

证券代码：300144

证券简称：宋城演艺

宋城演艺发展股份有限公司投资者关系活动记录表

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 投资者关系<br>活动类别     | <div><input type="checkbox"/> 特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/> 分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/> 媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/> 业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/> 新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/> 路演活动</div> <div><input type="checkbox"/> 现场参观</div> <div><input checked="" type="checkbox"/> 其他（投资者交流会）</div> |
| 参与单位名称            | 国信证券、中信证券、财通证券、大家资产、光大保德信、海富通基金、宁银理财、国投证券、长城证券、天风证券、国盛证券、兴业证券、国联商社、东方证券、华创证券、长安基金、东吴证券、长江社服、申万宏源、广发证券、华泰证券、中金公司、中国人保、中泰证券、开源证券、中银证券、招商基金、中信建投、太平洋证券及个人投资者等合计 40 人。                                                                                                                                                                                            |
| 时间                | 2026 年 8 月 21 日 20:00-20:40                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 地点                | 电话会议                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 上市公司<br>接待人员姓名    | 董事、总裁 商玲霞女士<br>董事、常务副总裁、董事会秘书 赵雪璎女士<br>董事、副总裁 葛琛女士<br>总裁助理兼财务总监 陈胜敏先生<br>总裁助理兼市场总经理 刘颖女士                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 投资者关系活动<br>主要内容介绍 | <p><b>1、二季度公司总体经营情况？各大自营演艺项目盈利情况如何评价？</b></p> <p>上半年经营面临较大的内外部压力，公司通过各种努力保持竞争优势。</p> <p>从外部环境来看，文旅行业正处于政策赋能与市场阵痛并存的转型换挡期，消费动能不足、市场竞争加剧是当前阶段的核心矛盾。尽管行业数据显示文旅市场活跃、出游需求持续释放，但客单价有所下滑，居民出游呈现多频次、中短途、轻量化、快决策等特点。在这样的背景下，加上自身主动调整的战略规划，上半年公司不断升级产品业态、节目内容、硬件设施、空间布局、市场打法等，这些调整升级有助于储备中长期发展潜力，但过程中难免对客流、营收</p>                                                       |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>和成本费用带来不利影响。</p> <p>宏观总量增长与微观个体盈利下滑构成当前文旅行业的普遍现象。公司整体表现与可比公司的经营表现基本是一致的，各个项目的经营表现与所在地文旅市场整体表现也基本一致。</p> <p><b>2、今年暑期市场特点总结，暑期旅游呈现出了哪些趋势？今年暑期公司各项目经营情况如何？如何评价旗下项目在今年暑期中的表现？旅游内卷背景下在产品迭代和营销层面如何保持市占率与盈利能力？</b></p> <p>今年暑期文旅市场的环境和往年相比出现了不少新变化，整体呈现四个比较突出的特征：</p> <p>一是旺季集中效应持续弱化。随着出行信息愈发透明、学生春秋假普及，叠加暑期“预制娃”现象刷屏，亲子不再集中在暑期峰值出行。从友商渠道数据来看，全年周末、寒暑假及节假日游玩板块营收占比从原来的将近 70%降至 60%以下，客流分散化趋势明显。