

证券代码：300144

证券简称：宋城演艺

公告编号：2023-021

宋城演艺发展股份有限公司

2023 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		
变更前的股票简称（如有）	宋城股份		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	赵雪璿（代行）		
电话	0571-87091255		
办公地址	浙江省杭州市之江路 148 号		
电子信箱	sczq@songcn.com		

2、主要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

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
营业收入（元）	740,523,324.20	111,717,573.59	562.85%
归属于上市公司股东的净利润（元）	302,805,533.73	-29,112,832.57	1,140.11%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	295,443,826.86	-98,681,268.66	399.39%
经营活动产生的现金流量净额（元）	542,084,569.28	13,622,960.44	3,879.20%
基本每股收益（元/股）	0.1158	-0.0111	1,143.24%
稀释每股收益（元/股）	0.1158	-0.0111	1,143.24%
加权平均净资产收益率	3.94%	-0.38%	4.32%
	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）	9,592,502,402.58	9,420,330,031.40	1.83%
归属于上市公司股东的净资产（元）	7,751,485,835.45	7,549,175,760.62	2.68%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	77,869	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0	持有特别表决权股份的股东总数（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、标记或冻结情况	
					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	27.72%	724,835,254.00		质押	99,000,000
黄巧灵	境内自然人	8.88%	232,192,225.00	174,144,169.00		
金研宋韵企业管理（杭州）合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	5.01%	131,000,000.00		质押	131,000,000
香港中央结算有限公司	境外法人	3.47%	90,758,921.00			
QIAO LONG HUANG	境外自然人	3.28%	85,836,643.00	64,377,482.00		
中国建设银行股份有限公司-中欧养老产业混合型证券投资基金	其他	1.63%	42,512,242.00			
普徕仕投资公司-客户资金	境外法人	1.26%	32,934,776.00			
刘萍	境内自然人	1.07%	27,910,758.00	20,933,068.00		
刘岩	境内自然人	1.02%	26,577,288.00			
中国银行股份有限公司-富国中证旅游主题交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.89%	23,190,156.00			
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；QIAO LONG HUANG、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					

公司是否具有表决权差异安排

是 否

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

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

经营情况概述

报告期内，经济社会全面恢复常态化运行，居民旅游需求得到集中释放，旅游出行大幅增加，带动相关消费扩大。五一假期旅游出行距离和消费活跃度都创下了历史新高，国内旅游人次和收入已经超过了 2019 年同期水平；暑期以来旅游市场延续了强劲复苏势头。文化和旅游部数据显示，上半年国内旅游总人次 23.84 亿，同比增长 63.9%；国内旅游收入 2.3 万亿元，同比增长 95.9%。在董事会的领导下，公司全力以赴迎接行业和市场的复苏，立足长远有序推进各项工作。报告期内，公司实现营业收入 74,052.33 万元，同比增长 562.85%；归属于上市公司股东的净利润 30,280.55 万元，同比增长 1,140.11%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 29,544.38 万元，同比增长 399.39%；经营活动产生的现金流量净额 54,208.46 万元，同比增长 3,879.20%。

报告期内，公司主要经营情况说明如下：

1、项目经营有序恢复，观演热潮接踵而至

公司各大景区于一季度陆续恢复经营，对不同项目采取不同的运营策略，成熟项目重点做好品质管控，培育项目侧重做好市场拓展。

公司持续打好产品内容、品质口碑、活动策划和营销推广的组合拳。在文旅消费持续复苏的大背景下，各个景区陆续迎来观演热潮，西安、杭州、上海等景区纷纷进入当地景点热销榜、人气榜、好评榜、收藏榜前列。其中，西安千古情景区在开业一个月后稳居景点收藏榜首 20 天，跃居热销榜首，五一期间最高单日上演 8 场，成西安出游热门打卡地；杭州宋城五一期间共计上演千古情 62 场，连续两天单日上演 18 场，成除西湖外最热门景区。丽江千古情景区和桂林千古情景区持续火爆，人次和收入均已反超历史同期最高水平，成上半年经营一大亮点，其中桂林千古情景区的散客人数增长迅猛，五一期间散客人数达到 2019 年同期的 275%。

