

北京锋尚世纪文化传媒股份有限公司 关于对深圳证券交易所关注函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

北京锋尚世纪文化传媒股份有限公司（以下简称“公司”）于2021年2月23日收到深圳证券交易所创业板公司管理部《关于对北京锋尚世纪文化传媒股份有限公司的关注函》（创业板关注函〔2021〕第106号）（以下简称《关注函》）。公司董事会对此高度重视，对相关事项进行逐项核查落实，现对关注函所关注的有关事项回复如下：

1. 请结合你公司所处行业特点、发展阶段、经营模式、最近两年收入及净利润增长情况、未来发展战略等进一步说明利润分配及资本公积金转增股本预案（以下简称“利润分配预案”）的确定依据及合理性。

回复：

（1）本次利润分配方案与公司业绩成长的匹配性

① 公司所处行业特点与成长性

随着居民消费从以“物质消费”为主转向以“精神文化消费”为主，文化创意与设计服务业保持了较快的增长速度。根据国家统计局数据，2017-2019年我国文化创意与设计服务业增加值由4,537亿元增长至7,640.4亿元，年均复合增长率为30%，占同期文化及相关产业增加值比重由13.10%增长至17.2%。

公司业务范围涵盖大型文化演艺活动、文化旅游演艺、景观艺术照明及演绎等多个领域，其发展与下游演出市场、旅游市场、景观艺术照明市场紧密相关。

演出市场：随着居民精神文化消费需求的增强，近年来我国演出市场整体发展态势良好。根据国家统计局数据，2007-2018年我国艺术表演团体演出场次由92.2万场增长至312.46万场，年均复合增长率为11.73%。艺术表演团体演出收入由12.04亿元增长至152.27亿元，年均复合增长率为25.95%。由此可见，我

国演出市场较为快速的发展趋势，为文化创意产业提供了丰富的业务机会。

旅游市场：消费观念的升级为旅游业的发展提供了强大的推动力，近年来我国旅游市场旅游收入和游客人数呈现快速增长的趋势。根据文化和旅游部公布的《2019年文化和旅游发展统计公报》，2019年国内旅游市场和出境旅游市场稳步增长，入境旅游市场基础更加牢固。全年国内旅游人数60.06亿人次，比上年同期增长8.4%；入境旅游人数14531万人次，比上年同期增长2.9%；出境旅游人数15463万人次，比上年同期增长3.3%；全年实现旅游总收入6.63万亿元，同比增长11.1%。根据道略文旅产业研究院最新数据显示，旅游演艺节目台数由2013年的187台增加到2019年的340台，其中2019年旅游演艺340台，同比增长11.5%，旅游演艺观众达到9583.2万人，同比增长14.3%。近年来，我国旅游演艺市场由发展初期“多而散”的粗放模式转变为“重创新、精制作”的精品模式，向主题化、专业化、规模化、品牌化的方向发展。推动文化创意产业与旅游业深度融合发展，是旅游市场发展的客观需求，是文化创意产业未来新的增长点。

景观艺术照明市场：随着我国城镇化进程同步快速推进，2006-2019年，我国城镇人口已从5.83亿增长到8.48亿，城镇化率从44.34%增长到60.60%。我国城镇化水平的不断提高推动了地区夜间商业活动的发展；同时，居民对城市景观灯光提出了更高的观赏性要求，直接推动景观艺术照明行业的快速发展。城市照明已不再是简单照明的功能，而是通过灯光语言构建空间、渲染气氛，从而更好地展现建筑的设计理念、诉说城市的历史底蕴和文化特质，实现景观艺术照明功能性和艺术性的完美结合。在此过程中，需要将景观照明设计与文化创意充分结合，挖掘城市的文化特性，用个性化的灯光创意设计提升艺术效果、展现城市魅力。根据中共中央、国务院发布的《国家新型城镇化规划（2014-2020年）》，城镇化是保持经济持续健康发展的强大引擎，到2020年，我国常住人口城镇化率将达到60%左右，仍低于发达国家80%的平均水平。由此可见，我国景观艺术照明市场容量仍有很大的提升空间。

