目在未达到交付状态前发生的施工成本进行归集，期末工程施工科目借方余额列示于财务报表存货科目。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司主要存货及其对应项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	客户名称	合同金额	存货金额
1	深圳（哈尔滨）产业园区展览馆项目展陈施工	深圳（哈尔滨）产业园投资开发有限公司	2,849.82	1,969.61
2	遂宁图书馆建设项目、遂宁市档案馆建设项目	遂宁发展投资集团有限公司	2,740.00	1,825.71
3	山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	山丹县科学技术协会	3,756.20	1,583.17
4	柯桥区非物质文化遗产馆装修及布展工程设计施工一体化	绍兴市柯桥区文化广电旅游局	2,300.13	1,199.59
5	商洛市城市规划展览馆多媒体软硬件及装饰布展和安装工程	苏州水木清华设计营造有限公司	1,990.03	1,180.52
合计			13,636.18	7,758.60

截至 2019 年 12 月 31 日，公司主要存货及其对应项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	客户名称	合同金额	存货金额
1	扬中市博物馆建设项目布展工程	扬中绿洲新城实业集团有限公司	3,183.02	1,602.03
2	用友数字企业馆设计施工项目	用友网络科技股份有限公司	3,084.15	1,467.73
3	山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	山丹县科学技术协会	3,756.20	1,461.94
4	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	中国建筑第七工程局有限公司	2,635.27	1,140.73
5	陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	陕西龙门钢铁有限责任公司	1,700.00	1,123.37
合计			14,358.64	6,795.80

截至 2018 年 12 月 31 日，公司主要存货及其对应项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	客户名称	合同金额	存货金额
1	南宁园博园项目展馆展陈工程—园林艺术馆展陈工程	南宁园博园管理中心	4,950.86	2,281.54
2	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	武汉旅游发展投资集团有限公司	4,000.00	1,572.84
3	用友数字企业馆设计施工项目	用友网络科技股份有限公司	3,084.15	1,412.54
4	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	4,753.97	1,287.70
5	陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	陕西龙门钢铁有限责任公司	1,700.00	1,081.81
合计			18,488.98	7,636.44

（2）存货跌价准备计提金额及比例

公司于报告期各期末对存货进行盘点，按存货成本与可变现净值孰低原则计提存货跌价准备。报告期内，公司计提及转销存货跌价准备的余额情况如下：

单位：万元

期间	期初数	本期增加	本期减少	期末数
2020 年 12 月 31 日	16.95	-	-	16.95
2019 年 12 月 31 日	240.96	16.95	240.96	16.95
2018 年 12 月 31 日	-	240.96	-	240.96

① 存货跌价准备计提的依据

各报告期末，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。对于工程施工成本，公司对预计工程总成本超过总收入（扣除相关税费）的工程项目，按照预计总成本超过总收入（扣除相关税费）的部分，计提存货跌价准备，在工程项目完工时，转销存货跌价准备。

② 存货跌价准备计提的具体方法

报告期各期末，公司针对所有存货项目涵盖馆厅展示创意服务业务、展览展示创意服务业务及创意设计服务业务，按单个项目进行减值测试。公司综合考虑存货在建项目的客户情况、施工进度、实施周期、合同资料、深化清单、项目预算执行情况等因素，以项目合同价格、深化清单等确认在建项目的预计收入减去项目至完工时预计还将发生的项目成本以及相关税费后的金额为基础，确认公司存货的可变现净值。当期末存货余额大于其可变现净值时，按差额计提存货跌价准备。

报告期公司存货跌价准备计提情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
存货余额	13,059.52	20,612.43	19,814.92
跌价准备计提金额	16.95	16.95	240.96
跌价准备计提比例	0.13%	0.08%	1.22%

报告期内，公司存货主要为在施工中的项目成本，对预计无法收回成本的项目已计提了存货跌价准备。

（3）存货周转率

报告期内，公司存货周转率与同行业相比如下：

单位：次/年

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	1.64	1.56	1.43
华凯创意	0.60	0.76	0.86
易尚展示	3.64	2.49	3.50
丝路视觉	21.22	27.84	34.38
平均值（剔除丝路视觉）	1.96	1.60	1.93
发行人	1.91	1.63	1.55

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。丝路视觉从事以 CG 技术为基础的数字视觉综合服务业务，无需进行大量产品储备，年末存货余额较低，周转率较高。为提高数据可比度，在行业平均值计算中，剔除了丝路视觉的异常影响。

报告期内，公司存货周转率分别为 1.55 次/年、1.63 次/年及 1.91 次/年，报告期内，公司存货周转率呈现上升趋势。

2018 年及 2019 年，公司存货周转率基本保持稳定。2020 年公司存货周转率有所上升，主要系由于受新冠疫情的影响，公司 2020 年度在建项目延期开工，整体工程量不及以前年度，造成 2020 年底公司存货余额下降较多，进而造成存货周转率有所上升。

公司存货周转率 2018 年和 2020 年低于行业平均值，主要原因系公司馆厅业务以验收作为收入确认时点，存货周期包括了施工周期和验收周期，使得公司存货周转率与同行业可比公司平均值相比略低。

（4）存货变动原因分析

公司存货余额受在手订单金额和项目实际施工进度影响，报告期各期末存货余额与存货对应的订单金额及全部在手订单金额的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
存货余额 (A)	13,059.52	20,612.43	19,814.92
存货对应的订单金额 (B)	45,538.59	58,603.78	59,631.81
期末全部在手订单金额 (C)	52,001.73	66,158.26	64,164.48
存货余额与存货对应的订单金额之比 (A/B)	28.68%	35.17%	33.23%
存货余额与期末全部在手订单金额之比 (A/C)	25.11%	31.16%	30.88%

2019 年末公司存货余额较 2018 年末略有上升，主要系当年新增工程量较多所致。受新冠疫情影响，2020 年度公司在建项目延期开工，新项目招投标受到

影响，整体工程量不及以前年度，导致 2020 年末存货余额较 2019 年末有所下降。综上，公司存货余额主要受当年施工工程量影响，具有合理性。

（5）各类存货期后累计结转金额及比例

截至 2021 年 5 月 31 日，报告期各期末公司存货期后累计结转情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
存货余额	13,059.52	20,612.43	19,814.92
期后结转金额	4,234.96	16,889.83	19,182.63
期后结转比例	32.43%	81.94%	96.81%

2018 年公司存货基本均已结转，2019 年末和 2020 年末存货受施工及验收周期影响，部分项目尚未验收。

（6）发行人存货计价方法，采取该方法的原因及合理性，是否有利于准确核算存货成本，与同行业可比公司是否存在差异

公司存货计价方法为：存货发出时，采取个别计价法确定其发出的实际成本。

公司主营业务为数字文化展示创意服务，为文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅及展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。公司使用的材料设备等均根据客户或项目需要进行采购，不同项目之间存在差异，公司按项目对成本进行归集核算，所以采用个别计价法，有利于准确核算存货成本。

同行业可比公司存货计价方法如下：

公司名称	存货计价方法
风语筑	发出存货采用个别计价法
华凯创意	发出存货采用月末一次加权平均法
丝路视觉	存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按个别认定法计价。
易尚展示	存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按月末一次加权平均法计价。

综上，公司存货计价方法符合《企业会计准则》的规定，采用个别计价法

符合公司业务模式，有利于准确核算成本，经与同行业可比公司对比，与风语筑、丝路视觉存货计价方法一致。

（7）存货库龄分布情况

报告期各期末，公司存货整体的库龄分布情况如下表所示：

单位：万元

库龄	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1 年以内	9,423.66	72.16	14,336.88	69.55	16,095.18	81.23
1-2 年	3,018.64	23.11	5,412.47	26.26	2,997.49	15.13
2-3 年	501.02	3.84	804.94	3.91	691.44	3.49
3 年以上	116.20	0.89	58.13	0.28	30.81	0.16
合计	13,059.52	100.00	20,612.43	100.00	19,814.92	100.00

受施工周期和验收时间的影响，发行人存货库龄主要集中在 2 年以内。通过查询同行业可比公司年报信息，相关公司未披露整体库龄情况，无法对比差异情况。

报告期各期末，公司存货原材料库龄分布情况如下表所示：

单位：万元

库龄	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
1 年以内	94.09	98.52	107.11	98.20	91.67	93.38
1-2 年	1.42	1.48	0.01	0.01	6.50	6.62
2-3 年	-	-	1.95	1.79	-	-
合计	95.50	100.00	109.07	100.00	98.17	100.00

公司原材料全部系为项目而采购，不存在物资储备的情况，一般在采购后即被项目领用，周转较快，故库龄基本在 1 年以内。

公司工程施工核算项目施工成本，包括专业分包、设备、制作费等，项目从施工开始到最终验收需要一段时间，公司按施工成本实际发生的时间统计库龄分布情况。

报告期各期末，公司存货工程施工项目库龄分布情况如下表所示：

单位：万元

库龄	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	9,329.57	71.97	14,229.77	69.40	16,003.51	81.17
1-2 年	3,017.22	23.27	5,412.46	26.40	2,990.99	15.17
2-3 年	501.02	3.86	802.99	3.92	691.44	3.51
3 年以上	116.20	0.90	58.13	0.28	30.81	0.16
合计	12,964.02	100.00	20,503.35	100.00	19,716.75	100.00

截至 2020 年 12 月 31 日，库龄超过 1 年的主要项目及原因分析如下所示：

单位：万元

项目名称	期末存货余额		库龄超过 1 年的原因	存在纠纷或潜在纠纷
	1 年以内	1 年以上		
山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	121.23	1,461.94	客户未按合同约定按期支付工程进度款，并未确认合同清单内规划馆部分方案，导致项目尚未验收	否
商洛市城市规划展览馆多媒体软硬件及装饰布展和安装工程	265.44	915.08	客户尚未对展馆整体项目进行整体竣工验收，因此无法对公司承做的展示系统项目进行单项验收，从而影响竣工验收时间	否
遂宁图书馆建设项目、遂宁市档案馆建设项目（党史党建馆、档案馆、地方志馆）	1,530.12	295.59	客户尚无合适党史馆的文物，导致项目延期	否
平顶山银行金融数字体验馆设计施工一体化工程	45.61	225.70	客户在项目实施过程中对方案进行多次调整，后因客户领导更换未及时确认相关方案，导致工期延长	否
弘阳集团上海总部品牌馆设计施工一体化项目	-	156.76	根据客户要求直接以结算书作为项目移交的条件，项目目前尚未结算完毕	否
灵宝金街研学游基地展陈设计施工一体化	41.95	147.49	客户未按合同的约定按期支付工程进度款，现场实施未能按照合同约定进度施工	否
合计	2,004.35	3,202.56		

库龄超过 1 年的项目主要系由于客户原因导致施工周期较长或验收时间延后，主要项目存货可变现净值均高于其账面成本，不需要单独计提跌价准备。

公司业务按项目核算，以验收法确认收入并结转项目成本，公司存货主要核算尚未验收的在建项目。资产负债表日，公司根据在建项目的客户情况、施工进度、实施周期、项目预算执行情况等因素，对存货项目执行减值测试，经

对各项目单独测试，对可变现净值低于其账面成本的项目已单项计提跌价准备，公司存货跌价准备计提是充分的。

（8）存货跌价准备计提的充分性，可变现净值的确定是否足够谨慎，与同行业可比公司差异情况对比

①存货库龄结构、期后结转情况和可变现净值的确定依据

报告期内公司存货库龄主要集中在 2 年以内，库龄超过两年的存货金额较小，占比较低，公司库龄与项目实施周期基本吻合。

截至 2021 年 5 月 31 日，报告期各期末存货期后结转比例分别为 96.81%、81.94%和 32.43%，2018 年末的存货已基本结转，2019 年末和 2020 年末存货受施工及验收周期影响，部分项目尚未结转。

报告期各期末，公司针对所有存货项目涵盖馆厅展示创意服务业务、展览展示创意服务业务及创意设计服务业务，按单个项目进行减值测试。公司综合考虑存货在建项目的客户情况、施工进度、实施周期、合同资料、深化清单、项目预算执行情况等因素，以项目合同价格、深化清单等确认在建项目的预计收入减去项目至完工时预计还将发生的项目成本以及相关税费后的金额为基础，确认公司存货的可变现净值。当期末存货余额大于其可变现净值时，按差额计提存货跌价准备。

②公司主要项目存货跌价测试情况

2020 年 12 月 31 日：

单位：万元

项目名称	期末存货余额	库龄	期后结转金额	预计收入 (A)	至完工预计将发 生的成本 (B)	相关税费 (C)	可变现净值 (A-B-C)	期末存货 账面价值	是否 减值
深圳（哈尔滨）产业园区展览馆项目展陈施工	1,969.61	1 年以内	1,969.61	2,614.51	60.09	7.02	2,547.40	1,969.61	否
遂宁图书馆建设项目、遂宁市档案馆建设项目	1,825.71	0-2 年	-	2,513.76	54.49	6.75	2,452.52	1,825.71	否
山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	1,583.17	0-3 年	-	3,446.06	208.24	9.25	3,228.57	1,583.17	否
柯桥区非物质文化遗产馆装修及布展工程设计 施工一体化	1,199.59	1 年以内	1,199.59	2,110.21	295.46	5.66	1,809.09	1,199.59	否
商洛市城市规划展览馆多媒体软硬件及装饰布 展和安装工程	1,180.52	0-4 年	-	1,926.61	13.66	5.17	1,907.78	1,180.52	否

注：存货期后结转金额截至 2021 年 5 月 31 日，下同。

2019 年 12 月 31 日：

单位：万元

项目名称	期末存货余额	库龄	期后结转金额	预计收入 (A)	至完工预计将发 生的成本 (B)	相关税费 (C)	可变现净值 (A-B-C)	期末存货 账面价值	是否 减值
扬中市博物馆建设项目布展工程	1,602.03	1 年以内	1,602.03	2,973.69	54.76	7.14	2,911.78	1,602.03	否
用友数字企业馆设计施工项目	1,467.73	0-2 年	1,467.73	3,255.42	217.91	7.82	3,029.69	1,467.73	否
山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	1,461.94	0-2 年	-	3,446.06	329.47	8.28	3,108.31	1,461.94	否
汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆 （未来馆）展陈项目施工工程	1,140.73	0-2 年	1,140.73	2,417.68	90.77	5.81	2,321.10	1,140.73	否
陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	1,123.37	0-2 年	1,123.37	1,330.28	8.73	3.20	1,318.35	1,123.37	否

2018 年 12 月 31 日：

单位：万元

项目名称	期末存货余额	库龄	期后结转金额	预计收入 (A)	至完工预计将发 生的成本 (B)	相关税费 (C)	可变现净值 (A-B-C)	期末存货 账面价值	是否 减值
南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	2,281.54	1 年以内	2,281.54	3,933.02	212.57	12.51	3,707.94	2,281.54	否
沙湖码头候船厅（游客集散中心）装修工程二	1,572.84	0-3 年	1,572.84	3,382.39	38.03	10.76	3,333.60	1,572.84	否
用友数字企业馆设计施工项目	1,412.54	1 年以内	1,412.54	3,255.42	273.10	10.36	2,971.96	1,412.54	否
六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	1,287.70	0-2 年	1,287.70	4,329.93	1,396.74	13.78	2,919.41	1,287.70	否
陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	1,081.81	1 年以内	1,081.81	1,330.28	50.30	4.23	1,275.75	1,081.81	否

公司存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的相关税费后的金额，符合企业会计准则规定；公司依据项目预计收入、预计总成本、实际施工情况等确定可变现净值，确认依据充分、谨慎。

报告期各期末存货跌价准备计提情况与同行业可比公司对比情况：

单位：万元

年度	项目	风语筑	华凯创意	丝路视觉	易尚展示	公司
2020 年末	存货余额	90,798.66	2,797.86	3,711.37	20,135.61	13,059.52
	跌价准备	1,517.17	928.26	-	2,305.58	16.95
	计提比例	1.67%	33.18%	-	11.45%	0.13%
2019 年末	存货余额	88,594.84	34,331.91	2,445.52	18,493.31	20,612.43
	跌价准备	1,307.81	545.41	-	1,092.55	16.95
	计提比例	1.48%	1.59%	-	5.91%	0.08%
2018 年末	存货余额	96,332.42	40,390.40	1,913.01	34,902.29	19,814.92
	跌价准备	1,265.61	545.41	2.05	528.95	240.96
	计提比例	1.31%	1.35%	0.11%	1.52%	1.22%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

除业务重组转型的华凯创意存货跌价准备计提比例波动较大、个别年份较高外，报告期内同行业可比公司上述计提比例较低且各年末存在一定波动。存货跌价准备受单个项目的收入成本影响，由于同行业各公司具体的项目存在一定的差异，所以各公司存货跌价准备计提比例存在一定的差异，但总体基本相符。

（9）工程施工未签订合同的情形

报告期内，公司存在少量未签订合同先施工的情况，主要系由于项目时间紧张，客户要求尽快完工，公司先行进场施工，后签订合同。具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
已签合同	12,909.52	99.58%	20,225.98	98.65%	18,319.61	92.91%
未签合同	54.50	0.42%	277.38	1.35%	1,397.14	7.09%
合计	12,964.02	100.00%	20,503.36	100.00%	19,716.75	100.00%

截至目前，2020 年末的公司工程施工项目均已签订合同。

（10）工程施工与合同订单的匹配性

报告期内，公司工程施工与合同订单的匹配性具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
工程施工余额	12,964.02	20,503.35	19,716.75
对应项目合同金额	45,538.59	58,603.78	59,631.81
占比	28.47%	34.99%	33.06%

报告期内，公司工程施工与对应合同金额比例分别为 33.06%、34.99%及

28.47%，呈现一定波动，主要受年底时点施工进度及对应合同金额影响。2018年末至2019年末，公司工程施工余额与对应项目合同金额之比基本保持稳定，2020年末，该比例较低，主要系受疫情影响，公司2020年度施工量有所下降，期末存货余额较低。

（11）工程施工中不存在停滞项目

停滞项目是指项目在实施过程中，已超过1年无人工及材料成本发生，且经公司与客户进行沟通了解后，认为项目继续实施的可能性较低的项目。

报告期各期末，公司工程施工中的项目均正常执行中，不存在停滞项目。

（12）存货结构的合理性、与同行业的差异分析

发行人主要馆厅项目实施的平均周期约8个月，且发行人的馆厅业务采用验收法确认收入，因此发行人期末存货中工程施工金额较大，包括未完成施工部分以及完工未验收两个部分，占比较高。

公司项目所用物资采用“以销定采”的方式进行物资采购，公司不设立集中仓库，不预先采购物资，在效果图、设计图、施工图及工程量清单与客户进行确认后，根据工程量清单进行采购。供应商在接到公司所需物资订单后安排发货。为提高资金使用效率，项目经理一般根据项目实施进度相应采购物资。因此公司存货结构中的原材料金额较小，占比较低。

报告期内，同行业可比公司存货账面价值的大致构成占比情况如下表所示：

发行人		风语筑		华凯创意		易尚展示		丝路视觉	
工程施工	99.43%	未完施工成本	99.19%	合同履行成本+建造合同形成的已完工未结算资产	99.79%	整体展示项目	13.46%	制作成本	76.57%
原材料	0.57%	模型存货	0.81%	其他	0.21%	其他	86.54%	库存商品	23.43%
合计	100.00%	合计	100.00%	合计	100.00%	合计	100.00%	合计	100.00%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。上述数据为2018年至2020年的平均构成比例，易尚展示其他项目主要包括占比52.18%的易尚中心房产以及原材料、在产品和库存商品等。

根据上表，虽然各公司对于存货科目的描述不同，但可以看出发行人与风语筑、华凯创意及丝路视觉的大部分存货系项目施工或制作成本。因收入确认时点不同，发行人以竣工验收作为确认收入时点，工程施工包括未完工施工成

本及已完工未验收的施工成本；风语筑以试运行作为确认收入时点，相对应的科目为未完施工成本；华凯创意以完工百分比法确认收入，相对应的科目包括合同履行成本以及建造合同形成的已完工未结算资产。

发行人与业务更为接近的风语筑和华凯创意相关工程施工的平均占比均达到 99% 以上。因此，发行人的存货构成与同行业可比公司不存在明显差异。

（13）各类存货盘点的具体情况

报告期各期末，公司对存货中的原材料和工程施工项目进行盘点。

①原材料盘点的具体情况

公司原材料系项目采购尚未领用的零星材料、设备等，根据公司《存货管理制度》，公司对原材料进行定期盘点，日常季度盘点由物流部进行，年度盘点由财务部组织，物流部协作。报告期各期末原材料盘点情况如下：

单位：万元

盘点时间	地点	人员	盘点金额	盘点比例	盘点差异
2020 年 12 月 31 日	材料仓库	仓库管理员、财务会计	95.50	100.00%	无
2019 年 12 月 31 日	材料仓库	仓库管理员、财务会计	109.07	100.00%	无
2018 年 12 月 31 日	材料仓库	仓库管理员、财务会计	98.17	100.00%	无

②工程施工盘点的具体情况

公司工程施工核算的尚未验收的展馆展厅项目成本，包括装饰工程、消防空调暖通、多媒体设备、影片影院、场景、科技馆展项、平面、专业展柜、人工薪酬等。针对装饰工程、人工薪酬等成本，不适用实物盘点方法，公司通过核实供应商提供的工程量清单并现场观察形象进度确定是否与实际进度一致，通过人事部提供的系统记录确定职工薪酬是否正确。季度末，工程部提供消防空调暖通、多媒体设备、影片影院、场景、科技馆展项、平面、专业展柜等实物清单，由项目经理进行盘点；年度盘点由财务部组织，项目经理协作。

公司工程施工核算的尚未确认收入的临展、创意设计类项目成本，包括搭建费、人工薪酬等。针对该类项目成本，不适用实物盘点方法，公司通过核实与供应商签订的合同、验收单等单据确认搭建费是否正确，通过人事部提供的系统记录确定职工薪酬是否正确。

报告期各期末，公司工程施工项目盘点情况如下表所示：

单位：万元

盘点时间	地点	人员	盘点金额	盘点比例	盘点差异
2020年12月31日	项目现场	项目经理、财务会计	12,452.44	95.35%	无
2019年12月31日	项目现场	项目经理、财务会计	20,277.32	98.37%	无
2018年12月31日	项目现场	项目经理、财务会计	19,358.45	97.70%	无

公司对展馆展厅类工程施工成本已全部盘点。公司制定了存货盘点管理制度，规范存货盘点相关控制与管理，包括盘点的计划、过程控制、差异的处理等事项。

（14）工程施工的成本归集和分配流程

公司工程施工按照项目进行管理，分项目单独归集、核算、结转成本。成本主要包括专业分包、设备、制作及人工等，其中专业分包、设备、制作等成本在发生时根据工程量清单、出库单及完工单等单据直接归集至对应的项目，人工成本根据工资分配表直接归集至对应的项目。

公司严格区分项目工程施工成本和期间费用，工程施工的成本不包含与合同项目无关的支出。

9、合同资产

2020年1月1日起，公司开始执行新收入准则，将质保金作为合同资产进行列示，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日
合同资产余额	2,751.84
坏账准备	257.76
合同资产账面价值	2,494.08
营业收入	47,679.41
合同资产余额/营业收入	5.77%

（1）质保金相关会计处理

根据公司与客户签订合同中关于质保金的约定，在项目验收后开始计算质保期，客户在质保期满后支付质保金。报告期内，公司质保金不单独确认收入，在项目验收时同项目收入一同确认。

公司分项目对收入和质保金进行核算，在取得客户签署的验收单时，按照应收合同金额全额确认营业收入及增值税销项税，按应收质保金金额确认合同资产，根据验收时已收款金额冲减合同负债，根据应收合同金额与合同负债、合同资产的差额确认应收账款。具体会计处理如下：

借：合同负债

借：应收账款

借：合同资产

贷：主营业务收入

贷：应交税费-增值税-销项税

在项目质保期到期后，公司将应收质保金从合同资产重分类至应收账款，具体会计处理如下：

借：应收账款

贷：合同资产

根据《企业会计准则第 14 号-收入（财会[2017]22 号）》相关规定：企业应当在履行了合同中的履约义务，即客户取得相关商品控制权时确认收入。企业应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是指因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额。企业应当根据本企业履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。企业拥有的、无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利应当作为应收款项单独列示。合同资产是指企业已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素。

公司在履行完合同约定的履约义务后，经客户验收合格后，取得竣工验收单，并交付给客户，控制权实现转移，公司在取得竣工验收单时根据应收合同金额全额（预期有权收取的对价金额）确认收入。公司将拥有的、无条件向客户收取对价的权利作为应收账款列示，将拥有的、有条件向客户收取对价的权利（提供免费的质保义务）作为合同资产列示。公司关于质保金相关的会计处

理符合《企业会计准则》的规定。

（2）质保金的账龄结构

单位：万元

账龄	2020 年 12 月 31 日		2020 年 1 月 1 日	
	金额	占比	金额	占比
1 年以内	1,685.47	61.25%	2,701.57	76.99%
1-2 年	1,066.37	38.75%	807.46	23.01%
合计	2,751.84	100.00%	3,509.03	100.00%

