

证券代码：300756

证券简称：金马游乐



广东金马游乐股份有限公司
2026 年度向特定对象发行股票
募集资金使用可行性分析报告
(修订稿)

二〇二六年八月

一、本次募集资金使用计划

广东金马游乐股份有限公司（以下简称“公司”）本次发行股票拟募集资金总额不超过人民币 56,121.52 万元，在扣除本次发行相关的发行费用后，公司拟将募集资金用于公司主营业务相关项目及补充流动资金，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟以募集资金投入	占比
1	文旅文娱机器人研发和产业化项目	45,433.75	34,898.80	62.18%
2	IP 赋能提升项目	19,408.10	9,222.72	16.43%
3	补充流动资金	12,000.00	12,000.00	21.38%
合计		76,841.85	56,121.52	100.00%

本次发行的募集资金到位前，公司可以根据募集资金投资项目的实际情况，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后根据相关法律法规规定的程序予以置换。募集资金到位后，若扣除发行费用后的实际募集资金净额少于拟投入募集资金总额，则在上述募集资金投资项目的范围内，公司可根据项目的进度、资金需求等实际情况，对相应募集资金投资项目的投入顺序和具体金额进行适当调整，募集资金不足部分由公司自筹资金解决。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）文旅文娱机器人研发和产业化项目

1、建设内容和经营前景

本项目拟在中山市进行文旅文娱机器人的研发及产业化的建设。项目计划总投资 45,433.75 万元，拟使用募集资金 34,898.80 万元，建设周期为 36 个月。

项目建成后，公司将开展文旅、文娱场景下机器人产品的应用开发、系统集成及场景化交付业务。核心内容包括：

①文旅文娱机器人应用研发中心：聚焦具身智能机器人在文旅场景下的情境化交互设计、多模态感知融合应用、场景化行为编排等核心技术，以及通用机器人本体在文旅文娱场景下的适配性二次开发（含外观主题化设计、交互内容定制、安全策略优化、场景动线规划等）和文旅文娱机器人的训练与升级迭代；

②文旅文娱机器人集成生产基地：开展整机装配、场景专用结构部件生产（外壳骨架、主题包装、仿生面部、外观等）、文旅场景系统集成（与景区现有游乐项目、声光电系统、数字内容等联动），最终形成服务、导览、陪伴、表演、仿生等多类型文旅文娱机器人的场景化交付能力，适配主题公园、景区、院线、场馆、商业综合体等文旅文娱场景的多元需求，助力公司打造“文化 IP+科技载体”的新一代文旅装备，强化“文化+科技”赋能文旅产业的核心优势。

本项目不涉及具身智能机器人核心零部件（如丝杠、减速器、电机、关节模组、电池等）的生产制造，上述部件通过产业链投资合作、定制开发以及市场化采购获取。公司依托现有机电一体化与系统集成能力、大型文旅装备结构设计与制造经验、文旅场景安全标准体系及实施经验，专注于具身智能机器人在文旅场景下的适配性开发、主题化集成与项目整体交付，充分发挥公司在文旅文娱领域懂场景、懂需求、懂安全、懂娱乐、懂集成的核心优势。

公司将通过本项目建设，持续深化具身智能应用场景端的业务布局，积极顺应国家政策导向，紧跟文旅文娱行业智能化发展趋势，加速具身智能机器人技术成果在文旅文娱领域的场景化转化与产业化落地，助力文旅、文娱场景下的具身智能机器人应用模式创新与市场拓展。同时，项目建设将满足下游市场对文旅文娱机器人解决方案不断增长的需求，助力公司打造基于场景 Know-how 的多元化成长曲线，推动业务规模与盈利能力的进一步提升。

本项目隶属于公司现有的文旅装备制造业务，不属于新业务，属于公司对现有业务产品线的进一步扩宽，成功研发量产后将向市场推出新产品。新产品推出后，公司在运营模式、盈利模式等业务开展方式上与现有业务模式不存在重大差异。

本项目拟拓展的主要产品情况如下：

序号	产品系列	产品介绍	图例
1	智能售卖类 具身智能机器人	融合商品动态展示与个性化推荐、智能交互、自主移动补货、多元支付结算及深度数据分析反馈等功能，全方位重构消费体验。	
2	智能导览类 具身智能机器人	融合先进 AI 技术,实现 AI 智能介绍、AI 自主导航、AI 实时互动,为各类场景提供高效导览服务。	
3	主题游乐类 具身智能机器人	基于金马机电一体化智能制造及具身智能应用,为客户定制专属主题互动智能角色。	
4	梦幻巡游类 具身智能机器人	智能角色机器人演员与真人演员同台演出;节庆主题装饰花车+智能可互动圣诞老人;可动机械装置-海盗船;智能可互动海盗等。	

2、实施主体及实施地点

项目实施主体为广东金马游乐股份有限公司、中山市金马数字文旅产业有限公司、广东金马智能机器人有限公司，实施地点位于广东省中山市。

3、项目实施必要性

(1) 国家政策大力支持机器人在文旅文娱场景的落地应用

近年来，国家密集出台政策推动机器人与文旅产业深度融合，为行业发展筑牢政策支撑。2025 年国务院政府工作报告将“人工智能+”列为重点任务，明确支持智能机器人等新一代智能终端发展，为产业升级指明方向；2024 年文化和

