

证券代码: 300144

证券简称: 宋城演艺

公告编号: 2020-028

宋城演艺发展股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	宋城演艺	股票代码	300144
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈胜敏	侯丽	
办公地址	浙江省杭州市之江路 148 号	浙江省杭州市之江路 148 号	
电话	0571-87091255	0571-87091255	
电子信箱	shengmin.chen@songcn.com	hl@songcn.com	

2、主要财务会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	282,874,604.95	1,417,337,260.16	-80.04%
归属于上市公司股东的净利润（元）	39,848,268.69	785,110,818.33	-94.92%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	19,980,064.43	618,153,731.77	-96.77%
经营活动产生的现金流量净额（元）	-123,748,456.29	995,413,445.28	-112.43%
基本每股收益（元/股）	0.0152	0.5405	-97.19%
稀释每股收益（元/股）	0.0152	0.5405	-97.19%
加权平均净资产收益率	0.42%	8.53%	-8.11%

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	10,928,702,090.49	11,041,076,933.58	-1.02%
归属于上市公司股东的净资产（元）	9,355,236,314.07	9,614,069,166.64	-2.69%

3、公司股东数量及持股情况

报告期末股东总数		27,450	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）		0	
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
杭州宋城集团控股有限公司	境内非国有法人	29.48%	770,835,254	342,593,446	质押	122,400,000
黄巧灵	境内自然人	15.05%	393,392,225	174,840,989		
黄巧龙	境内自然人	3.78%	98,836,643	43,927,397		
香港中央结算有限公司	境外法人	3.17%	82,984,035	51,649,427		
刘岩	境内自然人	2.44%	63,850,409	22,194,515		
兴业银行股份有限公司一兴全趋势投资混合型证券投资基金	其他	2.07%	54,145,418	28,769,949		
刘萍	境内自然人	1.64%	42,910,758	19,071,448		
中国工商银行一汇添富成长焦点混合型证券投资基金	其他	1.42%	37,000,149	19,500,052		
全国社保基金一零八组合	其他	1.31%	34,200,052	34,200,052		
全国社保基金一二组合	其他	1.18%	30,889,483	30,889,483		
上述股东关联关系或一致行动的说明	杭州宋城集团控股有限公司及黄巧灵为公司控股股东及实际控制人；黄巧龙、刘萍为实际控制人黄巧灵先生的关联自然人。					
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	无					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2020年上半年，COVID-19疫情席卷全球。疫情来势汹汹，给各行各业带来强烈的冲击，文旅行业成为重灾区。宋城演艺旗下各景区于2020年1月24日起暂停运营，并于2020年6月12日恢复营业。疫情对公司上半年度业绩造成不可避免的影响，报告期内，公司实现营业总收入 28,287.46万元，比去年同期下降80.04%；归属于上市公司股东的净利润 3,984.83万元，比去年同期下降94.92%，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润1,998.01万元，同比下降96.77%。

若同比均不考虑数字娱乐平台及六间房与密境和风重组的财务数据，则公司备考利润表情况如下：营业总收入 28,287.46万元，比去年同期下降72.64%；归属于上市公司股东的净利润 1,047.70万元，比去年同期下降98.08%。

疫情爆发初期，公司董事长黄巧灵先生就“致宋城全体员工和家人”一封信，率先作出“不裁员不减薪”的承诺，给予每一个“宋城人”温暖，彰显全国文旅行业排头兵的担当；同时公司化危为机、厉兵秣马，在做好疫情防控的前提下，利用闭园停业期，开展各个项目的整改提升，对硬件设施、内容创作、市场营销、景区商业、精细化用工等多方面进行了优化升级。报告期内，杭州宋城演艺王国雏形初现，珠海项目顺利开工，西安项目成功首演。《人民日报》、《光明日报》、《中国文化报》、《中国旅游报》等媒体多次对宋城演艺进行报道，传播公司正能量，为整个文旅行业提振信心。

尽管国际形势存在不确定性、疫情的影响短期内也无法全面消除，但人民群众对文旅市场的需求长期存在，随着疫情防控趋势持续向好，旅游市场正逐步回暖。后疫情时代，新一轮机遇属于精心钻研作品、了解观众、熟悉市场的专业者。

