

证券代码：300144

证券简称：宋城股份

公告编号：2013-015

## 杭州宋城旅游发展股份有限公司 2012 年度报告摘要

### 1、重要提示

为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应到指定网站仔细阅读年度报告全文。网站地址为：  
chinext.cninfo.com.cn；chinext.cs.com.cn；chinext.cnstock.com；chinext.stcn.com；chinext.ccstock.cn。

#### 声明

本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本报告所载资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

公司董事、监事、高级管理人员对年度报告内容的真实性、准确性和完整性均无异议。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

公司年度财务报告已经立信会计师事务所审计并被出具了标准无保留意见的审计报告。

公司负责人黄巧灵、主管会计工作负责人张娴及会计机构负责人(会计主管人员)陈胜敏声明：保证年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

本报告中如有涉及未来的计划、业绩预测等方面的内容，均不构成本公司对任何投资者及相关人士的承诺，投资者及相关人士均应对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。

公司董事会建议以公司 2012 年 12 月 31 日的总股本 55,440 万股为基数，每 10 股送现金红利 1.50 元，并以资本公积转增股本，每 10 股转增 0 股。

#### 公司基本情况简介

股票简称	宋城股份	股票代码	300144
联系人和联系方式	董事会秘书		证券事务代表
姓名	董昕	侯丽	
电话	0571-87091255	0571-87091255	
传真	0571-87091233	0571-87091233	
电子信箱	dx@chinascgf.com	hl@chinascgf.com	
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

## 2、会计数据和财务指标摘要

	2012 年	2011 年	本年比上年增减(%)	2010 年
营业总收入 (元)	586,157,062.80	504,532,175.14	16.18%	444,756,661.95
营业成本 (元)	177,879,156.28	125,278,040.84	41.99%	105,488,846.32
归属于上市公司股东的净利润 (元)	256,545,865.98	222,218,569.82	15.45%	163,337,928.84
经营活动产生的现金流量净额 (元)	395,550,930.71	294,952,116.57	34.11%	250,359,905.77
基本每股收益 (元/股)	0.46	0.40	15%	0.38
稀释每股收益 (元/股)	0.46	0.40	15%	0.38
加权平均净资产收益率 (%)	9.22%	8.5%	0.72%	32.54%
	2012 年末	2011 年末	本年末比上年末增减 (%)	2010 年末
期末总股本 (股)	554,400,000.00	369,600,000.00	50%	168,000,000.00
归属于上市公司股东的每股净资产 (元/股)	5.21	7.32	-28.83%	15.08
资产负债率 (%)	8.33%	11.08%	-2.75%	14.85%

