

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

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2025 年 5 月 13 日（周二） 15:00-17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	总裁商玲霞女士、常务副总裁兼董事会秘书赵雪璎女士、财务总监陈胜敏先生、独立董事杨轶清先生
投资者关系活动主要内容介绍	公司于 2025 年 5 月 13 日（周二） 15:00-17:00 在全景网平台参加了“2025 年浙江辖区上市公司投资者网上集体接待日暨 2024 年度业绩说明会”，主要问答情况如下： 1、公司旗下多个千古情景区业绩表现亮眼，如广东千古情景区开业首年即盈利，三峡千古情景区开业百天收入破亿元，这些新景区成功的关键因素是什么？公司如何将这些成功经验复制到未来的项目中？ 答：您好，佛山项目和三峡项目的成功的因素很多，主要有演艺公园的独特模式、高品质的演艺内容、富有当地文化特色的景区体验、精准的市场策略、全方位的宣传推广等。公司将不断积累每个项目的成功经验，为后续的项目拓展打好坚实基础。感谢您的关注。 2、目前杭州项目是公司的旗舰项目，请问未来西安项目、广东项目和上海项目，能否达到杭州项目现在的经营水平，公司

	在资源配置是否做出了安排、做了哪些安排来实现这个目标，再造 3 个杭州项目。 答：您好，西安、广东和上海项目都有巨大的旅游人数和城市人口底量，三个项目也屡次创造了当地大型旅游演艺单日最高演出场次纪录。2025 年西安项目将进一步加强主题活动策划和市场推广，进一步凸显演艺公园的模式优势和内容矩阵优势，巩固并扩大市场份额。广东项目将进一步深挖远程团队市场，培育夜游市场，通过资源整合形成复合型消费场景，力争实现更好的经营表现。上海项目将深入挖掘上海本土文化，加强内容创新，打造更符合魔都文化气质和市场需求的精品演艺和活动，在市场推广和活动方面进行更多新的尝试。感谢您的关注。 3、目前西安项目和广东项目已经接近杭州项目的场次水平，请问公司是否有足够的资源来推动这两个项目在经营水平上达到或超过杭州项目的水平？ 答：您好，2025 年西安项目将进一步加强主题活动策划和市场推广，用时尚的表达方式推出皮影戏、秦腔、华阴老腔等具有地方特色的非遗百戏，也会进一步凸显演艺公园的模式优势和内容矩阵优势，巩固并扩大市场份额，适当提升客单价和利润率；广东项目将进一步深挖远程团队市场，培育夜游市场，串联周边景点构建“一程多站”多日游，通过资源整合形成复合型消费场景，力争实现更好的经营表现。感谢您的关注。 4、从分产品营收数据来看，部分景区营收有所波动，如杭州宋城旅游区营收下降 2.71%，而西安千古情景区增长 178.02%。公司如何看待这些变化，未来对不同景区的发展战略有何调整？ 答：您好，各个项目所处发展阶段不同，所在的市场区域不同，所面临的市场挑战也各不同。杭州宋城 2024 年度营收略有下滑，主要是“七节二月”外其他时段客流未达预期水平。西安项目 2024 年度营收高速增长，主要得益于旺盛的市场需求、高
--	---