暑期旺季以来，各个项目阶段性恢复比例提升明显，其中杭州宋城已基本恢复到 2019 年同期水平，丽江千古情景区和桂林千古情景区则大幅超出 2019 年同期水平。在此基础上，各个景区进一步抓住市场机遇，因地制宜开展专题活动。上海千古情景区在开业活动的刺激下预售火爆，一票难求，截止 7 月底，预售票总数超过 40 万张；杭州宋城举办音乐节、狂欢节等主题活动，点燃夏日激情，客群结构进一步年轻化、多样化，开展的杭州市民活动受到广大市民的热烈欢迎，8 月 12 日《宋城千古情》创下一天上演 21 场的新纪录。得益于项目数量的增加和不断向好的经营恢复比，暑期以来公司整体的人次和收入指标已超越 2019 年同期水平。

2、精品内容层出不穷，游客出行满载而归

公司持续打造非同凡响的高品质演艺作品，“千古情”系列演出核心吸引力不断夯实巩固，成为各个城市的文化名片。公司在充分听取市场声音的基础上，集中力量对《西安千古情》和《上海千古情》进行改版升级，全新亮相后的两台演出迎来客流和口碑双丰收。公司不断营造新奇特的景区和度假体验，对外场走街表演、空间布局、硬件配置、路线动向等进行持续优化，各景区新增裸眼 3D《幻境空间》等“科技+”项目，进一步提升了游客体验。

随着景区内容精品化、多元化的推进，不同游客的多元化需求均能得到满足，客群覆盖广度持续扩大，游客结构不断优化，人均逗留时间进一步增加。五一期间杭州宋城投入运营二十个剧院、百场演出，千古情、亲子秀、实景剧、音乐会、宋韵演出、水上表演、潮趴派对、沉浸式互动体验等轮番上演，老少同乐、晴雨皆宜、全天有戏、一天看不完。

3、活动营销多点开花，市场拓展渐入佳境

针对文旅需求多元化、细分化、专题化新趋势，公司按照“品牌做强、活动做响、政策做准、推广做精”的思路开展活动策划和创意营销，取得良好成效。西安千古情景区提前开放探营，游客一秒穿越周秦汉唐，亲临盛世长安，旋鼓舞、

花间舞、簪花仕女图摇曳生姿，满目繁华迷人眼；杭州宋城开展“我回大宋”春季主题活动，主打国风汉服，尽显华夏审美；上海千古情景区尽显流光溢彩的老上海风情，国风旗袍 3 天抖音流量破 2.5 亿，高出片率助其新晋网红胜地。独具特色的创意活动给沉寂已久的市场注入新的活力，使各个项目高起点实现了市场复苏期的客户普及，持续占领客户心智，为后续打开市场奠定了良好的基础。

4、标准管理深化完善，长期发展动力十足

文旅需求持续复苏对公司管理提出了更高的要求。公司以标准化制度为基础、垂直管理为抓手的总体原则不断深化完善科学管理。一是持续更新管理制度和指导手册，做好制度、流程标准化的“贯标”培训和系列特训，强化执行监督力度，强化科学管理长效机制；二是以满足游客刚需为根本，进一步优化景观亮化工程和游客休息区位配置，完善洗手间等设施的品质；三是持续优化用工结构，利用社会化用工保障淡旺季不同阶段的用工结构更加合理、有效和经济；立足全国一盘棋灵活调度调配景区运营骨干和演职人员，保障各项目有序运营；四是充分发挥科技赋能作用，深化数字化和技术化管理，加快已有信息技术迭代发展，助推信息技术应用与景区运营管理深度融合。