旅游部《智慧旅游创新发展行动计划（2024-2026 年）》提出“智慧旅游产品业态培育行动”，聚焦智慧旅游新装备研发与场景落地；2023 年工信部等十七部门《“机器人+”应用行动实施方案》明确将文旅列为重点领域，要求开发导览、讲解、演艺类服务机器人，鼓励央企国企开放应用场景并支持首购首用。

在政策持续加码、推动文旅产业高质量发展的基础上，近期促消费领域的专项政策进一步为文旅文娱机器人产业拓宽了落地路径。2025 年 11 月，工信部联合国家发展改革委、商务部、文化和旅游部等六部门印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》，鼓励开发智能服务机器人等人工智能终端，推动人工智能全流程融入消费品产业，并支持通过数字技术打造沉浸式文旅消费新场景。此外，2025 年全国工业和信息化工作会议明确深入实施消费品“三品”行动，分级打造中国消费名品方阵，进一步为优质文旅智能装备的品牌化发展创造了有利环境。

本项目作为文旅装备与智能技术融合的具体实践，契合国家推动文旅高质量发展、培育新兴智能终端、提振消费市场的双重政策导向，既是公司响应行业政策、履行行业龙头企业社会责任的必然选择，更能借助政策叠加红利，在资源获取、市场拓展等方面获得多重保障，有效降低项目落地风险与运营成本，为客户创造更具政策适配性与市场竞争力的服务解决方案。

（2）填补细分市场空白，抢占文旅机器人蓝海赛道

国内当前机器人行业呈现“通用场景扎堆内卷、细分领域专业缺位”的格局，多数企业聚焦工业生产、家庭服务等通用赛道，市场竞争白热化，而针对文旅文娱场景的专业化、定制化机器人布局较少，相关下游市场具有旺盛的需求需要得到满足，发行人需要新增该部分产能对该部分需求进行响应。目前部分业内同行已经开始积极探索机器人在文旅、文娱领域的应用尝试。公司作为全球文旅装备头部企业，需要抢占文旅文娱机器人先机，提高公司的综合竞争力。

在此背景下，依托公司长期积累的产业优势，本项目切入文旅文娱机器人细分蓝海，结合公司在文旅行业多年积累的场景资源与客户基础，可快速实现产品落地与市场渗透，逐步构建“技术+场景+服务”的差异化竞争壁垒，推动公司从“文旅装备制造制造商”向“创新综合文旅服务商”转型，形成新的增长曲线，为

公司长期可持续发展奠定坚实基础。

（3）智能机器人应用于文旅文娱场景仍存在诸多尚未解决的使用痛点

结合文旅文娱场景的复杂性、游客需求的多样性以及技术落地的现实瓶颈，智能机器人应用于文旅文娱场景当前尚存在环境适配、交互体验、主题形象等亟待解决的使用痛点。环境适配方面，由于大多数文旅文娱场景存在开放性、复杂性与不确定性，对机器人的环境适应能力提出远超实验室场景的要求，如景区复杂地形与气候的适应性短板，高频动态人流中的决策滞后，与现有景区乐园基础设施依赖与兼容不足等问题。交互体验方面，当前机器人多停留在“指令-响应”的浅层服务，未能真正匹配文旅文娱场景中游客对“文化深度”与“情感温度”的核心需求，如机器人情感感知单一，多数机器人仅通过语音语调识别情绪，忽略微表情、肢体姿态等关键信号。主题形象方面，当前机器人主要以本体科技感形象展现，未实现与场景氛围的深度融合；微表情作为人机情感交互的核心载体现阶段存在表达单一、反馈僵化的不足，部分高端机器人虽然使用硅胶材质模拟面部肌肉活动，但仍受限于驱动电机的精度，表情不够自然流畅。

智能机器人应用于文旅文娱场景，仍需要提高机器人特殊环境适应性能力、多模态空间智能感知能力、情境化拟人交互能力、多机协同感知决策控制能力等核心技术。公司作为全球文旅装备头部企业，掌握了多项文旅装备核心技术并深刻理解市场需求，本次募投项目的实施将有助于提高具身智能机器人在文旅文娱场景下的适配度，助力文旅文娱场景智能化转型升级，提升游客体验感。

（4）基于通用智能机器人本体的二次开发应用，是促进机器人商业化加速落地的必然选择

具身智能机器人目前正处于技术探索的商业化初期阶段，下游应用领域的商业落地已在加速探索与验证。中短期内，具身智能机器人将主要集中应用于科学研究、应用开发、教育教学、文化表演、智能服务等领域；中长期内，具身智能机器人的目标将是走进工厂车间、千家万户，为工业、家庭及社会场景提供相关服务。休闲娱乐作为机器人本体下游消费级应用的重要场景之一，正处于商业化探索的前沿。通用机器人市场空间大、应用领域广，目前的产品技术与市场应用正处于快速发展阶段。但通用机器人本体公司由于行业资源受限，仅能够对少数

分行业终端客户进行覆盖，并主要通过下游二次开发企业对终端市场的多样化需求进行广泛性、针对性的开发覆盖及方案解决。

作为头部文旅装备制造企业，公司在文旅终端的需求洞察与渠道推广等方面具备核心优势，借助具有优质产业资源的合作伙伴，携手针对目标市场进行针对性适配开发和市场部署，将有效提升具身智能机器人的商业化推广效率，与机器人本体制造企业形成战略互补。通过“自主研发+产业合作”对机器人本体进行改造提升、针对性适配开发等，打造适合目标终端场景的具身智能机器人产品，向客户提供“产品+场景+服务”的一体化解决方案。公司的战略定位可以有效打通具身智能机器人在文旅终端商业化应用“最后一公里”的阻碍，通过与本体企业合作等方式，有利于共同促进行业应用场景加速落地，推动机器人的行业技术进步与产业化进程。