（3）质保金会计处理符合规定

①公司质保金账龄较短、占比较低

根据公司与客户签订的合同，公司馆厅类业务存在合同总金额 3%-5%的质保金，客户在质保期到期后支付。馆厅类项目质保期一般为一年或两年，质保金的账龄全部在 2 年以内。公司账龄超过 1 年的质保金比例较低，2020 年期初、期末占质保金总额比例分别为 23.01%和 38.75%，占流动资产的比例分别为 1.38%和 1.99%。

②公司正常营业周期通常超过一年

根据《企业会计准则第 30 号-财务报表列报》第十七条规定“资产满足下列条件之一的，应当归类为流动资产：（一）预计在一个正常营业周期中变现、出售或耗用。……正常营业周期通常短于一年。因生产周期较长等导致正常营业周期长于一年的，尽管相关资产往往超过一年才变现、出售或耗用，仍应当划分为流动资产。”

公司馆厅展示创意服务业务从开工、验收、结算、质保等整个周期一般超过一年。公司正常的营业周期通常超过一年，因此公司将 1-2 年的质保金列示为流动资产，符合《企业会计准则第 30 号-财务报表列报》的相关规定，具有合理性。

③同行业可比上市公司处理方式

经查看同行业上市公司年报，风语筑将质保金全部划入流动资产，易尚展示未将质保金单独确认合同资产，华凯创意和丝路视觉将质保金划入流动资产

和非流动资产。

经对比，公司与风语筑对于质保金的处理方式一致，全部划入流动资产，与同行业可比公司不存在明显差异。

综上，公司质保金系公司销售商品而应收的客户款项，账龄全部在 2 年以内，质保金占流动资产比例较低；公司主要业务营业周期一般超过一年，公司将全部质保金划入流动资产，符合《企业会计准则第 30 号-财务报表列报》第十七条（一）“预计在一个正常营业周期中变现、出售或耗用”的规定；同时，公司对于质保金的列报与同行业可比公司风语筑一致。因此，公司将全部质保金划入流动资产具有合理性，符合行业特征。

（三）非流动资产构成及变化分析

报告期内，公司非流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	7,061.33	55.33%	7,393.55	54.28%	820.94	7.34%
在建工程	-	-	-	-	4,453.11	39.80%
无形资产	3,890.66	30.48%	4,137.48	30.38%	3,964.93	35.44%
递延所得税资产	1,810.81	14.19%	2,090.00	15.34%	1,895.82	16.94%
其他非流动资产	-	-	-	-	54.31	0.49%
非流动资产合计	12,762.80	100.00%	13,621.03	100.00%	11,189.10	100.00%

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产、在建工程及无形资产构成，上述资产合计占流动资产的比率一直保持在 82%以上。

1、固定资产

（1）固定资产结构分析

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	7,126.18	376.75	-	6,749.43
电子设备	620.77	490.47	-	130.30
运输工具	483.57	376.11	-	107.47
办公家具	105.46	31.31	-	74.14
合计	8,335.98	1,274.64	-	7,061.33
项目	2019 年 12 月 31 日			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值

房屋及建筑物	7,108.79	166.45	-	6,942.34
电子设备	585.19	400.52	-	184.67
运输工具	483.57	301.27	-	182.30
办公家具	97.20	12.96	-	84.24
合计	8,274.75	881.20	-	7,393.55
2018 年 12 月 31 日				
项目	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	345.48	7.46	-	338.02
电子设备	505.06	298.69	-	206.37
运输工具	483.57	221.17	-	262.40
办公家具	66.64	52.50	-	14.14
合计	1,400.76	579.82	-	820.94

公司系文化创意公司，无生产职能，项目所需物资均对外进行采购，因此无机械设备类固定资产。公司固定资产主要系房屋建筑物、电子设备及运输工具，与公司经营模式保持一致。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 820.94 万元、7,393.55 万元及 7,061.33 万元，公司固定资产不存在重大减值因素。

（2）固定资产变动分析

报告期内，公司固定资产账面原值变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年末较 2019 年末		2019 年末较 2018 年末	
	原值变动	变动比例	原值变动	变动比例
房屋建筑物	17.39	0.24%	6,763.30	1,957.63%
电子设备	35.57	6.08%	80.13	15.87%
运输工具	-	-	-	-
办公家具	8.26	8.50%	30.56	45.87%
合计	61.22	0.74%	6,874.00	490.73%

2019 年末，公司房屋建筑物较 2018 年末增长 6,763.30 万元，增长比例达 1,957.63%，主要系公司新建宽创国际办公楼于 2019 年 3 月从在建工程转为固定资产所致。

（3）固定资产折旧年限同行业对比分析

发行人与可比公司固定资产折旧年限及残值不存在显著差异，具体对比情况如下：

项目	房屋建筑物	电子设备	运输工具	办公及其他设备
风语筑	20 年/3%	无	4 年/3%	3 年/3%
华凯创意	20-50 年/5%	3 年/5%	4 年/5%	3-10 年/5%

项目	房屋建筑物	电子设备	运输工具	办公及其他设备
易尚展示	20-50 年/5%	无	5-8 年/5%	5 年/5%
丝路视觉	20 年/5%	3-5 年/5%	5 年/5%	3-5 年/5%
发行人	32-35 年/5%	3 年/5%	4 年/5%	5 年/5%

①房屋及建筑物折旧年限的合理性

公司的房屋建筑物主要是位于上海市浦东新区科苑路 1518 号的自建房产，于 2019 年 3 月建成并投入使用，全部用于办公，账面原值 6,780.69 万元；以及 2018 年 3 月购置的位于西安市碑林区长安北路的西安办公室，账面原值 345.48 万元。公司房屋建筑物主要以办公为目的，预计使用期间较长，在考虑土地使用权权属后以其房产所在土地使用权的剩余使用期间作为房产的折旧期间。

同行业可比公司房屋建筑物折旧期间对比如下：

项目	公司	风语筑	华凯创意	丝路视觉	易尚展示
折旧年限	32-35 年	20 年	20-50 年	20 年	20-50 年

注：同行业可比公司数据源于其公布的年度报告。

由上表可见，同行业上市公司房屋建筑物折旧年限基本在 20-50 年之间，公司房屋建筑物的折旧年限在此范围内。

公司确定的房屋建筑物折旧年限符合房屋的预计使用寿命，比风语筑、丝路视觉折旧年限长，在华凯创意、易尚展示折旧年限范围内，公司房屋及建筑物的折旧年限具有合理性。

②模拟测算如果按照 20 年折旧对发行人财务数据的影响

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
原折旧金额	210.22	160.03	7.08
按 20 年折旧金额	338.49	257.97	12.31
影响金额（差异）	-128.27	-97.94	-5.22
利润总额	5,807.42	5,964.64	4,043.81
对利润总额的影响	-2.21%	-1.64%	-0.13%

综上，如果对房屋建筑物按 20 年计提折旧对利润总额的影响较小。

（4）固定资产是否存在减值风险

截至 2020 年 12 月 31 日，公司的固定资产明细情况如下：

单位：万元

项目	房屋及建筑物	电子设备	运输设备	办公家具	合计
账面原值	7,126.18	620.77	483.57	105.46	8,335.98
累计折旧	376.75	490.47	376.11	31.31	1,274.64
减值准备	-	-	-	-	-
账面价值	6,749.43	130.30	107.47	74.14	7,061.33

根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》相关规定，企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。

公司按照准则要求判断各项资产是否存在减值迹象，具体判断测算过程如下：

准则规定的减值迹象	公司测试情况
资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。	不存在相关情况
企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。	公司所处的经济、技术或法律等环境均未发生对企业产生不利影响的变化，资产所处市场稳定，未发生重大不利变化
市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。	不存在相关情况
有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。	公司资产均处于正常使用状态，不存在陈旧过时的情况
资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。	公司资产均处于正常使用状态，不存在闲置、终止使用或提前计划处置的情况
企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等。	不存在相关情况
其他表明资产可能已经发生减值的迹象。	不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象

综上，公司固定资产主要为房屋建筑物、电子设备和运输设备，均处于正常使用中，状态良好，不存在《企业会计准则》中规定的存在减值迹象的情况，相关资产在可预见的未来不存在减值风险。

2、在建工程

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
宽创国际办公楼	-	-	4,453.11
西安分公司办公室	-	-	-
合计	-	-	4,453.11

报告期各期末，公司在建工程分别为 4,453.11 万元、0.00 万元及 0.00 万元，分别占同期非流动资产的 39.80%、0.00%及 0.00%。报告期内，公司在建工程主要为宽创国际办公楼及西安分公司办公楼，分别于 2019 年 3 月及 2018 年 3 月转为固定资产。

报告期内，公司在建工程主要为新建的科苑路办公楼和购置的西安办公室，主要集中在 2018 年和 2019 年，具体情况如下：

项目	科苑路办公楼	西安办公室
开工建设时间	2017 年 11 月外购在建工程	对外购买
转固时间	2019 年 3 月	2018 年 3 月
转固标准	2019 年 3 月施工完成，可以入住办公，达到预定可使用状态	房屋交付，可以入住办公
是否存在延迟转固的情况	否	否

在建工程转固后累计折旧计提情况：

单位：万元

项目	折旧时点	折旧金额		
		2020 年	2019 年	2018 年
西安办公室	2018 年 3 月入账，4 月开始计提折旧	9.44	9.44	7.08
科苑路办公楼	2019 年 3 月入账，4 月开始计提折旧	200.78	150.58	-

公司在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产核算，不存在延迟转固的情况；于次月按照折旧政策开始计提折旧，不影响报告期内累计折旧的计提。

3、无形资产

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日			
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	4,019.85	398.01	-	3,621.85
软件	554.97	286.16	-	268.81
合计	4,574.82	684.17	-	3,890.66
项目	2019 年 12 月 31 日			
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值

项目	2020 年 12 月 31 日			
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	4,019.85	278.60	-	3,741.25
软件	543.82	147.59	-	396.23
合计	4,563.67	426.19	-	4,137.48
项目	2018 年 12 月 31 日			
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	4,019.85	159.20	-	3,860.65
软件	145.30	41.02	-	104.28
合计	4,165.15	200.22	-	3,964.93

（1）无形资产的主要类别与增减变动原因

公司无形资产主要宽创大楼土地使用权及生产经营用软件。2019 年度，公司无形资产中软件增加 398.52 万元，主要系新购买 Adobe 及 Autodesk 系列软件所致。

（2）重要无形资产对发行人业务和财务的影响

公司重要的无形资产系宽创国际办公楼土地使用权。该项无形资产是公司正常经营活动主要场所。

（3）无形资产减值测试的方法与结果

公司每年年末对无形资产进行减值测试，经测试，公司无形资产不存在减值情况。

（4）不同类型无形资产的情况

公司的无形资产主要为土地使用权和计算机软件，其中计算机软件主要是公司外购的用于经营管理的软件。公司无形资产均为使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内，采用直线法摊销，并在年度终了对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核。

报告期内，公司各类无形资产的使用寿命估计情况如下：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	33.67 年	土地使用权证载明的期限
计算机软件	3-10 年	预计可使用年限

公司无形资产摊销年限与同行业可比公司对应或类似项目的对比情况如下：

项目	公司	风语筑	华凯创意	丝路视觉	易尚展示
土地使用权	33.67 年	50 年	-	-	30-50 年
计算机软件	3-10 年	3 年	3 年	5 年	3-10 年

由上表可见，公司无形资产-土地使用权的摊销年限按土地使用权证载明的期限进行摊销，与易尚展示基本一致，低于风语筑的摊销年限；计算机软件的摊销年限与同行业其他公司基本一致，符合公司软件的使用情况。

综上，公司无形资产的摊销年限具有合理性，与同行业可比公司相比不存在重大差异。

4、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 1,895.82 万元、2,090.00 万元及 1,810.81 万元，占非流动资产的比例分别为 16.94%、15.34%及 14.19%，主要系公司收入确认会计与税法差异及资产减值准备形成的可抵扣暂时性差异，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
收入确认会计与税法差异	5,291.68	793.75	10,384.49	1,557.67	10,296.20	1,544.43
资产减值准备	6,713.88	1,007.08	3,548.83	532.32	2,342.58	351.39
预计负债	66.50	9.98	-	-	-	-
合计	12,072.07	1,810.81	13,933.32	2,090.00	12,638.78	1,895.82

十三、偿债能力与流动性分析

（一）负债构成及变化情况分析

报告期各期末，公司负债构成及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	34,445.21	97.79%	45,435.53	98.64%	41,190.96	97.77%
非流动负债	777.88	2.21%	627.53	1.36%	938.02	2.23%
合计	35,223.09	100.00%	46,063.05	100.00%	42,128.98	100.00%

报告期各期末，公司负债总额分别为 42,128.98 万元、46,063.05 万元及

35,223.09 万元。公司负债构成主要为流动负债，报告期内占总负债的比例均为 97%以上。

1、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	2,202.67	6.39%	2,203.28	4.85%	-	-
应付票据	-	-	144.75	0.32%	-	-
应付账款	16,685.31	48.44%	17,453.10	38.41%	10,948.44	26.58%
预收款项	-	-	20,343.59	44.77%	24,712.53	60.00%
合同负债	9,346.33	27.13%	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,994.65	5.79%	1,934.27	4.26%	2,052.74	4.98%
应交税费	1,077.46	3.13%	1,155.44	2.54%	1,554.33	3.77%
其他应付款	704.29	2.04%	446.07	0.98%	794.32	1.93%
其他流动负债	2,434.49	7.07%	1,755.03	3.86%	1,128.60	2.74%
流动负债合计	34,445.21	100.00%	45,435.53	100.00%	41,190.96	100.00%

公司流动负债主要由应付账款、预收款项、合同负债及其他流动负债构成，上述四项合计占流动负债比例均在 82%以上。

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
借款	2,200.00	2,200.00	-
利息调整	2.67	3.28	-
合计	2,202.67	2,203.28	-

报告期各期末，公司的短期借款分别为 0.00 万元、2,203.28 万元及 2,202.67 万元，主要是公司为满足日常生产经营活动对流动资金的需求而发生的筹资活动。截至 2020 年 12 月 31 日，公司借款 2,200 万元明细如下：

单位：万元

序号	借款人	贷款银行	贷款余额
1	宽创国际	中信银行上海分行	1,400.00
2	宽创国际	浦发银行张江科技支行	800.00
合计			2,200.00

公司 2019 年新增短期借款 2,203.28 万元，主要系公司作为非公众公司对外融资渠道单一，主要依靠股东投入、银行贷款等方式。公司 2019 年经营规模

增长，特别是流动资金需求较高的馆厅展示创意业务，而现金流较好的展览展示创意服务收入贡献降低。因此 2019 年公司新增银行贷款的融资方式系满足经营规模增资带来的流动资金需求增加。

公司短期借款资金的具体用途主要系支付供应商款项等日常经营性支出，不存在短债长用的情况。

（2）应付票据

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 0.00 万元、144.75 万元及 0.00 万元，全部为银行承兑汇票，系公司向供应商以开具银行承兑汇票的方式支付货款。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司应付票据中无应付持有公司 5%以上表决权股份的股东单位的票据，无应付关联方的票据，无已到期未支付的票据。

（3）应付账款

①报告期应付账款情况

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 10,948.44 万元、17,453.10 万元及 16,685.31 万元，分别占同期期末流动负债的 26.58%、38.41%及 48.44%，主要为应付供应商采购款。

2020 年末，公司应付账款余额下降 767.79 万元，下降比例为 4.40%，主要系受疫情影响，公司 2020 年度整体施工量下降所致。

②报告期应付账款账龄结构

报告期内，公司应付账款账龄结构如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内（含 1 年）	10,063.62	60.31%	12,030.27	68.93%	7,589.37	69.32%
1 年以上	6,621.70	39.69%	5,422.83	31.07%	3,359.07	30.68%
合计	16,685.31	100.00%	17,453.10	100.00%	10,948.44	100.00%

截至 2020 年 12 月 31 日，公司应付账款中无应付持有公司 5%以上表决权股份的股东单位的款项，无应付关联方的款项。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司账龄超过 1 年的大额应付账款情况如下：

单位：万元

债权单位名称	期末余额	未偿还原因
上海普研建筑安装工程有限公司	878.15	未结算
陕西恒业建设集团有限公司	399.81	未结算
安徽省盛川装饰工程有限公司	321.10	未结算
上海张江国信安地产有限公司	300.00	未结算
上海居雍装饰设计工程有限公司	219.46	未结算
上海华舜建设发展（集团）有限公司	217.81	未结算
合计	2,336.33	

③报告期内，公司应付票据和应付账款占当期采购金额的比例如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
应付账款	16,685.31	17,453.10	10,948.44
应付票据	-	144.75	-
当期采购金额	16,788.42	25,217.21	23,201.03
应付账款占当期采购比例	99.39%	69.21%	47.19%
应付票据占当期采购比例	-	0.57%	-
应付账款及应付票据合计占 当期采购比例	99.39%	69.79%	47.19%

公司与供应商之间结算主要以银行转账方式进行。自 2019 年起，为加强公司的资金利用效率，公司逐渐以出具银行承兑汇票及票据背书等票据方式与供应商进行结算。

报告期内，公司应付账款及应付票据合计占当期采购金额的比例分别为 47.19%、69.79%及 99.39%，呈现逐年上升的趋势，主要原因系：A、根据行业惯例，为了减轻公司资金压力和便于成本管理，公司收到业主方的进度款、结算款后才支付给装饰装修分包商。随着公司报告期内应收账款占收入比例逐步增加，传导至供应商的应付款项占采购比例也同步上升；B、公司加强供应商管理，优化公司资金使用计划，提高资金利用效率。此外，2020 年受新冠疫情影响，公司当期施工量及采购金额均有所下降，以致上述比例进一步提升。综上，公司期末应付账款及应付票据与公司实际采购情况相匹配。

④各期应付账款前五名

截至 2020 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	应付账款余额	当期采购金额	采购内容	应付账款账龄	未付款原因	是否存在逾期	逾期原因
1	上海梵企光电科技有限公司	1,046.40	1,100.34	LED及多媒体软件	1年内	未到付款时间	否	不适用
2	上海普研建筑安装工程有限公司	904.62	-	装饰装修	1-2年	诉讼	是	双方对工程量有异议，一审已判决未生效
3	上海系阳建筑劳务有限公司	440.40	465.24	装饰装修	1年内	未到付款时间	否	不适用
4	上海双手建筑工程有限公司	407.59	307.91	装饰装修	1年内	未到付款时间	否	不适用
5	陕西恒业建设集团有限公司	399.81	-	装饰装修	3年以上	诉讼	是	双方对工程量有异议，对方已撤诉
合计		3,198.81	1,873.49					

截至2019年12月31日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	应付账款余额	当期采购金额	采购内容	应付账款账龄	未付款原因	是否存在逾期	逾期原因
1	上海普研建筑安装工程有限公司	1,030.32	996.47	装饰装修	1年以内、1-2年	诉讼	是	双方对工程量有异议，一审已判决未生效
2	上海梵企光电科技有限公司	627.84	1,043.49	LED	1年以内	未到付款时间	否	不适用
3	上海双手建筑工程有限公司	463.82	497.01	装饰装修	1年以内	未到付款时间	否	不适用
4	陕西恒业建设集团有限公司	399.81	-	装饰装修	2-3年	诉讼	是	双方对工程量有异议，对方已撤诉
5	上海华舜建设发展（集团）有限公司	358.96	400.54	装饰装修	1年以内	未到付款时间	否	不适用
合计		2,880.75	2,937.51					

截至2018年12月31日，公司应付账款前五名情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	应付账款余额	当期采购金额	采购内容	应付账款账龄	未付款原因	是否存在逾期	逾期原因
1	陕西恒业建设集团有限公司	399.81	-	装饰装修	1-2年	诉讼	是	双方对工程量有异议，对方已撤诉
2	浙江人文园林股份有限公司	384.24	384.24	园林装饰	1年以内	未到付款时间	否	不适用
3	上海张江国信安地产有限公司	300.00	-	在建工程	1-2年	未到付款时间	否	不适用

序号	供应商名称	应付账款余额	当期采购金额	采购内容	应付账款账龄	未付款原因	是否存在逾期	逾期原因
4	上海梵企光电科技有限公司	291.62	1,162.11	LED	1年以内	未到付款时间	否	不适用
5	上海居稼建筑装饰工程有限公司	248.99	-	装饰装修	1-2年、2-3年	未到付款时间	否	不适用
合计		1,624.66	1,546.35					

⑤发行人前五大供应商信用政策和信用期

2020 公司前五大供应商给予发行人的信用政策和信用期如下所示：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	采购内容	主要付款政策
1	上海梵企光电科技有限公司	1,100.34	LED 及多媒体软件	预付 30%，到货后 60%，安装验收 85%，审计 95%，质保期满后 100%
2	上海系阳建筑劳务有限公司	465.24	装饰装修	隐蔽工程验收 20%，面层完工 40%，全部完工 70%，验收 95%，质保期满后 100%
3	齐齐哈尔市交通建筑装饰工程有限公司	413.25	装饰装修	预付 15%，每月按进度 70%，验收审计 95%，质保期满后 100%
4	上海屹扩建筑劳务有限公司	364.11	装饰装修	隐蔽工程验收 20%，面层完工 40%，全部完工 70%，验收 95%，质保期满后 100%
5	山东众众建筑劳务有限公司	363.34	装饰装修	隐蔽工程验收 20%，面层完工 40%，全部完工 70%，验收 95%，质保期满后 100%
合计		2,706.29		

2019 前五大供应商给予发行人的信用政策和信用期如下所示：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	采购内容	主要付款政策
1	上海梵企光电科技有限公司	1,043.49	LED	预付 40%，到货安装完成 85%，验收审计 95%，质保期满后 100%
2	上海普研建筑安装工程有限公司	996.47	装饰装修	预付 20%，隐蔽工程验收 25%，布展完成 55%，竣工 65%，审计 95%，质保期满后 100%
3	上海居雅装饰设计工程有限公司	843.46	装饰装修	预付 15%，每月按进度 70%，验收审计 95%，质保期满后 100%
4	江苏华厦天地建设有限公司	557.36	装饰装修	预付 15%，每月按进度 70%，验收审计 95%，质保期满后 100%
5	上海双手建筑工程有限公司	497.01	装饰装修	预付 20%，每月按进度 70%，验收审计 95%，质保期满后 100%
合计		3,937.80		

2018 年，公司前五大供应商给予发行人的信用政策和信用期如下所示：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	采购内容	主要付款政策
1	上海梵企光电科技有限公司	1,162.11	LED	预付 40%，到货安装完成 85%，验收审计 95%，质保期满后 100%
2	安徽省天煜建筑装	630.29	装饰装修	预付 15%，每月按进度 70%，验收审计 95%，

	饰工程有限公司			质保期满后 100%
3	四川天地时创装饰工程 有限公司	541.02	装饰装修	预付 20%，每月按进度 75%，验收审计 95%， 质保期满后 100%
4	北京赢康科技股份 有限公司	521.44	投影机	预付 20%-30%，到货 95%-100%，质保期满后 100%
5	中盛浩远（北京） 建设有限公司	452.69	装饰装修	预付 20%，每月按进度 70%，验收审计 95%， 质保期满后 100%
合计		3,307.55		

报告期内，公司不同类型的供应商信用政策及信用期有所差异，信用政策及信用期系公司根据行业惯例与供应商进行商业谈判后确定。总体而言，供应商对公司的信用政策及信用期基本保持稳定，没有发生重大不利变化。

⑥ 发行人一年以上应付账款情况

报告期各期末，公司账龄 1 年以上应付账款金额及占比如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1-2 年	3,972.06	59.99%	3,170.56	58.47%	2,771.61	82.51%
2-3 年	1,283.73	19.39%	1,942.31	35.82%	555.34	16.53%
3 年以上	1,365.91	20.63%	309.95	5.72%	32.12	0.96%
合计	6,621.70	100.00%	5,422.83	100.00%	3,359.07	100.00%

报告期各期末，公司 1 年以上应付账款金额分别为 3,359.07 万元、5,422.83 万元及 6,621.70 万元，随着公司业务规模的整体上升，呈现逐年增长的趋势。公司馆厅展示创意服务业务逐步发展，为了减轻公司资金压力和便于成本管理，公司收到业主方的进度款、结算款后才支付给装饰装修分包商，符合行业惯例。公司项目周期特别是决算周期普遍较长，影响合同约定的支付时点，客户回款速度较慢，使得公司支付相应供应商的款项的速度较慢。随着公司馆厅展示创意服务的稳定发展，公司累计完成的馆厅项目越来越多，因此造成公司一年以上的应付账款金额逐年增加。

报告期内，公司 1 年以上应付账款未结算的主要原因系根据行业结算惯例，公司尚未与客户进行决算，从而无法与装饰装修供应商进行结算或尚未达到合同约定支付节点。

截至本招股说明书签署日，公司与上海普研建筑安装工程有限公司存在诉讼纠纷，未结算原因系双方就工程量有分歧，目前上海普研与发行人均已提起

上诉，一审判决尚未生效。⑦发行人是否面临较大的现金流压力

报告期内，应付票据、应付账款和应付职工薪酬等负债情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日
主要负债：			
短期借款	2,202.67	2,203.28	-
应付票据	-	144.75	-
应付账款	16,685.31	17,453.10	10,948.44
应付职工薪酬	1,994.65	1,934.27	2,052.74
应交税费	1,077.46	1,155.44	1,554.33
主要负债合计	21,960.10	22,890.83	14,555.51
主要资产：			
货币资金	9,772.79	3,334.60	7,624.92
交易性金融资产	3,998.90	8,938.37	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	3,000.00
应收账款	22,454.81	22,546.43	14,648.45
应收票据	-	-	894.00
主要资产合计	36,226.50	34,819.40	26,167.37
主要负债/主要资产	60.62%	65.74%	55.62%

