本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

上海宽创国际文化科技股份有限公司

Shanghai BroadMesse International Creative & Technology Co., Ltd.

（中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

海通证券股份有限公司
HAITONG SECURITIES CO., LTD.

（上海市广东路 689 号）

声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
发行股数：	不超过 2,127 万股（含本数），占本次发行后总股本的比例不低于 25.00%；本次发行不安排股东公开发售股份。
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【】元/股
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市的交易所和板块：	深圳证券交易所创业板
发行后总股份：	不超过 8,507 万股
保荐机构、主承销商：	海通证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意下述重大事项提示。此外，在做出投资决策之前，请投资者认真阅读本招股说明书正文内容。

一、特别风险提示

本公司特别提醒投资者关注“第四节　风险因素”中的下列风险：

（一）宏观经济波动风险

公司主要为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展览会等展示场所提供数字文化展示的策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务，公司客户涵盖各级政府相关部门、政府投资建设平台、规模较大的工商企业等。公司所处的数字文化展示创意行业的发展与国家宏观经济走势相关，一般而言，宏观经济发展态势良好时，文化相关产业越繁荣，客户对展览展示的需求越多，从而为公司带来更多商业机会。如若未来几年我国宏观经济出现较大波动，将对数字文化展示创意行业的整体需求产生影响，进而对公司的经营造成影响。

（二）收入波动风险

由于展馆展厅展示创意单一项目金额通常较大，首先甲方招标数量与宏观产业政策和展馆展厅建设需求有密切关系；其次，公司能否中标，也与公司的创意设计能力、服务客户能力、准确获取机会能力等相关；再者，由于公司展馆展示创意设计服务主要以取得竣工验收单为收入确认依据，项目的实施、验收进度也将影响公司收入确认时点。以上因素，都将导致公司收入面临波动风险。

（三）应收账款较大的风险

报告期内，公司应收账款余额较大，2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31

日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日，公司应收账款账面价值分别为 10,055.28 万元、14,648.45 万元、22,546.43 万元及 22,295.15 万元，应收账款账面价值占流动资产的比例分别为 27.19%、29.66%、38.40%及 40.27%。公司展馆展厅项目合同约定为按节点付款，项目需经审计决算，周期普遍较长；且公司客户主要为地方政府及事业单位等，付款审批流程较长，且受地方财政资金管理及负债规模影响，导致公司回款较慢。随着公司业务规模的持续扩大，未来如果地方政府或企业客户出现资金紧张的情形，公司应收账款规模将处于较高水平，并占用公司大量营运资金，带来一定的经营风险。

（四）业务分包风险

公司是数字文化展示创意服务集创意领域集设计、制作、布展、维护于一体的综合提供商。创意设计方案是获得客户认同的决定性因素，也是确保项目实施效果达到预期的基础条件，因此创意设计在公司业务中具有核心地位。而装饰装修主要为室内基础装饰，该类型工作附加值低，技术含量要求低，属于公司非核心业务，且需要聘用大量工人。因此，公司专注于创意设计、影视动画、多媒体集成等核心环节及质量把控，将非核心业务如装饰装修等服务分包给具备相应实力的第三方实施。

报告期内，公司馆厅展示创意服务部分项目存在将装饰装修分包给无资质供应商及未经甲方认可进行分包的情形，具体情况详见“第六节　业务与技术”之“一、（四）6、公司业务模式合规性分析”。

公司各业务部门及项目现场管理团队对分包单位所承接分包项目的执行过程及完工情况严格把关。报告期内，公司确认收入的馆厅项目分包工程均已完工，且项目均获得甲方的竣工验收；公司未因业务分包事项而发生重大质量纠纷，且未受到住建部门相关行政处罚。

如果公司选择分包商不当或不能严格有效把控分包商施工质量，对分包商进行有效监督，将可能因分包商施工资质、质量引起纠纷或其他法律风险，存在被甲方追究法律责任或被主管部门处罚风险。

（五）日常业务运营中的诉讼风险

公司从事馆体、展厅、展览等主体空间设计施工一体化业务，涉及设计、施工、竣工、结算等多个环节，且公司将附加值较低的装饰装修业务进行分包，涉及与客户及分包供应商等多方主体确认工程量、支付进度款、结算工程款等多项责任，如各方对上述环节及责任存在异议均可能导致产生纠纷或诉讼，公司报告期内发生多次相关诉讼。

公司目前未决诉讼中，公司作为原告的诉讼主要是客户拖延支付公司工程款，公司采取法律程序催收；公司作为被告的诉讼主要是因项目实施过程中的增减项调整导致公司与供应商之间对结算金额和时间产生分歧。如发生败诉或胜诉但执行难的情况，将对公司经营造成不利影响。

截至本招股说明书截止日，公司及其子公司尚未了结的或可预见的 100 万元以上的诉讼或仲裁情况请详见本招股说明书“第十一节　其他重要事项”之“三、（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

（六）质量控制风险

公司的业务地点分布于全国各地，业务类型较多，业务涉及各个环节的协调把控、各个领域的资源整合，这对公司的质量控制能力提出了较高的要求。对此，公司推行全面的质量管理，以各项目设计师、项目经理为直接负责人，对项目的全过程进行质量控制。未来，随着公司业务的扩张，公司对项目进行质量控制的难度将会增加，若公司不能实施有效的质量控制，可能引发质量纠纷，对公司声誉和获取新客户能力造成不利影响，给公司持续发展带来风险。

（七）新型冠状病毒肺炎疫情对公司业绩产生不利影响的风险

2020 年新型冠状病毒肺炎疫情对以人流聚集为主要特征的展馆展览行业产生较大影响，大型展览展会活动相继取消或延期；在展馆展厅业务方面，2020 年公司客户、供应商开工率不及往期，公司在建项目延期开工，项目验收及付款进度均有一定延缓，均对公司 2020 年经营业绩产生不利影响。

目前，新型冠状病毒肺炎疫情在全球多地爆发，持续时间尚不能可靠预计，对全球经济产生较大的影响，如果疫情导致全球以及中国经济增速放缓甚至衰退，从而减少文化产业投资，将对数字文化展示创意行业的整体需求产生不利影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

二、其他重大事项提示

本公司提示投资者认真阅读本公司、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况，具体承诺事项请参见本招股说明书之“第十节　投资者保护”之“五、承诺事项”。

三、财务报告审计基准日后的主要财务信息和经营状况

发行人财务报告审计基准日为 2020 年 6 月 30 日。2020 年，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情。新型冠状病毒肺炎疫情对以人流聚集为主要特征的展览展示行业产生较大影响。展馆展厅方面，公司在建项目延期开工，项目验收及付款进度均有一定延缓；展会方面，国内外展会大面积推迟或取消。上述情况对公司 2020 年经营造成了一定影响，但发行人所属的数字文化创意产业作为国家战略性新兴产业及新支柱产业的战略定位不变，下游客户的需求不会因疫情而终止，对公司长期及整体趋势不会造成重大影响。

发行人财务报告审计基准日至本招股书签署之日，发行人主要经营模式，包括采购模式、生产模式和销售模式等未发生重大变化，主要原材料的市场供应情况未发生重大变化，主要客户类型和供应商类型的构成以及税收政策和其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化，发行人经营状况不存在重大变化。

新型冠状病毒肺炎疫情尚未对发行人生产经营造成重大不利影响，目前新型冠状病毒肺炎疫情在全球多地爆发，持续时间尚不能可靠预计，对全球经济产生较大的影响，如果疫情导致全球以及中国经济增速放缓甚至衰退，公司的经营情

况也将间接受到不利影响，发行人 2020 年下半年的经营业绩存在同比下降风险。

目 录

声明 1

本次发行概况 2

重大事项提示 3

一、特别风险提示 3

二、其他重大事项提示 6

三、财务报告审计基准日后的主要财务信息和经营状况 6

目 录 8

第一节 释义 12

第二节 概览 14

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 14

二、本次发行概况 14

三、发行人的主要财务数据及财务指标 15

四、发行人主营业务经营情况 16

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 16

六、发行人选择的具体上市标准 17

七、发行人公司治理特殊安排 18

八、募集资金用途 18

第三节 本次发行概况 19

一、本次发行的基本情况 19

二、本次发行的有关当事人 20

三、发行人与本次发行的中介机构的关系 21

四、本次发行上市的重要日期 21

第四节 风险因素 22

一、创新风险 22

二、技术风险 22

三、经营风险 22
四、内控风险 24
五、财务风险 24
六、法律风险 27
七、发行失败风险 28
八、实际控制人控制风险 28
九、募集资金投资项目风险 29
十、对赌协议风险 29
十一、股市波动风险 29
第五节 发行人基本情况 30
一、发行人的基本情况 30
二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况 30
三、发行人的股权结构及组织结构 37
四、发行人子公司、分公司情况 38
五、发行人主要股东及实际控制人的基本情况 43
六、发行人股本情况 46
七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况 49
八、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及履行情况，上述人员所持股份被质押、冻结、诉讼纠纷等情形 55
九、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员近两年内曾发生变动情况 55
十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况 57
十一、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况 57
十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况 58
十三、员工及社会保障情况 60
第六节 业务与技术 63
一、发行人主营业务、主要产品的情况 63
二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况 94
三、发行人在行业中的竞争地位 123

四、发行人销售情况和主要客户.....134
五、发行人采购情况和主要供应商.....137
六、发行人主要固定资产及无形资产.....139
七、公司核心技术和研发情况.....157
八、公司在境外生产经营情况.....168
第七节 公司治理与独立性.....169
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况及董事会专门委员会的设置情况.....169
二、公司内部控制情况.....176
三、报告期内的违法违规及收到处罚的情况.....176
四、公司资金占用及对外担保情况.....177
五、公司独立经营情况.....178
六、同业竞争情况.....180
七、关联方及关联关系.....181
八、关联交易情况.....183
九、报告期内关联方的变化情况.....188
第八节 财务会计信息与管理层分析.....189
一、经审计的财务报表.....189
二、审计意见.....193
三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准.....193
四、合并财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....194
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....195
六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....222
七、主要税种、税率及税收优惠情况.....223
八、主要财务指标.....223
九、经营成果分析.....226
十、资产质量分析.....247
十一、偿债能力与流动性分析.....271
十二、持续经营能力.....285

十三、日后事项 285

第九节 募集资金运用与未来发展规划 287

一、募集资金运用概况 287

二、募集资金投资项目具体情况 291

三、公司发展战略及具体措施 297

第十节 投资者保护 301

一、投资者关系的主要安排 301

二、股利分配政策 302

三、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序 306

四、股东投票机制 306

五、承诺事项 306

第十一节 其他重要事项 326

一、重大合同 326

二、对外担保事项 329

三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为 329

四、控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为 332

第十二节 声明 333

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明 333

二、发行人控股股东、实际控制人声明 334

三、保荐机构（主承销商）声明（一） 335

三、保荐机构（主承销商）声明（二） 336

四、发行人律师声明 337

五、审计机构声明 338

六、资产评估机构声明 339

七、验资机构声明（一） 340

七、验资机构声明（二） 341

第十三节 附件 342

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下特定含义：

一、一般词语		
本公司、公司、发行人、宽创国际	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司
德和宽创	指	上海德和宽创会展服务有限公司，系发行人前身，2012 年 3 月更名为上海宽创展览展示有限公司
宽创展览	指	上海宽创展览展示有限公司，系发行人前身，2016 年 4 月更名为上海宽创国际文化创意有限公司
宽创有限	指	上海宽创国际文化创意有限公司，系发行人前身，2017 年 11 月整体变更至上海宽创国际文化科技股份有限公司
宽创香港	指	Broadmesse International Culture&Technology Company (HK) Limited，香港宽创国际文化科技有限公司，发行人香港全资子公司
宽创德国	指	BROADMESSE INTERNATIONAL CREATIVE GMBH，宽创国际文化创意有限公司，发行人报告期全资子公司，已于 2020 年 1 月 28 日注销。
宽新科技	指	上海浦东宽新科技有限公司，发行人全资子公司
西安分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司西安分公司
深圳分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司深圳分公司
成都分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司成都分公司
青岛分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司青岛分公司
六安分公司	指	上海宽创国际文化科技股份有限公司六安分公司
宽兴咨询	指	上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙），系发行人股东
宽创投资	指	上海宽创投资咨询有限公司，系发行人股东
民生投资	指	民生证券投资有限公司，系发行人股东
控股股东、实际控制人	指	张东先生和李丹女士夫妇
宽创 BVI	指	BROADMESSE INTERNATIONAL GROUP CO., LIMITED，李丹在 BVI 成立的关联公司
中信银行上海分行	指	中信银行股份有限公司上海分行，系发行人贷款银行
浦发银行张江科技支行	指	上海浦东发展银行股份有限公司张江科技支行
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
保荐人、保荐机构、	指	海通证券股份有限公司

主承销商		
发行人律师	指	上海市锦天城律师事务所
审计机构、申报会计师	指	大信会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构	指	银信资产评估有限公司
本次发行	指	本次首次公开发行不超过2,127万股社会公众股A股的行为
本招股说明书、招股书	指	《上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
A股	指	境内上市人民币普通股
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
报告期、最近三年一期	指	2017年度、2018年度、2019年度及2020年1-6月
二、专业词汇		
AR	指	增强现实技术（Augmented Reality，简称AR），是通过电脑技术将虚拟的信息应用到真实世界，真实的环境和虚拟的物体实时地叠加到了同一个画面或空间同时存在。
VR	指	虚拟现实技术（Virtual Reality，简称VR），是一种能够创建和体验虚拟世界的计算机仿真技术，它利用计算机生成一种交互式的三维动态视景，其实体行为的仿真系统能够使用户沉浸到该环境中。
数字沙盘	指	数字沙盘是通过声、光、电、图像、三维动画以及计算机程控技术，运用数字投影来实现的沙盘模型，可以达到一种惟妙惟肖、变化多姿的动态视觉效果。对参观者来说是一种全新的体验，并能产生强烈的共鸣，比传统的沙盘模型更直观。
CG	指	计算机动画（Computer Graphics，简称CG），随着以计算机为主要工具进行视觉设计和生产的一系列相关产业的形成，国际上习惯将利用计算机技术进行视觉设计和生产的领域通称为CG。它既包括技术也包括艺术，几乎囊括了当今电脑时代中所有的视觉艺术创作活动，如平面印刷品的设计、网页设计、三维动画、影视特效、多媒体技术、以计算机辅助设计为主的建筑设计及工业造型设计等。
LED	指	发光二极管（Light-Emitting Diode，简称LED），是一种能将电能转化为光能的半导体电子元件。LED灯具有寿命长、光效高、无辐射与低功耗的特点。
4K	指	4K分辨率即4096×2160的像素分辨率，故又被称之为2160P，即横向有4千个像素点，属于超高清分辨率。
ISO9001	指	国际标准化组织（ISO）颁布的在全世界范围内通用的关于质量管理和质量保证方面的系列标准。

注：本招股说明书中若出现合计数与各单项数据加总不符，均为四舍五入所致。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	上海宽创国际文化科技股份有限公司	有限公司成立日期	2005 年 7 月 8 日
注册资本：	6,380 万元	法定代表人：	张东
注册地址	中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号	主要生产经营地	中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号
控股股东	张东、李丹夫妇	实际控制人	张东、李丹夫妇
行业分类	文化艺术业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	海通证券股份有限公司	主承销商	海通证券股份有限公司
发行人律师	上海市锦天城律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	大信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	银信资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1 元/股		
发行股数	不超过 2,127 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数	不超过 2,127 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本		不超过 8,507 万股	
每股发行价格		【】	
发行市盈率		【】	
发行前每股净资产	【】	发行前每股收益	【】
发行后每股净资产	【】	发行后每股收益	【】
发行市净率		【】	
发行方式		采用网下向询价对象询价配售和网上市值申	

	购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式发行
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开设人民币普通股（A 股）账户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	本次发行的保荐费用、律师费用、审计及验资费用等其他发行费用由发行人承担
募集资金总额	【】
募集资金净额	【】
募集资金投资项目	研发中心建设项目
	营销网络建设项目
	补充营运资金项目
发行费用概算	【】
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、发行人的主要财务数据及财务指标

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年	2018 年 12 月 31 日/2018 年	2017 年 12 月 31 日/2017 年
资产总额（万元）	68,486.67	72,329.50	60,581.28	45,938.32
归属于母公司所有者权益（万元）	28,022.64	26,266.45	18,452.30	12,338.61
资产负债率（母公司）（%）	62.76	66.98	76.09	79.50
营业收入（万元）	15,733.02	48,111.53	38,961.08	35,267.66
净利润（万元）	1,683.16	5,285.76	3,550.69	3,327.03
归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,683.16	5,285.76	3,550.69	3,327.03
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,564.50	4,971.40	3,258.34	3,039.05
基本每股收益（元）	0.26	0.83	0.58	0.55
稀释每股收益（元）	0.26	0.83	0.58	0.55
加权平均净资产收益率（%）	6.20	22.90	24.90	28.11
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-3,780.88	427.21	827.35	2,563.93
现金分红（万元）	-	-	-	2,500

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年	2018 年 12 月 31 日/2018 年	2017 年 12 月 31 日/2017 年
研发投入占营业收入比例（%）	6.24	4.82	5.21	3.69

四、发行人主营业务经营情况

宽创国际是数字文化展示创意服务的综合提供商。宽创国际深耕数字文化展示创意行业多年，拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验，并完成了数量众多的项目案例。宽创国际致力于为文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。

公司主要为展馆展厅（包括文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅等）、展览（包括展会等）等展示场所提供数字文化展示的策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。公司提供的服务包括馆厅展示创意服务、展览展示创意服务及创意设计服务。

公司拥有专业且经验丰富的研发及创意设计团队，在深挖客户需求的基础上，注重科技与文化创意设计的融合，追求极致的展陈效果和感官体验。同时，公司注重科技研发创新，截至报告期末，公司拥有研发人员 112 人，拥有专利 43 项及软件著作权 181 项。公司是中国展览馆协会常务理事单位、德国博物馆协会会员单位、美国博物馆协会会员单位、上海市创意产业协会会员单位、上海市多媒体行业理事单位，并先后获得了“2019-2020 年度国家文化出口重点企业”、“2019 年度上海市‘专精特新’中小企业”、“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等荣誉。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司深耕数字文化展示创意行业多年，为各类场馆空间提供策划、设计、实

施和维护的系统性服务或设计单项服务，拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验。公司致力于将数字技术与文化创意、设计服务深度融合，根据场所文化类型、空间条件、受众人群喜好、运营使用方的需求等，量身打造创意设计理念和方案。公司通过数字科技手段将原有文化内容进行多样化、多维度的呈现和解读，并利用物联网智慧平台挖掘实时数据，动态分析观众的观展行为及潜在需求，优化观展体验，为场所的运营提供有效数据支持。

公司在以文字、图片以及普通的多媒体技术等相对静态的传统展览展示基础上，通过结合 VR 虚拟现实技术、AR 增强现实技术、全景展示技术，并结合多屏联动展示及三维动画立体化展示，还原生态环境和人文环境，打造虚实结合的沉浸式空间，并通过智慧导览技术、展馆定位导航技术等加强观众交流互动，将展示内容通过视觉、听觉技术全方位展现，提升整体参观体验，进一步拓宽了展示内容及手段，满足客户全方位、多样化、立体化的展示需求。

公司以建筑空间创意设计作为主导，结合基础装饰创新、艺术造型创新、灯光艺术创新、互动科技创新、机械装置创新、数字内容创新、多媒体集成创新、运营改造升级创新及线上运营的创新等创新模式，结合成一种综合性的创意创新模式。

发行人所属数字文化创意产业属于国家“十三五”战略性新兴产业，发行人系经上海市各相关单位共同认定的高新技术企业，发行人成长性良好，自主创新能力突出，拥有多项自主创新能力成果。截至报告期末，发行人拥有研发人员 112 人，专利 43 项、商标 48 项、软件著作权 181 项。

综上，发行人符合创新驱动发展战略，具有创新、创造、创意特征。

六、发行人选择的具体上市标准

发行人 2018 年和 2019 年归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 3,258.34 万元和 4,971.40 万元。发行人选择的上市标准为《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第二章 2.1.2 中规定的第（一）条：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元。

七、发行人公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排。

八、募集资金用途

本次募集资金到位后，将根据重要性原则，按轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	募集资金使用量	备案（国家代码）
1	研发中心建设项目	28,472.96	28,472.96	2019-310115-88-03-006901
2	营销网络建设项目	5,028.91	5,028.91	2019-310115-88-03-006895
3	补充营运资金项目	14,000.00	14,000.00	
合计		**47,501.87**	**47,501.87**	

公司将严格按照相关规定使用本次发行募集的资金。若公司根据项目实际进度以自筹资金先行投入，本次筹集资金到位后将置换已投入的资金。若实际募集资金不能满足项目投资需要，资金缺口由公司自筹资金解决。本次发行募集资金投资项目的具体内容详见本招股说明书“第九节　募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数、占发行后总股本的比例：	本次拟公开发行不超过2,127万股（含本数），不安排股东公开发售股份。本次发行股份占发行后总股本的比例不低于25.00%
每股发行价：	【】元
发行人高管、员工拟参与战略配售情况：	无
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况：	无
发行市盈率：	【】倍（每股发行价格除以发行后每股收益）
预测净利润：	【】
发行后每股收益：	【】元（按照【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产：	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东净资产加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率：	【】倍（每股发行价格除以发行后每股净资产）
发行方式：	采用网下向询价对象询价配售和网上市值申购发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式发行
发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开设人民币普通股（A 股）账户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
发行费用概算：	【】万元
其中：保荐及承销费用：	【】万元
审计及验资费用：	【】万元
律师费用：	【】万元
用于本次发行的信息披露费用：	【】万元
用于本次发行的发行手续费用：	【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）：	**海通证券股份有限公司**
法定代表人：	周杰
住所：	上海市广东路 689 号
联系电话：	021-23219000
传真：	021-63411627
保荐代表人：	杨小雨、赵耀
项目协办人：	成龙
项目组其他成员：	赵琼琳、韩卓群、周聪
（二）律师事务所：	**上海市锦天城律师事务所**
负责人：	顾功耘
住所：	上海市银城中路 501 号上海中心大厦 9、11、12 层
联系电话：	021-20511000
传真：	021-20511999
经办律师：	孙亦涛、郁振华、王舒庭
（三）会计师事务所：	**大信会计师事务所（特殊普通合伙）**
负责人：	胡咏华
住所：	北京市海淀区知春路 1 号学院国际大厦 1504 室
联系电话：	010-82330500
传真：	010-82327668
经办注册会计师：	李赟莘、郭义喜、肖俊龙
（四）资产评估机构：	**银信资产评估有限公司**
法定代表人：	梅惠民
住所：	上海市嘉定区曹安公路1615号706室-3
联系电话：	021-63391088
传真：	021-63391116
经办注册评估师：	庞一村、叶晔
（五）股票登记机构：	**中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司**
住所：	广东省深圳市福田区深南大道2012号深圳证券交易所广场22-28楼
联系电话：	0755-21899999
传真：	0755-21899000
（六）收款银行：	**【】**
户名：	**【】**
账号：	**【】**
（七）拟上市证券交易所：	**深圳证券交易所**
住所：	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话：	0755-82083333
传真：	0755-82083164

三、发行人与本次发行的中介机构的关系

公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

刊登发行公告日期：	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

第四节　风险因素

投资者在评价发行人此次公开发售的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。

一、创新风险

公司以建筑空间创意设计作为主导，结合基础装饰创新、艺术造型创新、灯光艺术创新、互动科技创新、机械装置创新、数字内容创新、多媒体集成创新、运营改造升级创新及线上运营的创新等创新模式，结合成一种综合性的创意创新模式。未来若公司在上述方面的创新无法继续被市场及客户认可接受，技术创新应用无法紧跟市场发展趋势，将对公司经营业绩产生较大不利影响。

二、技术风险

随着现代信息技术、虚拟现实技术、人工智能技术等在展览展示行业的深入应用，展览展示形式不断创新，技术不断突破，展览展示行业正进入全新的发展阶段。如果公司不能紧随市场进行持续技术研发，或研发成果不能顺利转化，则会对公司的技术、综合竞争力乃至未来经营业绩产生不利影响。

三、经营风险

（一）宏观经济波动风险

公司主要为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展览会等展示场所提供数字文化展示的策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务，公司客户涵盖各级政府相关部门、政府投资建设平台、规模较大的工商企业等。公司所处的数字文化展示创意行业的发展与国家宏观经济走势相关，一般而言，宏观经济发展态势良好时，文化相关产业越繁荣，客户对展览展示的需求越多，从而为公司带来更多商业机会。如若未来几年我国宏观经济出现较大波

动，将对数字文化展示创意行业的整体需求产生影响，进而对公司的经营造成影响。

（二）产业政策变化风险

公司所处的数字文化展示创意行业的发展与产业政策紧密相关。博物馆、科技馆、文旅主题馆等公共馆体的建设往往由政府主导，政府对展馆的建设需求对公司所处行业的发展空间产生较大影响，政府财政资金的支持也直接影响行业内公司的回款质量。如若未来我国政府对文化产业投资政策发生变动，将对整个行业产生影响，进而影响公司的经营业绩。

（三）市场竞争风险

公司自成立以来，一直深耕数字文化展示创意行业，经过多年的发展，已成为行业中具有一定规模的企业。近年来，随着行业的快速发展，越来越多的竞争对手加入行业，行业竞争日趋激烈。若公司不能有效应对，继续保持公司产品与服务的竞争优势，巩固和提升市场占有率，将对公司盈利能力产生不利影响。

（四）人才流失风险

人才是公司开展业务的核心，具体包括设计、销售、管理等方面的人才。一方面，随着公司业务规模的扩张，公司需要持续引进各领域的高素质人才；另一方面，随着行业市场竞争加剧，公司现有人才也面临流失风险。未来，如果公司无法引进并挽留足够数量的优秀人才，将会对公司经营产生不利影响。

（五）新型冠状病毒肺炎疫情对公司业绩产生不利影响的风险

2020 年新型冠状病毒肺炎疫情对以人流聚集为主要特征的展馆展览行业产生较大影响，大型展览展会活动相继取消或延期；在展馆展厅业务方面，2020 年公司客户、供应商开工率不及往期，公司在建项目延期开工，项目验收及付款进度均有一定延缓，均对公司 2020 年经营业绩产生不利影响。

目前，新型冠状病毒肺炎疫情在全球多地爆发，持续时间尚不能可靠预计，

对全球经济产生较大的影响，如果疫情导致全球以及中国经济增速放缓甚至衰退，从而减少文化产业投资，将对数字文化展示创意行业的整体需求产生不利影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

四、内控风险

宽创国际致力于为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。公司业务现已分布全国各地乃至国际，项目实施过程中涉及跨领域、多专业的实施环节，并涉及对公司项目团队、供应商的协调、管理。

随着公司业务规模的进一步扩大，公司同期实施的跨地区项目数量不断增长，项目实施管理难度逐渐增加，如果公司治理结构、内部控制制度体系及其执行情况不能随公司的业务发展进一步健全、完善，无法对项目进行有效的管理，对项目实施环节管理不善，对供应商管理不当，可能引发项目进度、项目工程量、质量等问题或纠纷，将给公司持续发展带来风险。

五、财务风险

（一）收入波动风险

由于展馆展厅展示创意单一项目金额通常较大，首先甲方招标数量与宏观产业政策和展馆展厅建设需求有密切关系；其次，公司能否中标，也与公司的创意设计能力、服务客户能力、准确获取机会能力等相关；再者，由于公司展馆展示创意设计服务主要以取得竣工验收单为收入确认依据，项目的实施、竣工验收进度也将影响公司收入确认时点。以上因素，都将导致公司收入面临波动风险。

（二）应收账款较大的风险

报告期内，公司应收账款余额较大，2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日，公司应收账款账面价值分别为 10,055.28 万元、14,648.45 万元、22,546.43 万元及 22,295.15 万元，应收账款账

面价值占流动资产的比例分别为 27.19%、29.66%、38.40%及 40.27%。公司展馆展厅项目合同约定为按节点付款，项目需经审计决算，周期普遍较长；且公司客户主要为地方政府及事业单位等，付款审批流程较长，且受地方财政资金管理及负债规模影响，导致公司回款较慢。随着公司业务规模的持续扩大，未来如果地方政府或企业客户出现资金紧张的情形，公司应收账款规模将处于较高水平，并占用公司大量营运资金，带来一定的经营风险。

（三）存货减值风险

作为数字文化展示创意服务提供商，公司存货主要为未验收项目成本。截至 2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，公司存货账面价值分别为 13,967.92 万元、19,573.96 万元、20,595.47 万元及 19,347.21 万元。随着业务规模扩大，公司承接项目数量不断增加，且部分大型项目因项目实施、验收进度等存在跨期的情况，导致公司存货账面余额逐步增加。因此，未来若公司在大型项目执行过程中不能有效控制成本费用，或客户投资计划出现变动，将可能导致存货出现减值的风险。

（四）毛利率波动的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 29.59%、32.95%、31.71%及 37.89%。由于公司各年度承接的项目类型、功能特点、客户需求、创意设计方案、造价水平等均存在不同程度的差异，从而导致项目毛利率存在差异，因此公司存在各年度承接项目类型的不同而导致毛利率波动的风险。未来随着行业市场竞争的不断加剧，如果公司不能持续保持竞争优势，将可能面临毛利率下降的风险。

（五）项目审计决算调整风险

公司业务前期需经过招投标、合同签署，确定合同金额，后期需要验收、审计决算，由于在项目执行过程中，设计的方案图纸可能存在变更，或预测的材料价格、数量与实际出现偏差，将导致实际实施现场计划的变更。公司通常与甲方约定，根据项目进度进行收款，有部分尾款需在审计决算后收取。由于审计决算

周期较长，且审计决算金额存在一定不确定性，如果审计决算金额差异较大且低于合同金额，将对公司经营成果和财务状况带来不利影响。

（六）经营活动现金流量净额低于净利润的风险

报告期各期末，公司经营活动现金流量净额分别为 2,563.93 万元、827.35 万元、427.21 万元及-3,780.88 万元，低于公司各年实现的净利润 3,327.03 万元、3,550.69 万元、5,285.76 万元及 1,683.16 万元，主要系公司馆厅业务报告期内快速发展，项目回款周期较长，向客户收款与向供应商付款在付款周期上存在一定的时间差异，占用了公司较多的营运资金。未来，如果公司经营活动现金流不能有效改善，且来自投资及筹资活动的现金流入不足时，公司将存在营运资金不足并影响生产经营的风险。

（七）税收优惠风险

公司系经上海市各相关单位共同认定的高新技术企业，公司于 2016 年 11 月 24 日取得编号为 GR201631001989 的高新技术企业证书，并于 2019 年 10 月 28 日取得新的编号为 GR201931001934 号高新技术企业证书，有效期三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》等相关规定，在高新技术企业证书有效期内，公司可按 15%的所得税优惠税率缴纳当年的企业所得税。

一旦公司不再被认定为高新技术企业或者国家税收优惠政策发生变化，或者虽已取得高新技术企业证书，但不满足享受相应税收优惠条件，将对公司经营成果产生一定影响。

（八）净资产收益率下降的风险

本次发行完成后，公司净资产将大幅增加，而募集资金投资项目需要一定的建设周期，难以在短期内对公司盈利产生显著贡献，且募投项目投资采购的固定资产和无形资产将产生较大的折旧和摊销费用，对公司利润产生一定影响。因此，公司净资产收益率在本次发行完成后的一定期限内存在下降的风险。

六、法律风险

（一）业务分包风险

公司是数字文化展示创意服务集创意领域集设计、制作、布展、维护于一体的综合提供商。创意设计方案是获得客户认同的决定性因素，也是确保项目实施效果达到预期的基础条件，因此创意设计在公司业务中具有核心地位。而装饰装修主要为室内基础装饰，该类型工作附加值低，技术含量要求低，属于公司非核心业务，且需要聘用大量工人。因此，公司专注于创意设计、影视动画、多媒体集成等核心环节及质量把控，将非核心业务如装饰装修等服务分包给具备相应实力的第三方实施。

报告期内，公司馆厅展示创意服务部分项目存在将装饰装修分包给无资质供应商及未经甲方认可进行分包的情形，具体情况详见“第六节　业务与技术”之“一、（四）6、公司业务模式合规性分析”。

公司各业务部门及项目现场管理团队对分包单位所承接分包项目的执行过程及完工情况严格把关。报告期内，公司确认收入的馆厅项目分包工程均已完工，且项目均获得甲方的竣工验收；公司未因业务分包事项而发生重大质量纠纷，且未受到住建部门相关行政处罚。

如果公司选择分包商不当或不能严格有效把控分包商施工质量，对分包商进行有效监督，将可能因分包商施工资质、质量引起纠纷或其他法律风险，存在被甲方追究法律责任或被主管部门处罚风险。

（二）日常业务运营中的诉讼风险

公司从事馆体、展厅、展览等主体空间设计施工一体化业务，涉及设计、施工、竣工、结算等多个环节，且公司将附加值较低的装饰装修业务进行分包，涉及与客户及分包供应商等多方主体确认工程量、支付进度款、结算工程款等多项责任，如各方对上述环节及责任存在异议均可能导致产生纠纷或诉讼，公司报告期内发生多次相关诉讼。

公司目前未决诉讼中，公司作为原告的诉讼主要是客户拖延支付公司工程款，公司采取法律程序催收；公司作为被告的诉讼主要是因项目实施过程中的增减项调整导致公司与供应商之间对结算金额和时间产生分歧。如发生败诉或胜诉但执行难的情况，将对公司经营造成不利影响。

截至本招股说明书截止日，公司及其子公司尚未了结的或可预见的 100 万元以上的诉讼或仲裁情况请详见本招股说明书“第十一节　其他重要事项”之“三、（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

（三）质量控制风险

公司的业务地点分布于全国各地，业务类型较多，业务涉及各个环节的协调把控、各个领域的资源整合，这对公司的质量控制能力提出了较高的要求。对此，公司推行全面的质量管理，以各项目设计师、项目经理为直接负责人，对项目的全过程进行质量控制。未来，随着公司业务的扩张，公司对项目进行质量控制的难度将会增加，若公司不能实施有效的质量控制，可能引发质量纠纷，对公司声誉和获取新客户能力造成不利影响，给公司持续发展带来风险。

七、发行失败风险

根据相关法规要求，若本次发行时提供有效报价的投资者或网下申购的投资者数量不足法律规定要求，本次发行应当中止，若发行人中止发行上市审核程序超过交易所规定的时限或者中止发行注册程序超过 3 个月仍未恢复，或者存在其他影响发行的不利情形，或导致发行失败的风险。

八、实际控制人控制风险

公司实际控制人为张东、李丹夫妇，两人直接持有公司 3,600.00 万股股份，占股份总数的 56.43%；通过宽创投资、宽兴咨询间接控制公司 40.75%的股份。张东、李丹夫妇合计控制公司 97.18%的股份。如实际控制人利用自己的控制地位，对公司的财务决策、经营决策、人事任免等进行控制，可能存在作出不当决议损害公司或其他股东利益的风险。

九、募集资金投资项目风险

公司本次募集资金用于“研发中心建设项目”、“营销网络建设项目”及“补充营运资金项目”。募集资金投资项目的实施将进一步增强公司自主创新能力，提升公司服务的技术含量，提高市场渗透能力，增加公司的核心竞争力。募投项目在实施过程中仍可能遇到经济形势、政策环境、技术发展、市场需求等方面的变化，同时也会受公司自身经营管理水平的影响。以上内外部因素可能导致项目延期、无法实施或无法实现预期收益，从而对公司经营产生不利影响。

十、对赌协议风险

2017 年 12 月，公司实际控制人张东、李丹与公司股东民生投资签署《投资协议之补充协议》，涉及对赌条款尚未解除。对赌协议当事人是公司实际控制人而非发行人，可能存在触发履约条件进行现金补偿或股份回购，而导致公司实际控制人股份变动或现金支出的风险。目前张东、李丹夫妇合计控制公司 97.18%的股份，民生投资持有公司 2.82%股份，对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的情形。

十一、股市波动风险

股票投资的风险与收益并存。股票价格不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，而且受经济增长、利率水平、国际贸易等宏观因素和股票市场供求关系等市场因素的影响。本公司股票的市场价格可能因上述因素的影响而背离其投资价值，直接或间接对投资者造成损失，投资者对此应有充分的认识。

第五节 发行人基本情况

一、发行人的基本情况

公司名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司
英文名称：	Shanghai BroadMesse International Creative & Technology Co., Ltd.
注册资本：	6,380 万元
法定代表人：	张东
有限公司成立日期：	2005 年 7 月 8 日
股份公司设立日期：	2017 年 11 月 28 日
住所：	中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号
邮政编码：	201203
电话号码：	021-51691922-8888
传真号码：	021-38830236
互联网网址：	http://www.broadmesse.com/
电子信箱：	sec@broadmesse.com
负责信息披露和投资者关系的部门、负责人和电话号码：	证券部，矫悟，021-51691922-8888

二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况

（一）有限公司设立情况

发行人前身为上海德和宽创会展服务有限公司，由张东和王凯以货币资金出资设立，注册资本为人民币 50 万元，其中张东以货币方式认缴出资 40 万元，占注册资本的 80%，王凯以货币方式认缴出资 10 万元，占注册资本的 20%。

2005 年 7 月 7 日，上海申信会计师事务所有限公司出具“申信验（2005）2683 号”《验资报告》，确认公司设立的注册资本已缴足。2005 年 7 月 8 日，德和宽创取得了上海市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》（注册号为 3102272085591）。

德和宽创设立时股权结构如下：

序号	股东名称	认缴资本（万元）	实缴资本（万元）	出资比例
1	张东	40.00	40.00	80.00%
2	王凯	10.00	10.00	20.00%
合计		**50.00**	**50.00**	**100.00%**

本次出资中，王凯货币出资 10 万元系受李丹（系张东配偶）委托代为出资，名义股权由王凯持有，实际出资由李丹出资。该委托持股已于 2006 年 8 月还原。

（二）股份公司设立情况

2012 年 3 月，公司由“上海德和宽创会展服务有限公司”更名为“上海宽创展览展示有限公司”，2016 年 4 月，公司由“上海宽创展览展示有限公司”更名为“上海宽创国际文化创意有限公司”，2017 年 11 月，股份公司由上海宽创国际文化创意有限公司整体变更设立。

经 2017 年 10 月 15 日宽创有限股东会和 2017 年 10 月 30 日宽创国际创立大会决议，公司以截至 2017 年 5 月 31 日经审计的净资产人民币 81,404,793.98 元为基础，按 1:0.7371 的比例折为股本 6,000 万股，每股面值 1 元，其余计入公司资本公积，整体变更为上海宽创国际文化科技股份有限公司。上述变更已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）验证并出具信会师报字[2016]第 ZA51962 号《验资报告》。

2017 年 11 月 28 日，公司在上海市工商行政管理局办理了工商变更登记，并领取了《营业执照》（统一社会信用代码为 91310115777626379G）。

股份公司设立时股权结构如下：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	持股比例
1	张东	2,400.00	40.00%
2	李丹	1,200.00	20.00%
3	宽创投资	2,400.00	40.00%
合计		**6,000.00**	**100.00%**

（三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期内，公司进行了股份公司整体变更及 2 次增资，具体情况如下：

时间	变动后股本总额（万元）	变动简介
2017 年 11 月	6,000	整体变更设立股份公司，发起人为张东、李丹和宽创投资
2018 年 12 月	6,180	注册资本增加 180 万元，增资价格为每股 12.60 元人民币，由民生投资认购
2019 年 5 月	6,380	注册资本增加 200 万元，增资价格为每股 10.80 元人民币，由宽兴咨询（员工持股平台）认购

1、2017 年 11 月，整体变更设立股份公司

详见本节“二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况”之“（二）股份公司设立情况”。

2、2018 年 12 月，增资至 6,180 万元

2017 年 12 月 28 日，宽创国际与民生证券投资有限公司（以下简称“民生投资”）、宽创投资及张东、李丹签订《投资协议》，协议约定民生投资以人民币 2,268 万元的增资认购价款认购公司新增股份 180 万股，溢价部分计入公司资本公积。

2018 年 8 月 15 日，宽创国际 2018 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。

本次增资系出于公司发展需要引入外部投资人民生投资，本次增资价格为每股 12.60 元人民币，定价依据系在公司 2017 年预计可实现净利润的基础上，按 14 倍市盈率协商确定，定价公允。

2019 年 6 月 5 日，大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具大信验字[2019]第 4-00034 号《验资报告》，经审验，截至 2018 年 1 月 25 日止，宽创国际已收到民生投资认缴的出资额 2,268 万元，全部为货币资金出资，其中人民币 180 万元计入实收资本，剩余出资额超过注册资本人民币 2,088 万元计入资本公积。

2018 年 12 月 5 日，公司完成了本次增资的工商变更登记，领取了《营业执照》（统一社会信用代码为 91310115777626379G）。

本次增资完成后，宽创国际股权结构如下：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	持股比例
1	张东	2,400.00	38.83%
2	李丹	1,200.00	19.42%
3	宽创投资	2,400.00	38.83%
4	民生投资	180.00	2.91%
合计		**6,180.00**	**100.00%**

3、2019 年 5 月，增资至 6,380 万元

2018 年 12 月，宽创国际与上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙）（以下简称“宽兴咨询”）签订《增资协议》，协议约定宽兴咨询以人民币 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股。

2019 年 3 月 8 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。

宽兴咨询系公司员工持股平台，本次增资价格为每股 10.80 元人民币，低于最近一次外部投资者民生投资增资价格 12.6 元/股，高于当期每股净资产价格，有利于激励公司员工，促进公司发展，定价公允。公司已于 2019 年确认相应股份支付金额 360 万元。

2019 年 6 月 6 日，大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具大信验字[2019]第 4-00035 号《验资报告》，经审验，截至 2019 年 1 月 31 日止，宽创国际已收到宽兴咨询认缴的出资额 2,160 万元，全部为货币资金出资，其中人民币 200 万元计入实收资本，剩余出资额超过实收资本的部分人民币 1,960 万元计入资本公积。