## 3、股本结构及股东情况

### (1) 股份变动情况

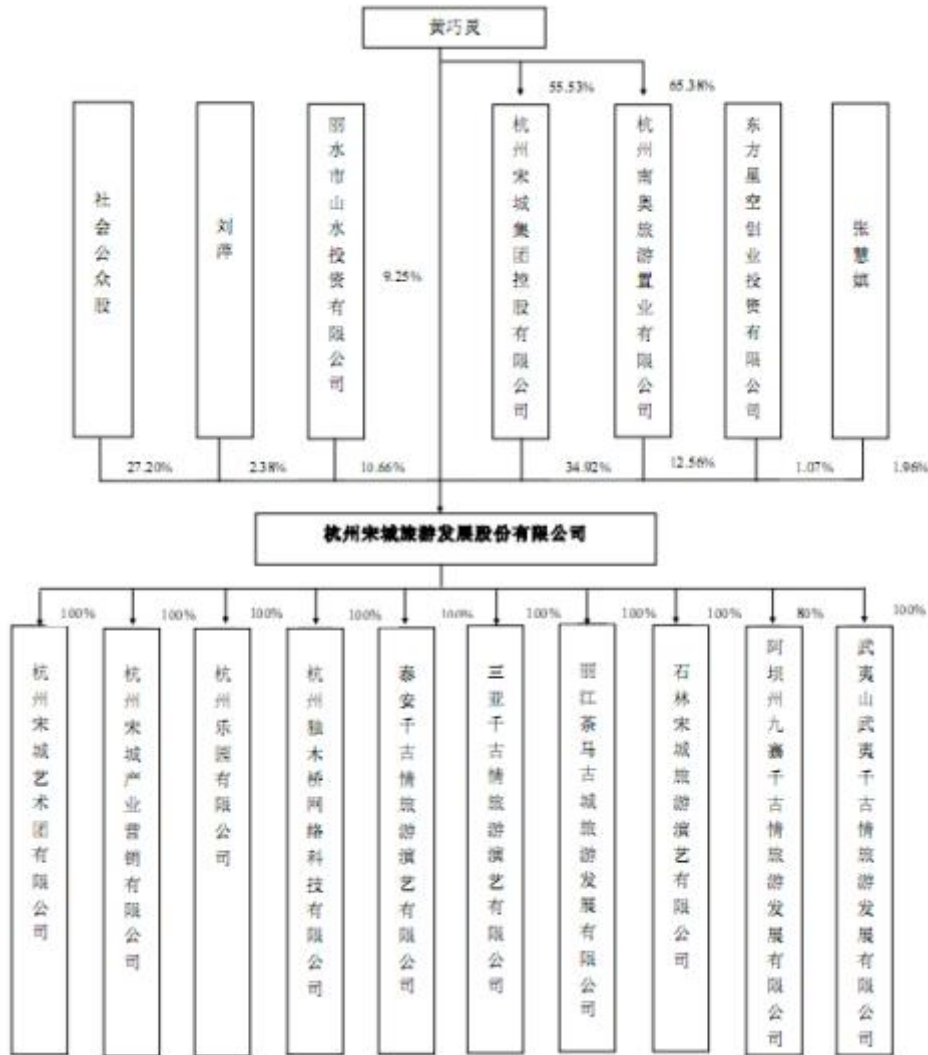
	本次变动前		本次变动增减 (+, -)					本次变动后	
	数量	比例(%)	发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	数量	比例(%)
一、有限售条件股份	252,285,000	68.26%			126,075,000	451,088	126,526,088	378,811,088	68.33%
3、其他内资持股	252,285,000	68.26%			126,075,000	451,088	126,526,088	378,811,088	68.33%
其中：境内法人持股	204,380,000	55.3%			102,122,500	-135,000	101,987,500	306,367,500	55.26%
境内自然人持股	47,905,000	12.96%			23,952,500	586,088	24,538,588	72,443,588	13.07%
二、无限售条件股份	117,315,000	31.74%			58,725,000	-451,088	58,273,912	175,588,912	31.67%
1、人民币普通股	117,315,000	31.74%			58,725,000	-451,088	58,273,912	175,588,912	31.67%
三、股份总数	369,600,000	100%			184,800,000		184,800,000	554,400,000	100%

## (2) 公司股东数量及持股情况

报告期股东总数	13,317	年度报告披露日前第 5 个交易日末的股东总数	12,834			
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	34.92%	193,572,895	192,390,000		
杭州南奥旅游置业有限公司	境内非国有法人	12.56%	69,630,000	69,630,000		
丽水市山水投资有限公司	境内非国有法人	10.66%	59,107,196	44,347,500	质押	37,800,000
黄巧灵	境内自然人	9.25%	51,271,450	51,076,088		
中国银行—工银瑞信核心价值股票型证券投资基金	境内非国有法人	4.03%	22,349,963	0		
中国建设银行—华宝兴业多策略增长证券投资基金	境内非国有法人	3.26%	18,099,208	0		
刘萍	境内自然人	2.38%	13,200,000	13,200,000		
张慧嫔	境内自然人	1.96%	10,890,000	8,167,500		
东方星空创业投资有限公司	国有法人	1.07%	5,940,000	0		
全国社保基金—零七组合	境内非国有法人	0.81%	4,509,964	0		
前 10 名无限售条件股东持股情况						
股东名称	持有无限售条件股份数量	股份种类				
		股份种类	数量			
中国银行—工银瑞信核心价值股票型证券投资基金	22,349,963	人民币普通股	22,349,963			
中国建设银行—华宝兴业多策略增长证券投资基金	18,099,208	人民币普通股	18,099,208			