</p> <p>二是消费意愿持续走低，存款增加的同时贷款净减少，反映出强烈的去杠杆与防御性储蓄倾向。</p> <p>三是极端天气对旺季冲击剧烈。6 月至 7 月中旬，南方持续降雨压制长线出游意愿，叠加 7 月至 8 月台风集中登陆华东地区，一些景区临时停业的信息经社交平台放大，明显抑制了远程客源的出行决策。</p> <p>四是行业供给持续扩容，市场竞争进一步加剧。大量新产品、新业态涌入市场，行业进入存量博弈阶段。</p> <p>受上述多重因素叠加影响，文旅产业链上游的航司、酒店普遍出现量价齐跌的情况，国内主流旅游目的地、核心地标景区的客流均出现不同程度的下滑。公司旗下各项目的客流也随所在城市的整体旅游大盘出现了一定幅度的回落，整体表现与区域市场节奏基本一致。</p> <p>面对行业内卷的竞争环境，公司坚持从产品创新和营销两端发力，靠内容和口碑突围。今年暑期，我们重点推出了“千古情随意节”，打破传统景区赶场式的游览模式，主打松弛自在的游玩体验，契合当下游客的情绪需求；营销端则聚焦民族文化 IP、多元演艺矩阵、个性化 NPC 互动等，联动不同年龄层受众喜爱的明星、网红与潮流达人落地景区深度互动，打造社交传播爆点。从传</p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>播效果来看，暑期公司相关核心话题在抖音平台总播放量约 20 亿次，登上热点话题近 30 个，多个话题连续霸榜，形成持续的品牌声量，也有效强化了年轻客群对宋城品牌的认知与好感。</p> <p>整体来看，尽管暑期行业大盘承压，但我们的产品创新与内容营销打法得到了市场验证，品牌心智和用户口碑在持续沉淀。后续我们会继续沿着“内容为王、精准营销、精细化运营”的思路推进，不断优化产品体验与投入效率，夯实公司的长期竞争力。</p> <p><b>3、近几年客群画像是否有变化，各项目客单价趋势如何？二消与复购有什么变化？</b></p> <p>近几年随着文旅行业进入深度结构性调整，游客的出行习惯、消费偏好都发生了显著变化，公司也在持续动态跟踪客群画像与消费特征，针对性优化产品供给和运营策略。</p> <p>首先看客群画像的变化，核心呈现三个趋势：一是客群分层更加清晰。目前已形成家庭亲子、青年潮流、银发休闲三大核心 C 端客群，同时研学旅行、企业团建、组团地接等 B 端细分客群占比保持稳定，不同圈层的需求差异十分突出，这也推动我们向更精细化的分层运营转型。二是消费诉求深度转变。游客不再满足于“看一场演出、打一次卡”的传统观光模式，对沉浸式体验、情绪价值和性价比的要求同步提升，既追求丰富的内容互动感，消费决策也更趋审慎。这正是我们持续推进内容升级、集中打造 IP 活动的底层逻辑。三是出行结构持续分化。本地及周边短途客群占比有所提升，远程客源的出行决策更为谨慎；叠加错峰出行日益普及，传统客流峰值被持续摊薄，客流分散化的特征愈发明显。</p> <p>关于客单价，受整体消费环境收缩的影响，行业内整体客单价普遍面临一定压力，公司也同样面临这一行业共性问题。在价格策略上，我们没有走简单降价的路径，而是更多推出适配不同人群的活动内容与专属福利，用内容价值支撑消费意愿。面向年轻客群市场，我们持续推动景区内容创新升级，洞察年轻消费趋势，在各景区落地兼具强吸引力、高参与度与情感共鸣的沉浸式活动内容。同时，公司全年围绕“七节两月”，针对亲子、大学生、情侣、银发等全人群制定细分运营策略，覆盖各主流平台的内容种草与全渠道销售打法，构建</p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>起“体验催生内容、内容裂变流量、流量反哺消费”的完整闭环。</p> <p>复购方面主要有两类核心场景：一类是同一景区的复游，我们通过演艺公园模式提供多元化内容与特色主题活动，深度切入本地及周边细分市场，撬动高频次短途休闲需求；另一类是跨景区复购，即游客体验过一处千古情景区后，愿意到访其他城市的千古情项目。从目前运营数据来看，两类复购都有不同程度的提升，这也是我们坚持内容迭代、打造全国性文化品牌的价值体现。</p> <p>整体而言，客群与消费习惯的变化，既是行业调整带来的挑战，也是我们深化运营、打磨核心竞争力的契机。公司会持续围绕客群真实需求迭代内容、优化服务，不断夯实长期发展的根基。</p> <p><b>4、公司将杭州宋城定位为“中央厨房”基地，目前在规划设计、开工建设上有哪些进展？</b></p> <p>杭州宋城片区的扩容升级是一项系统工程。公司计划将原有的宋城景区和宋城实业两大区块打通，系统推动杭州宋城从“单一景区”迈向“演艺王国”，形成多剧场、多业态、多日停留的面向未来的复合型文旅集群，并通过“中央厨房”机制赋能全国各景区的经营发展。</p> <p>上半年，公司围绕景区空间优化与设施焕新，重点推进剧院与街区环境升级。