2019 年 5 月 20 日，公司完成了上述增资的工商变更登记，领取了《营业执照》（统一社会信用代码为 91310115777626379G）。

本次增资完成后，宽创国际股权结构如下：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	持股比例
1	张东	2,400.00	37.62%

序号	股东姓名	股份数量（万股）	持股比例
2	李丹	1,200.00	18.81%
3	宽创投资	2,400.00	37.62%
5	宽兴咨询	200.00	3.13%
4	民生投资	180.00	2.82%
合计		**6,380.00**	100.00%

截至本招股说明书签署日，发行人股权结构未再发生变更。

（四）发行人重大资产重组情况

报告期内，发行人不存在重大资产重组情况。

（五）发行人在其他证券市场上市/挂牌情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在其他证券市场上市/挂牌的情况。

（六）对赌协议情况

1、正在执行的对赌协议具体内容

2017 年 12 月 28 日，民生投资与实际控制人张东、李丹签署《投资协议之补充协议》，协议关于对赌条款的内容具体如下：

“甲方：民生证券投资有限公司

乙方 1：张东

乙方 2：李丹

……

1、乙方承诺：

（1）目标公司 2017 年经审计净利润不低于 5,000 万元。该净利润以经目标公司聘请的且经甲方认可的具有证券、期货从业资格的会计师事务所审计的合并报表口径下归属于母公司股东的净利润为准。

（2）目标公司在本协议签署且投资者款到位后 3 年内完成在沪深交易所首

次公开发行股票并上市交易（本协议简称‘IPO’）。

2、现金补偿

若目标公司 2017 年经审计净利润低于 5,000 万元的，乙方应对甲方进行现金补偿，乙方对甲方的补偿现金额=（5,000 万元-目标公司 2017 年实际完成净利润额）/5,000 万元*2,268 万元。

3、回购权

（1）若目标公司未能在甲方投资款到位后 3 年内完成在沪深交易所首次公开发行股票并上市交易，甲方有权要求乙方以现金方式收购届时甲方持有目标公司的全部或部分股权（本协议简称“收购请求权”）。

本协议所称“届时甲方持有目标公司的全部或部分股份”应扣除甲方在本次发行以外增持的目标公司股份（如有）；因目标公司以资本公积、盈余公积或未分配利润转增股本而导致认购方持股数量增加的，不属于本款约定的增持。

为符合 IPO 的审核要求，若目标公司提出的 IPO 申请被中国证监会/深圳证券交易所受理，自受理之日起，本条自动失效或由各方按照中国证监会审核要求签署相关协议终止本条款。

若目标公司 IPO 申请被否决或撤回 IPO 申请，则自否决之日或撤回之日本条的效力自动恢复，或者由各方按照补充协议的约定重新签署新的补充协议。

（2）“届时甲方持有目标公司的全部或部分股份”回购价格计算

总回购价=甲方本次缴纳投资款*（1+6%*资金占用时间（天）/365）-甲方从目标公司获得的现金红利。

资金占用时间是指甲方的投资款进入目标公司验资账户之日（含）起至乙方将收购款汇入甲方账户之日止。

（3）甲方以邮政特快专递方式或其他速递方式向乙方中任意一方联系地址基础形式收购请求权的书面通知，乙方应于收到该通知之日起的 180 个自然日内

向甲方支付全额收购款，乙方可自行决定股权回购义务的具体履行主体。

……”

2、未在申报前解除的原因及影响

上述协议中，张东、李丹向民生投资承诺了若宽创国际 2017 年经审计净利润数低于 5,000 万元，张东、李丹应对民生投资进行现金补偿。截至招股说明书签署日，该条款虽已触发但尚未实际履行。

上述协议中，张东、李丹向民生投资承诺了在协议签署且投资款到位后（即 2018 年 1 月 25 日）3 年内完成首次公开发行股票并上市交易。若未能完成，民生投资有权要求张东、李丹以现金方式收购届时民生投资持有的宽创国际全部或部分股份。该条款自宽创国际 IPO 申请被证监会/交易所受理之日起自动失效或按照审核要求签署相关协议终止该条款。若宽创国际 IPO 申请被否决或撤回，自否决之日或撤回之日本条的效力自动恢复，或者由各方按照本补充协议的约定重新签署新的补充协议。

根据《投资协议之补充协议》，（1）对赌协议当事人是发行人实际控制人而非发行人；（2）截至招股说明书签署日，张东、李丹合计控制公司 97.18%的股份，对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的约定；（3）对赌协议不与市值挂钩；（4）对赌协议不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，公司申报时存在正在执行的对赌协议，不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 13 条规定的条件。

（七）股权代持情况

2005 年 7 月，张东和王凯以货币资金出资设立上海德和宽创会展服务有限公司（即发行人前身），注册资本为人民币 50 万元，其中张东以货币方式认缴出资 40 万元，占注册资本的 80%，王凯以货币方式认缴出资 10 万元，占注册资

本的 20%。本次出资中，王凯货币出资 10 万元系受李丹（系张东配偶）委托代为出资，名义股权由王凯持有，实际出资由李丹出资。

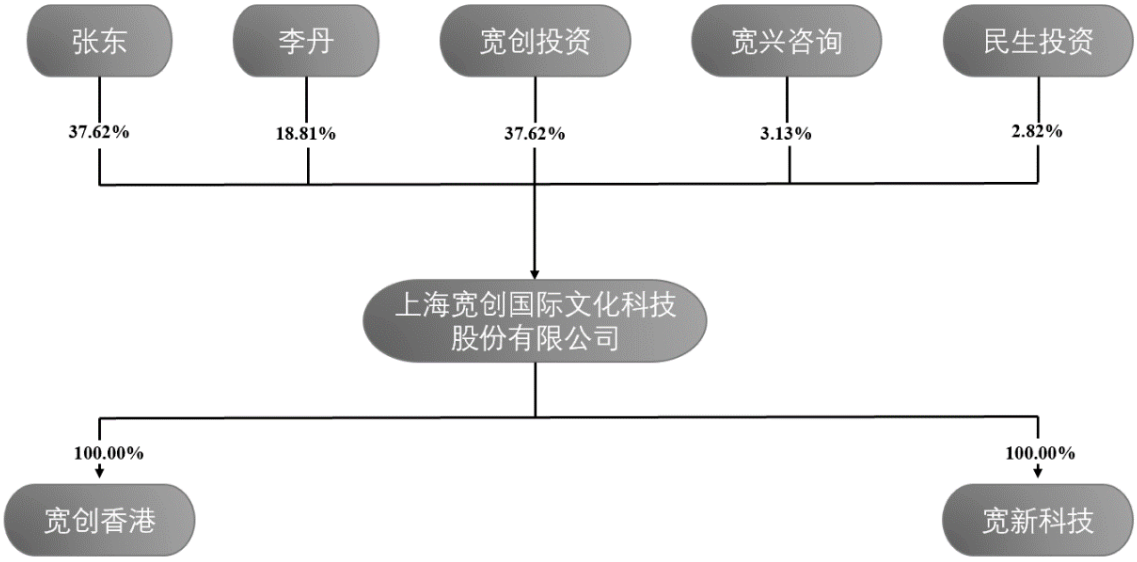
2006 年 7 月，王凯与李丹签署《股权转让协议书》，约定王凯将其持有的德和宽创 20%的股权转让给李丹。同日，德和宽创召开股东会，全体股东一致同意上述股权转让事项。王凯原持有德和宽创股份系代李丹持有，该次股权转让系代持股份的还原。2006 年 8 月，德和完成上述股权转让的工商变更登记。股权代持已解决完毕，解除过程合法合规。双方已出具说明文件，确认双方对所代持的股权不存在权属争议和纠纷。

经核查，保荐机构及发行人律师认为公司在有限公司设立时曾存在股权代持情形，已于 2006 年 8 月股权代持已还原，公司股权不存在权属争议和纠纷，不构成发行人首发的法律障碍。

三、发行人的股权结构及组织结构

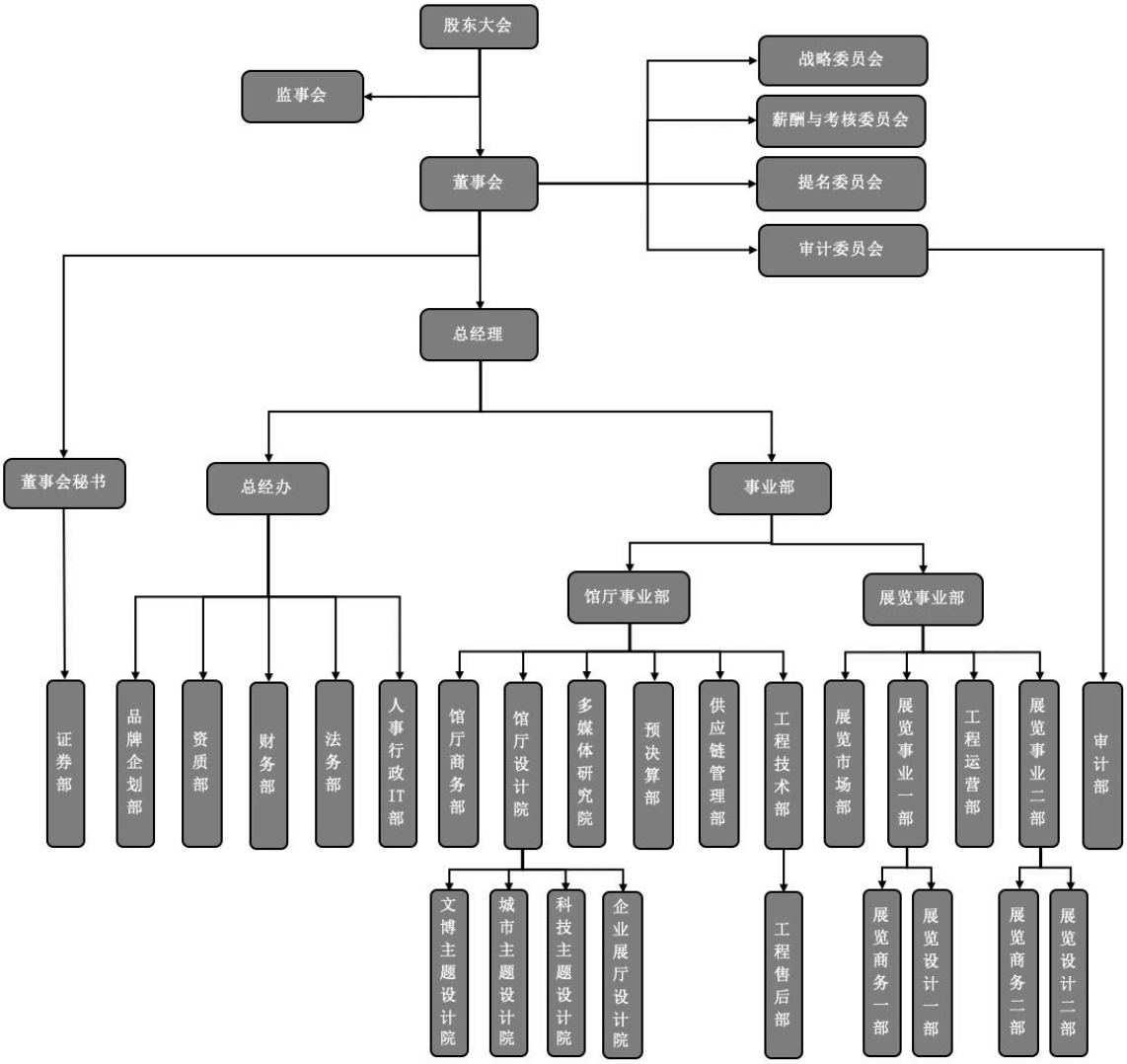
（一）发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日，公司股权结构图如下：



（二）组织结构图

截至本招股说明书签署日，公司组织结构图如下：



四、发行人子公司、分公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有两家全资子公司、五家分公司，简要情况如下：

（一）全资子公司情况

1、宽创香港

名称：	香港宽创国际文化科技有限公司
成立时间：	2015 年 7 月 2 日
注册资本：	100.00 万港币
实收资本：	100.00 万港币
注册地和主要生产经营地：	香港尖沙咀广东道 17-19 号环球金融中心南座 13A 楼 05-15 室
股东构成及控制情况：	发行人持股 100%
主营业务及与发行人主营业务的关系：	展览展示文化创意服务，属于发行人的主营业务范围

宽创香港最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	5,542.67	5,432.08
净资产	4,810.71	4,483.39
净利润	259.25	957.68

注：该数据已经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计

2、宽新科技

名称：	上海浦东宽新科技有限公司
成立时间：	2019 年 5 月 23 日
注册资本：	100.00 万元
实收资本：	0 万元
注册地和主要生产经营地：	中国（上海）自由贸易试验区芳春路 400 号 1 幢 3 层
股东构成：	宽创国际持股 100%
主营业务及与发行人主营业务的关系：	暂无实际业务

宽新科技最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	1.95	0.09
净资产	-0.15	-0.01
净利润	-0.14	-0.01

注：该数据已经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计

3、报告期内已注销子公司宽创德国

名称：	BroadMesse International Creative Gmbh.
成立时间：	2016 年 3 月 22 日
注册资本：	25,000 欧元
实收资本：	25,000 欧元
注册地和主要生产经营地：	夏洛特街 75，40210，杜塞尔多夫，德国
股东构成：	宽创国际持股 100%
主营业务及与发行人主营业务的关系：	无实际业务，已于 2020 年 1 月 28 日注销

宽创德国最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	8.31	8.20
净资产	3.00	2.98
净利润	-0.04	-6.74

注：该数据已经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计

根据格尔德舒马赫律师事务所出具的《法律意见书》，宽创德国在存续期间不存在违法违规行为，公司成立、清算和注销程序均符合德国法律的规定。

（二）发行人分公司情况

1、西安分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司西安分公司
成立时间：	2019 年 4 月 1 日
统一社会信用代码：	91610103MA6WM0RN7X
负责人：	张东
注册地：	陕西省西安市碑林区长安中路南稍门大话南门壹中心 2407
经营范围：	文化创意服务；会议服务；展览展示服务；软件开发；室内装潢服务；建筑专业建设工程设计；建筑智能化建设工程设计与施工；建筑装饰装修建设工程设计与施工；旅游规划设计；房地产开发与经营；通信建设工程施工；电子建设工程专业施工；机电设备安装建设工程专业施工；通讯设备、自动化控制设备、机电设备的销售；工艺美术品（象牙及制品除外）、礼品、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售；图文设计；企业形象设计；商务咨询服务；设计、制作、代理、

	发布各类广告服务；公关活动策划；文化交流活动策划；企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、深圳分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司深圳分公司
成立时间：	2019 年 6 月 28 日
统一社会信用代码：	91440300MA5FNX1E6R
负责人：	张东
注册地：	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道 15 号海岸大厦东座 1113
经营范围：	文化创意服务,会议服务,展览展示服务,软件开发,室内装潢服务,建筑专业建设工程设计,建筑智能化建设工程设计与施工,建筑装饰装修建设工程设计与施工,旅游规划设计，通信建设工程施工，电子建设工程专业施工,机电设备安装建设工程专业施工,通讯设备、自动化控制设备、机电设备的销售,工艺美术品(象牙及其制品除外)、礼品、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售,图文设计,企业形象设计,投资咨询（不含限制项目）,商务咨询服务,设计、制作、代理、发布各类广告服务,公关活动策划,文化交流活动策划,企业营销策划。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）

3、成都分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司成都分公司
成立时间：	2019 年 8 月 13 日
统一社会信用代码：	91510107MA62M7KR7H
负责人：	马重祎
注册地：	成都市武侯区领事馆路 7 号 1 栋 2 单元 8 层 806 号
经营范围：	文化创意服务，会议服务，展览展示服务，软件开发，室内装潢服务，建筑专业建设工程设计，建筑智能化建设工程设计与施工，建筑装饰装修建设工程设计与施工，旅游规划设计，房地产开发与经营，通信建设工程施工，电子建设工程专业施工，机电设备安装建设工程专业施工，通讯设备、自动化控制设备、机电没备的销售，工艺美术品(象牙及其制品除外)、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售，图文设计，企业形象设计，商务咨询服务，设计、制作、代理、发布各类广告服务，公关活动策划，文化交流活动策划，企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可展开经营活动）。

4、青岛分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司青岛分公司
成立时间：	2020 年 6 月 17 日
统一社会信用代码：	91370214MA3TAERC11
负责人：	刘泓伶
注册地：	山东省青岛市城阳区城阳街道长城路 89 号青岛海峡两岸文化创意产业园 10 号楼 705 室
经营范围：	文化创意服务，会议服务，展览展示服务，软件开发，室内装潢服务，建筑专业建设工程设计，建筑智能化建设工程设计与施工，建筑装饰装修建设工程设计与施工，园林古建筑建设工程专业施工，房屋建设工程施工，木制建设工程作业，油漆建设工程作业，水暖电安装建设工程作业，旅游规划设计，通信建设工程施工，电子建设工程专业施工，机电设备安装建设工程专业施工，通讯设备、自动化控制设备、机电设备的销售，工艺美术品（象牙及其制品除外）、礼品、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售，图文设计，企业形象设计，投资咨询(非证券类业务)（未经金融监管部门依法批准，不得从事向公众吸收存款、融资担保、代客理财等金融服务），商务咨询服务（不含商业秘密），设计、制作、代理、发布各类广告业务，公关活动策划，文化交流活动策划，企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

5、六安分公司

名称：	上海宽创国际文化科技股份有限公司六安分公司
成立时间：	2020 年 11 月 11 日
统一社会信用代码：	91341500MA2WDWLG2D
负责人：	张嘉庚
注册地：	安徽省六安市叶集区新城国际 23 栋 1 单元 1003 房
经营范围：	文化创意服务，会议服务，展览展示服务，软件开发，室内装潢服务，建筑专业建设工程设计，建筑智能化建设工程设计与施工，建筑装饰装修建设工程设计与施工，园林古建筑建设工程专业施工，房屋建设工程施工，木制建设工程作业，油漆建设工程作业，水暖电安装建设工程作业，旅游规划设计，通信建设工程施工，电子建设工程专业施工，机电设备安装建设工程专业施工，通讯设备、自动化控制设备、机电设备的销售，工艺美术品（象牙及其制品除外）、礼品、文化办公用品、服装、日用品、食用农产品、珠宝玉石、电子产品的设计、销售，图文设计，企业形象设计，商务咨询服务，设计、制作、代理、发布各类广告业务，公关活动策划，文化交流活动策划，企业营销策划。 （依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

五、发行人主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

序号	股东姓名	国籍	境外永久居留权	身份证号	直接持股比例
1	张东	中国	无	511126197108******	37.62%
2	李丹	中国	无	511024197107******	18.81%

公司控股股东、实际控制人为张东、李丹夫妇。截至本招股说明书签署日，张东先生直接持有公司 2,400 万股，其配偶李丹女士直接持有公司 1,200 万股，张东、李丹夫妇合计直接持有公司 56.43%股份。同时，张东、李丹夫妇通过宽创投资、宽兴咨询合计间接控制公司 40.75%的股份。张东、李丹夫妇合计控制公司 97.18%的股份。

截至本招股说明书签署日，控股股东及实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（二）其他持有发行人 5%以上股份的股东基本情况

除控股股东、实际控制人外，公司其他持有 5%以上股份的股东系宽创投资，其基本情况如下：

1、基本情况

公司名称：	上海宽创投资咨询有限公司
注册资本：	500.00 万元
实收资本：	500.00 万元
统一社会信用代码：	91310230350888476X
成立时间：	2015 年 9 月 17 日
注册地及主要生产经营地：	上海市崇明县长兴镇潘园公路 1800 号 2 号楼 9790 室（上海泰和经济发展区）
主营业务：	投资咨询，与发行人主营业务无关
股东构成：	张东持股 80%，李丹持股 20%

2、主要财务数据

宽创投资最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	4,198.53	4,198.61
净资产	1,545.35	1,545.43
净利润	-0.09	11.10

注：该数据未经审计

（三）实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人及宽创投资外，公司实际控制人张东、李丹夫妇控制的企业为宽兴咨询，为员工持股平台，具体情况如下：

1、宽兴咨询基本情况

公司名称：	上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙）
认缴出资额：	2,160 万元
实缴出资额：	2,160 万元
执行事务合伙人：	张东
统一社会信用代码：	91310230MA1JYJ3X2U
成立时间：	2017 年 7 月 20 日
注册地：	上海市崇明区长兴镇潘园公路 1800 号 3 号楼 14742 室（上海泰和经济发展区）
主营业务：	管理咨询，与发行人主营业务无关

宽兴咨询系公司员工持股平台。

2、合伙人构成

截至本招股说明书签署日，宽兴咨询合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	姓名	合伙人性质	出资额	占比
1	张东	普通合伙人	50.98	2.36%
2	李丹	有限合伙人	683.42	31.64%
3	张继伟	有限合伙人	129.60	6.00%
4	矫悟	有限合伙人	129.60	6.00%
5	曹少龙	有限合伙人	97.20	4.50%
6	李青亭	有限合伙人	64.80	3.00%
7	叶强	有限合伙人	64.80	3.00%
8	张璐	有限合伙人	64.80	3.00%

序号	姓名	合伙人性质	出资额	占比
9	洪晔	有限合伙人	64.80	3.00%
10	冯良	有限合伙人	48.60	2.25%
11	马鸣	有限合伙人	48.60	2.25%
12	沈刚	有限合伙人	48.60	2.25%
13	朱真平	有限合伙人	48.60	2.25%
14	史育萍	有限合伙人	32.40	1.50%
15	王溯	有限合伙人	32.40	1.50%
16	徐溢璐	有限合伙人	32.40	1.50%
17	殷增翔	有限合伙人	32.40	1.50%
18	侯健	有限合伙人	32.40	1.50%
19	黄友峰	有限合伙人	32.40	1.50%
20	金开明	有限合伙人	32.40	1.50%
21	刘泓伶	有限合伙人	32.40	1.50%
22	刘家禄	有限合伙人	32.40	1.50%
23	秦奋	有限合伙人	32.40	1.50%
24	沈若平	有限合伙人	32.40	1.50%
25	奚旻	有限合伙人	32.40	1.50%
26	苏训枝	有限合伙人	21.60	1.00%
27	刘芝	有限合伙人	21.60	1.00%
28	任兴元	有限合伙人	16.20	0.75%
29	马昆	有限合伙人	16.20	0.75%
30	施吾鸣	有限合伙人	16.20	0.75%
31	杨婧	有限合伙人	16.20	0.75%
32	袁高高	有限合伙人	16.20	0.75%
33	陈鹰	有限合伙人	16.20	0.75%
34	傅连妹	有限合伙人	16.20	0.75%
35	史昊彦	有限合伙人	16.20	0.75%
36	余宗保	有限合伙人	16.20	0.75%
37	俞凯华	有限合伙人	16.20	0.75%
38	陈德全	有限合伙人	10.80	0.50%
39	刘雅萌	有限合伙人	10.80	0.50%
合计			**2,160.00**	**100.00%**

宽兴咨询的普通合伙人及执行事务合伙人为张东，实际控制人为张东和李丹夫妇。

3、股权激励基本情况

2018 年 12 月，宽创国际与宽兴咨询签订《增资协议》，协议约定宽兴咨询

以人民币 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股。2019 年 3 月 8 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。

本次增资价格为每股 10.80 元人民币，低于最近一次外部投资者民生投资增资价格 12.60 元/股，高于当期每股净资产价格，有利于激励公司员工，促进公司发展，定价公允。公司已于 2019 年确认相应股份支付金额 360 万元，全部计入当期管理费用。

保荐机构及申报会计师认为，公司历次股权变动涉及股权激励，股权激励的形式为设立员工持股平台，以略低于外部投资者的价格增资入股，发行人已按照《企业会计准则》和其会计政策的规定对员工股权激励进行了相应的会计处理。本次股权激励不存在导致公司控制权变化。

4、主要财务数据

宽兴咨询最近一年及一期主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	2,161.65	2,163.96
净资产	2,157.28	2,159.54
净利润	-2.17	-0.46

注：以上数据未经审计

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或者其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东和实际控制人持有发行人的股权不存在被质押或其他有争议情况。

六、发行人股本情况

（一）本次发行前后股本情况

本次发行前股本共计 6,380.00 万股，本次拟公开发行不超过 2,127.00 万股，不安排公司股东公开发售老股。本次拟发行股份占发行后总股本的比例为 25.00%。本次发行前后股本变化情况如下：

股东	发行前		发行后	
	股份数量（万股）	比例	股份数量（万股）	比例
张东	2,400.00	37.62%	2,400.00	28.21%
李丹	1,200.00	18.81%	1,200.00	14.11%
宽创投资	2,400.00	37.62%	2,400.00	28.21%
宽兴咨询	200.00	3.13%	200.00	2.35%
民生投资	180.00	2.82%	180.00	2.12%
社会公众股	-	-	2,127.00	25.00%
合计	**6,380.00**	**100.00%**	**8,507.00**	**100.00%**

（二）前十名股东

本次发行前，公司共 5 名股东，其持股情况如下：

股东	股份数量（万股）	持股比例
张东	2,400.00	37.62%
李丹	1,200.00	18.81%
宽创投资	2,400.00	37.62%
宽兴咨询	200.00	3.13%
民生投资	180.00	2.82%
合计	**6,380.00**	**100.00%**

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，公司股东中的自然人股东为张东、李丹，其在发行人处任职情况如下：

股东名称	股份数量（万股）	直接持股比例	职务
张东	2,400.00	37.62%	董事长
李丹	1,200.00	18.81%	董事、总经理

（四）国有股份或外资股份

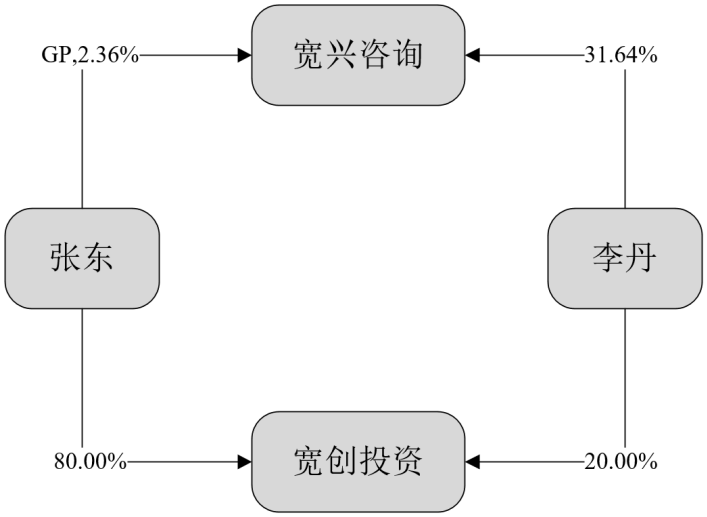
本次发行前，公司股权结构中不存在国有股份或外资股份。

（五）发行人最近一年新增股东情况

发行人于 2019 年 5 月新增股东宽兴咨询，具体情况参见本节“五、（三）实际控制人控制的其他企业”。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前公司股东为张东、李丹、宽创投资、宽兴咨询、民生投资。李丹、张东系夫妻关系。宽创投资为张东、李丹夫妇持股 100%的公司，其中张东持股 80%，李丹持股 20%；宽兴咨询为公司员工持股平台，并由张东、李丹控制，其中张东为普通合伙人并担任执行事务合伙人，持股 2.36%，李丹为有限合伙人，持股 31.64%。除此之外，民生投资为外部投资者，与其他股东间不存在关联关系。



（七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行不涉及发行人股东公开发售股份的情况。

七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况

公司董事会由 7 名董事组成，包括 3 名独立董事；监事会由 3 名监事组成，包括 1 名职工代表监事；高级管理人员 4 名，核心技术人员 4 名。

（一）董事

截至本招股说明书签署日，公司董事任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期	选聘情况
1	张东	董事长	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	2020 第一次临时 股东大会
2	李丹	董事、总经理	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
3	矫悟	董事、财务总监、 董事会秘书	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
4	张继伟	董事、副总经理	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
5	蒋骁	独立董事	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
6	李黔滨	独立董事	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	
7	王亮	独立董事	2020 年 10 月 30 日 至 2023 年 10 月 29 日	

公司董事简要情况如下：

张东先生，1971 年生，博士学历，中国国籍，无境外永久居留权。1999 年至 2001 年任德国西门子集团系统工程师，2001 年至 2002 年任德国英飞凌科技市场总监，2002 年至 2003 年任美国威速半导体公司中国区副总经理。2005 年 7 月创立公司，任执行董事、总经理，2017 年 10 月至今任公司董事长，现兼任宽创投资执行董事和宽兴咨询执行事务合伙人。

李丹女士，1971 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1993 年 7 月至 1998 年 1 月任四川省地勘局工程师，1998 年 1 月至 2006 年 1 月任普立万

聚合体（上海）有限公司中国区销售总监。2006 年 6 月加入公司，任公司监事。2017 年 10 月至今任公司董事、总经理，现兼任宽创投资监事。

矫悟女士，1969 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1992 年 3 月至 2003 年 9 月历任吉林省一建集团有限公司财务部会计、财务科长、副处长，2004 年 2 月至 2009 年 9 月任上海筑纳建筑装饰设计有限公司财务经理，2009 年 9 月至 2012 年 5 月任上海迈赫光电科技有限公司财务经理，2012 年 5 月至 2016 年 10 月历任上海益邦智能科技股份有限公司财务经理、财务总监、董事，2013 年至今担任上海渌澍管道工程技术服务有限公司监事。2016 年 10 月至 2017 年 10 月任公司财务经理，2017 年 10 月至今任公司董事、财务总监、董事会秘书。

张继伟先生，1977 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。2008 年 5 月至 2009 年 1 月任上海岱嘉医学信息系统有限公司政府事业部总监，2009 年 1 月至 2015 年 9 月任上海亿品展示设计工程有限公司副总经理。2015 年 7 月至今担任上海幻韦数码科技有限公司监事。2015 年 11 月加入公司，任展馆事业部总经理，2017 年 10 月至今任公司董事、副总经理。

蒋骁先生，1978 年生，硕士研究生学历，中国国籍，无境外永久居留权。2002 年 3 月至今历任上海东洲资产评估有限公司高级副总裁、董事，2005 年 1 月至 2019 年 12 月任上海辉智企业管理咨询有限公司法人代表、执行董事，2016 年 4 月至今任安琪酵母股份有限公司独立董事，2017 年 1 月至今任武汉微光电股份有限公司独立董事，2018 年 2 月至今任上海漱圣企业管理事务所法人代表，2020 年 5 月至今任道生天合材料科技（上海）股份有限公司独立董事；2020 年 9 月至今任浙江太美医疗科技股份有限公司独立董事，2017 年 10 月至今任公司独立董事。

李黔滨先生，1952 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1968 年 11 月至 1970 年 11 月任贵州省都匀富溪公社知青，1970 年 11 月至 1974 年 7 月任国营 4110 厂工人，1974 年 7 月至 1977 年 8 月就读于北京大学，1977 年 8 月至 1978 年 5 月，贵州 083 基地工作，1978 年 6 月至 2014 年 7 月历任贵州省博物馆工作人员、主任、馆长、名誉馆长。2017 年 10 月至今任公司独立董事，

现兼任贵州省文博协会会长、贵州省旅游商品协会会长。

王亮先生，1975 年生，本科学历，注册会计师，中国国籍，无境外永久居留权。2003 年 9 月至 2007 年 4 月任上海万隆会计师事务所审计高级经理，2007 年 10 月至今任信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所审计合伙人。2018 年 8 月至今任公司独立董事。

（二）监事

截至本招股说明书签署日，公司监事任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期	选聘情况
1	冯良	监事会主席	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	2020 第一次临时股东大会、第二届第一次监事会
2	傅连妹	职工代表监事	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	2020 年 10 月 30 日职工代表大会
3	高燕	监事	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	2020 第一次临时股东大会

公司监事简要情况如下：

冯良先生，1984 年生，高中学历，中国国籍，无境外永久居留权。2006 年 7 月加入公司，历任 IT 经理，网络推广经理、信息系统管理员。2017 年 10 月至今任公司监事会主席。

傅连妹女士，1982 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。2006 年 9 月至 2008 年 9 月任上海基江纺织工艺品有限公司行政兼财务，2010 年 3 月至 2011 年 3 月任上海菲达商务咨询有限公司财务，2011 年 7 月起加入公司任公司会计。2017 年 10 月至今任公司职工代表监事。

高燕女士，1978 年生，大专学历，中国国籍，无境外永久居留权。2004 年 9 月至 2005 年 5 月任中凡展示有限公司销售，2005 年 5 月至 2006 年 6 月任霍克展示器材有限公司销售，2006 年 6 月至今，历任公司销售、项目经理。2017 年 10 月至今任公司监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期	选聘情况
1	李丹	总经理	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	第二届第一次董事会
2	矫悟	财务总监、董事会秘书	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	第二届第一次董事会
3	张继伟	副总经理	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	第二届第一次董事会
4	朱晓寅	副总经理	2020 年 10 月 30 日至 2023 年 10 月 29 日	第二届第一次董事会

公司高级管理人员简要情况如下：

李丹女士，现任公司董事、总经理，参见本节“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

矫悟女士，现任公司董事、财务总监、董事会秘书，参见本节“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

张继伟先生，现任公司董事、副总经理，参见本节“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事”。

朱晓寅先生，1974 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1997 年 8 月至 2001 年 2 月任上海浦东联合信托投资有限公司国际业务部信贷员，2001 年 2 月至 2003 年 10 月任上海骏林集团有限公司投资部总经理，2003 年 10 月至 2009 年 2 月任上海丰润投资顾问有限公司首席分析师，2009 年 2 月至 2011 年 8 月任上海张江文化控股有限公司战略部经理，2011 年 8 月至 2016 年 11 月任上海河马文化科技股份有限公司董事副总经理、财务总监，2016 年 11 月至 2019 年 2 月任上海特锐艺术展览服务股份有限公司执行董事。2019 年 2 月至今任公司副总经理。

（四）核心技术人员

张东先生，现任公司董事长，参见本节“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事简介及提名、选聘情况”。

李青亭女士，1987 年生，硕士学历，中国国籍，无境外永久居留权。2013 年 3 月加入公司，现任公司馆厅事业部科技主题设计院院长。

秦奋先生，1986 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。2007 年 6 月至 2008 年 10 月任上海金仕达多媒体有限公司多媒体部 FLASH 工程师，2008 年 10 月至 2012 年 10 月任上海天映多媒体有限公司多媒体部负责人，2012 年 10 月至 2013 年 4 月任上海欣可广告有限公司交互部负责人，2013 年 4 月至今，历任公司多媒体经理等，现任公司馆厅事业部多媒体研究院交互部负责人。

沈刚先生，1974 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1997 年 7 月至 2000 年 4 月任江西省科环高技术产业集团有限公司产品经理，2000 年 5 月至 2005 年 3 月任上海坤朋软件技术有限公司产品开发，2005 年 3 月至 2008 年 3 月任上海交大昂立教育集团产品开发，2010 年 5 月至今，现任公司馆厅事业部多媒体研究院预决算总监。

（五）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外兼职情况

姓名	公司职务	兼职单位	所任职务	兼职单位与发行人关系
张东	董事长	宽创投资	执行董事	发行人股东
		宽兴咨询	执行事务合伙人	发行人股东
李丹	董事、总经理	宽创投资	监事	发行人股东
矫悟	董事、财务总监、董事会秘书	上海渌澍管道工程技术服务有限公司	监事	无
张继伟	董事、副总经理	上海幻韦数码科技有限公司	监事	无
蒋骁	独立董事	上海漱圣企业管理事务所	法人代表	无
		上海东洲资产评估有限公司	董事	无
		安琪酵母股份有限公司	独立董事	无
		武汉微光电股份有限公司	独立董事	无
		道生天合材料科技（上海）股份有限公司	独立董事	无
		浙江太美医疗科技股份有限	独立董事	无

姓名	公司职务	兼职单位	所任职务	兼职单位与发行人关系
		公司		
李黔滨	独立董事	贵州省文博协会	会长	无
		贵州省旅游商品协会	会长	无
王亮	独立董事	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所	审计合伙人	无

（六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

发行人董事长张东先生与总经理李丹女士系夫妻关系。

截至本招股说明书签署日，除上述亲属关系外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事提名及选聘情况

1、董事提名及选聘情况

2017 年 10 月 30 日，公司召开股份有限公司创立大会，经筹建委员会提名，选举张东、李丹、矫悟、张继伟、蒋骁、倪春华、李黔滨为第一届董事会成员，其中蒋骁、倪春华、李黔滨为独立董事。2018 年 7 月，由于个人原因，原独立董事倪春华申请辞去独立董事一职，2018 年 8 月 15 日，公司召开 2018 年第一次临时股东大会，经董事会提名委员会提名，选举王亮为公司独立董事。

2020 年 10 月 30 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，进行董事会换届选举，公司董事会成员未发生变化，继续连任。

2、监事提名及选聘情况

2017 年 10 月 30 日，公司召开股份有限公司创立大会，经股东提名并由筹建委员会考察，选举冯良、高燕为监事。同日召开职工代表大会选举傅连妹担任职工代表监事。

2020 年 10 月 30 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，同日召开职工

代表大会选举，进行监事会换届选举，公司监事会成员未发生变化，继续连任。

八、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及履行情况，上述人员所持股份被质押、冻结、诉讼纠纷等情形

发行人的高级管理人员、核心技术人员及在本公司领薪的董事（独立董事除外）、监事均在本公司任职，均与公司签订了《劳动合同》。发行人高级管理人员、其他核心技术人员均与公司签订了《保密协议》、《竞业禁止协议》。发行人未与董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员签订其他协议。

截至本招股说明书签署日，上述合同或协议均得到了有效地执行。

公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

九、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员近两年内曾发生变动情况

（一）近两年董事变动情况

近两年公司董事变动情况如下：

职务	2018 年 1 月至 2018 年 8 月	2018 年 8 月至今
董事	张东、李丹、矫悟、张继伟、蒋骁、李黔滨、倪春华	张东、李丹、矫悟、张继伟、蒋骁、李黔滨、王亮

2017 年 10 月 30 日，公司召开股份有限公司创立大会，选举张东、李丹、矫悟、张继伟、蒋骁、倪春华、李黔滨为第一届董事会成员，其中蒋骁、倪春华、李黔滨为独立董事。2018 年 7 月，由于个人原因，原独立董事倪春华申请辞去独立董事一职，2018 年 8 月 15 日，公司召开 2018 年第一次临时股东大会选举王亮为公司独立董事。

（二）近两年监事变动情况

职务	2018 年 1 月至今
监事	冯良、高燕、傅连妹

2017 年 10 月 30 日，公司召开股份有限公司创立大会，选举冯良、高燕为监事。同日召开职工代表大会选举傅连妹担任职工代表监事。

（三）近两年高级管理人员变动情况

职务	2018 年 1 月至 2018 年 4 月	2018 年 4 月至 2018 年 8 月	2018 年 8 月至 2019 年 2 月	2019 年 2 月至今
高级管理人员	李丹、矫悟、张继伟、刘泓伶、沈若平、蒋萍	李丹、矫悟、张继伟、刘泓伶、沈若平	李丹、矫悟、张继伟	李丹、矫悟、张继伟、朱晓寅

2017 年 10 月 30 日，公司创立大会通过的公司章程规定，公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监、商务部总监、运营总监、人事行政总监、采购总监为公司高管人员，因此公司高级管理人员为李丹、矫悟、张继伟、刘泓伶、蒋萍、沈若平。

2018 年 4 月，公司人事行政总监蒋萍因个人原因离职。2018 年 8 月 15 日召开的 2018 年第一次临时股东大会审议通过公司章程修正案，修改高级管理人员范围为总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监，因此公司高级管理人员变更为李丹、矫悟、张继伟。2019 年 2 月 20 日，公司召开第一届董事会第七次会议，决议聘任朱晓寅为公司副总经理。

（四）近两年核心技术人员变动情况

职务	2018 年 1 月至今
核心技术人员	张东、李青亭、秦奋、沈刚

（五）近两年董事、高级管理人员无重大不利变化

近两年，公司董事仅一位独立董事发生变更，公司高级管理人员变动原因主

要系个人离职、公司章程修正高级管理人员范围，公司总经理、董事会秘书和财务总监近两年均未发生变动。

保荐机构和发行人律师认为，近两年公司董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除持有本公司的股份外，董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员对外投资情况如下：

姓名	公司职务	投资企业	出资/持股比例（%）
张东	董事长	宽创投资	80.00
		宽兴咨询	2.36
李丹	董事、总经理	宽创投资	20.00
		宽兴咨询	31.64
		金石智娱股权投资（杭州）合伙企业（有限合伙）	2.92
		金石翊康股权投资（杭州）合伙企业（有限合伙）	3.91
矫悟	董事、财务总监、董事会秘书	上海渌澍管道工程技术服务有限公司	10.00
		宽兴咨询	6.00
张继伟	董事、副总经理	宽兴咨询	6.00
		上海雷文商务咨询有限公司	30.00
		上海幻韦数码科技有限公司	95.00
蒋骁	独立董事	上海东洲资产评估有限公司	5.00
		上海漱圣企业管理事务所	100.00
冯良	监事会主席	宽兴咨询	2.25
傅连妹	职工代表监事	宽兴咨询	0.75
李青亭	核心技术人员	宽兴咨询	3.00
秦奋	核心技术人员	宽兴咨询	1.50
沈刚	核心技术人员	宽兴咨询	2.25

上述企业与发行人不存在利益冲突。

十一、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲

属持有发行人股份情况

（一）直接持股情况

姓名	职务	持股数量（万股）	持股比例
张东	董事长	2,400	37.62%
李丹	董事、总经理	1,200	18.81%

（二）间接持股情况

姓名	职务	持股企业	在持股企业出资比例	持股企业持有发行人股份比例
张东	董事长、核心技术人员	宽创投资	80.00%	37.62%
		宽兴咨询	2.36%	3.13%
李丹	董事、总经理	宽创投资	20.00%	37.62%
		宽兴咨询	31.64%	3.13%
矫悟	董事、财务总监、董事会秘书	宽兴咨询	6.00%	3.13%
张继伟	董事、副总经理	宽兴咨询	6.00%	3.13%
冯良	监事会主席	宽兴咨询	2.25%	3.13%
傅连妹	职工代表监事	宽兴咨询	0.75%	3.13%
李青亭	核心技术人员	宽兴咨询	3.00%	3.13%
秦奋	核心技术人员	宽兴咨询	1.50%	3.13%
沈刚	核心技术人员	宽兴咨询	2.25%	3.13%
刘泓伶	展览运营部总监，董事、总经理李丹姐姐的女儿	宽兴咨询	1.50%	3.13%