报告期内公司开展的重点工作如下：

（一）产品打造

1、内容创作

报告期内，公司与西安世园集团联合打造的西安标志性重大文旅项目西安宋城演艺王国以及大型歌舞《西安千古情》成功推出，《西安千古情》以一位华裔少女回国寻根的故事为主线，开启一次寻找民族记忆之旅，用独特的艺术表现手法，撷取了西安文化的片段，把西安这块充满传奇的土地上发生过的恢弘史诗浓缩成有震撼力、感染力的篇章，通过《文明之光》《瀛河之洲》《大禹治水》《大唐盛世》《丝绸之路》《伟大复兴》一幕幕精彩演绎，为西安文化寻根塑魂。

此外，《黄帝千古情》项目预计将于今年下半年开业；上海宋城演艺王国已基本筹备完成，为了更好的配合市场节奏、并以更丰富的形态一炮打响，公司正在持续完善多元化内容，计划于明年春季精彩亮相；《佛山千古情》项目也在积极建设推进中，将于明年上半年推向市场。同时，公司还开启了演艺王国多元化剧目的编创工作，报告期内完成了数十台新剧目的策划编创工作，并于7月18日开启杭州宋城夜游狂欢活动，推出全新演艺秀《喀秋莎》、《WA! 恐龙》、《幻影》，还有集装箱音乐会、啤酒烧烤美食特惠等丰富多元的夜游新体验，积极响应国家倡导的发展夜间文旅经济战略。演艺王国在杭州大本营试水成功后，未来将向西安、上海、珠海、三亚、丽江等地复制，实现从单台演出到多台大演出、单张门票到多种门票组合的转型升级，推动公司向内容+开放的“演艺王国”平台型方向发展。

报告期内，公司积极探索编创流程和模式的优化，结合多元化人才体系、扁平化组织架构、清晰明确的分工和顺畅的创作沟通机制，实现内容编创更加优质高效且风格迥异。

2、硬件建设

作为宋城演艺王国的试验点，杭州大本营在上半年疫情期间，进行了大规模的整改，推出风格各异的剧院，如悬崖剧院、森林剧院、水上舞台、沉浸式走动式剧院等，进一步完善室内外剧院矩阵，为游客带来不同的演出体验，宋城演艺王国雏形初现。

公司对各景区的游历线路进行了整改优化，丰富游客的游览体验，提高游玩舒适度，优化衍生品、餐饮等商业设置，促进二次消费转化率。同时，各地景区新增网红打卡点，如杭州宋城的网红台阶“云梯漫步”、网红亮片墙等惊艳亮相，成为游客的拍照打卡点。

（二）营销强化

报告期内，公司进一步强化营销为中心的理念，持续在产品打造、市场推广等方向从大众旅游消费市场向细分市场渗透，深入下沉，直达客户，针对不同群体逐步推出国潮宋城、亲子宋城、闺蜜宋城、狂欢宋城等系列，积极探索创新模式，丰富夜游经济休闲产品，为公司未来持续增长储备充足动力。

恢复开业以来，在跨省游、剧院承载面临诸多限制的情况下，游客结构阶段性以散客市场和省内游市场为主，公司利用已有的成熟营销模式因地制宜。保持业务不停滞，联动线上渠道开展预售、惠民活动，促进景区线上销售。文旅部办公厅于7月14日发布《关于推进旅游企业扩大复工复产有关事项的通知》，有条件恢复旅行社及在线旅游企业经营跨省（区、市）

团队旅游业务，公司积极响应加强对接、促进团客和终端市场，为旅游市场进一步复苏做好准备。

（三）服务提升

继续推行五星级服务，提升服务标准，倡导服务文化，树立全员服务理念。针对游客反应较强烈的餐饮环节，通过收归自营提升品质和口碑，切实以游客满意为标准。

报告期内，公司对原有商业进行梳理，从数量和类型上进行提质减量。从提升游客满意度出发，改变传统商业模式，将原先招标的餐饮、副食类店铺全部整改为自营、合营，单独成立商业管理部、餐饮部。景区自营餐饮实现了从0到1的探索，同时从品质把控、后厨卫生、硬件配套等方面进行升级，增加了游客好评率。