报告期各期末，公司负债主要为短期借款、应付票据、应付账款、应付职工薪酬及应交税费等。报告期各期末，公司上述主要负债合计金额为 14,555.51 万元、22,890.83 万元和 21,960.10 万元。

报告期各期末，公司货币资金、理财产品、应收账款等变现能力较强的主要资产总额分别为 26,167.37 万元、34,819.40 万元和 36,226.50 万元，公司资金实力不断增强。公司主要资产能够覆盖主要负债，公司偿债能力较强，不存在现金流压力较大、影响公司正常经营的情况。

报告期内，公司主要财务指标及现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日
流动比率	1.55	1.29	1.20
速动比率	1.18	0.84	0.72
资产负债率（合并）	53.13%	63.69%	69.54%
经营活动产生的现金流量净额	2,217.39	427.21	827.35

公司报告期内资产负债率逐年下降，流动比率、速动比率逐年上升，公司

偿债能力良好。公司报告期内经营活动现金流量净额均为正数，现金流情况良好。

综上，发行人偿债能力较强，不存在较大的现金流压力。

（4）预收款项

①公司预收款项情况

预收款项余额主要为公司按照合同约定的时间点向客户收取的工程款。2018年末至2019年末，公司预收款项的余额分别为24,712.53万元和20,343.59万元，占流动负债的比例分别为60.00%和44.77%。公司于2020年1月1日起执行新收入准则，相关预收的货款按企业会计准则的规定计入“合同负债”科目。

截至2019年12月31日，公司预收前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
1	用友网络科技股份有限公司	用友数字企业馆设计施工项目	2,913.20	14.32%
2	扬中绿洲新城实业集团有限公司	扬中市博物馆建设项目布展工程	1,744.38	8.57%
3	汤臣倍健股份有限公司	汤臣倍健营养探索馆设计与施工	1,568.14	7.71%
4	中国建筑第七工程局有限公司	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	1,268.59	6.24%
5	陕西龙门钢铁有限责任公司	陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	1,065.83	5.24%
合计			8,560.14	42.08%

截至2018年12月31日，公司预收前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
1	武汉旅游发展投资集团有限公司	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	2,739.38	11.08%
2	南宁园博园管理中心	南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	2,618.18	10.59%
3	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	2,262.38	9.15%
4	用友网络科技股份有限公司	用友数字企业馆项目的展陈装修方案、深化方案、装修扩初设计	1,923.98	7.79%
5	榆林市文化广电新闻出	榆溪楼榆林宋夏历史文化博物馆	1,085.06	4.39%

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
	版局	陈列布展		
合计			10,628.99	43.01%

②报告期各期前十大项目收款情况

2020 年度前十大项目收款情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	验收时点			决算时点			质保期满			累计收款比例（注）	成本覆盖		
		时间	收款比例	合同约定	时间	收款比例	合同约定	时间	收款比例	合同约定		预收金额	成本金额	是否覆盖
1	扬中市博物馆建设项目布展工程	2020 年 5 月	58.78%	70.00%	尚未决算	-	97.00%	未过质保	-	100.00%	68.57%	1,910.29	1,668.35	是
2	国核示范崮山公众展示中心及综合楼展厅布展项目	2020 年 12 月	64.80%	85.00%	尚未决算	-	97.00%	未过质保	-	100.00%	64.80%	2,063.69	2,280.10	否
3	用友数字企业馆设计施工项目	2020 年 5 月	83.21%	97.00%	2020 年 12 月	96.66%	97.00%	2021 年 5 月	97.00%	100.00%	97.00%	2,900.15	1,527.00	是
4	柳东新区文化广场项目科技馆展品、展项深化设计及制作、布展项目	2020 年 11 月	76.04%	80.00%	尚未决算	-	94.00%	未过质保	-	100.00%	76.04%	2,145.85	1,473.41	是
5	中建科技产业园 E 地块“中国建筑科技馆”	2020 年 11 月	76.69%	80.00%	尚未决算	-	97.00%	未过质保	-	100.00%	81.37%	2,147.75	1,607.11	是
6	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	2020 年 12 月	52.75%	85.00%	尚未决算	-	95.00%	未过质保	-	100.00%	52.75%	1,390.00	1,319.03	是
7	洛阳方志馆工程项目	2020 年 12 月	65.37%	80.00%	尚未决算	-	97.00%	未过质保	-	100.00%	65.37%	1,535.89	1,615.26	否
8	汤臣倍健营养探索馆设计与施工	2020 年 7 月	75.25%	80.00%	2020 年 12 月	80.27%	95.00%	未过质保	-	100.00%	97.69%	1,715.47	1,192.25	是
9	南京国家健康医疗大数据中心展示馆	2020 年 7 月	39.10%	80.00%	尚未决算	-	97.00%	未过质保	-	100.00%	74.02%	845.70	1,131.64	否
10	怀来县世界葡萄酒之窗展览馆工程项目设计与施工	2020 年 12 月	75.38%	85.00%	尚未决算	-	97.00%	未过质保	-	100.00%	80.57%	1,452.00	1,333.13	是

注：累计收款比例为截至 2021 年 5 月 31 日累计收款金额与含税收入（项目尚未结算）或结算金额（项目已结算）之比，下同。

2019 年度前十大项目收款情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	验收时点			决算时点			质保期满			累计收款比例	成本覆盖		
		时间	收款比例	合同约定	时间	收款比例	合同约定	时间	收款比例	合同约定		预收金额	成本金额	是否覆盖
1	中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化项目	2019 年 10 月	65.78%	85.00%	尚未决算	-	97.00%	未过质保	-	100.00%	68.37%	3,574.33	3,824.42	否
2	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	2019 年 10 月	55.96%	85.00%	尚未决算	-	95.00%	未过质保	-	100.00%	64.92%	2,660.13	2,924.45	否
3	南宁园博园项目展馆展陈工程——园林艺术馆展陈工程	2019 年 5 月	66.79%	90.00%	尚未决算	-	97.00%	2021 年 5 月	69.81%	100.00%	69.81%	2,880.00	2,494.11	是
4	沙湖码头候船厅（游客集散中心）装修工程二	2019 年 1 月	89.58%	90.00%	2020 年 8 月	89.48%	95.00%	2020 年 1 月	89.48%	100.00%	100.00%	3,359.08	1,610.87	是
5	兴安县灵渠展示中心（兴安县博物馆）陈列布展工程项目	2019 年 12 月	42.30%	80.00%	尚未决算	-	97.00%	未过质保	-	100.00%	79.97%	1,300.00	1,696.75	否
6	榆溪楼榆林宋夏历史文化博物馆陈列布展	2019 年 12 月	74.41%	80.00%	2020 年 3 月	74.51%	95.00%	2020 年 12 月	100.00%	100.00%	100.00%	1,909.71	1,261.48	是
7	麻栗坡县英雄老山文旅项目室内设计、展陈施工	2019 年 6 月	68.18%	85.00%	尚未决算	-	95.00%	2020 年 6 月	68.18%	100.00%	68.18%	1,500.00	1,543.41	否
8	浙江千人计划绍兴产业园（绍兴金柯桥科技城）智慧展示馆布展设计、施工一体化	2019 年 5 月	74.26%	85.00%	2020 年 12 月	79.97%	97.50%	2020 年 5 月	79.97%	100.00%	86.73%	1,099.08	894.72	是
9	东北电力大学校史馆设计施工一体化项目	2019 年 11 月	79.62%	80.00%	2019 年 11 月	81.94%	90.00%	2020 年 11 月	97.00%	100.00%	97.00%	1,113.93	694.70	是
10	苏地 2016-WG-19 号南地块生命健康小镇会客厅布展深化设计与施工项目	2019 年 9 月	43.22%	80.00%	尚未决算	-	95.00%	未过质保	-	100.00%	48.25%	600.73	925.45	否

2018 年度前十大项目收款情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	验收时点			决算时点			质保期满			累计收款比例	成本覆盖		
		时间	收款比例	合同约定	时间	收款比例	合同约定	时间	收款比例	合同约定		预收金额	成本金额	是否覆盖
1	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工	2018 年 12 月	64.45%	70.00%	2019 年 7 月	66.96%	97.00%	2021 年 4 月	91.89%	100.00%	91.89%	4,809.60	3,665.37	是
2	大沽河博物馆	2018 年 9 月	75.78%	80.00%	尚未决算	-	95.00%	2020 年 9 月	75.78%	100.00%	75.78%	2,423.37	2,411.51	是
3	大沽河博物馆二	2018 年 9 月	66.01%	80.00%	尚未决算	-	95.00%	2020 年 9 月	75.49%	100.00%	81.96%	2,040.76	2,290.32	否
4	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	2018 年 9 月	59.23%	90.00%	尚未决算	-	95.00%	2019 年 9 月	81.49%	100.00%	81.49%	1,836.20	1,546.83	是
5	中华侏儒族博物馆布展和装饰装修工程	2018 年 1 月	-	95.00%	2020 年 1 月	37.71%	95.00%	2020 年 3 月	37.71%	100.00%	45.25%	-	947.58	否
6	振石控股集团总部大楼智能化展厅设计施工项目	2018 年 12 月	79.41%	90.00%	2019 年 12 月	84.85%	95.00%	2021 年 3 月	95.00%	100.00%	95.00%	1,246.70	895.65	是
7	安康移民（脱贫）搬迁博物馆	2018 年 12 月	64.19%	80.00%	2020 年 12 月	77.17%	95.00%	2020 年 3 月	77.17%	100.00%	89.35%	950.00	797.65	是
8	柳州工业博物馆	2018 年 12 月	50.00%	80.00%	尚未决算	-	97.00%	2020 年 12 月	80.00%	100.00%	80.00%	698.78	610.63	是
9	潜江市龙湾遗址博物馆陈列布展工程	2018 年 8 月	83.39%	80.00%	2020 年 6 月	84.70%	95.00%	2020 年 8 月	84.70%	100.00%	100.00%	920.55	997.17	否
10	中英街历史博物馆陈列改造工程	2018 年 3 月	75.00%	90.00%	2019 年 3 月	90.00%	95.00%	2020 年 3 月	94.53%	100.00%	100.00%	631.77	583.00	是

报告期内，公司存在实际收款与合同约定收款比例不一致的情况，主要系公司客户结构所致。公司主要客户系政府、事业单位及大型国企民企，受财政预审批等因素影响较大。公司预收款项基本能覆盖成本金额，报告期内，分别有 3 个、5 个及 3 个项目没有覆

盖，占比较低。公司累计收款金额比例除个别项目以外，均高于 60%。综上所述公司收款比例与收款政策基本匹配，预收款项或合同负债金额能够覆盖已发生的项目支出。

③ 发行人预收客户款项后，客户修改或取消项目的处理方式

A、预收客户款项后，客户取消项目的处理方式

报告期内，公司馆厅展示创意服务业务签订合同预收客户款项后，项目均能正常执行，不存在客户取消项目的情形。如果客户在签订合同支付预收款项后取消项目，公司会复核实际已发生成本，并据此与客户进行沟通协商。协商完成后，根据项目收款及协商结果确认收入（如有），根据项目已发生存货结转成本。

展览展示创意服务及创意设计服务在客户取消项目后，公司会积极与客户进行沟通，对已发生的成本及预收款项进行复核，与客户进行协商，协商完成后根据协商结果确认相关损益。

B、预收客户款项后，客户修改项目的处理方式

报告期内，公司存在预收客户款项后，客户修改项目的情况。一般而言，公司在签订合同时会与客户确定项目整体方案及清单，根据清单金额确定合同金额。但在实际施工过程中，客户会根据实际情况对项目进行局部调整。在这种情况下，公司会根据与客户重新约定的方案出具新的设计图纸及施工图纸，并与客户书面确认调整方案。项目竣工验收后，公司与客户根据原始设计方案与变更设计方案一起进行结算。

④ 因预收款项和合同负债无法覆盖已支出成本导致项目亏损，报告期内亏损项目具体情况及亏损原因

在项目执行过程中，公司按照合同约定向客户收取货款，向供应商支付货款。不同项目具体的收款约定各不相同。一般而言，除预付款外，客户一般根据公司现场实际施工工程量按照一定比例支付进度款给公司，不同项目公司请款的频率也不尽相同。因此，一般而言公司支付供应商款项在前，向客户收取货款在后，在项目实施过程中存在预收款项暂时不能完全覆盖项目成本的情况，但合同仍在正常执行中，项目后续正常回款不存在重大障碍和风险。

报告期内，公司全部亏损项目具体情况及原因如下：

单位：万元

年度	项目类型	项目名称	收入金额	成本金额	亏损金额	亏损原因
2020年度	馆厅展示创意服务	安徽博物院“徽州古建筑”展览深化设计及施工	247.46	370.18	-122.72	该项目客户系安徽博物院，是公司重点开拓的客户，公司拟借此提高在当地的影响力，因此投入的人力物力较大，导致项目亏损金额较大。
		军史场馆建设采购项目（杭州 32507 部队）	44.50	54.81	-10.31	公司出于开拓重点市场、打造红色展馆的战略布局，报价低，成本投入大。
		中国人民解放军 32516 部队军史场馆建设	45.89	54.12	-8.23	
		小计	337.84	479.11	-141.27	
2019年度	馆厅展示创意服务	三台博物馆深化设计与施工一体化布展服务采购项目	661.41	693.97	-32.56	该项目主要工作内容系装饰布展、占比较大，同时工期较长，公司人工投入较高，导致亏损。
		绿地钻石博物馆装修工程	54.13	74.62	-20.49	该项目规模较小，主要工作内容系装饰布展，无多媒体及制作等内容。
		卫宁健康展厅设计施工一体化项目	362.83	378.19	-15.36	该项目主要工作内容系装饰布展，占比较大、利润较低，而利润空间较大的多媒体软件、影视等制作内容极少。
		沪港银行历史展览馆	173.69	186.01	-12.32	因客户调整方案，原方案多媒体影视制作、平面内容等高毛利部分被取消，投入的人工成本大是亏损的主要原因。
	展览展示创意服务	2019 Medtec / 2019 中国展暨第十五届国际医疗器械设计与制造技术	3.86	4.27	-0.42	该展会开展地点在国内，报价竞争激烈、人工成本高是亏损的主要原因。
		小计	1,255.91	1,337.05	-81.15	
2018年度	馆厅展示创意服务	潜江市龙湾遗址博物馆陈列布展工程	992.34	997.17	-4.83	客户在项目实施过程中反复进行方案调整，工期拖延，重复投入无效人工、成本、费用等。
		阿里巴巴集团萧山机场展厅项目工程	92.29	100.36	-8.06	公司已与客户合作多个展会项目，为了维护客户关系，项目价格较低。
	展览展示创意服务	2018 SEMA Show / 2018 美国改装车展 / 拉斯维加斯汽车配件展	33.31	34.16	-0.85	客户确定方案较晚，因开展时间限制，供应商报价较高，导致略为亏损。
		小计	1,117.95	1,131.69	-13.74	
		合计	2,711.69	2,947.85	-236.16	

报告期内，公司亏损项目较少，累计亏损金额占利润总额的比例分别为-0.34%、-1.36%及-2.43%，对公司业绩影响较小。

⑤预收款项/合同负债与相关业务收入、合同金额、存货的匹配性

公司期末预收款项/合同负债主要源于馆厅展示创意服务业务，报告期各期末，公司馆厅展示创意服务预收款项/合同负债具体构成情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
馆厅展示创意服务预收款项/合同负债余额	8,851.66	94.71%	18,243.61	89.68%	22,922.08	92.75%
其他业务预收款项/合同负债余额	494.67	5.29%	2,099.98	10.32%	1,790.45	7.25%
合计	9,346.33	100.00%	20,343.59	100.00%	24,712.53	100.00%

报告期各期末，公司馆厅展示创意服务预收款项/合同负债金额占比均超过 89%，公司其他业务对公司预收款项/合同负债影响较小，故公司主要对馆厅展示创意服务预收款项与相应业务收入、业务合同及存货金额进行匹配性分析，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日
预收款项/合同负债余额 (A)	8,851.66	18,243.61	22,922.08
馆厅展示创意服务收入 (B)	43,236.64	39,010.85	26,496.98
馆厅展示创意服务合同金额 (C)	45,538.59	58,603.78	59,631.81
馆厅展示创意服务存货余额 (D)	12,862.61	20,248.75	19,313.06
预收款项与收入匹配性 (A/B)	20.47%	46.77%	86.51%
预收款项与合同金额匹配性 (A/C)	19.44%	31.13%	38.44%
预收款项与存货匹配性 (A/D)	68.82%	90.10%	118.69%

报告期各期末，公司预收款项（合同负债）与营业收入的比例分别为 86.51%、46.77%及 20.47%，2018 年至 2020 年，占比呈现逐年下降的趋势。公司各期期末馆厅展示创意服务预收款项系公司尚未验收项目累计向客户收取的款项。公司馆厅展示创意服务在验收时一次性确认收入，系公司当期已验收馆厅展示创意服务实现的销售收入。公司预收款项与馆厅展示创意服务之间不存在直接匹配关系。公司 2019 年度较 2018 年度比例有所下降，主要系公司馆厅展示创意服务收入增长较快所致。2020 年度，该比例进一步下降，主要系公司受疫情影

响，当期施工量有所减少，从而从客户收取的预收款项有所下降。

报告期各期末，公司预收款项与期末施工项目合同金额比例分别为 38.44%、31.13%及 19.44%。2018 年末至 2019 年末，公司预收款项与期末施工项目合同金额比例基本保持稳定，2020 年末，由于受疫情影响，公司当期施工量有所减少，从而从客户收取的预收款项有所下降，导致该比例较以前年度有所下降。

报告期各期末，公司预收款项与馆厅展示创意服务存货余额比例分别为 118.69%、90.10%及 68.82%，呈现逐年递减的趋势。2018 年至 2019 年，公司业务迅速发展，存货余额增长，预收款项与馆厅展示创意服务存货余额之比保持在 100%左右，预收款项与存货余额基本匹配。2020 年，受新冠疫情影响，公司预收款项较以前年度下降明显，导致该比例下降。

综上，公司预收款项、合同负债与相关业务收入、合同金额及存货具有匹配性。

（5）合同负债

2020 年末，公司合同负债为 9,346.33 万元，占流动负债的比例为 27.13%，为预收的工程款。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司合同负债前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
1	深圳（哈尔滨）产业园投资开发有限公司	深圳（哈尔滨）产业园区展览馆项目展陈施工	1,553.67	16.62%
2	遂宁发展投资集团有限公司	遂宁图书馆建设项目、遂宁市档案馆建设项目（党史党建馆、档案馆、地方志馆）	1,296.84	13.88%
3	绍兴市柯桥区文化广电旅游局	柯桥区非物质文化遗产馆装修及布展工程设计施工一体化	1,198.49	12.82%
4	雅安市名山区民政局	雅安市名山区红军百丈关战役纪念馆布展提升工程	873.57	9.35%
5	山丹县科学技术协会	山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	641.45	6.86%
合计			5,564.02	59.53%

（6）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 2,052.74 万元、1,934.27 万元和 **1,994.65** 万元，占流动负债的比重分别为 4.98%、4.26%和 **5.79%**。公司应付职工薪酬余额主要为计提未发放的工资及奖金等，公司工资实行当月计提次月发放。

（7）应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
增值税	689.60	645.25	472.33
企业所得税	197.43	357.20	954.94
个人所得税	34.02	8.98	31.29
城市维护建设税	26.02	24.00	15.96
教育费附加	130.12	120.01	79.81
土地使用税	0.28	-	-
合计	1,077.46	1,155.44	1,554.33

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 1,554.33 万元、1,155.44 万元及 **1,077.46** 万元，占流动负债的比例分别为 3.77%、2.54%及 **3.13%**。公司应交税费均为报告期各期末应交的与公司正常生产经营相关的各项税费。

（8）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
保证金押金	10.00	6.00	3.00
其他费用款项	277.37	352.67	104.37
房租	-	11.37	297.50
关联方往来款项	-	-	322.85
其他往来款项	416.92（注）	76.04	66.60
合计	704.29	446.07	794.32

注：受新冠疫情影响，人力资源社会保障部出台政策对 2020 年 2-12 月的社会保险延迟缴纳，公司将职工个人承担的部分 336.25 万元计入其他往来款项，该部分社保已于 2021 年 1 月和 3 月全部缴纳。

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 794.32 万元、446.07 万元及 **704.29** 万元，占流动负债的比例分别为 1.93%、0.98%及 **2.04%**。

（9）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
已背书转让的商业承兑汇票	188.80	-	-
待转销项税	2,245.69	1,755.03	1,128.60
合计	2,434.49	1,755.03	1,128.60

公司其他流动负债主要系已背书转让的商业承兑汇票及待转销项税。其中，已背书转让的商业承兑汇票系公司根据企业会计准则的规定，将已贴现但未终止确认的应收票据在其他流动负债里披露。待转销项税系公司馆厅展示创意服务业务在确认收入时计提的增值税。

2、非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预计负债	116.50	14.98%	-	-	-	-
递延所得税负债	661.38	85.02%	627.53	100.00%	938.02	100.00%
合计	777.88	100.00%	627.53	100.00%	938.02	100.00%

公司非流动负债主要由预计负债及递延所得税负债构成。

（1）预计负债

基于公司与供应商陕西恒业建设集团有限公司的未决诉讼，公司按照同期贷款利率计提了相应的延期支付利息作为预计负债。案件详情参见“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为”。

（2）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债情况如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异
香港宽创实现的利润	661.38	4,409.17	627.53	4,183.52	938.02	6,253.46

香港采用地域来源原则征税，子公司宽创香港报告期内确认的利润并非源自香港，符合离岸豁免的规定，在香港无需缴纳利得税，分配利润时由母公司宽创

国际按投资收益缴纳企业所得税，因此公司在合并报表层面确认相应的递延所得税费用。

（二）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

项目	2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日	2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.55	1.29	1.20
速动比率（倍）	1.18	0.84	0.72
资产负债率（合并）	53.13%	63.69%	69.54%
资产负债率（母公司）	56.31%	66.98%	76.09%
息税折旧摊销前利润（万元）	6,570.94	6,611.09	4,371.63
利息保障倍数（倍）	59.29	114.64	不适用

注：利息保障倍数=（利润总额+利息费用）÷利息费用

报告期内，公司流动比率、速动比例、资产负债率及息税折旧摊销前利润等各项偿债指标均呈现逐渐向好趋势。其中，公司流动比率从 2018 年末的 1.20 上升至 2020 年末的 1.55，速动比率从 2018 年末的 0.72 上升到 2020 年末的 1.18，资产负债率从 2018 年末的 69.54% 下降至 2020 年末的 53.13%，息税折旧摊销前利润从 2018 年度的 4,371.63 万元上升到 2020 年度的 6,570.94 万元。报告期内，公司偿债能力逐步提升。

公司流动比率、速动比率、资产负债率指标与同行业可比上市公司对比如下：

项目	公司	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	风语筑	1.68	1.62	1.51
	华凯创意	1.45	1.55	1.66
	易尚展示	1.20	0.96	1.04
	丝路视觉	1.60	1.80	2.18
	行业平均值	1.48	1.48	1.60
	宽创国际	1.55	1.29	1.20
速动比率（倍）	风语筑	1.29	1.19	1.05
	华凯创意	1.41	0.95	0.89
	易尚展示	1.06	0.81	0.75
	丝路视觉	1.54	1.75	2.12
	行业平均值	1.32	1.18	1.20
	宽创国际	1.18	0.84	0.72

项目	公司	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
资产负债率（合并）	风语筑	54.43%	55.35%	59.19%
	华凯创意	51.91%	54.33%	53.23%
	易尚展示	57.44%	54.83%	66.34%
	丝路视觉	50.15%	49.79%	40.92%
	行业平均值	53.48%	53.57%	54.92%
	宽创国际	53.13%	63.69%	69.54%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

报告期内，公司流动比率及速动比率指标低于同行业可比公司平均值，主要原因系公司作为非公众公司与上市公司相比融资渠道较少，使得货币资金等流动资产相对较低。公司资产负债率指标高于同行业可比公司平均值，主要系上市公司股权融资规模高、净资产规模相对较高，而公司主要依靠股东投入及自有经营积累，净资产规模相对较低。

公司作为非公众公司融资渠道单一、股权融资比例较低，上述指标不及同行业上市公司，但报告期内公司流动比率与速动比率持续增长，资产负债率持续下降，企业资产负债结构与偿债能力持续改善，不存在经营策略较为激进的情况。

2、银行借款

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
短期借款	2,202.67	2,203.28	-
合计	2,202.67	2,203.28	-