报告期内，除上述持股情况外，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在以其他任何方式直接或间接持有发行人股份的情况。上述人员报告期内所持有发行人股份不存在股份被质押或冻结的情况。

十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬组成、确定依据、所履行的程序

在公司担任日常管理职务的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬主要由基本工资、绩效奖金等构成。基本工资根据岗位性质和职位级别来确定，

绩效奖金根据公司业绩完成情况、岗位绩效考核等综合考核结果确定；独立董事领取独立董事津贴。公司董事、监事、高级管理人员的薪酬方案均按照《公司章程》等公司治理制度履行了相应的审议程序。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬总额情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员报告期内薪酬总额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
工资、奖金	223.87	461.08	423.04	234.23
股份支付费用	-	360.00	-	-
薪酬合计	223.87	821.08	423.04	234.23
当期利润总额	1,909.60	5,964.64	4,043.81	3,822.20
占当期利润总额比例	11.72%	13.77%	10.46%	6.13%

（三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入情况

序号	姓名	公司职务	2019 年薪酬（含税，万元）
1	张东	董事长、核心技术人员	80.00
2	李丹	董事、总经理	69.00
3	矫悟	董事、财务总监、董事会秘书	33.25
4	张继伟	董事、副总经理	45.22
5	蒋骁	独立董事	10.00
6	王亮	独立董事	7.30
7	李黔滨	独立董事	10.00
8	冯良	监事会主席	23.06
9	傅连妹	职工代表监事	18.10
10	高燕	监事	33.69
11	朱晓寅	副总经理	35.25
12	李青亭	核心技术人员	35.39
13	秦奋	核心技术人员	32.62
14	沈刚	核心技术人员	28.20

（四）股权激励及相关安排

2018 年 12 月，宽创国际与上海宽兴企业管理咨询中心（有限合伙）（以下简称“宽兴咨询”）签订《增资协议》，协议约定宽兴咨询以人民币 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股。2019 年 3 月 8 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。

本次增资价格为每股 10.80 元人民币，低于最近一次外部投资者民生投资增资价格 12.60 元/股，高于当期每股净资产价格，有利于激励公司员工，促进公司发展，定价公允。公司已于 2019 年确认相应股份支付金额 360 万元，全部计入当期管理费用。

保荐机构及申报会计师认为，公司历次股权变动涉及股权激励，股权激励的形式为设立员工持股平台，以略低于外部投资者的价格增资入股，发行人已按照《企业会计准则》和其会计政策的规定对员工股权激励进行了相应的会计处理。本次股权激励不存在导致公司控制权变化。

公司目前无其他正在实施的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及相关安排。

十三、员工及社会保障情况

（一）员工情况

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，公司员工人数分别为 680 人、703 人、646 人和 571 人。截至 2020 年 6 月末，公司员工构成如下：

1、专业构成

序号	文化程度	人数（人）	比例（%）
1	管理人员	78	13.66
2	研发人员	112	19.61
3	技术人员	318	55.69
4	销售人员	63	11.03
合计		**571**	**100.00**

2、教育程度构成

序号	文化程度	人数（人）	比例（%）
1	博士	2	0.35
2	硕士	32	5.60
3	本科	262	45.88
4	大专	231	40.46
5	高中及以下	44	7.71
合计		**571**	**100.00**

3、年龄分布

序号	文化程度	人数（人）	比例（%）
1	51 岁及以上	15	2.63
2	41-50 岁	61	10.68
3	31-40 岁	287	50.26
4	30 岁及以下	208	36.43
合计		**571**	**100.00**

（二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司员工社会保险缴纳情况如下：

单位：人

项目		2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
员工人数		571	646	703	680
社保缴纳人数		542	631	673	654
差异人数		29	15	30	26
其中	正在办理入职手续	11	3	12	6
	正在办理离职手续	11	5	8	10
	退休返聘	6	6	3	3
	其他单位缴纳	1	1	7	7

公司员工住房公积金缴纳情况如下：

单位：人

项目		2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
员工人数		571	646	703	680
公积金缴纳人数		529	607	650	617
差异人数		42	39	53	63
其中	正在办理入职手续	11	3	12	7

项目		2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
	正在办理离职手续	11	5	8	10
	退休返聘	6	6	3	3
	自愿放弃	13	24	24	36
	其他单位缴纳	1	1	6	7

根据发行人出具的书面说明、相关政府主管机关出具的证明文件，以及《境外法律意见书》，发行人及其控股子公司在报告期内不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到行政处罚的情形。

公司控股股东、实际控制人张东、李丹承诺：在任何期间，若由于宽创国际及下属子公司的各项社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵问题，而给宽创国际及其下属子公司造成直接和间接损失及/或因此产生相关费用（包括但不限于被有权部门要求补缴、被处罚）的，本人将无条件地予以全额承担和补偿。本人在承担前述补偿后，不会就该等费用向宽创国际行使追索权。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品的情况

（一）主营业务

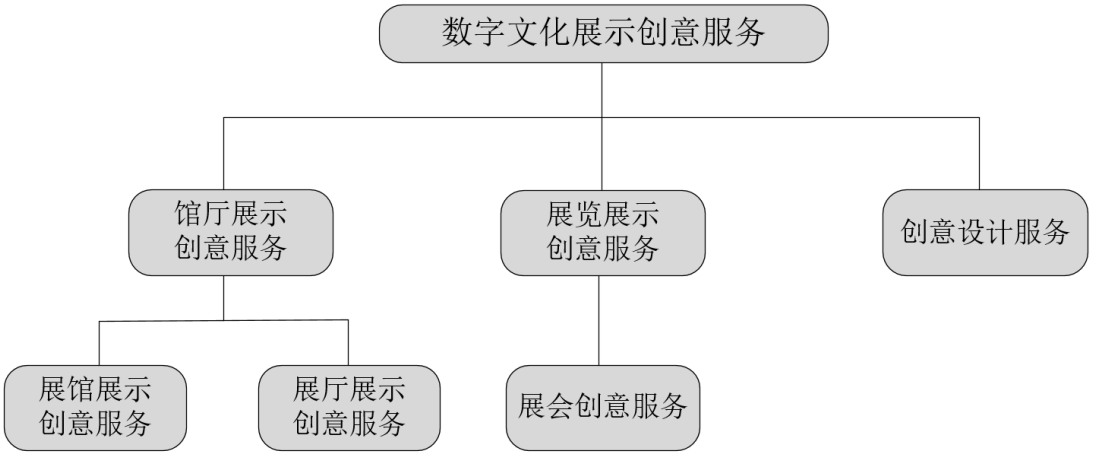
宽创国际是数字文化展示创意服务的综合提供商。宽创国际深耕数字文化展示创意行业多年，拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验，并完成了数量众多的项目案例。宽创国际致力于为文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。

公司拥有专业且经验丰富的研发及创意设计团队，在深挖客户需求的基础上，注重科技与文化创意设计的融合，追求极致的展陈效果和感官体验。同时，公司注重科技研发创新，截至报告期末，公司拥有研发人员 112 人，拥有专利 43 项及软件著作权 181 项。公司是中国展览馆协会常务理事单位、德国博物馆协会会员单位、美国博物馆协会会员单位、上海市创意产业协会会员单位、上海市多媒体行业理事单位，并先后获得了“2019-2020 年度国家文化出口重点企业”、“2019 年度上海市‘专精特新’中小企业”、“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等荣誉。

公司自成立以来，主营业务未发生重大变化。

（二）公司主要产品和服务

公司主要为展馆展厅（包括文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅等）、展览（包括展会等）等展示场所提供数字文化展示的策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。公司提供的服务包括馆厅展示创意服务、展览展示创意服务及创意设计服务。具体分类如下：



公司根据场所文化类型、空间条件、受众人群喜好、运营使用方的需求等，量身打造创意设计理念和方案。公司通过数字科技手段将原有文化内容进行多样化、多维度的呈现和解读，并利用物联网智慧平台挖掘实时数据，动态分析观众的观展行为及潜在需求，优化观展体验，为场所的运营提供有效数据支持。

1、展馆展示创意服务

按照应用场景，公司提供的展馆展示创意服务分为文博馆展示创意服务、科技馆展示创意服务、文旅主题馆展示创意服务。

（1）文博馆展示创意服务

博物馆是沟通文化的桥梁。公司从考古学、人类学、历史学、历史地理学等宏观视野着手，对历史进行还原、解构、重现、解读，注重挖掘文物所蕴含的文化价值、科学价值、艺术价值，打造有思想有观点的现代博物馆。博物馆还原历史时代背景、生活方式，使观众通过文物藏品实现与历史的对话，唤起观众对历史的记忆，引发对当今与未来的思考。

公司研发出智慧博物馆系统并运用到项目设计和实施中，智慧展馆系统以信息化、数字化、智能化为特点，综合运用人脸识别系统、智能定位系统、全景成像、互动沉浸式系统、VR 系统、AR 系统、MR 系统、人工智能系统、数据可视化系统、大数据分析系统等高科技手段，设计更加先进的文物展示方式，给参观

者带来贴心便捷的体验。

公司文博馆类项目主要有张掖市博物馆、湖北潜江龙湾遗址博物馆、青岛大沽河博物馆、义乌非遗博物馆、柳州工业博物馆、深圳中英街博物馆、六枝特区三线记忆博物馆、苏州非遗博物馆、兴安灵渠博物馆、安康市移民（脱贫）搬迁博物馆、中华仡佬族博物馆、中国工农红军北上抗日先遣队纪念馆等。

公司文博馆类代表项目具体情况如下：

①张掖市博物馆

项目定位：

张掖社会发展的象征和文化建设的重要标志，“一带一路”沿线文化建设的精品工程，张掖对外宣传的新窗口、新名片。

创意理念：

展馆以“张国臂掖”为展示主题，遵循历史发展的脉络，分为“弱水溯源”、“张国臂掖”、“北凉风云”、“万国咸宾”、“民族交融”、“府城遗韵”六大展示单元。展馆应用当今前沿的

展示理念，利用文物陈列、图文说明、多媒体演示、场景复原、沙盘模型、油画等丰富的展陈形式，从主题策划到空间设计，从古建复原到多媒体集成，从落地施工到展馆运营，无不凝聚着巧思与匠心。通过各个单元精彩纷呈的展示，彰显张掖历史文化底蕴的厚重久远，突出“金张掖”的含金量。

②湖北潜江龙湾遗址博物馆

项目定位：

将文化遗产保护、考古发掘研究、旅游开发利用等目标有机结合，生动诠释龙湾国家考古遗址公园的美好前景。

创意理念：

展馆以“回”为策划主线，秉承“还原历史环境——考古挖掘遗址——回溯建筑原貌——保护传承发展”的内容逻辑，将内容分为回溯：云梦之泽；再现：龙湾之光；还原：章华之胜；传承：今人之道四个单元。展馆按照历史时序，应用现代多媒体展陈技术，展示了章华台遗址勘探发掘的过程，解读了章华台永垂青史的建筑美学，再现了早期皇家花园与离宫的巅峰面貌。

③青岛大沽河博物馆

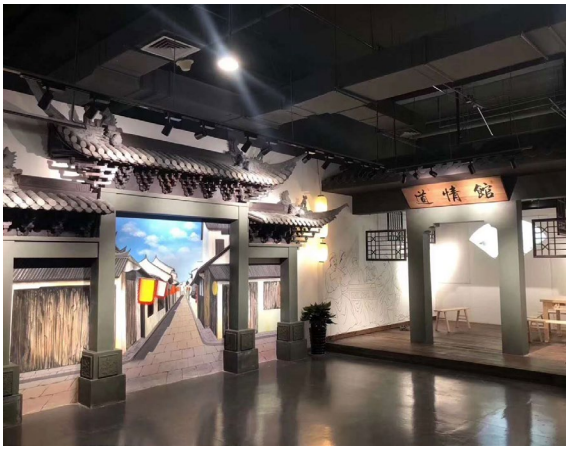
项目定位：

大沽河博物馆位于青岛大沽河省级生态旅游度假区，是一座系统展示大沽河流域自然生态、水患治理、历史文明、民俗风情的大型综合性博物馆，集陈列展览、教育服务、收藏保护、文化交流、研究探索于一体。

创意理念：

大沽河博物馆包括大沽河博物馆、科技馆、文化交流馆、胶州历史展厅以及游客服务中心等，由宽创设计施工一体化完成。宽创国际将“大展览”的理念实践于大沽河博物馆，将文化、创意、科技完美结合，成功地将历史与文化融为一体，通过多媒体手段丰富历史文化内涵。

④义乌非遗博物馆



项目定位：

义乌市非遗馆打破传统非遗馆展示思路，充分挖掘义乌城市发展脉络，将城市发展与文化产业有机结合，打造集艺术化、智慧化、市场化于一体的城市文化新平台，在沉浸式、综合化、社区化的馆体氛围中，创造国际之都义乌的城市产业新力量，建立中国文化对外展示的国际新名片。

创意理念：

非遗馆深入探究义乌精神内涵，充分挖掘义乌城市发展脉络，将城市发展与文化发展有机结合。展馆以“生生不息”为主题，分设“序厅”、“一人·义乌之源”、“一街·生息之所”、“一心·关怀之力”、“一坊·传承之里”、“尾厅”六大单元，将义乌非遗的前世今生娓娓道来。并通过图片文字、实物展示、历史影像、场景还原、视听播放、手工体验等多元表现方式，唤醒人们的非遗记忆。

⑤柳州工业博物馆

项目定位：

柳州工业博物馆定位为综合型工业博物馆，集工业历史展示、工业遗产保护、科学知识普及、旅游休闲于一体，设有工业历史馆、生态宜居馆等主题展馆。

创意理念：

宽创打造柳州生态文明馆以及企业风采馆，围绕新物种设计连接用户、产品与场景；新物种设计构建新时代全景智能生活体系；新物种设计驱动创新科技大未来三大主题，打破时下展厅设计的思维定势，结合展陈策划与室内空间，将刷新人们对柳州工业的认知。宽创在工业历史馆中增加了木炭煤气炉模拟发电动画、柳州全景擦屏印象、磨木机原理幻影成像小魔盒、VR 沉浸式影院等多媒体展项，让观众拥有身临其境的真实体验。

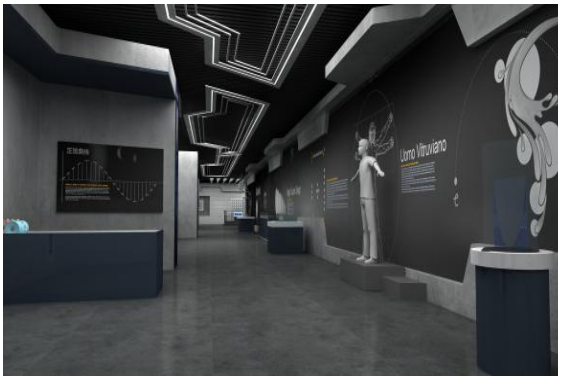
（2）科技馆展示创意服务

公司运用多元化的先进技术手段，对科技内容进行展示，为游客提供兼具科学性、知识性、趣味性、互动性的参观体验。同时，公司注重结合地方历史文化、科技发展、生态保护、可持续发展战略等特色元素，在宣传科普知识的同时展现时代特征、地方特色。

公司科技馆类项目主要有咸阳市科技馆、柳州市科技馆、山西省科技馆、武汉市科技馆及中国建筑科技馆等。

公司科技馆类代表项目具体情况如下：

①咸阳市科技馆



项目定位：

完善城市功能，加快文化事业发展，提升咸阳文化软实力，丰富人民群众文化生活，带动大西安（咸阳）文化体育功能区开发建设，推动西咸国际化大都市进程。

创意理念：

咸阳市科技馆位于陕西省大西安（咸阳）文化体育功能区内，建筑面积 12,000 平方米，布展面积约 6,000 平方米，以“启智创新继往开来”为主题，衍生“科普主题”和“咸阳专题”两条探索线索，设计七大展区，既考虑了一所现代城市的科技馆应具备的科普教育功能，又结合了咸阳本土所留存的人文色彩和风骨气韵。从空间横向看，智慧花园、帝都之光，寓意科学知识和历史文化的滋养与积淀；探索乐园、生命健康展示对科技的探索与创新；未来家园、咸阳新象，表达科技创造的收获。展厅分布与展示脉络，层层递进，融合对应。

②柳州科技馆

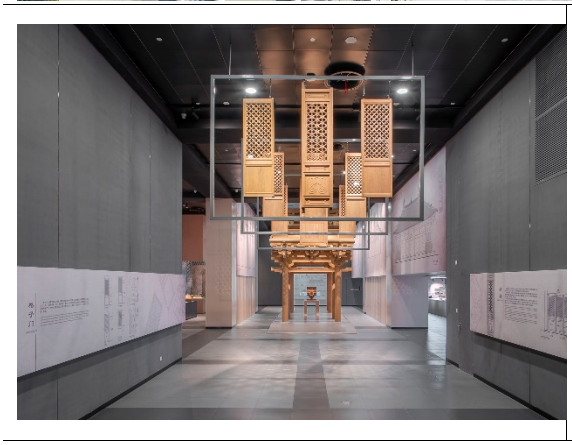
项目定位：

该项目肩负提高社会公众科学文化素质,面向公众特别是青少年开展科普展览，科技培训等多项重任，是实施科教兴省展览的基础部门，也是柳州科技和科普事业的重要组成部分。

创意理念：

柳州科技馆以科学梦想的翅膀为主题，通过萌动的序曲、家园协奏曲、宇宙的回声、经典的旋律、 生命的咏叹，唱响新未来等展厅共同演绎未来之歌。宽创国际主要负责展区生命的咏叹和唱响新未来两个展厅的设计施工工作，展现现代化的科技元素。

③中国建筑科技馆



项目定位：

该项目作为国内首个以“中国建筑”和“建筑科技”为主题的国家级展览馆，承担着从建筑科技层面解读中国建筑史上影响中国、乃至世界的重要建筑科技成果的历史使命。

创意理念：

宽创国际重视线上空间的必要性，科技馆的互动和参与性，及一种关照时间线的连续发展，将通过“工程、技术、艺术”三个维度的划分，实现对中国建筑科技馆的展陈内容分类。使公众通过参与本馆活动、游览、探索的行为，发现展陈内容和知识的线索。建筑模型背后透露出的是现代设计师们追求建筑高度、跨度、深度和广度的努力和探索。其中，科技馆的幕墙体系多样化，主楼部分的双曲面不锈钢板幕墙施工难度最大，设计最复杂。本馆之形象

中心、功能中心必须凝聚、融合成为一个整体，统一表达“中国建筑及科技”的核心灵魂—基于传统文化土壤的中国建筑科学精神。

（3）文旅主题馆展示创意服务

公司文旅主题馆将旅游、文化、科技、IP 相融合，开创了“文化旅游+体验经济”的新模式。公司以国际化视野，秉承“大展览”理念，深度挖掘、细致解读文化内容，并将之商业化。公司通过资源整合、产业协同与专业运营，选择山清水秀、人文独特的文化景区和优秀镇域，力图为客户打造全季全时段文化景区。

公司文旅主题馆类项目主要有中国南宁园博会宜居城市馆、青岛世园会主题馆/海洋馆/植物馆、合肥家电故事馆、国家公园雅安大熊猫科普教育中心、云南英雄老山圣地景区、六枝三线记忆博物馆项目等。

公司文旅主题馆类代表项目具体情况如下：

①中国南宁园博会宜居城市馆

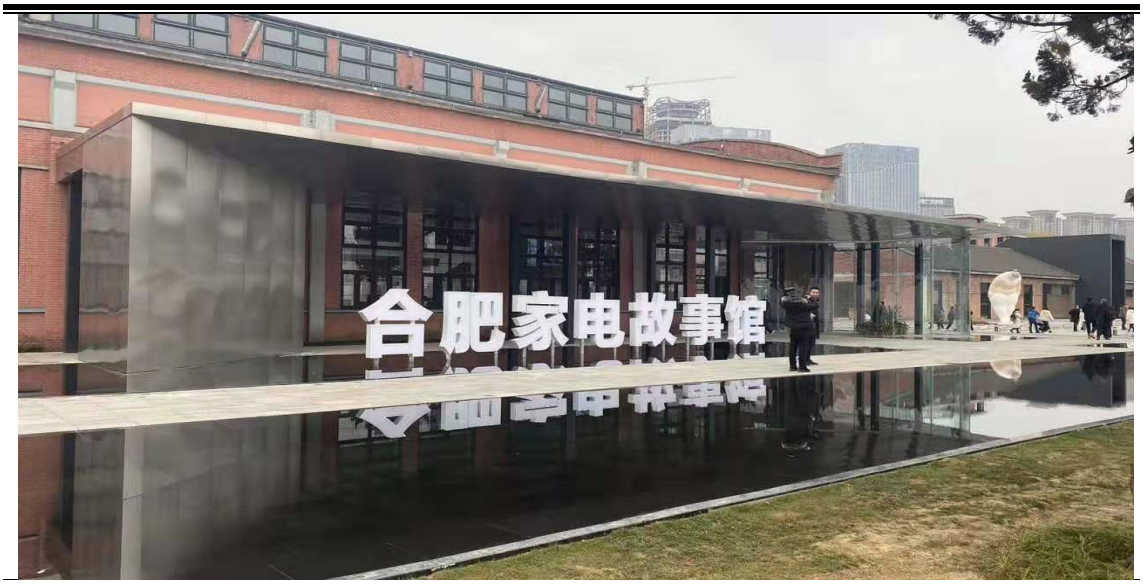
项目定位：

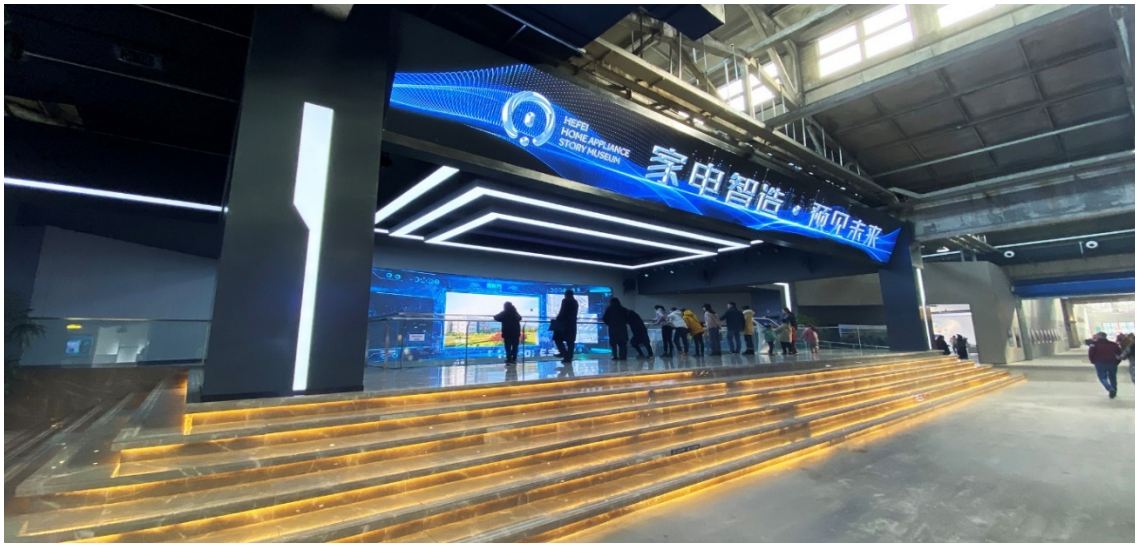
宜居城市馆是第十二届中国（南宁）国际园林博览会的主展馆，城市建设发展主题展以“新时代·新理念·新城市”为主题，以城市发展的过去、现在和未来为主线，串联城市发展的总体进程。展览设“城乡建设 40 年”专题展厅，通过丰富的图文版、多媒体体验、沙盘模型，让观众了解城乡建设事业的光辉历程，了解住房城乡建设发展取得了巨大的成就。

创意理念：

展览的古代篇，回溯中国城市发展的历史渊源，主要展示古代城市的起源，历代名城的繁华与宜居。展览的现代篇，围绕“创新、协调、绿色、开放、共享”五大专题，去展示中国新时代下城市发展的魅力。展览的未来篇，以互动体验的方式，引导观众展望城市发展的愿景和方向。整个场馆以新颖的展示手法和前沿的科技体验，做到传承城市文脉、谱写时代新篇、引领城市未来。

②合肥家电故事馆





项目定位：

该项目是位于合肥包河区，它所承载的历史就有着独特的价值和艺术审美。项目团队秉持叙事的态度、艺术的方式，以文创运作的思维，打造多重故事场景，用年轻、鲜活、交互、多维的创意手法复刻历史，最大化的保留老建筑、尊重历史传承记录当下，启迪未来。

创意理念：

通过馆中馆划分 5 大主题中心，打造顶级体验平台：

家电故事馆—动静结合讲述家电的前世今生，探索合肥家电产业崛起的秘境；

品牌体验馆—精选合肥高端品牌，讲述品牌故事。打造一站式家电购物、品牌体验；

合肥情景老街—多个实景体验将传统与艺术融合，通过街区造景定格时代表情；

品质书店—以“凿壁偷光”为设计理念，以当代生活审美为核心，搭织美学生活共享文化空间；

机器人馆—通过器人互动科普体验，开拓青少年的创新思维，共创未来智慧生活。

③国家公园雅安大熊猫科普教育中心

项目定位：

宽创国际在打造大熊猫国家公园雅安科普教育中心时，助力雅安市积极融入四川“三九大”旅游品牌，以运营为核心目标，在场馆设计元素融入、互动体验内容和活动空间设置等方面，提供未来文化交流、自然教育、科普活动和学术会议机会等，并开发了多种大熊猫相关文创产品，共促大熊猫保护在生态品牌建设方面取得突出成绩。

创意理念：

雅安大熊猫科普中心,建筑利用大面积玻璃幕墙设计，将室内空间与室外景观相连，十分注重空间感的打造，因此，内部展陈将避免生硬隔断，在大区块、整体性空间中串联展陈内容，保证视野开阔，提升参观舒适度，同时布展将充分考虑建筑高度变化，做到室内展陈与建筑完美融合。

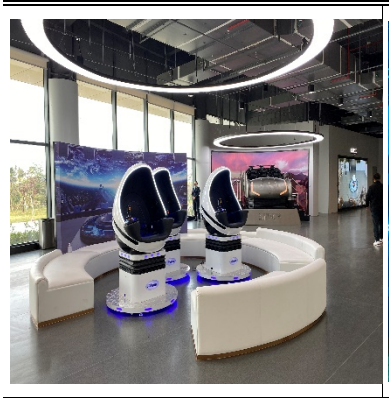
2、展厅展示创意服务

公司全面发挥文化历史、科技研发、创意设计等领域的专家及技术优势，从产业链、行业发展、企业形象、文化内涵、企业技术、企业产品、解决方案等多角度展示企业价值，打造富有特色的企业展厅，成就企业品牌。

公司企业展厅类项目主要有山东国核崮山展示中心、上海集成电路设计产业园展示馆、汤臣倍健营养体验馆、北京用友数字企业体验馆和华为延安云计算数据中心展厅等。

公司企业展厅类代表项目具体情况如下：

（1）山东国核崮山展示中心



项目定位：

国家电投新能源科技馆是国内领先，国际一流核能展馆和交流合作平台。是国家电投企业品牌形象和科技重大专项国和一号的展示和宣传窗口。依托于崮山国际交流中心打造行业内高端国际合作交流平台。

创意理念：

主题部分，由核能世界、核能中国、核能荣成、国家电投清洁能源五部分组成。以“核能世界”、“核能中国”、“核能荣成”和“国家电投清洁能源”为主线，讲述世界核能发展史，中国核能与科技发展历程。科普部分以“核能生活”、“核能未来”为主线，展现核能科技和核能能源的科普知识；以小型堆、核聚变、国际热核聚变试验堆为例讲述未来核能发展方向。

（2）汤臣倍健营养体验馆

项目定位：

帮助消费者认知自身健康状况及个性化需求，并提供全方位健康管理服务的平台。

创意理念：

场馆具体分为四大板块，即营养科普，塑造声、光、电等多媒体互动的沉浸式光影体验，寓教于乐地科普营养知识；健康理念，结合丰富多样的装置，帮助消费者生动地认识疾病与营养；健康检测，用尖端检测设备对消费者进行健康风险评估，帮助他们认识自己的身体；健康管理，配备专业营养师分析解读消费者的报告，并定制个性化的营养方案。公司以游客参观体验的角度审视、设计并复核馆内所有的设计细节。

（3）北京用友数字企业体验馆

项目定位：

北京用友数字企业体验馆是中国一个综合型、融合化、生态式的数字企业体验中心。

创意理念：

整个展馆采用开放式布局，利用建筑本身的特点，从序厅开始左右铺开“行业云”与“领域云”展览主题，参观者可根据业务目的需求合理的安排参观路线。同时巧妙的将挑空大厅设计为与用友云平台抽象概念相结合的艺术展项，以放射状线条呼应天地之间的概念凸显用友为搭建企业与云之间的数字化建设所做的贡献。领域云与行业云都采用拓展性设计，方便后续内容更新，同时注重场景化互动体验的参与感。二层为商务接待的功能性区域，负一层为报告厅等区域，整个场馆规划合理，视觉效果大气磅礴，为用友后续的企业展示及营销宣传发挥了重要的作用。

（4）华为延安云计算数据中心展厅

项目定位：

精准定位延安华为云计算数据中心展示馆的建馆目标，定制专属延安新区、华为行业应用解决方案互动飞屏、生态合作伙伴数据瀑布，根据“云上新延安、擎动新经济”的主题设置，设计反映携手华为开拓大数据产业新业态的特色展区，避免大数据展示千馆一面的弊端。

创意理念：

作为云计算大数据展示馆，其本身就应是一个智慧化的展示平台，将大数据技术运用到馆内，通过人脸识别、观众信息采集分析、智能导览等技术，借助微信平台或 IPAD，实现观众与展馆良性长效沟通，并打造展馆 APP、大数据平台，实现全数字化、智慧化。

3、展会创意服务

公司自成立至今，已为众多世界 500 强、中国 500 强企业提供展会创意服务，成功案例遍布“一带一路”国家和地区。公司凭借卓越的市场洞察力和不拘一格的创意精神，依托强大的行业资源整合能力，为客户提供涵盖“策划、会议、视觉、设计、品牌、空间”等全方位的一站式国际会展服务体验。

公司展览展示创意服务项目主要有：中兴通讯（2018 年深圳电子展、2018 年天翼智能生态博览会、2017 年巴塞罗那智慧城市展）、华为（2018 年保加利亚 16+1 展、2015 年汉诺威电子展）、中国银联（2019 年自助售货系统与设施博览交易会、2017 年亚洲移动大会）、阿里巴巴（2017 年亚洲移动通讯大会、2017 年中国国际电子商务博览会暨第二届全球跨境电商峰会、2016 年中国国际旅游交易会）、格力（2018 年美国空调制冷和供热展、2018 年印度制冷和空调展）、京东（2017 年亚洲国际物流技术与运输系统展览会）、上海电气（2019/2018 德国汉诺威工业博览会）、中国中车（2017 年世界客车博览会）、携程（2018 年新加坡旅游展）、烽火科技（2019 巴西国际通信展/2018 欧洲宽带论坛/2018 亚洲通讯展/2018NGON&DCI EUROPE/2017 欧洲宽带论坛/2019 亚洲移动通信博

览会）、中国信科（2018 年中国移动全球合作伙伴大会）、上海小蚁科技有限公司（2018 柏林国际消费电子产品展/2018 ISC EXPO/West / 2018 NAB）、武汉地铁集团有限公司（深圳 2017 Urban City Rail Transit Culture Expo）、中铁建设集团(2019 德国 TRANSPORT LOGISTIC，2017 德国 TRANSPORT LOGISTIC)等。

公司展览类项目的合作伙伴多为知名企业，举例如下：

公司展览展示创意服务代表项目为中兴（2018 年天翼智能生态博览会）及中国中车（2017 年世界客车博览会）。

（1）中兴（2018 年天翼智能生态博览会）

项目定位：

打造高端智能展台，呈现品牌科技特性。

创意理念：

以“科技打造智慧生活”为中心设计思想，通过硬朗的切角元素呈现出富有科技感的创意展台效果。

（2）中国中车（2017 年世界客车博览会）

项目定位：

打造品牌科技智造的未来发展道路。

创意理念：

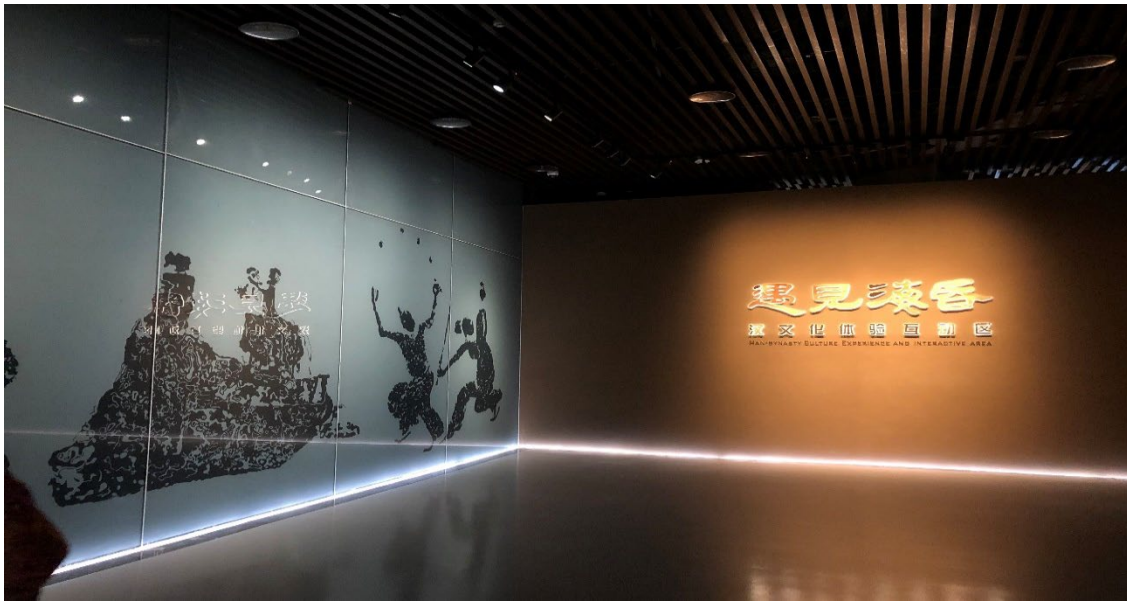
宽创国际本次为中车参与世界客车博览会设计了专属展台，主要特点围绕真车现场观摩、组件零件现场解析两大核心进行设计；布局上满足中车的展车需求，视觉上以大气稳重为主旋律，意在体现中车产品的可靠感、先进感。

4、创意设计服务

创意设计服务即公司承担各类展示系统项目中创意设计、影视动画创意、模型创意等特定环节的创意服务业务。

公司创意设计服务代表项目具体情况如下：

（1）南昌汉代海昏侯国遗址



项目定位：

南昌汉代海昏侯墓是我国目前为止发现的面积最大、保存最好、内涵最丰富的汉代列侯等级墓葬。

创意理念：

本馆以时空的“回”与“溯”，文明的“遇”与“见”为概念进行策划，依托详实的历史背景，结合当代科技与艺术，打造一座沉浸式的互动体验馆，海昏侯国为引，为观众展现一幅汉代文明的历史长卷。

（2）青岛市城阳区档案馆

项目定位：

青岛市城阳区最具综合性，最具特色的爱国主义教育基地和城阳历史文化传承中心。它将成为城阳区委和区政府对外宣传和推介城阳的文化窗口。

创意理念：

以城阳档案建设发展为背景，运用实物、多媒体、互动体验的方式，使内容与空间形式产生对话，观众与固化档案产生对话，从而实现“版面展示立体化,实物场景一体化，景观模型动态化，展示手段科技化”的设计理念，进而有别于中国乃至世界所有展览,彰显其独特而珍贵的档案价值。

（三）主营业务收入的主要构成

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
馆厅展示创意服务	13,875.64	88.19	39,010.85	81.08	26,496.98	68.01	20,370.09	57.76
展览展示创意服务	1,708.95	10.86	8,614.04	17.90	11,541.72	29.62	14,564.31	41.30
创意设计服务	148.43	0.94	486.64	1.01	922.39	2.37	333.26	0.94
合计	**15,733.02**	**100.00**	**48,111.53**	**100.00**	**38,961.08**	**100.00**	**35,267.66**	**100.00**

（四）主要经营模式

1、业务运营模式

公司是数字文化展示创意服务的综合提供商，主要为各类展馆、展厅、展览等主题空间提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。公司依托丰富的文创展示经验，通过招投标和商务谈判方式承接展览展示服务一体化项目，公司自主完成项目总体方案设计，并通过基础装饰装修、多媒体集成、场景模型搭建、影视动画等手段来展示实现，最终打造一体化“交钥匙工程”，为客户提供数字文化展示创意服务的综合解决方案。

2、业务承接模式

对于展馆展示创意服务项目，公司主要通过招投标方式获得业务资格；对于展厅、展览展示创意服务项目，公司主要通过商务谈判获取项目。

（1）馆厅展示创意服务：公司设有馆厅商务部，负责收集汇总全国各个区域市场发展情况，通过行业合作伙伴如规划设计院、建筑设计院、各大专业院校、

行业协会的合作，以及通过各类政府网站或建设项目信息网站、招标网等公开信息渠道获得市场信息后进行项目跟进。公司培养了一批对产业资源敏感、能够深挖客户需求的业务队伍，负责掌握、收集市场信息并分析业务拓展机会。

公司馆厅商务部根据项目的背景、具体情况、资金来源以及项目形式等情况进行实地调研，对于项目背景清晰、情况明确、资金到位的项目，由商务人员申请立项。展馆展示创意服务项目在投标并中标后，与客户签订销售合同。

（2）展览展示创意服务：对于展览类项目，根据其小而分散的特点，公司市场销售人员通过网络信息、展览邀请、主办组团推荐、行业协会贸促会推荐等公开渠道时刻关注行业动态，及时获取、更新展览、展商信息，并积极跟进潜在客户需求。建立初步合作意向后，展览商务部人员将对项目类型进行分类，综合考虑展览面积、客户预算等因素，对于规模较大的项目，向展览设计部提出策划立项，针对小型项目直接对接设计师、传达客户需求、进入项目设计阶段。之后，公司向客户交付设计初稿、设计说明、工程报价并获得确认后，展览商务部将联合工程运营部进入后期正式报价环节。工程运营部根据供应商的价格和市场供应环境为展览商务部提供合理定价范围建议，辅助展览商务部与客户统一最终合同方案。工程运营部实行项目制，根据项目属性，指定固定项目人员，分别负责项目前期、中期、后期进度，实行项目一体化管理，保证项目各信息被有效传达及管控，最终实现项目的合格规范化交付。

往往一个客户会同时产生多种需求，如展馆建设、展览服务、外展引入、巡展运营等。公司能够满足同一个客户多元的服务需求。针对这类业务，公司会组织设计部门等相关团队进行方案制作，待客户认可后签订合同。

除主动收集潜在业务信息外，公司通过十余年行业实践积累了良好的客户口碑，在商务部拜访客户、维护客户的同时，公司获得了大量由客户介绍的质量优秀的新项目，成为公司开拓市场的良好根基。另一方面，公司不断加大对外展示力度，吸引了一批通过公开渠道与公司开展业务的新客户，为公司的发展带来稳定客源。

3、创意服务模式

公司的设计、实施模式围绕从策划、设计、深化一体化运行：商务部门确定立项，工程部门和设计部门提供初步设计方案。展馆展厅类项目由商务部配合投标组进行准备标书并投标，在中标之后设计院根据意见反馈深化设计方案。展览类项目相对展馆类项目具有时间短、市场需求频次高的特性，由商务部直接与客户沟通，收集需求后和设计部、工程部合作发出设计草案，并与客户不断沟通、深化内容设计，确定最终执行方案。业务部门确定设计稿后，由运营部根据深化方案制定采购清单、联系供应商，并启动施工。公司设计与施工模式具体介绍如下：

（1）创意设计模式

公司勤于设计，精于创意，要求设计师高度参与项目各环节，以总体策划设计为骨架，以高新数字展示科技为依托，丰富展示效果，紧贴“方案与需求相匹配、创意与效果相匹配”的设计准则。

对于展馆展厅类项目，公司设计部门依据专项小组初步报告开展项目实地调研，调集相关案例、执行信息分析、提出布展概念及部门合作计划。首次设计以获得中标为目的，运用独特视角、创新立意、国际化思维诠释客户目标，深度结合公司自主研发产品，展现公司实力和技术应用的灵活性，并配合投标部门完成标书设计与投递。合同正式签订后，设计部门对设计概念进行进一步深化升级，深挖客户核心需求，优化处理项目细节，确保创意紧扣主题、制图清晰、细节丰富。设计完成后由设计院工程组对方案的实施方式、技术配备、材料选取、布局效果等方面进行专业可行性评估，并交由商务部与客户达成最终合作意向。在施工阶段，公司要求设计部以客户意见为导向，修改方案直至传达准确客户需求。

对于展览类项目，为确保高效地完成大量订单，公司派出商务部门与展览类客户先行沟通，收集数据后将订单按照规模和预期时长分别制定项目流程。对于规模较小的项目，商务人员直接与设计师沟通并即时进行展位设计的交流，两部门合作向客户交付设计初稿、设计说明、工程实施注意事项及工程报价；对于大

型项目，商务部将组织客户与策划沟通并出具设计文案，设计师根据策划定稿进行设计制图，客户沟通确定方案后，按沟通结果进入公司的报价环节；项目签订后，设计师团队将再次深化方案，负责出具效果图、施工图，并在项目早期与工程部门展开协作沟通，由工程部制作强弱电设计，共同规划合理流程，保证施工及展览效果。