综上所述，公司业务的下游演出市场、旅游市场、景观艺术照明市场仍将持续快速发展，前景较好，公司所处行业仍有很强的成长性。

② 公司目前发展阶段及发展情况

公司成立之初，专注于舞台灯光创意、设计及制作服务，主要应用领域为大型文化演艺活动。随着业务规模的扩大和市场知名度的提升，公司凭借自身优秀的创意设计能力和丰富的重大项目经验，不断拓展业务应用领域、挖掘业务深度，逐步将业务应用领域延伸至文化旅游演艺和景观艺术照明及演绎，并由灯光设计及制作逐步转变为总制作，从而使得公司报告期内经营业绩快速增长。经过多年发展，公司业务范围逐步涵盖大型文化演艺活动、文化旅游演艺、景观艺术照明及演绎等多个领域。随着服务链条逐步延伸、业务范围逐步拓展，公司抗风险能力、盈利能力和市场竞争能力不断增强。2017-2019年，公司营业收入从2.06亿提到的9.12亿元，三年复合增长率达110.30%。2020年在遭受新冠疫情冲击下仍然保持了7.87%的增长，实现营业收入9.84亿元。

③ 公司经营模式

业务模式：公司结合自身优势及市场特点，为客户提供“创意策划+方案设计+设备租赁与销售+项目制作+后续服务”的全流程解决方案。提供多元化服务能够有效提高服务附加值、扩充客户群体、增强客户黏性。目前，公司已建立了一整套独立、完善的业务承接、采购、创意设计、项目制作模式和流程，形成了稳定的经营模式。

盈利模式：公司主要客户群体为资金实力较强、商业信用较好的政府部门、国有企事业单位、文化旅游投资企业、文化传媒企业等。公司的盈利模式为根据客户需求提供专业的概念策划、创意设计、项目制作等服务，并在此过程中提供灯光、音响等演艺设备的租赁和销售。公司根据项目内容收取设计费、制作费及设备租赁或销售费用。

业务承接模式：公司的项目一般通过招投标和业主直接委托两种方式承接。由于公司在行业中具有较高的品牌知名度和较强的市场竞争力，一些非必须招标的业务会直接委托公司提供服务。若项目涉及招投标或政府采购，公司相关部门制作投标文件，并在规定时间提交投标文件。项目中标或委托后，公司与客户进行商务谈判并签订合同。合同约定结算条件一般为四个阶段：合同签订支付20-30%；设备进场支付到60%；演出（首演）结束支付到70-95%；质保金5%

采购模式：公司面向市场独立采购，采购主要包括演艺设备等商品采购和创意设计外包、专业制作外包等业务外包。由于公司在产业链中的竞争优势，供应

商付款进度一般低于相应项目的收款进度。

综上所述，基于公司在产业链的竞争优势，从单个项目开始就保证了经营活动产生的现金流量处于健康的状态。良好的财务数据也印证了良好的商业模式。2017-2019年，经营活动产生的现金流量净额分别为1.18亿、1.38亿和1.75亿。2020年虽然受到新冠疫情冲击的影响，经营活动产生的现金流量净额仍然达到了0.79亿。

④ 公司近三年收入及净利润增长情况

公司牢牢把握市场机遇，近三年来公司业绩保持着较好的增长趋势，主要业绩指标如下：

单位：万元

| 项目 | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
|---------------|-----------|---------|-----------|--------|-----------|---------|
| | 金额 | 同比 | 金额 | 同比 | 金额 | 同比 |
| 营业收入 | 57,271.24 | 177.68% | 91,212.69 | 59.26% | 98,389.51 | 7.87% |
| 净利润 | 13,603.79 | 152.13% | 25,383.20 | 86.59% | 26,050.04 | 2.63% |
| 扣非净利润 | 13,549.06 | 132.18% | 24,145.01 | 78.20% | 22,875.56 | -5.26% |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 13,822.92 | 17.64% | 17,518.07 | 26.73% | 7,876.02 | -55.04% |
| 每股收益（元/股） | 2.52 | 133.33% | 4.70 | 86.51% | 4.34 | -7.66% |

备注：2020年每股收益下降7.66%，主要系公司在8月上市，募集资金尚未充分发挥效用所致。

近三年公司业绩稳定增长，业绩增长具有可持续性。

⑤ 未来发展战略

大型文化演艺活动：市场进一步下沉，拓展商业演出新领域。报告期内公司大型文化演艺活动主要为国家级重大项目，客户主要为各地政府。除了继续坚守国家大型项目市场外，公司将进一步下沉到商业演出项目和中型项目，转换传统业务模式，在政府客户（To G）基础上拓展企业客户（To B），增强客户的多元化，提高业务的稳定性，抢占市场份额。在2020-2021年湖南卫视跨年演唱会基础上，公司借助成功的项目合作模式与项目经验，打造可复制、可移植的品牌产品，面向头部电商平台的双11、618等项目及网络媒体平台、头部卫视的跨

