

证券代码：300144

证券简称：宋城演艺

公告编号：2021-033

宋城演艺发展股份有限公司 2021 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	侯丽	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	hl@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）	734,515,219.17	282,874,604.95	159.66%
归属于上市公司股东的净利润（元）	378,329,564.07	39,848,268.69	849.43%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	318,046,346.07	19,980,064.43	1,491.82%
经营活动产生的现金流量净额（元）	481,053,032.42	-123,748,456.29	488.73%
基本每股收益（元/股）	0.1447	0.0152	851.97%
稀释每股收益（元/股）	0.1447	0.0152	851.97%
加权平均净资产收益率	4.99%	0.42%	4.57%

	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）	9,863,971,370.96	9,195,342,831.06	7.27%
归属于上市公司股东的净资产（元）	7,660,810,306.52	7,412,287,432.06	3.35%

3、公司股东数量及持股情况

报告期末普通股股东总数	65,844	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	29.48%	770,835,254	0	质押	99,000,000
黄巧灵	境内自然人	11.83%	309,192,225	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	7.82%	204,454,767	106,605,297		
黄巧龙	境内自然人	3.28%	85,836,643	0		
兴业银行股份有限公司—兴全趋势投资混合型证券投资基金	其他	2.20%	57,405,786	-358,300		
普信投资公司—客户资金	境外法人	2.18%	57,094,076	26,677,827		
刘萍	境内自然人	1.37%	35,910,758	0		
全国社保基金一一二组合	其他	1.26%	33,006,461	-6,883,022		
中信证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户	境内非国有法人	1.05%	27,443,789	14,684,979		
兴业银行股份有限公司—兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金	其他	0.91%	23,779,959	-2,499,906		
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					

公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

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、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

2021年上半年，全球疫情仍在持续演变，世界政治经济环境更趋复杂，国内经济在诸多困难和挑战中稳定恢复、但卫生防疫、经济风险和国际形势依然严峻。输入性病例导致的零星疫情时有发生，疫情防控常态化，文旅产业在需求反弹释放中迎来艰难修复。国家提出加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进、加快培育完整内需体系的新发展格局，文旅产业在疫情持续演变中也孕育着新的发展机遇。

报告期内，公司坚持疫情防控和经营发展两手抓，加快向演艺公园转型升级的步伐，充分发挥运营优势，统筹规划、快速响应、高效执行，展现了强大的弹性和韧性。旗下各景区牢把时间窗口，紧抓产业机会，在逆势市场中进一步巩固并扩大了市场份额，提升了竞争优势。

报告期内，公司实现营业收入73,451.52万元，比去年同期增长159.66%；归属于上市公司股东的净利润37,832.96万元，比去年同期增长849.43%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润31,804.63万元，比去年同期增长1491.82%。

全球疫情加速了世界百年未有之大变局的演变进程，在疫情的反复冲击下，大到国家、小到企业，都呈现出反弹-分化的趋势，强者恒强的格局愈发凸显。疫情的持续影响超出预期，未来的抗疫形势将更加长期化和复杂化，公司的经营活动将面临反复的挑战和波动，甚至间歇性开园闭园在一定周期内或将成为常态，对此必须有清醒的认识，公司要做好打持久战的准备。

面对未来的不确定性，公司拒绝“躺平”，远离“佛系”，始终坚持模式自信，以杭州宋城为样板，以上海宋城为突破口，加紧向演艺公园模式转变升级；抓紧时间苦练内功，夯实基础，加快提升改造硬件设施和景区氛围，加强内容的自主研发创新和外部考察引进，原有内容不断升级，新内容不断补充；抓住机会补齐短板，完善制度，加强管理，以提升网评为抓手优化服务接待工作；开源和节流并重，一方面积极挖掘区域市场，大力发展本地游、周边游、亲子游，一方面结合疫情和旅游淡季旺季情况，合理评估开闭园节奏，灵活用工，精确用人，节约能耗，全国一盘棋统筹调度，强化快速应变能力。

报告期内，在不利的市场环境中，公司积极利用疫情平静期开展经营，演艺主业收入恢复至2019年同期的71.04%，并实现了3.78亿元归属于上市公司股东的净利润，在行业普遍亏损的情况下一枝独秀；也更加清晰地验证了疫情导致的市场波动只是一个过程，人们对演艺的需求会一直存在，现场演艺行业不可替代。未来公司还将面临不断的压力测试，但竞争优势不会被削弱，只会不断得到巩固和提升；行业地位不会受到影响，只会不断得到加强。公司将坚持初心，积极进取，依托深厚的积淀和扎实的基础，充分发挥弹性和韧性，以饱满的状态抓住任何一次机会，重启美好生活。

报告期内，公司开展的重点工作如下：

（一）坚定不移推进演艺公园打造

报告期内，通过不断的回顾、思考和总结，公司进一步确立了演艺公园的发展模式，在硬件提升改造、内容丰富升级、线路重整优化等方面持续发力，坚定不移推进演艺公园的打造。

杭州宋城作为演艺公园的试验田，依托本部优势，边营业边打磨提升，硬件水平和景区氛围再上新台阶，大大提升了峰值接待容量，强化了以网红打卡点为特色的景区氛围，进一步提升了便捷性、舒适性和体验感；内容丰富性和多元化加速推进，形成千古情引领、各类中小剧目补充、各类大中小型活动穿插的全新局面，节目容量从120分钟提升至300分钟，迎合了散客、亲子家庭、学生群体、周边自驾、旅游团队、企业团建等各类人群的需求，针对形势变化，室外版的千古情也在加紧排练，储备备用；游历线路不断重整优化，空间利用更加充分，节目时点设置更加合理，游历空间得到成倍提升，游客逗留时间从3小时提升到6小时左右，有效提升了游玩的饱满度。演艺公园模式在杭州宋城得到巨大实践，取得良好效果。与2019年同期相比，在疫情反复的背景下，杭州宋城散客恢复超过100%，非门票收入占比大幅提升。春节黄金周和五一小长假期间，杭州宋城总接待人次、总演出场次、营业收入、散客占比、游客逗留时长等指标全面接近或超越2019年同期。