（2）实施模式

项目施工部分调动设计院、工程部等部门，由工程部主要负责实际施工任务，其他部门执行监督支持任务，严格按照业主（主办）方要求安全规范操作执行。

对于展馆展厅类项目，公司要求工程部门在投标阶段开始提供技术支持，出具专业技术意见。中标之后深化设计框架，完成强弱电设计，把控整体时间和工程进度。在施工阶段，工程部门深度参与各步骤的工程实施，执行工程质量的巡检，把控现场总体调度，管控工程变更、增项、签证的结果，负责解决技术难题，调整项目方案变更的审核，并记录竣工验收的进度，完成大型项目的统筹协调。同时，施工过程至布局完成期间，展馆展厅类项目均接受监理监督。布局完成后，公司邀请第三方及客户进行项目验收。项目竣工验收后，由采购部通知装饰安装、场景供应商进行项目决算。

对于展览类项目，工程部收到设计部门施工图后，联系供应商开始基础施工，同时由技术部门向展览场馆确认空间规模、运营场景。施工开始后，由工程部或现场负责人员对于展位搭建过程中出现的现场追加及项目变更情况向客户提出核实并确认。大部分情况下，展位搭建完成后，工程部及现场负责人员配合客户将展品进场安放，并由客户验收留档；施工完成后，现场负责人将跟踪展览顺利运营，对于展览期间客户提出的应急服务和增值服务要求通知施工部门、予以及时支持，展览结束后，工程部先配合客户撤离展品，再监督供应商按展览主办方要求的拆除现场。

4、采购模式

公司展馆事业部及展览事业部分别拥有独立的采购人员，负责公司展馆、展

厅、展览等各类业务的采购工作。采购人员的主要职责为：收集、核对项目部门采购需求、制定、执行供应商审核及遴选机制、建立稳定合作供应源，确保供应进度与实施进度匹配，减少供应环节风险。

展馆展厅类展示创意服务项目采购模式：项目中标后，采购人员按照具体项目类别制作采购清单。经审计部、工程技术部审核完成后、结合工程施工规划起草发布物资到货计划，并发起采购招标。供应链管理部招标标准综合考量竞标公司的报价、资质及过往合作情况等方面，便于公平、快速地挑选最终的供应商。馆厅展示创意服务业务一般采购内容主要包括多媒体设备、定制化服务包括场景、平面、模型、沙盘、动画、影片等以及基础装饰装修、消防工程、暖通工程等专业采购。

公司将附加值、技术含量低的基础装饰装修施工环节进行分包，要求分包单位严格按照公司提供的效果图、施工图，在保证安全生产的情况下，按照国家、行业技术标准进行施工，并由项目经理在项目现场对施工进行管理，部分情况下，公司自行采购装修物资，并采用劳务分包。场景、沙盘、平面类采购需求的项目，由供应链管理部向供应商提出深化方案需求，并经由甲方进行确认后实施。整体采购过程严格按照财务成本建议实施比价议价，采取大量订单集中、招标采购，少量订单主动比价采购的方式。同时采购部门严格遵守质量监督制度，施行多步骤跟踪审核：购置阶段复核供应商产品合格证明、检测报告、第三方检测报告；实施阶段设置现场项目经理及监理岗位，支撑供应商评审合理性、准确性，保证供货数量及质量的规范、稳定。

展览类项目采购模式：接到初步客户合作意向后，展览业务采购人员根据设计部门出具的设计方案结合项目具体需求给出报价建议和施工优化建议，待展览商务部门最终签约订单后，启动正式的采购流程，进入供应商询价议价阶段，主要采购内容主要为展台搭建服务。采购物资进场后由工程运营部联合验收，并由采购人员负责供应商结算。因展览业务需求多元，采购人员定时考核供应商及供货质量、更新扩展供应商数据，保证提供稳定、优质的设备材料输送。采购人员在整体采购过程中与投标部、预决算部紧密协作，与供应商进行及时的信息流通，

为项目提供精准的采购支持。

5、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司的经营模式为：依托丰富的文创展示经验，通过招投标和商务谈判方式承接展览展示服务一体化项目，公司设计人员利用多样的数字展示技术进行创意设计，对装饰装修等非核心环节进行外包，最终打造一体化“交钥匙工程”，为客户提供数字文化展示创意服务的综合解决方案。

报告期内，公司的经营模式未发生重大变化，且基于稳定的发展环境，预计未来一定时期内公司的经营模式不会发生重大变化。

6、公司业务模式合规性分析

公司是数字文化展示创意服务集创意领域集设计、制作、布展、维护于一体的综合提供商。创意设计方案是获得客户认同的决定性因素，也是确保项目实施效果达到预期的基础条件，因此创意设计在公司业务中具有核心地位，由公司自主完成。而装饰装修施工附加值低，技术含量低，且需要耗费大量的人力成本，属于公司非核心业务。因此，公司将装饰装修业务进行外包。

根据《建设工程质量管理条例》（2019 修订）对违法分包的定义，发行人报告期内存在将工程分包给无资质供应商及未经甲方认可进行分包的情形。报告期内公司各期确认收入的项目中，存在向无资质装饰装修供应商采购的项目收入分别为 8,881.58 万元、10,353.37 万元、4,991.57 万元和 0 万元，占当期营业收入的比例分别为 25.18%、26.57%、10.38%和 0%；当期向无资质的装饰装修供应商采购金额分别为 1,860.82 万元、1,637.53 万元、119.11 万元及 0 万元，占总采购金额的比重分别为 7.95%、7.06%、0.47%及 0%，呈整体下降至无的趋势。

报告期内，公司未经甲方认可进行分包的收入分别为 6,639.64 万元、913.45 万元、6,117.06 万元和 0 万元，占当期营业收入的比例分别为 18.83%、2.34%、12.71%和 0%，2017 年、2019 年上述比例较高主要系咸阳科技馆项目、合肥家电项目合同金额较大且尚未取得甲方分包认可，双方未因分包事宜发生过法律纠

纷。

针对上述瑕疵，公司正积极取得主管部门的确认函或甲方单位的无异议确认函，确认项目已正常交付使用，不存在受到行政处罚的情况。报告期内，公司确认收入的项目分包工程已完工，且项目工程均获得甲方的竣工验收，公司未曾因分包事宜与甲方发生过法律纠纷，且未受到住建部门相关行政处罚。

实际控制人张东、李丹就此出具承诺，公司业务过程中若存在因工程分包给不具备相应资质单位或未经甲方认可进行分包等行为而受到主管部门处罚或与客户发生经济纠纷，实际控制人将全额承担发行人损失。

（五）设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

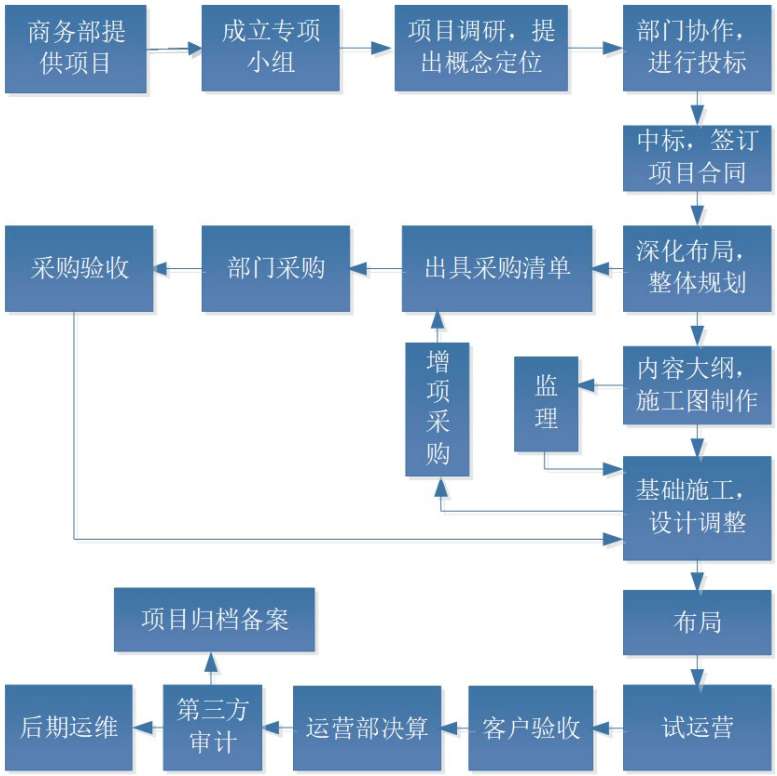
公司自设立以来一直从事数字文化展示创意服务。主营业务、主要产品、主要经营模式未发生重大变化。

公司设立后，早年以展会创意服务为主，随着公司服务的客户数量增多，公司了解到一些大型客户存在建设企业展厅的需求，自 2013 年开始逐步发展馆厅展示创意服务业务。随着我国城市化进程的不断推进和文化产业的蓬勃发展，公司通过招投标获取展馆项目，开始从事展馆展示创意服务。

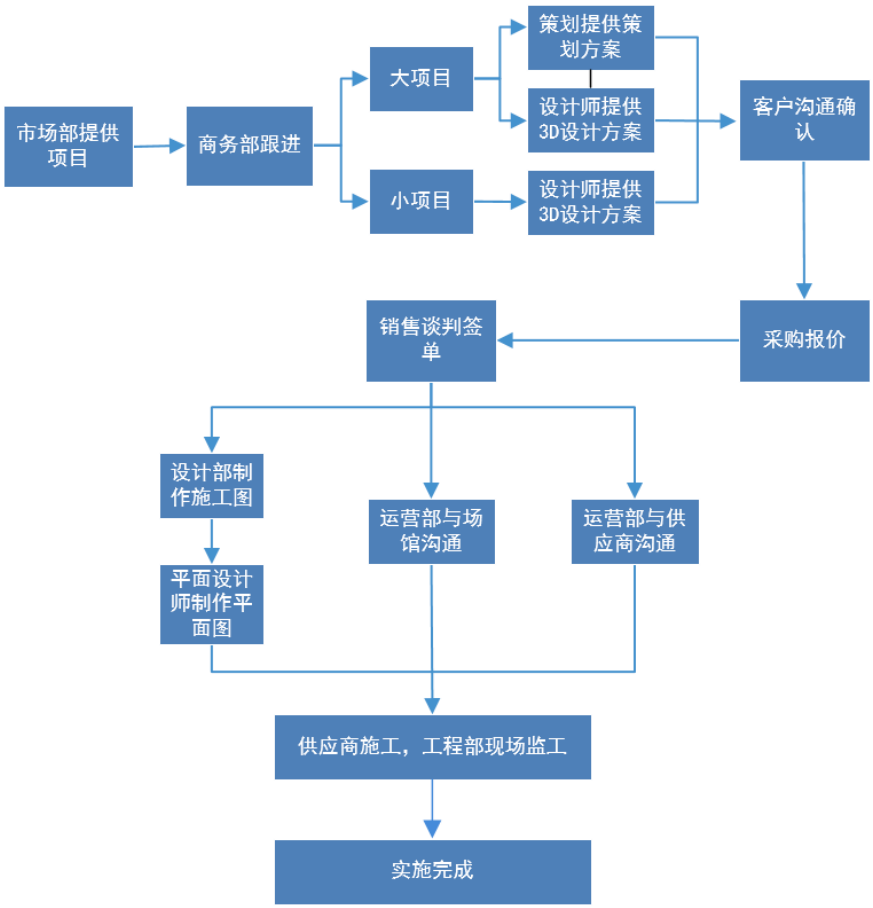
报告期内，公司馆厅展示创意服务业务收入占比最大且逐年上升，单个项目合同金额较大；公司展览展示创意服务业务的项目数量多但单个合同金额小，收入占比较小且逐年降低。创意设计服务是公司向客户仅提供设计方案，收入占比较低，无一贯性。

（六）主要产品和服务的流程图

1、馆厅展示创意服务


商务部提供项目
成立专项小组
项目调研，提出概念定位
部门协作，进行投标
中标，签订项目合同
深化布局，整体规划
出具采购清单
部门采购
采购验收
内容大纲，施工图制作
监理
增项采购
基础施工，设计调整
布局
试运营
客户验收
运营部决算
第三方审计
后期运维
项目归档备案

2、展览展示创意服务


市场部提供项目
商务部跟进
大项目
小项目
策划提供策划方案
设计师提供3D设计方案
设计师提供3D设计方案
客户沟通确认
采购报价
销售谈判签单
设计部制作施工图
平面设计师制作平面图
运营部与场馆沟通
运营部与供应商沟通
供应商施工，工程部现场监工
实施完成

（七）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司目前的生产经营不涉及重污染情况。公司在生产经营中能遵守国家环保有关法律法规，报告期内没有发生污染事故和纠纷，也没有因违反环保法律法规而受到处罚的情况。

二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况

（一）公司所处行业及确定所属行业的依据

宽创国际是数字文化展示创意服务的综合提供商。宽创国际深耕数字文化展示创意行业多年，拥有丰富的文创展示经验和多样的数字展示技术，并完成了数量众多的项目案例。宽创国际致力于为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展会等项目提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务。

公司所属行业为以创意设计为核心的文化创意产业，根据中国证监会发布的2012 年《上市公司行业分类指引》，发行人所处行业归属于“文化、体育和娱乐业”中的“文化艺术业”（R87）。根据国家统计局于 2018 年发布的《文化及相关产业分类（2018）》，公司所处行业为创意设计服务业。

（二）行业主管部门、监管体制及主要政策法规

1、行业的主管部门及监管体制

行业的管理体制由政府职能部门的宏观调控及行业自律组织规范协作构成。目前，对行业进行宏观指导的行政主管部门为中共中央宣传部、国家文化和旅游部、中华人民共和国住房和城乡建设部，行业自律管理机构为中国展览馆协会。

中共中央宣传部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，负责从宏观上指导精神产品的生产；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导

宣传文化系统制定政策、法规；按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系。

文化和旅游部是行业的产业主管部门，其职责包括贯彻落实党的文化工作方针政策，研究拟订文化和旅游政策措施，起草文化和旅游法律法规草案；统筹规划文化事业、文化产业和旅游业发展，拟订发展规划并组织实施，推进文化和旅游融合发展，推进文化和旅游体制机制改革；管理全国性重大文化活动，指导国家重点文化设施建设，组织国家旅游整体形象推广，促进文化产业和旅游产业对外合作和国际市场推广，制定旅游市场开发战略并组织实施，指导、推进全域旅游；指导文化和旅游市场发展，对文化和旅游市场经营进行行业监管，推进文化和旅游行业信用体系建设，依法规范文化和旅游市场等。

住房和城乡建设部是建设行业主管部门，其职责包含研究拟定城市规划、城镇规划、工程建设、城市建设、村镇建设、建筑业、勘察设计咨询业的方针、政策、法规，以及相关的发展战略、中长期规划并指导实施过程，进行行业管理；规范建筑市场，指导监督建筑市场准入、工程招投标、工程监理以及工程质量和安全。

中国展览馆协会是全国性展览行业组织，负责对本行业进行引导和协调，主要负责制定行规行约、规范行业行为、建立行业自律机制、维护行业利益，向企业提供信息、咨询服务等。

2、行业主要法律法规及政策

（1）主要行业政策

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
1	关于促进消费扩容提质加快形成国内强大市场的意见	发改委等	2020 年	推进文化创意和设计服务与制造业融合发展，支持企业建立工业设计中心、创意设计园等平台，培养引进创意设计人才，提高产品文化内涵
2	《关于印发公共文化领域中央与地方财政事权和支出责任划分改革方案的通知》	国务院	2020 年	基层公共文化设施免费或低收费开放。中央和地方通过政府购买服务等形式，支持社会力量参与公共文化服务。全面实施预算绩效管理，着力提高公共文化领域财政资源配置效率、使用效益和公共服务质量
3	《商务部办公厅	商务部办	2020 年	推进展会服务创新、管理创新、业态模式创新，加

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
	关于创新展会服务模式培育展览业发展新动能有关工作的通知》	公厅		快培育行业发展新动能，发挥展览业在扩大对外开放、增加社会就业、拉动消费增长等方面的重要作用，助力稳住外贸外资基本盘。积极打造线上展会新平台，促进线上线下办展融合发展，培育线上展会龙头企业和品牌展会。创新展会国际营销模式，深化展会国际合作。在外经贸发展专项资金规定支持范围内，支持各地因地制宜制定细化线上线下国际性展会扶持举措。
4	《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》	中共中央	2019 年	健全人民文化权益保障制度。坚持以人民为中心的工作导向，完善文化产品创作生产传播的引导激励机制，推出更多群众喜爱的文化精品。完善城乡公共文化服务体系，优化城乡文化资源配置，推动基层文化惠民工程扩大覆盖面、增强实效性，健全支持开展群众性文化活动机制，鼓励社会力量参与公共文化服务体系建设。
5	《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》	科技部等	2019 年	到 2025 年，基本形成覆盖重点领域和关键环节的文化和科技融合创新体系，实现文化和科技深度融合。按照国家科技创新基地优化整合总体部署，建成若干目标明确、重点突出、协同攻关的文化科技领域国家科技创新基地，建成 100 家左右特色鲜明、示范性强、管理规范、配套完善的国家文化和科技融合示范基地，200 家左右拥有知名品牌、引领行业发展、竞争力强的文化和科技融合领军企业，使文化和科技融合成为文化高质量发展的重要引擎。
6	《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》	国务院办公厅	2019 年	促进文化、旅游与现代技术相互融合，发展基于 5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容。提升文化、旅游产品开发和服务设计的数字化水平。到 2022 年，建设 30 个国家文化产业和旅游产业融合发展示范区，产业融合水平进一步提升，新型文化和旅游消费业态不断丰富。
7	《产业结构调整指导目录》	发改委	2019 年	将文化创意设计服务，数字文化创意（含数字文化创意技术装备、数字文化创意软件、数字文化创意内容制作、新型媒体服务、数字文化创意内容应用服务）产业列入鼓励类，明确推动文化信息资源共享工程与智慧博物馆建设，促进传统媒体和新兴媒体融合发展
8	《公共数字文化工程融合创新发展实施方案》	文化和旅游部	2019 年	到 2019 年底，实现工程的统筹管理，建立统一的标准规范框架，推出统一的基层服务界面，初步形成公共数字文化资源服务总目录，统筹开展基层数字文化资源配送，做好工程平台、资源、服务的融合创新发展试点工作。到 2020 年底，基本建成统一的工程标准规范体系，实现工程平台有效整合、资源共建共享、管理统筹规范、服务便捷高效，社会力量参与机制更加健全，服务效能显著提升。
9	《进一步支持文化企业发展的规定》	国务院	2018 年	中央财政和地方财政应通过文化产业发展专项资金等现有资金渠道，创新资金投入方式，完善政策扶持体系，支持文化企业发展。加大财政对文化科技创新的支持，将文化科技纳入国家相关科技发展规划和计划，加强国家文化和科技融合示范基地建设，积极鼓励文化与科技深度融合，促进文化企业、文化产业转型升级，发展新型文化业态。创新文化产业投融资体制，推动文化资源与金融资本有效对接，鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大，推动资产证券化，鼓励文化企业充分利用金融资源，投资开发战略性、先导性文化项目。

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
10	《促进上海创意与设计产业发展的实施办法》	上海市经济和信息化委员会等	2018 年	加强对历史文化风貌区的保护和利用，保护性开发利用历史文化名镇（村）、文物保护单位、传统村落和历史建筑。加强对红色旅游、工业旅游、建筑旅游、博物馆旅游、市井风情旅游等特色旅游线路的开发和设计。
11	《关于在文化领域推广政府和社会资本合作模式的指导意见》	文化和旅游部、财政部	2018 年	鼓励社会需求稳定、具有可经营性、能够实现按效付费、公共属性较强的文化项目采用 PPP 模式。重点包括但不限于具有一定收益性的文化产业集聚发展、特色文化传承创新、公共文化服务、非物质文化遗产保护传承以及促进文化和旅游、农业、科技、体育、健康等领域深度融合发展的文化项目。
12	《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》	文化部	2017 年	数字文化产品和服务供给质量不断提升、供给结构不断优化、供给效率不断提高，数字文化消费更加活跃，成为扩大文化消费的主力军。培育若干社会效益和经济效益突出、具有较强创新能力和核心竞争力的数字文化领军企业，一批各具特色的创新型中小微数字文化企业。动漫、游戏、网络文化、数字文化装备、数字艺术展示等重点领域实力明显增强。数字文化产业生态体系更加完善，产业支撑平台更加成熟，市场秩序更加有序，政策保障体系更加完备。到 2020 年，形成导向正确、技术先进、消费活跃、效益良好的数字文化产业发展格局，在数字文化产业领域处于国际领先地位。
13	《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》	中共上海市委、上海市人民政府	2017 年	发挥市场在文化资源配置中的积极作用，……加快文化旅游、文化体育等延伸领域融合发展，形成一批主业突出、具有核心竞争力的骨干文化创意企业，推进一批创新示范、辐射带动能力强的文化创意重大项目，建成一批业态集聚、功能提升的文化创意园区，集聚一批创新引领、创意丰富的文化创意人才，构建要素集聚、竞争有序的现代文化市场体系，夯实国际文化大都市的产业基础，使文化创意产业成为本市构建新型产业体系的新的增长点、提升城市竞争力的重要增长极。未来五年，本市文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到 15%左右，基本建成现代文化创意产业重镇；到 2030 年，本市文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到 18%左右，基本建成具有国际影响力的文化创意产业中心；到 2035 年，全面建成具有国际影响力的文化创意产业中心。
14	《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》	文化部	2017 年	落实供给侧结构性改革战略部署，完善现代文化产业体系，着力发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，促进文化资源与文化产业有机融合，形成新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益。
15	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	国务院	2016 年	以数字技术和先进理念推动文化创意与创新设计等产业加快发展，促进文化科技深度融合、相关产业相互渗透。到 2020 年，形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局，相关行业产值规模达到 8 万亿元。
16	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》2016 版	国家发改委	2017 年	明确数字内容服务属于战略性新兴产业重点产品和服务范畴。将数字内容领域中可视化、虚拟现实等技术利用到相关领域，实现可视化的交互操作，包括三维城市展示、辅助城市规划设计、可视化城市基础设施管理、城市监控、工业设计等。
17	《促进中小企业发展规划（2016	工业和信息化部	2016 年	加强体制机制创新，引导各类社会资金支持传统产业改造升级、节能减排，以及现代服务业、战略性

序号	名称	发布单位	发布时间	主要内容
	—2020 年）》			新兴产业、现代农业、文化产业和民族特色产业等领域初创期中小企业发展，支持中小企业“专精特新”发展。
18	《关于加快发展服务贸易的若干意见》	国务院	2015 年	积极推动文化艺术、广播影视、新闻出版、教育等承载中华文化核心价值的文化服务出口，大力促进文化创意、数字出版、动漫游戏等新型文化服务出口，加强中医药、体育、餐饮等特色服务领域的国际交流合作，提升中华文化软实力和影响力。
19	《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》	国务院	2015 年	坚持深化改革。全面深化展览业管理体制改革，明确展览业经济、社会、文化、生态功能定位，加快政府职能转变和简政放权，稳步有序放开展览业市场准入，提升行业管理水平，以体制机制创新激发市场主体活力和创造力。
20	《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	国务院	2014 年	统筹各类资源，加强协调配合，着力推进文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务、广告服务等文化创意和设计服务与装备制造业、消费品工业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业等重点领域融合发展。依托丰厚文化资源，丰富创意和设计内涵，拓展物质和非物质文化遗产传承利用途径，促进文化遗产资源在与产业和市场的结合中实现传承和可持续发展。加强科技与文化的结合，促进创意和设计产品服务的生产、交易和成果转化，创造具有中国特色的现代新产品，实现文化价值与实用价值的有机统一。
21	《关于加快发展对外文化贸易的意见》	国务院	2014 年	加快发展传统文化产业和新兴文化产业，扩大文化产品和服务出口，加大文化领域对外投资，力争到 2020 年，培育一批具有国际竞争力的外向型文化企业，形成一批具有核心竞争力的文化产品，打造一批具有国际影响力的文化品牌，搭建若干具有较强辐射力的国际文化交易平台，使核心文化产品和服务贸易逆差状况得以扭转，对外文化贸易额在对外贸易总额中的比重大幅提高，我国文化产品和服务在国际市场的份额进一步扩大，我国文化整体实力和竞争力显著提升。
22	《关于深入推进文化金融合作的意见》	文化部、中国人民银行、财政部	2014 年	建立完善文化金融中介服务体系；探索创建文化金融合作试验区；完善文化企业信贷管理机制；加快推进文化企业直接融资；开发推广适合对外文化贸易特点的金融产品及服务；加大金融支持文化消费的力度；推进文化产业与相关产业融合发展；创新文化资产管理方式；加强文化金融公共服务；加强财政对文化金融合作的支持。

（2）主要法律法规

序号	名称	生效日期	主要内容
1	《中华人民共和国文物保护法》	1982 年 11 月 19 日	规定了文物保护的范围、主管单位、经费来源、法律责任等。
2	《中华人民共和国建筑法》	1998 年 3 月 1 日	规定了建筑工程招投标、建筑工程质量与安全管理、工程项目建设程序及建筑工程许可制度、工程监理制度等。
3	《中华人民共和国招标投标法》	2000 年 1 月 1 日	规范了招标投标活动、调整在招标投标过程中产生的各种关系的法律法规。
4	《建设工程质量管理条例》	2000 年 1 月 30 日	规范境内从事建设工程的新建、扩建、改建等有关活动及实施对建设工程质量监督管理。
5	《安全生产许可证条	2004 年 1 月 13 日	严格规范安全生产条件，进一步加强安全生产监督

序号	名称	生效日期	主要内容
	例》		管理，防止和减少生产安全事故。
6	《建设工程安全生产管理条例》	2004 年 2 月 1 日	健全和完善了建设工程安全生产的法律体系，规范和提高了从事建筑活动主体的安全生产行为，明确了对建设工程安全生产的监督管理部门及其职责。
7	《国家级非物质文化遗产保护与管理暂行办法》	2006 年 12 月 1 日	规定了国家级非物质文化遗产保护的责任主体、职责内容、经费来源等。
8	《建筑业企业资质标准》	2015 年 1 月 1 日	明确了建筑业企业资质各序列、类别、等级的资质标准，规范建筑市场秩序，加强建筑活动监管，保证建设工程质量，促进建筑业科学发展。
9	《建筑业企业资质管理规定》	2015 年 3 月 1 日	明确了住建部负责全国建筑业企业资质的统一监督管理，对建筑业企业资质申请与许可、延续与变更、监督管理、法律责任等作出规定，加强建筑活动的监督管理，维护公共利益和建筑市场秩序，保证建设工程质量安全。
10	《博物馆条例》	2015 年 3 月 20 日	对博物馆设立、变更、终止程序作出明确规定；对藏品的取得、安全保护、使用管理等作出规定；在保证开放时间、鼓励免费开放、规范陈列展览主题和内容等方面作出要求。
11	《中华人民共和国公共文化服务保障法》	2017 年 3 月 1 日	规范和界定了各级政府在公共文化服务中的责任和义务，明确了公共文化服务中的若干重要制度。

公司从事的“文化+科技”相融合的数字文化产业是国家大力支持的新兴产业。2017 年 4 月 11 日出台的《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》指出：“培育若干社会效益和经济效益突出、具有较强创新能力和核心竞争力的数字文化领军企业。”2018 年 12 月 18 日出台的《进一步支持文化企业发展的规定》指出：“中央财政和地方财政应通过文化产业发展专项资金等现有资金渠道，创新资金投入方式，完善政策扶持体系，支持文化企业发展。加大财政对文化科技创新的支持，将文化科技纳入国家相关科技发展规划和计划，加强国家文化和科技融合示范基地建设，积极鼓励文化与科技深度融合，促进文化企业、文化产业转型升级，发展新型文化业态。”2019 年 8 月 13 日出台的《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》指出：“到 2025 年，基本形成覆盖重点领域和关键环节的文化和科技融合创新体系，实现文化和科技深度融合。”

报告期内，发行人所处行业的监管体制、法律法规、行业标准和相关政策重点鼓励发行人所从事的科技与文化创意相结合的创意产业，行业内不具有科技运用能力的传统企业将面临更激烈的竞争。整体而言，上述法律法规、行业政策均有利于发行人的经营发展。

（三）行业发展现状及前景

1、数字文化展示创意行业概述

数字文化展示创意行业属于创意设计服务业，通过运用数字化科技手段生动的展现传统的图文展板内容。展示方式从以物中心逐渐向以人为中心转变，是传统展示方式的有力补充并逐渐成为主流趋势。数字文化展示创意服务旨在为展览展示馆体提供文化、科技、艺术、数字等内容的定制化设计服务，协助政府机关、公共机构、商业团体、企事业单位通过主题营造和空间设计，进行主体形象展示、宣传教育、及文化及商业推广。以上展览展示主要分为博物馆类展示、科技馆类展示、城市主题馆类展示、企业展厅类展示及展览展示等类型。

各类展览馆在一定程度上适应了不同层面观念的需求，在传播知识、弘扬精神方面越来越被人们所重视。展览展示的目的是为参展方提供高效、丰富和完整的展示服务，成为连接参观人与参展方的媒介，促进商品、资金、信息等流动，从而对社会经济和文化发展产生直接或间接的推动作用。

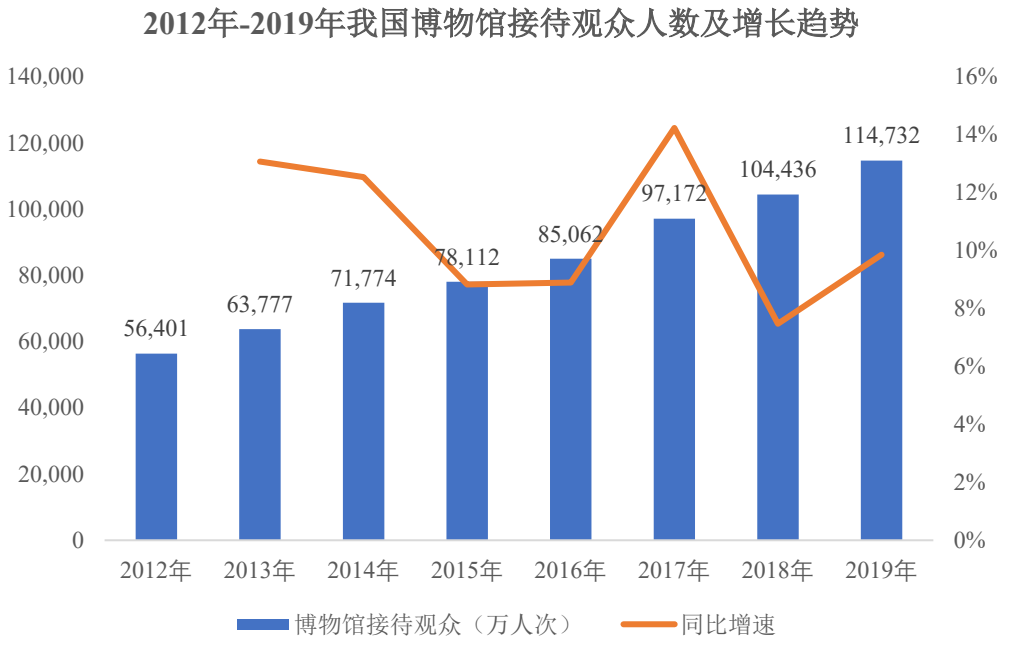
2、展馆展示创意领域现状及前景

展馆主要分为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆等类型，以上馆体的展示创意服务，均是宽创国际多年来深耕和专长的方向。

（1）博物馆发展现状及前景

①我国居民对于博物馆的需求不断提升、走进博物馆渐成日常

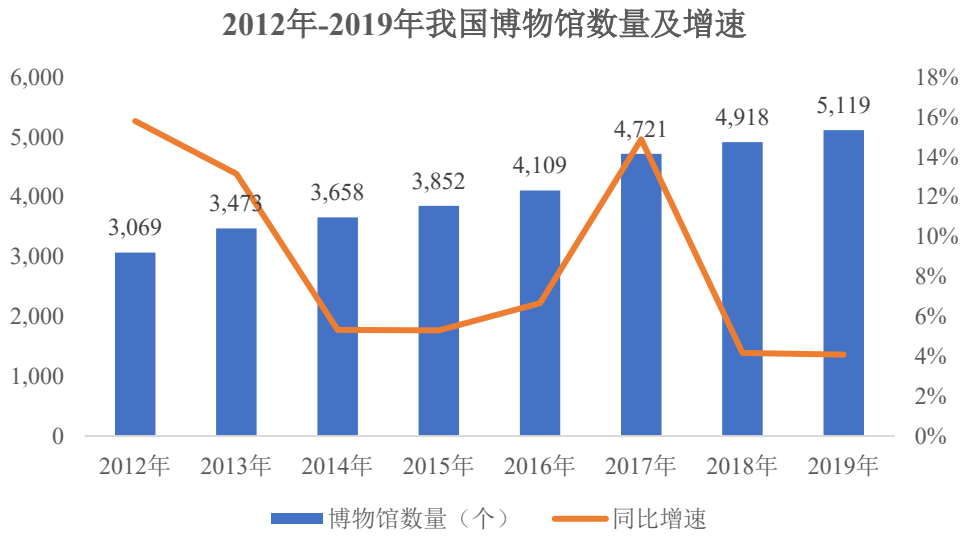
随着国家经济建设水平的提高以及整体精神文明需求的提升，我国居民对于博物馆观展的需求不断提升，我国博物馆接待观众人数快速增长，走进博物馆渐成日常生活的一部分。据我国文化和旅游部发布的《2019 年文化和旅游发展统计公报》数据显示，2019 年我国博物馆接待观众达到 11.47 亿人次，同比上年增长 9.86%，自 2012 年以来我国博物馆接待观众人数年均复合增长率达 10.68%，增速始终保持较高水平。



数据来源：文化和旅游部

②我国博物馆重要性日益凸显、数量快速增长

博物馆作为我国历史文化、产业文化、企业文化传承和传播的重要载体，对于社会文化的传承以及相关行业、企业的发展起到越来越突出的推动作用。随着文化发展的重要性日渐加深，近几年，各类博物馆建设如综合性城市博物馆、纪念馆、专题博物馆、行业博物馆、产业博物馆、私人博物馆等数量快速增长，我国博物馆建设呈现多元化的积极发展态势。据国家统计局数据显示，2019 年，我国博物馆数量达到 5,119 家，同比增长 4.09%。蓬勃发展的博物馆建设市场将进一步推动我国文化服务体系深入发展，不断满足我国居民日益增长的精神文化需求。



数据来源：国家统计局

③政策助力，博物馆迎来良好发展前景

为了鼓励博物馆产业的快速发展，国家文物局在 2012 年印发的《博物馆事业中长期发展规划纲要（2011-2020 年）》中提出了产业总体目标：到 2020 年，基本形成特色鲜明、结构优化、布局合理的博物馆体系，基本实现博物馆管理运行的现代化，基本建立运转协调、惠及全民的博物馆公共文化服务体系，博物馆文化深入人心，进入世界博物馆先进国家行列。具体的要求包括：博物馆公共文化服务人群覆盖率明显提高，从 40 万人拥有 1 个博物馆发展到 25 万人拥有 1 个博物馆；完成 100 个包括文物保护综合技术中心、文物保护修复区域中心、馆藏文物保护修复技术和成果推广服务站在内的全国可移动文物保护修复架构体系建设；博物馆教育和服务体系更加完善，公共博物馆全面免费开放。除基本陈列外，博物馆年举办展览数量达到 3 万个，展示水平显著提升，博物馆年观众达到 10 亿人次。同时要求在 2020 年基本实现全国县级博物馆的现代化。

根据国家卫生和计划生育委员会[1]《“十三五”全国计划生育发展事业规划》预测，预计到 2020 年中国人口数量达到 14.2 亿，同时根据《博物馆事业中长期

[1] 现名国家卫生健康委员会。

发展规划纲要（2011-2020 年）》每 25 万人拥有 1 个博物馆的目标，到 2020 年博物馆数量将增加至 5,720 个。在良好政策的促进下，博物馆建设和运营将会有较好的发展前景。

④多媒体技术延伸博物馆价值、进一步促进产业积极发展

现代化的博物馆区别于以往博物馆主要在于其在以陈列和展示为主要功能的基础上，结合最新的 3D 展示、动画模拟、移动终端技术、虚拟现实技术、互动技术、全息技术、创意 LED 技术等高科技技术，将原来枯燥的陈列式展示变得具有互动性，使博物馆的展示更加富有趣味性和智慧化，以达到寓教于乐的目的，在博物馆自身的价值不断放大的同时满足了我国居民日益增长的精神文化需求，对我国博物馆建设市场发展产生更加积极的影响。

（2）科技馆发展现状及前景

科技馆主要通过公众参与、体验、互动及其他辅助性展示，激发科学兴趣、启迪科学观念，对公众进行科普教育。我国于 1988 年 9 月，建成了最早的开放的大型科技馆——中国科学技术馆，此后的一段时间里科技馆建设逐渐兴起。但是，我国科技馆建设及普及程度与国外发达国家还存有一定的差距。总的来说，我国科技馆起步较晚，发展程度较低，但发展速度较快。

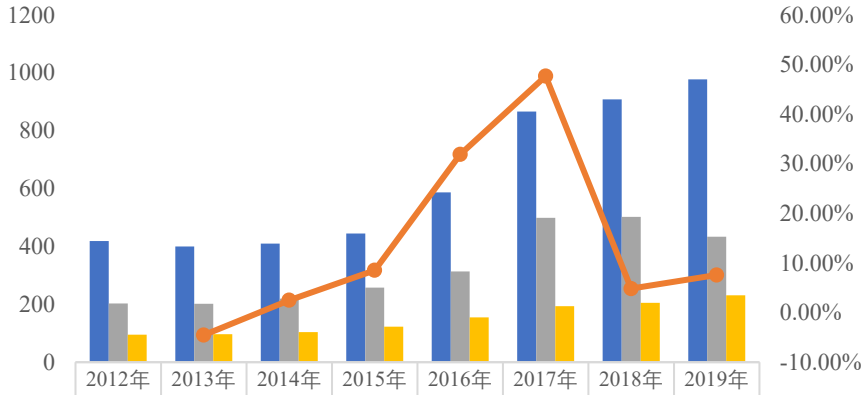
科技馆是一个国家文化、社会、科技发展的窗口与重要体现，也是经济、文化、科技、综合国力的标志。伴随着我国经济的快速发展、国家综合实力的不断增强，国家科技实力也得到发展壮大，为我国综合国力的提升提供了重要支撑，科技普及及科技馆建设的重要性也日益受到重视。

①我国科技馆增长迅速

在我国科技馆建设存在较大市场空白的背景下，近几年我国政府在科普发展方面的政策不断出台，机构及社会组织对各类科技馆大力建设，我国科技馆数量实现了快速增长。据中国科技协会发布的数据显示，我国各级科协所拥有所有权或使用权的科技馆个数自 2012 年至 2019 年的复合增长率为 12.87%。据中国科技协会发布的《中国科协 2019 年度事业发展统计公报》数据显示，2019 年，我

国各级科协所拥有所有权或使用权的科技馆达到 978 个，同比增加 7.59%；2019 年我国科技馆总建筑面积 434.2 万平方米，较 2018 年有所减少；2019 年我国科技馆展厅面积 231.1 万平方米，同比增长 12.57%。

2012-2019年我国科普基础设施建设情况



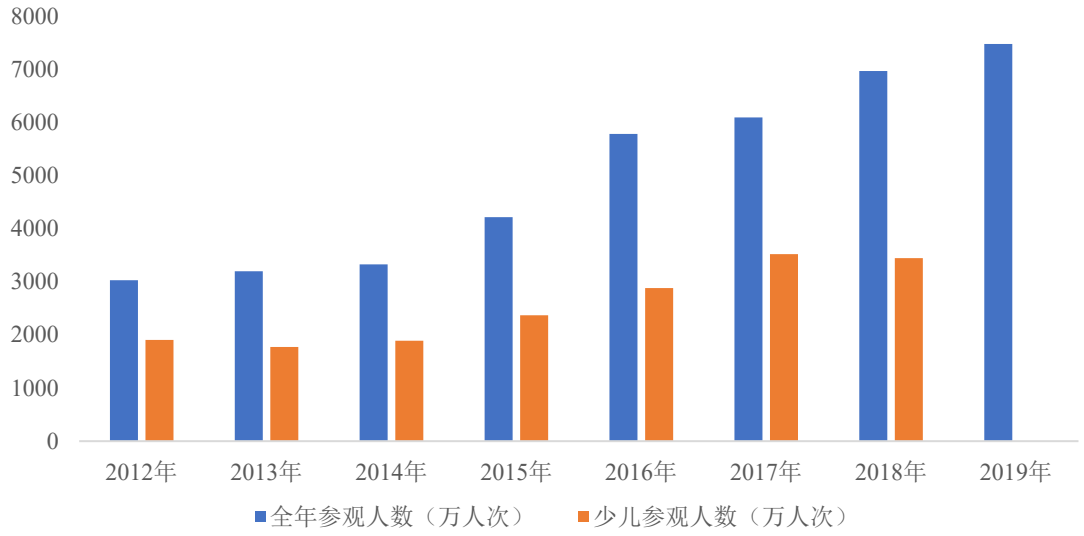
	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
科技馆（个）	419	400	410	445	587	867	909	978
建筑面积（万平方米）	203	202	220	258	314	499	502.6	434.2
展厅面积（万平方米）	95	97	104	123	155	194	205.3	231.1
科技馆同比增速		-4.53%	2.50%	8.54%	31.91%	47.70%	4.84%	7.59%

数据来源：中国科学技术协会

②居民对于科技知识的需求不断增长

随着科技加速发展，我国不断加强科技创新，科普工作范围也不断深入，我国居民尤其是少儿群体对于科普服务的需求不断增长。据中国科技协会发布的《中国科协 2019 年度事业发展统计公报》数据显示，2019 年我国科技馆全年接待参观人数 7,479.4 万人次，同比增长 7.28%，约为 2012 年的 2.47 倍。科技是国家发展、社会文明进步的重要动力，我国居民尤其是我国青少年对于科技的需求不断增长，在此背景下我国科技馆的逐渐规范化、专业化、现代化发展将对我国科学服务建设体系起到重要的促进作用。