	品质的演艺内容和独特的经营模式。针对不同景区公司采取不同的运营策略，成熟项目将持续拓展业务边界，扩大客群覆盖，提升游客转化，深挖市场空间；培育项目将不断扩大品牌影响，强化用户口碑，抢占市场份额，激活增长潜力。感谢您的关注。 5、去过三峡千古情和丽江千古情景区，感觉很有特色，现场演艺大众反响不错，未来公司是否还会在演艺模式及内容方面持续不断的推陈出新以解决观众审美疲劳的问题？ 答：您好，感谢您的关注与认可！丽江千古情景区自 2014 年开业以来，始终以当地文化为底色，并不断创新表达方式，持续丰富景区内容。2024 年 7 月开业的三峡千古情景区，通过最新的舞台科技手段让长江文化、三峡文化有了生动的时代呈现。相信您在实地感受中也已体会到公司内容创作的不断演进提升。未来，公司将在“文化+科技”“在地文化表达”等方向持续创新，推动演艺公园模式不断迭代升级，力求为观众带来更震撼、更共情、更有文化温度的体验。谢谢！ 6、杭州宇树科技人形机器人特点是跳舞，而杭州宋城也有跳舞特色节目，是否有机会将机器人结合的可能？未来吸引更多传统与现代科技结合的节目让更多年轻人来到宋城。 答：您好，杭州宋城在 2018 年便引入机器人为游客提供检票入园、兑换交子等服务，并创新性地将机器人融入古代人物快闪活动中，带给游客古代和未来、穿越和科技碰撞的新体验。未来，公司将持续深化科技与文化融合，推动“运营管理智慧化、游客体验个性化”提升，将最新科技创新成果充分应用于艺术创作、经营管理等各领域，引领行业创新发展。感谢您的建议。 7、公司在文化艺术业-现场演艺业务中，如何持续创新内容，保持观众的新鲜感和吸引力？未来在演出形式、主题等方面有哪些创新计划？ 答：您好，持续的内容创新需要从内外两方面下功夫。一方面，公司将专注于“用丰富的演艺形态讲好中国故事”的初心，
--	---

	不断深挖中华优秀传统文化这座“富矿”，塑造一个个动人的角色，讲好一个个脍炙人口的故事。另一方面，公司将坚持与时俱进，不断呼应最新的科技成果和市场反馈，推进各类演出和体验内容迭代升级，始终用最时尚的表达形式满足广大游客对文化艺术作品的期待。感谢您的关注。 8、报告期公司营收情况如何，主要由哪些业务推动，未来旅游服务业还有哪些新的增长点？ 答：您好，2024 年公司实现营业收入 24.17 亿元，同比增长 25.49%，主要增长来自于广东千古情景区、西安千古情景区和轻资产输出业务。公司的旅游服务业主要包括轻资产输出业务和网络票务销售业务，随着文旅融合的深度发展和公司品牌影响力的持续扩大，轻资产输出业务面临较好的发展机遇，随着散客化趋势日益凸显和公司进一步创新市场拓展的打法，网络票务的销售仍有较大提升空间。感谢您的关注。 9、公司的现场演艺业务毛利率为 60.84%，旅游服务业毛利率达 96.52%，维持高毛利率的关键因素是什么？管理层认为毛利水平是否可持续？ 答：您好，2017 年-2024 年（不含 2020-2022 年）期间，公司的现场演艺业务毛利率维持在 60%-74%之间，旅游服务业毛利率维持在 90%以上，历年来两者的毛利率一直处于较高的水平。维持高毛利率的关键因素是：一方面公司持续深化管理内功，强化垂直管理，优化用工结构，注重数字化赋能，不断挖掘管理潜力，使公司成本费用控制得当；另一方面是公司的经营模式和核心优势决定其产品具有文化的高附加值、高溢价能力；更重要的是演艺、创意文化等产品其中所包含的品牌、时间、创意、文化内涵等价值并不以主营业务成本或期间费用的形式在财务报表中体现。未来，公司将在现有基础上更加精益求精，以更好的业绩体现企业价值和回报股东。谢谢您的关注！ 10、报告期公司四大费用情况如何，2025 年公司在降本增
--	--