丽水市山水投资有限公司	14,759,696	人民币普通股	14,759,696
东方星空创业投资有限公司	5,940,000	人民币普通股	5,940,000
全国社保基金一零七组合	4,509,964	人民币普通股	4,509,964
中国建设银行—华宝兴业收益增长混合型证券投资基金	4,406,178	人民币普通股	4,406,178
中国工商银行—博时精选股票证券投资基金	4,099,804	人民币普通股	4,099,804
中国光大银行股份有限公司—光大保德信量化核心证券投资基金	3,784,848	人民币普通股	3,784,848
中国建设银行—宝康消费品证券投资基金	3,701,120	人民币普通股	3,701,120
张慧嫔	2,722,500	人民币普通股	2,722,500
上述股东关联关系或一致行动的说明	杭州宋城集团控股集团及黄巧灵为公司控股股东及实际控制人；杭州南奥旅游置业有限公司为本公司第二大股东，黄巧灵为南奥置业实际控制人；丽水市山水投资有限公司为本公司第三大股东，董事季顶天为山水投资实际控制人；东方星空创业投资有限公司为本公司国有股东；全国社会保障基金理事会持有的本公司股份为东方星空创业投资有限公司转移，东方星空和社保基金所持股份于报告期内已全部解禁，山水投资根据上市承诺于报告期解禁所持股份的 25%；张慧嫔为公司董事，刘萍为实际控制人黄巧灵先生的关联自然人。		

(3) 公司与控股股东、实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



4、管理层讨论与分析

1、总体经营情况概述

2012 年是公司实现转变的一年，也是公司第四个五年计划的开局之年。虽然在世界经济复苏步履蹒跚，国内经济进入深度转型调整期带来经济增速减缓的大背景下，宏观经济形势呈现下行趋势，经济前景错综复杂、充满变数，但在十八大推动文化产业和旅游业科学发展精神的强大引擎下，公司“逆水行舟，稳中求进”，牢牢抓住自己“主题公园+文化演艺”的核心竞争力、加深品牌影响力、吸引力和感染力，以提升项目品质夯实基础为主线，以创意编导和规划建设异地项目为重点，以创新管理机制加强执行力为要素，精准目标、修炼内功、坚定前行，各项工作有序推进。作为股份公司主要利润贡献点的宋城景区保持稳健的增长态势、品牌美誉度持续提升；新项目烂苹果乐园也以市场的强烈热捧为公司赢得了超预期的口碑和收益；同时，公司稳健推进对外项目拓展，实现了九寨沟、武夷山两个新项目的落地，完善了公司战略布局蓝图。报告期内，公司接待入园和观演的游客共计 810 万人次，同比增长 15%；公司实现营业收入 58,615.71 万元，比上年同期增长 16.18%；利润总额为 34,119.93 万元，比上年同期增长 14.72%；归属于上市公司股东的净利润为 25,654.59 万元，比上年同期增长

15.45%。公司整体业绩在高基数且异地项目尚未贡献业绩的基础上仍然实现了稳健增长，截止 2012 年 12 月 31 日，创业板总共有 355 家公司，宋城股份总市值达 70.91 亿元，排名第 15 位；一至三季度归属于上市公司股东的净利润排名第 7 位。

2012 年度在扶优扶强的政策指引下，公司享受到政府对文化和旅游行业的双重扶持和奖励。报告期内，公司收到政府补贴共计 4,536.63 万元，本年度公司及下属公司获得荣誉如下：

时间	获奖主体	颁奖单位	获奖称号
2012 年 9 月	宋城股份	中共中央宣传部、文化部国家广电总局、新闻出版总署	全国文化体制改革工作先进单位
2012 年 5 月	宋城股份	光明日报、经济日报	第四届全国文化企业三十强
2012 年 2 月	宋城股份	信息早报	战略性新兴产业领军企业
2012 年 1 月	宋城股份	新元文智集团、清华大学新经济与新产业研究中心	2012 年度首届文化产业最佳商业模式成就奖
2012 年 11 月	宋城股份	道略文化产业研究中心	2012 年中国演艺机构竞争力排行榜旅游演出企业三强
2012 年 12 月	宋城景区	杭州市旅游委员会	2012 年度杭州市旅游行业质监网络建设先进单位
2012 年 2 月	宋城景区	中共西湖区委 西湖区人民政府	2011 年度西湖区旅游创强工作先进单位“优质协作奖”
2012 年 12 月	烂苹果乐园	杭州市婴童行业协会	最佳亲子体验点
2012 年 11 月	烂苹果乐园	驴妈妈旅游网	驴妈妈旅游网 2012 年最佳亲子游景区