4、项目实施可行性

(1) 公司现有产业基础具备较高的迁移适配性，为本项目实施提供坚实保障

作为全球文旅装备头部企业，公司掌握多项国际先进水平的核心技术，如机电一体化及数字技术、AGV 自动导航技术、六自由度并联机器人技术、机械臂技术、电磁弹射技术等国内国际领先技术，具备机电装备产品开发、加工、集成等先进制造能力。公司现有的游乐设备技术和生产工艺与具身智能机器人研发生产有诸多迁移适配性，公司具备文旅文娱具身智能机器人研发生产的基础。具体表现如下：

①机电一体化技术：游乐设备和具身智能机器人都需要机电一体化技术来实现机械结构与电子控制的协同工作。例如，公司在大型过山车 and 摩天轮的研发中，运用机电一体化技术实现了设备的精准运行和控制，这与具身智能机器人中电机驱动关节、传感器反馈控制等技术原理是一致的。

②运动控制技术：公司掌握的六自由度并联机器人技术、机械臂技术等，对于具身智能机器人的运动控制具有重要参考价值。如六自由度并联机器人技术可实现机器人在空间中的多维度运动，与文旅具身机器人在复杂场景中灵活移动和操作的需求相契合。

③自动驾驶与定位技术：AGV 自动驾驶技术可用于具身智能机器人在文旅场景中的自主导航，使其能够在景区、主题公园等环境中准确移动，为游客提供服务。同时，游乐设备中常用的定位技术也可帮助机器人精确确定自身位置，实现精准的动作执行和任务完成。

④动力驱动技术：电磁弹射技术等动力驱动技术可以为具身智能机器人提供强大的动力支持，使其能够完成一些需要较大力量或快速动作的任务。例如，在一些需要机器人进行表演或互动的场景中，电磁弹射技术可以让机器人做出更加精彩的动作。

⑤生产加工工艺：大型游乐设施的生产制造需要高精度的加工工艺和严格的质量控制体系，这与具身智能机器人的生产要求是一致的。公司在生产过山车、摩天轮等游乐设备时，对于零部件的加工精度、装配工艺等方面有着丰富的经验，这些经验可以应用于具身智能机器人的生产制造，确保机器人的质量和性能。

(2) 资源协同充足，产业链支撑有力

公司在人才储备、产业链合作、客户渠道等维度的深厚积累，为项目构建了全方位、多层次的支撑体系，保障项目稳步推进。

在人才储备方面，公司拥有一支涵盖机械技术、电气控制、人工智能、系统集成等核心领域的专业研发团队，核心成员平均从业年限超 10 年，具备从技术研发、产品设计到落地应用的全流程实操能力，能够精准匹配文旅文娱机器人的研发生产需求。同时，针对具身智能业务，公司设立了专门从事 AI 及机器人业务的研发团队，与公司研发体系资源共享，互补协调，已开展具身智能机器人的研发及试制。

在产业链合作方面，公司正加速整合各类优质产业资源，致力于构建涵盖“上游零部件—中游本体制造—下游场景应用”，从“创意 IP”到“智能硬件”，从“数据赋能”到“场景运营”的完整生态闭环，携手合作伙伴共创共赢。

公司已完成对上海矩阵超智系统集成有限公司的战略投资，并共同出资成立合资公司，携手推进 AI 与机器人在文旅文娱等场景的创新应用，于 2025 年 11 月发布首款文旅智能服务型人形机器人——“小马 1 号”，该产品专为主题公园、景区、商业综合体等场景研发设计，具备互动交互、多语言服务等核心功能，可

满足不同场景的多元化需求。

公司与星尘智能（深圳）有限公司达成战略合作，并通过产业基金完成对其的战略投资，于 2025 年 11 月联合发布全球首个量产绳驱 AI “机器人 Mart”，可独立完成语音接待、下单支付、商品递送等复杂操作。“机器人 Mart”可快速规模化部署、持续迭代、提升景区客流与转化，创造商业价值闭环。目前，“机器人 Mart”已在北京、上海等多地城市商业综合体部署，正在推进乐园、景区景点部署。

此外，公司还通过产业基金投资了横川机器人（深圳）有限公司、国华（青岛）智能装备有限公司、智身科技（北京）有限公司、星海图（北京）人工智能科技股份有限公司等人工智能基础模型、核心零部件、智能制造企业，在具身智能产品核心零部件及本体领域进行了深度布局。

在客户与渠道方面，公司已积累包括环球影城、华侨城、华强方特、长隆在内的数十家国内外核心文旅客户资源，现有销售团队可直接对接客户需求，无需从零构建销售网络；同时，公司积极整合优质产业资源，携手合作伙伴共建市场化运营平台，共同聚焦文旅文娱场景具身智能机器人的研发应用以及智能潮玩 IP 衍生品的制作、布局与推广，推动“硬件+内容+智能”深度融合，为文旅文娱场景消费者带来更具科技感与情感价值的消费体验。此外，公司自营乐园可作为项目产品的实景试验田，通过实际场景应用加速产品迭代优化与市场验证，为后续大规模推广奠定坚实基础。