	效方面有何安排？ 答：您好，报告期公司销售费用、管理费用、财务费用、研发费用分别是 14,026 万元、17,260 万元、-3,162 万元、4,126 万元，四大费用合计占营业收入的 13.34%，处于相对较低的水平。2025 年，公司仍将一如既往的开源节流，继续深化管理内功，强化垂直管理，优化用工结构，注重数字化赋能，不断挖掘管理潜力，以实现企业价值最大化和股东利益最大化。感谢您的关注！ 11、据统计，2025 年一季度的演出场次远超 2024 年一季度，但业绩为什么还会下滑？ 答：您好，2025 年一季度公司营业收入同比增长 0.26%，归母净利润同比下降 2.18%，主要因加大了广告投入，导致销售费用同比增长较大，对利润带来一定影响。 12、您好，怎样才能做到板块第一呢？ 答：您好，2024 年度，公司归母净利润 10.49 亿元，占旅游及景区 22 家上市公司净利润总额的 63.6%。感谢您的关注。 13、公司如何看待本年度行业发展趋势，公司在 2025 年后续季度中针对提升游客体验和创新文旅产品方面，有哪些具体的规划和新项目筹备？ 答：您好，2024 年以来国家出台了一系列释放文化和旅游消费潜力的利好政策举措，这毫无疑问会推动文旅行业的持续发展，对公司经营也会带来积极的影响。2025 年，公司将更加精细打磨产品，更加精准捕捉需求，更加执着塑造品牌，不断迭代升级精品内容，加快打造“时空折叠”的沉浸场景。感谢您的关注。 14、从核心竞争力来看，公司的“主题公园+文化演艺”模式优势明显。在未来市场竞争中，公司如何进一步强化这种模式保持领先地位？ 答：您好，公司独创的“主题公园+文化演艺”模式经过了 29 年时间淬炼和市场检验，通过文化演艺的强内容穿透力激活
--	--

	主题公园的场景消费力，相较于传统演艺企业的单点突破更能实现客群停留时长和边际收益的跃升，形成可复制、可迭代、可扩展的增长路径。未来，公司一方面将持续做好演艺公园的内容和品质提升，不断增强对客吸引力，打造沉浸式文旅体验最佳场景；同时将不断夯实宋城管理模式，深挖标准化管理效能，为项目拓展、业务增长和成本控制做好组织保障。谢谢！ 15、公司在数字化转型方面，如智慧景区建设、线上营销等领域取得了哪些具体成果？未来在数字化方面还有哪些战略布局？ 答：您好，公司秉承“文化为魂、科技为翼”的创新发展理念，始终走在文旅行业数字化发展前列。在内容开发方面，公司将传统文化与 VR、AR、全息、动捕、光影、沙暴、线阵、无人机、机器人等新技术结合，打造出一系列精品演艺作品和互动体验场景。在智慧景区建设方面，公司构建了覆盖消防、能源、票务等领域的智慧管理系统，引进智能化管理设备，不断提升精细化管理水平。在线上营销方面，公司打造了全方位数字化营销体系，通过“宋城旅游”小程序搭建一站式旅游服务平台，在抖音、小红书、微信等平台通过爆款短视频、优质直播激发主动购买，形成“线上有流量，线下有销量”的增长新范式。未来，公司将持续深化科技与文化融合，推动“运营管理智慧化、游客体验个性化”提升，将最新科技创新成果充分应用于艺术创作、经营管理等各领域，引领行业创新发展。感谢您的关注。 16、公司在 2024 年新开业了广东千古情景区和三峡千古情景区，未来还有哪些新的项目规划，预计这些新项目将在何时开业，对公司业绩有怎样的预期贡献？ 答：您好，2025 年 1 月，公司成功签约青岛轻资产项目，拟于 2026 年 7 月份开业。未来公司也会继续有选择、有节奏地推进和布局轻重资产项目。感谢您的关注。 17、公司在第一季度启动了诸多活动并签署了“丝路千古情”
--	---

	项目合作协议,这些举措对公司的市场份额和品牌影响力有怎样的预期提升? 长期来看将如何推动公司业务的发展? 答: 您好,“丝路千古情”项目合作既是公司布局全国、持续拓展的一大举措,也是公司模式更成熟、更完善的表现,有利于进一步巩固并提升公司的行业地位和品牌影响力,将为公司带来可持续的利润增长空间。感谢您的关注。 18、2025 年公司是否有新的投资项目? 答: 您好,2025 年 1 月,公司成功签约青岛轻资产项目,未来公司也会继续有选择、有节奏地推进和布局新项目。感谢您的关注。 19、公司海外有没有项目布局? 答: 您好,公司目前业务集中在国内,暂无布局海外项目。感谢您的关注。 20、建议公司借鉴迪斯尼运营模式,将宋城景区改造成演艺、旅游、文化、娱乐、休闲、餐饮、度假的多功能园区。可先试点,再推广复制。 答: 您好,感谢您的建议。 21、公司在轻资产输出业务方面已经有多个项目开业运营,未来轻资产输出业务的拓展计划是怎样的? 如何确保轻资产项目的运营质量和收益? 答: 您好,公司将结合区位、市场、需求、合作等各方面因素综合考虑轻资产输出业务的拓展,并通过高品质的节目编创输出和标准化、垂直化的经营管理实现与合作方长期共赢发展。感谢您的关注。 22、公司在应对市场竞争时,提到了占位优势。在新的市场环境下,如何进一步巩固和扩大这种占位优势,防止潜在竞争者进入? 答: 您好,市场竞争无处不在,公司也是在激烈的市场竞争中不断成长壮大起来的。公司将持续创作非同凡响的高品质演艺
--	--