公司短期借款均为向银行借入的短期贷款，主要为满足公司不断扩大的业务规模产生的对流动资金的需求。

3、12 个月内需偿还的负债金额及利息金额

公司近 12 个月内需要偿还的银行贷款情况如下：

单位：万元

项目	偿还日期	偿还本金金额	利率	利息总额
浦发银行	2021 年 9 月 16 日	800.00	3.915%	31.32

4、公司短期融资渠道

截至招股说明书签署日，公司已获得的银行授信及使用情况如下：

单位：万元

项目	授信额度	到期日	已使用额度	剩余额度
浦发银行	5,000.00	2022年6月	800.00	4,200.00

除上述公司已获得银行贷款授信额度外，公司宽创大楼已于2020年8月获得不动产权证书，可用于抵押获取银行短期流动资金贷款，公司短期融资能力较强，不存在流动性风险。

（三）报告期内股利分配情况

报告期内，公司未进行股利分配。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量表情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	2,217.39	427.21	827.35
投资活动产生的现金流量净额	4,454.57	-8,813.15	-4,142.43
筹资活动产生的现金流量净额	-100.24	4,310.79	2,268.00
现金及现金等价物净增加额	6,481.78	-4,033.91	-823.37
期初现金及现金等价物的余额	2,576.17	6,610.08	7,433.45
期末现金及现金等价物的余额	9,057.95	2,576.17	6,610.08

1、经营活动产生的现金流量净额分析

（1）经营活动产生的现金流量基本情况

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
销售商品、提供劳务收到的现金	35,194.74	38,087.09	41,414.51
收到的税费返还	1.42	845.44	0.07
收到其他与经营活动有关的现金	1,805.49	1,480.18	1,924.70
经营活动现金流入小计	37,001.65	40,412.70	43,339.27
购买商品、接受劳务支付的现金	20,338.92	21,581.59	24,462.91
支付给职工以及为职工支付的现金	9,794.48	12,389.61	10,992.51
支付的各项税费	2,077.48	2,549.67	2,439.87
支付其他与经营活动有关的现金	2,573.39	3,464.62	4,616.63
经营活动现金流出小计	34,784.27	39,985.49	42,511.92
经营活动产生的现金流量净额	2,217.39	427.21	827.35

（2）经营活动产生的现金流量变动原因

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 827.35 万元、427.21 万元及 2,217.39 万元。2018 年度至 2019 年度，公司经营活动产生的现金流量净额下降，主要原因为：

①公司馆厅展示创意服务业务发展迅速，近三年营业收入年复合增长率为 27.74%，营业收入占比从 2018 年的 68.01% 上升至 2020 年的 90.68%，而馆厅展示创意服务项目回款周期较长，受主要客户地方政府财政拨款、审批流程及单体项目回款滞后等综合因素的影响。

②公司现金流较好的展览展示创意服务业务收入占比从 2018 年的 29.62% 下降至 2020 年的 7.07%，进一步影响公司经营活动产生的现金流。

（3）经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润的具体原因如下：

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 827.35 万元、427.21 万元和 2,217.39 万元，同期净利润分别为 3,550.69 万元、5,285.76 万元和 5,127.18 万元，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润相比较低，主要原因系：

①部分类型供应商付款与向客户收款存在时间性差异

公司馆厅展示创意服务成本主要由专业分包、设备、制作及项目相关人工工资构成，合计占比超过 95%。上述货物/服务采购款支付条款一般如下：

业务类型	主要成本项	成本占比	货款支付一般约定
馆厅展示 创意服务	专业分包	约 40%	预付 30% 左右，进度款付至 70%，验收付至 80-90%，决算 90-95%，质保期满 100%
	设备	约 20%	预付款 50%，到货款 60-70% 左右，质保期满 100%。
	制作	约 15%	预付款 50%，到货款 60-70% 左右，质保期满 100%。
	人工	约 20%	下个月 10 号支付上个月工资。

公司与客户签订合同时，通常约定按照已完工工程量的 70% 向公司支付工程进度款，公司一般每隔一定时间根据已完工的工程量向客户申请进度款。公司与供应商签订合同时，通常情况下专业分包类型供应商支付进度与客户方的支付进度挂钩，而设备、制作类型供应商一般要求及时支付。因此公司在现金流上会存

在一定时间性差异。

报告期内，公司馆厅展示创意服务处于快速发展阶段，2018 年度至 2020 年度公司馆厅展示创意服务复合增长率 27.74%，上述付款的时间性差异因整体规模增长而放大，造成经营活动现金流与净利润差异较大。

②公司资金回笼速度较慢

公司馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，且公司主要客户为地方政府、事业单位及政府投资平台，受内部审批流程、整体财政资金用途安排等因素综合影响，存在回款速度相对较慢的情形，导致公司经营活动现金流与净利润差异较大。

（4）经营活动现金流量主要项目与资产负债表、利润表中相关项目的勾稽关系

报告期各期发行人经营活动现金流量中金额较大占比较高的项目包括：销售商品、提供劳务收到的现金；购买商品、接受劳务支付的现金；支付给职工以及为职工支付的现金，上述科目与资产负债表、利润表中相关项目的勾稽关系具体如下：

①销售商品、提供劳务收到的现金

单位：万元			
项目	2020 年	2019 年	2018 年
营业收入	47,679.41	48,111.53	38,961.08
加：销项税额	3,538.80	3,417.53	3,210.33
应收账款（包括合同资产）原值的减少	-5,306.81	-9,274.13	-5,551.59
应收票据（包括应收款项融资）原值的减少	286.88	116.00	-894.00
预收账款（合同负债）的增加	-10,997.26	-4,368.94	5,820.97
汇率变动等其他小额变动的影响	-6.29	85.09	-132.28
销售商品、提供劳务收到的现金	35,194.74	38,087.09	41,414.51

由上表可知，发行人销售商品收到的现金与营业收入、销项税金、应收账款（合同资产）、应收票据、预收账款（合同负债）等会计科目匹配。

2、购买商品、接受劳务支付的现金

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
营业成本	32,123.81	32,857.16	26,125.27
加：存货的增加	-7,552.91	797.51	5,846.99
经营性应付票据的减少	144.75	-144.75	-
经营性应付账款的减少	416.53	-6,567.60	-2,857.64
预付账款的增加	-402.44	-432.35	78.67
物资采购进项税	1,520.02	1,831.43	1,791.00
减：计入项目成本的职工薪酬	5,463.32	6,791.71	6,428.45
计入项目成本的其他非付现成本	258.71	209.05	92.93
其他调整	188.80	-240.96	-
购买商品、接受劳务支付的现金	20,338.92	21,581.59	24,462.91

由上表可知，发行人购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本、进项税额、存货、预付账款、应付账款、应付票据等会计科目相匹配。

3、支付给职工以及为职工支付的现金

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
成本中的薪酬	5,463.32	6,791.71	6,428.45
加：销售费用中的薪酬	1,249.35	1,679.21	1,783.61
管理费用中的薪酬	1,821.83	1,759.82	1,545.79
研发费用中的薪酬	1,681.67	2,018.08	1,680.27
减：应付职工薪酬的增加	60.38	-118.48	463.55
应交税费-个人所得税的增加	25.05	-22.32	-17.93
其他应付款（已扣尚未缴纳的职工个人社保）的增加（注）	336.25	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	9,794.48	12,389.61	10,992.51

注：受新冠疫情影响，人力资源社会保障部出台政策对 2020 年 2-12 月的社会保险延迟缴纳，公司将职工个人承担的部分 336.25 万元计入其他应付款，该部分社保已于 2021 年 1 月和 3 月全部缴纳。

由上表可知，发行人支付给职工以及为职工支付的现金与成本、销售费用、管理费用、研发费用、应付职工薪酬、应交税金-应交个人所得税等会计科目相匹配。

（5）2020 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额大额为负的原因及合理性

受新冠疫情影响，上半年公司销售回款较低，但固定费用支出未明显下降，且支付了供应商部分款项。2020 年 6 月末应收账款余额较期初增长，因疫情影响，项目施工进度减缓，招投标及施工量受到影响，相应的应付账款和预收账款余额较期初减少，导致 2020 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额大额为负，具有合理性。

（6）经营活动现金流量金额大幅波动对发行人经营稳定性的影响

报告期内公司馆厅展示服务业务发展迅速，但该类项目回款周期较长，受地方政府财政拨款、审批流程及单体项目回款滞后等综合因素的影响，经营活动现金流存在一定的波动。公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，2018年、2019年及2020年销售商品、提供劳务收到的现金分别为4.14亿元、3.81亿元和3.51亿元，经营现金流入充足稳定；2020年度经营现金流为2,217.38万元，明显改善；截至2020年12月31日公司货币资金余额9,772.79万元，能满足公司日常经营的需要，经营活动现金流量金额大幅波动不会对发行人经营稳定性产生不利影响。

（7）发行人各期经营活动现金流净额波动较大、与净利润差异较大且差额呈现逐年扩大趋势的原因

公司报告期内现金流量表补充资料如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
将净利润调节为经营活动现金流量			
净利润	5,127.18	5,285.76	3,550.69
加：信用减值损失	3,137.68	1,456.74	-
资产减值准备	41.94	16.95	1,156.45
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	405.92	367.99	193.89
无形资产摊销	257.97	225.97	133.93
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	0.95	-	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	2.26	5.27	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	15.32	8.61	-
财务费用（收益以“-”号填列）	189.56	51.35	-2.60
投资损失（收益以“-”号填列）	-112.50	-80.82	24.57
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	279.19	-194.18	-991.44
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	33.85	-310.49	199.61
存货的减少（增加以“-”号填列）	7,552.91	-1,498.51	-5,846.99
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-4,173.19	-7,842.82	-7,431.87
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-10,541.66	2,816.35	9,841.12

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其他	-	119.04	-
经营活动产生的现金流量净额	2,217.39	427.21	827.35
净利润与经营活动产生的现金流量净额差异	2,909.79	4,858.55	2,723.33
经营活动产生的现金流量净额/净利润	43.25%	8.08%	23.30%

报告期内，公司经营活动产生的现金流净额与净利润之间的差额分别为 2,723.33 万元、4,858.55 万元和 2,909.79 万元，差异较大，呈现先升后降趋势，差异及波动原因主要来源于存货的增加、经营性应收项目的增加、经营性应付项目的减少等，具体原因如下：

2020 年受疫情影响，公司当期实施的项目较上期有所减少，存货期末较期初减少 7,552.91 万元，相应应付账款及预收账款等经营性应付款项减少 10,541.66 万元；而公司馆厅展示创意业务客户受审批流程、资金预算管理及疫情等影响回款周期较慢，应收款项等经营性应收项目较期初增加 4,173.19 万元，导致经营活动现金流量净额小于净利润 2,909.79 万元，但公司整体 2020 年度经营活动现金流量净额为正数。

2019 年，公司当期实施的项目较上期有所增加，存货期末较期初增加 1,498.51 万元，相应应付账款及预收账款等经营性应付款项增加 2,816.35 万元；同时公司馆厅展示创意服务业务客户受审批流程、资金预算管理等影响回款周期较慢，应收款项等经营性应收项目较期初增加 7,842.82 万元，导致经营活动现金流量净额小于净利润 4,858.55 万元，但公司整体 2019 年度经营活动现金流量净额为正数。

2018 年，公司当期实施的项目较上期有所增加，存货期末较期初增加 5,846.99 万元，相应应付账款及预收账款等经营性应付款项增加 9,841.12 万元；同时公司馆厅展示创意业务客户受审批流程、资金预算管理等影响回款周期较慢，应收款项等经营性应收项目较期初增加 7,431.87 万元，导致经营活动现金流量净额小于净利润 827.35 万元，但公司整体 2018 年度经营活动现金流量净额为正数。

综上所述，报告期内公司发行人各期经营活动现金流净额波动较大、与净利润差异较大，主要系公司存货的增加、经营性应收项目的增加、经营性应付

项目的减少等项目金额较大且波动较大，符合公司实际经营情况，具有合理性。

（8）经营活动产生的现金流量净额与销售政策、采购政策、信用政策变化情况的匹配性

公司主要收入来源于馆厅展示创意服务业务，从事一体化项目的策划、设计、实施和维护，主要通过招投标获取业务，客户主要为政府、事业单位、大型国企及民企等，客户主要付款方式、结算方式和周期未发生显著变化，也不存在给予客户特别信用政策的情形。公司采购政策主要根据项目合同约定支付供应商货款。报告期内公司销售政策、采购政策、信用政策不存在重大变化。

报告期内，同行业可比公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的情况如下：

		单位：万元		
	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
风语筑	经营活动产生的现金流量净额	21,920.73	25,276.52	26,377.30
	净利润	34,251.09	26,218.03	21,095.64
	比例	64.00%	96.41%	125.04%
华凯创意	经营活动产生的现金流量净额	2,820.26	7,537.84	3,500.15
	净利润	-6,248.34	798.09	1,569.18
	比例	-45.14%	944.49%	223.06%
易尚展示	经营活动产生的现金流量净额	21,830.24	20,611.21	9,548.99
	净利润	7,123.39	7,628.19	10,849.00
	比例	306.46%	270.20%	88.02%
丝路视觉	经营活动产生的现金流量净额	10,287.43	4,434.74	1,458.64
	净利润	6,017.61	2,892.13	4,823.58
	比例	170.96%	153.34%	30.24%
宽创国际	经营活动产生的现金流量净额	2,217.39	427.21	827.35
	净利润	5,127.18	5,285.76	3,550.69
	比例	43.25%	8.08%	23.30%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。

报告期内，与公司业务可比性最强的风语筑上述比例逐年下降，经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异逐年扩大；华凯创意因业务重组净利润变动较大，上述比例呈现波动异常；易尚展示和丝路视觉现金流量净额与净利润的差异较大，但因一体化项目占比较少、业务构成与发行人存在差异，现金流状况优于发行人及风语筑。

综上，发行人经营活动现金流量净额与净利润差异较大，与发行人报告期

内销售政策、采购政策及信用政策相匹配，符合行业特点和惯例。

2、投资活动产生的现金流量净额分析

（1）投资活动产生的现金流量的基本情况

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资所收到的现金	20,965.85	7,031.38	6,706.74
取得投资收益收到的现金	117.90	9.41	176.08
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.08	-	-
投资活动现金流入小计	21,083.82	7,040.79	6,882.82
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	453.72	2,963.71	3,025.24
投资支付的现金	16,175.54	12,890.23	8,000.00
投资活动现金流出小计	16,629.26	15,853.94	11,025.24
投资活动产生的现金流量净额	4,454.57	-8,813.15	-4,142.43

（2）投资活动产生的现金流量变动原因

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为：-4,142.43 万元、-8,813.15 万元及 4,454.57 万元。

公司投资活动现金流出主要系公司购建宽创国际办公楼、购买西安分公司办公大楼及购买相关理财产品。

公司投资活动现金流入主要系公司赎回购买的银行理财产品。

3、筹资活动产生的现金流量净额分析

（1）筹资活动产生的现金流量的基本情况

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	-	2,160.00	2,268.00
取得借款收到的现金	2,200.00	2,200.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	2,200.00	4,360.00	2,268.00
偿还债务支付的现金	2,200.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	100.24	49.21	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	2,300.24	49.21	-
筹资活动产生的现金流量净额	-100.24	4,310.79	2,268.00

（2）筹资活动产生的现金流量变动原因

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 2,268.00 万元、4,310.79 万元及-100.24 万元。2018 年度筹资活动产生的现金流量净额系民生投资增资 2,268.00 万元。2019 年度筹资活动产生的现金流量净额主要系宽兴咨询增资 2,160.00 万元及向中信银行贷款 2,200.00 万元。2020 年度筹资活动产生的现金流量净额为负主要为支付银行贷款利息。

4、发行人营运资金的来源，不存在资金流紧张的情况

报告期内，公司营运资金主要来源于经营累计所得、银行借款及股东投入。2018 年，公司收到民生投资增资款 2,268.00 万元，2019 年，公司通过银行借款筹集资金 2,200.00 万元，收到宽兴咨询增资款 2,160.00 万元。

公司主要收入来源于馆厅展示创意服务业务，从事一体化项目的策划、设计、实施和维护，客户主要为政府、事业单位、大型国企及民企等，项目周期较长，根据行业惯例，按照施工进度及验收、决算、质保期等主要节点进度付款，具体付款政策由项目双方谈判确定。公司供应商主要有装饰装修、设备、制作、搭建等供应商，主要供应商的付款节点和信用政策通常由公司与供应商协商制定。其中装饰装修供应商主要按照公司与该项目客户签订的付款进度来确定。公司对设备、制作、搭建供应商通常预付部分款项，在制作搭建完成、设备到货安装时支付完大部分款项。报告期内，公司客户、供应商的信用政策、结算周期等情况较为稳定，不存在给予特别信用政策的情形。

单位：万元

项目	2020 年/末	2019 年/末	2018 年/末
销售商品、提供劳务收到的现金	35,194.74	38,087.09	41,414.51
购买商品、接受劳务支付的现金	20,338.92	21,581.59	24,462.91
货币资金余额	9,772.79	3,334.60	7,624.92
理财产品余额	3,998.90	8,938.37	3,000.00

报告期内，公司经营性现金流入充足稳定，各期销售商品、提供劳务收到的现金高于购买商品、接受劳务支付的现金，公司从客户收到的现金足以支撑公司支付供应商的货款。报告期各期末，公司可使用的货币资金及理财产品余额合计分别为 10,624.92 万元、12,272.96 万元及 13,771.69 万元，呈现逐年上升的趋势，可动用资金充足，不存在资金流紧张的情况。

（五）重大资本性支出

1、报告期内重大资本性支出的分析

公司属于文化创意类公司，无大型生产设备。报告期内，公司重大资本性支出主要系购建办公室及购买相应办公软件。公司重大资本性支出如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	453.72	2,963.71	3,025.24

公司重大资本性支出均与主营业务相关，提高了公司的整体盈利水平，符合公司战略发展方向，为公司后续持续发展提供了基础。

2、未来可预见的重大资本性支出分析

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金有关投资外，公司无确定的其他重大资本性支出。公司未来可预见的重大资本性支出主要系本次募集资金投资项目。详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

十四、持续经营能力

公司已将可能影响持续经营能力的风险因素在本招股说明书“第四节 风险因素”中披露。

截至本招股说明书签署日，公司的经营模式、公司的行业地位及所处行业的经营环境等或者技术的取得或者使用不存在重大不利变化。公司最近一年的营业收入或净利润不存在对关联方或者有重大不确定性客户的重大依赖，公司最近一年的净利润没有来自合并财务报表范围以外的投资收益，公司不存在其他对公司持续经营能力构成重大不利影响的情形。

报告期内，公司营业收入金额分别为 38,961.08 万元、48,111.53 万元及 47,679.41 万元。2018 年度至 2020 年度年复合增长率为 10.62%；净利润分别为 3,550.69 万元、5,285.76 万元及 5,127.18 万元，2018 年度至 2020 年度年复合增长率为 20.17%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 3,258.34 万元、4,971.40 万元及 4,686.17 万元，2018 年度至 2020 年度年复合增

长率为 19.93%，经营状况良好。

基于以上因素，公司管理层认为，依托当前良好的政策环境以及行业广阔的市场空间，凭借公司的竞争优势，并随着募集资金投资项目的实施和研发、服务能力的提高，公司具有良好的发展前景和持续经营能力。

（一）2020 年全年业绩情况及同比变动情况

报告期内，公司不同业务类型 2020 年度业绩情况及同比变动情况如下所示：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		变化情况
		金额	占比	金额	占比	
馆厅展示 创意服务	收入	43,236.64	90.68%	39,010.85	81.08%	10.83%
	成本	29,179.61	90.83%	26,174.53	79.66%	11.48%
	毛利	14,057.04	90.37%	12,836.32	84.15%	9.51%
展览展示 创意服务	收入	3,369.31	7.07%	8,614.04	17.90%	-60.89%
	成本	2,697.10	8.40%	6,507.28	19.80%	-58.55%
	毛利	672.21	4.32%	2,106.76	13.81%	-68.09%
创意设计 服务	收入	1,073.46	2.25%	486.64	1.01%	120.58%
	成本	247.09	0.77%	175.34	0.53%	40.92%
	毛利	826.36	5.31%	311.30	2.04%	165.45%
归母净利润		5,127.18		5,285.76		-3.00%
扣非后归母净利润		4,686.17		4,971.40		-5.74%

2020 年度，公司馆厅展示创意服务收入为 43,236.64 万元，较 2019 年度增长 10.83%。2020 年度上半年，公司馆厅展示创意服务业务受国内疫情影响，在建项目开工、施工、验收及付款进度均有一定延缓。2020 年下半年，随着国内疫情得到有效控制，市场逐渐恢复正常运行。因此，2020 年疫情对公司馆厅展示创意服务业务带了一定影响，但公司馆厅展示创意服务所处的业务市场规模及竞争环境没有发生明显不利变化。

2020 年度，公司展览展示创意服务收入 3,369.31 万元，较 2019 年度下降 60.89%。受全球新冠疫情影响，展览展示创意服务行业受到巨大冲击，由于展会人流量密集，公司展览展示创意服务境外业务主办方普遍采取延期举行、降低规模及线上展览等方式来降低疫情影响。公司展览展示创意服务短时间内市场规模呈现显著下降的趋势，如果境外疫情无法得到有效控制，预期市场规模会进一步下降，对境外展览展示创意服务业务产生不利影响。

2020 年度，公司创意设计收入 1,073.46 万元，较 2019 年度增加 120.58%，主要系公司 2020 年当期确认泸州白酒文化公园收入 293.07 万元。公司创意设计收入对公司整体收入贡献比例较低，行业未发生不利变化。

（二）2020 年收入和利润变动趋势与同行业可比公司不存在显著差异、符合行业特征

2020 年度，公司及同行业可比公司收入和利润变动情况如下表所示：

单位：万元

公司	项目	2020 年	2019 年	变动情况
风语筑	收入	225,630.19	202,991.52	11.15%
	归母净利润	34,252.54	26,220.57	30.63%
	扣非归母净利润	32,442.71	24,673.83	31.49%
华凯创意	收入	13,516.29	41,177.99	-67.18%
	归母净利润	-6,248.34	798.09	-882.91%
	扣非归母净利润	-6,182.33	52.71	-11,828.95%
易尚展示	收入	102,427.27	104,553.63	-2.03%
	归母净利润	5,310.30	4,316.24	23.03%
	扣非归母净利润	2,349.59	2,083.83	12.75%
丝路视觉	收入	100,419.02	91,641.07	9.58%
	归母净利润	6,060.56	2,784.46	117.66%
	扣非归母净利润	3,534.33	2,031.01	74.02%
行业平均值	收入	110,498.19	110,091.05	0.37%
	归母净利润	9,843.76	8,529.84	15.40%
	扣非归母净利润	8,036.07	7,210.35	11.45%
剔除华凯创意后行业平均值	收入	142,825.49	133,062.07	7.34%
	归母净利润	15,207.80	11,107.09	36.92%
	扣非归母净利润	12,775.54	9,596.23	33.13%
本公司	收入	47,679.41	48,111.53	-0.90%
	归母净利润	5,127.18	5,285.76	-3.00%
	扣非归母净利润	4,686.17	4,971.40	-5.74%

注：同行业可比公司数据系根据其公布的年度报告整理计算所得。其中，华凯创意由于收入降幅较大，为提高数据可比性，在计算平均值时将其剔除。

2020 年度，公司营业收入较 2019 年度基本持平，下降仅 0.90%，归属于母公司股东的净利润较 2019 年下降 3.00%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较 2019 年下降 5.74%，下降幅度较低。公司收入及净利润均同比呈现下降趋势主要受疫情影响，公司展览展示创意服务收入下降 60.89%，公司馆厅展示创意服务收入仍保持增长；另外，公司应收账款规模较大、客户回款较慢，相应信用减值损失增加。

在 2020 年疫情下，同行业可比公司收入最高同比增长 11.15%，最低同比下

降 67.18%，扣非后净利润最高同比增长 74.02%，最低同比下降-11,828.95%，业绩波动跨度较大。

与发行人业务可比性最强的风语筑，主要业务系一体化馆厅项目，其收入同比增长 11.15%，与公司馆厅展示创意服务收入同比增长 10.83%，趋势基本一致。而公司展览展示创意服务收入下降 60.89%，使得公司整体收入同比下降 0.90%。

综上，受疫情影响，公司 2020 年度展览展示创意服务收入下降 60.89%，导致公司收入及利润较 2019 年有所下降，变化趋势与同行业可比公司风语筑、丝路视觉及易尚展示不同。公司馆厅展示创意服务收入增长 10.83%，与公司业务可比性最强的风语筑变化趋势基本一致。综上，受业务结构不同影响，公司收入及利润变化趋势与同行业有所差异，但公司不同业务板块收入变动趋势符合行业特征。

（三）发行人最新在手订单情况

截至 2021 年 5 月 31 日，公司在手订单（已签订合同或已中标项目）情况如下表所示：

单位：万元

在手订单数量（个）	85		
在手订单金额（含税）	77,359.66		
预计确认收入金额（不含税）	2021 年度	2022 年度	2022 年度后
	65,475.33	5,707.59	-

公司客户主要为政府、事业单位、大型国企及民企，公司在中标后会与客户积极沟通项目具体时间安排，包括预期开工时间、完工时间及验收时间等。公司根据与客户沟通的情况，结合公司目前的人力安排、采购安排等合理确定项目验收时间，据此预计收入确认金额及时间，相关预计谨慎。

（四）公司持续经营能力不存在重大不确定性

目前我国新冠疫情已得到有效控制，新冠疫情防控进入“常态化”状态，疫情对公司境内业务的影响已基本消除。公司境外业务的恢复程度取决于境外疫情的控制程度。国内各地散发的新冠疫情对公司生产经营的影响主要集中在