## 2、公司近三年主要财务数据变动情况及原因分析：

单位：万元

项目	2012年度	2011年度	同比增减（%）	2010年度
营业收入	58,615.71	50,453.22	16.18%	44,475.67
利润总额	34,119.93	29,741.17	14.72%	21,798.34
归属于上市公司股东的净利润	25,654.59	22,221.86	15.45%	16,333.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,444.25	20,967.55	7.04%	17,131.39
经营活动产生的现金流量净额	39,555.09	29,495.21	34.11%	25,035.99

基本每股收益（元/股）	0.46	0.40	15.00%	0.38
加权平均净资产收益率	9.22%	8.50%	0.72%	32.54%
	<b>2012年12月31日</b>	<b>2011年12月31日</b>	<b>同比增减（%）</b>	<b>2010年12月31日</b>
总资产	319,883.02	304,152.12	5.17%	297,443.45
归属于上市公司股东的所 有者权益	288,708.42	270,445.83	6.75%	253,263.97
股本（元）	55,440.00	36,960.00	50.00%	16,800.00

报告期内，公司各项经营指标稳定增长，归属于上市公司股东净利润同比增长 15.45%，主要系宋城景区核心文化演艺产品《宋城千古情》的持续提升，景区二期失落古城、梁山好汉游乐区等项目的开放丰富了景区服务内容，有效扩大了游客游历空间，结合景区活动策划等节庆品牌的持续打造，大大提升了景区口碑效应，提高了客户满意度；杭州乐园努力克服因气候原因造成的不利影响，结合票价的合理提升使营收较去年略有上涨；《吴越千古情》和烂苹果乐园的推出使“主题公园+文化演艺”核心竞争力得以进一步完善。2012 年公司品牌影响力不断增强、销售网络日益完善，全年接待入园和观演游客达到 810 万人次，同比上涨 15%，并使得公司本年度整体经营业绩按照预期持续增长。

### 3、公司2012年工作进展以及公司发展战略和经营计划的实现情况

2012 年，公司以“求稳、求变、求新”为核心，主要围绕以下几方面开展了一系列的工作：

#### （1）大本营继续夯实，发挥产业优势，促进战略落实

##### 宋城景区、《宋城千古情》

2012 年是宋城景区整改扩建年，公司把推动先进的科技手段与景区氛围、演出效果的有机结合作为提高游客满意度的重要载体，加深科技转化力度，大力推进高科技旅游景区建设。失落古城全室内高科技体验区、惊险刺激的梁山好汉游乐区、禅韵十足的四大佛窟，三大新建投入区域打造了时尚动感、晴雨皆宜的新宋城，同时将景区的游览面积扩大了近两倍，大大增加了景区的游历空间，也为后续公司长远发展、和周边配套共同打造成为古今结合、游玩休闲结合的旅游目的地奠定了扎实的基础。2012 年《宋城千古情》持续提升演出质量，这台市场口碑和满意度极高的演出在旅游旺季经常出现一天连演 7、8 场还一票难求的场面，全年共计演出 1279 场。同时，公司也将景区活动策划和提升经营并举，在原有《新春庙会》、《火把节》、《泼水节》等经典的宋城节庆活动基础上，推陈出新，新增了《锅庄狂欢节》、《清明祭祖大典》、《南宋美食节》等活动，把文化、产业、节庆深度融合，实现文化搭台，旅游、产业唱戏，实现了景区游客量的稳步提升、客户满意度的整体提高和景区人均消费的有效拉动。

##### 杭州乐园、《吴越千古情》

杭州乐园在全年阴雨天气及台风闭园等自然不利因素影响下，始终保持攻坚克难的坚韧精神和开拓创新的进取精神，实行软硬两手抓。硬件设施上，重视园区内游乐设施的更新和维护，7 月 1 日，杭州乐园水公园全新亮相，增加了寂寞小乌龟、神奇铅笔、海螺滑梯等数十项国内首屈一指的超炫超酷超级水上游乐项目，整体游玩面积扩大到 30000 平米。同时狠抓软实力，举办了首届新锐艺术节，活体雕塑表演、快闪街舞等活动精彩呈现；涂鸦大赛作品点亮园区文化创意氛围；再度携手浙江卫视共同打造水上真人闯关游戏“闯关我最棒”第四季，引爆夏季人气，“嬉水狂欢节”、“秋季万圣节”等品牌节庆活动持续进行，赢得了游客的口碑。