	作品，打造新奇特的景区和度假体验，不断强化差异化经营模式和持续的创意创新突破能力，进一步拓宽护城河，巩固自身竞争优势。感谢您的关注。 23、当下国家倡导发展旅游文化产业，正是行业扩张时机，请问贵公司有何扩张规划？其次，贵公司有超 30 亿现金，是否考虑跨界投资科技产业，特别是表演文旅与科技结合，如入股江浙一带领先的机器人企业，发展机器人表演？ 答：您好，旅游业日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业，公司将乘行业东风和政策红利，有选择、有节奏地推进和布局新项目。公司高度重视演艺产业上下游，会继续做足做好“文化+旅游+科技”的组合拳，利用更多科技的手段增强产品的丰富性、交互性和体验性，让文化插上科技的翅膀，同时将视业务发展和公司战略的需要以开放的心态开展对外合作。感谢您的关注。 24、在强化品牌 IP 方面，公司未来有哪些规划和布局以进一步扩大品牌的市场影响力？ 答：您好，公司高度重视品牌 IP 建设，未来将重点围绕以下几方面开展工作：（1）深耕各项目运营，打造区域文化消费热点，提升品牌影响力；（2）推进园区内容迭代，提升游客出行体验，塑造品牌美誉度；（3）通过短视频、直播等拓展数字化传播，提升品牌知名度；（4）加强与头部平台、跨界品牌等开展异业合作，推动品牌破圈。感谢您的关注。 25、宋城演艺，如何实现新周期的扩展发展；如何实现演艺行业与 AI 智能的创新协同发展；如何保障股民的投资回报（能否承诺分红率不低于当年可分配利润的 50%以上）？ 答：您好，新周期下公司将继续全力以赴做好经营，以演艺主业为核心，通过深挖成熟项目的增长潜力，提升培育项目的市占率和口碑，并基于公司整体发展战略，稳步拓展新项目，以实现营收与利润的持续增长。公司始终重视科技在现场演艺和日常
--	---

	管理中的创新与应用，不断推出系列科技互动体验项目，不断将新兴技术融入景区各个场景，持续做好科技赋能文旅的更多探索。在投资者回报方面，公司将不断提升经营水平和规范运作水平，提高信息披露质量，制定积极合理的股东回报方案。感谢您的关注。 26、2024 年公司的研发投入情况如何，主要投向哪些项目，在商业化领域对公司有哪些帮助？ 答：您好，2024 年，公司研发费用 4,126 万元，同比增长 37.48%，主要投向基于全息投影技术的体感互动控制系统、沉浸式演艺逻辑联动秀控系统等 15 个研发项目（具体详见公司 2024 年年度报告第 17-18 页）。公司的研发投入融合了舞台美术、灯光、音响、道具、乐器、声学等、以及引入集成化舞台、3D 全息投影、多媒体、VR 虚拟漫游等技术，打造出了将文化创意和高新技术深度融合的高新技术产品-基于现代舞台技术的现场演艺，不仅让传统文化元素在现代舞台上完美呈现，带给观众美轮美奂的视听享受，更是让公司核心优势进一步凸显。感谢您的关注！ 27、公司面对产品过于单一，发展潜力受限，公司有没有在创新，差异化经营方面有没有哪些准备或方案？ 答：您好，公司以“千古情”为龙头构建了包含精品演艺剧目、互动体验项目，以及国潮、非遗等内容的多元化产品矩阵，产品形态并不单一，业务模型独树一帜，发展潜力也远未触及天花板。在项目运营中，公司坚持因地制宜，有成熟的机制及时应对各项目所在地的市场模型变化和最新消费热点，不断推进各项项目的差异化创新经营，增强核心竞争力与可持续发展能力。感谢您的关注。 28、杨总你好！公司管理层多次提出回归主业，合适时机剥离花房集团!作为独立董事能否建议要么重组或者快速剥离，不要再等了!严重影响宋城演艺的信誉度!谢谢!
--	--