公司在建工程项目。公司项目分布在全国各地，如果公司项目所在地发现新疫情，则可能导致项目进度延缓，影响公司工程进度，进而影响公司业绩。公司项目分布较广，没有集中在某一城市，因此散发的新冠疫情不会对公司产生重大不利影响。

根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第七十八条的规定，发行人情况及相关结论如下：

第七十八条发行人对于偿债能力、流动性与持续经营能力的分析，一般应包括下列内容：		发行人情况	结论
(一)	最近一期末银行借款、关联方借款、合同承诺债务、或有负债等主要债项的金额、期限、利率及利息费用等情况；如有逾期未偿还债项应说明原因及解决措施；如存在借款费用资本化情况应说明其依据、时间及金额。发行人应分析可预见的未来需偿还的负债金额及利息金额，重点说明未来十二个月内的情况，结合现金流、融资能力与渠道等情况，分析公司的偿债能力	发行人没有逾期未偿还债项，不存在借款费用资本化情况，公司现金流正常，融资能力与渠道正常。	发行人偿债能力不存在不确定性。
(二)	报告期股利分配的具体实施情况	报告期内发行人未进行股利分配。	不适用
(三)	报告期经营活动产生的现金流量、投资活动产生的现金流量、筹资活动产生的现金流量的基本情况、主要构成和变动原因。如报告期经营活动产生的现金流量净额为负数或者与当期净利润存在较大差异的，应分析主要影响因素	2018 年至 2020 年，发行人经营性活动产生的现金流量净额分别为 827.35 万元、427.21 万元及 2,217.39 万元，经营活动现金流与净利润有差异，具有合理性。	报告期内，发行人经营活动现金流为正数，对发行人持续经营能力不存在重大不确定性影响。
(四)	截至报告期末的重大资本性支出决议以及未来其他可预见的重大资本性支出计划和资金需求量，如涉及跨行业投资应说明其与公司未来发展战略的关系，如存在较大资金缺口应说明解决措施及其影响	截至报告期末公司不存在除募集资金项目外的重大资本性支出计划。	截至报告期末发行人不存在除募集资金项目外的重大资本性支出决议以及未来其他可预见的重大资本性支出计划和资金需求量。
(五)	结合长短期债务配置期限、影响现金流的重要事件或承诺事项以及风险管理政策，分析披露发行人的流动性已经或可能产生的重大变化或风险趋势，以及发行人应对流动性风险的具体措施	报告期内，公司现金流情况良好。	发行人流动性不存在重大变化或风险趋势。

(六)	结合公司的业务或产品定位、报告期经营策略以及未来经营计划，分析披露发行人在持续经营能力方面是否存在重大不利变化或风险因素，以及管理层自我评判的依据	发行人业务种类、客户群体丰富，业务模式成熟，在行业内具有一定知名度。发行人积极开拓新客户，逐步扩大竞争优势，业务增长较快，空间较大。	发行人在持续经营能力方面不存在重大不利变化或风险因素。

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 的规定，发行人情况及相关结论如下：

	发行条件规定发行人“具有直接面向市场独立持续经营的能力”。影响发行人持续经营能力的重要情形有哪些？中介机构应当如何进行核查？	发行人情况	结论
(一)	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；	发行人经营符合国家政策规定，境外业务有所萎缩，但占发行人收入比例较低，影响较小。	发行人不存在所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响发生重大不利变化的风险。
(二)	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；	发行人所处行业目前市场规模仍处于不断拓展阶段。	发行人所处行业未出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况。
(三)	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；	发行人主要业务准入门槛高，相比竞争者具有一定的技术、资金及规模优势。	发行人相比竞争者在技术、资金、规模效应方面等具有一定优势。
(四)	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；	发行人所处行业上下游供求关系没有发生重大变化。	发行人所处行业上下游供求关系未发生重大变化。
(五)	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；	发行人不存在业务转型的情况。	发行人未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。
(六)	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；	发行人客户重合度较低，重要客户没有发生重大不利变化。	发行人重要客户本身无重大不利变化。
(七)	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；	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	发行人未出现由于工艺过时、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

发行条件规定发行人“具有直接面向市场独立持续经营的能力”。影响发行人持续经营能力的重要情形有哪些？中介机构应当如何进行核查？		发行人情况	结论
		业务停滞或萎缩的情况。	或萎缩。
(八)	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 2020 年度疫情影响，发行人 2020 年末存货、预收款项等财务数据有所下滑，但目前已逐步好转。	发行人主要业务数据和财务指标未呈现恶化趋势。
(九)	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；	发行人涉及的相关诉讼与商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术无关。	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不存在重大纠纷或诉讼。
(十)	其他明显影响或丧失持续经营能力的情形。	无	发行人无其他明显影响或丧失持续经营能力的情形。

综上所述，发行人偿债能力、流动性状况良好，具有直接面向市场独立持续经营的能力，持续经营能力不存在重大不确定性。

(五) 发行人符合所选择的上市标准

发行人选择的上市标准为《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第二章 2.1.2 中规定的第（一）条：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元。

发行人 2020 年度及 2019 年度归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 4,686.17 万元及 4,971.40 万元，累计净利润为 9,657.57 万元，符合所选择的上市标准。

(六) 2020 年全年主要会计报表项目与上年相比的变动情况

2020 年度，公司主要会计报表项目与上年相比的变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	变化比例
货币资金	9,772.79	3,334.60	193.07%
交易性金融资产	3,998.90	8,938.37	-55.26%
应收账款	22,454.81	22,546.43	-0.41%
存货	13,042.56	20,595.47	-36.67%

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	变化比例
固定资产	7,061.33	7,393.55	-4.49%
无形资产	3,890.66	4,137.48	-5.97%
资产总计	66,296.88	72,329.50	-8.34%
短期借款	2,202.67	2,203.28	-0.03%
应付账款	16,685.31	17,453.10	-4.40%
预收款项/合同负债	9,346.33	20,343.59	-54.06%
负债合计	35,223.09	46,063.05	-23.53%
所有者权益合计	31,073.79	26,266.45	18.30%
项目	2020 年度	2019 年度	变化比例
营业收入	47,679.41	48,111.53	-0.90%
营业成本	32,123.81	32,857.16	-2.23%
信用减值损失	-3,137.68	-1,456.74	115.39%
营业利润	5,885.60	6,055.63	-2.81%
归属于母公司股东的净利润	5,127.18	5,285.76	-3.00%
经营活动产生的现金流量净额	2,217.39	427.21	419.04%
投资活动产生的现金流量净额	4,454.57	-8,813.15	-150.54%
筹资活动产生的现金流量净额	-100.24	4,310.79	-102.33%

上述主要会计报表项目中，波动在 30%以上的变动原因及影响如下所示：

项目	变化比例	变化原因	影响
货币资金	193.07%	系公司赎回理财产品导致货币资金增多。	公司正常生产经营导致的变化，对公司无重大影响，不具有可持续性。
交易性金融资产	-55.26%	系公司赎回理财产品导致银行理财余额减少。	公司正常生产经营导致的变化，对公司无重大影响，不具有可持续性。
存货	-36.67%	主要系 2020 年上半年疫情影响，部分项目延期开工或招投标推迟，公司在建工程施工量减少所致。	系新冠疫情影响，可能对公司 2021 年业绩产生一定影响，公司在手订单充足，影响不具有可持续性。
预收款项/合同负债	-54.06%	主要系 2020 年上半年疫情影响，部分项目延期开工或招投标推迟，公司施工量减少，导致预收款项减少。	系新冠疫情影响，不具有可持续性。
信用减值损失	115.39%	主要系公司应收账款规模较大、客户受疫情影响回款较慢，导致信用减值损失增加。	公司主要客户为政府、事业单位、大型国企及民企等，无法收回风险较低。若公司不能降低应收账款规模，及时收回客户款项，将对业绩产生一定影响。
经营活动产生的现金流量净额	419.04%	主要系当年经营性应付减少较多所致。	对公司无重大影响，不具有持续性。
投资活动产生的现金流量净额	-150.54%	主要系公司赎回理财产品。	公司正常生产经营导致的变化，对公司无重大影响，不具有可持续性。

项目	变化比例	变化原因	影响
筹资活动产生的现金流量净额	-102.33%	主要系 2020 年度未进行增资扩股导致吸收投资收到的现金减少。	对公司无重大影响。

十五、日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至招股说明书签署日，公司无需要披露的重大资产负债表日后事项。

（二）承诺及或有事项

1、承诺事项

截至招股说明书签署日，不存在需要披露的重大承诺事项。

2、或有事项

截至招股说明书签署日，公司或有事项主要系未决诉讼，具体详见“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为”。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司为承接业务出具履约保函 10 份，履约保函金额为 1,669.43 万元，存入保证金金额 675.96 万元。

（三）其他重要事项

截至招股说明书签署日，公司无需要披露的其他重要事项。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金计划及投资项目

本次募集资金运用根据公司发展战略，围绕公司主营业务进行。经公司第二届董事会第二次会议以及 2020 年第二次临时股东大会决议，公司本次拟发行人民币普通股不超过 2,127 万股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。本次发行后募集资金扣除发行费用后，投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	募集资金使用量	备案 (国家代码)
1	研发中心建设项目	28,472.96	28,472.96	2019-310115-88-03-006901
2	营销网络建设项目	5,028.91	5,028.91	2019-310115-88-03-006895
3	补充营运资金项目	14,000.00	14,000.00	/
合计		47,501.87	47,501.87	

若本次发行实际募集资金不能满足项目的资金需求，公司将通过自筹资金来解决资金缺口，保证项目的顺利实施；若募集资金满足上述项目后有剩余，则剩余资金用于补充与主营业务相关的流动资金。

若公司根据项目实际进度以自筹资金先行投入，本次筹集资金到位后将置换已投入的资金。以上项目不涉及土建工程，不涉及污染排放，因此不需要环评审批。

（二）募集资金使用管理制度

公司已经根据《公司法》、《证券法》等法律、法规和规范性文件要求制定了《募集资金管理制度》，并已经公司 2017 年第一次临时股东大会和 2020 年第一次临时股东大会审议通过并修订。公司将严格按照相关要求对募集资金使用和管理，募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理，专户不得存放非募集资金或用作其他用途。

（三）募集资金专户存储安排

根据法律法规的相关规定，公司已制定了《募集资金管理制度》，建立了募集资金专项存储制度，将严格按照相关要求将募集资金存放于专用账户集中管理，专款专用，并接受保荐机构、开户银行、证券交易所和其他有权部门的监督。

（四）募集资金投资项目的必要性和可行性

1、募集资金投资项目必要性分析

（1）有利于提高公司自主创新能力，增强竞争力

随着现代信息技术、虚拟现实技术、人工智能技术等展览展示行业的深入应用，展览展示形式不断创新，技术不断突破，展览展示行业正进入全新的发展阶段。如果一个企业没有自主创新能力，仅仅依靠外购一些新技术，那么这类企业将不能够在激烈的竞争中掌握主动权，进而注定会被竞争对手所超越。公司通过建立研发中心建设项目，可以加大企业自主研发的支持力度，增加资金和人力等方面的投入，便于研发工作的展开，研发工程师可以有更多的资源和途径学习国内外本行业最先进的技术，不断增强企业自身的学习能力和自主创新研发能力，进而增强企业的竞争力。

（2）有利于提高市场占有率，加强品牌影响力

营销网络的广度和深度直接影响企业的市场拓展能力，是企业进一步扩大市场份额的重要基础。经过多年经营累积，公司已经初步搭建成以上海总部为中心，以北京、深圳、成都、西安等城市为发展支点的全国性业务营销平台。在人均文化消费需求不断提升以及城市文化体系建设重要性日益凸显等因素推动下，公司所处行业发展前景不断趋好，以及公司因自身发展不断扩大公司业务体量的需求下，通过在现有营销网络基础上，充分挖掘已有营销覆盖城市潜力并进一步扩大公司营销覆盖广度是公司抢占市场先机、攫取市场份额的重要途径。

（3）有利于增强资金实力，夯实发展基础

公司所处的数字文化产业是国家重点鼓励的战略新兴产业，未来随着公司登陆资本市场，公司行业影响力将进一步增强，发展前景广阔。然而，根据行业惯

例，公司经营中常常需要先进行资金垫付，客户在选择供应商的时候也会综合考虑企业的资产规模、资金实力、垫资能力。公司若资金实力薄弱，营运资金不充裕，既会影响已有项目的开展，也会因资金周转不灵而影响未来业务承接能力，制约公司发展。同时，由于公司项目决算周期普遍较长，公司应收账款规模较大，回款较慢，应收账款余额占营业收入的比重逐年上升。因此，公司对营运资金的需求较大，充足的营运资金对公司的业务增长具有重要意义。

2、募集资金投资项目可行性分析

（1）展览行业具有良好的发展前景

随着我国宏观经济的平稳发展、城镇化水平的不断提升，城市对城市规划馆、展览馆、博物馆、科技馆等场馆的建设数量不断增多，同时也给服务于这些场馆的展览展示行业的企业带来了发展机遇。展览业作为国家的支持行业，具有广阔的发展前景。随着新一代信息技术、数据挖掘技术、3D 建模技术、虚拟现实技术、互动技术、全息技术、创意 LED 技术等高新科技技术在展览展示行业的广泛应用，传统的展览展示行业将会迎来运营模式的转型以及业务水平和收入水平的进一步提升。未来，智慧会展、3D 建模和文物保护等新的业务模式将会随着展馆建设数量的提升以及新技术的应用而快速增长。

（2）公司具备丰富的项目经验

随着经济发展和客户成熟度的提高，展览展示行业正在由粗放型向品质型转变，由单纯的价格竞争、关系竞争向品质竞争、服务竞争转变，客户愿意为更专业的服务支付更高的费用。经过多年经营积累，宽创国际与包括阿里巴巴、华为、TCL、格力、金立、西门子、中国铝业、复兴医药、中兴、海尔、海信、美的等多家国内外知名客户建立了深厚的合作基础，同时在业内形成了较高的知名度和美誉度，设计并实施完成了一大批有影响力的项目。公司凭借深刻的行业理解、优质的服务和良好的品牌美誉度，在行业中有较大影响力。同时，公司自创立以来即重视海外市场，拥有较为丰富的海外资源。

（3）公司具备强大的研发能力

自成立以来，宽创国际始终将研发设计优势作为核心竞争力，运用领先的数

字科技展示技术，打造出具有创新性、互动性、体验性的展示内容和传播载体。公司的技术研发团队已掌握了与展览展示直接相关的数字沙盘、立体投影技术、虚拟现实、动感影院特效技术、多媒体互动技术、全息成像技术、裸眼 3D 技术等诸多高科技数字化展示技术的运用。公司将文化艺术，创意设计，AR/VR 等多媒体互动科技与新一代互联网技术进行集成整合，奠定了宽创在文化，创意，展览与科技的跨界服务能力。公司研发团队在行业内摸索多年，对整个行业内的先进技术和未来发展方向有着深入的了解。宽创国际经过多年的运营后，培养了一支优秀的研发团队。

（4）公司具备优秀的市场营销优势

宽创国际作为行业知名优秀企业，在行业内经营多年，已发展成为集“文化、科技、旅游、会展、品牌、工程、运营”为一体的文化科技企业，凭借丰富的经验以及公司对新兴互联网信息技术和多媒体互动科技的充分了解，将有助于公司在本次项目的建设过程中，能够贴近市场，切入市场痛点，深度理解目标客户的核心需求，能够及时地对项目方案进行调整和完善，为客户提供全面和周到的服务，这有利于项目实施后新客户的积累以及公司品牌价值的提升。公司经过十余年的探索与发展，在展览展馆、展览会等业务方面的市场拓展、营销推广、营销管理方面积累了丰富的经验，并结合市场经验以及公司自身经营特点，构建了适合公司发展的扁平化国内营销渠道，并通过建立采用信息化管理系统等方式建立了较强可复制性的营销网络运营能力。同时，公司目前在深圳、成都、西安等重要一线城市不仅设有负责相应地区的营销网点，并在这些网点都设有完整的设计团队，保证各个营销网点都能够对所辐射的区域进行服务覆盖。

（五）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

“研发中心建设项目”的实施将提高公司创意设计水平、强化公司业务承接能力，有利于公司扩大业务规模、实现未来营业收入持续增长的目标，为公司的可持续发展打下坚实的基础。

“营销网络建设项目”将为公司的进一步发展搭建更为高效的营销平台，有

利于公司抓住市场机遇，进一步开拓市场，增强公司在行业的影响力，巩固公司竞争优势。

“补充营运资金项目”将充实公司日常的营运资金，增加公司流动资产金额，提高流动比率及速动比率，提升公司短期偿债能力。补充的营运资金可帮助公司扩大业务规模、偿还借款，增强公司核心竞争力。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）研发中心建设项目

1、项目概况

本项目投资总额为 28,472.96 万元，其中工程建设费用为 1,245.00 万元，设备投入为 17,597.55 万元，人员费用为 7,532.40 万元，研究开发费用为 276.00 万元，安装调试费为 879.88 万元，基本预备费为 942.13 万元。项目整体投资估算详见下表：

序号	投资项目	金额（万元）	所占比例
1	工程建设费用	1,245.00	4.37%
2	设备投资	17,597.55	61.80%
3	人员费用	7,532.40	26.45%
4	研究开发费用	276.00	0.97%
5	安装调试费	879.88	3.09%
6	基本预备费	942.13	3.31%
合 计		28,472.96	100.00%

公司的研发方向主要着重于智慧业务管理、智慧观众服务、古遗址还原等领域，具体如下：

研发领域	研发方向	内容概述
智慧业务管理（大数据）	互联网信息发布预约系统	通过互联网提供门票预约、设备预约、讲解服务预约、教育活动预约、讲座预约等。管理人员通过互联网发布预约信息，公众可以在线进行预约，对已经预约的公众提供相应活动信息提醒。公众可在线访问相关预约资源，资源紧张的项目给予相应提示和建议，可限定违约责任和处罚规则，可记录观众

研发领域	研发方向	内容概述
		不诚信档案。
	文物藏品综合管理系统	以馆内藏品数据管理为基础，业务流程为核心，系统管理为支撑，将藏品信息、业务信息，人员信息及关联信息，在数据共享及数据联动的基础上，实现全系统整合协同工作。包含藏品编目、影像管理、藏品保管、库房管理、藏品研究、藏品检索、藏品统计、数据管理及系统管理等功能。旨在全面有效的提升展馆藏品管理的规范性和高效性。
智慧观众服务（大数据）	线上信息展示平台	链接展馆、藏品、展览资源，打通线上线下服务渠道，实现“互联网+展馆”生态圈，做到可移动文物的高效管理与社会共享的双赢。公众服务与管理下设多个模块，包括线上数字展馆、展厅手机导览、服务预约、志愿者服务等内容。
	手机虚拟展示交互系统及制作工具	利用 3D 跟 VR 技术把展馆搬到互联网上进行全方位展示，整合全馆所有虚拟展厅数字资源，将展品数字化展示成果、音视频等嵌入到漫游场景中。用户足不出户，使用手机或者其他终端在线游览展馆数字展厅，满足用户在线参展的需求。丰富观众的感官体验，创新的现代展示手法。
	公众智慧导览讲解服务系统等	通过图文、音视频、AR/VR 等方式为公众提供规范统一、通俗易懂、形式多样的导览讲解服务。通过微信扫一扫、AR 实物扫描和自动定位等方式和游客交互讲解。同时支持个人，团队，区域，自动，手动，多语言等功能支持，让游客看懂，读懂展馆，了解文物历史提供极大方便，为展馆传播文化，展示历史提供有力支持。
古遗址还原（科普教育）	基于 AR 增强现实古遗址互动体验系统	在博物馆搭建一比一的古遗址场景，运用增强现实多媒体技术在系统大屏幕中展现虚拟古遗址人文动画，同时穿插一定的互动环境，让参观者动手参与其中，娱乐体验的同时，加深对主题文化认知理解。
	基于 VR 虚拟现实古遗址互动体验系统	通过佩戴 VR 眼镜，运用数字化三维仿真建模手段，营造一个虚拟三维古遗址现场，体验者通过沉浸式视觉及手柄交互触发各种故事环节，参与沉浸虚拟环境中，娱乐体验的同时，加深对主题文化认知理解。
	基于机械平台仿真沉浸式体验系统	利用机械平台仿真运动结合沉浸式 VR 眼镜，让观众身体和思维都置身三维场景中，逼真的三维现场，穿戴设备数据体验及反馈，让体验者感觉穿梭时空在古遗址中旅行一次。
智慧文物（人工智能）	文物 DIY	虚拟创造体验之 3D 打印自助售卖体验系统，体验者选择一个文物，通过 Leapmotion 体感设备对文物进行二次修复创造。进行扫码付费后系统结合 3D 打印机实时打印出实物并带走。

研发领域	研发方向	内容概述
	文物虚拟修复体验之数字展示系统	体验者选择一个出土破损的文物，通过 Leapmotion 体感设备对文物进行修复二次创造。通过实时的系统提示信息，了解文物修复工作及相关知识。系统实时保存并展示修复的文物。
	文物三维全息展示系统	基于混合现实眼镜的文物展示系统，该系统便于一些无法存放或者没有实体的文物的三维展示。并可以为一些特别昂贵的珍稀文物标本，可以复制的方式同时在地进行虚拟展示。
	数字资产管理系统	对展馆在运营、宣传教育、日常办公等活动中产生的大量数据资产，包括出版物、图纸设计、展览活动等图片、音视频、文字等资料进行管理，同时对文物采集、展馆采集的三维、高清图片等资源进行管理，建立一套规范的、准确的、先进的资产管理系统，
	三维数字采集系统	打造一个文物三维扫描进行数字采集，方便平台管理的系统，专业定位文物数字化管理。
	大数据智慧魔墙	大量文物信息集中分类交互展示系统，通过数据库互联网互联进行数字化共享，人工智能自动识别分类管理，可交互式自助查询展示，实时动态位置跟踪，并结合文物物联网进行信息展示。
机器人研发（人工智能、5G 技术）	基于无人机表演及交互体验系统	通过大量的无人机控制，进行多种图案进行时序动态展示表演的系统。
	集群机械设备控制交互系统	研发立体矩阵式机械、灯光电路控制的交互展项。比如悬浮球、升降沙盘、三维立体 logo 灯。
	基于机械臂表演及交互体验系统	研发机械臂时序动作表演系统及结合体感穿戴设备进行网络远程作业体验。
	远程协作实时系统	研发超低延时同步协作系统，利用 5G 快速网络及大流量，完成跨平台，多设备间进行精准协作。
	导览机器人	研发专注于博物馆自助导览的运动语音机器人，方便博物馆提供智慧化自助机器人服务。
智慧运营（云计算、大数据）	大数据信息展示系统	基于人脸识别定位及流量监控，通过在博物馆进行大量网络摄像头部署，以人脸为标识依据，进行人流监控并为展馆进行智慧运营提供支撑数据。
	基于博物馆物联网信息管理系统	通过自助研发设计的智能物联信息模块，让博物馆每个多媒体电气设备、文物展柜等进行联网管控，运营提供支撑数据及通信控制。

2、主要设备情况

本项目设备投资为 17,597.55 万元，其中硬件投资 12,947.66 万元，软件投资

3,878.00 万元，办公设备投资 771.89 万元，铺底流动资金 776.20 万元。软硬件主要是服务器、交换机、3D 扫描设备、机器人等硬件设施，以及相关图形软件、数据库软件等。各项设备是研发过程中必不可少的物质基础，因其在研发中心固定资产中占有较大比重，科学地进行设备选型、论证和合理配置，可减少盲目采购，使设备的使用价值最大化，对提高企业的整体研发实力意义重大。

3、项目投资进度

序号	投资项目	金额（万元）	T1（第一年）	T2（第二年）
1	工程建设费用	1,245.00	1,245.00	-
2	设备投资	17,597.55	7,039.02	10,558.53
3	人员费用	7,532.40	3,012.96	4,519.44
4	研究开发费用	276.00	-	276.00
5	安装调试费	879.88	351.95	527.93
6	基本预备费	942.13	414.20	527.93
合计		28,472.96	12,063.13	16,409.82

4、项目选址

本募集资金投资项目建设地点位于中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号，即公司自有房产宽创国际办公楼。

5、项目审批备案情况

研发中心建设项目已经上海市张江科学城建设管理办公室备案，项目国家代码为 2019-310115-88-03-006901。

6、项目环保情况

根据国家有关环境保护法律、法规，本项目在实施过程中严格控制环境污染，保护和改善生态环境，创造清洁适宜的生活和工作场所。

本项目在建设、研发过程中，不产生废水、废气、废渣等污染物，也不产生电磁辐射，故不会对环境造成污染。

（二）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目投资总额为 5,028.91 万元，其中办公场所租赁费用 498.00 万元，办

公场所装修费用 1,260.00 万元，设备投资费用为 857.44 万元，人员费用为 2,307.60 万元。项目整体投资估算详见下表：

序号	投资项目	金额（万元）	比例
1	租金投入	498.00	9.90%
2	装修投入	1,260.00	25.06%
3	设备购置费用	857.44	17.05%
4	人员费用	2,307.60	45.89%
5	基本预备费	105.87	2.11%
合计		5,028.91	100.00%