年、春晚及各类年末盛典等定档演出，加大业务比重，重要推进。

文化旅游演艺：进一步延伸产业链。目前，公司作为主要演艺内容生产者，居于文化旅游产业链条中游。未来公司借助资本力量及项目经验，积极扩展行业领域，进入文旅产业的前端投资规划设计和后端运营，为客户提供全产业链的“一站式”服务，提高综合业务能力、完善服务经营模式，增强企业竞争力。在2020年7月成立郑州黄河颂演艺有限公司基础上，将进一步探索文化旅游演艺市场的商业运营领域。面向普通消费者（To C），提高业务稳定性。文化旅游演艺客户现阶段主要为旅游景区，属于To B端项目。为进一步拓宽业务面，稳定项目收益，扩展项目市场，2021年公司将借助公司强大的创意设计能力，引入日本、韩国等国际团队，开展已实现成熟商业化运作的互动新媒体装置展览模式，借助原有技术设备优势和创意设计团队，通过在景区、商圈等消费群体密集区驻场表演形式，直接进行票务运营管理，现已投入制作，将与大众陆续亮相。

综上所述，本次利润分配方案与公司业绩成长的相匹配，公司董事会结合上述情况，按照《公司章程》的相关规定，在兼顾公司的可持续发展前提下实施本次利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报。

（2）本次利润分配方案的确认依据及合理性

①公司经营状况和现金流量充足，具备稳健可持续盈利能力及利润分配基础

近三年来，公司保持着良好的经营业绩和增长态势，主营业务盈利能力和水平突出，经营性现金流量充足，具备稳健可持续盈利能力。公司近3年未分配利润变化情况如下：

单位：万元

| 项目 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|
| 期初未分配利润 | 5,686.51 | 18,025.44 | 42,881.54 |
| 加：归属于母公司净利润 | 13,603.79 | 25,383.20 | 26,050.04 |
| 减：提取法定盈余公积 | 1,264.86 | 527.11 | 901.00 |
| 期末未分配利润 | 18,025.44 | 42,881.54 | 68,030.58 |

截至2020年12月31日，经审计可供股东分配的利润为68,030.58万元，

资本公积 237,380.56 万元，未分配利润、资本公积充足，具备预案利润分配的基础。

②本次利润分配及公积金转增股本方案符合相关法律法规和《公司章程》的要求

根据《北京锋尚世纪文化传媒股份有限公司章程（草案）》（以下简称“《公司章程》”）规定，董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体差异化的现金分红政策：

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

(4) 公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

且《公司章程》还规定除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正，且符合相关法律法规和监管规定的前提下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。

本次权益分派预案为拟以权益分派实施时股权登记日应分配股数为基数，每 10 股派发现金股利人民币 10 元（含税），如股权登记日应分配股数与目前预计不一致的，公司将采用分派总额不变原则对本次权益分派方案进行调整，本次权益分派共派发现金 72,074,057 元。截至 2020 年 12 月 31 日，公司合并报表累计未分配利润为 68,030.58 万元，年末母公司累计未分配利润 65,450.64 万元，以合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低的原则，年末可分配利润为 65,450.64 万元，根据《公司章程》，2020 年以现金形式分配的利润应不少于 6,545.06 万元，本次权益分派元共派发现金 7,207.41 万元，符合《公司章程》要求。

③本次公积金转增股本也能够一定程度上扩大公司股本规模，优化股本

结构

公司于2020年8月24日首次公开发行股票并上市后的总股本为72,074,057股，截至目前公司总股本为72,074,057股，除此之外未有其他任何形式的股本增加，股本规模相对较小，资本公积充足。充分考虑到股东特别是中小投资者的利益和合理诉求，本次提议的利润分配及公积金转增股本方案能够一定程度上扩大公司股本规模，优化股本结构，增强公司股票流动性。

综上，本次利润分配的预案，是基于公司营运资金较为充沛，历史滚存的较高的未分配利润金额及较低的总股本等情况，充分考虑中小投资者的利益与合理诉求，遵守既定利润分配政策，履行上市前对股东回报的相关承诺。本次利润分配不会影响募投项目建设进度，也不存在损害上市公司利益的情形。

2. 2021年1月7日至2月3日期间，你公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价138.02元/股，你公司控股股东、实际控制人、股东西藏晟蓝文化传播合伙企业（有限合伙）、董事、高级管理人员持有的公司股票锁定期限已延长6个月。此外，你公司924,533股网下配售限售股将于2月24日上市流通。请结合你公司近期股价表现以及限售股上市流通情况补充说明你公司是否存在通过披露利润分配预案炒作股价以及配合股东减持的情形。