（3）公司深刻理解市场需求，与公司现有业务形成高度协同

公司深耕文商旅应用场景数十年，积累了如环球影城、华侨城、华强方特、长隆等国内外知名文旅客户资源，产品遍布国内外众多知名主题乐园、景区及商业综合体，覆盖全球近 50 个国家和地区，累计服务超 1,000 家主题公园、景区、商业综合体。凭借多年的市场积累和服务优势，公司深刻理解文旅文娱市场需求以及文旅消费的变化趋势，为客户提供智能文旅终端装备综合解决方案。

本项目产品的核心应用场景包括主题公园、景区、场馆、商业综合体、电影院线等，与公司现有业务在目标客户、应用场景层面高度契合，且能与游乐设备产品形成高效协同，保障项目市场风险可控与投资回报稳定。以头部文旅集团为

例，其在采购过山车等游乐设备的同时，公司可同时满足客户对智能售卖机器人、导览机器人、表演机器人等智能文旅装备的一站式采购需求，大幅降低市场拓展成本。

现阶段，具身智能机器人行业方兴未艾，但市面上高质量文旅文娱专用机器人基本空白，具身智能机器人存在落地场景难、商业变现难的问题，尚未形成显著具有行业龙头地位的优势企业。本项目顺利实施后，可向市场供应各类适用文旅、文娱场景的智能机器人产品，与公司现有业务形成高度协同。

（4）公司具备文旅终端真实场景优势，对机器人训练具有不可替代作用

目前，机器人行业最为缺乏高质量训练数据，通过遥操作采集数据成本高昂、效率较低，导致很多机器人企业难以获取真机数据；虚拟与真实脱节、数据低效稀缺、训练成果难落地，是机器人技术规模化的核心梗阻，影响机器人智能化迭代效率。同时，文旅终端场景与家庭、养老、工业、物流、特种作业等场景存在显著差异，不同于工业、家庭等场景具有相对固定 SOP，文旅文娱终端场景将“复杂地形、超高人流、零事故、表演式交互”等要求叠加到同一时空，对机器人训练提出了更高阶的动态安全与社交智能要求，文旅文娱场景下的虚拟仿真环境训练难以满足文旅文娱机器人进化迭代需求。

公司拥有国内外知名文旅、文娱头部企业的深度合作基础，在全球拥有广泛的客户资源，且拥有自营文旅终端场景，具有文旅终端真实场景核心优势。公司可通过与客户合作开发及运用自营文旅场景，推动机器人在真实文旅场景下进行端到端大模型训练开发，让机器人在文旅真实世界能接触到模拟环境难以复现的复杂物理特性，通过实际场景训练与应用加速产品迭代升级。

同时，文旅文娱机器人部署在场景终端后仍不断收集终端数据，通过在线学习持续更新模型，实现生命周期内的能力增长。真实场景训练是机器人算法泛化、技能精调、安全鲁棒（机器人面临着内部结构或外部环境的改变时也能够维持其功能稳定运行的能力）和持续进化的核心，随着真实数据采集手段（动捕、NeRF、扩散模型生成等）日益成熟，“仿真预训练+真实场景训练”混合范式训练将成为机器人大规模落地的关键加速器。

5、投资概算

本项目计划总投资额为 45,433.75 万元，拟使用募集资金 34,898.80 万元。其中建设投资 37,309.75 万元，研发费用 4,548.00 万元，铺底流动资金 3,576.00 万元，具体投资构成如下表所示：

项目总投资估算表

序号	名称	投资金额（万元）	拟投入募集资金（万元）	募集资金投入占比
1	建设投资	37,309.75	30,872.80	88.46%
1.1	工程费用	35,791.50	29,618.17	84.87%
1.1.1	建筑工程	18,642.50	14,217.66	40.74%
1.1.2	设备购置	17,149.00	15,400.51	44.13%
1.2	工程建设其他投入	1,148.85	950.50	2.72%
1.3	基本预备费	369.40	304.13	0.87%
2	研发投入	4,548.00	1,200.00	3.44%
3	铺底流动资金	3,576.00	2,826.00	8.10%
4	项目总投资	45,433.75	34,898.80	100.00%

6、经济效益测算及合理性分析

本项目完全达产后预计每年平均新增营业收入 62,760.00 万元，静态投资回收期（含建设期）为 8.34 年。项目经济效益的主要测算过程如下：

序号	名称	单位	金额
1	总投资	万元	45,433.75
	其中：资产类建设投资	万元	36,940.35
	其他费用类及铺底流动资金	万元	8,493.40
2	完全达产当年销售收入	万元	62,760.00
3	完全达产当年税后净利润	万元	6,806.17
4	静态投资回收期（含建设期）	年	8.34

（1）效益测算的主要假设条件

本项目建设期 3 年，T+2 年开始投产，所有系列产品在 T+5 年完全达产；折旧与摊销根据企业会计准则并遵照公司现有会计政策中对于固定资产折旧、无形资产摊销的方法以及使用年限的规定取值；成本费用率参考公司历史经营数据计

取；税费率与目前一致。

（2）效益测算的基础与过程

①营业收入测算。本项目营业收入测算根据产品预计销售单价乘以当年预计销量进行测算。项目建成完全达产后，年销售收入为 62,760.00 万元。其中，产品销售数量按照本项目建成后的产品方案及相应生产能力进行估算；产品单价根据同类型或类似产品的市场价格水平进行估算。