2、项目投资进度

序号	投资项目	金额（万元）	T1（第一年）	T2（第二年）
1	租金投入	498.00	498.00	
2	装修投入	1,260.00	630.00	630.00
3	设备购置费用	857.44	257.23	600.21
4	人员费用	2,307.60	1,333.20	974.40
5	基本预备费	105.87	105.87	-
合计		5,028.91	2,824.30	2,204.61

3、项目选址

本项目将根据公司已有营销网络分布、区域运营情况及未来营销规划，有选择性的在全国范围内新设业务营销平台并对处于良好运营情况的已有营销网点进行扩大升级。公司拟在湖北、江西、海口、兰州、重庆、南京六地新设业务营销点扩大升级。

4、项目审批备案情况

营销网络建设项目已经上海市张江科学城建设管理办公室备案，项目国家代码为 2019-310115-88-03-006895。

5、项目环保情况

本项目不产生废气废水等污染物，对环境没有破坏，符合国家相关环保标准和要求。

（三）补充营运资金项目

1、项目概况

公司拟将本次募集资金中的 14,000.00 万元用于补充与主营业务相关的营运资金。

2、项目实施的必要性

（1）满足业务增长需求，弥补营运资金缺口

公司收入占比最大的展馆类业务在开展过程中需要经历创意设计、招投标、材料采购、项目实施、验收、决算等多个环节，项目周期较长，业务开展过程中需要占用公司大量营运资金。公司所在的数字文化展示创意行业正处于蓬勃发展时期，公司业务规模增长较快。随着公司募投项目的实施，业务规模将进一步增长，对公司未来的营运资金提出更高要求。

（2）提升资金实力，提高公司项目承揽能力

随着行业竞争加剧，业内企业的竞争已不仅仅集中在设计水平、技术手段、产品价格等方面，客户在选择供应商时也会综合考虑企业的资产规模、资金实力、垫资能力等。企业若资金实力薄弱，营运资金不充裕，既会影响其已有项目的开展，也会因资金周转不灵而影响企业业务承接能力，制约企业发展。因此，通过本项目的实施，公司将进一步提升资金实力，提高承揽能力，促进企业持续发展。

（3）加强公司研发能力，提高业务服务的技术水平

展览展示技术近年来已取得了较快发展，能否将科技与文化艺术深度融合已经成为行业内企业竞争的焦点。因此，公司必须持续进行研发投入，增强研发能力，保障公司在未来的竞争中取得优势地位。公司各项研发项目的开展需要大量设备、人员投入，需要较多的营运资金支持。

3、补充营运资金的管理运营安排

公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所和公司募集资金管理办法的规定对营运资金进行管理和使用。

（四）募集资金投资项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

本次计划实施的募集资金投资项目均是围绕公司主营业务进行的，主要目标是增强公司自主创新能力，提升公司服务的技术含量，提高市场渗透能力，增加公司的核心竞争力。

其中，“研发中心建设项目”将增强公司产品和服务的技术水平，“营销网络建设项目”将为公司搭建高效的营销平台，“补充营运资金项目”将增强公司的资金周转能力。

三、公司发展战略及具体措施

（一）公司发展战略

公司拥有多个文化创意设计中心和分支机构，形成“文化科技研发+创意设计中心+专业运营”的战略发展体系，通过将科技与文化相结合，对文化内容进行深度挖掘，创意传播，形成了新技术、新产业、新业态、新模式。公司秉持“用科技传播中国文化与品牌”的企业梦想，积极响应国家“一带一路”倡议和“文化强国”、“科技强国”、“引进来、走出去”战略，不断履行“客户的成功就是宽创的成功”的经营承诺，为国内外品牌提供高科技互动展示与体验的集成服务，为公共科技文化场馆提供数字科技展示与创意融合服务，为“一带一路”国家、国内外的展览展会和文化 IP 巡展提供专业的策划、设计、实施、传播、展示等服务。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

报告期内，公司加强研发团队建设，持续进行研发投入，不断提高公司产品与服务的技术水平，形成了一系列公司核心技术。公司综合运用人脸识别系统、智能定位系统、全景成像、互动沉浸式系统、VR 系统、AR 系统、MR 系统、人工智能系统、数据可视化系统、大数据分析系统等高科技手段，为客户打造行业领先的科技化展览空间。

报告期内，公司加强市场开拓力度，积极拓展国内外市场，承接并完成了张掖市博物馆、柳州科技馆、湖北云旅游客厅等一批具有行业影响力的项目。公司已经在北京、深圳、西安、成都等地设立了办公室，当地销售及设计团队持续

跟踪项目信息，增强公司获取项目的能力。

（三）发行人未来规划采取的措施

未来公司将根据发展战略规划，结合实际经营状况，稳步提升自身在文化科技领域的创新创造能力，增加研发投入，提升公司技术水平；优化营销渠道，加大市场开拓力度；加强信息化建设，提高信息化管理水平；加快品牌建设，提升整体服务水平。具体表现为加大人工智能、大数据和互动物联网体验技术的研发，并将自主研发的科技运用到更多的文化场景之中，在原有应用场景之外，进一步挖掘商业中心、旅游展示中心、科普教育基地、园区体验中心等场景的运用，促进城市、区域的公共文化建设，建成与广大市民密切相关的学习场所、消费场所，同时加大科技在辅助场馆运营中的运用，为场馆运营提供数字化解决方案。通过文化科技融合方面的投入，进一步提升公司的综合实力，巩固和扩大公司在行业的竞争优势。

公司未来规划采取的措施具体如下：

1、坚持技术研发

公司自有研发中心坚持“项目为体，研发再生”的价值主张，既保障了研发需求在具体项目中得以开发和应用，也保证了原项目中的研发产品可二次开发用于其他场景。

科技与文化融合是文化产业发展的重要趋势，用户对于文化内容的互动性、体验性和创新性要求越来越高。本次募集资金中的一部分将用于提升研发实力，保持产品的互动性、体验性和创新性，以满足市场需求，提升公司研发中心的响应速度。

公司未来研发方向主要包括：将展览展示与 5G 技术、人工智能、大数据、互动物联网体验技术、虚拟现实及增强现实技术等前沿高科技技术相结合，重点定位于智慧业务管理、智慧观众服务、古遗址还原、智慧文物、机器人研发、智慧运营等方面，促进公司业务服务的多样化、便捷化、智能化。公司将依托现有的研发体系，持续进行研发投入，力求将公司打造成展览展示行业国家级高水平研发中心、国内具有影响力的展览展示解决方案研发基地、新技术产业化应用基

地和产业高端人才培养基地。

2、加强市场开发

营销网络建设方面：有针对性地构建国际化的营销平台，在扩张营销网络的同时充分挖掘公司已有营销网络覆盖区域的市场潜力，不断加强企业市场开拓能力并提高市场渗透力；完善各营销网点服务配置，以提升各营销网点的综合服务水平，进而以点带面，综合提升公司营销网络的竞争能力。

营销模式方面：加强线上网络营销、移动互联网客户端营销及传媒广告的使用。积极实施走出去战略，招揽国际营销人才，进一步打开通往国际的销售通路，扩大公司海外市场。

3、注重人才培养

公司将通过内部培养以及外部引进，扩充研发团队及管理人才，并不断完善人力资源管理体系，明确岗位职责及考核激励机制、加强员工培训教育等体系建设，从而整体提升公司员工素质及专业水平。

（1）加强员工培训。公司将建立学习型团队作为培训工作努力的重要方向，形成有效的人才培养和成长机制，通过内部授课、外部培训、课题研究等方式，有步骤地对公司各类员工进行持续培训教育，努力提升员工理论基础与实践技能，激发员工不断学习与创新的能力。

（2）重视人才引进。公司将根据实际情况和未来发展规划，继续引进和储备艺术设计、技术开发、市场营销、工程管理、经营管理等各方面的专业人才，优化人才结构，并加强吸收文化科技领域的复合型人才，吸收高水平的国内外行业专家，不断提升公司的管理能力和综合竞争能力。

（3）完善绩效考核制度。公司将继续完善绩效管理体系，进一步加大对研发、市场等人员的奖励力度，针对核心技术人员实施股权激励，使他们能够分享公司成长的成果，共同承担经营风险，充分调动工作人员的积极性和创造力。

4、资本运作

若本次发行上市成功，公司将根据市场形势和公司业务发展状况，结合本次

募集资金投资项目的建设运营情况和公司财务状况,有效运用资本市场的融资渠道,弥补企业资金短板,为公司持续快速发展筹措资金。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等有关规定，公司制定了《信息披露管理制度》。该制度明确了重大信息报告、审批、披露程序，明确了公司管理人员在信息披露的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

公司信息披露工作由董事会统一领导和管理：1、董事长是公司信息披露的第一责任人；2、董事会秘书是直接责任人，负责具体协调和实施；3、公司证券部为信息披露的常设机构，对董事会秘书负责，协调和组织信息披露的具体事宜，负责统一办理公司应公开披露信息的报送和披露工作。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司制定了《投资者关系管理制度》，规定公司投资者关系管理工作的基本原则包括合规披露信息原则、充分披露信息原则、投资者机会均等原则、诚实守信原则、互动沟通原则、高效低耗原则，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，以实现公司利益最大化和保护投资者合法权益的战略管理行为。

公司尽可能通过便捷、有效的沟通方式，与投资者进行多渠道、多层次地交流与沟通，包括但不限于：1、公告,包括定期报告和临时公告；2、股东大会；3、公司网站；4、邮寄资料；5、投资者咨询电话和传真；6、媒体采访和报道；7、分析师会议；8、业绩说明会；9、广告或其他宣传资料；10、一对一沟通；11、现场参观；12、路演；13、问卷调查；14、其它方式。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

- 1、促进公司与投资者之间的良性关系，增进投资者对公司的进一步了解和熟悉；
- 2、建立稳定和优质的投资者基础，获得长期的市场支持；
- 3、形成服务投资者、尊重投资者的企业文化；
- 4、促进公司整体利益最大化和股东财富增长并举的投资理念；
- 5、增加公司信息披露透明度，改善公司治理。

二、股利分配政策

（一）发行后的股利分配政策和决策程序

根据公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，本次发行后的利润分配主要政策如下：

1、利润分配原则

公司本着重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾公司资金需求及持续发展的原则，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性。同时关注股东的要求和意愿与公司资金需求以及持续发展的平衡。制定具体分红方案时，应综合考虑各项外部融资来源的资金成本和公司现金流量情况，确定合理的现金分红比例，降低公司的财务风险。

2、利润分配的形式

公司可以采取现金、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配股利。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

3、现金分红的条件和比例

在公司年度实现的可供股东分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的

审计报告的情况下，则公司应当进行现金分红；若公司无重大投资计划或重大现金支出发生，则单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可供分配利润的 10%，最近三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可供股东分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，在年度利润分配时提出差异化现金分红预案：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，现金分红在本次利润分配 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，或公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

4、重大投资计划或重大现金支出是指：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

5、股票股利分配的条件

在综合考虑公司成长性、资金需求，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以提出股票股利分配预案。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

6、利润分配的期间间隔

公司当年实现盈利，并有可供分配利润时，应当进行年度利润分配。原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红。公司董事会可以根据特殊情

况提议公司进行中期现金分红。

7、利润分配审议程序

（1）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

（2）公司每年利润分配预案由公司董事会结合章程的规定、公司财务经营情况提出、拟定，并经全体董事过半数表决通过后提交股东大会批准。独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见。

（3）股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（4）如公司当年盈利且满足现金分红条件，但董事会未按照既定利润分配政策向股东大会提交利润分配预案的，应当在中期报告中说明原因、未用于分红的资金留存公司的用途和预计收益情况，并由独立董事发表独立意见。

（5）监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案进行审议。

8、利润分配政策的调整机制

公司的利润分配政策不得随意变更。如外部经营环境或自身经营状况发生较大变化而需要修改公司利润分配政策的，由公司董事会依职权制订拟修改的利润分配政策草案。公司独立董事应对拟修改的利润分配政策草案发表独立意见，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司监事会应当对董事会制订和修改的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

（二）本次发行前股利分配政策

本次发行前公司利润分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金或者股票等方式分配股利。

公司利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。公司根据实际经营情况，可以进行中期现金分红；非因特别事由（如公司进行重大资产重组等），公司不进行除年度和中期分配以外其他期间的利润分配。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。

三、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司 2020 年第二次临时股东大会决议，若本公司本次公开发行股票并上市成功，则本次发行前公司滚存的未分配利润由公司本次发行完成后新老股东

共同享有。

四、股东投票机制

《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》对股东投票机制作出了规定，具体内容如下：

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。

五、承诺事项

（一）发行人发行前股东股份的限售安排、自愿锁定承诺

1、公司控股股东、实际控制人张东、李丹承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；

在上述锁定期满后，如本人仍担任公司董事、监事或高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，并且在卖出后六个月内不再行买入公司股份，买入后六个月内不再行卖出公司股份；在首次公开发行

股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让其本人直接或间接持有的本公司股份；自公司股票上市之日起十二个月后申报离职的，自申报离职之日起六个月内不转让其直接或间接持有的公司股份。

并且，如本人在担任公司董事、监事或高级管理人员任期届满前离职的，本人将在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守下列限制性规定：

（1）每年转让的股份不超过本人所持有本公司股份总数的 25%；（2）离职后半年内，不转让本人所持本公司股份；（3）《公司法》对董监高股份转让的其他规定。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价或者上市后 6 个月期末收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）均低于公司首次公开发行股票时的发行价，本承诺人直接或间接持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月。

本人作出的上述承诺在本人直接或间接持有股份公司股票期间持续有效，不因本人职务变更或离职等原因而放弃履行上述承诺。

2、公司股东宽创投资承诺：

本公司自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价或者上市后 6 个月期末收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）均低于公司首次公开发行股票时的发行价，本公司直接或间接持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月。

本公司作出的上述承诺在本公司直接或间接持有股份公司股票期间持续有效。

3、公司股东宽兴咨询承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本合伙企业直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

4、公司股东民生投资承诺：

自公司股票上市之日起 12 个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

本公司在任意连续九十个自然日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过公司股份总数的 1%；通过大宗交易方式减持的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数，不超过公司股份总数的 2%。

5、间接持有发行人股份的董事、监事和高级管理人员张继伟、矫悟、冯良、傅连妹承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；

在上述锁定期满后，如本人仍担任公司董事、监事或高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，并且在卖出后六个月内不再行买入公司股份，买入后六个月内不再行卖出公司股份；在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让其本人直接或间接持有的本公司股份；自公司股票上市之日起十二个月后申报离职的，自申报离职之日起六个月内不转让其直接或间接持有的公司股份。

并且，如本人在担任公司董事、监事或高级管理人员任期届满前离职的，本人将在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守下列限制性规定：

（1）每年转让的股份不超过本人所持有本公司股份总数的 25%；（2）离职后半年内，不转让本人所持本公司股份；（3）《公司法》对董监高股份转让的其他规定。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价或者上市后 6 个月期末收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）均低于公司首次公开发行股票时的发行价，本承诺人直接或间接持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本人作出的上述承诺在本人直接或间接持有股份公司股票期间持续有效，不因本人职务变更或离职等原因而放弃履行上述承诺。

（二）公开发行前持股 5%以上的股东的持股意向和减持意向

控股股东、实际控制人张东、李丹，宽创投资、宽兴咨询承诺：

1、若本人/本公司/本企业直接或间接持有的股份在锁定期满后两年内减持，减持股份时，将依照相关法律、法规、规章的规定确定具体方式，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

2、若本人/本公司/本企业在所持公司股票锁定期满后两年内减持所持公司股票的，减持价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）将不低于公司首次公开发行股票时的价格。

3、股票锁定期满后两年内，本人/本公司/本企业每年减持公司股份数量将不超过所持公司股份总额的 25%，同时累计不超过公司总股本的 5%。

4、本人/本公司/本企业保证减持公司股份的行为将严格遵守相关法律、法规、规章的规定，将提前三个交易日予以公告，但本人持有公司股份低于 5%时除外。并且，如本人/本公司/本企业计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份，将在首次卖出的十五个交易日前将向证券交易所报告并预先披露减持计划，由证券交易所予以备案。

5、本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业的一致行动人在任意连续九十个自然日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过公司股份总数的 1%；通过大宗交易方式减持的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数，不超过公司股份总数的 2%。

6、若违反上述承诺的，本人/本公司/本企业将自愿将减持公司股票所获收益上缴公司享有。

（三）关于公司股价稳定措施的预案及承诺

1、启动条件

公司股票上市后三年内，若公司股票收盘价连续 20 个交易日均低于公司最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整），且同时满足相关回购、增持公司股份等行为的法律、法规和规范性文件的规定，则触发公司、控股股东及实际控制人、董事（不含独立董事）及高级管理人员履行稳定公司股价措施。

2、停止条件

实施期间，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案停止执行：

（1）公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于公司最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整）；

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件；

（3）继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

3、稳定股价的具体措施

（1）公司回购

公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在稳定股价措施的启动条件触发之日起 10 个交易日内召开董事会，董事会应制定明确、具体的回购方案，方案内容应包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容，并提交公司股东大会审议，回购方案经公司股东大会审议通过后生效。

但如果股份回购方案实施前或实施过程中公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。本公司回购价格不高于公司最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整），回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，公司将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①单次用于回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%；②单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如果下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

（2）控股股东及实际控制人增持

若公司董事会未在触发公司股份回购义务后的 10 个交易日内制订并公告公司股份回购预案，或者股份回购预案被公司股东大会否决，或者公司公告实施回购的具体方案后 30 日内不履行或者不能履行回购公司股份义务，或者公司回购股份达到预案上限后，公司股票的收盘价格仍无法稳定在公司最近一期经审计的每股净资产之上且持续连续 5 个交易日以上，则触发公司控股股东及实际控制人增持股份的义务。

在不影响公司上市条件的前提下，公司控股股东及实际控制人应在触发增持义务之日起 3 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行所需的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露增持股份的计划。在公司披露增持公司股份计划的 3 个交易日后，将按照方案开始实施增持公司股份的计划。

公司控股股东及实际控制人增持股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式，增持价格不超过最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整）。但如果增持公司股份方案实施前或实施过程中公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，控股股东及实际控制人将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①单次用于增持股份的资金金额不低于其最近一次从公司所获得税后现金分红金额的 20%；②单一年度用以稳定股价的增持资金不超过其最近一次从公司所获得税后现金分红金额的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，其将继续按照上述原则执行稳定股价预案。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持

若公司控股股东及实际控制人未在触发增持股份义务之日起 10 个交易日内提出增持公司股份的计划，或者未在公司公告其增持计划后 30 日内开始实施增持，或者公司控股股东及实际控制人增持股票达到预案上限后，公司股票的收盘价格仍无法稳定在公司最近一期末经审计的每股净资产之上且持续连续 5 个交易日以上，则触发公司董事（不含独立董事）和高级管理人员增持公司股份的义务。

不影响公司上市条件的前提下，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员应在触发增持义务之日起 3 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行所需的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露增持股份的计划。在公司披露增持公司股份计划的 3 个交易日后，将按照方案开始实施增持公司股份的计划。

公司董事（不含独立董事）和高级管理人员将通过竞价交易等方式买入公司股份以稳定公司股价，买入价格不高于公司最近一期末经审计的每股净资产（若

因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整）。但如果公司披露其买入计划 3 个交易日内或实施过程中其股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，其可不再实施上述增持公司股份计划。若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①单次用于购买股份的资金金额不低于其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的 20%；②单一年度用以稳定股价所动用的资金应不超过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

若公司新聘任董事（不含独立董事）、高级管理人员，公司将要求该新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

4、应启动而未启动股价稳定措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，承诺接受以下约束措施：

公司、控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

公司控股股东及实际控制人承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如果控股股东及实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的，则公司有权将与用于实施增持股票计划相等金额的应付本人现金分红予以扣留或扣减。

公司董事、高级管理人员承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如本人未采取上述稳定股价具体措施，则公司有权将应付本人的薪酬及现金分红予以扣留或扣减。

5、稳定股价的承诺

（1）发行人就本次发行上市后稳定股价作出承诺：

公司承诺，在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价格均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），公司将按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》的相关内容，切实履行该预案中所述职责。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，公司将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如公司实际控制人及其一致行动人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，公司将暂予扣留应付实际控制人及其一致行动人现金分红中与拟增持股票所需资金总额相等金额，直至公司实际控制人及其一致行动人按上述预案规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如公司董事、高级管理人员未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，公司将暂予扣留上述人员应付薪酬、现金分红中与拟增持股票所需资金总额相等金额，直至公司董事、高级管理人员按上述预案规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

在股价稳定措施的前提条件满足时，公司拟将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券、重大资产重组等资本运作行为，直至公司按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

如因公司股票上市地上市规则等证券监管法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致公司、实际控制人及其一致行动人、董事及高级管理人员在一定时期内无法履行其稳定股价义务的，相关责任主体可免于前述约束措施，但其亦应积极采取其他合理且可行的措施稳定股价。

（2）发行人实际控制人张东和李丹就本次发行上市后稳定股价作出承诺：

本人承诺，在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价格均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），本人将按照《上海宽创国际文

化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》增持公司股票。

在股价稳定措施的前提条件满足时，本人将根据《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定，在公司就回购股票事宜召开的股东大会上，对回购股票的相关决议投赞成票。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定采取稳定股价的具体措施，公司有权将与本人拟根据《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》增持股票所需资金总额相等金额的应付本人的现金分红予以暂时扣留，直至本人采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

本人承诺在按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》规定的增持股票计划完成后的 6 个月内，本人将不出售所增持的股票。

（3）发行人董事、高级管理人员就本次发行上市后稳定股价作出承诺：

本人承诺，在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价格均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），本人将根据公司股东大会批准的《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对回购股份的相关决议投赞成票。

在股价稳定措施的前提条件满足时，本人将根据《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定，履行相关的各项义务。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人属于《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中有增持义务的董事、高级管理人员，本人用于稳定股价而增持公司股票的资金不少于上一年度从公司领取的现金薪

酬的 30%，但不超过 100%。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人属于《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中有增持义务的董事、高级管理人员，且本人未根据该预案的相关规定采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人属于《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中有增持义务的董事、高级管理人员，且本人未根据该预案的相关规定采取稳定股价的具体措施，公司有权将与本人拟根据上述预案增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，直至本人采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

本人承诺，如本人属于《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中有增持义务的董事、高级管理人员，在上述预案规定的增持股票计划完成后的 6 个月内，本人将不出售本次为稳定公司股价所增持的股票。

（四）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

发行人及控股股东、实际控制人张东和李丹承诺：

1、保证公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行上市的情形。

2、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司及公司控股股东、实际控制人将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 20 个交易日内启动股份买回程序，购回本次公开发行的全部新股。

（五）填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

1、公司关于首次公开发行股票填补被摊薄即期回报的相关措施

（1）全面提升公司管理水平，提高资金使用效率

提高公司运营效率，加强预算管理，控制公司的各项费用支出，提升资金使

用效率，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。此外，公司将完善薪酬和激励机制，引进市场优秀人才，并最大限度地激发员工积极性，挖掘公司员工的创造力和潜在动力。通过以上措施，公司将全面提升运营效率，降低成本，提升公司的经营业绩。

（2）加强对募投项目监管，保证募集资金合理合法使用

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理办法》等相关制度。董事会针对本次发行募集资金的使用和管理，通过了设立专项账户的相关决议，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中，专户专储，专款专用。公司将根据相关法规和《募集资金管理办法》的要求，严格管理募集资金使用，并积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

（3）加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

本次发行募集资金投资项目的实施符合本公司的发展战略，能有效提升公司的生产能力和盈利能力，有利于公司持续发展、快速发展。本次募集资金到位前，发行人拟通过多种渠道积极筹资资金，加快募投项目投资进度，争取尽早实现项目预期收益，增强未来几年的股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

（4）进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制

公司已经按照相关法律法规的规定修订了《公司章程（草案）》（上市后适用），建立了健全有效的股东回报机制。本次发行完成后，公司将按照法律法规的规定和《公司章程（草案）》（上市后适用）的约定，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

2、董事和高级管理人员关于首次公开发行股票摊薄即期回报的承诺

（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司后续推出股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（六）利润分配政策的承诺

本公司在上市后将严格依照《公司法》、《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等法律、法规、监管机构的规定以及《公司章程（草案）》及《上市后未来三年分红规划》等公司治理制度的规定执行利润分配政策。如遇相关法律、法规及规范性文件修订的，公司将及时根据该等修订调整公司利润分配政策并严格执行。

如公司未能依照本承诺严格执行利润分配政策的，本公司将依照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任。

（七）发行人及相关责任主体关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

1、发行人关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司董事会将在证券监督管理部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后二十个交易日内，制订股份回购方案并提交股东大会审议批准，依法回购首次公开发行的全部新股，并于股东大会决议后十个交易日内启动回购程序，回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股

等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作复权处理）为公司股票发行价格加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失：在相关监管机构认定公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后二十个交易日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作；投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者公司与投资者协商确定的金额确定。

2、控股股东、实际控制人关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

公司控股股东、实际控制人张东、李丹承诺：

公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促公司董事会、股东大会通过决议依法回购首次公开发行的全部新股，并依法购回公司首次公开发行股票时本人公开发售的股份（如有），回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作复权处理）根据公司股票发行价格加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将督促公司将依法赔偿投资者损失。