	答：您好，花房集团正在其董事会领导下推进摘牌后的相关工作，摘牌后的相关工作是有规定和程序的，需要一定的时间。如有合适的时机，我会建议公司对所持有的花房集团股权作恰当的处理的。感谢您的关注。 29、您好！请问公司的舞蹈演员通过抖音直播打赏获得的收入，公司是否对其抽成，还是收益大部分归公司所有？如果当个别头部舞蹈演员粉丝数不断上升，直播收入远超工资薪水的时候，公司是否考虑到他们通过公司平台丰满羽翼后单飞？是否存在什么限制措施或者条款？也许这种小问题，对你们来说不是问题。可能是我格局小了。 答：您好，现阶段公司对于演员的直播行为主要从传播声量 and 美誉度等角度进行考量，对于符合主旋律及利于公司声量传播的直播行为我们是开放和鼓励的。同时对于在此过程中跑出来的头部演员，我们也会采取多种薪酬和绩效考核制度来进行管理，当然在此板块我们也是“听劝”的，在充分考虑传播逻辑、粉丝诉求等多方面的因素尝试多元的发展方式。感谢您的关注。 30、您好！请问公司的舞蹈演员通过抖音直播打赏获得的收入，公司是否对其抽成？ 答：目前在直播上我们更聚焦的是如何通过这种形态来扩大对景区的正向传播力和影响力，公司建立了相应的激励机制，鼓励演员参与直播和正向的内容传播，以起到更好的宣传推广作用，公司没有抽成。 31、请问公司广东项目自开业以来的接待人数有多少？团散比情况？客源地占比情况？ 答：您好，传统的广东旅游市场以散客为主，我们在项目的推进过程中在充分开发散客的同时采取点线面结合的网格化团队渠道开发方式，在组团市场上也取得了很不错的成绩。从客源构成来看省内游客及来自全国的客源占比非常健康，同时港澳及海外游客也在稳步增长中。感谢您的关注。
--	--

	32、请问商总，近年文旅消费在全国如火如荼展开，公司有何新举措满足消费者？ 答：您好，针对文旅融合以及散客化、年轻化等趋势，公司主要从内容升级、场景打造、营销变革、市场突破、产品定价等方面持续调整、优化和升级，以不断适应市场潮流和趋势。感谢您的关注。 33、公司在提升产品体验力方面做了很多努力，如创新产品内容、优化沉浸式场景等，这些举措对游客的重游率和口碑传播产生了怎样的积极影响？有具体数据可以分享吗？ 答：您好，游客体验对于口碑传播产生积极影响的最有效印证方式即在主流内容渠道（如抖音、小红书）的正向 UGC 传播量，旗下各景区在平台的话题传播量巨大，如抖音平台上仅杭州宋城的话题就达到了 19.6 亿次的播放量，类似这样的话题还非常多，如穿越狂欢节、狂欢中国年等。接下来公司将继续大力打造有温度、有内容、有创意的活动来提升游客口碑，同时通过口碑来反哺销售，实现营销的正向循环。感谢您的关注。 34、随着免签政策，国外游客大量来国内旅游，公司是否有相关宣传政策吸引国外客户？ 答：您好，针对外宾市场公司采取团队+散客并行的方式，在线下市场端从国外的源头市场进行推广，从线路端进行大量的产品曝光，同时加大外宾住宿、用餐、购物等接触点的广告露出；针对自由行游客，公司通过国外达人的多渠道内容曝光、简化的购票方式、外宾特惠票型等组合营销拳进行“伏击”。谢谢。 35、公司在营销方面构建了生态化营销矩阵，穿透消费分层。请问在精准触达不同消费群体方面，公司有哪些独特的策略和成功案例？ 答：随着社会经济和网络环境的高速的发展，个体的自我意识和信息获取渠道也越来越多元。有别于传统的营销模式，我们目前采取的是正漏斗和反漏斗并行的营销策略，正漏斗即从泛人
--	---