（四）科技应用

报告期内，公司高度重视技术研发和技术应用。自助购票、人脸识别、3D投影、全息、VR、AR、一键播控系统、现场动捕等先进技术将广泛应用于前中后端，实现科技与艺术结合、技术与表演结合。大量科技的应用，不仅节省人力成本，也将丰富表现方式，增强体验效果，提升对游客的吸引力。

（五）管理优化

继续推行垂直化管理，发挥总部各职能部门专业优势，为各景区提供业务指导，同时发挥纽带作用，建立互联互通的机制和网络，加强兄弟景区优秀经验共享和业务探讨，更好地推动各景区的均衡稳步发展。

报告期内，结合公司战略及业务发展需求，重新思考组织架构，加强创新型、技术型、新业务部门的设置和组建，激发组织创造力；精细用工强化责权统一，结合景区淡旺季特征进一步梳理优化岗位编制，借助新项目开业鼓励员工自愿报名外派，不拘一格选拔人才，提供晋升和转岗的机会，充分发挥员工的各项潜能，提升用工效率，全方位搭建员工成长与企业共生发展的平台。

（六）品牌重构

公司于2020年5月18日成立24周年之际，提出了新Slogan（宋城，让生活有戏！）、新Logo、新模式（宋城演艺王国）、新征程（世界演艺第一）。重新定位品牌和产品、业务的关系，实现大品牌和小品牌、统一品牌和多品牌的联动，提升品牌辨识度和影响力，为从一个景区独立作战到各个景区集团化作战提供良好的宣传环境。

报告期内，顺应游客需求趋势，通过品牌梳理，公司将宋城过去单一景点+演出的定位转变为演艺集聚地、网红新地标、社交新平台，颠覆游客对传统古城的印象，实现人群全年龄段的覆盖。在如今传统媒体、新媒体逐步转向自媒体营销的背景下，努力让每一位游客成为公司场景化营销的自发推广者。同时，进行更精准的活动策划，一切为提高购买转化率服务。

（七）直播平台

受疫情影响，全民开启“云”模式，居民互联网使用时长显著增长，直播行业迎来一波流量红利；疫情居家隔离期间，直播赋能线下传统行业，涌现了直播教学、直播做菜、直播会诊、直播购物等大量功能性直播内容，直播已融入各年龄阶层日常生活的方方面面；当前市场环境下，直播行业仍机遇与挑战并存，但发展趋势长期稳定向好。

报告期内，数字娱乐平台花房集团努力探索直播业务的增长边界，各项运营数据均呈现稳定态势，营收利润表现稳健，尤其是花椒直播上半年营收与以往同期相比达到历史新高，活跃与用户粘性等数据在业内均处于领先地位。花椒直播与六间房积极探索新的业务模式、不断研发创新型产品功能与互动玩法，疫情期间推出云系列，包含“云招聘”、“云婚礼”、“云派对”、“云剧场”、“云演唱会”等，树立了行业标杆，取得了良好的社会效益。

2、涉及财务报告的相关事项

（1）与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的说明

适用 不适用

财政部于2017年7月5日，财政部发布了《关于修订印发<企业会计准则第14号—收入>的通知》（财会[2017]22号）。上市公司于2020年1月1日起执行新收入准则。修订后的准则规定，首次执行该准则的累积影响数调整期初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
（1）资产负债表中“预收账款”重分类至“合同负债”及“其他流动负债”。	公司第七届董事会第六次会议	预收账款：减少311,838,903.34元； 合同负债：增加294,302,487.38元； 其他流动负债：增加17,536,415.96元

（2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变更说明

√ 适用 □ 不适用

公司名称	报告期内取得和处置子公司方式	对整体生产经营和业绩的影响
珠海宋城演艺王国有限公司	新设	
珠海南方影视文化产业有限公司	非同一控制下企业合并	
珠海华茵园林绿化有限公司	非同一控制下企业合并	
杭州宋城艺术团有限公司	注销	由宋城演出经营管理有限公司承继原业务
浙江宋城娱乐文化传媒有限公司	注销	