下一步，公司将聚焦实业地块的扩容升级建设，构建“大剧院+小剧场集群+街区快闪演出+沉浸式体验”的立体演艺体系，将亲子、女性向、青年潮玩、国际化、沉浸式娱乐、新科技演艺等海陆空内容从节目单变成可视化、可体验、可互动的新产品、新场景，形成层次更丰富、停留时间更长的闭环式演艺度假区。</p> <p><b>5、二季度轻资产项目的收入确认情况如何？青岛项目开业后经营表现如何？台州轻资产项目目前的进展？后续轻资产项目的拓展有什么样的规划？</b></p> <p>截至今年上半年末，青岛项目累计已确认一揽子服务费用 2.35 亿元，其中二季度确认 5000 万元。台州项目上半年未确认收入，台州项目正按计划推进，目前处于施工建设前期。</p> <p>青岛丝路千古情景区于 2026 年 6 月 26 日开业。作为最新亮相的千古情景区，青岛项目在内容矩阵、舞台表现、科技含量、互动场景、主题街区、空间布局等方面实现了较大的升级和进化。青岛项目开业以来受到主流媒体及社会</p> |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>各界的广泛关注，多个话题冲上抖音话题榜首位；游客购买踊跃，游后评价较高，推动其入选携程青岛亲子景点榜、夜游必打卡景点榜。青岛项目有效填补了青岛夜间文旅消费与沉浸式文化演艺的市场空白，成为青岛乃至山东的文旅新标杆，其良好的开业表现与游客口碑为后续发展奠定了坚实基础。</p> <p>公司目前正处于深挖内部潜力、推进 AI 赋能战略的关键时期，同时也会持续关注市场机会，将结合市场环境、新项目考察评估及经营发展节奏有序拓展新项目。</p> <p><b>6、公司近年来加大了股东回报力度，后续在分红、回购方面有什么样的考虑？</b></p> <p>公司高度重视股东回报，持续聚焦主业发展，不断夯实内在价值，并积极采取现金分红、股份回购等多元化资本工具，以实际行动回报广大投资者。</p> <p>未来公司将秉持可持续、高质量发展的理念，综合考虑自身经营状况、财务状况、发展规划及市场环境等因素，在此基础上制定合理的分红和回购政策，努力构建兼顾短期回报与长期增值的股东动态回报机制，不断提升公司投资价值。</p> <p><b>7、泰国项目与国内项目有什么异同？计划什么时候开业？对其有什么样的经营预期？出海业务的整体定位和规划是怎样的？</b></p> <p>泰国项目由公司控股股东宋城集团负责投资建设，是中国文旅企业走向海外的一次积极探索，也是中国文化的海外表达。泰国项目占地 52 亩，布局了多个主题分区和剧院，开业后将委托公司经营管理，具体开业时间请以公司后续公告或集团官方信息为准。</p> <p>海外项目所处语言环境、地域文化、客群结构和消费习惯等与国内项目存在显著差异，泰国项目的经营将面临政府关系、文化差异、营销推广、服务接待、社区关系等诸多挑战，其运营环境较国内项目更为复杂，经营结果存在较大的不确定性。</p> <p>一方面，推动中华文化“走出去”是党和国家既定的战略方针，宋城作为文旅行业领头羊，始终积极践行助力中华文化走出去的使命担当。另一方面，海外项目面临的**政治风险、经济波动、文化差异等不确定性显著高于国内市场，作为公众公司，公司在开拓海外市场时需要慎之又慎。泰国项目是一个很好的</p> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>切入口，公司将与控股股东紧密合作，积极探索，沉淀经验，更可控、更确定地介入海外市场，为未来的经营拓展提供更多可能。</p> <p><b>8、公司在 AI 数智化领域最新进展如何？能否分享 AI 管理中台和 AI 艺术中央厨房两大平台的应用成效？</b></p> <p>公司将 AI 视作重要的生产力工具，两大 AI 平台紧扣文旅演艺主业落地实践，其核心价值体现在对全业务链条进行辅助和提效。随着持续的技术迭代与平台优化，AI 在经营管理、内容创意两大板块的赋能效果正在逐步释放。</p> <p>AI 管理中台目前已依托物联网设备和智能系统，实现景区巡园管理、安全管控、演出管理等板块的快速响应和闭环处置；通过集团统一驾驶舱和多维度数据看板，可穿透至各项费用、物料采购明细，实现经营异常自动预警，助力实现降本增效；同时开展全网品牌口碑与舆情的监测、分析和优化，持续提升品牌影响力和市场声量。比如在日常巡园管理中，借助 AI 管理中台的硬件设备和软件系统，可自动监测并识别大部分的安全隐患，然后会自动派单到一线，直至完成任务跟踪闭环；在演出管理中，基于图像大模型对演出进行 AI 监场，对整齐度和演员动作进行评分，对演出质量提升提供优化建议。</p> <p>AI 艺术中央厨房专注创意端赋能，沉淀剧本、场景、服化道效等核心创作资产，在规划设计、内容构思、舞台表现和视觉物料生成等环节提升创意生产效率，为剧目迭代、新项目策划提供有力支撑，已实际应用于青岛项目园区规划、场景氛围打造以及主秀《丝路千古情》创作当中。</p> <p>在全面实施 AI 赋能战略基础上，公司还将持续探索利用机器人等前沿技术打造新产品、新业态，培育新型演艺生产力，强化差异化、科技化的沉浸式娱乐体验。