	群的触达到转换；反漏斗即从小众人群着手，通过人群需求-意见领袖发声-跨圈突破-人群转换。策略的根基是景区多元的活动，近几年景区活动始终围绕“从大众到小众”，通过针对大学生、亲子、银发、团建、情侣等人群开展多种活动，精准有效的触达并转换了这些人群。 36、面对文旅行业的季节性波动，公司采取了哪些措施来平衡淡旺季的业务差异？ 答：游客的出游必然是有规律的，从全国乃至世界的旅游景区来看，都存在“假日经济”。如何最大力度的打开淡季市场一直以来是营销的重点，银发、研学、团建等人群是突破淡季的“核心人群”，凭借强大的线下市场网络覆盖和广场舞、换装、歌友会等活动公司有效地对银发人群进行了挖掘；凭借对于中国文化深度和广度的提炼，吸引了大量的研学人群；同时凭借特色的剧本杀、定制演出、特色派对等活动正在逐步打开团建市场。公司将继续加大多元的景区活动和营销策略，不断开发各类有效人群。 37、您好，针对上海千古情、张家界千古情、九寨千古情是否有提升影响力和收入的规划？公司将如何去做这几个千古情的推广工作？另外，针对杭州宋城、三亚千古情、丽江千古情的收入下滑情况，公司是否有方案去提升或者维持这几个千古情的收入？公司针对所有的千古情景区，每年会有多少活动或者演出的更新？公司如何让消费者重复游玩千古情？谢谢。 答：目前公司针对旗下各千古情所在区域、游客构成及消费特点等均有不同的营销规划和策略。公司将继续聚焦“用当地文化讲好当地故事”，通过有当地特色的内容和活动、具备影响力的当地及全国大量跨界意见领袖、灵活的符合营销节点和规律的市场价格活动等精细化营销动作来做好系列推广工作。深耕每个千古情本身的内容、活动、演出将带来良好的市场口碑，形成品牌效应，推动游客在全国千古情景区之间的复游率。
--	---

	38、您好！请问根据场次和收入之间的关系，大致可以算出每场实际营收，相较于 2019 年场均收入跌幅较大，请问主要因素是什么？票价打折还是二次消费下降？谢谢。 答：您好，公司成熟景区客单价相比于 2019 年整体保持稳定，培育项目以市场占有率为主要运营导向，票价政策会更加灵活；此外，随着接待能力的提升以及场次的培育，各个景区在场次安排上更加注重游客观演体验，部分时段上座率不再那么拥挤和饱和。感谢您的关注。 39、陈总你好！今年五一演出场次和销售全部创出新高，那经营业绩同步创出新高?大多数投资人感觉演出票价格打折影响业绩增长!请问今后演出票打折会影响多少经营业绩？谢谢！ 答：您好，正如前面所述，公司成熟景区客单价整体保持稳定，培育项目以市场占有率为主要运营导向，票价政策会更加灵活；同时，随着接待能力的提升以及场次的培育，各个景区在场次安排上更加注重游客观演体验，部分时段上座率不再那么拥挤和饱和。公司采取灵活策略来巩固市场优势确保使营业收入的增长。另外，公司二季度经营的财务数据请关注后续公司披露的 2025 年半年度报告。感谢您的关注！ 40、公司提到文旅产业正朝着新消费、新供给、新业态、新生态的方向发展，在这些新趋势下，公司如何调整自身业务，以更好地适应市场变化？ 答：您好，公司将主要从内容升级、场景打造、营销变革、市场突破、产品定价等方面不断调整、优化和升级，以更好地适应市场变化。感谢您的关注。 41、财务陈总监你好！请问一下五一假期主营业务销售创新高，那主营业务利润如何？也是同步创新高吗？这次投资 30 亿投资中，准备投资证券市场的资金有多少？谢谢。 答：您好，有关公司二季度经营的财务数据请关注后续公司披露的 2025 年半年度报告，公司闲置自有资金主要投向银行保
--	---