回复：

公司于2020年8月24日上市，因自2021年1月7日至2021年2月3日，公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价138.02元/股，触发公司控股股东、实际控制人、股东西藏晟蓝文化传播合伙企业（有限合伙）、董事、高级管理人员关于股份锁定的承诺，上述股东持有的公司股票锁定期限已延长6个月，即由2023年8月24日、2021年8月24日分别延长至2024年2月24日、2022年2月24日，具体详见公司于2021年2月5日披露的《关于延长股份锁定期的公告》（公告编号：2021-005）。公司披露利润分配预案的时间为2021年2月23日，晚于上述股东触发股份锁定承诺的日期，公司不存在通过披露利润分配预案炒作股价的情形。

公司924,533股网下配售限售股已于2月24日上市流通，上市流通股份仅占公司股本总数的1.2828%，共涉及3,370名股东，单个股东平均持274股，股权高度分散。以上股东均为公司首次公开发行参与网下配售的中签配售对象，该

部分限售股锁定期为自公司 A 股股票于深圳证券交易所创业板上市之日起 6 个月。

此外，公司推出本次权益分派方案后，截至目前公司股票交易不存在异常波动的情形。公司不存在通过披露利润分配预案配合上述股东减持的情形。

如问题 1 回复所述，公司 2020 年度权益分派预案是充分考虑中小投资者的利益与合理诉求，遵守既定利润分配政策，履行上市前对股东回报的相关承诺而作出的，符合《公司法》《公司章程》等规定，符合公司目前实际财务状况、盈利能力和未来发展规划等因素，有利于公司的正常经营和健康发展，符合公司全体股东的长远利益。

综上所述，公司不存在通过披露利润分配预案炒作股价以及配合股东减持的情形。

3. 请补充说明利润分配预案的筹划过程，你公司在信息保密和防范内幕交易方面所采取的措施以及相关内幕信息知情人及其近亲属在利润分配预案披露前一个月内买卖股票的自查情况。

回复：

(1) 内部筹划及决策过程

2021 年 1 月 10 日，公司财务部初步编制了 2020 年度合并财务报表，经初步测算，公司 2020 年度经营业绩良好。

2021 年 2 月 6 日，公司董事长和董事会秘书结合公司发展情况、经营需求和分红承诺，初步讨论了现金分红比例、资本公积转增股本比例等事项，并形成了初步利润分配及转增股本预案。

2021 年 2 月 8 日，公司形成 2020 年度利润分配预案，并将含有相关预案的董事会通知、监事会通知发送给全体董事、监事等相关人员。

2020 年 2 月 22 日，公司召开第二届董事会第十八次会议、第二届监事会第十一次会议，报告了公司 2020 年度利润分配及资本公积转增股本预案相关内容。公司董事会、监事会均同意向全体股东以资本公积向全体股东每 10 股转增 9 股，每 10 股派发现金股利人民币 10 元（含税）。公司独立董事针对此次事项发表了同意的独立意见。

2020 年 2 月 22 日，在股票市场收市后公司向深圳证券交易所上传并披露了《关于 2020 年度利润分配及资本公积金转增股本预案的公告》（公告编号：

2021-012)。

(2) 相关信息保密情况

公司在本次利润分配预案筹划过程中，严格遵守相关信息保密制度，在内幕信息公开披露前将该信息的知情人控制在最小范围内，并要求所有内幕知情人不得擅自以任何形式对外泄露该预案，并应妥善保管载有内幕信息的文件。公司已向深交所报备了 2020 年度利润分配预案的内幕信息知情人情况。

(3) 相关内幕信息知情人及其近亲属在利润分配预案披露前一个月内买卖股票的自查情况

经过自查，相关内幕信息知情人及其近亲属在利润分配预案披露前一个月内无买卖公司股票情况。

4. 请补充说明你公司在利润分配预案披露前一个月内是否存在接受投资者调研或媒体采访的情况；如存在，请补充说明是否存在向特定对象泄漏利润分配预案相关信息的情形。

回复：

公司截止 2021 年 2 月 22 日，在 2020 年年度报告披露前，近一个月内没有接受媒体采访或机构调研。在处理与投资者关系活动中，公司严格按照新修订的《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》及有关上市公司信息披露规范要求，并结合公司内部控制规范，严格执行《信息披露管理制度》并及时上报相关内部信息知情人数据，信息披露真实、准确、完整。不存在向特定投资者泄漏利润分配预案相关信息的情形。

5. 你认为需要说明的其他情况。

回复：

公司除前述事项外，无需要说明的其他情况。

特此公告。

北京锋尚世纪文化传媒股份有限公司

董事会

二〇二一年二月二十六日