</p> <p>我们清醒认识到，技术是业务升级的助推器，但温暖的现场娱乐体验始终无法被技术替代，其核心价值愈加凸显。未来公司将持续跟踪前沿技术发展，稳步迭代两大平台、拓展业务应用场景，推动公司由传统文旅演艺向“文化+科技+AI+新场景”全面转型升级。</p> <p><b>9、花房集团目前的经营情况如何？对持有的花房集团股权有什么样的规划？</b></p> <p>花房集团目前业务运转正常，经营状况和资产状况稳定，上半年为公司贡</p> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>献投资收益 1656 万元。报告期末公司持有的花房集团长期股权投资账面价值 8.03 亿元，接近花房集团可辨认净资产份额。公司将持续关注花房集团的经营和财务情况，并与花房集团其他股东保持积极沟通，在合适的时候对持有的股权做恰当的处理。</p> <p><b>10、董事长变更对公司治理结构和经营发展有什么影响？</b></p> <p>张娴总辞去董事长职务后，继续担任公司董事、战略与可持续发展委员会主任委员职务，公司董事会同时选举黄鸿鸣总为新的董事长。董事长变更不会影响董事会的正常运行，也不会对公司治理结构产生影响。</p> <p>张总是千古情系列的总策划。最近一年，张总策划并主导了青岛丝路千古情景区沉浸式史诗剧《时空之船》、杭州宋城景区青春歌舞剧《舞动奇迹》及爆笑喜剧《梁山开年会了！》。这些剧目不断丰富公司的内容矩阵，有力提升了游客体验。未来，张总将把工作重心更多放在剧目策划、创作和导演上，助力公司推出更多更具文化味、时尚感、年轻化的创意内容和产品。</p> <p>鸿鸣总在公共关系事务及项目资源拓展等领域积淀深厚，实战经验丰富。此次接任董事长，鸿鸣总将秉承公司一贯的价值主张，延续成熟的管理制度与治理体系，并与董事会全体成员紧密协作，稳步推进公司战略部署，引领公司在可持续、高质量发展的道路上不断迈进。</p> <p><b>11、公司未来 3—5 年的定位和发展思路是怎样的？</b></p> <p>今年是公司成立 30 周年，在国家扩大内需、繁荣文化事业的政策背景下，公司坚定看好文旅行业的中长期发展前景，向着“做世界文化演艺第一”的愿景持续迈进。未来 3 至 5 年，公司将深度聚焦演艺主业，坚持高质量可持续发展，实现从“规模领先”到“质量引领、品牌驱动、科技赋能”的战略升级。</p> <p>一是深挖存量项目潜力，成熟项目持续丰富内容供给，升级硬件设施与沉浸式体验，充分释放经营潜能；培育项目打磨产品口碑，嵌入当地主流旅游线路，抢占份额。</p> <p>二是积极探索市场机遇，坚持轻重结合的拓展思路，审慎择优推进国内新项目布局，同时稳健探寻海外市场的业务机会。</p> <p>三是进一步提升品牌影响力，持续推进内容迭代创新，打造海陆空立体演出与多元化剧目矩阵，丰富沉浸式互动、非遗民俗、亲子休闲等多元产品供给，</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|          |                                                                                                                                                                                          |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>打响主题活动和艺术节庆 IP，提升宣传推广声量，持续巩固行业龙头地位。</p> <p>四是强化科技赋能业务全链条，推动业务模式、管理标准与产品体验的协同提升；同时秉持搭建平台、共建生态的发展思路，联动演艺产业链上下游以及泛娱乐、大消费领域多方资源，充分释放公司客流、场景与流量优势，着力构建开放共生的全球化娱乐生态，助力公司实现高质量、可持续的长期发展。</p> |
| 附件清单（如有） | 无                                                                                                                                                                                        |
| 日期       | 2026 年 8 月 21 日 20:00-20:40                                                                                                                                                              |