②营业成本测算。本项目营业成本估算口径包括直接材料、直接薪酬、直接燃料和动力费、制造费用（含折旧与摊销费、间接生产人员薪酬、其他制造费用）。直接材料、燃料动力费系根据生产工艺及历史经验、市场价格等进行测算；直接人工系根据产线定岗人数及历史员工薪酬情况确定；折旧及摊销系以项目拟使用的现有资产及新增资产为基础，依据公司折旧摊销政策计算。

③期间费用测算。本项目对管理费用的预估主要分为折旧与摊销费、管理人员薪酬、其他管理费用。本项目对研发费用的预估主要分为折旧与摊销费、研发人员薪酬、其他研发费用。管理费用和研发费用主要系根据同行业期间数据以及项目实际情况等进行合理估算。本项目对销售费用的预估主要分为折旧与摊销费、销售人员薪酬、其他销售费用，根据公司历史期间数据以及项目实际情况等进行合理估算。

④税费测算。增值税按照 13% 计算，企业所得税按照 25% 计算。

（3）效益测算主要指标的合理性

该募投项目达产后毛利润、费用率情况如下所示：

指标	项目		指标值	合理性说明
毛利率	本项目预计综合毛利率		32.12%	本项目测算毛利率与报告期内公司实际毛利率基本一致，不存在重大差异
	最近三年文旅装备制造业务平均毛利率		34.50%	
费用率	本项目预计费用率	管理费用	5.39%	本项目测算管理费用率、研发费用率及销售费用率与报告期公司实际费用率存在一定差异，主要系①本项目主要对机器人产品进行研发及产业化，公司管理职能仍主要在母公司，因此配置的管理人员人数及薪酬总额低
		研发费用	7.70%	
		销售费用	5.86%	

	最近三年实际 费用率	管理费用	16.38%	于公司总体管理人员；②本项目涉及较多新产品的营销推广等销售活动，销售费用率略高于公司整体水平；③本项目涉及较多新产品，其研究开发均需要投入较多研发费用。
		研发费用	4.01%	
		销售费用	4.11%	

注：本项目效益测算不考虑财务费用影响。

7、整体进度安排

本项目建设采用项目负责人责任制，项目管理小组负责项目的具体实施和各方面的协调工作，确保项目顺利高效进行。项目计划建设期约为 36 个月，具体实施进度时间计划如下表：

项目	建设期第 1 年				建设期第 2 年				建设期第 3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目研发												
场地建设装修												
设备购置与安装												
员工招聘与培训												
试生产												

8、项目备案、环评等实施准备及进展情况

本项目已完成备案手续，取得《广东省企业投资项目备案证》，项目代码为“2601-442000-04-01-632049”。

本项目已完成环评手续，取得《中山市生态环境局关于〈文旅文娱机器人研发和产业化项目环境影响报告表〉的批复》（中（港）环建表〔2026〕7 号）。

（二）IP 赋能提升项目

1、建设内容和经营前景

本项目计划总投资 19,408.10 万元，拟使用募集资金 9,222.72 万元，建设周期为 36 个月。主要投资内容包括设备购置、IP 授权、人员及其他费用等。项目建成后，将有效增强公司 IP 创意设计能力及 IP 产品的开发能力。通过引入国内外优质 IP 资源对公司业务进行深度赋能，一方面可以全面提升公司大型游乐设施、虚拟沉浸式游乐项目以及文旅文娱机器人产品的经济附加值；另一方面为公

司乐园及景点运营类项目提供差异化内容支撑，进一步增强乐园吸引力，提升用户游乐体验。

2、实施主体及实施地点

项目实施主体为广东金马游乐股份有限公司，实施地点位于广东省中山市。

3、项目实施必要性

（1）顺应文旅消费 IP 化趋势，构建竞争护城河

当前，中国文旅产业正从传统文旅休闲产品向深度文化体验和情感共鸣转型，“情绪价值”成为核心市场驱动力。消费者尤其是年轻客群不再局限于各类设备带来的感官刺激，更青睐有故事、有认同感的沉浸式体验。游乐场通过融合主题场景、社交元素及前沿科技，已成为满足年轻群体社交打卡与家庭亲子互动的新型消费空间。在这一趋势下，IP 凭借强大的情感链接和叙事能力，成为行业打造差异化体验、提升用户重游率的核心要素。

近年来，国内文旅产业内头部企业已率先通过 IP 合作与孵化构建竞争优势，形成成熟的实践范式。华侨城欢乐谷加强国漫 IP 与线下场景深度融合，和快看漫画达成战略合作，创新“国漫 IP+主题乐园”模式；华强方特依托“熊出没”等自有 IP，对乐园进行主题包装和内容孵化；湖州安吉与三丽鸥深度合作，落地中国首家 HelloKitty 主题乐园。国内首个潮玩行业沉浸式 IP 主题乐园北京泡泡玛特城市乐园于 2023 年 9 月开园，首月接待游客近 10 万人次，二次消费占比达 72%，衍生品销售额是门店的 5 倍，2025 年上半年客流量和收入均超过了 2024 年全年。同时，国家政策层面明确支持 IP 培育与文旅创新。文化和旅游部近期提出将从供需两端发力，支持优质文旅产品上新，具体措施包括开展中国文化艺术政府奖动漫奖评奖以激励优质 IP 打造，以及推动品牌授权和文创开发。