外地各景区也以杭州宋城为模板，深度借鉴，持续推进打造演艺公园工作。其中三亚景区和张家界景区加紧排练爱在系列，市场测试反响良好，做好了随时推出高中低分层次内容体系的准备；西安景区进行了以千古情为核心的多剧目排练整改，将在疫情过后强势回归；《WA! 恐龙》等新剧目加快向上海、三亚等景区推广。演艺公园作为一个开放平台，将以开放的心态拥抱各类有品质、有需求的市场化内容，以我为主，为我所用，今后，各个景区将呈现更多的剧目和内容。

（二）全力以赴保障上海宋城开业

上海宋城是演艺公园模式在核心城市的一次里程碑式的实践。经过紧张有序的硬件建设和内容研发，上海宋城于4月29日顺利开业。得益于优越的区位优势、广阔的市场空间、多元化的演艺内容和丰富的票价体系，上海宋城在总体营收、客源结构、团散比例、客单价、年龄结构、收入构成等方面展现出良好的趋势。五一小长假期间，上海宋城实现收入超2500万元，接待游客17.9万人次，客单价创宋城所有景区新高，打破全国宋城开业当年黄金周纪录。

在国际化大都市的上海的核心区域，上海宋城横空出世，率先抢占了都市演艺的制高点。上海宋城拥有5个剧院，7000多个座位，建设体量大，施工标准高，工程要求严，能够落地并顺利开业，已经是巨大的成功，再次体现了公司的占位优势。上海项目开业即迎来五一小长假旺季检验，暴露了游客接待和现场管理等一些方面的不足。对此，公司进行了充分的意见收集、整理和分析，制定并实施相应的整改措施，口碑已经有大幅提升，得到游客和社会各界的普遍认可。

上海项目从开业到市场成熟，需要一个过程，仍需要不断的整改、提升和完善。下一步，上海宋城将狠抓现场管理，严格落实提升服务接待水平；在继续打磨千古情主秀的基础上，推出更多适合城市人群的演艺秀和亲子产品；打通各个渠道，加快商务、旅行社、终端、团建等细分市场的营销推广。进一步发挥集聚效应和市场潜力，将上海宋城打造成公司的又一个拳头产品。

（三）持续优化营销推广

报告期内，针对市场流量和疫情形势的变化，公司坚持线上线下并行的营销推广策略，积极转变思路，求新求变，大力开拓各类专题市场，实现营销推广与市场销售的紧密结合，购买转化率得到提升，品牌知名度进一步打响，本地游、周边游、亲子游、学生游、自驾游等各种游历类型纷纷覆盖。

面对线上流量头部化的趋势，公司加强认识，高度重视，将自媒体、短视频、新媒体作为线上营销推广的利器。通过持续的精细化运营，不断完善微信、微博、抖音、快手、B站等官方号为主，其他多元化平台官方号为辅的自媒体矩阵，实现了粉丝数量、曝光度和影响力的大幅提升，并进一步转化为购买力。

线下方面，公司深入渗透工厂、学校、企事业单位、非正式组织和城乡结合部，深耕本地市场，积极参与外地市场展销，结合专题活动精准覆盖目标人群。杭州宋城相继推出“元旦奇遇夜”、“电音狂欢”、“新春市民特惠活动”、“宋潮游园会”等专题活动，收获了可观的客群。桂林千古情深入开发周边区域市场，大力开发周边省份自驾游市场，远赴外地城市参加展销会，演出场次和游客数量叠创新高，市场份额不断扩大。

（四）持续完善组织管理

报告期内，公司进一步完善组织管理，从程序架构和管理流程上制定标准，形成制度，深化流程的可控性、灵活性和完整性，用流程和制度对抗疫情的影响以及项目不断增加带来的管理成本和管理压力，确保组织机体的决策力和员工队伍的执行力。在关键岗位的设置上，确保简洁有效，在一般岗位的设置上，注重机动性。通过流程重塑，为规模化、集群化的演艺公园发展模式奠定基础，为全国项目一盘棋的统筹调度创造条件，保证公司发展的持续性和经济性。

管理流程的重塑已经初步显现效果，报告期内，公司组织各地员工星夜驰援，保障了杭州宋城“新春市民特惠活动”顺利开展，抽调骨干力量提前入驻，确保了上海宋城顺利开业。

（五）细致入微跟踪直播平台发展

报告期内，公司财务部、证券投资部等人员组成专门小组，明确分工，责任到人，紧密对接花房集团，及时了解直播平台的业务趋势和财务状况。花房集团发展趋势良好，六间房和花椒直播两个子平台的月用户数和充值用户数呈现同比稳步增长态势，用户基数持续扩大，ARPU相对稳定，发展趋势更加健康。花房集团半年度营业收入和净利润预算均超额完成，海外业务、直播语音等创新业务也得到良好发展。