2012-2019年我国科技馆参观人数及少儿参观人数情况



数据来源：中国科学技术协会；2019 年中国科学技术协会未发布科技馆少儿参观人数数据。

③我国重视科普建设，科技馆作为主要科普渠道之一，有较大的发展空间

科学普及在经济和社会发展中发挥着不可估量的作用，它一定程度上“决定着国家的生产力和文化发展水平，决定着国家民族的创造力”[2]。在我国经济发展壮大的同时，科学普及也逐渐受到重视。习近平总书记在 2016 年召开的中国科协第九次全国代表大会指出：“科技创新、科学普及是实现创新发展的两翼，要把科学普及放在与科技创新同等重要的位置。”但目前我国科普发展水平与发达国家相比仍然存在一定的差距。

据我国国务院于 2016 年发布的《全民科学素质行动计划纲要实施方案（2016—2020 年）》中指出：目前我国公民科学素质水平与发达国家相比仍有较大差距，全民科学素质工作发展还不平衡，不能满足全面建成小康社会和建设创新型国家的需要。主要表现在：面向农民、城镇新居民、边远和民族地区群众的全民科学素质工作仍然薄弱，青少年科技教育有待加强；科普技术手段相对落后，均衡化、精准化服务能力亟待提升；科普投入不足，全社会参与的激励机制

[2] 资料来源：《江泽民：全面贯彻“三个代表”要求大力推进科学技术创新——在中国科学院第十一次院士大会和中国工程院第六次院士大会上的讲话》。

不完善，市场配置资源的作用发挥不够。以上问题表明，我国科普工作亟需大力推进，而科技馆作为我国居民接触科学知识、培养科学素质的主要渠道之一，将会有较大的发展空间。

科技部、中央宣传部《“十三五”国家科普与创新文化建设规划》指出，要扎实推进创新驱动发展战略，坚持政府引导、社会参与、市场运作，以提升公民科学素质、加强科普能力和创新文化建设为重点。

④科技馆重要地位凸显，政策出台推动市场积极发展

为鼓励科技馆的建设和发展，2006 年我国国务院颁布实施了《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020 年）》《全民科学素质行动计划纲要（2006-2010-2020 年）》，其中《全民科学素质行动计划纲要（2006-2010-2020 年）》提出：多渠道筹集资金，在充分研究论证的前提下，新建一批科技馆、自然博物馆等科技类博物馆。各直辖市和省会城市、自治区首府至少拥有 1 座大中型科技馆，城区常住人口 100 万人以上的大城市至少拥有 1 座科技类博物馆，全国科技类博物馆的接待能力有显著增长。2016 年我国国务院发布了《全民科学素质行动计划纲要实施方案（2016—2020 年）》提出：到 2020 年，科技教育、传播与普及长足发展，公民科学素质建设的公共服务能力显著增强，公民具备科学素质的比例超过 10%。纲要还同时指出，创新完善现代科技馆体系。突出信息化、时代化、体验化、标准化、体系化、普惠化、社会化，推动由数量与规模增长的外延式发展模式向提升科普能力与水平的内涵式发展模式转变，进一步建立完善以实体科技馆为龙头和基础，流动科技馆、科普大篷车、虚拟现实科技馆、农村中学科技馆、数字科技馆为拓展和延伸，辐射基层科普设施的中国特色现代科技馆体系。发挥自然博物馆和专业行业类科技馆等场馆以及中国数字科技馆的科普资源集散与服务平台作用。推动中西部地市级科技馆、专题行业科技馆建设。

随着我国对科技教育的重视程度的增加以及我国科技水平的提高，科技馆的数量和质量将会得到进一步的提升。

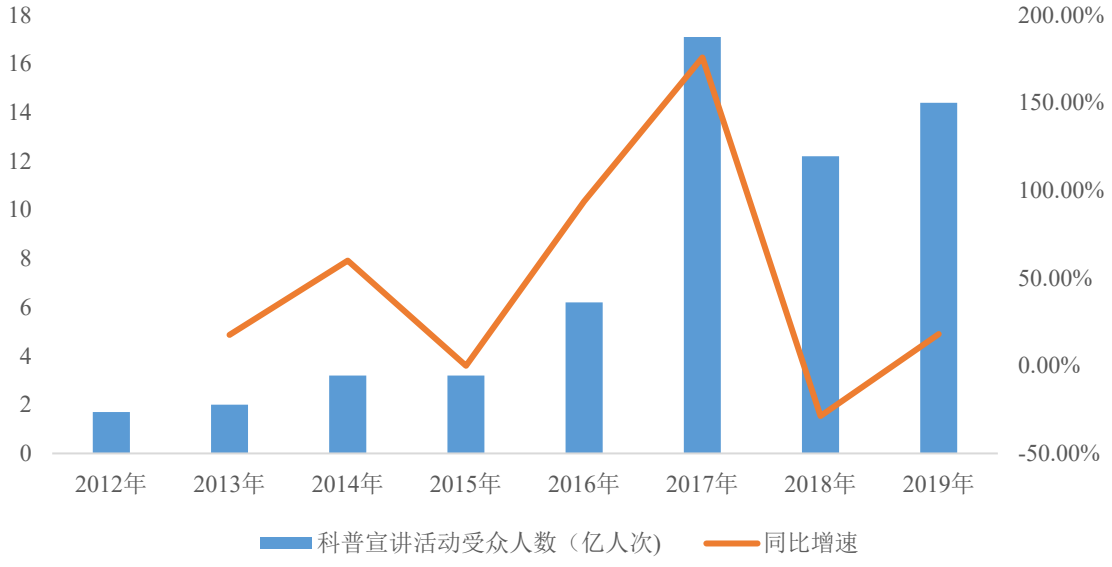
⑤科普活动的大力推进将有效推动我国科技馆建设

我国科技发展日新月异，科技实力伴随经济发展同步壮大，在此背景下，我国科普工作的重要性逐渐受到关注。我国大力推进科普活动多方面建设将有效提升我国公民科学素养、扩大科普覆盖人群、提升公民获取科学知识的热情，进而持续推动我国公民对于科技馆的需求，推动我国科技馆建设市场。

⑥科普活动覆盖面不断扩大推动我国居民科学热情持续走高

科普活动主要是整合社会资源，通过丰富的热点科普内容实现“模块化”滚动发展及实现科学传播的可持续发展。近年来，我国科学技术普及活动力度不断加强、覆盖范围逐渐扩大、科普受众人群快速增长。据中国科学技术协会发布的《中国科协 2019 年度事业发展统计公报》，2019 年，我国各级科协和两级学会举办科普宣讲活动 25.0 万场次，科普宣讲活动受众人数 14.4 亿人次，较 2018 年增加 18.03%。各类科普活动覆盖村（社区）21.5 万个次。科学技术普及活动不断深入、覆盖范围不断扩大、覆盖有效率逐年提高，我国居民热情持续走高，我国科普服务需求人群基数不断扩大。

2012-2019年我国科普宣讲活动受众人数及同比增速



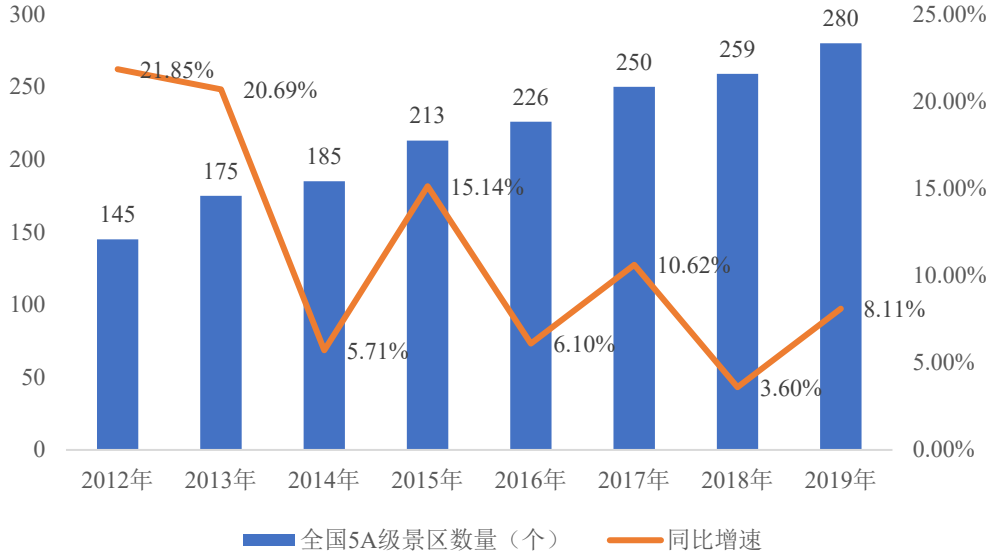
数据来源：中国科学技术协会

（3）文旅主题馆发展现状及前景

文旅展示体验中心主要依靠现代信息和多媒体设备等技术，展示旅游景区景

点的旅游资源，向游客生动地展示旅游景区的方方面面，使游客对景区有全方位的了解。同时，展示体验中心可以为游客的旅游行程和路线规划提供一定的便利，能够在一定程度上实现游客分流，缩短游客在景区的停留时间，缓解旅游高峰时段给景区带来的压力，对旅游景区、尤其是遗址遗迹类景区的保护有较大促进作用。据国家文化和旅游部公布的数据显示，2019 年末我国 5A 级旅游风景区数量达到 280 家，比去年增长 21 家，同比增长 8.11%，自 2012 年来，年均复合增长率达 9.86%。

2012-2019年全国5A级景区数（个）

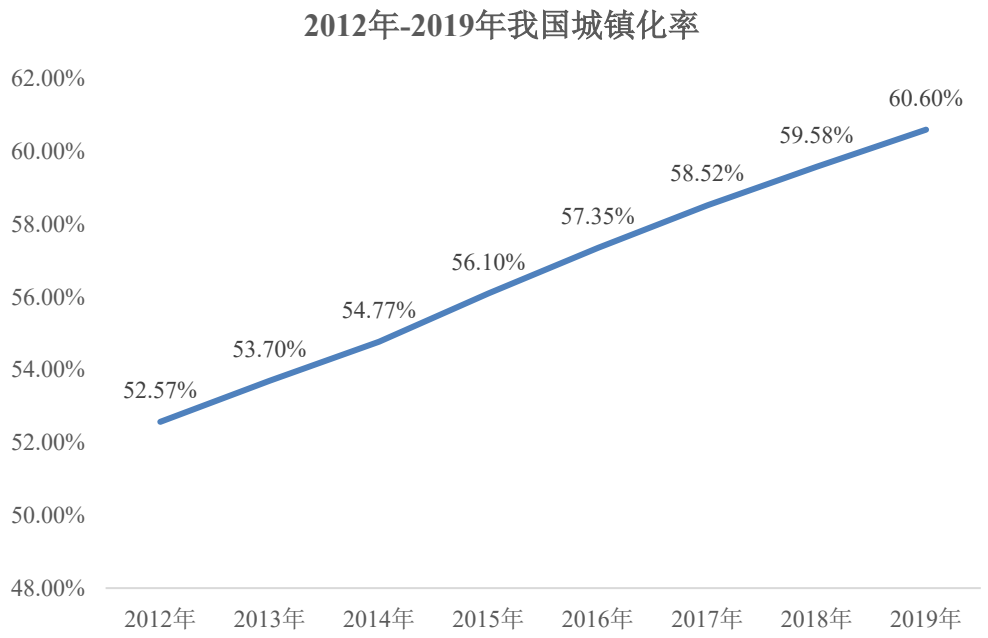


数据来源：文化和旅游部

同时，世界旅行与旅游理事会认为，2015-2025 年，旅游业的增长率将继续高于宏观经济的增长率，并且也高于大多数其他行业的增长率，到 2025 年，中国对旅游业的投资将达 2,787 亿美元，取代美国成为世界第一。截至 2018 年，我国共有 3,261 个 4A 级旅游景区，随着我国旅游业的快速发展，在未来都有升级 5A 级景区的趋势，5A 级景区评定细则中要求景区的各项游览服务设施要体现深厚的人文关怀精神，注重细节，突出特色，以形成独特、和谐、舒适的游览氛围，包括设计制作精美的门票、游客接待中心、引导标识、宣教资料、导游（讲解）服务、游客公共休息设施和观景设施以及公共信息图形符号设置等七个方面的评分点。在智慧旅游发展和“国家智慧旅游试点城市”引导背景下，将有众多

景区迫切需要通过建设旅游景区展示体验中心，创造性地运用多种数字多媒体展示手段，构建内容充实、表现力丰富的数字多媒体展览展示空间，并充分发挥展区中展项的功能，满足和提升游客对旅游景区数字文化展示技术创新体验服务的需求。旅游景区展示体验中心的建设需求持续增长将利好数字文化展示创意行业，为行业带来新的增长点。

（4）城市主题馆发展现状及前景



数据来源：国家统计局

《国家新型城镇化规划（2014－2020 年）》中提出，我国城镇化发展目标为：城镇化水平和质量稳步提升。2020 年实现我国常住人口城镇化率达到 60%左右,户籍人口城镇化率达到 45%左右，户籍人口城镇化率与常住人口城镇化率差距缩小 2 个百分点左右。城镇化进程的加快以及城镇人口的增长，将推动我国城市文化建设不断增强，有效促进城市馆建设需求的扩张。

3、展厅展示创意领域现状及前景

企业展厅是企业全面推广企业形象，向目标受众展现企业面貌和成就、展示企业理念与价值，并与目标受众之间形成良性互动关系的展示场所，其展示内容主要包括企业精神、企业宗旨、发展历程及未来规划方向等。

（1）企业展厅重要性日益凸显

企业展厅作为一种独立的展厅展示类型，从企业展厅的性质上看，企业展厅具有较强的目的性和直观性，企业展厅是企业进行形象推广、宣传产品与服务、提高品牌认知度的重要途径；从企业展厅的功能来看，企业展厅是展示企业整体风貌、企业文化的重要手段。企业展厅是企业与员工、客户、媒体、受众、行业内外群体沟通交流的桥梁，也是企业进行对外传播的载体；从企业展厅的类别来看，企业展厅不同于普通的商品展览，企业展厅是主题性展馆，其展示内容、展示形式依据某个特定的主题进行设计，最常见的是以企业文化为主题进行展示。

作为企业文化和品牌价值的重要展示平台，企业展厅对企业形象的树立和对外宣传起到越来越重要的作用，其重要性日益凸显，展厅建设得到越来越多企业的重视。企业展厅主要分为文化型企业展厅、营销型企业展厅及产品型企业展厅。

①文化型企业展厅

文化型企业展厅的主要功能是展现企业文化、企业结构体系、主要产品技术、未来发展战略。主题内容一般包括：企业简介、发展历史、资质荣誉、企业文化、主要产品、销售网络、服务体系、领导关怀、展望未来等。企业文化能增强员工对企业的自豪感，增强企业的凝聚力。所以越来越多的企业开始重视企业文化展厅展示设计。

②营销型企业展厅

营销型企业展厅的目的是提高企业形象，展示产品、宣传企业实力和发展潜力，进而提高用户体验，在营销的解读上侧重于用户和产品。主题内容一般包括企业产品体系、企业荣誉成就、产品市场范围、售后服务体系、营销政策等。企业作为营利性机构，营销型展厅成为企业销售推广的重要手段。

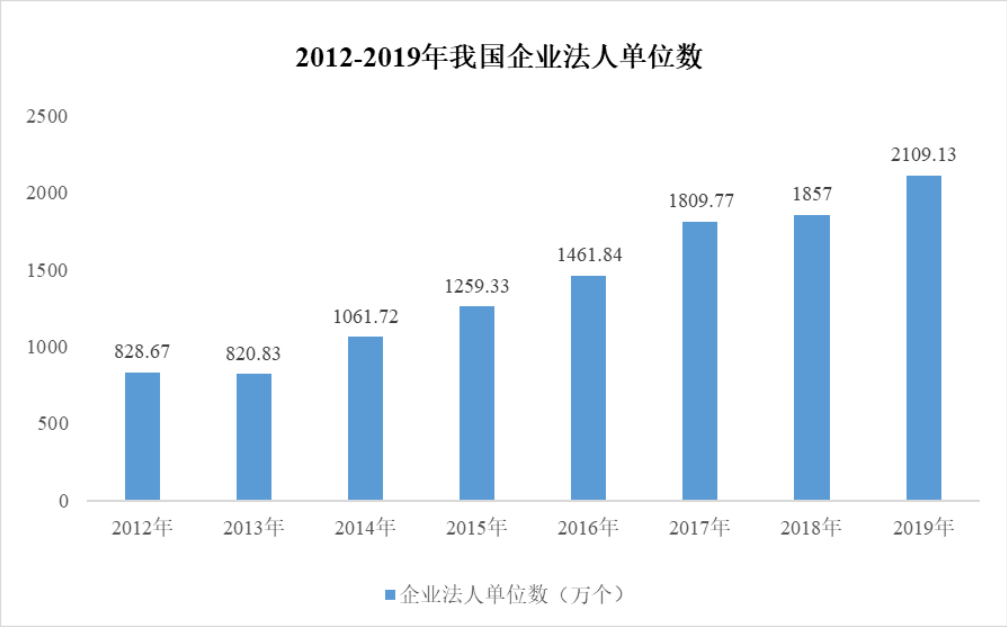
③产品型企业展厅

产品型企业展厅的目的就是为了介绍产品、销售产品、营销产品。所以这类型展厅内容会根据产品的颜色、特点来布局，全方位的展示产品，以达成交易为

原则。设计重点在于突出产品的优势、技术特点，赢得参观者认可。对于以展现技术为特征的工业和科技企业来说，尤其需要专门搭建这类展厅来展现技术和实力。产品型企业展厅的主题性和针对性较强，也更容易被那些需要产品的客户认可和接受。

（2）企业展厅市场发展空间广阔

企业展厅的建设有助于对外展示企业文化、产品、业务与服务，提升企业形象，并成为企业对外宣传的企业名片，有助于客户对企业的深度了解，促进企业业务的更好开展和达成。随着企业对自身企业文化和品牌建设的重视程度的提高，越来越多的企业将会将会建立企业展厅。



数据来源：国家统计局

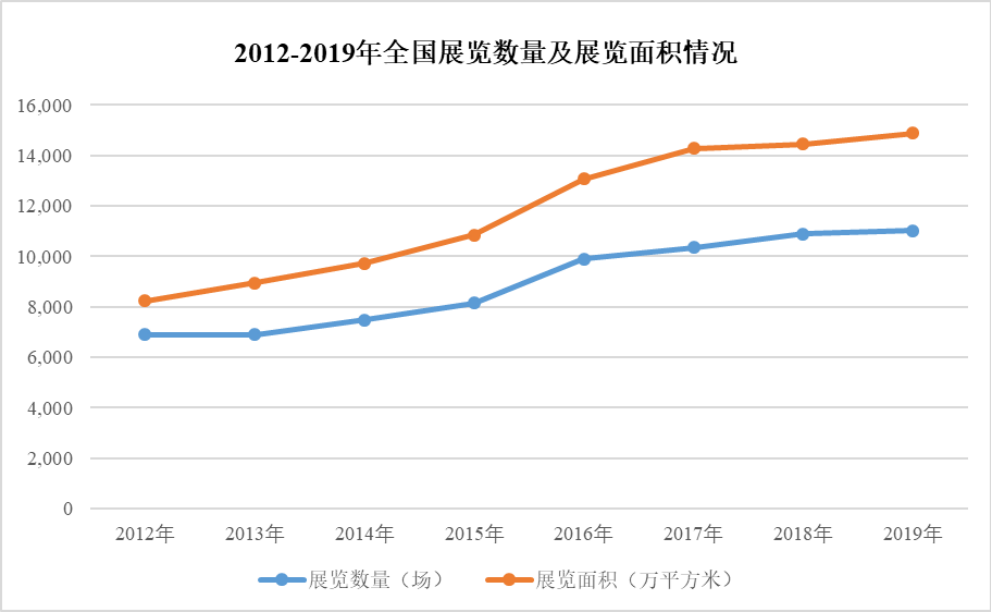
伴随我国经济结构转型和供给侧改革的不断向前推进，我国经济整体呈现稳定而良好的发展形势，企业数量不断增加，规模和效益不断增长。根据国家统计局数据显示，2019 年末，全国共有企业法人单位 2,109.13 万个，比 2013 年末增加 1,288.30 万个，增长 156.95%，同时，企业法人数量在 2013 年以来一直呈快速增长态势。在企业注重自身品牌营销、文化宣传的大背景下，企业文化建设意识、对外展示营销意识的不断增强，企业展厅建设的需求将不断增长，企业展厅建设的市场潜力巨大。

4、展览展示创意领域现状及前景

（1）展览领域现状

①我国展览数量及面积不断上升，展会市场规模稳中有升

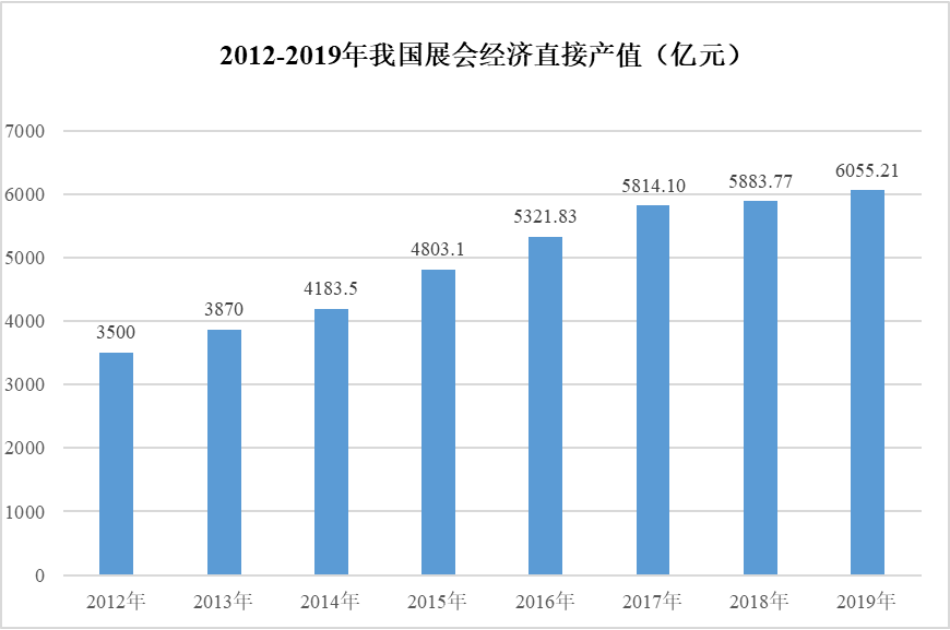
受益于国家“一带一路”建设的实施、产业结构的升级和行业自身创新驱动步伐的加快，2017 年我国展览规模继续稳居全球首位，稳中有升，从高速增长步入高质量发展轨道。据中国会展经济研究会发布的《2019 年中国展览数据统计报告》数据显示，2019 年全国展览展会总数为 11,033 场，展览总面积为 14,877 万平方米，较 2018 年分别增长 1.32%和 2.91%。全年净增展览 144 场、面积 421 万平方米。



数据来源：中国会展经济研究会《2019 年中国展览数据统计报告》

②展览经济经济效益不断扩大

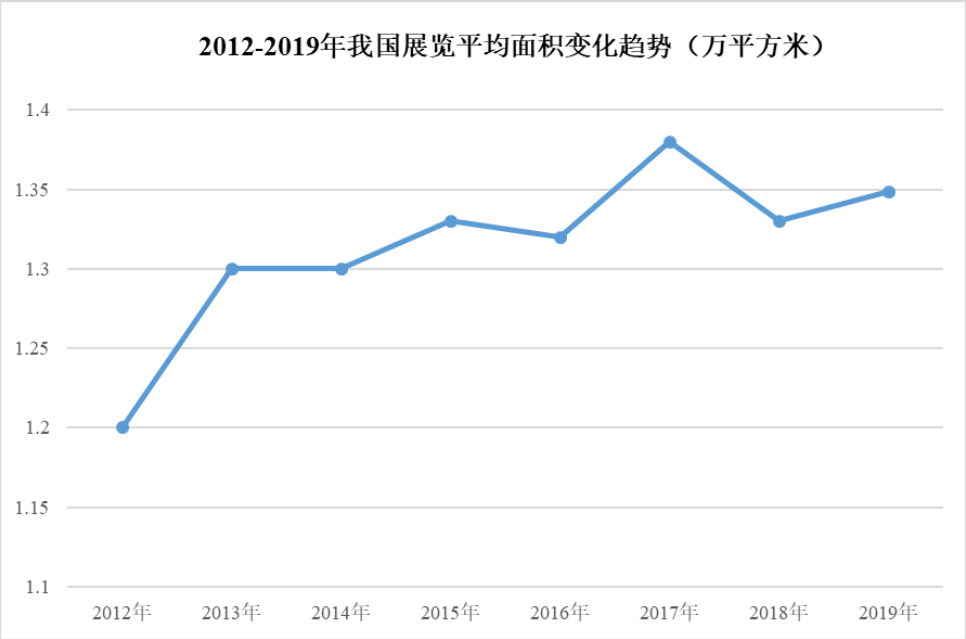
按可比口径测算，2019 年全国展览经济直接产值达 6,055.21 亿元，同比增长约为 2.91%，展览直接产值在当年国内生产总值（99.09 万亿元）中的占比为 0.61%，相比于 2018 年略有下降；在全国第三产业增加值中的占比为 1.13%。展览直接产值在国民经济中的比重相对保持稳定。



数据来源：商务部、中国会展经济研究会

③平均单体展览规模保持稳定

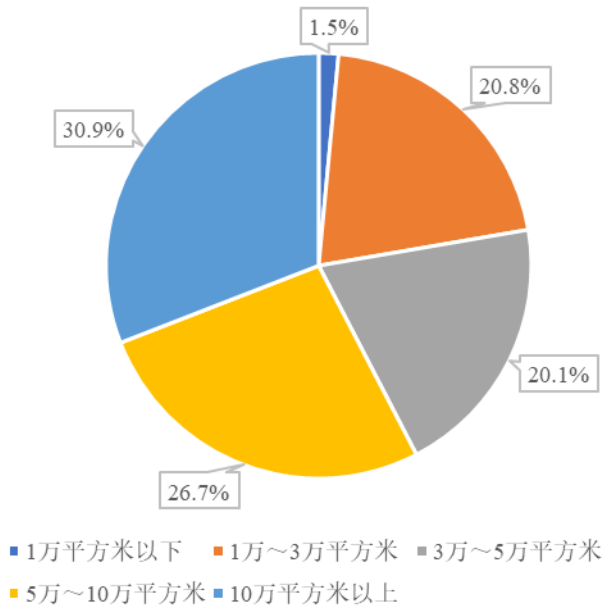
2019 年，全国展览平均面积为 1.35 万平方米，较 2018 年上升约 184 平方米。2019 年全国展览总数同比增长 1.32%，展览总面积同比增长 2.91%，展览面积增速高于展览总数增长。2013 到 2019 年，单体展览平均面积始终维持在 1.3 万平方米以上，较为稳定。



数据来源：中国会展经济研究会《2019 年度中国展览数据统计报告》

从结构上来看，2019年我国展览面积达5万平方米以上的展览数量占57.6%，超过一半，其中 10 万平方米以上的展览面积达 4,026.0 万平方米，占总面积的30.9%，占比最大，较 2018 年下降 2.4 个百分点；5 万～10 万平方米的展览总面积 3,480.9 万平方米，占比 26.7%。1 万平方米以下规模展览总面积为 199.8 万平方米，在所有规模展览中占比最低，为 1.5%；1 万-3 万平方米规模展览总面积为 2,718.7 万平方米，在所有规模展览中占比 20.8%；3 万-5 万平方米规模展览总面积为 2,623.1 万平方米，在所有规模展览中占比 20.1%。

2019年全国展会不同规模面积占比情况



数据来源：中国国际贸易促进委员会《中国展览经济发展报告 2019》

④展览业社会、经济效益凸显，我国各区域对于展会的重视日益提升

展览的发展对所在地区经济、社会发展有较强的推动作用，随着展览业发展日益趋好，我国各区域对展览带来的社会及经济效益有了更加深入的认识及更加广泛的认同。近年来，我国各地政府不断出台相关政策促进展览业的进一步发展，我国展览规模总体呈上升趋势，但受制于经济发展、城市数量及区位因素等的影响，我国各地展览发展存在一定差异。

据中贸促发布的《中国展览经济发展报告（2019）》数据显示，2019 年我国华东、华北、华南地区分别举办经贸类展览 1,409 个、570 个、544 个；展览

面积分别达到 5,413 万平方米、1,750 万平方米、2,520 万平方米，数量与面积位列前三。从增速来看，华东地区办展数量和办展面积均领先于其他地区，占比分别为 37.1% 和 41.8%，办展数量同比下降 17.41%，办展面积同比上升 1.90%；西北地区办展数量、办展面积同比增速均为最快，办展数量同比增长 28.2%，办展面积同比增长 20.6%。总的来说，在对于展览有一定需求的背景下，我国各地正在加强对于展览业的推动，并将进一步加快展览业的建设与发展。

（2）展览行业发展前景

①展览发展环境不断优化

展览的发展对所在产业和地区经济、社会发展有较强的推动作用，不仅可以有效促消费、扩内需，还有利于促进城市服务水平以及基础设施建设水平的提升，提高一个城市的管理水平、文明程度和知名度、美誉度。近年来，国家及各地政府高度重视展览对于经济发展的促进作用，相继跟进出台了展览扶持、鼓励和规范的相关办法和意见，鼓励模式创新，注重品牌发展，为我国展览业健康发展提供了良好的政策环境，促使其逐步走向规范化、科学化。

随着我国展览继续深化供给侧结构性改革、政策环境持续利好、发展格局不断优化、基础设施逐步完善、品牌建设稳步推进，行业实现良性健康发展，并在现代化经济体系建设中发挥愈加重要的作用。

②现代化展览技术成为展览的重要手段

传统展览通常以文字、图片以及普通的多媒体技术等相对静态的展示为主，受制于技术局限性，展览手段比较单一、内容比较单薄，既不能充分满足主办者的展示需求，也无法调动观展者的积极性，未能充分展现展览的传播性。近年来，现代多媒体技术、虚拟现实技术的广泛应用进一步拓宽了展示内容及手段、延伸了展览展示的功能性，使行业从传统、静态的设计形式向着科技与艺术融于一体的综合性设计转变。通过结合最新的 3D 展示、VR/AR 等多媒体技术，现代化的展览展示突破了传统的展示方式，在以往陈列和展示为主要功能的基础上，通过技术加入空间感受、光影艺术、互动体验等新元素，满足客户全方位、多样化、

立体化的展示需求。除此之外，在传统展览的基础上，运用多种数字多媒体展示手段构建表现力丰富的展览展示空间，有助于进一步激发观展者的兴趣，加强观展者与展览展示内容的互动性，最大化展示内容传递的有效性，使得展览展示服务水平和服务能力有较大提升。

多媒体技术等现代化技术不断发展，将引导传统的展览展示模式将向智能化、智慧化方向转型，对行业的发展产生积极效应。

③企业展览需求总体呈上升趋势

从行业角度来看，经贸类展览可分为重工业、轻工业、农业、服务业和专项展览 5 大类。2019 年，各行业类展览数量均有所减少；2019 年，重工业类展览面积实现快速增长，其他行业类展览面积相对 2018 年均有所下降。根据中国国际贸易促进委员会统计的 3,547 个经贸类展览信息，轻工业、重工业、服务业展览办展数量和面积位居前三，上述三个行业 2019 年办展数量和面积具体情况如下：

行业	办展数量（个）	同比增减	办展面积（万平方米）	同比增减
轻工业	1,441	-4.76%	5,439	-3.89%
重工业	957	-0.52%	3,902	55.33%
服务业	841	-12.49%	2,391	-29.68%

数据来源：《中国展览经济发展报告 2019》（中国国际贸易促进委员会）

2019 年，各行业类展览数量均出现不同程度减少，主要是受到宏观经济增速放缓以及中美贸易摩擦的影响。展览展示是企业对外交流及营销的重要渠道之一，对企业进行品牌宣传、商品交易起到了不可忽视的实质性作用，在充分市场竞争的环境下，企业对展览展示的热情以及需求未来仍将增长。

除此之外，随着企业主体对于展览展示所能带来良好经济效益的认同度日益提高、展览展示在原有以商品交易为展示目的的基础上也越来越多地延伸应用至企业文化交流、品牌展示等软性竞争领域。除了参加各类国内外专业展览，越来越多的企业产生了兴建企业馆、主题馆来展示企业文化、宣传企业品牌、促进企业商品交易的想法，企业展示已逐渐成为企业成为对外交流的重要平台之一。

自 2014 的年商事制度改革以来，市场准入环境不断优化，加上 2015 年起国家大力打造“大众创业，万众创新”，我国市场数量主体快速增长。据国家统计局数据显示，2019 年末，全国共有企业法人单位 2,109.13 万个，比 2013 年末增加 1,288.30 万个，增长 156.95%，占全部法人单位的比重从 2013 年的 75.82%提高到 2019 年的 83.43%，我国企业数量实现了快速增长。在我国企业主体数量众多以及逐年增长的基础上，受益于行业发展推动、企业交流、竞争需求，企业对于专业展览以及新建企业文化馆的需求将不断增加，并进一步推动展览行业进一步增长。

④一带一路将带动我国展览的发展

自工信部、中国国际贸易促进委员会联合发文支持中国中小企业参与“一带一路”建设专项行动的国内外展销活动以来，展览展会成为进一步改革开放的重要举措，“一带一路”沿线国家逐渐成为我国境外自主办展的热门举办地。据中国国际贸易促进委员会发布的《中国展览经济发展报告（2019）》数据显示，全国 91 家组展单位共赴 73 个国家参展办展 1,766 项，比上年增长 5.6%；展出面积 92.13 万平方米，比上年增长 11.0%；参展企业 6.1 万家，比上年增长 2.9%。全国 77 个组展单位共赴 30 个“一带一路”沿线国家组织参办展 697 项，占参办展项目总数的 39.5%，同比下降 2.9%；展出总面积 41.0 万平方米，占参办展总面积的 44.5%，同比增长 8.7%。

展览是我国扩大对内对外开放、实现文化普及及专业交流的重要平台。展览业的健康发展将有利的推动“一带一路”战略的贯彻实施，国际化的展览平台有利于推动国际和区域层面的经济合作，为我国企业与更多国外企业建立合作伙伴关系、金融、商贸、基建、文化等领域的交流互通创造更多机会，而“一带一路”战略的深入贯彻与实施也将给展览业提供空前的国际化发展的商机，实现正循环效应。

5、行业特点和发展趋势

近年来，我国数字文化展示创意行业在设计理念和展示手段方面有了很大的

进步，在设计理念方面，行业内越来越认同设计应将艺术尊重自然与人作为出发点，好的设计必须遵循社会规律，并通过“科技+艺术”体现出高水准的设计。在展示手段方面，以计算机、网络通信为特征的数字新媒体出现，并越来越多地引领展览展示设计潮流。同时，为呼应整体设计理念和文化传播精神，展示体验系统需要在各种数字技术的基础上进行相应的应用研究，来更好地实现体验效果。各类技术的应用研究建立在服务商对整体项目有独到设计理念、并拥有完整把控项目能力的基础之上，对服务商的综合能力要求较高。

随着宏观经济增长，人民生活水平不断提高，其对展览展示体验的要求日益提升。在现代多媒体技术、互动技术、虚拟现实等技术快速发展的大环境下，一项展示技术应用获得参展者认可后，将会大规模地应用，市场反应热度会逐步降低。为此，各类展览展示企业为满足广大参展者对多样化的展示体验的需求，必须对其使用的数字科技不断更新及升级。

（1）展示设计的导向作用更加突出

随着展览展示技术的不断发展，参观者不再单一地观看各物理空间的展示内容，而是体验整个展示空间与各项展示内容构成的展示整体。该展示理念要求不断整合以前孤立运行的各个展示技术，使之在同一个设计理念下产生协同效应，以达到一体化的展示效果。因此，展示设计的导向作用就显得尤为重要。另一方面，随着市场竞争的加剧，客户对终端展示产品的设计风格和企业的设计能力也都提出了更高的要求，展示设计在终端展示中的作用日益凸显。

（2）数字科技更新升级速度加快

随着宏观经济增长，人民生活水平不断提高，其对展览展示体验的要求日益提升。展览展示技术近年来已取得了较快发展，现代多媒体技术、互动技术、全息技术、虚拟现实技术将提升展示体验系统的仿真性、互动性、趣味性。在展览展示技术快速发展的大环境下，一项展示技术应用一旦获得市场的参展者认可后，将大规模地应用普及，市场反应热度会逐渐降低。为此，各类展览展示机构为满足广大参展者对多种多样展示体验的需求，需要对其所应用的数字科技不断更新

及升级。

（3）一体化终端展示解决方案是未来品牌终端展示行业的主要模式

随着市场竞争的逐渐加剧，客户对终端展示服务的需求由简单的展示需求，逐步过渡到涵盖策划、设计、实施和维护服务的一体化终端展示需求。现有的服务环节分散的业务模式很难适应市场需求，尤其是中高端市场需求，具有设计优势及较强整合能力的企业将从竞争中胜出，以其完善、高效、优质的一体化服务赢得市场，并逐步建立品牌优势。

（四）行业的周期性、区域性和季节性

1、周期性

各类展览馆的展示体验系统建设与一个城市的经济实力和经济发展水平具有密切的关系。一般来说，在满足基本发展需求的基础上，政府和企事业单位等各类投资主体才更加注重文化主题馆展示系统建设，以展示当地文化和艺术；而且当国民经济总体发展态势良好时，民众的精神文化需求也会更大，各类文化类投资的可支配金额会相对提高；企业对消费市场更具有信心，随之对自身品牌宣传需求也会增加，在展览展示方面的投资也会相对较大。所以，本行业发展与经济发展水平和经济发展周期具有一定的关系。

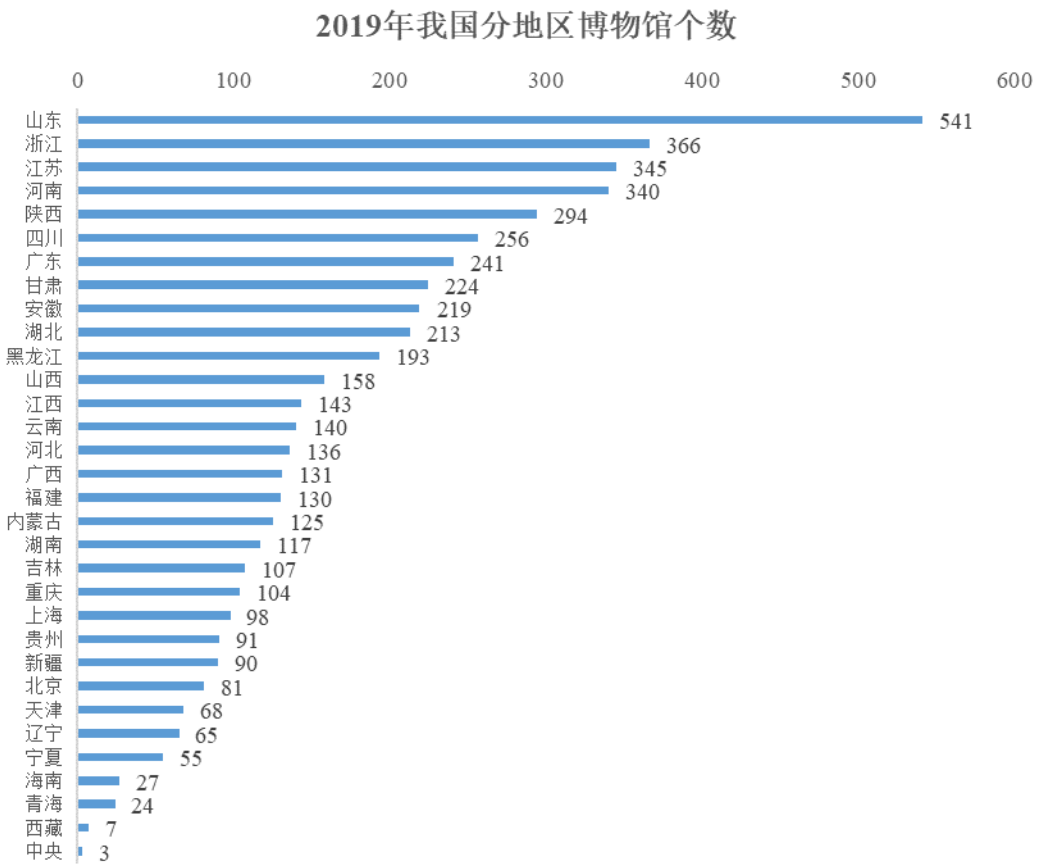
2、季节性

馆厅展示创意服务行业，受一季度气候原因和节假日因素等影响，一季度通常项目实施进度相对缓慢。公司展示创意服务业务的收入确认时点取决于工程的实施进度和验收周期，各项目因工程具体情况不同，其开工时点、建设周期和工程进度等不同，不存在一般的规律，因而其营业收入无明显的季节性特征。

展览展示创意服务行业，受国内外节假日及休假习惯等影响因素较多，不存在明显的季节性特征。

3、区域性

总体来说，经济发达的沿海省份和其他一些文化资源丰富的省份，各种场馆布展总体需求较大。根据国家统计局发布的《中国统计年鉴》，2019 年我国博物馆总数为 5,132 个，其中数量排名前五的省份分别为：山东 541 个，浙江 366 个，江苏 345 个，河南 340 个，陕西 294 个。但随着我国经济不断发展和城镇化不断推进，其他地区居民对精神文化的需求将逐步增长，相关展览展示市场将有更大的发展空间。