因此，本次募投项目的实施是公司把握文旅消费趋势、响应国家政策号召的关键布局，有助于公司在激烈的市场竞争中构建长期差异化竞争壁垒，为公司持续稳健发展奠定坚实基础，有效适配行业未来发展需求。

（2）应对行业格局演变，抢占国潮 IP 战略高地

中国本土文化自信高涨，以“国潮”、“国漫”为代表的本土原创 IP 正迎来

黄金发展期。Z 世代逐渐成长为 IP 消费主力军，其更强的文化自信、社交分享欲望和自我表达的需求，与热衷传统文化传承与复兴的偏好，推动国潮 IP 成为文旅市场商业化价值最高的稀缺资源之一。根据艾瑞咨询 2024 年研究报告显示，消费者最常消费的文旅 IP 类型为景观 IP，最常消费的产品风格为国潮风。如今，各大文旅集团已开启对优质国潮 IP 的激烈争夺。例如，华侨城欢乐谷已联动《大闹天宫》《葫芦兄弟》《哪吒闹海》《中国奇谭》等国潮 IP，有效吸引了大量国漫粉丝和文化爱好者前来打卡消费，显著提高了欢乐谷的客流量和门票收入。

面对这一行业格局的演变，公司需尽快系统性地布局 IP 领域，尤其是抢占具有中国文化特色和较大市场潜力的国潮 IP，避免行业洗牌的风险。本次募投项目的实施，通过和各类 IP 建立独家或深度合作关系，将国潮文化势能转化为产品竞争力与场景吸引力，不仅能精准覆盖本土年轻客群，更能打造具有中国文化特色的文旅标杆，是公司在差异化竞争中构筑独特品牌价值、抢占行业战略高地的必然选择。

（3）协同“制造+文旅”两大业务板块提质增效，创造业绩新增量

公司正积极以“文化+科技”赋能文旅、文娱产业升级。在制造端，公司是国内领先的文旅装备供应商，产品涵盖 13 大类大型游乐设施及 8 大系列虚拟沉浸式游乐项目；在文旅运营端，公司已在多地落地亲子乐园、游乐嘉年华等自营项目。两大业务板块可通过 IP 作为“内容灵魂”进行深度融合与价值提升。在装备制造业务领域，中小型游乐设备产品当前同质化竞争激烈且附加值偏低，搭载热门 IP 的定制化游乐装备和具有 IP 外型的文旅文娱机器人，使产品从单纯的游乐工具转变为具有独特吸引力和更高附加值的文化商品，能有力推动游乐设备进口替代和向高端化转型。在投资运营业务领域，自营乐园融入完整 IP 故事线，能从单纯的设备集合升级为主题鲜明的目的地，可显著提升门票溢价、二次消费和游客留存率。据公开数据显示，海昌海洋公园在引入奥特曼 IP 后，2023 年国庆期间接待游客 80 万人次，较 2019 年增长超 50%，在成熟运营体系下，授权 IP 可为主题公园带来客流增长 30%-100%，二次消费占比提升 10%-25%，充分印证了 IP 对文旅运营业务的业绩拉动作用。

因此，本次募投项目的实施，将深度赋能公司“文旅装备制造+文旅投资运营”产业链，实现装备制造与乐园运营优势的深度协同。借助各类融入文化主题

IP 的高品质游乐装备、文旅文娱机器人及优质乐园及景点，将产生显著的乘数效应，推动公司业绩提升。

4、项目实施可行性

（1）政策与市场双重红利叠加，为项目提供有利的外部环境

本募投项目实施面临着明确且积极的外部环境。政策层面，国家正大力推动文化和旅游领域设备更新与产业高质量发展。2024 年 5 月，国家发改委发布《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》将游乐设施更新、演艺设备更新等列入重点任务。这为公司研发和销售 IP 主题的智能化、高端化新设备提供了巨大的存量替换市场。同时，文化和旅游部积极推动“产品上新”、“场景焕新”、“活动出新”，支持品牌授权和国潮 IP 发展，为项目方向提供了顶层设计支持。市场层面，文旅市场强劲复苏。文化和旅游部统计数据显示，2024 年中国国内旅游人次 56.15 亿，比 2023 年同期增加 7.24 亿，同比增长 14.8%，已接近 2019 年同期水平。2024 年全年国内游客出游总花费 5.75 万亿元，比 2023 年增加 0.84 万亿元，同比增长 17.1%，超越 2019 年同期的 5.73 万亿元，创历史新高。更为重要的是，文旅 IP 商业化市场迅猛发展。根据艾瑞咨询 2024 年研究报告显示，2023 年宏观环境改善后，中国文旅 IP 商业化市场规模即回升至 2018-2019 年规模水平，2024 年达到 4,314 亿元，同比增速约为 15.5%，预计未来几年仍将维持高速增长，2027 年市场规模将达到 6,972 亿元。政策与市场的双重保障为 IP 赋能项目的实施构建了良好的外部环境。

（2）公司具备全产业链整合与技术创新能力

公司深厚的技术积累能为项目提供坚实保障。首先，公司具备“制造+文旅”全产业链服务能力。从 IP 创意设计开始，公司内部即可完成从设备定制研发、生产制造到乐园场景搭建、主题化运营的完整闭环。这种一体化能力可降低 IP 落地过程中的沟通成本和执行偏差，确保 IP 理念能被高度还原和有效运营。其次，公司拥有较强的技术研发和产品化实力。公司不仅掌握文旅装备领域多项国际先进的核心技术，产品矩阵齐全，更在积极拥抱前沿科技，探索和具身智能机器人的融合创新。这使得公司不仅能够将 IP 形象呈现在设备上，更能通过智能交互、机器人表演、虚拟现实等动态科技手段赋予 IP 生命，创造新的沉浸式体