本人承诺将就公司上述回购和赔偿责任承担无限连带责任，且将为上述事项在相关会议决议中投赞成票。若公司不能及时履行赔偿责任，本人将依法赔偿投

资者损失。

如因本人原因导致公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，则本人将在公司回购本次公开发行的全部新股后赔偿公司损失。

3、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺：

公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促公司董事会、股东大会通过决议依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作复权处理）根据发行人股票发行价格加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

本人承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的承诺。

4、本次发行相关中介机构的承诺

海通证券股份有限公司承诺：“海通证券承诺因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

上海市锦天城律师事务所承诺：“本所已严格履行法定职责，按照律师行业

的业务标准和执业规范，对上海宽创国际文化科技股份有限公司（以下简称“发行人”）首次公开发行所涉相关法律问题进行了核查验证，确保出具的文件真实、准确、完整、及时，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如因本所为发行人首次公开发行出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失，本所将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规和司法解释的规定执行。如相关法律法规和司法解释相应修订，则按届时有效的法律法规和司法解释执行。本所承诺将严格按生效司法文书所认定的赔偿方式和赔偿金额进行赔偿，确保投资者合法权益得到有效保护。”

大信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“如因本所为发行人首次公开发行出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失，本所将依法赔偿投资者损失。”

（八）关于公司社会保险和公积金的承诺

公司实际控制人张东、李丹承诺：

在任何期间，若由于宽创国际及下属子公司的各项社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵问题，而给宽创国际及其下属子公司造成直接和间接损失及/或因此产生相关费用（包括但不限于被有权部门要求补缴、被处罚）的，本人将无条件地予以全额承担和补偿。本人在承担前述补偿后，不会就该等费用向宽创国际行使追索权。

在任何期间，若由于宽创国际及下属子公司的各项社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵问题，社保主管部门或公积金主管部门要求宽创国际及下属子公司对社保、公积金缴纳情况进行整改或补缴社保、公积金，本人将立即敦促宽创国际及下属子公司完成整改或补缴工作。

（九）关于避免同业竞争的承诺

本公司实际控制人张东、李丹承诺：

1、本人/本人近亲属（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业目前没有、并且于本人在公司任职及作为公司实际控制人期间也不会从事与公司及其控股子公司相同或相近似业务，或向与公司及其控股子公司从事相同或相近似业务的企业、单位进行投资或任职（不包括从证券市场购买该等企业、单位的股票，且持股比例低于 5%）。

2、本人/本人近亲属及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业目前没有、并且于本人在公司任职及作为公司实际控制人期间也不会通过其他任何方式（包括但不限于独资、合资、合作经营或者承包、租赁经营）间接从事与公司及其控股子公司业务相同或相近似的经营活动。

3、若违背上述承诺，本人愿承担相应的法律责任。

（十）关于减少和规范关联交易的承诺

公司实际控制人张东、李丹及董事、监事、高级管理人员承诺：

1、本人/本人近亲属（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业将尽量避免和减少与公司之间的关联交易，对于公司能够通过市场与独立第三方之间发生的交易，将由公司与独立第三方进行。本人/本人近亲属及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业将严格避免向公司拆借、占用公司资金或采取由公司代垫款、代偿债务等方式侵占公司资金。

2、对于本人/本人近亲属及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业与公司及其子公司之间必需的一切交易行为，均将严格遵守市场原则，本着平等互利、等价有偿的一般原则，公平合理地进行。交易定价有政府定价的，执行政府定价；没有政府定价的，执行市场公允价格；没有政府定价且无可参考市场价格的，按照成本加可比较的合理利润水平确定成本价执行。

3、与公司及其子公司之间的关联交易均以签订书面合同或协议形式明确约定，并将严格遵守宽创国际公司章程、关联交易管理制度等规定履行必要的法定程序，在公司权力机构审议有关关联交易事项时主动依法履行回避义务；对须报经有权机构审议的关联交易事项，在有权机构审议通过后方可执行。

4、保证不通过关联交易取得任何不正当的利益或使公司及其子公司承担任何不正当的义务。如果因违反上述承诺导致公司损失或利用关联交易侵占公司利益的，公司的损失由本人承担。

5、上述承诺在本人构成公司关联方期间持续有效。

（十一）未能履行承诺的约束措施

1、发行人承诺：

上海宽创国际文化科技股份有限公司保证将严格履行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，同时承诺未能履行承诺时的约束措施如下：

如果本公司未履行招股说明书披露的承诺事项，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所指定报刊或信息披露媒体上及时、充分披露未能履行、无法履行或者无法按期履行承诺的具体原因并向股东和投资者道歉。

如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

2、公司实际控制人张东、李丹承诺：

本人保证将严格履行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，同时承诺未能履行承诺时的约束措施如下：

本人将依法履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项。

如果未履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，本人将在公司的股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊或信息披露媒体上及时、充分披露未能履行、无法履行或者无法按期履行承诺的具体原因并向公司的股东和投资者道歉。

如果该未被履行的承诺事项可以继续履行的，本人将继续履行该承诺；本人亦将及时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议。

如果因未履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的相关承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，本人将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。如果本人未承担前述赔偿责任，则公司有权扣减本人所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。

如因未履行相关承诺获得违法所得的，本人自愿将按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所相关规章、规定处理。

在本人作为公司实际控制人期间，公司若未履行招股说明书披露的承诺事项，给投资者造成损失的，本人承诺依法承担连带赔偿责任。

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺：

本人保证将严格履行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，同时承诺未能履行承诺时的约束措施如下：

本人若未能履行在公司首次公开发行股票招股说明书中披露的本人作出的公开承诺事项的，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊或信息披露媒体上及时、充分披露未能履行、无法履行或者无法按期履行承诺的具体原因并向公司股东和投资者道歉；如该未被履行的承诺事项可以继续履行的，本人将继续履行该承诺；本人将及时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议。

如果因本人未履行相关承诺事项给公司或者投资者造成损失的，本人将向公司或者投资者依法承担赔偿责任。

如因未履行相关承诺获得违法所得的，本人自愿将按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所相关规章、规定处理。

（十二）股东信息披露专项承诺

发行人承诺：本公司股东不存在相关法律法规和规范性文件规定的禁止持股主体直接或间接持有发行人股份的情形，不存在本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有本公司股份及以本公司股权进行不当利益输送的情形。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

（一）重大销售合同

截至本招股说明书签署日，发行人已履行和正在履行的交易金额在 3,500 万元以上的销售合同如下：

单位：万元

序号	客户	合同内容	合同金额	签署日期	履行情况
1	陕西建工集团有限公司	咸阳市市民文化中心文化场馆工程科技馆装修、布展工程	8,000.00	2017 年 4 月	已验收 决算
2	合肥滨投文化创意发展有限公司	中国国家电博物馆室内展陈设计施工一体化	6,359.17 (注 1)	2019 年 6 月	已验收 未决算
3	中卫市启源房地产开发有限公司	宁夏中关村科技产业园西部云基地云计算服务基地二次装饰及展示馆展览陈列布展设计、施工项目	6,227.07	2017 年 3 月	已验收 决算
4	广东省罗浮山风景名胜区管理委员会	罗浮山葛洪博物馆布展设计施工及外观改建一体化采购项目	5,801.95	2016 年 7 月	已验收 未决算
5	南宁园博园管理中心	南宁园博园项目展馆展陈工程-园林艺术馆、东盟馆、顶蛳山遗址博物馆展陈工程 1 标段-园林艺术馆展陈工程	4,950.86	2018 年 6 月	已验收 未决算
6	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	4,753.97	2018 年 4 月	已验收 未决算
7	武汉旅游发展投资集团有限公司	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	4,000.00	2016 年 12 月	已验收 决算
8	林西县文化广电体育旅游局	林西县文化综合体	3,902.78	2018 年 10 月	未验收
9	用友网络科技股份有限公司	用友数字企业馆设计施工项目	3,084.15 (注 2)	2018 年 5 月	已验收 决算
10	山丹县科学技术协会	山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	3,756.20	2018 年 6 月	未验收
11	胶州市少海发展管理处、胶州市文化广电新闻出版局（注 3）	大沽河博物馆陈列与布展设计施工一体化标段一	3,198.07 (注 1)	2015 年 7 月	已验收 未决算
12	六安市叶集区文化旅游体育局	六安市叶集区文化中心装饰及布展设计施工和运营管理服务项目	14,400.00	2020 年 12 月	未验收
13	秦始皇帝陵博物院	秦始皇帝陵铜车马博物馆项目陈列布展工程总承包	5,837.60	2021 年 1 月	未验收
14	中建二局第三建筑工程有限公司	东北亚（长春）国际机械城会展中心项目	9,765.56	2021 年 5 月	已验收 未决算

注 1：合同金额系公司所承担工程量金额，不包含联合体工程量金额；

注 2：合同金额系根据公司与客户后期签订的补充协议调整后金额；

注 3：合同权利义务现转移至青岛大沽河省级生态旅游度假区管理委员会

（二）重大采购合同

截至本招股说明书签署日，发行人已履行和正在履行的交易金额在 500 万元以上的对公司生产经营活动有重要影响的采购合同如下：

单位：万元

序号	供应商	采购内容	合同金额	履行情况	签署日期
1	陕西恒业建设集团有限公司	咸阳科技馆公共区域布展施工项目	770.00	履行中	2017 年 5 月 5 日
2	上海天棱装饰设计工程有限公司	海南-新道展厅装饰布展工程	765.00	已履行	2017 年 9 月 1 日
3	甘肃美华建设工程有限公司	新疆-赛里木湖游客中心装饰布展工程	750.00	履行中	2017 年 5 月 23 日
4	北京天海宏顺展览展示有限公司	张掖市博物馆装饰布展工程	734.20	已履行	2015 年 12 月 20 日
5	影钛创新科技（北京）有限公司	六枝三线博物馆投影仪采购	720.00	已履行	2017 年 12 月 11 日
6	成都易娟基础工程有限公司	贵州-中华侏佬族博物馆装饰布展工程	690.00	已履行	2017 年 10 月 10 日
7	上海居雍装饰设计工程有限公司	中国家电博物馆室内展陈	670.00	履行中	2019 年 7 月 15 日
8	江苏华夏天地建设有限公司	江苏扬中市博物馆	630.00	履行中	2018 年 11 月 8 日
9	浙江人文园林股份有限公司	南宁园博园项目展馆展陈工程-园林艺术馆展陈工程园林绿化工程分包	600.00	履行中	2018 年 9 月 18 日
10	甘肃美华装饰工程有限公司	陕西-咸阳科技馆 1-4 层装饰布展工程	593.00	已履行	2017 年 7 月 24 日
11	广东嘉澳园林工程有限公司	广东罗浮山葛洪博物馆园林改造提升及屋面防水等施工	555.00	履行中	2016 年 8 月 5 日
12	烟台市中成装饰工程有限公司	崮山展示中心综合楼	534.00	履行中	2020 年 4 月 15 日
13	甘肃金润玉石业有限公司	张掖市博物馆装饰布展工程	500.00	已履行	2015 年 12 月 11 日

（三）房屋建设工程转让合同

2017 年 9 月 20 日，公司与上海张江国信安地产有限公司签订《房屋建设工程转让合同》，约定国信安将位于上海市浦东新区北蔡镇 2 街坊 108/3 丘的国信安基地 B-3-2 厂房在建工程的所有权利义务一次性转让给发行人，转让价格为 7,361.48 万元。

1、购置原因及合理性

公司购置上述在建工程主要系取得相应土地使用权及房屋建筑物所有权，并作为公司经营场所。公司已取得产权证并入住该大楼办公，从事文化创意经营活动。

在入住该大楼之前，公司主要办公场所系租赁实际控制人张东、李丹及其

儿子张嘉赓名下、坐落于中国（上海）自由贸易试验区伽利略路的房屋。为减少关联交易并完善公司独立性，公司计划以自有资金购置房产以满足实际需要。

考虑员工稳定性且基于园区政策、土地规划、人才引进、服务平台等方面因素的综合考量，公司决定在原租赁楼所在地张江园区内寻找合适建筑，而上海张江国信安地产有限公司在建位于上海市浦东新区北蔡镇 2 街坊 108/3 丘的国信安基地 B-3-2 厂房工程项目拟转让且正好符合公司需求。

因此，发行人购置上述在建工程具备合理性。

2、购置定价依据

根据 2017 年 9 月 20 日发行人与上海张江国信安地产有限公司签订《房屋建设工程转让合同》，项目占地面积 3,742.1 平方米，总建筑面积 8,620.39 平方米，在建工程转让总价款为 7,361.48 万元，其中，土地款 4,000 万元，在建工程款 1,861.48 万元，代建服务费 1,500 万元。

土地款 4,000 万元系双方于 2014 年签署《项目定建、转让合作协议》即作约定，且不做变更，并于 2017 年签署的《房屋建设工程转让合同》再次确认，系双方协商结果，不低于同地区公示的同种用途土地出让、转让均价。在建工程款 1,861.48 万元，系在《造价鉴证报告》评估结果即截至 2017 年 6 月已完工程费用 2,167.27 万元的基础上，考虑截至转让合同签署日，发行人已实际向国信安支付工程进度款 1,861.48 万元确定，后续工程款自转让后由发行人继续自行支付。代建服务费 1,500 万元，系国信安根据发行人要求定建该工程项目所收取的工程建设管理服务费用，双方协商确定，并签署了《国信安基地 B-3-2 项目工程建设管理服务合同》进行约定。工程建设管理服务内容包括项目代建服务、招投标服务、相关权证办理、工程档案管理、后期工程改造服务等，并包括立项、人防、消防、环保、交通、市政及水电气等专业咨询及报批手续，土地、规划、建设等报建工作以及各项文件资料准备管理。

综上，发行人购置上述在建工程定价依据充分，定价公允。

3、资金来源和转让款项支付

“国信安基地 B-3-2 厂房工程项目”在建工程转让总价款为 7,361.48 万元（含税价），截至招股说明书签署日，发行人已向上海张江国信安地产有限公司支付完毕在建工程转让价款 7,361.48 万元。上述资金均为发行人经营所得自有资金，资金来源合法。

4、转让过程合法合规，已履行所有纳税义务

（1）房屋建设工程符合转让条件

转让方国信安在转让上述在建工程前，已取得沪房地浦字（2016）第 022005 号《房地产权证》，土地性质为出让；并取得沪浦规建张（2015）FA31011520154119《建设工程规划许可证》、15ZJPD0002D02《建筑工程施工许可证》。根据《张江国信安基地“B-3-2”地块厂房在建工程造价鉴证报告》，项目建设开发投资总额已达到 75.38%，完成 25%以上，符合《中华人民共和国城市房地产管理法》《上海市房地产转让办法》关于房屋建设工程转让的相关规定。

（2）房屋建设工程转让取得相关批准

2017 年 6 月、7 月，上海市张江高科技园区管理委员会分别向新区建交委和上海张江（集团）有限公司出具沪张江园区管[2017]78 号和沪张江园区管[2017]86 号《关于同意张江国信安基地 B-3-2 地决定建项目转让的批复》，原则同意该项目整体转让给发行人。

（3）双方签订合同、缴清税款后办理转让过户手续

双方签订了《房屋建设工程转让合同》，按合同约定支付转让价款，并于 2017 年 11 月 8 日，发行人向上海市浦东新区税务局缴纳了契税合计 2,103,279.01 元人民币，缴纳了印花税合计 14,723 元人民币。双方缴清税款后至交易中心办理在建工程转让过户手续。2018 年 1 月，公司取得沪（2018）浦字不动产权第 002811 号《不动产权证书》。

因此，发行人购置上述在建工程所涉转让过程合法、合规，且发行人已履行了所有纳税义务。

5、发行人在该场所从事文化创意项目，已获有关部门批准，无需补缴土地

出让金，不存在被收回风险

（1）发行人从事文化创意项目符合张江科学城建设规划要求和产业导向，获得上海市张江高科技园区管理委员会的批准

根据 2017 年 7 月 3 日上海市张江高科技园区管理委员会出具的《关于同意张江国信安基地 B-3-2 地块定建项目转让的批复》（沪张江园区管〔2017〕86 号），“上海张江国信安地产有限公司请示将 B-3-2 地块定建项目整体转让给上海宽创国际文化创意有限公司的事项，在征询新区科经委并取得复函（浦科经委〔2017〕33 号）的前提下，我委认为受让方所从事的文化创意项目符合张江科学城建设规划要求和产业导向”，并批复如下：“1. 原则同意该项目的整体转让；2. 受让方项目必须自用，不得出租；3. 受让方项目必须服从张江科学城规划调整要求；4. 项目若再次转让，须经张江园区管委会同意，并由园区国有开发平台公司优先收购”。

发行人自受让该在建工程后，在该场所从事文化创意项目且未对外出租，符合张江科学城建设规划要求和产业导向以及上海市张江高科技园区管理委员会的批复要求。

（2）上海市浦东新区规划和自然资源局确认不增收土地价款

根据发行人与上海市浦东新区规划和自然资源局于 2020 年 5 月 7 日签订了《上海市国有土地使用权出让合同》补充合同，双方确认：上海宽创国际文化科技股份有限公司以在建工程转让方式取得土地使用权，同意增加地下建筑面积 5,813.2 平方米，不增收土地价款。

（3）无土地相关行政处罚记录

根据上海市规划和自然资源局《关于停止受理企业合规证明申请的通知》（沪规划资源执〔2019〕26 号），自 2016 年 1 月 1 日起的合规证明开具申请不再予以受理，需了解企业合规情况的，可以通过部门门户网站公开查询。经查询上海市规划和自然资源局及上海浦东门户网站，未发现公司及子公司存在与土地有关的行政处罚信息及相关违法记录。

综上，发行人在该场所从事文化创意项目符合张江科学城建设规划要求和

产业导向，已获得上海市张江高科技园区管理委员会批复，并经上海市浦东新区规划和自然资源局确认不需要补缴土地出让金，无土地相关行政处罚记录，不存在土地使用权被收回的风险。

（四）银行合同

1、借款及保证合同

借款人	贷款人	借款金额 (万元)	借款期限	合同编号	借款用途
发行人	浦发银行张江科技支行	800.00	2021年3月17日至 2021年9月16日	97162021280073	企业日常经营周转

2019年6月25日，张东、李丹和张嘉赓与中信银行上海分行签署《最高额抵押合同》（编号：2019沪银最抵字第731611193002号），约定为发行人履行债务提供最高额抵押担保，担保债权为中信银行与发行人于2019年6月25日至2022年9月25日期间签署的主合同而享有的债权，最高额限度为人民币4,500万元，抵押物为位于中国（上海）自由贸易试验区伽利略路11号2幢的房产，产权证号为沪房地浦字（2010）第051470号。

2019年6月27日，张东和李丹与中信银行上海分行签署《最高额保证合同》（编号：2019沪银最保字第731611193004号），约定为发行人履行债务提供最高额保证担保，担保债权为中信银行与发行人于2019年6月25日至2022年9月25日期间签署的主合同而享有的债权，最高额限度为人民币5,150万元，保证方式为连带责任保证担保。

2020年3月23日，张东和李丹与浦发银行张江科技支行签署《最高额保证合同》（编号：ZB9716202000000014），约定为发行人履行债务提供最高额保证担保，担保债权为浦发银行张江科技支行与发行人于2020年3月23日至2021年12月31日期间签署的主合同而享有的债权，最高额限度为人民币2,000万元，保证方式为连带责任保证担保。

（五）保荐协议及承销协议

2020年12月，公司与海通证券股份有限公司签署了《保荐协议》及《承销协议》，由海通证券股份有限公司作为本公司首次公开发行股票并在创业板上市

的保荐人和主承销商。

二、对外担保事项

截至本招股说明书签署日，发行人无对外担保事项。

三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为

（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项

1、报告期内未决重大诉讼

截至本招股说明书签署日，公司 100 万以上未决诉讼共计 **3** 项，涉及案件金额 **2,660.38** 万元，占有所有未决诉讼案件金额的 **97.29%**；具体情况如下：

（1）发行人及其子公司作为原告尚未了结的或可预见的 100 万元以上的诉讼情况如下：

序号	原告	被告	项目名称	案由	基本案情	案号	审理（执行）法院	诉求类型	诉讼请求	标的金额	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理	状态
1	宽创国际	贵阳中医药大学	贵州民族医药博物馆	合同纠纷	2015年7月上海宽创公司以1080万中标了被告的《贵州民族医药博物馆》（中医文化书院）装饰工程，并支付了22万投标保证金。遂后因被告单方变更项目主题的原因中标项目暂停，合同没能签订。直至2017年3月项目重启，原告根据被告的新主题重新设计并重新报价，但被告以原告没有在2015年按时交纳履约保证金为由，拒付设计费也拒退投标保证金，故原告诉至法院。	(2020)黔0111民初1485号	贵阳市花溪区人民法院	催收款	1、判令被告退回投标保证金22万元，并支付拒绝退付保证金的滞纳金55,403.83元（从2015年9月1日起算至起诉之日止），款清滞纳金止。2、判令被告支付投标方案的设计费36万元，并支付滞纳金90,660.82元（从2015年9月1日起算至起诉之日止），款清滞纳金止。3、判令被告支付第二次新方案设计费36万元，并支付滞纳金47,460.82元（从2017年9月1日起算至起诉之日止），款清滞纳金止。以上合计支付1,133,525.47元，款清滞纳金止。4、判令被告承担本案全部诉讼费及原告来往车旅费、律师费。	113.35万元	无	无	因双方争议，对收入金额无法可靠计量，尚未确认收入	一审中
2	宽创国际	武汉岸房建筑工程有限公司	新道全球智慧教育体验中心施工	合同纠纷	原告与被告于2015年签订了《用友（三亚）产业园项目一期工程1号楼室内装修工程合同文件》，约定由原告承接1号楼1、2、4、5、6楼层装修工程，该工程于2018年5月20日竣工，验收合格并投入使用，原告已履行了合同约定的各项义务，但被告工程款至今仍未支付，故原告诉至法院。	(2021)琼0271民初6921号	三亚市城郊人民法院	催收款	1.判令被告向原告支付拖欠的工程尾款人民币3,698,754.15元；2.判令被告向原告支付逾期付款利息344,398.14元3.本案的受理费等诉讼费用由被告承担。	404.32万元	无	无	对该项应收账款单项计提坏账准备，截止到2020年12月累计计提坏账221.93万元	一审中

（2）发行人及其子公司作为被告尚未了结的或可预见的100万元以上的诉讼情况如下：

序号	原告	被告	项目名称	案由	基本案情	案号	审理（执行）法院	诉求类型	诉讼请求	标的金额	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理	状态
1	上海普研建筑安装工程	宽创国际、上海张江国信安地产有限公司	宽创大楼	建设工程施工合同纠纷	2019年5月27日，原告向上海市浦东新区人民法院提起诉讼：2015年7月15日，原告与被告一国信安地产公司订立《国信安基地“B-3-2”厂房工程项目建设工程施工总承包合同》，约定由原告承建被告一的国信安基地“B-3-2”厂房工程项目。标的合同订立后，原告依约履行合同期间，二被告又与原告签订了一份协议，约定在建工程转让过户给被告二，合同项下所有权利义务同时转让给被告二。后原告与被告二结算审计价款问题存在分歧，故原告诉至法院。	（2019）沪0115民初58924号	上海市浦东新区人民法院	工程量有异议，催讨工程款	1. 判令宽创国际支付原告拖欠工程款共计人民币21,427,151.81元，并支付拖欠工程款所产生的利息。2. 判令本案诉讼费、律师费及鉴定费由宽创国际承担。	2,142.72万元及利息	无	冻结宽创国际银行存款2,142.72万元，宽创提供相应现金担保后解冻。	2019年4月暂估入账固定资产2,784.39万元	上海普研和发行人均提起上诉，一审判决尚未生效

2021年5月27日，上海浦东新区人民法院出具了（2019）沪0115民初58924号《民事判决书》（未生效），确认最终造价为27,851,778.21元。判决如下：宽创国际于本判决生效之日起十日内支付上海普研工程款8,679,977.05元及利息（按同期存款利率计算）；驳回上海普研其余诉讼请求；上海普研于本判决生效之日起十日内支付宽创国际逾期竣工违约金50万元，驳回宽创国际其余诉求。截至目前，上海普研与发行人均已提起上诉，一审判决尚未生效。

2、报告期内公司已决重大诉讼

报告期内，发行人及其子公司100万元以上的已决诉讼具体情况如下：

序号	案件进展情况	原告	被告	基本案情	涉案金额	诉讼或仲裁请求	判决结果	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理
1	已调解	欧特克公司	宽创国际	2017年12月26日，原告向上海知识产权法院提起诉讼，诉称：被告未经许可，擅自复制、安装并商业使用了原告享有著作权的AutoCAD系列计算机软件和3Dsmx系列计算机软件著作权，故原告诉至法院。被告于2018年5月9日作出如下答辩：双方因软件租赁产生纠纷，被告决定使用国产替代软件引发本案诉讼，替代置换过程中被告不存在侵权故意；原告无法提供确凿的版权侵权数量及合理有效的损失计算单价，故原告提出的赔偿诉请缺乏依据。该案件双方现已在法院达成调解。	390万元	一、判令被告停止侵权； 二、判令被告赔偿损失12,038,400元； 三、判令被告承担律师费70,000元； 四、判令被告承担诉讼费用。	调解结果：向原告支付赔偿金100万元；与原告指定的软件经销商达成总金额为290万元的正版软件采购合同。	已执行	冻结宽创国际资金106万元，宽创国际提供相应现金担保后于2019年9月26日解冻。	2019年4月已入账采购成本290万元，并支付完毕
2	已调解	奥多比公司	宽创国际	2017年12月26日，原告向上海知识产权法院提起诉讼，：被告未经许可，擅自复制、安装并商业使用了原告享有著作权的Photoshop、Illustrator等软件，故原告诉至法院。被告于2018年7月20日作出如下答辩：2016年3月，原被告曾就购买奥多比CS6套装软件（包	186.50万元	一、判令被告停止侵权； 二、判令被告赔偿损失3,684,708元； 三、判令被告承担律师费70,000元； 四、判令被告承担诉讼费用	调解结果：向原告支付55万元损害赔偿金；与原告指定的软件经销商达成总金额为135万元的正版软件采购合同。	已执行	冻结了宽创国际资金590,000元，宽创国际提供相应现金担保后于2019年	2019年4月已入账采购成本135万元，并支付完毕