数据来源：国家统计局《中国统计年鉴》

（五）行业进入主要障碍

1、创意设计壁垒

拥有客户认可的创意设计是行业的核心竞争点之一。只有在充分理解客户需求的背景下，结合项目实施背景、实施目的，有针对性地进行主题、风格等设计，才能最终实现创意设计方案落地。创意设计方案获取客户认同的决定性因素，是

确保项目实施效果达到预期的基础条件，创意设计水平的高低也决定了行业内企业的竞争能力。因此，本行业具有较高的创意设计壁垒。

2、技术壁垒

现代化的展览展示早已突破传统的图片展示、模型展示、普通多媒体展示等展览方式，在陈列和展示功能的基础上，通过结合最新的 3D 展示、VR/AR/MR、多媒体沙盘、智能集成控制系统等新技术，实现人与人、人与物、物与物的互联互通，不断满足客户个性化需求。行业内规模较大的企业凭借持续的技术跟踪、研发投入及创新，积累了一定的研发成果并搭建了成熟的技术应用平台。因此，较高的技术壁垒对潜在的市场进入者构成了障碍。

3、品牌壁垒

客户在选择供应商时更加倾向于口碑良好、品牌信誉高、规模较大的企业，这类企业大多凭借其丰富的项目执行经验、多年的客户口碑积累以及行业内专业机构的认可，树立了较高的品牌信誉，在市场竞争中更具优势。而行业新进入者往往缺乏经验和品牌积累，在市场竞争中更难以获取项目资源。因此，本行业具有较高的品牌壁垒。

4、资源整合壁垒

目前各地建馆的趋势更趋向于多馆合一或多馆一中心的建设方式。客户在选择服务商时往往倾向于选择同时具有多类馆体实施经验的企业、并能够提供相对应类型题材的策划、设计、实施和维护全方位服务的企业。不同类型的馆体同时实施，更需要企业具有各环节的统一协调能力、跨领域融合能力、整合分散资源能力，对同时具有各题材馆体的实施经验和案例等也提出了较高的要求。新进入行业或单一题材领域的企业在项目执行经验以及资源整合能力上往往不占优势。因此，本行业具有较高的资源整合壁垒。

5、人才壁垒

人才一直是企业构筑诸多壁垒的核心基本要素之一。行业内已具有一定规模

的企业拥有无论是在创意设计、项目资源整合、研发创新等各方面都逐渐积累了拥有丰富从业经验的核心人才团队。行业内高素质的技术人才、创意人才、管理人才、市场人才相对有限，且优秀人才的流动也倾向于品牌知名度高、实力雄厚的企业。因此，本行业对潜在进入者有较高的人才壁垒。

6、资质壁垒

项目的实施企业必须符合国家相关的资质要求，而申请专项资质的公司需符合各项严格的条件，例如企业规模、专业人员的配备数量、已完成项目的数量和质量的要求等。行业内专业能力较强的企业通常拥有多项甲级或一级的专业资质。如建筑装饰装修工程专业承包设计及施工资质、国内专业协会资质（如中国展览馆协会资质、中国博物馆协会设计资质、多媒体协会资质）、电子与智能化工程甚至是国际上的各类专业资质。因此本行业存在一定的资质壁垒。

（六）公司自身创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司深耕数字文化展示创意行业多年，为各类场馆空间提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务，拥有较强数字展示技术研发能力和丰富的文化展示创意经验。公司致力于将数字技术与文化创意、设计服务深度融合，根据场所文化类型、空间条件、受众人群喜好、运营使用方的需求等，量身打造创意设计理念和方案。公司通过数字科技手段将原有文化内容进行多样化、多维度的呈现和解读，并利用物联网智慧平台挖掘实时数据，动态分析观众的观展行为及潜在需求，优化观展体验，为场所的运营提供有效数据支持。

公司在以文字、图片以及普通的多媒体技术等相对静态的传统展览展示基础上，通过结合 VR 虚拟现实技术、AR 增强现实技术、全景展示技术，并结合多屏联动展示及三维动画立体化展示，还原生态环境和人文环境，打造虚实结合的沉浸式空间，并通过智慧导览技术、展馆定位导航技术等加强观众交流互动，将展示内容通过视觉、听觉技术全方位展现，提升整体参观体验，进一步拓宽了展示内容及手段，满足客户全方位、多样化、立体化的展示需求。

公司以建筑空间创意设计作为主导，结合基础装饰创新、艺术造型创新、灯光艺术创新、互动科技创新、机械装置创新、数字内容创新、多媒体集成创新、运营改造升级创新及线上运营的创新等创新模式，结合成一种综合性的创意创新模式。

发行人所属数字文化创意产业属于国家“十三五”战略性新兴产业，发行人系经上海市各相关单位共同认定的高新技术企业，发行人成长性良好，自主创新能力突出，拥有多项自主创新能力成果。截至报告期末，发行人拥有研发人员112 人，专利 43 项、商标 48 项、软件著作权 181 项，2020 年 1-6 月研发费用占营业收入的比例为 6.24%。

综上，发行人符合创新驱动发展战略，具有创新、创造、创意特征。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）发行人的行业地位

数字文化展示创意行业集中度较低，任何一家企业占整个行业的市场份额均不高，尚未出现能够主导国内市场格局的大型企业。公司具有创新的设计理念、较强的研发能力、快速的项目执行能力、较为完善的配套服务措施，是数字文化展示创意领域少数集创意设计、制作、布展、维护于一体的综合服务商之一。公司通过持续的精细化管理和运作，市场渗透能力和影响力日益增强。公司和上海风语筑文化科技股份有限公司、湖南华凯文化创意股份有限公司等都属于行业中规模较大的企业。

公司服务项目众多，提供一站式综合性服务，在策划、设计、实施和维护服务方面均力求实现客户价值最大化及利益最优化。凭借深刻的行业理解、优质的服务，市场认可度逐步攀升，并取得了众多荣誉，包括“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等等。

（二）技术水平及特点

公司通过自主研发并运用数字化科技展示技术以拓宽、优化展览展示内容及手段，延伸展览展示的功能性，将数字技术与文化创意、设计服务深度融合，进一步提升公司展览展示服务水平和服务能力。目前公司通过自主研发已掌握了基于 AR 的沉浸式影院技术、MR 混合现实虚拟交互技术、智慧城市信息沙盘展示系统、三维数据空间立体化展示技术、沉浸式信息流感知技术、多屏联动展示交互技术等诸多数字化展示技术的应用。公司上述数字化科技展示技术系行业目前较为先进及现代化的技术方式，能够有效把握行业科技技术发展动态，并结合公司下游客户实际需求，在前瞻性和现实性中掌握平衡点。公司把握未来技术发展的方向与重点，制订了相应新技术和新产品的研发计划，保障公司技术水平始终处于行业前沿。

公司上述核心技术情况详见本节“七、公司核心技术和研发情况”相关内容。

（三）行业内主要企业

公司主要为客户提供展馆、展厅、展会等项目的设计布展一体化服务，行业内主要企业包括上海风语筑文化科技股份有限公司（以下简称“风语筑”）、湖南华凯文化创意股份有限公司（以下简称“华凯创意”）、深圳市易尚展示股份有限公司（以下简称“易尚展示”）、丝路视觉科技股份有限公司（以下简称“丝路视觉”）等。

1、风语筑

风语筑公司为主板上市公司，股票代码 603466.SH。风语筑主营业务为数字文化展示体验系统的策划、设计、实施和维护服务，公司展示系统产品、服务可广泛应用于各类有展览展示需求的场馆及空间，如城市馆、园区馆、博物馆、科技馆、企业馆、商业体验馆、旅游景区展示体验中心、会展、主题馆以及包含多

种功能的综合展览馆等[3]。风语筑 2019 年实现营业收入 20.30 亿元，净利润 2.62 亿元[4]。

2、华凯创意

华凯创意为创业板上市企业，股票代码 300592.SZ，华凯创意为各类空间环境提供从艺术设计、专业实施到运营管理、维护升级的全流程、跨专业的整体服务，提供从创意策划、空间设计、影视动画到多媒体集成、模型制作、建筑装饰等的全产业链的整体解决方案。华凯创意 2019 年实现营业收入 4.12 亿元，净利润 0.08 亿元[5]。

3、易尚展示

易尚展示为中小板上市公司，代码 002751.SZ。易尚展示为国内外知名企业、事业单位提供线下实体展示和线上虚拟展示整体解决方案，产品包括终端展示、循环会展、虚拟展示等。易尚展示 2019 年实现销售 10.46 亿元，净利润 0.76 亿元。

4、丝路视觉

丝路视觉是创业板上市公司，代码 300556.SZ。丝路视觉自 2000 年成立以来，始终专注于 CG 的技术应用和市场推广，从事以 CG 技术为基础的数字视觉综合服务业务，是专业化、全国性的 CG 视觉服务提供商。其提供的 CG 视觉场景综合服务，为展览展示、规划展厅、商业销售展厅、商业服务展厅、公共场馆等提供展陈设计、数字内容创作、数字多媒体展示等场景综合服务[6]。丝路视觉 2019 年实现营业收入 9.16 亿元，净利润 0.29 亿元。[7]

（四）发行人的竞争优势和劣势

[3] 资料来源：风语筑招股说明书
[4] 数据来源：风语筑 2019 年年报。
[5] 数据来源：华凯创意 2019 年年报。
[6] 资料来源：丝路视觉招股说明书。
[7] 数据来源：丝路视觉 2019 年年报。

1、竞争优势

（1）文化创意设计优势

数字文化展示创意不仅包括文化元素，还包括空间感受、光影艺术、互动体验、多媒体技术等新元素，还需与展示教育、文化旅游、艺术传承有机结合。通过多年数字文化展示创意的业务积累和沉淀，公司已成为行业内具有较强文化创意策划能力的企业。创意策划设计能力是公司参与竞争并最终获得中标的核心优势，这种优势来源于公司的人才优势，也来源于公司对设计管理工作的持续优化。

公司建立了项目策划设计资源库，并进行持续更新，采用科学的数据库管理方法保证创意设计的独特性，同时帮助提高设计师的工作效率。通过对大量项目的策划设计实践以及对主题文化的提炼，公司的设计团队积累了丰富的创意设计经验，尤其是在文献收集、资料整理、元素提炼、现场勘查、客户访谈、创意深化、设计提升等工作上建立了一整套成熟的工作方法。

（2）数字科技技术优势

公司将文化艺术、创意设计、AR/VR 等多媒体互动科技与新一代互联网技术进行集成整合，由传统的展览展示模式向智能化、智慧化方向转型，在展览展示方面的服务水平和服务能力上都有很大的提升，奠定了公司在文化、创意、展览与科技的跨界服务实力和竞争力。同时，公司目前已掌握了数字沙盘、立体投影技术、虚拟现实、动感影院特效技术、多媒体互动技术、全息成像技术、裸眼 3D 技术等诸多高科技数字化展示技术的应用。公司致力于智慧博物馆、会展 4.0，体验式智慧旅游、数字多媒体、AR/VR、云平台、人工智能、物联网、大数据等尖端技术的研发与应用，公司独立研发的《智能化物联网集中控制系统》荣获了“2016 全国十佳文博技术产品奖”，并已逐步在国内众多省市级博物馆的智慧化改造中应用普及。公司通过影视动画、数字沙盘、互动技术、多媒体集成、其他高新数字科技等技术的应用来确保创意设计方案的可行性及实施效果，重点关注以 AR/VR 为核心的互动体验科技研发与多元应用，设有独立的多媒体研究院对相关技术进行研究开发，在为客户提供最新的多媒体技术运用的同时，使用研

究院独立开发的智能云系统为项目提供智慧化管理、智慧化运营等运维服务。

（3）国际资源整合优势

宽创国际具备极强的集成落地能力，拥有住建部建筑装饰工程设计专项甲级及建筑装修装饰专业承包壹级资质，同时就任国际展览与会议服务协会理事、拥有美国（北美）展览协会认证会员资质、德国博物馆协会会员等资质。

此外，公司秉承“一带一路”的理念帮助中国文化及企业“走出去”。公司参与服务了中国东西部合作与投资贸易洽谈会、汉诺威通信和信息技术博览会、山西省文化与品牌一带一路全球行、土耳其吉斯坦布尔书展中国馆、巴黎联合国教科文组织中国文化馆等项目。同时，公司不忘将国外文化及企业“引进来”，承接了古埃及文明主题巡展、拉斯科洞窟壁画复原展、拿破仑主题展、阿基米德科技展等项目，将文化 IP 形象及内容带入国门。

公司基于全球资源的整合实力及理念，发挥宽创国际强大的跨国研发、设计及落地施工能力，为客户营造完美的作品和呈现效果，长期为中国政府、全球 500 强企业及中国 500 强企业提供优质服务。

（4）业务领域广泛

宽创国际凭借丰富的国际文化科技与展览展示创意设计经验，形成“多元跨界整合，价值再造”的“大展览”理念，为不同类型的客户提供多元化的服务。公司业务范围广泛，包括博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展览等项目。一方面，公司有能力去承接各种馆体的创意设计服务，保证充足的项目来源；另一方面，也有助于分散业务经营风险，增强抗风险能力。

（5）从创意到实施的一体化综合服务优势

公司是国内少数具备为博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、展览等不同类别的环境艺术展示场馆提供创意策划、设计、实施和维护服务综合服务商。公司承接的项目一般为具有独特主题的“非标准化”项目，在空间设计展示、多媒体方案应用、艺术品展览等方面均属于自行设计及定制加工。为

充分表现展览效果，公司必须参与完成装饰装修、多媒体制作、艺术品制作、现场设备安装调试等全业务环节。因此，公司构建了从创意到设计、从文案到图纸、从艺术创作到艺术品加工、从多媒体软件研发到系统集成、从影视创意到影视制作的完整布展人才体系，并成为具有多媒体运用综合策划、展项开发、软件制作、智能工程施工以及展馆后期维护一站式整体实施能力的专业化机构。

（6）品牌优势

通过不懈努力和发展，公司先后获得了“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等荣誉。公司是中国展览馆协会理事单位、中国展览协会展陈委员会副主任单位、德国博物馆协会理事单位、美国博物馆协会理事单位、上海市创意产业协会副会长单位、上海市多媒体行业理事单位。公司拥有 43 项专利、181 项软件著作权证书。公司长期积累的市场品牌和丰富的成功项目经验是公司不断拓展市场，获取订单的必要条件。

公司基于高品质的创意设计和施工成果构建自己的品牌，坚持通过质量管理、诚心经营和贴心服务来打造自己的市场口碑。公司通过设计施工一批有影响力的项目，在广大客户中树立起可靠的品牌形象，提升了公司的品牌影响力。

（7）人才优势

创意设计是文化创意产业的“灵魂”，是保证公司产品效果的关键环节之一，负责创意设计的人才能力水平和持续成长直接决定了文化创意企业的生存与发展。

设计研发团队的建设是公司最重要的日常工作之一，创意设计能力建设亦是公司最重要的发展战略之一。公司在人才引进、学习培训、设计管理三方面持续多年投入和艰苦努力，使设计研发团队不断壮大，设计研发质量和创意水平不断提升。截至报告期末，公司拥有 571 名员工，其中 200 多名创意设计人才，打造了包含权威专家、建筑师、注册高级设计师、规划师、资深设计师、高级工程师、

专业灯光照明设计师、材料工程师、数字多媒体设计研发精英、顾问级项目经理等跨界精英组成的专业务实团队。公司的研发团队主要包括 AR 团队、技术团队、前端和后端团队，研发人员 112 人，具有较为丰富的项目研发经验。成熟的研发体系以及经验丰富的研发工程师为项目建设提供了有利的保障与支持。

2、竞争劣势

（1）营销网络需进一步完善

尽管公司已经建设了较为完善的营销网络，由业务员负责各个区域的市场开拓，但随着市场的发展，公司现有营销网络布局和人员配置数量已无法满足快速增长的客户需求，在一定程度上制约了公司的发展，公司迫切需要进一步建设、完善营销网络体系。

（2）融资渠道单一

公司属于轻资产型企业，通过银行等金融机构间接融资能力较弱，依靠自身积累发展业务的难度大、周期长、效率低。资金规模的限制，将影响公司对于周期长、合同金额大的大型项目的承接。另一方面，公司正处于业务迅速发展的阶段，公司除了产品研发等日常运营需要投入资金，长期发展规划和目标的实现更需要公司投入大量资源。行业竞争态势瞬息万变，公司依靠股东投入、经营积累的方式获取资金速度较慢，融资能力有限，导致公司的资金经常跟不上公司日益扩大的设计及组织生产规模、引进设计人才、提高设备水平、扩建研发中心和设计展示中心等多种资金需求。

（五）发行人面临的机遇与挑战

1、面临的机遇

（1）国家政策大力支持数字文化产业的发展

当前我国经济从高速发展阶段进入到高质量发展阶段，经济结构持续优化，文化产业有望成为国民经济新的增长点，政府对文创设计及高新技术服务业给予高度重视。2016 年 11 月国务院印发《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，

首次将数字文化创意产业纳入国家战略性新兴产业发展规划，成为与新一代信息技术、生物、高端制造、绿色低碳产业并列的五大新支柱产业之一。2017 年 2 月文化部印发《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》明确提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业，并指出落实供给侧结构性改革战略部署，完善现代文化产业体系，着力发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，促进文化资源与文化产业有机融合，形成新的增长点、增长极和增长带，全面提升文化产业发展的质量和效益。近年来，国家相继出台了《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》、《进一步支持文化企业发展的规定》、《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》等一系列政策，重点鼓励文化与科技相融合的数字文化产业发展。

一系列相关政策倾斜，为行业发展创造了积极良好的外部环境，必将有利推动行业发展。

（2）我国城镇化率持续上升带动城市文化体系建设

我国城镇化率自 1978 年改革开放以来保持平均每年约 1 个百分点的增长速度，现已进入城市化加速阶段。根据国家统计局最新发布的数据显示，2019 年末，我国城镇常住人口 84,843 万人，比上年末增加 1,706 万人；城镇人口占总人口比重（城镇化率）为 60.60%，比上年末提高 1.02 个百分点。城镇化率的持续上升将带动城市化体系建设的快速发展，催生出对城市文化展示设施的巨大需求，比如博物馆、科技馆等，尤其是突出展示城市规划思路和建设成就的各级城市主题馆。我国快速的城市化进程为数字文化展示创意行业提供了广阔的发展空间。

（3）消费升级拉动文化需求

根据国家发改委《2019 年国民经济和社会发展统计公报》，2019 年全国居民恩格尔系数 28.2%，已达联合国富足标准。我国居民消费结构正不断改善，城乡居民消费结构正在由生存型消费向发展型消费升级、由物质型消费向服务型消费升级、由传统消费向新型消费升级。2019 年全国居民人均可支配收入 30,733 元，比上年名义增长 8.9%。随着居民文化消费水平不断提高，居民对于文化产

品和服务，尤其是文创产业与科技手段结合的“文化+科技”文创产品的需求不断增加。

（4）技术进步提供驱动力

纵观数字文化展示创意行业的发展，离不开持续不断的技术进步与创新。数字时代下，随着计算机、网络技术的飞速发展，计算机控制、数字媒体、虚拟现实等技术不断投入应用，增强现实、虚拟现实技术成为展示技术发展的前沿，现代展示技术正在以其交互性、趣味性、多感知性等鲜明特征改变着形式单一、氛围沉闷的传统展示，物联网、云计算技术的发展也正在推动着数字文化展示创意行业的技术革命，软件系统的持续研发与更新、硬件设备的不断推陈出新为数字文化展示创意行业的发展提供有力的技术支撑。当前新一轮科技革命与产业变革正在加速演进，以人工智能、互联网、大数据等为代表性的革新技术正快速发展，为数字文化展示创意行业的发展提供了新的成长空间。持续不断的科技创新将会驱动数字文化展示创意行业进一步升级，将行业的发展推向一个崭新的高度。

2、面临的挑战

（1）高端复合型人才缺乏

现代数字文化展示创意行业涉及多门学科、多种科学方法和技术成果的综合运用，展示设计不仅要考虑各种前沿展示技术的应用，还须考虑所运用的技术手段、设备和所要表现的文化内容、总体展览形式之间的和谐相融。这就要求从业者须将文化、科技、创意融会贯通、灵活运用。由于我国数字文化展示创意行业起步较晚，虽然越来越多的院校开始重视行业人才培养，但目前只有少数几个院校开设了相关专业，同时教育与实践之间仍存在某种程度的脱节，与国外发达国家仍存在一定差距。目前我国数字文化展示创意行业出现中高端人才短缺的状况，并且随着行业的快速发展，这种供需失衡愈加突出，在一定程度上制约了我国数字文化展示创意行业的发展。

（2）融资渠道不畅阻碍企业发展

在经营模式上，行业多数企业为轻资产运营，在新项目的研发、项目运营、

品牌宣传和市场拓展方面的投入比重较高，而在土地、厂房及生产设备上投入较小，固定资产比重较低。因此从银行等金融机构获得融资的能力较弱，业内企业主要依赖自身积累解决发展业务所需营运资金。但是大型项目运营、新技术研发等都需要有雄厚的资金支持。融资渠道的受限一定程度上限制了企业发展。

（六）发行人与同行业可比公司的比较情况

项目	宽创国际	风语筑	华凯创意	易尚展示	丝路视觉
主营业务	从事数字文化展示创意服务，为各类场馆空间提供策划、设计、实施和维护的系统性服务或设计单项服务	各类场馆及空间提供数字文化展示体验系统的策划、设计、实施和维护服务	为展馆、展厅等大型室内空间提供环境艺术设计综合，包括服务创意设计+影视动画+多媒体集成+模型制作+布展装修	提供展示道具产品；整体展示项目的策划设计、展示道具研发生产、装饰装潢等一体化解决方案；为会展参展商提供展览设计、策划、可循环展台搭建服务；虚拟展示服务	从事以 CG 创意和技术为基础的数字视觉综合服务业务,包括数字化的图像设计和视觉艺术创作
场馆类型	博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆、企业展厅、会展临展等	城市规划馆、主题空间馆、园区展示馆、企业馆等	城市文化馆、博物馆、主题馆、企业馆等	会展临展、企事业展馆、主题馆	城市规划馆、主题展示馆、高端地产营销、企业展厅等
客户类型	各级政府相关部门、政府投资平台、企事业单位等			企业为主	政府机构、城市发展商、企业
2019 年销售规模（万元）	48,111.53	202,991.52	41,177.99	104,553.63	91,641.07
技术特点	基于 AR 的沉浸式影院技术、MR 混合现实虚拟交互技术、智慧城市信息沙盘展示系统、三维数据空间立体化展示技术、沉浸式信息流感知技术、多屏联动展示交互技术等诸多数字化展示技术	影视动画、数字沙盘、互动技术、多媒体集成、其他高新数字科技等技术	数字多媒体舞台表演系统”“文物虚拟展览展示管理系统”、“拍照信息管理系统”等展示技术	3D\AR\VR\全息技术	计算机图形图像处理技术、三维技术、多点触控与无线控制、多媒体数字沙盘、全息成像、虚拟现实、3D 实时展示技术、软硬件系统整合等技术

同行业可比公司中，风语筑、华凯创意为各类场馆空间提供设计施工一体化服务，主要客户均为各级政府部门、投资平台及企事业单位，与发行人主营业务及主要客户类型基本一致，可比性较高。易尚展示主要从事展示道具研发生产以及为企业场馆提供设计施工一体化服务及临展服务；丝路视觉主要为各类场馆空间提供图像设计和艺术创作服务，非设计施工一体化。两者与发行人在主营业务类型及客户群体上存在一定差异。

发行人同行业可比公司选取标准为产品和收入的构成、客户类型等，选取标准客观，发行人已经按照披露的选取标准全面、客观、公正地选取了可比公司。

报告期内，同行业可比公司毛利率对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
风语筑	31.40%	28.73%	30.17%	28.65%
华凯创意	17.90%	30.98%	27.43%	31.36%
易尚展示	29.30%	36.53%	33.48%	30.10%
丝路视觉	35.94%	33.79%	36.29%	41.04%
行业平均值	28.64%	32.51%	31.84%	32.79%
宽创国际	37.89%	31.71%	32.95%	29.59%

近三年，公司毛利率水平与行业平均值基本一致，略高于与公司业务更为接近的风语筑、华凯创意。公司文博类、科技类展馆项目占比较大，对文化创意设计以及数字科技展示的要求较高，蕴含公司创意设计理念，运用到较多的数字多媒体集成、互动体验创新等，因此毛利率相对略高。2020 年 1-6 月，公司毛利率较行业平均值高，主要系上半年营业收入规模较小，验收的个别项目毛利率较高。

四、发行人销售情况和主要客户

（一）主要产品和服务的规模及收入情况

1、主要产品和服务的规模

公司为国内外客户提供数字文化展示创意服务，主要包括馆厅展示创意服务及展览展示创意服务。公司提供的服务具有定制化、个性化的特点，不适用于传统的产能、产量和销量概念。

2、主要产品和服务的销售收入

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
馆厅展示创意服务	13,875.64	88.19	39,010.85	81.08	26,496.98	68.01	20,370.09	57.76
展览展示创意服务	1,708.95	10.86	8,614.04	17.90	11,541.72	29.62	14,564.31	41.30
创意设计服务	148.43	0.94	486.64	1.01	922.39	2.37	333.26	0.94
合计	**15,733.02**	**100.00**	**48,111.53**	**100.00**	**38,961.08**	**100.00**	**35,267.66**	**100.00**

3、产品和服务的主要客户群体

目前我国博物馆、科技馆、文旅主题馆、城市主题馆等场馆的建设主要由政府主导，公司展馆展示创意服务主要客户为各级政府相关部门、政府投资平台等；公司展厅展示创意服务及展览展示创意服务客户群体主要为工商业企业。

4、销售价格的总体变动情况

公司为国内外客户提供的数字文化展示创意服务具有定制化、个性化的特点，不同项目在展示面积、创意设计、工程用料、多媒体设备等方面均存在较大差异，价格不具有可比性。

（二）主要客户

1、公司 2020 年度 1-6 月向前五名客户销售情况

序号	单位名称	销售额（万元）	占营业收入比例（%）	是否关联方
1	用友网络科技股份有限公司	3,255.42	20.69	否
2	扬中绿洲新城实业集团有限公司	2,973.69	18.90	否
3	汤臣倍健股份有限公司	2,101.07	13.35	否
4	义乌市文化馆	1,468.47	9.33	否
5	西藏自治区文物局	1,467.89	9.33	否
合计		**11,266.54**	**71.61**	

2、公司 2019 年度向前五名客户销售情况

序号	单位名称	销售额（万元）	占营业收入比例（%）	是否关联方
1	合肥滨投文化创意发展有限公司	4,991.46	10.37	否
2	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	4,329.93	9.00	否
3	南宁园博园管理中心	3,933.02	8.17	否
4	武汉旅游发展投资集团有限公司	3,382.39	7.03	否
5	兴安县文物局	2,821.54	5.86	否
合计		**19,458.34**	**40.44**	

3、公司 2018 年度向前五名客户销售情况

序号	单位名称	销售额（万元）	占营业收入比例（%）	是否关联方
1	中卫市启源房地产开发有限公司	6,730.14	17.27	否
2	胶州市少海发展管理处/胶州市文化广电新闻出版局	6,178.28	15.86	否
3	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	2,795.77	7.18	否
4	道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	1,789.78	4.59	否
5	振石控股集团有限公司	1,420.46	3.65	否
合计		**18,914.43**	**48.55**	

4、公司 2017 年度向前五名客户销售情况

序号	单位名称	销售额（万元）	占营业收入比例（%）	是否关联方
1	陕西建工集团有限公司	6,306.31	17.88	否
2	甘州区博物馆	3,310.52	9.39	否
3	贵州乌当经济开发区建设投资开发有限公司	2,351.35	6.67	否
4	武汉旅游发展投资集团有限公司	1,553.40	4.40	否
5	上海张江文化传媒有限公司	1,405.51	3.99	否
合计		**14,927.09**	**42.33**	

报告期内，公司不存在向单个客户销售比例超过当期合并营业收入总额 50%的情况。

发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与主要客户不存在关联关系，不存在前五大客户及其控股股东、

实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

报告期内，公司主要客户中新增客户较多，主要系公司展馆展厅类客户，该类客户在接受公司提供产品服务后即进入较长的展览展示阶段，然后再根据项目实施的效果以及新资源的投入情况确定是否需要编制新的规划或对项目进行重新设计。因此，公司在短期内客户重合度较低，符合发行人行业特点。

五、发行人采购情况和主要供应商

（一）主要采购情况

公司采购内容主要包括专业分包、设备、制作、搭建等。

采购项目	主要内容
专业分包	主要包括基础装饰装修、消防工程、暖通工程等。
设备	主要包括 LED 显示屏，投影仪、电脑主机、触控一体机、触摸屏、液晶显示屏等。
制作	主要包括场景、平面、模型、沙盘、动画、影片等根据客户个性化要求定制生产产品。
搭建费	主要系展台搭建相关的费用。

公司使用的主要能源为电力，主要是公司日常办公电子设备的日常消耗，公司以市场价格向办公所在地供电局采购，电力供应稳定、充足。

报告期内，公司主要采购情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
专业分包	1,995.10	39.04	11,836.96	46.94	8,484.50	36.57	8,912.83	38.07
设备	965.29	18.89	3,908.23	15.50	5,285.52	22.78	3,642.49	15.56
制作	1,283.15	25.11	4,675.17	18.54	2,572.76	11.09	2,766.31	11.82
搭建费	867.05	16.97	4,796.85	19.02	6,858.25	29.56	8,090.16	34.56
合计	**5,110.59**	**100.00**	**25,217.21**	**100.00**	**23,201.03**	**100.00**	**23,411.79**	**100.00**

公司采购的产品和服务具有定制化、个性化的特点，单价不具有可比性。

（二）报告期内前五名供应商

1、公司 2020 年 1-6 月前五名供应商采购情况如下表所示：

序号	单位名称	采购额（万元）	占采购总额比例（%）	是否关联方
1	上海梵企光电科技有限公司	292.38	5.72	否
2	吉秋信息科技（上海）有限公司	191.20	3.74	否
3	上海朕杨建筑工程有限公司	158.72	3.11	否
4	烟台市中成装饰工程有限公司	152.75	2.99	否
5	上海双手建筑工程有限公司	147.12	2.88	否
合计		**942.16**	**18.44**	

2、公司 2019 年度前五名供应商采购情况如下表所示：

序号	单位名称	采购额（万元）	占采购总额比例（%）	是否关联方
1	上海梵企光电科技有限公司	1,043.49	4.14	否
2	上海普研建筑安装工程有限公司	996.47	3.95	否
3	上海居雍装饰设计工程有限公司	843.46	3.34	否
4	江苏华厦天地建设有限公司	557.36	2.21	否
5	上海双手建筑工程有限公司	497.01	1.97	否
合计		**3,937.80**	**15.62**	

3、公司 2018 年度前五名供应商采购情况如下表所示：

序号	单位名称	采购额（万元）	占采购总额比例（%）	是否关联方
1	上海梵企光电科技有限公司	1,162.11	5.01	否
2	安徽省天煜建筑装饰工程有限公司	630.29	2.72	否
3	四川天地时创装饰工程有限公司	541.02	2.33	否
4	北京赢康科技股份有限公司	521.44	2.25	否
5	中盛浩远（北京）建设有限公司	452.69	1.95	否
合计		**3,307.55**	**14.26**	

4、公司 2017 年度前五名供应商采购情况如下表所示：

序号	单位名称	采购额（万元）	占采购总额比例（%）	是否关联方
1	上海建溧建设集团有限公司	1,174.33	5.02	否

序号	单位名称	采购额（万元）	占采购总额比例（%）	是否关联方
2	陕西恒业建设集团有限公司	954.37	4.08	否
3	甘肃美华装饰工程有限公司	897.92	3.84	否
4	四川博杰会展服务有限公司	657.91	2.81	否
5	上海路科信息科技有限公司	561.54	2.40	否
合计		**4,246.07**	**18.14**	

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过公司采购总额 50%或严重依赖少数供应商的情况。

发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与主要供应商不存在关联关系，不存在前五大供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

发行人综合考虑供应商的报价、资质、所在地及过往合作情况等方面情况来选择供应商。由于报告期内项目建设地点、客户要求以及公司设计方案存在差异，公司前五大供应商变化较大。

六、发行人主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率
房屋及建筑物	7,079.16	270.90	6,808.26	96.17%
电子设备	587.13	455.63	131.51	22.40%
运输设备	483.57	338.69	144.88	29.96%
办公设备	101.66	21.64	80.02	78.71%
合计	**8,251.53**	**1,086.86**	**7,164.67**	**86.83%**

发行人拥有的房屋及建筑物具体情况如下：

序号	资产名称	权证号	座落	建筑面积（m^2）	取得方式	所有权人	他项权利
1	宽创国际办公楼	沪（2020）浦字不动产权第072657号	上海市浦东新区科苑路1518号、毕升路539号	10,203.57	新建	宽创国际	无
2	西安办公室	/	西安市碑林区长安北路南稍门十字东南角1幢12407室	281.83	购买	宽创国际	无

公司位于上海市浦东新区科苑路1518号、毕升路539号的房产为公司总部办公场所，位于西安市碑林区长安北路南稍门十字东南角1幢12407室的房产为西安分公司的办公场所。

截至本招股说明书签署之日，西安办公室房产权属证书正在办理中。

（二）主要无形资产情况

公司所拥有的无形资产主要为商标、专利权、软件和土地使用权等，截至2020年6月30日，账面价值情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面净值
软件	543.82	216.89	-	326.93
土地使用权	4,019.85	338.30	-	3,681.55
合计	**4,563.67**	**555.20**	**-**	**4,008.48**

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司拥有的土地使用权情况如下：

土地证号	位置	所有权人	面积（m^2）	权利性质	用途	使用期限	他项权利
沪（2020）浦字不动产权第072657号	上海市浦东新区科苑路1518号、毕升路539号	宽创国际	3,742.10	出让	工业	2017年9月20日至2051年5月27日	无

2、商标

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司拥有的注册商标情况如下：

序号	类别	注册号	商标	有效期限	取得方式
1	16	19558123	BROADMESSE	2017.05.28-2027.05.27	原始取得
2	16	19558083	BroadMesse	2017.05.28-2027.05.27	原始取得
3	35	22991319	BROADMESSE	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
4	35	22991324	BroadMesse	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
5	37	19558348	BROADMESSE	2017.09.07-2027.09.06	原始取得
6	37	22991325	BroadMesse	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
7	37	22991320	BROADMESSE	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
8	41	22991321	BROADMESSE	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
9	41	22991327	BroadMesse	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
10	42	19559229	BroadMesse	2017.08.21-2027.08.20	原始取得
11	42	19558891	BROADMESSE	2017.08.21-2027.08.20	原始取得
12	42	22991322	BROADMESSE	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
13	42	22991326	BroadMesse	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
14	16	19558105	宽创	2017.05.28-2027.05.27	原始取得
15	35	22991318	宽创	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
16	37	19558301	宽创	2017.08.21-2027.08.20	原始取得
17	37	22991329	宽创	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
18	41	22991330	宽创	2018.02.28-2028.02.27	原始取得
19	42	19558932	宽创	2017.08.21-2027.08.20	原始取得

序号	类别	注册号	商标	有效期限	取得方式
20	42	22991331	宽创	2018.04.21-2028.04.20	原始取得
21	35	29204538		2019.01.21-2029.01.20	原始取得
22	37	29221924		2019.02.14-2029.02.13	原始取得
23	37	9023669	宽创	2012.01.14-2022.01.13	原始取得
24	42	9023739	宽创	2012.07.14-2022.07.13	原始取得
25	42	9023722	BROADMESSE	2012.07.14-2022.07.13	原始取得
26	37	9023698	BROADMESSE	2012.07.14-2022.07.13	原始取得
27	35	8127399	BroadMesse	2011.04.14-2021.04.13	原始取得
28	41	8127434	德和宽创	2011.03.21-2021.03.20	原始取得
29	35	8127408	德和宽创	2011.04.14-2021.04.13	原始取得
30	41	8127430	宽创	2011.03.21-2021.03.20	原始取得
31	35	8127414	宽创	2011.04.14-2021.04.13	原始取得
32	41	8127441	BroadMesse	2011.06.14-2021.06.13	原始取得
33	16	32247112	宽 创 国 际	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
34	42	32240761	BroadMesse	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
35	41	32240704	宽 创 国 际	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
36	42	32235974	宽 创 国 际	2019.4.21-2029.4.20	原始取得

序号	类别	注册号	商标	有效期限	取得方式
37	16	32235030	BroadMesse	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
38	35	32231786	宽创国际	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
39	41	32231351	BroadMesse	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
40	35	32229392	BroadMesse	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
41	37	32227166	BroadMesse	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
42	37	32227161	宽创国际	2019.4.21-2029.4.20	原始取得
43	35	34194192		2019.7.21-2029.7.20	原始取得
44	42	34189656		2019.6.21-2029.6.20	原始取得
45	41	34180043		2019.6.21-2029.6.20	原始取得
46	42	29209769		2019.5.14-2029.5.13	原始取得
47	16	29214027		2020.3.28- 2030.3.27	原始取得
48	41	29205091		2020.3.28-2030.3.27	原始取得

3、专利

截至本招股说明书签署日，公司拥有的专利情况如下：

序号	专利权人	申请日	专利类别	专利号	专利名称	权利期限	取得方式	他项权利
1	发行人	2016.4.14	实用新型	ZL201620310903.4	智能展厅集中控制系统	10 年	原始取得	无
2	发行人	2016.4.14	实用新型	ZL201620310905.3	物联网中控系统	10 年	原始取得	无
3	发行人	2016.5.12	实用新型	ZL201620426946.9	智能展柜	10 年	原始取得	无
4	发行人	2017.7.19	实用新型	ZL201720875012.8	一种文物智慧保护与智慧展示柜	10 年	原始取得	无
5	发行人	2017.7.19	实用新型	ZL201720874994.9	一种智慧展示柜的防盗门结构	10 年	原始取得	无
6	发行人	2017.7.19	实用新型	ZL201720874980.7	一种用于展示柜的灵敏式按钮	10 年	原始取得	无
7	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382404.7	激光感应动态投影模型	10 年	原始取得	无
8	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382447.5	一种动态识别技术和全景视频实时生成装置	10 年	原始取得	无
9	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382435.2	一种实时抠像合成与多通道同步播放装置	10 年	原始取得	无
10	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382403.2	一种用于多媒体互动回转展台的起卧式连接装置	10 年	原始取得	无
11	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382428.2	一种展馆智能化集成控制单元模块	10 年	原始取得	无
12	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382446.0	一种摇动式图像显示及幻像呈现装置	10 年	原始取得	无
13	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382441.8	一种可拼接数字沙盘融合装置	10 年	原始取得	无
14	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382429.7	一种可移动生物标本视频实时采集及展示装置	10 年	原始取得	无
15	发行人	2017.10.25	实用新型	ZL201721382430.X	一种基于可移动模型的动态影像装置	10 年	原始取得	无
16	发行人	2018.3.30	实用	ZL201721382434.8	一种基于LCD光阀	10 年	原始	无

序号	专利权人	申请日	专利类别	专利号	专利名称	权利期限	取得方式	他项权利
			新型		阵列的光影浮雕装置		取得	
17	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL201820741063.6	一种圆锥型多媒体全息展柜	10 年	原始取得	无
18	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL201820741064.0	一种游客数据采集设备	10 年	原始取得	无
19	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741081.4	一种文物识别装置	10 年	原始取得	无
20	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741123.4	一种结构光人体动作捕捉装置	10 年	原始取得	无
21	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741124.9	一种基于图像特征点的文物索引装置	10 年	原始取得	无
22	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741125.3	一种基于结构光特征点的文物识别装置	10 年	原始取得	无
23	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 2018207411395	一种基于路由器的智能监控装置	10 年	原始取得	无
24	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741301.3	一种 AR 眼镜	10 年	原始取得	无
25	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741302.8	一种结构光人流统计装置	10 年	原始取得	无
26	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL 201820741303.2	一种二维码展示装置	10 年	原始取得	无
27	发行人	2018.5.18	实用新型	ZL201820741321.0	一种基于 iBeacon 手环的大型室内导航装置	10 年	原始取得	无
28	发行人	2019.7.9	实用新型	ZL201921061761.2	可折叠式 VR 手机壳	10 年	原始取得	无
29	发行人	2019.9.26	实用新型	ZL201921612597.X	一种观众与画卷的互动装置	10 年	原始取得	无
30	发行人	2019.7.15	实用新型	ZL201921101644.4	一种智能自助导览讲解机	10 年	原始取得	无
31	发行人	2019.7.9	实用新型	ZL201921061766.5	一种双层显示的幻影展柜	10 年	原始取得	无
32	发行人	2019.9.3	实用新型	ZL201921449021.6	一种摇头灯雷达互动装置	10 年	原始取得	无
33	发行人	2019.9.26	实用新型	ZL201921612619.2	一种多功能沉浸式 VR 运动平台装置	10 年	原始取得	无
34	发行人	2019.7.9	实用	ZL201921062130.2	一种可调距的双层	10 年	原始	无

序号	专利权人	申请日	专利类别	专利号	专利名称	权利期限	取得方式	他项权利
			新型		显示幻影展柜		取得	
35	发行人	2019.6.21	实用新型	ZL201920942582.3	一种八面体多媒体全息展柜	10 年	原始取得	无
36	发行人	2019.6.26	实用新型	ZL201920973494.X	一种新式创意拼图互动体验展厅	10 年	原始取得	无
37	发行人	2019.7.9	实用新型	ZL201921061748.7	一种投影变脸表演帽	10 年	原始取得	无
38	发行人	2019.9.3	实用新型	ZL201921449018.4	一种新式双重感应智能交互 RGB 地砖灯	10 年	原始取得	无
39	发行人	2019.12.3	实用新型	ZL201922131888.3	一种互动展示桌	10 年	原始取得	无
40	发行人	2019.12.9	实用新型	ZL201922183653.9	一种三自由度座椅平衡结构及包含该结构的座椅	10 年	原始取得	无
41	发行人	2019.12.17	实用新型	ZL201922259482.3	一种渔业投食无人机	10 年	原始取得	无
42	发行人	2020.3.4	外观设计	ZL202030069174.X	座椅（4D 动感睿享系列）	10 年	原始取得	无
43	发行人	2020.3.4	外观设计	ZL202030069055.4	座椅扶手（4D 动感特效睿享系列）	10 年	原始取得	无