验，从而进一步放大 IP 价值。

（3）公司拥有成熟的 IP 合作基础与清晰的战略定位

公司在 IP 合作及资源储备方面已构建成熟基础。合作经验方面，公司现有一支约 20 人的 IP 设计团队，主要根据客户需求对定制产品外观或内容进行原创或二创。报告期前，公司已与世嘉（SEGA）IP 开展合作，以商标+技术等买断式授权方式，生产制造世嘉（SEGA）WildSeries 系列游乐设施；报告期内公司与“小黄鸭”“奶龙”等 IP 合作，以“IP 联名+机动游乐+主题摊位”形式在深圳、广州、武汉、中山、福州等地举办运营了“B.Duck 造梦游乐厂”、“奶龙造梦游乐厂·秘密基地”等多场次“快闪式微乐园”嘉年华活动。合作期间，运营团队积累了与 IP 授权方沟通协作、将形象与设备场景结合的成功经验，项目引入 IP 后实现了运营规模的提升。此外，公司拥有国际知名 IP 主题乐园客户资源，在国际市场上已建立起一定的品牌知名度，并已实现高端文旅装备产品的反向出口，这为未来引进国际知名 IP 或将本土 IP 主题的文旅装备走向全球奠定了基础。综上，从项目执行经验、资源储备等支撑本募集资金项目落地实施。

5、投资概算

本项目计划总投资额为 19,408.10 万元，拟使用募集资金 9,222.72 万元，其中设备购置费 1,876.60 万元，IP 授权费用 12,600.00 万元，人员及其他费用 4,931.50 万元，具体投资构成如下表所示：

单位：万元

序号	名称	投资金额（万元）	拟投入募集资金（万元）	募集资金投入占比
1	设备购置费	1,876.60	1,876.60	20.35%
2	IP 授权费用	12,600.00	6,914.62	74.97%
3	人员及其他费用	4,931.50	431.50	4.68%
4	项目总投资	19,408.10	9,222.72	100.00%

6、经济效益测算及合理性分析

公司通过引进 IP 为公司大型游乐设施、虚拟沉浸式游乐项目、文旅文娱机器人等产品及公司文旅投资运营业务赋能，提升产品附加值、用户粘性与市场竞争力，对公司经营成果产生有利影响，不直接产生经济效益。

7、整体进度安排

本项目建设采用项目负责人责任制，项目管理小组负责项目的具体实施和各方面的协调工作，确保项目顺利高效进行。项目计划建设期约为 36 个月，具体实施进度时间计划如下表：

项目	建设期第 1 年				建设期第 2 年				建设期第 3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
设备购置与安装												
IP 授权与应用												
员工招聘与培训												

8、项目备案、环评等实施准备及进展情况

本项目拟在公司现有办公场地开展，不涉及新增房屋及土地购置。

本项目已完成备案手续，取得《广东省技术改造投资项目备案证》，项目代码为“2601-442000-04-02-232423”。

本项目已完成环评手续，取得《中山市生态环境局关于〈IP 赋能提升技术改造项目环境影响报告表〉的批复》（中（港）环建表〔2026〕6 号）。

（三）补充流动资金

1、项目基本情况

基于公司现有资金情况、实际运营资金需求缺口及未来战略发展需求等因素，为满足公司经营资金需求、增强公司抗风险能力、优化资产结构，并进一步提升持续盈利能力，公司拟将本次向特定对象发行股票募集资金中的 12,000.00 万元用于补充流动资金。本项目不涉及备案或环评程序报批事项。

2、项目实施必要性

（1）公司业务快速发展，营运资金需求日益加大

受益于文旅产业的快速发展和公司综合竞争实力的持续提升，公司经营规模稳步扩大。公司在业务规模迅速扩大的同时也面临着持续性的营运资金压力。补充流动资金可在一定程度上缓解公司因业务规模扩张而产生的资金压力，保障公司业务发展，增强公司总体竞争力。

(2) 增强资金实力，提高抗风险能力

近年全球各主要经济体间发生贸易摩擦的风险不断提升，公司面临的外部环境不确定性因素正在增多，如经济周期、政治因素、贸易因素、金融因素等多方面因素均会对公司业务产生影响。因此，公司需要通过补充流动资金来提高公司资金实力，提高抵御各类风险的能力，为公司可持续发展提供持续保障。

(3) 优化资本结构，改善公司财务情况

补充流动资金可进一步优化公司资本结构，有效降低资产负债率，改善公司财务情况，有利于维持公司快速发展的良好势头，保障公司的长期可持续发展，符合公司全体股东的利益。

综上所述，本次通过向特定对象发行股票募集资金补充流动资金，可以更好地满足公司生产、运营的日常资金周转需要，会对公司财务状况及经营成果产生积极影响，有利于降低财务风险，同时可以促进公司规模持续扩大，推动公司可持续发展。

3、补充流动资金的可行性分析

部分募集资金用于补充流动资金，符合公司当前的实际发展情况以及所处行业发展的相关产业政策和行业现状，有利于增强公司的资本实力，满足公司经营规模快速增长的需求，为公司未来业务的发展提供资金支持，推动公司长期持续稳定发展。