序号	案件进展情况	原告	被告	基本案情	涉案金额	诉讼或仲裁请求	判决结果	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理
				括 PS CS6、IIIu CS6) 达成订购协议, 并获得被告三年内不对被告提出侵权诉请的承诺, 故原告提出的赔偿诉请缺乏依据。该案件双方现已在法院达成调解。					9 月 26 日解冻。	
3	已调解	宽创国际	北京北电科林电子有限公司	原、被告就北电科林 E 座技术创新中心改建翻新项目签订价款为 288 万元合同, 合同为固定总价。原告按照合同约定向被告支付了 5 万元履约保证金, 后因被告原因, 对在建工程提出了较多修改意见, 双方签订了补充协议, 后续被告未按照补充协议的约定支付剩余工程款, 故原告告诉至法院。该案件双方现已在法院达成调解。	119 万元	一、请求判令被告支付工程款 1,159,461.52 元; 二、请求判令被告支付违约金 63,564 元; 三、请求判令被告退还原告已支付的履约保证金 50,000 元 四、请求判令被告承担诉讼费用	调解结果: 一次性给付原告剩余工程款 114 万元; 返还原告履约保证金 5 万元。	已执行	无	2018 年 12 月 29 日收回应收账款 112.23 万元
4	已调解	宽创国际	海南海岛临空产业集团有限公司	2016 年 11 月 23 日, 原告中标了海航地产企业文化展厅整体策划、布展及内部装饰设计施工一体化项目。在双方未签订合同的情况下原告为中标展厅其中一层进行多媒体施工, 案涉项目完成后被告迟迟不予签订合同。被告提出工程款和设计款价格	153.54 万元	一、请求判令被告支付原告海航大楼 44 层(现 48 层) 多媒体展厅项目工程款 1,535,400 元; 二、请求判令被告支付原告工程款逾期利息 50,475 元; 三、请求判令被告承担本案一切诉讼费及原告往来诉讼差旅费。	调解结果: 被告应于 2020 年 4 月 30 日前支付 40 万元; 6 月 30 日前支付工程款 40 万元; 8 月 30 日前支付工程款 40 万元; 剩余款项于 10 月 30 日前支付完毕。	已执行	无	对应收账款按账龄分析法计提坏账准备, 2020 年 4 月, 6 月, 8 月每月收回 40 万元, 2020 年 11

序号	案件进展情况	原告	被告	基本案情	涉案金额	诉讼或仲裁请求	判决结果	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理
				需要重新审计，并于 2019 年 4 月 3 日告知原告该项目的审计价格为 1,535,400 元，原告予以认可，但被告迟迟不付款，故原告诉至法院。该案件双方现已在法院达成调解。						月收回 25.85 万元，应收账款余额 7.67 万元
5	已调解	宽创国际（反诉被告）	吉林孤店子城镇化建设投资有限公司（反诉原告）	2017 年 2 月 18 日，原告（反诉被告）与被告（反诉原告）双方就“中国北方农业馆”项目签订了施工设计一体化合同，同年 4 月中旬双方就该项目签订了补充协议，约定该项目暂定价为 1,398 万元，后续双方因工程款支付问题产生纠纷，故诉至法院。该案件双方现已在法院达成调解。	780 万元	本诉：一、请求判令被告支付原告北方农业博物馆项目尾款 1,090.988967 万元；二、请求判令被告支付给原告逾期支付项目尾款的违约金 80.199768 万元；以上本息合计 1,171.188735 万元。三、请求判令被告承担本案一切诉讼费用和原告往来差旅费。 反诉：一、请求判令被反诉人赔偿延期交工给反诉人造成的损失暂计 50 万元（具体数额以鉴定评估为准）；二、请求判令被反诉人赔偿用假冒瓷砖给反诉人造成的损失暂计 450 万元；三、请求判令诉讼费由被反诉人承担。	调解结果： 项目建设工程费用决算金额为 1,280 万元人民币。被告（反诉原告）已经支付 500 万元，剩余 780 万元工程款在法院调解书生效后，两年内分 4 次支付完毕。	被告已支付宽创国际剩余工程款 100 万元，剩余 680 万元工程款未支付。	无	账龄分析法计提坏账准备，截止到 2020 年 12 月累计计提坏账 35.80 万元
6	已和解	广州方知文化发展有限公司	宽创国际	2020 年 7 月 22 日，原告向上海市浦东新区人民法院提起诉讼：原告与被告签订了《策划及服务协议》，该协议约定由原告向被告提供合肥中国家电博物馆项目策划及书店+咖啡区的室内方案设计等服务。被告向原告支付了 20 万元的费用，双	165.76 万元	一、请求判令被告立即一次性支付原告 2,830,188.68 元。 二、请求判令被告立即向原告支付利息损失 66,627.36 元。 三、请求判令被告承担本案的全部诉讼费用，包括但不限于诉讼费、律师费、保全费、财产保全保险费、公告费。以上暂合计为	和解协议：向原告支付和解款人民币 1,650,000 元及相关诉讼费用。	已执行	冻结宽创国际银行存款 289.68 万元，宽创提供相应现金担保	已入账采购成本 174.53 万元，并分别于 2019 年 9 月、12 月分别支付 20 万、165 万

序号	案件进展情况	原告	被告	基本案情	涉案金额	诉讼或仲裁请求	判决结果	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理
				方对后续费用产生争议，故原告诉至法院。		2,896,816.04 元。			后解冻。	
7	已和解	上海居稼建筑装饰工程有限公司	宽创国际、武汉旅游发展投资集团有限公司	2016 年 4 月，宽创国际与原告签署了《武汉-沙湖码头候船厅装饰工程合同-1608-07》，合同总价为 780 万元人民币。项目完工后，宽创国际已付 6,227,400 元，剩余金额因双方发生结算争议，故原告诉至法院。	235.76 万元	一、请求判令被告宽创国际支付原告剩余合同价款 2,357,600 元人民币以及利息。 二、请求判令被告承担本案的全部诉讼费用等。	和解协议：原告撤诉后，被告在收到原告开具的符合合同要求的增值税专用发票后五日内一次性向原告支付 2,357,600 元。原告自愿减免所有利息。	已执行	无	已入账采购成本 860 万，并已全额支付完毕
8	已判决	宽创国际	灵石县住房保障和城乡建设管理局	原、被告于 2013 年 12 月签订了《灵石县规划展示馆布展装饰工程物资采购及安装工程合同》，约定总包干价为 9,013,177.25 元；付款方式为合同签订后按照施工进度总额的 80% 支付首付款，验收合格并经审计后支付至 90%，剩余款项无质量缺陷两年内付清。案涉项目已于 2015 年 1 月 28 日验收并于 2017 年 4 月 20 日完成审计，故原告要求被告支付剩余工程款，故原告诉至法院。	397.26 万元及利息	一、请求判令被告支付拖欠原告合同价款 3,972,648.73 元；二、请求判令被告支付违约金（款清息止）；三、请求判令被告支付诉讼费。	判决结果：一、被告向原告支付工程款 3,972,648.73 元；二、被告向原告支付相关利息。	已执行	无	按账龄分析法计提坏账准备，2019 年 4 月已全额收回工程款 382.91 万元
9	已判	宽创国	珠海市金	被告将“航空新城规划展览	169.4	一、确认原告承包的珠海航空展设计策划布展	判决结果：一、被	已执行	无	按账龄分

序号	案件进展情况	原告	被告	基本案情	涉案金额	诉讼或仲裁请求	判决结果	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理
	决	际	湾区政府投资建设工程管理中心	馆二次装修及布展设计施工总承包工程”进行招标，后原告中标。工程验收后，原告提交了签证变更单汇总表和相应的工程签证单证明涉案工程存在变更，被告确认存在变更工程但认为原告所主张的费用过高，双方对工程价款有争议，故原告诉至法院。	2万元及利息	一体工程项目结算款1900万元，其中签证工程量2,562,698元；二、判决被告支付拖欠的工程款535.04万元（合同约定1900万元-1900万元×5%-已付1269.96万元）、质保金95万元、违约金1,313,186元（款清息止），以上总计7,613,586元。三、本案诉讼费、律师费由被告承担。	告向原告支付工程款1,694,212.23元和利息；二、驳回原告其他诉讼请求。			析法计提坏账准备，2019年5月已全额收回工程款
10	已判决	宽创国际（上诉人）	中国人民政治协商会议山东省东平县委、中国共产党东平县委宣传部（被上诉人）	2014年8月23日原告与被告签订了《合同协议书》，原告承包了东平县公民道德教育馆装修工程及布展项目，金额700万元，审计价款为7,402,586.61元，工程结束后原告收到工程款560万元，原告仍有部分工程款未结清，故原告诉至法院。	210.30万元	一、请求法院判令被告支付原告《东平县公民道德教育馆装修工程及布展项目》工程款1,702,586.61元；二、请求法院判令被告按逾期款项日万分之三支付原告违约金400,391.01元，计算至2018年5月14日起诉之日。三、判决被告承担本案一切诉讼费及原告往来诉讼差旅费。	一审判决结果：因原告无充分证据证明所欠工程款的实际设立单位为被告，故驳回原告诉讼请求。 二审裁定结果：原告（上诉人）自动撤回上诉。	已执行	无	账龄分析法计提坏账准备，截止到2020年12月累计计提坏账110.23万元
11	已判决	库控（上海）实业有限公司（被上	宽创国际（上诉人）	2018年5月1日，原、被告就原告向被告提供电气、机械、建筑材料等系列产品的供货事宜签订《合作协议》。约定货物保用期为自被告对合同货物验收合格之日起12	112.44万元	一、请求判令被告支付原告货款1,089,480.68元，逾期付款利息34,951.9元。二、由被告承担案件全部诉讼费、保全费、保函费。	一审判决结果：一、被告支付原告逾期付款利息34,241.2元；二、驳回原告其他诉讼请求。	已执行	冻结宽创银行存款1,124,432.58元。宽创	已入账采购成本166.39万元，2019年5月、6月已将款项

序号	案件进展情况	原告	被告	基本案情	涉案金额	诉讼或仲裁请求	判决结果	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理
		诉人)		个月。结算方式为月结。原告在振石展厅项目中提供的玻璃安装过于紧密，现出现玻璃阳角破裂，被告责令限期整改，多次通知原告前往维修更换但原告不予理会，故产生了买卖合同纠纷，2019年6月24日，被告已向原告支付合同价款1,124,432.58元，故原告诉至法院。			二审判决结果：驳回上诉、维持原判。		国际提供相应现金担保后解冻。	支付完毕
12	已判决	上海普研建筑安装工程有限公司	宽创国际	原告与被告约定签订《布展合同》，合同价款为总价包干，总价为400万元。上述合同签订后，原告履行了合同义务且项目已实际交付投入使用，双方对工程结算价发生争议，故原告诉至法院。	125.70万元及利息	一、请求判令被告支付工程款125.7万元； 二、请求判令被告支付工程余款的拖欠利息249,349.1元，其中已付款部分逾期利息48,229.1元，未付款部分的逾期利息暂计200,112元；三、本案的全部诉讼费由被告承担。	判决结果：被告支付给原告人民币1,257,000元及逾期付款利息损失。	已执行	无	已入账采购成本419万元，并于2020年7月支付完毕
13	已判决	宽创国际	深圳柏睿资产管理有限公司	原、被告签订《She-玛丽莲梦露主题巡展合同书》，合同约定展览有两站，第一站已举办完毕，根据合同约定，前4笔款项支付条件已成就，被告应支付给原告210万元，其仅支付110万元，剩余100万元还未支付；第一站结束后，被告不继续履	181.90万元	一、请求判令被告向原告支付玛丽莲梦露主题展尾款100万元；二、请求判决被告支付单方面解约违约金819,000元。三、请求判令被告承担本案的诉讼费用。	判决结果：一、被告向原告支付合同款100万元；二、被告赔偿原告违约金819,000元。	宽创国际申请强制执行中	无	账龄分析法计提坏账准备，截止到2020年12月累计计提坏账143.01万元

序号	案件进展情况	原告	被告	基本案情	涉案金额	诉讼或仲裁请求	判决结果	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理
				行合同举办第二站展览，被告已构成违约，故原告诉至法院。						
14	已和解	宽创国际	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司（以下简称“惟邦”）作为六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程的总包方与发行人于2017年3月签订《展陈工程框架协议书》，在合同履行过程中，双方因工程款支付、合同价格问题发生争议，发行人于2020年3月20日提起仲裁，要求按合同支付工程款，惟邦于2020年8月7日提交了仲裁反请求申请书。后经协商，双方签署和解协议，于2020年9月18日撤销仲裁。	仲裁请求：2,208.02万元 仲裁反请求：2,120万元	仲裁请求：一、请求裁决被申请人支付拖欠申请人工程款（验收阶段）人民币13,807,470元；二、请求裁决被申请人支付拖欠的申请人工程款（结算阶段）人民币5,924,199.74元。三、请求裁决被申请人退还履约保证金人民币2,000,000元；四、请求裁决被申请人按照银行同期贷款利率支付申请人利息共计人民币348,576.08元；五、请求裁决被申请人承担本案一切仲裁费用、鉴定费（如有）及申请人往来仲裁差旅费等。 仲裁反请求：一、请求裁决宽创国际向惟邦营造建筑设计（北京）有限公司支付因工程质量缺陷修复费用1,065万元；二、请求裁决宽创国际向惟邦营造建筑设计（北京）有限公司支付工期延误违约金1,000万元；三、请求裁决宽创国际解除展馆、飞翔影院、椭圆影院中多媒体设备系统的禁用措施；四、请求裁决宽创国际向惟邦营造建筑设计（北京）有限公司交付8套符合《建设工程文件归档规范》（GB/T50328-2014）以及六枝特区城建档案中心标准的施工资料；五、请求裁决宽创国际向惟邦营造建筑设计（北京）有限公司支付本案律师费55万元；六、请求裁决宽创国际承担本案全部仲裁费用。	和解结果： 一、双方于2020年9月21日撤回仲裁请求；二、2020年9月21日被申请人当天向申请人支付工程款人民币200万元整，后分阶段支付226万元；三、双方协商，同意与建设单位贵州省益正开发投资有限公司共同签署三方协议，后续工程款的支付方式以三方协议的约定为准。	被申请人已支付宽创国际426万元工程款，双方暂未与建设单位贵州省益正开发投资有限公司共同签署三方协议约定后续工程款的支付方式。	无	账龄分析法计提坏账准备，截止到2020年12月累计计提坏账166.78万元

序号	案件进展情况	原告	被告	基本案情	涉案金额	诉讼或仲裁请求	判决结果	执行情况	冻结、查封、抵押、质押情况	会计处理
15	已撤诉	陕西恒业建设集团有限公司	陕西建工集团有限公司、宽创国际	2020年1月13日，原告向陕西省咸阳市秦都区人民法院提起诉讼：宽创国际承接了被告一陕西建工集团有限公司的咸阳市文化中心科技馆工程项目。原告与被告二宽创国际于2017年5月5日签订了《咸阳科技馆公共区域布展施工项目装饰、安装及布展合同书》，于2017年8月9日签订了《陕西咸阳科技馆形象墙施工工程场景承揽布展定制合同书》。双方就结算审计相关问题存在分歧，故原告诉至法院。	1,726.96万元	1、判令第二被告上海宽创全额支付剩余工程款及相关费用11,668,668.5元；2、判令第二被告上海宽创按年化24%的利率承担应付工程款的延期支付利息5,600,960.88元。以上两项金额合计17,269,629.38元。判定第一被告承担连带责任	裁定结果：准许原告陕西恒业建设集团有限公司撤回起诉。	/	/	2017年账面暂估咸阳科技馆项目施工成本1,090万元

4、目前未决诉讼对发行人的影响

截至本招股说明书签署日，公司100万元以上未决诉讼共计3项，涉及案件金额2,660.38万元，占有未决诉讼案件金额的97.29%，其中宽创作为原告的诉讼共2项，涉及案件总金额517.67万元；宽创作为被告的诉讼共1项，涉及案件总金额2,142.71万元。

（1）发行人作为原告的重大诉讼测算

发行人作为原告的未决诉讼系公司向客户催收款。因客户拖延支付公司工程款，公司采取法律程序进行催收。公司已根据严格按照坏账计提政策计提坏账准备，如按照最坏情况100%计提坏账准备，对发行人财务数据影响如下：

单位：万元

原告	被告	应收余额	已计提坏账(A)	100%计提坏账(B)	利润影响额(B-A)	税后利润影响额
宽创国际	贵阳中医药大学	22.00	22.00	22.00	0.00	0.00
	武汉岸房建筑工程有限公司	369.88	221.93	369.88	147.95	125.76 (注)

注：影响2020年利润

（2）发行人作为被告的重大诉讼测算

发行人作为被告的未决诉讼主要为与供应商的合同纠纷，主要系双方对工程量有异议及向发行人催讨工程款。涉及工程量异议的案件中，公司已根据具体施工工程量确定入账金额，如按照对方主张的工程量金额进行测算，对发行人财务数据影响如下：

单位：万元

原告	被告	入账科目	入账金额(A)	对方主张金额(B)	差异影响额(B-A)	利润影响额	税后利润影响额
上海普研建筑安装工程有限 公司	宽创国际	固定资产	2,784.39	3,993.73	1,209.34	37.69/年	32.04/年 (注)

注：对利润影响为每年折旧额；上述案件一审判决确认最终造价为2,785.18万元，与公司入账金额2,784.39万元接近。目前上海普研与发行人均已提起上诉，一审判决尚未生效。

综上，如上述诉讼败诉，对发行人财务数据的总体影响较小，具体如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
净利润	5,127.18	5,285.76	3,550.69
测算利润影响额			
坏账计提	125.76	-	-
折旧	32.04	24.03	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合计影响额	157.80	24.03	-
合计影响额占净利润的比例	3.08%	0.45%	-
测算影响后净利润	4,969.38	5,261.73	3,550.69

注：宽创大楼系 2019 年 3 月份转固。

公司报告期内净利润（模拟测算）分别为 3,550.69 万元、5,261.73 万元和 4,969.38 万元，仍符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第二章 2.1.2 中规定的第（一）条上市标准。

5、持续发生诉讼对发行人资产、业务等影响，不构成发行障碍

（1）公司业务模式涉及的责任主体较多、容易产生纠纷

公司从事馆体、展厅、展览等主体空间设计施工一体化业务，涉及设计、施工、竣工、结算等多个环节，且公司将附加值较低的装饰装修业务进行分包，涉及与客户及分包供应商等多方主体确认工程量、支付进度款、结算工程款等多项责任，如各方对上述环节及责任存在异议均可能导致产生纠纷或诉讼。

（2）不涉及主要资产、核心技术、商标等重大权属纠纷

公司持续发生的诉讼主要为合同纠纷，不涉及主要资产、核心技术、商标等重大权属纠纷。发行人作为原告的纠纷主要系公司向客户催收款，对逾期付款等情况，公司通过法律途径进行催收追缴工作，对应收账款进行积极催收；发行人作为被告方的纠纷主要为与供应商对工程量有异议或供应商向发行人催讨工程款。

公司目前未决诉讼中涉及与公司办公大楼施工单位的合同纠纷诉讼，双方就办公楼施工工程量及付款金额存在异议。公司办公大楼不存在权属纠纷，公司已取得产权证并入驻该办公楼办公，且公司对办公场地无特殊要求，因此上述诉讼对公司持续经营不产生重大影响。

（3）对公司经营数据不存在重大不利影响

若各项重大诉讼败诉进行测算，报告期对公司净利润影响较小，分别为 0.00 万元、24.03 万元和 157.80 万元，对公司经营数据不存在重大不利影响。公司报告期内净利润（模拟测算）分别为 3,550.69 万元、5,261.73 万元和 4,969.38 万

元，仍符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第二章2.1.2中规定的第（一）条上市标准，不构成发行障碍。

（4）公司内控健全并有效执行

发行人内部设有专门的法务机构，对于已经发生的诉讼，积极研究诉讼方案，参加庭审向法院提供代理意见。同时，加强合同管理，从合同的签署至合同履行全程与业务、财务部门形成联动，减少和避免诉讼的发生。建立健全诉讼防范机制，制订了相关制度，对合同相对方进行事前资质信誉审查，对已经结案的诉讼仲裁案件进行整理归纳，有效的避免和减少诉讼仲裁事项的发生，发行人有关诉讼仲裁的内控制度和风险控制制度已经建立健全并得到有效执行。

综上所述，发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷、诉讼、仲裁等或有事项，公司持续发生诉讼对持续经营不存在重大不利影响，不构成发行障碍。

（二）控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

（三）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近 3 年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

四、控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为

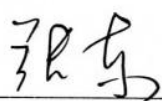
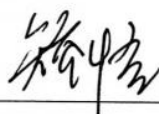
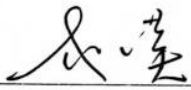
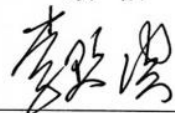
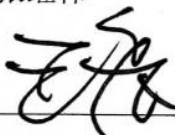
报告期内，发行人控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。

第十二节 声明

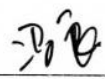
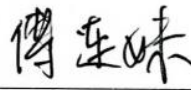
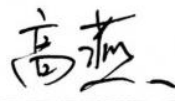
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

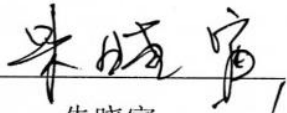
全体董事：

		
张东	李丹	矫悟
		
张继伟	戎一昊	李黔滨
		
王亮		

全体监事：

		
冯良	傅连妹	高燕

全体高级管理人员：

		
李丹	矫悟	张继伟
		
朱晓寅		



上海宽创国际文化科技股份有限公司

2021年7月26日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人：



张 东



李 丹

2021年7月26日

三、保荐机构（主承销商）声明（一）

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人签名：

成龙

成 龙

保荐代表人签名：

杨小雨

杨小雨

赵耀

赵 耀

保荐机构总经理签名：

瞿秋平

瞿秋平

保荐机构董事长、法定代表人签名：

周杰

周 杰



三、保荐机构（主承销商）声明（二）

本人已认真阅读上海宽创国际文化科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理签名：


瞿秋平

保荐机构董事长签名：


周杰



四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

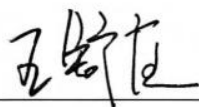
经办律师：



孙亦涛



郁振华



王舒庭

律师事务所负责人：



顾功耘



上海市锦天城律师事务所

2021年7月26日

五、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的大信审字[2021]第 4-00867 号审计报告、大信专审字[2021]第 4-00149 号内部控制鉴证报告及经本所鉴证的大信专审字[2021]第 4-00150 号非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海宽创国际文化科技股份有限公司在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：  

胡咏华

签字注册会计师：   （项目合伙人）

李健生

签字注册会计师：  

郭义喜

签字注册会计师：  

肖俊龙

大信会计师事务所（特殊普通合伙）



2021年 7月26日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

注册资产评估师：



庞一村



叶晔

资产评估机构负责人：

梅惠民



银信资产评估有限公司

2021年7月26日

七、验资机构声明（一）

本所及签字注册会计师已阅读《上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的大信验字[2019]第 4-00034 号、大信验字[2019]第 4-00035 号验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海宽创国际文化科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

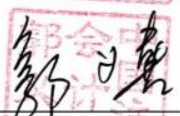

胡咏华

签字注册会计师：


李赞莘

（项目合伙人）

签字注册会计师：


郭义喜

大信会计师事务所（特殊普通合伙）



2021 年 7 月 26 日

七、验资机构声明（二）

本机构及签字注册会计师已阅读上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股份并在创业板上市的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



张勇

张勇

薛淳琦（离职）

会计师事务所负责人：

杨志国



杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



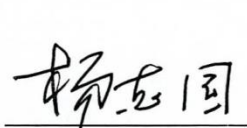
2022年7月26日

签字会计师离职情况的说明

立信会计师事务所（特殊普通合伙）为上海宽创国际文化科技股份有限公司出具验资报告的签字注册会计师薛淳琦已从本公司离职，无法在上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股份并在创业板上市的招股说明书及相关申请文件中签字。

特此证明。

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）
2024年12月25日



第十三节 附件

以下文件为本招股说明书附件：

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）与投资者保护相关的承诺；
- （七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；
- （八）内部控制鉴证报告；
- （九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- （十一）其他与本次发行有关的重要文件。