	本或风险极低的存款/理财产品，截至目前没有投向证券市场，感谢您的关注。 42、2024 年公司在营销推广方面投入增加，销售费用同比增长 58.78%。主要投向哪些营销项目？ 答：您好，公司 2024 年度销售费用同比增长 58.78%，主要系公司加大了对抖音、微信、小红书等媒体的广告宣传投放。感谢您的关注！ 43、你好，疫情过去几年了公司赢利逐年上升，为什么股价一直跌跌不休，在旅游板块里一直最后，公司有什么办法吗？ 答：您好，股价走势受宏观经济政策、市场环境、行业发展等多重因素影响，请您注意投资风险。公司一直努力做好经营，持续做好产品和服务，从而不断提升企业盈利能力和长期成长性，增强市场对公司的信心和价值认同。感谢您的关注。 44、公司应对市值管理有具体的措施，特别是因贵司大股东造成的宋研的减持问题，要有相应的具体对策与措施，请问有措施吗？ 答：您好，公司通过不断提升经营水平和规范运作水平等方式提高公司质量，同时不断提高信披质量和提升股东回报等方式推动公司投资价值合理反映公司质量。股东根据其自身决定作出投资决策，公司对合法合规的减持予以尊重，同时依法履行信息披露义务。感谢您的关注。 45、宋城演艺目前无论营收还是利润都在旅游板块是龙头，上市公司如何加大沟通和路演，让更多的机构投资者参与进来。 答：公司始终重视与投资者的交流与沟通，通过多元化渠道（包括投资者热线、专属邮箱、互动易平台等）保持高效沟通，并积极参与券商策略会、举办实地路演及机构调研活动，持续深化与资本市场的互动对接，提升透明度和投资价值认同。 46、公司机构投资者较少，25 年一季度还有所下降，公司制定的《市值管理措施》采取了什么实际举措吸引机构投资者兴
--	--

	趣？对此，机构投资者反馈如何？ 答：您好，公司在制定 2024 年年度利润分配预案时，广泛听取了包括机构投资者在内的各类投资者的建议和诉求，大部分机构投资者对公司年度分红方案还是比较认可的。感谢您的关注。 47、总裁你好！我想请问管理层如何提振投资人信心的问题！信心来至于良好的公司预期管理，公司管理层尽力把公司的主营业务和利润做好是不够的！为何宋城演艺去年业绩好但市场还是不够积极！主要是市场认为宋城演艺模式未来要走下坡路！而宋城演艺今年的变化已经非常明显，但还不够，主要是管理层如何做好未来经营模式预期管理，公司大股东和公司不愿意增持和回购，让市场机构投资人感觉公司没有发展潜力！希望大股东和管理层提升预期！ 答：您好，宋城演艺 2024 年实现营收 24.17 亿元(+25.49%)，净利润 10.49 亿元，结合整体市场环境，这样的成绩充分凸显了公司“主题公园+文化演艺”模式的竞争力和生命力。公司近期在演艺公园内容品质提升和市场推广等方面推出一系列新举措，将进一步夯实公司的核心竞争力。在做好公司经营的同时，公司将进一步提高信息披露质量，加强与投资者的沟通交流，推动市场价值与内在价值相互促进，不断提升公司投资价值和回报股东能力。感谢您的关注。 48、@常务副总裁、董事会秘书赵雪瓔，赵总你好！股市是需要信心和预期管理的市场！国家这次预期管理非常好，给股市提振了信心！而宋城演艺在旅游消费行业中业绩最好，走势最差！就是公司管理层缺乏给机构投资人信心和良好的预期管理沟通！让机构投资人无法中长线投资！请问赵总和管理层如何去提振投资人信心和做好预期管理的大文章？谢谢！ 答：您好，公司近期在演艺公园内容品质提升和市场推广等方面推出一系列新举措，将进一步夯实公司的核心竞争力。在做
--	---