4、软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有的软件著作权情况如下：

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
1	2013SR097263	宽创弧形大屏幕沉浸式软件[简称：弧形大屏幕沉浸式软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/4/18
2	2013SR097471	互动地面投影软件[简称：交互软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/3/2
3	2013SR097473	宽创π计算查询软件[简称：π计算查询软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/3/6
4	2013SR097654	3D 智能生物与人交互软件[简称：交互软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/3/28
5	2013SR097658	宽创数列华尔兹软件[简称：数列华尔兹软件]V1.0	发行人	原始取得	2013/4/25
6	2013SR097661	KINECT 人体捕捉软件[简称：人体捕捉	发行人	原始取得	2013/3/14

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		软件]V1.0			
7	2014SR129058	宽创激光互动沙盘软件[简称：激光互动沙盘软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
8	2014SR129089	宽创展览展示听海观潮软件 V1.0	发行人	原始取得	未发表
9	2014SR129094	宽创 3D 深海花园软件[简称：3D 深海花园软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
10	2014SR129238	宽创展览展示海岛算经软件 V1.0	发行人	原始取得	未发表
11	2014SR129760	宽创 L 形琴岛互动软件[简称：L 形琴岛互动软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
12	2014SR129767	宽创乘法矩阵软件[简称：乘法矩阵软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
13	2014SR129965	宽创未来能源氚提炼软件[简称：未来能源氚提炼软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
14	2014SR130332	宽创 3D 深海异景软件[简称：3D 深海异景软件]V1.0	发行人	原始取得	未发表
15	2015SR067748	宽创-展览展示企业互创平台 V1.0	发行人	原始取得	未发表
16	2015SR181759	宽创互动签名系统应用软件[简称：互动签名软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/3/20
17	2015SR181942	宽创互动桌面采集系统应用软件[简称：互动桌面采集系统应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/9
18	2015SR182249	宽创体感汽车互动演示系统应用软件[简称：体感汽车互动演示]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/9
19	2015SR182255	宽创 IPAD 沙盘互动软件[简称：IPAD 沙盘互动软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/9
20	2015SR182606	宽创虚拟一体化沙盘控制软件[简称：虚拟一体化沙盘控制软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/3/20
21	2015SR184138	宽创实时移拉屏控制系统应用软件[简称：实时移拉屏控制系统]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/9
22	2015SR184143	宽创二维移动屏软件[简称：二维移动屏软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/20
23	2015SR184686	宽创模拟驾驶数据识别软件[简称：模拟驾驶数据识别软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/20
24	2015SR185327	宽创互动灯光控制沙盘软件[简称：互动灯光控制沙盘软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/6/1
25	2015SR185578	宽创互动幻影成像展示软件[简称：互动幻影成像展示软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/5/20
26	2015SR186026	宽创宝鸡中控软件[简称：宝鸡中控软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/6/20
27	2015SR219065	宽创湿地生态保护系统软件[简称：湿地	发行人	原始取得	2015/9/10

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		生态保护系统软件]V1.0			
28	2015SR219091	宽创二维码信息采集系统软件[简称：二维码信息采集系统软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/7/10
29	2015SR226751	宽创湿地过滤水净化演译系统软件[简称：湿地过滤水净化演译系统软件]V1.0	发行人	原始取得	2015/8/12
30	2017SR430203	宽创角度传感平衡测试应用软件[简称：角度传感平衡测试应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
31	2017SR430212	宽创压力传感太空漫步应用软件[简称：压力传感太空漫步软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
32	2017SR430219	宽创自行车骑行漫游应用软件[简称：体感自行车软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
33	2017SR430230	宽创体感天马互动应用软件[简称：体感天马互动软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
34	2017SR432525	宽创滑雪互动漫游应用软件[简称：滑雪场互动软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
35	2017SR432532	宽创机械马体感互动应用软件[简称：机械马体互动软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
36	2017SR449847	宽创德国游族 AR 应用软件[简称：德国游族 AR 软件]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/8
37	2017SR449854	宽创触摸式天宫对接应用软件[简称：触摸式天宫对接应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2016/12/8
38	2017SR450313	宽创 leapmotion 感应互动应用软件[简称：leapmotion 感应互动应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2016/12/8
39	2017SR524165	宽创 Oculus 深山寻药应用软件[简称：Oculus 深山寻药应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2016/12/8
40	2018SR704048	宽创中卫 AR 互动大屏互动应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
41	2018SR703762	宽创动画配音互动展项应用软件[简称：动画配音互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2017/12/8
42	2018SR771307	宽创人体奥秘互动展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2018/1/8
43	2018SR771302	宽创绿色能源互动应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2017/11/30
44	2018SR769707	宽创漫游咸阳互动应用软件[简称：漫游咸阳]V1.0	发行人	原始取得	2017/11/30
45	2018SR879382	宽创南海互动墙应用软件[简称：儿童绘画]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
46	2018SR987480	宽创平台载体飞屏互动展项应用软件[简称：平台载体飞屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
47	2018SR871492	宽创乘法矩阵互动展项应用软件[简称：乘法矩阵互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/6

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
48	2018SR871499	宽创风力发电互动展项应用软件[简称：风力发电互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2017/10/16
49	2018SR871505	宽创海洋牧场互动展项应用软件[简称：海洋牧场互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2016/9/22
50	2018SR871513	宽创秘陵寻踪互动应用软件[简称：秘陵寻踪]V1.0	发行人	原始取得	2017/5/19
51	2018SR871528	宽创南海儿童绘画应用软件[简称：儿童绘画]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
52	2018SR871539	宽创奇幻森林互动展项应用软件[简称：奇幻森林互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2017/8/15
53	2018SR871534	宽创三年行动互动展项应用软件[简称：三年行动互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2016/9/25
54	2018SR871520	宽创问道葛洪互动体验展项应用软件[简称：问道葛洪互动体验展项]V1.0	发行人	原始取得	2017/12/8
55	2018SR871375	宽创氤氲花园互动应用软件[简称：氤氲花园]V1.0	发行人	原始取得	2017/2/19
56	2018SR867621	宽创渔港捕捞互动展项应用软件[简称：渔港捕捞互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2016/11/15
57	2018SR867624	宽创中恒 AR 互动应用软件[简称：中恒 AR]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
58	2019SR0018405	宽创阿米巴模块感应互动应用软件[简称：阿米巴模块感应]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
59	2019SR0018404	宽创炒炙移动屏互动应用软件[简称：炒炙移动屏互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
60	2019SR0018402	宽创大数据征信双屏互动展项应用软件[简称：大数据征信双屏互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
61	2019SR0018401	宽创华邈 VR 互动应用软件[简称：华邈 VR]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/19
62	2019SR0018399	宽创寄予延安语音识别应用软件[简称：寄予延安语音识别]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
63	2019SR0018607	宽创家风馆百家姓应用软件[简称：家风馆百家姓]V1.0	发行人	原始取得	2018/7/20
64	2019SR0018540	宽创金卡 VR 互动应用软件[简称：金卡 VR 互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
65	2019SR0018536	宽创科举答题互动应用软件[简称：科举答题]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
66	2019SR0018533	宽创虚拟收割机互动应用软件[简称：虚拟收割机]V1.0	发行人	原始取得	2017/11/30
67	2019SR0131333	宽创生态合作伙伴互动展项应用软件	发行人	原始取得	2018/9/12

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		[简称：生态合作伙伴]V1.0			
68	2019SR0018529	宽创新道 AR 互动应用软件[简称：宽创新道 AR]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
69	2019SR0018527	宽创新生态驱动力互动应用软件[简称：新生态驱动力]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
70	2019SR0393830	宽创游客数据采集分析系统[简称：游客数据采集系统]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/31
71	2019SR0393329	宽创智慧导览应用软件[简称：智慧导览]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/20
72	2019SR0505551	宽创北宋和西夏官制互动展项应用软件[简称：北宋和西夏官制]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
73	2019SR0502393	宽创落叶归根双屏互动展项应用软件[简称：落叶归根双屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
74	2019SR0505598	宽创欧阳修互动展项应用软件[简称：宽创欧阳修]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
75	2019SR0505588	宽创蕲王庙互动展项应用软件[简称：蕲王庙]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
76	2019SR0505593	宽创 VR 互动博物馆应用软件[简称：宽创 VR 互动博物馆]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
77	2019SR0505585	宽创上海脑电波互动答题应用软件[简称：互动答题]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
78	2019SR0502720	宽创上海空间穿梭互动应用软件[简称：空间穿梭互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
79	2019SR0510137	宽创 24 节气桌面红外互动软件应用软件[简称：24 节气桌面红外互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/1
80	2019SR0510134	宽创 E100 漫游互动应用软件[简称：E100 漫游互动应用软件]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/5
81	2019SR0510129	宽创城市画卷互动应用软件[简称：宽创城市画卷互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/1/29
82	2019SR0510124	宽创马铃薯虚拟收获机互动应用软件[简称：马铃薯收获机]V1.0	发行人	原始取得	2017/11/30
83	2019SR0513382	宽创老山射击互动应用软件[简称：射击互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/19
84	2019SR0513378	宽创数字企业 VR 互动应用软件[简称：数字企业 VR 互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/11/28
85	2019SR0513374	宽创司库双屏互动展项应用软件[简称：司库双屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
86	2019SR0502358	宽创体感互动烟花软件应用软件[简称：体感互动烟花]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
87	2019SR0502348	宽创铁路大坝 AR 互动应用软件[简称：铁路大坝 AR]V1.0	发行人	原始取得	2018/11/15
88	2019SR0502099	宽创五路伐夏互动展项应用软件[简称：五路伐夏]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
89	2019SR0502111	宽创乡音乡情互动展项应用软件[简称：乡音乡情互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
90	2019SR0502113	宽创移民圣地互动展项应用软件[简称：移民圣地]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
91	2019SR0502117	宽创智慧广信双屏互动展项应用软件[简称：智慧广信双屏互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
92	2019SR0502095	宽创扫雷区体验应用软件[简称：扫雷区体验]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
93	2019SR0502091	宽创上海五感体验互动应用软件[简称：五感体验互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/2/19
94	2019SR0502079	宽创互动拍照系统[简称：宽创互动拍照]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
95	2019SR0502076	宽创互动魔墙软件[简称：宽创互动魔墙]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
96	2019SR0637034	基于二维图像算法的立体建模系统 V1.0	发行人	原始取得	2016/10/18
97	2019SR0969769	宽创巴西针叶樱桃互动展项应用软件[简称：巴西针叶樱桃]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
98	2019SR0959940	宽创复合材料 AR 互动应用软件[简称：复合材料 AR]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
99	2019SR1046415	宽创换装互动应用软件[简称：宋代官府换装互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/12/19
100	2019SR0959958	宽创基因多态性互动展项应用软件[简称：基因多态性]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
101	2019SR0969761	宽创计步换算互动展项应用软件[简称：计步换算]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
102	2019SR0959972	宽创免疫战争互动展项应用软件[简称：免疫战争]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
103	2019SR0970178	宽创生命密码互动展项应用软件[简称：生命密码]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
104	2019SR0959964	宽创营养星球互动展项应用软件[简称：营养星球]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
105	2019SR1412136	宽创棒球快击互动应用软件[简称：棒球快击]V1.0	发行人	原始取得	2019/5/19
106	2019SR1412699	宽创深蹲逃生应用软件[简称：深蹲逃	发行人	原始取得	2019/5/5

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		生]V1.0			
107	2020SR0112385	宽创碑刻拓片互动展项应用软件[简称：碑刻拓片]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/25
108	2020SR0112380	宽创行船过陡双屏互动展项应用软件[简称：行船过陡]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/29
109	2020SR0111997	宽创留言板互动展项应用软件[简称：留言板]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/11
110	2020SR0111800	宽创美食诗话互动展项应用软件[简称：美食诗话]V1.0	发行人	原始取得	2019/8/9
111	2020SR0111805	宽创明太祖长卷双屏互动展项应用软件[简称：明太祖长卷]V1.0	发行人	原始取得	2019/8/31
112	2020SR0111794	宽创丝路瑰宝互动展项应用软件[简称：丝路瑰宝]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/5
113	2020SR0313704	宽创文物见证西藏互动展项应用软件[简称：文物见证西藏]V1.0	发行人	原始取得	2019/9/12
114	2020SR0303455	宽创舌尖上的青海拉面互动展项应用软件[简称：舌尖上的青海拉面]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
115	2020SR0303458	宽创睡眠自测互动展项应用软件[简称：睡眠自测]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
116	2020SR0303452	宽创透视自己互动展项应用软件[简称：透视自己]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
117	2020SR0303476	宽创新西兰乳清蛋白互动展项应用软件[简称：新西兰乳清蛋白]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
118	2020SR0303473	宽创营养巨作互动展项应用软件[简称：营养巨作]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
119	2020SR0303479	宽创最美拉面人互动展项应用软件[简称：最美拉面人]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
120	2020SR0303461	宽创 HTC VIVE 骑射互动应用软件[简称：宽创骑射互动]V1.0	发行人	原始取得	2017/12/19
121	2020SR0298598	宽创安康 AR 互动应用软件[简称：安康 AR 互动]V1.0	发行人	原始取得	未发表
122	2020SR0303464	宽创南海海底互动应用软件[简称：海底 VR 互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/7/19
123	2020SR0303470	宽创上海电气全生命周期应用软件[简称：上海电气全生命周期]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
124	2020SR0303467	宽创我是神炮手互动应用软件[简称：我是神炮手]V1.0	发行人	原始取得	2018/11/30
125	2020SR0303482	宽创星际平衡互动应用软件[简称：星际平衡]V1.0	发行人	原始取得	2019/6/19

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
126	2020SR0298595	宽创中恒 VR 互动应用软件[简称：中恒 VR 互动]V1.0	发行人	原始取得	2018/2/19
127	2019SR1367924	宽创六自由度火星车 VR 影院控制软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/11/29
128	2019SR1370174	宽创乐器之声雷达互动展项应用软件[V1.0	发行人	原始取得	2019/10/30
129	2020SR0289132	宽创宇宙穿越游戏模拟实践操作软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/6/21
130	2019SR1367934	宽创时空长廊红外摄像头多拼互动展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/6/20
131	2019SR1368267	宽创与文物合影的虚拟拍照展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/7/28
132	2019SR1361192	宽创五子登科 Kinect 互动展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/8/20
133	2019SR1362752	宽创微信小程序信息瀑布互动展项应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/9/30
134	2020SR0289090	宽创遇见未来的自己法国葡萄园管理应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/9/27
135	2020SR0596141	宽创文博智能化管理平台应用软件 V1.0	发行人	原始取得	2019/3/1
136	2020SR0615138	宽创病毒对抗互动应用软件[简称：病毒对抗]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/5
137	2020SR0617324	宽创初出茅庐展妙手互动展现应用软件[简称：初出茅庐展妙手]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/26
138	2020SR0614673	宽创工程大力士互动展项应用软件[简称：工程大力士]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/11
139	2020SR0614665	宽创杭州水利互动展项应用软件[简称：杭州水利]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/12
140	2020SR0614681	宽创杭州水情互动展项应用软件[简称：杭州水情]V1.0	发行人	原始取得	2020/3/14
141	2020SR0615131	宽创红糖制作互动展项应用软件[简称：红糖制作互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/25
142	2020SR0615146	宽创鸡毛换糖互动展项应用软件[简称：鸡毛换糖互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/15
143	2020SR0617309	宽创寄语天地留言互动展项应用软件[简称：寄语天地]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/15
144	2020SR0614658	宽创健康餐厅互动展项应用软件[简称：健康餐厅]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/16
145	2020SR0614650	宽创惊险旅程互动展项应用软件[简称：	发行人	原始取得	2019/12/6

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		惊险旅程]V1.0			
146	2020SR0614340	宽创名企查询互动展项应用软件[简称：名企查询]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/23
147	2020SR0615154	宽创皮肤的面积互动展项应用软件[简称：皮肤的面积]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/16
148	2020SR0617133	宽创水与健康互动展项应用软件[简称：水与健康]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/20
149	2020SR0613486	宽创体验 X 光透视互动展项应用软件[简称：体验 X 光透视]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/22
150	2020SR0615162	宽创义乌道情双屏互动展项应用软件[简称：义乌道情双屏互动]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/20
151	2020SR0614635	宽创义乌十八腔互动展项应用软件[简称：乌十八腔]V1.0	发行人	原始取得	2019/12/24
152	2020SR0614643	宽创装载机变形记互动展项应用软件[简称：载机变形记]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/14
153	2020SR0705773	材料库小程序软件[简称：材料库小程序]V1.0	发行人	原始取得	2019/10/4
154	2020SR0705789	留言小程序软件[简称：留言小程序]V1.0	发行人	原始取得	2019/8/19
155	2020SR0705781	宽创客流终端系统 V1.0	发行人	原始取得	2019/11/19
156	2020SR0705765	宽创人人看展小程序软件[简称：宽创人人看展小程序]V1.0	发行人	原始取得	2019/11/20
157	2020SR0793899	宽创集团介绍飞屏互动展项应用软件[简称：集团介绍飞屏]V1.0	发行人	原始取得	2018/6/18
158	2020SR0253879	宽创 P2P 双屏互动展项应用软件[简称：P2P 双屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2018/4/2
159	2020SR0254845	宽创不健康体征互动展项应用软件[简称：不健康体征]V1.0	发行人	原始取得	2019/6/2
160	2020SR0253880	宽创财务岗位能力飞屏互动展项应用软件[简称：财务岗位能力]V1.0	发行人	原始取得	2018/5/17
161	2020SR0254841	宽创产品体系飞屏互动展项应用软件[简称：产品体系飞屏互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
162	2020SR0253881	宽创杭州云栖互动展项应用软件[简称：杭州云栖]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
163	2020SR0793891	宽创家电飞屏互动展项应用软件[简称：家电飞屏]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
164	2020SR0253882	宽创家电企业博览互动展项应用软件[简称：家电企业博览]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
165	2020SR0254836	宽创家电小剧场互动展项应用软件[简	发行人	原始取得	2020/8/14

序号	登记号	软件著作权名称	著作权人	权利取得方式	首次发表日
		称：家电小剧场]V1.0			
166	2020SR0253883	宽创美丽心情互动展项应用软件[简称：美丽心情]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
167	2020SR0252977	宽创浦江书画双屏互动展项应用软件[简称：浦江书画]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
168	2020SR0252989	宽创膳食金字塔互动展项应用软件[简称：膳食金字塔]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
169	2020SR0252983	宽创商务拜访互动展项应用软件[简称：商务拜访]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
170	2020SR0253839	宽创心情垃圾站互动展项应用软件[简称：心情垃圾站]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
171	2020SR0253876	宽创虚拟投标室应用软件[简称：虚拟投标室]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
172	2020SR0253877	宽创运动问卷互动展项应用软件[简称：运动问卷]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
173	2020SR0253878	宽创智慧能源模块感应互动应用软件[简称：智慧能源模块感应互动展项]V1.0	发行人	原始取得	2020/8/14
174	2020SR0810598	宽创海南居处 LeapMotion 应用软件[简称：海南居处]v1.0	发行人	原始取得	2020/5/5
175	2020SR0811314	汽车喷涂涂鸦软件[简称：汽车喷涂]v1.0	发行人	原始取得	2020/5/25
176	2020SR1034758	宽创音乐谷沙盘控制应用软件[简称：音乐谷沙盘控制应用软件]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
177	2020SR1034766	宽创腕力挑战应用软件[简称：腕力挑战]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
178	2020SR1034958	宽创大开眼界应用软件[简称：大开眼界]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
179	2020SR1034966	宽创智慧云影像拍照应用软件[简称：智慧云影像拍照]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
180	2020SR1034975	宽创赞助商信息展示魔墙应用软件[简称：赞助商信息展示魔墙]v1.0	发行人	原始取得	2020/3/20
181	2020SR1163310	宽创戏水踩鱼互动应用软件[简称：戏水踩鱼]v1.0	发行人	原始取得	2019/11/19

5、被许可使用他人资产情况

为更好地开展销售及售后服务工作，发行人在主要业务区域的重点城市租赁房屋，供销售及售后人员使用。

截至本招股说明书签署日，发行人房屋租赁情况如下：

序号	出租方	地址	租赁期间	月租金（元）	面积（m^2）
1	欧红、欧伟	成都市武侯区领事馆路7号1栋2单元8层806号	2020.04.05-2022.04.04	12,751.20	141.68
2	杭州蓝柚公寓管理有限公司	杭州市余杭区万创国际T3-2118	2020.10.13-2021.10.12	4,600.00	47.00
3	深圳市富健丰商业管理有限公司	深圳市南山区海德三道海岸大厦东座1113	2020.08.01-2021.07.31	28,800.00	129.93

（三）公司主要资质

截至本招股说明书签署日，本公司拥有的主要业务资质证书如下：

序号	资质名称	核发机关	资质等级	有效期至
1	工程设计资质	住房和城乡建设部	建筑装饰工程设计专项甲级	2021年7月11日
2	建筑业企业资质	上海市住房和城乡建设管理委员会	建筑工程施工总承包三级、建筑装修装饰工程专业承包一级，电子与智能化工程专业承包二级，古建筑工程专业承包三级，施工劳务企业资质劳务分包不分级	2023年9月25日
3	展览陈列工程设计与施工一体化资质等级证书	中国展览馆协会	一级	2021年5月28日
4	展览工程企业资质证书	中国展览馆协会	一级	2021年5月28日
5	博物馆陈列展览设计单位资质证书	中国博物馆协会	甲级	2021年3月20日
6	博物馆陈列展览施工单位资质证书	中国博物馆协会	壹级	2021年3月20日
7	中国多媒体工程系统集成资质证书	中国多媒体产业联盟	壹级	2023年3月17日
8	安全生产许可证	上海市住房和城乡建设管理委员会	/	2021年12月11日
9	环境管理体系认证	北京东方纵横认证中心	/	2021年4月19日
10	职业健康安全管理体系认证	北京东方纵横认证中心	/	2021年3月11日

序号	资质名称	核发机关	资质等级	有效期至
11	质量管理体系认证	北京东方纵横认证中心	/	2023 年 3 月 22 日

发行人及其合并报表范围各级子公司已取得从事生产经营活动所必需的资质；已经取得的上述资质不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险，不存在到期无法延续的风险。

（四）发行人与业务相关的特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营权情况。

七、公司核心技术和研发情况

（一）发行人核心技术和技术来源

公司核心技术系公司开展业务的重要支撑，已广泛应用于公司的各类产品与服务之中，形成了公司的核心竞争力，具体情况如下：

技术大类	技术明细	描述	形成专利、软件著作权情况	图例
数字内容制作技术体系	视频剪辑及特效包装技术 多维影视拍摄技术 三维动画影片制作技术 二维交互内容制作技术 三维交互内容制作技术 数字内容集成技术	运用当今主流内容制作软件 Visual Studio、3ds Max、Uinty3D、UE4 及 Adobe 套件等软件制作各种各样的创意型数字内容，数字内容包括：影视资源制作、影视剪辑及特效包装、二维原画及平面设计、二维原画动画制作、二维互动内容制作、三维场景建模制作、三维人物建模及骨骼绑定、三维场景动画及人物动作动画制作、三维交互内容制作及配音及音效制作等。通过将多样性的数字内容可以与多元化的展示应用场景进行有机结合，创造各种各样的定制化展项，为参观者带来震撼的视听享受。	数字内容制作技术体系是公司各项软件著作权的基础	 青岛世园会主题馆沉浸式影院
感知行为交互体验技术体系	人脸识别感知技术 体感捕捉感知技术 雷达感应识别技术 触摸感知技术 红外线感知技术 二维码识别技术 压力传感感知技术 激光测距感知技术 虹膜识别感知技术 手指识别感知技术 阴影识别感知技术 多屏联动技术 物理模块定位交互识别技术 多种传感器控制感知技术	感知行为交互体验技术由人脸识别感知技术、体感捕捉感知技术、雷达感应识别技术、触摸感知技术、二维码识别技术、虹膜识别感知技术、手指识别感知技术、阴影识别感知技术、多屏联动技术及各种传感器感知技术等组成。通过各类人体触发设备及捕捉设备，与各类展示空间及各类展示介质相结合，形成人与环境紧密相连的艺术效果。	5 项专利，49 项软件著作权	 西藏布达拉宫感知互动展项

技术大类	技术明细	描述	形成专利、软件著作权情况	图例
AR/VR/MR 混合现实技术体系	VR 虚拟现实技术 AR 增强现实技术 MR 混合现实技术 三维动画影片制作技术 三维交互内容制作技术	AR/VR/MR 混合现实技术通过将 VR 虚拟现实技术、AR 增强现实技术、MR 混合现实技术融入三维交互及影视内容，结合虚拟场景或者真实环境给参观者带来真实与虚幻、临近与遥远相融合的数字科技体验。	4 项专利，13 项软件著作权	 南海博物馆 AR 沉浸式体验影院
机电一体化装置综合展示体验技术体系	三维动画影片制作技术 机械传动技术 机电控制技术 机械设备制作技术 运动平台仿真控制技术 沉浸式系统控制技术 机电一体化展示技术	机电一体化装置综合展示体验技术通过三维动画影片制作技术、机械传动技术、机电控制技术、机械设备制作技术、运动平台仿真控制技术、沉浸式系统控制技术、机电一体化展示技术及其他的辅助设施控制技术所组成。通过系统化的程序控制使运动平台运作和氛围特效紧凑衔接，结合先进的文化和独特的创意，进一步加强展项的体验效果，提升产品竞争力，为传播文化提供更加广阔的展示平台。	4 项专利，17 项软件著作权	 汉中未来馆虚拟体验区
沉浸式空间展示体验技术体系	三维空间立体化展示技术 沉浸式信息流感知技术 沉浸式空间拼接融合技术 沉浸式空间多维感知技术 基于增强现实的沉浸式影院技术	在大型的密闭式空间内，建立三维虚拟化主题化场景，配合动态化的环境渲染及动植物仿真，配合沉浸式音效打造大型沉浸式虚拟仿真体验环境，同时通过各类交互体验装置，配合三维场景及三维模型组合成多元化的交互体验场景，观众可以与虚拟场景、动物及人物进行交互体验，让观众在体验性、沉浸式及故事化的氛围里，将其身临其境的带入壮丽多彩的场景，给其带来强烈的视觉震撼。	2 项软件著作权	

技术大类	技术明细	描述	形成专利、软件著作权情况	图例
				南宁园博会城市宜居馆未来长河体验区
智能集成控制技术体系	综合布线技术 终端状态识别及反馈技术 多元化终端控制技术 无线终端控制技术 智能控制平台控制技术	智能集成控制系统是针对大数据时代研发出的全新的中控集成系统，通过无线终端设备，可实现对整个展馆的电子设备、显示终端、存储终端、互动终端及照明设备进行智能化控制，支持集中控制、分区独立控制、分展项独立控制和环境控制等多种集成控制方式，同时还可实现针对软件、影片进行定制化操控体验模式。它大大提升了展馆的智能化控制效率，并结合操作界面，实时反馈出硬件状态，帮助展览展示系统优化资源配置，并给操作者良好的操控体验。	3 项专利，4 项软件著作权	 汝州规划馆智能集成控制系统
智慧化服务技术体系	智慧线上平台技术 智能客流分析技术 智能导览技术 展馆定位导航技术 智能数据服务技术 AI 图像分类技术	运用人脸检测技术、边缘计算技术，在展示的同时高精度地采集参观客流量数据，实现客流的分析，人物的画像，热点的追踪等，为运营方提供有效的智能化运营服务，同时结合室内定位,智能推送,自动寻路,QR 码等形成的针对展馆的导览导航技术，通过同智能终端手机 app,小程序及网页客户端等终端结合，可以有效的为游客提供线上资源展示、线上导游服务，线下讲解服务,线上衍生智慧化服务等多种智能化服务。	10 项专利，3 项软件著作权	 智能数据服务系统

（二）发行人科研实力和成果情况

截至报告期末，公司拥有研发人员 112 人，具有较强的研发能力。发行人设立了文化科技研究院，在深挖客户需求的基础上，注重科技与创意设计的融合，力图提升感官体验，达到最佳展陈效果。截至本招股说明书签署日，公司拥有 43 项专利及 181 项软件著作权。公司已先后获得“国家高新技术企业”、“全国十佳文博技术产品及服务奖”、“华鼎奖十大最具原创设计机构（陈列博物馆空间类）”、“上海科技小巨人企业”、“上海市十佳文化企业（提名）”、“中国会展业金海豚奖”、“多媒体行业十大领军企业”等荣誉称号。

（三）正在从事的研发项目情况

为了保持公司在行业中的技术地位，本公司持续不断的进行新产品的研发工作，目前有多个项目同时进行，这些项目产品的研发是本公司未来的重要盈利来源。

序号	分类	项目名称	所处阶段	进度情况	相应人员	经费预算（万元）	研发目标	技术先进性
1	动感体验	骑乘风暴（多维沉浸式动感平台）	研发	样机调试	核心人员 7 人	289	完成骑乘风暴产品研发，并应用到实际项目	传统的沉浸式体验产品，运动幅度有限制，无法全向运动，而骑乘风暴产品可以打破局限，在偏航、俯仰、滚转方向上全向无限旋转，大大提升了产品的竞争力。可以结合企业的文化和创意，打造先进的沉浸式体验设备。
2		智行天下（黑暗骑乘平台结合造景观看弧幕）	研发	完成效果图及平台结构图	核心人员 7 人	289	完成智行天下产品研发，并应用到实际项目	相较行业内同类产品，该产品对整体沉浸式体感的融合技术有较大优势。智行天下产品力求在常规黑暗骑乘的基础上，衍生新的演示形势，通过系统化的程序控制使平台运作和氛围特效紧凑衔接，进一步加强展项的紧凑感和沉浸感，从而提升展项的热度和运营效益。
3		旋转苍穹（大型六自由度旋转平台观看穹顶影院）	研发	完成效果图	核心人员 7 人	298	完成旋转苍穹产品研发，并应用到实际项目	相较行业内同类产品，该产品的大型旋转六自由度平台技术的稳定性属于行业领先。旋转苍穹在常规大型球幕影院的基础上，增加具有旋转功能的六自由度运动座舱，衍生出全新的演示形式。通过系统化的机电控制、超高清影像和氛围特效紧凑衔接，最大限度加强展项的冲击感和沉浸感，从而提升展项的市场竞争力。
4	艺术装置	旋转光影（多层旋转 LED 屏）	研发	完成效果图，结构图，控制程序，及项目实物	核心人员 6 人	290	完成旋转光影产品研发，并应用到实际项目	相较行业内同类产品，该产品对运动展示的灵活性更高。旋转光影产品是结合机电技术和菱形 LED 显示技术的新一代展示装置，通过动态变化的展现方式，表达展项独具一格的特点，打破传统 LED 显示设备的单纯显示功能，为展示行业提供全新的高端展项。同时，该产品还可以无限拓展功能，比如，增加传感器，利用物联网技术，让产品能够与体验者进行各种方式的互动，进一步加强展项的体验效果，提升产品竞争力，为传播文化提供更加广阔的展示平台。
5		DNA(能够旋转的 DNA 形状 LED 屏)	研发	完成效果图，结构图，控制程序	核心人员 6 人	300	完成 DNA 形 LED 屏产品研发，并应用到实际项目	相较行业内同类产品，该产品打破目前 LED 显示屏市场功能单一、形状“方正”的短板。基于成熟的自动化控制系统，并结合客流量数据监控软件，可以实现 DNA 产品与周边环境变换内容展示。另外加入人工智能互动，观众可与其进行演示交流等体验方式，充分感受到科技文化的魅力。

序号	分类	项目名称	所处阶段	进度情况	相应人员	经费预算（万元）	研发目标	技术先进性
								DNA 产品加上旋转平台的介入，进一步提升了视觉冲击力，提升宣传和广告创意，带来更大的商业价值。
6		魔方精灵(能互动、能旋转、有灵动交互方式的立方体精灵)	研发	完成效果图，初步结构图	核心人员 6 人	280	完成魔方精灵产品研发，并应用到实际项目	魔方精灵项目打破常规 LED 显示设备只做内容呈现但缺少互动的短板，拓展衍生新的演示形势，通过底座六自由度平台、周边搭建 Kinect 识别设备，以及利用客流大数据软件和高效的反馈控制程序，让魔方精灵能灵敏地与观看者进行多种互动，赋予魔方精灵一定的灵性，大大增强展项的体验效果。魔方精灵高识别度的立方造型和丰富的内容呈现形式，可以轻松地从视觉上帮助展馆和企业实现文化核心的推广传播目的。
7	手机展示类	手机端展馆三维数据可视化	研发	已完成手机前端内容，开始搭建后端数据可视化平台	核心人员 5 人	288	完成手机端展馆三维数据可视化产品的研发，并应用到实际项目	本项目基于三维数据可视化展示平台，为拓展数据可视化领域现状的转变提供了改变的契机，打破以图形、图像处理、用户界面及文字等二维角度的展示手段，将本体的数据以三维空间化的形态作为展示手法，极大提升了大数据展示的推广效果，并结合三维场景展示，将有效提升数据可视化的展示效果；在手机端展示，使用户随时随地都可在手机上观看操作，打破了常规只能在固定场所观看及操作的局限性。
8	通用展示类	通用播放器	研发	已完成视频解码，VR 视频播放模块，正在整合播放控制界面	核心人员 6 人	270	完成通用播放器产品研发，并应用到实际项目中	相比较行业内同类产品，通用播放器不仅可以播放各类格式的高分辨率影片，对特殊格式，比如 VR 格式的影片也可以兼容，视频内容支持超高分辨率（22k 以上），跨平台（Linux，安卓，ios，Windows）播放，可输出高帧率，高码流的同步视频信号，不仅可以配合中控播放视频，还可以配合互动感应装置，叠加互动特效，打破了传统播放器只能观看，跨平台播放，而不能多设备控制、实时互动的局限性。
9		基于云渲染的数字沙盘系统	研发	已完成数字沙盘系统云	核心人员 6 人	295	完成云渲染的数字沙盘系统	传统的数字沙盘中存在对本地硬件依赖大、成本高，内容制作不灵活等问题，而在计算机高速发展的今天，云渲染作为新时代的产物，受到很多人关注和使

序号	分类	项目名称	所处阶段	进度情况	相应人员	经费预算（万元）	研发目标	技术先进性
				渲染主机开发，正在搭建显示客户端			研发，并应用到实际项目中	用，我们利用 5G 的高速大数据传输加上云端的高性能处理能力，可以让用户使用低配设备体验到高性能数字沙盘内容。
10		活体检测可视化系统	研发	已完成人脸识别模块开发，正在搭建后台数据分析系统。	核心人员 8 人	285	完成通用播放器产品研发，并应用到实际场景。	1、实时为运营方统计人流的各种数据，包括面部识别、性别识别、情绪识别、行为识别等各种重要数据，通过数据分析提供个性化服务； 2、解决运营方的大数据运营需求，通过采集用户数据并将数据处理后展示给运营方，给其提供运营数据支持； 3、满足用户的信息数据查询需要，平台提供用户数据直观分析图，并结合软件进行全方位展示。
11		宽创智慧云盒	研发	已完成预约，线上展馆，馆方运营系统，初版系统已经投入测试环境。	核心人员 6 人	298	完成宽创智慧云盒研发，并应用到实际项目中	本产品为行业首创，将展馆运营、线上展示、手机互动等交互体验整合在同一个设备上，游客可以通过访问智慧云盒线上页面完成展馆预约、展馆导览、展品互动体验、微信小程序联动等功能。馆方也可以接入智慧云盒实时掌握运营信息，每个设备的运行情况、运行参数、设备状态、设备使用人数、体验设备使用情况等一系列的数据都可以通过后台展示，让馆方可以一目了然地发现当中所存在的问题，以更好地改进，也方便做一些数据分析、数据统计。

（四）研发支出占营业收入的比例

公司报告期内研发费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发费用	982.44	2,320.53	2,029.41	1,303.10
营业收入	15,733.02	48,111.53	38,961.08	35,267.66
研发费用占营业收入比例	6.24%	4.82%	5.21%	3.69%

（五）研发人员情况

截至报告期末，公司拥有研发人员 112 人，核心技术人员 4 人。最近两年公司核心技术人员无变动。

公司核心技术人员为张东、李青亭、秦奋、沈刚，其简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”。公司核心技术人员科研成果及对公司研发的具体贡献如下：

张东，博士学历，是上海宽创国际文化科技股份有限公司创始人，也是上海宽创国际文化科技研究院的创立者。在其指导下，宽创研究院成功地将科研成果与项目实施相结合，形成了以科技促文化，以文化载科技的发展战略。在张东博士的带领下，上海宽创国际文化科技股份有限公司共取得多项专利和软件著作权，并将展览陈列与人工智能，大数据，云计算，互动多媒体（AR / VR，全息，影院，数字演艺）等技术相结合，成功策划、设计并落地了众多的博物馆、科技馆、规划馆、档案馆、党史馆、企业馆、游客中心、特色小镇和各种主题馆的展示内容，为增强中国文化软实力、提升文化自信、推动中国文化走出去做出了一定贡献。同时，张东还先后担任上海交大文创学院导师、上海张江智库专家等职务，通过教学研究了解前沿科技，通过教书育人培养专业人才，通过参与政府活动倡导文化兴国，这都为宽创国际带来了良好的行业口碑以及前沿的技术资源。

李青亭，公司馆厅事业部科技主题设计院院长，从事创意策划设计工作，8 年展馆设计经验，主持和参与 50 多个馆体的创意设计工作，并担任多个国家级

和省级项目总负责人。在宽创期间根据不同的应用场景和需求内容建立项目制的研发团队和研发体系，并荣获 2018 华鼎奖优秀青年设计师奖。先后参与哥白尼科学馆、青岛市园艺博览会、丹麦诺德堡丹佛斯科技馆、北京科学中心“生活追梦”展厅、索尼科技体验中心、四川科技馆“机器人大世界”展厅、科尔儿童博物馆、山西科技馆“数学”展厅、艾德勒天文馆星际探险体验中心、咸阳科技馆、德国科隆奥德赛科技馆、宝鸡科技馆、宜兴科技馆、大沽河科技馆、珠海营养探索馆、深圳儿童探索馆等馆体的策划研发工作，其中深圳儿童探索馆作为中国首家儿童探索博物馆，荣获 2017 年度新锐欣星奖，为宽创研发与实际应用提供了结合与展示的舞台。

秦奋，宽创国际馆厅事业部多媒体研究院交互部负责人，主要负责多媒体项目技术总控及多媒体展项技术研发工作，从业 12 年，业务内容涉及博物馆、科技馆、规划馆、主题馆、企业馆及商业综合体等，曾参与 2014 年青岛世界园艺博览会主题馆、山西省科技馆数学展厅、江苏智慧城、中国工农红军北上抗日纪念馆、大沽河博物馆群、苏州非物质文化遗产博物馆、葛洪博物馆、乌当中医药博物馆、沙湖码头候船厅（游客集散中心）、深圳沃特玛企业展厅、吉利汽车企业展厅、中国（海南）南海博物馆智慧化博物馆、新道全球智慧教育体验中心、南宁世界园艺博览会项目、柳州工业博物馆“柳州生态文明馆”、用友数字企业馆、扬中市博物馆、西藏布达拉宫“文物见证西藏”展厅、上海张江集成电路港展厅及海南省博物馆数字化展厅等多个项目多媒体技术总控。同时他也带领技术团队独立开发“Π”、“数列华尔兹”等多个应用场景广泛，颇受欢迎的高质量多媒体展项，并协助公司申报若干专利和著作权。2017 年秦奋成功入围上海浦东职工科技创新英才奖，并致力于将综合化的多媒体展示技术融入各类场馆建设中，为宽创国际打造更好的文化+科技的展示平台。

沈刚，宽创国际馆厅事业部多媒体研究院预决算总监，主要从事多媒体研发和多媒体技术落地实施。分别完成青岛世界园艺博览会、北京用友数字体验馆、六枝三线博物馆、武汉沙湖码头云平台体验中心、三亚新道数字体验馆等众多展馆的多媒体从设计、研发到落地实施。近三年沈刚带领研究团队研发建设智慧博

物馆数字系统，分别开发出智慧服务系统、智慧展示系统、文创 IP 创新平台、智慧保护系统、智慧管理系统五大智慧管理模块，并利用互联网大数据架构宽创具有自主知识产权的产品，如人人看展、AI 展馆文物、5G 互动、宽创智慧盒子等。这些产品属于行业领先并具有针对性的智慧化产品，并被应用到相应的展馆建设中。

（六）技术创新和激励机制

1、研发流程标准化

为了推动公司技术及产品的发展及革新，加强公司自主研发的能力，公司建立了一套完整的研发体系流程。基本程序一般包括以下五个阶段：（1）研发立项：研发立项需产品经理填写研发立项表，说明研发内容、预算、周期及研发必要性。（2）立项评估：公司成立研发评估专家组，专家组成员由设计院院长、销售市场人员、多媒体项目及研发人员等共同组成，定期举行研发项目评估会议及项目成果评审会议，决策可研发立项项目，最终由公司总经理进行最终决策是否立项。（3）立项研发：研发项目负责人安排策划出具详细的设计说明书，规划工作界面及制定整体计划，并跟进研发进度，每周更新《研究院研发立项完成情况及后续计划表》。（4）研发评估：研发项目负责人在月度研发项目评审会议上发起研发项目审核申请，由评估专家组判定研发是否成功并进行评级。当确定研发完成后，由公司发出喜报鼓励研发团队成果，同时公司按照评级进行初步奖励。（5）产品推广：研发成功后，由研发项目负责人安排策划出具产品手册，并举行培训会对设计院的设计师进行培训，后期不定期地将研发成果植入设计院的设计方案，公司也会委派销售进行推广，最终得到客户认可。