大型歌舞《吴越千古情》于 2012 年 2 月 14 日在杭州乐园大剧院隆重上演，同期公司策划组织了“千人长吻节”作为首演典礼的活动，1500 对情侣集聚杭州乐园大剧院，共同观看了这场荡气回肠的春秋绝恋，并上演了一场浪漫的千人长吻，感受 2500 年前那段旷世爱情奇缘。当日，新浪微博转发高达 3 万次，腾讯微博上“爱的宣言”也超过了 2 万条，被誉为 2012 年度情人节人气最旺的活动之一。《吴越千古情》的演出效果也受到了一致的肯定，但作为公司在杭州本土推出的大型演出，《吴越千古情》和其他异地项目不同，它必须与《宋城千古情》在文化提炼和市场上形成互补和扩容，是一次高难度的自我突破和经验再造。在运作《吴越千古情》时，公司营销团队积极深入源头市场，扩大市场底盘的流量，在前期市场铺垫上做了很多探索和挖掘，也为未来市场的提升作好了充分的准备。同时《吴越千古情》的剧院改造和剧目编创过程也为异地项目积累了丰富的经验，起到了重要作用。

“十一”黄金周期间，公司进行了“杭州乐园+吴越千古情演出”的组合尝试，演出上座率高达 87%，不仅有效缓解了乐园游客排队等候游玩的压力，降低游客投诉率，提高了游客满意度，也为公司整合营销，突显核心竞争力打开了思路，使杭州乐园在未来更加清晰了发展定位和模式，具备了与同类主题游乐园真正差异化的核心能力。

#### 烂苹果乐园

烂苹果乐园于 7 月盛大开幕，它是一座融汇众多高科技互动游乐项目为一体的全室内主题乐园，以“风格鲜明、主题突出、晴雨皆宜、老少同乐”为设计理念，是目前国内最大的综合性室内高科技互动主题乐园。作为公司一个全新产品，烂苹果乐园定位清晰、通过精心的产品设计和高效建设、辅以大胆策划和宣传活动将新产品成功推向市场，并根据市场规律不断调整经营策略和开园时点，大大提高了产品利润率。园内“捐书会”、“亲子夜游”活动有序开展，烂苹果乐园自研产品“生日潮剧”，深受家长好评，成为营收新亮点；多家省内知名少儿节目在烂苹果乐园取景拍摄，如浙江少儿频道《加油宝贝》、《小鬼当家》等节目，广泛提升了烂苹果乐园的知名度和美誉度。同时，园内举办亲子嘉年华主题活动并开放夜游，精灵魔法大派对、亲子运动会、酷卖创意集市等活动络绎不绝，还邀请了众多动漫卡通明星及动漫名家与游客现场互动，各项活动受到了游客的热烈追捧，使烂苹果乐园取得了超预期的喜人业绩。

### (2) 稳步实现战略蓝图，精雕细琢，努力打造精品演艺

报告期内，公司继续稳健推动异地一线旅游目的地城市的战略布局，实现了九寨沟和武夷山项目的落地，相继成立、控股了武夷山武夷千古情旅游发展有限公司和阿坝州九寨千古情旅游发展有限公司，进一步完善了公司的对外战略蓝图。目前，各地项目的深入调研、采风研讨和规划设计工作已全线展开，其中，三亚、丽江项目的主题公园定位、民俗风情景观把控和施工建设工作较为顺利，同时公司邀请了知名舞美、服装、编导共同参与剧目编创，突破自我，将公司自身的设计和编创理念与大师进行艺术和灵感的巅峰对决，迸发新的艺术理念，结合市场亮点和兴奋点，使剧目的编创水平实现飞跃式的跨越，为打造演艺精品、实现公司全国范围的艺术盛宴奠定了坚实的基石，公司“主题公园+文化演艺”的经典模式在一线旅游目的地的拓展取得突破性进展。

### (3) 品牌打造，拓展营销新思路

#### 1) 打造景区节庆品牌

公司着力打造“主题公园+文化演艺”的独特经营模式，坚持“建筑为形，文化为魂”的核心理念，注重景区的文化包装和氛围营造。从宋城的“泼水节”到杭州乐园的“万圣节”，到烂苹果乐园的“亲子嘉年华”，公司打造的各大节庆主题活动已经成为景区广受好评的重要助推器，成为了公司旗下各个产品区别于其他同类型产品的强大的不可替代的竞争优势，有效提升了公司产品的吸引力、知名度和美誉度。