	好公司经营的同时，将进一步提高信息披露质量，加强与投资者的沟通交流，推动市场价值与内在价值相互促进，不断提升公司投资价值和回报股东能力。感谢您的关注。 49、商总裁你好！今年国家政策大力发展消费服务业，民营经济法也出台支持民营经济的发展!而中华文化旅游博大精深，如何发展中华文化的千古情和年轻人喜欢项目融合发展是宋城演艺打破瓶颈的关键!请问商总和管理层有设想和计划？目前市场机构投资人对宋城演艺的预期不高!关键就是管理层没有好的预期管理措施，希望商总和管理层给市场多多提振信心的预期管理!美好的前景和良好的业绩预期是给机构投资人最大的信心！谢谢！ 答：您好，您说的也是我们一直在思考和践行的事情。公司始终坚守中华文化立场，致力于用中国文化讲好中国故事、传播好中国声音；公司注重传统文化时尚表达，在坚持演艺作品精神内核的基础上，持续推动娱乐科技化和科技娱乐化，不断打造“文化+旅游+科技”深度融合的文旅产品，尤其针对散客化、年轻化趋势，公司不断升级优化产品内容和营销方式，打造沉浸式 NPC 互动玩法，打造网红 IP 矩阵营销新方式，推出万人同唱一首歌等大型互动节目，受到年轻群体的喜爱。关于您的第二个问题，公司将不断提高信息披露质量，进一步加强与投资者的沟通交流，积极用好分红等工具提升股东回报。感谢您的关注。 50、建议公司向股东免费发放门票，这样既可回报股东，又可通过股东带动园区人气和其他消费，提升公司演艺品牌知名度。 答：您好，感谢您的建议。 51、宋城演艺，从 2023 年亏损到 2024 年实现盈利，股价却一路下跌，股价长期低迷的时候，公司也没有为了维护投资者权益出资回购，大股东反而在不断减持，请问公司接下来如何实现利润增长，同时维护二级市场投资者权益？？公司商誉减值对公
--	---

	司未来发展有多大影响？ 答：您好，2023 年和 2024 年，大股东未实施减持。公司将继续全力以赴做好经营，以演艺主业为核心，通过深挖成熟项目的增长潜力，提升培育项目的市占率和口碑，并基于公司整体发展战略，稳步拓展新项目，以实现营收与利润的持续增长。在不断提升经营水平的同时，进一步提升规范运作水平，提高信息披露质量，加强与投资者的沟通交流，并制定积极合理的股东回报方案。截至 2024 年末，公司持有花房集团长期股权投资账面价值 7.76 亿元，已接近公司享有花房集团可辨认净资产的份额，目前尚未发现花房集团存在减值迹象。感谢您的关注。 52、宋城演艺有做市值管理吗？为何不回购反而减持？ 答：您好，公司制定了《市值管理制度》并严格执行，感谢您的关注。 53、股票跌跌不休，公司管理层不感到羞愧么？ 答：您好，2024 年度，公司归母净利润 10.49 亿元，占旅游及景区 22 家上市公司净利润总额的 63.6%；公司拟实施 5.25 亿元年度现金分红，分红金额较上一年度增长一倍。股价走势受宏观经济政策、市场环境、行业发展等多重因素影响，请您注意投资风险。 54、公司股票已经跌了很久很久了，公司现金流这么多，为什么不回购一些呢。投资者亏损累累，公司发布的市值管理有进一步措施吗？ 答：您好，回购事项需综合多方因素而定，若有相关计划公司将按相关规定及时进行公告。同时公司通过不断提升经营水平和规范运作水平等方式提高公司质量，通过不断提高信披质量和提升股东回报等方式推动公司投资价值合理反映公司质量。 55、大股东减持到位没，这是一个普遍性提问，希望认真回答。 答：您好，目前公司未收到大股东及其一致行动人减持计划
--	--

	的通知，感谢您的关注。
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 5 月 13 日