本次向特定对象发行股票的募集资金部分用于补充流动资金符合《上市公司证券发行注册管理办法》《证券期货法律适用意见第 18 号》中关于募集资金使用的相关规定，方案切实可行。公司制定了《募集资金管理制度》，对募集资金的存储、审批、使用、管理与监督做出了明确的规定，以在制度上保证募集资金的规范使用。本次募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金的存储及使用，确保公司规范、有效使用募集资金，合理防范募集资金使用风险。

4、补充流动资金的测算

公司本次募投补充流动资金 12,000.00 万元，上述补流安排主要是依据公司的日常经营的资金缺口、未来募投项目的投入计划等确定的。以下采用营业收入

百分比法测算营运资金缺口。报告期内，公司实现营业收入分别为 73,845.54 万元、57,686.82 万元、68,572.43 万元和 15,413.84 万元，增长率分别为-21.88%、18.87%和 29.95%，报告期内营业收入增长率算术平均值为 8.98%。以公司 2025 年营业收入为基数，假设 2026 年至 2028 年营业收入增长率保持在 9%；各项经营性流动资产项目、经营性流动负债项目占营业收入的比例保持 2023-2025 年度水平。根据上述假设，采用销售百分比法测算公司 2026 年至 2028 年未来三年流动资金需求情况如下：

单位：万元

项目	2023-2025 年平均值	2023-2025 年各项目平 均值占 2023-2025 年营业收入 平均值比重	2026E	2027E	2028E
营业收入	66,701.60	100.00%	74,743.95	81,470.91	88,803.29
货币资金	60,077.47	90.07%	67,321.14	73,380.04	79,984.25
应收票据	1,047.68	1.57%	1,174.01	1,279.67	1,394.84
应收账款	13,438.03	20.15%	15,058.28	16,413.53	17,890.74
预付款项	3,816.72	5.72%	4,276.92	4,661.84	5,081.40
存货	33,683.11	50.50%	37,744.35	41,141.35	44,844.07
合同资产	2,753.08	4.13%	3,085.02	3,362.67	3,665.31
经营性流动资产 合计①	114,816.09	172.13%	128,659.72	140,239.09	152,860.61
应付账款	11,864.07	17.79%	13,294.55	14,491.06	15,795.26
应付票据	2,225.76	3.34%	2,494.13	2,718.60	2,963.27
合同负债	54,495.49	81.70%	61,066.12	66,562.07	72,552.66
应付职工薪酬	1,685.57	2.53%	1,888.80	2,058.80	2,244.09
应交税费	355.19	0.53%	398.02	433.84	472.89
经营性流动负债 合计②	70,626.09	105.88%	79,141.63	86,264.37	94,028.17
发行人流动资金 占用金额 (①-②)	44,190.01	66.25%	49,518.09	53,974.72	58,832.44
未来三年流动资 金缺口	2028 年流动资金占用-2025 年流动资金占用 =58,832.44-24,163.39=34,669.05				

按上述假设计算，2028 年末公司新增流动资金需求为 34,669.05 万元，公司本次以 12,000.00 万元募集资金补充流动资金是合理的和必要的。

三、本次募集资金运用对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次向特定对象发行股票募集资金将用于文旅文娱机器人研发和产业化项目、IP 赋能提升项目、补充流动资金。本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，项目具有良好的市场发展前景和经济效益，有利于丰富公司产品结构，促进产品升级、制造升级，巩固公司的竞争优势和行业地位，增强综合竞争力和持续盈利能力。募集资金项目建设投产后，公司的主营业务不会发生重大变化，公司的经营管理模式、法人治理结构、董事和高级管理人员均不会发生重大变化。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司资产总额、净资产规模均将有所增加，资产负债率将有所降低，有利于增强资本实力，优化资本结构，进一步提高公司抗风险的能力。

本次发行完成后，公司筹资活动产生的现金流入将大幅度增加；在资金开始投入募投项目后，投资活动产生的现金流出量将有所增加；在募投项目建成运营后，公司经营活动产生的现金流量净额预计将得到提升。

本次发行完成后，公司股本总额将即时增加，但募集资金投资项目产生效益需要一定时间，因此，公司的每股收益短期内存在被摊薄的风险，净资产收益率可能会有所下降。但中长期来看，本次募集资金投资项目的实施有利于提高公司的主营收入与利润规模，提升公司综合实力和核心竞争力，提升股东回报。

四、可行性分析结论

本次向特定对象发行股票募集资金拟投资“文旅文娱机器人研发和产业化项目”、“IP 赋能提升项目”，符合国家相关产业政策以及行业发展趋势，具有良好的市场前景和经济效益，有利于进一步增强公司综合实力，提升公司的中长期盈利能力，保障公司的可持续发展。

公司本次向特定对象发行股票募集资金补充流动资金，短期来看，将进一步降低公司的资产负债率，提高公司的偿债能力，公司资产的流动性将进一步提高，从而提升自身的抗风险能力；长期来看，公司的资金实力和资信等级进一步提高，

将更有利于进一步推进公司主营业务的发展，对公司经营将产生积极的影响。

综上，本次募集资金使用具有可行性。

（以下无正文）

（本页无正文，为《广东金马游乐股份有限公司 2026 年度向特定对象发行股票募集资金使用可行性分析报告（修订稿）》之盖章页）

广东金马游乐股份有限公司

董 事 会

二〇二六年八月十一日