#### 2) 全力拓展旅游客源市场

报告期内，公司进一步加大市场营销的网络化建设，拓展营销渠道；积极做好与各大旅行社的沟通，密切关注源头社的动态。同时，公司也在省外组团市场上积极开拓，扩大亲子市场、大学生市场、老年专题市场的覆盖面，为下一步本地市场及外地项目市场的引爆打下扎实的市场根基。

### 3) 推进营销方式蝶变转型

2012 年，公司成立了全资子公司独木桥网络科技有限公司，以公司旗下各个主题公园和文化演艺项目为载体，将实现公司营销模式的蝶变转型，增加了营销的力度，拓宽了营销的覆盖面，开辟了线上营销的新渠道，为公司下一步实现多地项目经营铺设了有力的落脚点；同时，独木桥电子商务平台的设立突破传统的旅游电子商务模式，立志打造个性化旅游、文化体验线路，以强大的景区经营能力形成线上线下完善的服务支撑，为游客带来个性化的全新旅游休闲体验，同时，独木桥也将为旅行社会员提供独一无二的信誉和品质保障，使游客出行更加放心，从而赢得更加广泛的市场容量。

#### (4) 切实抓好经营管理工作，夯实发展基础

##### 1) 推广景区标准化建设

始终坚持服务引领，再造优势。让优质服务标准化、有形化，同时建立快速的游客投诉应急处理体制。

始终牢固树立“做产业就是做服务”的理念，强化服务环境建设，软硬并举，坚持“优质服务”是景区发展的“推进剂”，是公司业绩提升的关键要素所在。

大力推广标准化体系应用，深入开展服务设施、标志、环境、质量、管理等涉及景区服务环节的标准化体系改造，全面提升景区服务整体素质。

在管理方式上进行了重大改革，实施大部制，进行扁平化管理，统一管理口径，减少管理层级，加强执行力，做到了管理出效益。

##### 2) 加强数据统计和分析工作

对公司旗下产品的游客人次和收入实行规范化、标准化的统计，建立公司经营运行数据分析制，定期对公司经营的各项关键指标情况及旅游、文化公司的相关数据和发展战略进行分析和研究，为公司制定精准的战略计划提供有效的决策咨询和数据支撑。

##### 3) 加强景区智能化建设

联合优秀的智能化网络服务商，推进景区办公自动化、信息自动化和智能化建设，拓宽信息化建设领域，进一步提升景区服务水平，推动景区管理水平再上台阶，实现智能景区、智能旅游的紧密结合。

#### (5) 建立健全景区安全保障体制机制，强化景区安全监管

报告期内，公司进一步建立健全了景区安全保障机制和安全风险监测、评估、预警制度。强化安全监管力度，落实安全责任制，增强应急处理能力，建设应急预案体系，进一步完善了安全管理体系。通过安全大检查、隐患大排查，坚持突击检查、日常稽查和不定期巡查相结合，抓好突出问题的专项检查，着力抓好重点环节、重点时段、重点人员的管理。强化安全组织领导机制，加强安全例会、安全培训，巩固安全培训机制，做到抓安全工作不松懈。同时，建立健全景区安全预警和应急机制、台风等气象信息预报机制，完善安全救助体系。

#### (6) 强化人才储备和保障机制，完善人才激励和考核制度

建立常态培训和考试机制，加强与专业院校的交流和合作，增加艺术类、管理类专业人才的储备，举办员工技能大赛，以赛代训，提高全体员工的技能和素质。

建立健全人才激励和考核机制，实行股权激励计划，有效调动中高层经营管理干部和骨干员工的积极性，激发各类人才的创造力和创新意识，形成人才辈出、人尽其才的新局面。同时加大力度以培训学习、竞赛激励、制度规范为抓手，创新做好人才建设，进一步提升经营管理水平。

## 5、涉及财务报告的相关事项

### (1) 公司与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的说明

不适用

### (2) 公司报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

不适用

### (3) 合并报表范围发生变更说明

与上年相比本年（期）新增合并单位4家，原因为

本年新增合并单位	投资比例	原因
武夷山武夷千古情旅游发展有限公司	100.00%	本年新设
阿坝州九寨千古情旅游发展有限公司	80.00%	本年投资取得
杭州独木桥网络科技有限公司	100.00%	本年新设
杭州独木桥旅行社有限公司	100.00%	本年新设

### (4) 董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

不适用