2、人才激励机制

公司坚持内部培养与外部引进相结合，为研发人员提供良好的工作环境和福利待遇，以吸引和稳定公司高水准的研发人员。根据对研发成果进行考核评级，公司对员工给予物质奖励。

八、公司在境外生产经营情况

公司自成立以来一直致力于为国内外客户提供从设计到搭建一体化展览展示创意服务，于 2015 年 7 月设立宽创香港，宽创香港主要系因其外汇便利而作为公司展览展示业务的海外结算主体。展览设计由母公司上海宽创提供设计施工图，并联系当地供应商，并最终控制产品及服务验收。

报告期内，公司主营业务展览展示创意服务按展览所在地在境外的收入占展览展示创意服务的比例分别为 61.20%、66.92%、63.23%和 76.74%，占总营业收入的比例分别为 25.27%、19.82%、11.32%和 8.34%。

公司于 2016 年 3 月设立宽创德国，无实际业务，已于 2020 年 1 月注销。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况及董事会专门委员会的设置情况

公司自成立以来，根据相关法律法规及公司章程的规定，建立了股东大会、董事会、监事会、独立董事及董事会秘书等制度。上述人员和机构能够按照有关法律法规和《公司章程》的要求规范运作，各司其职，公司已经建立起了符合上市公司要求的法人治理结构。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立情况

公司股东大会是公司的权力机构，股东大会严格遵守相关法律法规，定期召开，依法履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。

2017 年 10 月 30 日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，会议通过了《公司章程》，并通过了《上海宽创国际文化科技股份有限公司股东大会议事规则》；2020 年 10 月 30 日，发行人召开 2020 年第一次临时股东大会，审议并修订了发行人《股东大会议事规则》。

2、股东大会的规范运作情况

自改制以来，公司历次股东大会会议的召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	创立大会	2017 年 10 月 30 日	3 名股东，代表股份 100%
2	2017 年第一次临时股东大会	2017 年 12 月 25 日	4 名股东，代表股份 100%
3	2017 年度股东大会	2018 年 4 月 13 日	4 名股东，代表股份 100%
4	2018 年第一次临时股东大会	2018 年 8 月 15 日	4 名股东，代表股份 100%
5	2018 年第二次临时股东大会	2018 年 9 月 5 日	4 名股东，代表股份 100%
6	2019 年第一次临时股东大会	2019 年 3 月 8 日	5 名股东，代表股份 100%
7	2018 年年度股东大会	2019 年 5 月 29 日	5 名股东，代表股份 100%
8	2019 年第二次临时股东大会	2019 年 9 月 9 日	5 名股东，代表股份 100%

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
9	2019 年年度股东大会	2020 年 5 月 19 日	5 名股东，代表股份 100%
10	2020 年第一次临时股东大会	2020 年 10 月 30 日	5 名股东，代表股份 100%
11	2020 年第二次临时股东大会	2020 年 12 月 8 日	5 名股东，代表股份 100%

截至本招股说明书签署日，公司历次股东大会均按照《公司章程》和《股东大会议事规则》规定的程序召集、召开、表决，决议、会议记录规范。股东大会对公司的注册资本变更、章程修订、董事和监事的选举、利润分配方案、公司重要规章制度制定和修改、首次公开发行股票等重大事宜的决策作出了有效决议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立情况

2017 年 10 月 30 日公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会议事规则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会审计委员会工作细则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会提名委员会工作细则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会战略委员会工作细则》、《上海宽创国际文化科技股份有限公司独立董事工作制度》、《关于选举上海宽创国际文化科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》及《关于选举上海宽创国际文化科技股份有限公司第一届董事会独立董事的议案》。2020 年 10 月 30 日，发行人召开 2020 年第一次临时股东大会，审议审议并修订了发行人《董事会议事规则》。

公司董事会由七名董事组成，其中独立董事三名，设董事长一人。根据公司章程，董事会对股东大会负责，行使召集股东大会、执行股东大会的决议、决定公司的经营计划和投资方案、决定公司内部管理机构的设置、制定公司的基本管理制度等职权。董事会议事规则对董事会的会议形式、召集和主持、通知、召开、出席、审议、表决、会议记录、会议决议等事项作出具体规定。

2、董事会制度的运行情况

自改制以来，公司历次董事会会议的召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	第一届董事会第一次会议	2017 年 10 月 30 日	全体董事 7 名
2	第一届董事会第二次会议	2017 年 12 月 4 日	全体董事 7 名
3	第一届董事会第三次会议	2018 年 1 月 23 日	全体董事 7 名
4	第一届董事会第四次会议	2018 年 3 月 23 日	全体董事 7 名
5	第一届董事会第五次会议	2018 年 7 月 30 日	全体董事 7 名
6	第一届董事会第六次会议	2018 年 8 月 20 日	全体董事 7 名
7	第一届董事会第七次会议	2019 年 2 月 20 日	全体董事 7 名
8	第一届董事会第八次会议	2019 年 5 月 8 日	全体董事 7 名
9	第一届董事会第九次会议	2019 年 8 月 23 日	全体董事 7 名
10	第一届董事会第十次会议	2020 年 4 月 28 日	全体董事 7 名
11	第一届董事会第十一次会议	2020 年 10 月 14 日	全体董事 7 名
12	第二届董事会第一次会议	2020 年 11 月 5 日	全体董事 7 名
13	第二届董事会第二次会议	2020 年 11 月 22 日	全体董事 7 名
14	第二届董事会第三次会议	2020 年 12 月 10 日	全体董事 7 名

截至本招股说明书签署日，公司历次董事会均按照《董事会议事规则》、《公司章程》及相关法律法规规定，切实履行相关职责，严格按照股东大会决议和公司章程所赋予的权利，本着对全体股东负责的态度，积极稳妥地开展各项工作，较好地执行了股东大会的决议。历次董事会会议通知、表决、决议等符合相关规定和要求。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会的建立情况

公司监事会由三名监事组成，设监事会主席一人。2017 年 10 月 30 日，公司第一次股东大会审议通过了《上海宽创国际文化科技股份有限公司监事会议事规则》。2020 年 10 月 30 日，发行人召开 2020 年第一次临时股东大会，审议审议并修订了发行人《监事会议事规则》。

根据公司章程，监事会对股东大会负责，行使检查公司财务、对董事和高级管理人员执行公司职务的行为进行监督、向股东大会提出提案等职权。监事会议事规则对监事会的会议形式、召集和主持、通知、召开、出席、审议、表决、会

议记录、会议决议等事项作出具体规定。

2、监事会的运行情况

自改制以来，公司历次监事会会议召开情况如下：

序号	会议名称	会议时间	出席会议情况
1	第一届监事会第一次会议	2017 年 10 月 30 日	全体监事 3 人
2	第一届监事会第二次会议	2017 年 12 月 4 日	全体监事 3 人
3	第一届监事会第三次会议	2018 年 3 月 23 日	全体监事 3 人
4	第一届监事会第四次会议	2018 年 7 月 30 日	全体监事 3 人
5	第一届监事会第五次会议	2019 年 2 月 20 日	全体监事 3 人
6	第一届监事会第六次会议	2019 年 5 月 8 日	全体监事 3 人
7	第一届监事会第七次会议	2019 年 8 月 23 日	全体监事 3 人
8	第一届监事会第八次会议	2020 年 4 月 28 日	全体监事 3 人
9	第一届监事会第九次会议	2020 年 10 月 14 日	全体监事 3 人
10	第二届第一次监事会会议	2020 年 11 月 5 日	全体监事 3 人
11	第二届第二次监事会会议	2020 年 11 月 22 日	全体监事 3 人

截至本招股说明书签署日，公司历次监事会的召集、召开均遵守了《公司章程》和《监事会议事规则》规定，公司监事会对董事会的决策程序、公司董事、高管履行职责情况进行了有效监督，在检查公司财务、审查关联交易等方面发挥了重要作用。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

公司于 2017 年 10 月 30 日召开第一次股东大会选举蒋骁、李黔滨、倪春华为公司第一届董事会独立董事，其中倪春华为会计专业人士；同时制定了《独立董事工作制度》，第一届董事会共有 3 名独立董事，占董事总人数的三分之一以上。2018 年 7 月 3 日，倪春华因个人原因向公司申请辞去独立董事职务；2018 年 8 月 15 日，公司召开 2018 年第一次临时股东大会，选举王亮担任公司第一届董事会独立董事。

2020 年 10 月 30 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，进行董事会换届选举，公司董事会成员未发生变化，继续连任。截至本招股说明书签署日，公司第二届董事会 3 名独立董事分别为蒋骁、李黔滨、王亮，占董事总人数的三分

之一以上。

为了进一步完善公司治理结构，促进公司的规范运作，本公司根据《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《公司章程》等相关规定，制定了《独立董事工作制度》，对独立董事的任职资格、提名、选举、更换、特别职权等做出明确规定。

独立董事自任职以来，对公司重大事项和关联交易事项的决策，对公司法人治理结构的完善起到了积极的作用，独立董事所具备的丰富的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制定公司发展战略、发展计划和生产经营决策，以及确定募集资金投资项目等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司经营决策的科学性。

（五）董事会秘书制度建立健全及运行情况

根据《公司章程》规定，董事会设董事会秘书。公司制定了《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会秘书工作制度》，对董事会秘书的权利、职责进行了明确约定。

发行人董事会秘书负责本公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及本公司股权管理、信息披露等事宜，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（六）董事会专门委员会的设置及运行情况

各专门委员会成员全部由董事组成，其中提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会中独立董事占多数并担任主任委员，审计委员会中担任主任委员的独立董事王亮是会计专业人士。目前各委员会委员名单如下：

委员会名称	主任委员	委员
战略委员会	张东	张东、李丹、李黔滨
提名委员会	李黔滨	李黔滨、张东、王亮
薪酬与考核委员会	蒋骁	张东、蒋骁、王亮
审计委员会	王亮	王亮、李丹、蒋骁

1、战略委员会

根据发行人第一届董事会第一次会议审议通过的《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会战略委员会工作细则》的规定：战略委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。战略委员会的主要职责权限为："（一）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；（二）对公司章程规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；（三）对公司章程规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；（四）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议;（五）对以上事项的实施进行检查;（六）公司董事会授权的其他事宜。"

截至本招股说明书签署日，发行人战略委员会会议严格按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会战略委员会工作细则》规定的职权范围对发行人战略规划以及业务发展目标等相关事务进行讨论和决策，发行人战略委员会依法履行了权利和义务，运行情况良好。

2、提名委员会

根据发行人第一届董事会第一次会议审议通过的《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会提名委员会工作细则》的规定：提名委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定；控股股东在无充分理由或可靠证据的情况下，应充分尊重提名委员会的建议；否则，不能提出替代性的董事、经理人选。提名委员会的主要职责权限是："（一）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；（二）研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；（三）广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；（四）对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；（五）对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议;（六）董事会授权的其他事宜。"

截至本招股说明书签署日，发行人提名委员会会议严格按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会提名委员会工作细则》规定的职权范围对公司董事会的规模和构成及由董事会聘任的其他高级管理人员的选聘进行讨论和决策，发

行人提名委员会依法履行了权利和义务，运行情况良好。

3、薪酬与考核委员会

根据发行人第一届董事会第一次会议审议通过的《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》的规定：薪酬与考核委员会对董事会负责，薪酬与考核委员会提出公司董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。薪酬与考核委员会的主要职责权限是："（一）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；（二）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖惩的主要方案和制度等；（三）审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；（四）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（五）董事会授权的其他事宜。"

截至本招股说明书签署日，发行人薪酬与考核委员会会议严格按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》规定的职权范围对公司董事、高级管理人员的薪酬和业绩考核体系与指标进行讨论和决策，发行人薪酬与考核委员会依法履行了权利和义务，运行情况良好。

4、审计委员会

根据发行人第一届董事会第一次会议审议通过的《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会审计委员会工作细则》的规定：审计委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。审计委员会的主要职责权限是："（一）提议聘请或更换外部审计机构；（二）监督公司的内部审计制度及其实施；（三）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（四）审核公司的财务信息及其披露；（五）审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；（六）公司董事会授予的其他事宜。"

截至本招股说明书签署日，发行人审计委员会会议严格按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司董事会审计委员会工作细则》规定的职权范围与申报会计

师沟通，并对公司内部控制、财务审计等相关事务进行讨论和决策，发行人审计委员会依法履行了权利和义务，运行情况良好。

二、公司内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评估结论

公司管理层关于内部控制的自我评估结论如下：

“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

公司审计机构大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“大信专审字[2020]第 4-00285 号”《内部控制鉴证报告》，鉴证结论内容如下：

“我们认为，上海宽创国际文化科技股份有限公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

三、报告期内的违法违规及收到处罚的情况

报告期内，发行人及其子公司无重大违法违规行为，公司收到的行政处罚情况情况如下：

序号	时间	处罚机构	被处罚人	处罚事由	处罚金额	整改结果
1	2018 年 10 月 19 日	上海市浦东新区建设和交通委员会	宽创国际	未按期办理施工许可证而开工，未取得施工许可证情况下擅自施工	9.50 万元	后续补办施工许可证后方继续项目实施，未发生安全责任事故。
2	2017 年 5 月 15 日	上海市文化市场行政执法总队	宽创国际	未经软件著作权人许可复制或者部分复制著作权人软件	1.12 万元	主动卸载、积极整改
3	2020 年 3 月 23 日	上海市浦东新区消防支队	宽创国际	消防设施未保持完好有效	8,000 元	及时将上述隐患情况整改完毕
4	2020 年 5 月 27 日	国家税务总局上海市浦东新区税务局	宽新科技	2019 年第四季度增值税、企业所得税未纳税申报	50 元	已及时补充申报

截至本招股说明书签署日，发行人虽因上述违法行为受到行政处罚，但其后续积极整改，并按时、足额缴纳了罚款。上海市文化市场行政执法总队、上海浦东新区建设和交通委员会、上海市公安局浦东分局张江派出所和国家税务总局上海市浦东新区税务局均已出具相关证明认可发行人的违法行为不属于情节严重的违法行为。

除上述处罚外，报告期内，公司不存在其他行政处罚行为。

保荐机构和发行人律师认为，公司上述处罚不属于重大违法违规。

四、公司资金占用及对外担保情况

报告期内，实际控制人之一李丹曾存在向公司拆借资金行为。具体金额如下：

单位：万元

期间	期初余额	本期发生额	计提利息	本期归还	期末余额
2017 年度	324.14	6.00	14.61	15.45	329.29
2018 年度	329.29	-	9.42	338.71	-
2019 年度	-	-	-	-	-
2020 年 1-6 月	-	-	-	-	-

上述资金拆借金额较小，并已于 2018 年全部归还，且已按照年化 6%利率计提资金利息。2018 年以来未再发生资金拆借行为。截至 2018 年 12 月 31 日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。报告期内的关联交易已履行审议程序，公司独立董事发表了独立意见，具体请参见本节“八、关联交易情况”。

经核查，保荐机构和发行人律师认为报告期内公司曾存在被控股股东、实际控制人占用资金的情形，已规范整改完毕，不构成内控制度有效性的重大不利影响，不构成重大违法违规，不构成发行人首发的法律障碍。

发行人已建立规范的法人治理机构，建立了《对外担保管理制度》，并在章程中明确了对外担保的权限。公司报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

五、公司独立经营情况

发行人在资产、人员、财务、机构和业务方面均具备独立性，具有完整的业务体系和直接面向市场独立持续经营的能力。

（一）资产完整

公司独立拥有与数字文化展示创意服务的研发设计系统、辅助系统和配套设施，拥有独立的采购和产品销售系统；合法拥有与生产经营有关的土地使用权、房屋建筑物、机器设备、商标、专利，产权清晰，不存在权属纠纷，不存在公司资产被控股股东或实际控制人占用情形。

公司报告期内曾租赁实际控制人名下房产用于办公用处，租赁价格参照市场价格，且自 2019 年 4 月停止关联租赁，并搬至公司新建成的位于科苑路 1518 号的新宽创大楼办公。上述租赁对发行人资产完整和独立性不构成重大不利影响。

（二）人员独立

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控

股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司设有独立的财务部门，配备了专职的财务人员，并已按照《企业会计准则》的要求建立了独立的财务会计核算体系，能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司设有独立的银行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立

公司已根据《公司法》、《上市公司章程指引》建立健全了股东大会、董事会、监事会及独立董事制度，同时建立了与公司业务相配套的设计、研发、采购、销售等部门。以上机构均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在与控股股东、实际控制人及其实际控制的其他企业机构混同情形。

（五）业务独立

公司控股股东、实际控制人张东、李丹主要从事的业务为发行人的数字文化展示创意服务，未从事其他业务。公司从事的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，主营业务不依赖其他方的关联交易。公司具有独立的业务运作系统。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定情况

最近 2 年内，发行人主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰；最近 2 年，发行人实际控制人没有发生变更，不存在导致控制

权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在对持续经营有重大影响的事项

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险、重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

公司从事馆体、展厅、展览等主体空间设计施工一体化业务，涉及设计、施工、竣工、结算等多个环节，且公司将附加值较低的装饰装修业务进行分包，涉及与客户及分包供应商等多方主体确认工程量、支付进度款、结算工程款等多项责任，如各方对上述环节及责任存在异议均可能导致产生纠纷或诉讼。公司目前未决诉讼情况具体参见“第十一节 其他重要事项”之“三、（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

公司目前未决诉讼中涉及与公司宽创大楼施工单位的合同纠纷诉讼，双方就办公楼施工工程量及付款金额存在异议。目前公司宽创大楼不存在权属纠纷，公司已取得产权证并入驻该办公楼办公，且公司对办公场地无特殊要求，因此上述诉讼对公司持续经营不产生重大影响。

六、同业竞争情况

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事的业务情况

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人控制的其他企业未从事与公司相同或相近的业务。

控制股东、实际控制人张东、李丹控制的其他企业宽创投资、宽兴咨询从事的主要业务为管理咨询，其中宽兴咨询为发行人员工持股平台，以上两家企业从事业务未与公司业务存在重合或相竞争情形。

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与发行人不存在同业竞争情况。

（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

本公司控股股东、实际控制人张东、李丹承诺：

1、本人/本人近亲属（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业目前没有、并且于本人在公司任职及作为公司实际控制人期间也不会从事与公司及其控股子公司相同或相近似业务，或向与公司及其控股子公司从事相同或相近似业务的企业、单位进行投资或任职（不包括从证券市场购买该等企业、单位的股票，且持股比例低于 5%）。

2、本人/本人近亲属及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业目前没有、并且于本人在公司任职及作为公司实际控制人期间也不会通过其他任何方式（包括但不限于独资、合资、合作经营或者承包、租赁经营）间接从事与公司及其控股子公司业务相同或相近似的经营活动。

3、若违背上述承诺，本人愿承担相应的法律责任。

七、关联方及关联关系

截至本招股说明书签署日，发行人的关联方及其关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人及其他持股 5%以上股东

序号	关联方	关联关系
1	张东、李丹	控股股东、实际控制人
2	宽创投资	持股 5%以上股东、控股股东、实际控制人控制的企业

（二）公司子公司

截至本招股说明书签署日，公司拥有两家全资子公司，如下：

序号	关联方	关联关系
1	宽创香港	全资子公司
2	宽新科技	全资子公司

注：上述两家子公司情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人子、分公司情况”。

（三）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

序号	关联方	关联关系
1	张东、李丹、矫悟、张继伟、蒋骁、王亮、李黔滨、朱晓寅、冯良、傅连妹、高燕	报告期内董事、监事、高级管理人员
2	董事、监事、高级管理人员的关系密切的家庭成员	

（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业

除发行人及其子公司外，控股股东、实际控制人控制的其他企业为宽创投资和宽兴咨询。宽创投资和宽兴咨询情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人主要股东及实际控制人的基本情况”。

（五）关联自然人控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业

序号	关联方	关联关系
1	上海美赞美数码科技有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
2	成都天外影视文化传媒有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅控制的企业
3	上海傲瞰电子科技有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
4	上海美赞美安防器材销售有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
5	上海美赞美智能科技有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
6	成都福天禄科技有限责任公司	实际控制人张东的姐姐张梅、姐夫唐海峰控制的企业
7	贵州省机械设备进出口公司	独立董事李黔滨的妹夫叶诚担任总经理
8	贵州迈康机械设备进出口有限责任公司	独立董事李黔滨的妹夫叶诚持有6.67%股权并担任董事长
9	上海东洲资产评估有限公司	独立董事蒋骁持有5%股权并担任董事

序号	关联方	关联关系
10	上海漱圣企业管理事务所	独立董事蒋骁持股100%并担任法定代表人
11	上海渌澍管道工程技术服务有限公司	董事、财务总监、董事会秘书矫悟持有10%股权并担任监事
12	上海幻韦数码科技有限公司	发行人董事、副总经理张继伟持股 95%、担任监事

（六）报告期内曾存在的关联方

序号	关联方	关联关系	状态
1	上海瑞宝海尚展览服务有限公司	实际控制人张东和李丹控制的企业	2017年5月16日注销
2	上海宝溪展览展示有限公司	实际控制人李丹控制的公司	2019年7月18日注销
3	宽创 BVI	实际控制人李丹控制的公司	2017年6月19日注销
4	泸定云之梦酒店有限公司	实际控制人张东的姐姐张梅持有51%股权并担任执行董事、总经理	2017年8月9日注销
5	泸定岚风农牧旅游文化发展有限责任公司	实际控制人张东的姐姐张梅持有57%股权并担任执行董事、总经理、法定代表人	2020年9月11日注销
6	上海辉智企业管理咨询有限公司	独立董事蒋骁持有20%股权并担任执行董事、法定代表人	2019年12月19日注销
7	贵州达海贸易公司	独立董事李黔滨妹夫叶诚担任法定代表人、总经理	2018年7月27日注销
8	宽创德国	报告期内曾经的全资子公司	2020年1月28日注销
9	蒋萍、倪春华、刘泓伶、沈若平	报告期内曾担任公司的独立董事、高级管理人员	

八、关联交易情况

（一）经常性关联交易

1、关联租赁

报告期内，公司曾租赁实际控制人张东、李丹及其子张嘉庚名下的房产用于办公，具体情况如下：

租赁期间	租赁面积（平方米）	租赁价格（万元）	定价依据
2017 年度	1,968.76	301.21	市场价格
2018 年度	1,968.76	301.81	
2019 年 1-3 月	1,968.76	75.45	

该房产的基本信息如下：

不动产编号	沪房地浦字（2010）第 051470 号
产权人	张东、李丹、张嘉庚
房屋坐落	中国（上海）自由贸易试验区伽利略路 11 号 2 幢
房产面积（平方米）	1,968.76

2019 年 4 月开始，公司停止了上述关联租赁，并整体搬入新建成的位于科苑路 1518 号的新宽创大楼办公。上述关联租赁对发行人资产完整和独立性不构成重大不利影响。

2、代发工资

上海宝溪展览展示有限公司系实际控制人控制的公司。报告期内，公司曾通过该公司发放少量员工工资。具体金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发放工资	-	-	7.96	53.34
工资总额	4,919.48	12,248.82	11,438.12	9,065.77
占比	-	-	0.07%	0.59%

2018 年 5 月以来，公司已对此进行了规范，停止了该种工资发放模式。上述工资已完整纳入公司成本费用核算，并依法计提缴纳了个人所得税。

3、通过关联方支付采购款

报告期内，公司在境外开展部分临展业务，由于境外临展的供应商位于境外，出于资金支付的便利性，公司曾通过李丹控制的境外公司——宽创 BVI 代为支付供应商成本。报告期发生额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关联支付金额	-	-	-	390.49
采购金额	5,110.59	25,217.21	23,201.03	23,411.79
占比	-	-	-	1.67%

上述关联代付金额较小，且相关成本已完整计入发行人成本，宽创 BVI 已于 2017 年 6 月注销。

4、关联采购

2017 年，公司曾向矫悟参股公司上海渌澍管道工程技术服务有限公司采购部分工程劳务服务，金额 28.86 万元。

5、董事、监事、高级管理人员薪酬

报告期内，公司支付的董事、监事、高级管理人员薪酬如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬	177.70	364.86	324.79	164.83

（二）偶发性关联交易

1、关联资金拆借

报告期，实际控制人之一李丹曾存在向公司拆借资金行为。具体金额如下：

单位：万元

期间	期初余额	本期发生额	计提利息	本期归还	期末余额
2017 年度	324.14	6.00	14.61	15.45	329.29
2018 年度	329.29	-	9.42	338.71	-
2019 年度	-	-	-	-	-
2020 年 1-6 月	-	-	-	-	-

上述资金拆借金额较小，并已于 2018 年全部归还，且已按照年化 6%利率计提资金利息。2018 年以来未再发生资金拆借行为。

2、关联担保

（1）银行借款担保

报告期内，由于公司自有房产尚未完成产证办理，为申请中信银行上海分行贷款，实际控制人张东、李丹及其子张嘉庚为公司提供担保，具体担保情况如下：

担保人	被担保人	担保权人	担保合同编号	担保金额（万元）	担保方式	担保期限
张东、李丹	发行人	中信银行股份有限公司上海分行	2019 沪银最保字第 731611193004 号	5,150	最高额保证	2019 年 6 月 25 日至 2022 年 9 月 25 日
张东、李丹、张嘉庚	发行人	中信银行股份有限公司上海分行	2019 沪银最抵字第 731611193002 号	4,500	最高额抵押	2019 年 6 月 25 日至 2022 年 9 月 25 日
张东、李丹	发行人	浦发银行张江科技支行	ZB97162020000000 14	2,000	最高额保证	2020 年 3 月 23 日至 2021 年 12 月 31 日

其中，最高额抵押合同抵押物系张东、李丹及张嘉庚所有的坐落于中国（上海）自由贸易试验区伽利略路 11 号 2 幢的不动产，该不动产相关信息详见本节“（一）经常性关联交易”之“1、关联租赁”。

（2）保证金担保

2020 年 11 月 2 日，上海市浦东新区人民法院作出（2020）沪 0115 民初 58924 号财产保全的裁定，裁定冻结发行人名下银行存款人民币 2,142.72 万元或查封、扣押等值的其他财产，涉诉对象为上海普研建筑安装工程有限公司，具体涉诉情况参见“第十一节　其他重要事项”之“三（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

2020 年 12 月 10 日，公司召开第二届董事会第三次会议，审议通过了《关于公司股东上海宽创投资咨询有限公司拟为公司提供担保的议案》，同意接受宽创投资提供的担保。同日，公司与宽创投资签署《担保协议》，宽创投资同意向浦东法院缴纳 2,142.72 万元，作为公司向浦东法院申请解除资金冻结的保证金，保证期限至案件执行完毕之日止，本次担保以保证金金额的年化 4.35%记取担保费用，并按照保证金实际提供天数计算。

2020 年 12 月 15 日，宽创投资向上海市浦东新区人民法院执行款专户汇入

2,142.72 万元保证金。2020 年 12 月 17 日，上海市浦东新区人民法院作出（2019）沪 0115 民初 58924 号之一的裁定，因公司已向法院提供 2,142.72 万元作为保证金，裁定解除公司名下银行存款账户的查封。

报告期内不存在公司向关联方提供担保的情形。

除上述情况外，公司不存在其他偶发性关联交易。

（三）报告期内全部关联交易的简要汇总表

交易分类	交易方	交易内容
经常性关联交易	张东、李丹及其子张嘉庚	公司曾租赁实际控制人名下房产用于办公，于 2019 年 4 月停止关联租赁。
	上海宝溪展览展示有限公司	代发员工工资，2018 年 5 月停止发放，2019 年 7 月 18 日注销。
	宽创 BVI	代为支付供应商采购款，2017 年 6 月已注销
	上海渌澍管道工程技术服务有限公司	2017 年采购部分工程劳务服务。
	董事、监事、高级管理人员	公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬
偶发性关联交易	李丹	资金拆借，于 2018 年全部归还。
	张东、李丹及其子张嘉庚	张东、李丹及其子张嘉庚为公司借款提供担保
	宽创投资	宽创投资为公司解除财产冻结向法院提供保证金担保

（四）关联方应收应付款项余额

单位：万元

关联方名称	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
其他应收款			17.00	385.04
其中：李丹	-	-	-	236.57
张东、李丹、张嘉庚	-	-	17.00	17.00
上海宝溪	-	-	-	38.75
应收利息：李丹	-	-	-	92.72
其他应付款	-	-	620.35	617.99
其中：宽创 BVI	-	-	322.85	320.49
张东、李丹、张嘉庚	-	-	297.50	297.50

（五）报告期内发生的关联交易履行公司章程规定的情况及独立董事意见

公司 2020 年第二次股东大会审议通过了《关于确认公司 2017、2018、2019 年及 2020 年 1-6 月关联交易的议案》，确认 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月关联交易事项定价原则的合理性、公允性，遵循公开、公平、公正的原则，不存在损害公司和其他股东合法权益的情况。

报告期内，发行人发生的关联交易均履行了《公司章程》等公司规章制度规定的审议程序。

公司独立董事对报告期内发生的关联交易进行了审核并发表意见如下：公司报告期内发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议或合同所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格依据市场定价原则或者按照使公司或其他股东受益的原则确定，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司报告期内发生的关联交易，均已按照公司当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序。

九、报告期内关联方的变化情况

发行人报告期内关联方的变化情况参见本节之“七、（六）报告期内曾存在的关联方”。

公司报告期内曾存在的关联方均已注销，其中报告期内公司与上海宝溪展览展示有限公司、宽创 BVI 之间的交易均已在本节之“八、关联交易情况”中披露。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计信息，非经特别说明，均引自经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告。本节的财务会计数据及有关分析反映了公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 6 月 30 日的财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的经营成果和现金流量。非经特别说明，本节引用的财务数据均为本公司经审计的合并财务报表口径。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取详细的财务资料。

一、经审计的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	41,798,524.90	33,345,979.21	76,249,151.28	77,269,557.11
交易性金融资产	38,352,994.77	89,383,653.00	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	30,000,000.00	18,816,929.65
应收票据	-	-	8,940,000.00	-
应收账款	222,951,474.90	225,464,297.47	146,484,467.38	100,552,839.94
应收款项融资	4,458,600.00	7,745,000.00	-	-
预付款项	12,466,736.52	7,736,612.79	12,060,154.26	11,273,487.37
其他应收款	14,127,328.35	17,438,425.50	24,391,474.20	20,420,342.13
其中：应收利息	-	-	-	927,154.39
应收股利	-	-	-	-
存货	193,472,056.45	205,954,734.30	195,739,612.51	139,679,236.14
合同资产	25,733,216.61	-	-	-
其他流动资产	290,958.84	16,017.94	56,944.62	1,752,732.60
流动资产合计	553,651,891.34	587,084,720.21	493,921,804.25	369,765,124.94
非流动资产：				
固定资产	71,646,736.38	73,935,477.47	8,209,369.14	3,132,840.97
在建工程	-	-	44,531,060.10	36,287,718.79
无形资产	40,084,763.93	41,374,824.08	39,649,318.00	40,780,358.90
递延所得税资产	19,483,335.30	20,899,979.90	18,958,169.48	9,043,722.14
其他非流动资产	-	-	543,056.55	373,405.40
非流动资产合计	131,214,835.61	136,210,281.45	111,890,973.27	89,618,046.20

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
资产总计	684,866,726.95	723,295,001.66	605,812,777.52	459,383,171.14
流动负债：				
短期借款	22,027,277.84	22,032,804.45	-	-
应付票据	1,066,584.52	1,447,452.26	-	-
应付账款	148,833,693.93	174,531,004.96	109,484,401.49	97,891,977.23
预收款项	-	203,435,902.11	247,125,288.37	188,915,587.00
合同负债	162,055,509.46	-	-	-
应付职工薪酬	13,167,007.55	19,342,680.29	20,527,436.70	15,891,961.05
应交税费	6,116,400.79	11,554,364.24	15,543,309.74	9,595,737.38
其他应付款	5,234,508.28	4,460,741.81	7,943,156.54	9,503,610.36
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他流动负债	38,921,032.04	17,550,316.28	11,285,971.34	6,814,115.59
流动负债合计	397,422,014.41	454,355,266.40	411,909,564.18	328,612,988.61
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	554,175.31	-	-	-
递延所得税负债	6,664,146.75	6,275,274.18	9,380,197.46	7,384,104.64
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	7,218,322.06	6,275,274.18	9,380,197.46	7,384,104.64
负债合计	404,640,336.47	460,630,540.58	421,289,761.64	335,997,093.25
股东权益：				
股本	63,800,000.00	63,800,000.00	61,800,000.00	60,000,000.00
资本公积	65,484,793.98	65,484,793.98	42,284,793.98	21,404,793.98
其他综合收益	2,736,445.93	2,006,074.62	1,922,264.13	-1,027,790.03
盈余公积	10,272,197.52	10,272,197.52	3,238,025.91	812,642.68
未分配利润	137,932,953.05	121,101,394.96	75,277,931.86	42,196,431.26
归属于母公司股东权益合计	280,226,390.48	262,664,461.08	184,523,015.88	123,386,077.89
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	280,226,390.48	262,664,461.08	184,523,015.88	123,386,077.89
负债和股东权益总计	684,866,726.95	723,295,001.66	605,812,777.52	459,383,171.14

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	157,330,229.99	481,115,332.14	389,610,814.09	352,676,603.93
减：营业成本	97,723,914.55	328,571,583.85	261,252,667.25	248,326,289.83
税金及附加	387,492.90	1,049,515.17	1,055,072.61	985,071.00
销售费用	11,029,512.31	27,010,318.12	30,152,380.82	27,972,453.83
管理费用	13,683,829.11	31,420,524.27	27,748,062.21	22,677,452.21
研发费用	9,824,406.11	23,205,318.24	20,294,092.59	13,031,022.87
财务费用	879,380.28	266,880.35	561,646.19	-201,193.90

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其中：利息费用	551,243.33	524,871.11	-	-
利息收入	83,957.02	272,630.17	398,743.38	220,978.71
加：其他收益	1,304,456.16	4,979,938.10	3,643,811.53	929,745.90
投资收益（损失以“－”号填列）	679,264.93	808,225.81	-245,743.65	3,198,438.39
公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	15,178.41	-86,127.77	-	-810,383.83
信用减值损失（损失以“－”号填列）	-6,066,958.27	-14,567,355.65	-	-
资产减值损失（损失以“－”号填列）	-	-169,544.09	-11,564,454.47	-4,905,085.71
资产处置收益（损失以“－”号填列）	-9,546.44	-	-	16,950.65
二、营业利润（亏损以“－”号填列）	19,724,089.52	60,556,328.54	40,380,505.83	38,315,173.49
加：营业外收入	21,022.67	863,407.49	180,028.92	18,744.39
减：营业外支出	649,161.64	1,773,317.50	122,462.14	111,952.09
三、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	19,095,950.55	59,646,418.53	40,438,072.61	38,221,965.79
减：所得税费用	2,264,392.46	6,788,783.82	4,931,188.78	4,951,655.63
四、净利润（净亏损以“－”号填列）	16,831,558.09	52,857,634.71	35,506,883.83	33,270,310.16
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	16,831,558.09	52,857,634.71	35,506,883.83	33,270,310.16
2.终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
1.归属于母公司股东的净利润（净亏损以“－”号填列）	16,831,558.09	52,857,634.71	35,506,883.83	33,270,310.16
2.少数股东损益（净亏损以“－”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	730,371.31	83,810.49	2,950,054.16	-2,363,889.47
归属母公司股东的其他综合收益的税后净额	730,371.31	83,810.49	2,950,054.16	-2,363,889.47
六、综合收益总额	17,561,929.40	52,941,445.20	38,456,937.99	30,906,420.69
归属于母公司股东的综合收益总额	17,561,929.40	52,941,445.20	38,456,937.99	30,906,420.69

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	120,097,574.04	380,870,861.41	414,145,083.18	398,451,107.76
收到的税费返还	14,130.51	8,454,383.60	695.36	1,296.61
收到其他与经营活动有关的现金	10,405,434.07	14,801,761.69	19,246,958.13	7,529,445.24
经营活动现金流入小计	130,517,138.62	404,127,006.70	433,392,736.67	405,981,849.61
购买商品、接受劳务支付的现金	92,344,347.31	215,815,857.88	244,629,111.97	238,132,668.86
支付给职工以及为	55,213,174.47	123,896,118.59	109,925,084.28	86,835,454.64

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工支付的现金				
支付的各项税费	8,297,229.87	25,496,738.90	24,398,725.12	15,075,120.73
支付其他与经营活动有关的现金	12,471,223.41	34,646,204.26	46,166,280.64	40,299,326.93
经营活动现金流出小计	168,325,975.06	399,854,919.63	425,119,202.01	380,342,571.16
经营活动产生的现金流量净额	-37,808,836.44	4,272,087.07	8,273,534.66	25,639,278.45
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	126,242,300.50	70,313,817.86	67,067,413.48	248,310,000.00
取得投资收益收到的现金	1,119,578.02	94,066.57	1,760,765.27	3,198,438.39
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	750.00	-	-	30,000.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	127,362,628.52	70,407,884.43	68,828,178.75	251,538,438.39
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,778,610.18	29,637,141.56	30,252,441.17	34,397,043.00
投资支付的现金	75,216,723.72	128,902,281.03	80,000,000.00	193,529,448.41
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	78,995,333.90	158,539,422.59	110,252,441.17	227,926,491.41
投资活动产生的现金流量净额	48,367,294.62	-88,131,538.16	-41,424,262.42	23,611,946.98
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	21,600,000.00	22,680,000.00	-
取得借款收到的现金	8,000,000.00	22,000,000.00	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	8,000,000.00	43,600,000.00	22,680,000.00	-
偿还债务支付的现金	8,000,000.00	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	556,769.94	492,066.66	-	25,000,000.00

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	8,556,769.94	492,066.66	-	25,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-556,769.94	43,107,933.34	22,680,000.00	-25,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	194,981.31	412,409.13	2,237,051.80	-1,825,497.34
五、现金及现金等价物净增加额	10,196,669.55	-40,339,108.62	-8,233,675.96	22,425,728.09
加：期初现金及现金等价物余额	25,761,695.54	66,100,804.16	74,334,480.12	51,908,752.03
六、期末现金及现金等价物余额	35,958,365.09	25,761,695.54	66,100,804.16	74,334,480.12

二、审计意见

大信会计师事务所（特殊普通合伙）依据中国注册会计师审计准则对本公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 6 月 30 日的资产负债表和合并资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的利润表和合并利润表、现金流量表和合并现金流量表、所有者权益变动表和合并所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了“大信审字[2020]第 4-01033 号”标准无保留意见的审计报告。

大信会计师事务所（特殊普通合伙）认为：公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况，以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因

素。在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性，主要考虑项目金额是否超过税前利润的 5%。

四、合并财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）合并财务报表的编制基础

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似表决权）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。子公司是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等），结构化主体是指在确定其控制方时没有将表决权或类似权利作为决定性因素而设计的主体（有时也称为特殊目的主体）。

（二）合并报表范围及变化情况

1、合并财务报表的范围

截至 2020 年 6 月 30 日，纳入发行人合并范围的子公司情况如下：

子公司	注册地	持股比例	取得方式
宽创香港	香港尖沙咀广东道 17-19 号环球金融中心南座 13A 楼 05-15 室	100%	设立取得
宽创德国	夏洛特街 75，40210，杜塞尔多夫，德国	100%	设立取得
宽新科技	中国（上海）自由贸易试验区芳春路 400 号 1 幢 3 层	100%	设立取得

注：宽创德国于 2020 年 1 月 28 日注销，公司银行账户于 2020 年 9 月 9 日关闭，因此在 2020 年 6 月 30 日时，纳入发行人合并范围内。

2、报告期内合并报表范围的变化情况

2017 年 12 月 31 日/2017 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月
宽创香港	宽创香港	宽创香港	宽创香港
宽创德国	宽创德国	宽创德国	宽创德国
/	/	宽新科技	宽新科技

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）企业合并

1、同一控制下的企业合并

同一控制下企业合并形成的长期股权投资合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，本公司在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。合并方以发行权益性工具作为合并对价的，按发行股份的面值总额作为股本。长期股权投资的初始投资成本与合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值之和。非同一控制下企业合并中所取得的被购买方符合确认条件的可辨认资产、负债及或有负债，在购买日以公允价值计量。购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，体现为商誉价值。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期营业外收入。

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并财务报表范围

本公司将全部子公司（包括本公司所控制的单独主体）纳入合并财务报表范围，包括被本公司控制的企业、被投资单位中可分割的部分以及结构化主体。

2、统一母子公司的会计政策、统一母子公司的资产负债表日及会计期间

子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表

时，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

3、合并财务报表抵销事项

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，已抵销了本公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易。子公司所有者权益中不属于本公司的份额，作为少数股东权益，在合并资产负债表中股东权益项目下以“少数股东权益”项目列示。子公司持有本公司的长期股权投资，视为本公司的库存股，作为股东权益的减项，在合并资产负债表中股东权益项目下以“减：库存股”项目列示。

4、合并取得子公司会计处理

对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于自最终控制方开始实施控制时已经发生，从合并当期的期初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表；对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整。

5、处置子公司的会计处理

在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

（三）现金及现金等价物的确定标准

本公司在编制现金流量表时所确定的现金，是指本公司库存现金以及可以随

时用于支付的存款。在编制现金流量表时所确定的现金等价物，是指持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务及外币财务报表折算

1、外币业务折算

本公司对发生的外币交易，采用与交易发生日即期汇率折合本位币入账。资产负债表日外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，因该日的即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，除符合资本化条件的外币专门借款的汇兑差额在资本化期间予以资本化计入相关资产的成本外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动(含汇率变动)处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

2、外币财务报表折算

本公司的控股子公司、合营企业、联营企业等，若采用与本公司不同的记账本位币，需对其外币财务报表折算后，再进行会计核算及合并财务报表的编报。资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率的近似汇率折算。折算产生的外币财务报表折算差额，在资产负债表中所有者权益项目其他综合收益下列示。外币现金流量应当采用系统合理的方法确定的、与现金流量发生日即期汇率近似的汇率折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。处置境外经营时，与该境外经营有关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

（五）金融工具（2019 年 1 月 1 日起适用）

1、金融工具的分类及重分类

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

（1）金融资产

本公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产：①本公司管理金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：①本公司管理金融资产的业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除分类为以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，本公司将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，如果能消除或减少会计错配，本公司可以将金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司改变管理金融资产的业务模式时，将对所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，且自重分类日起采用未来适用法进行相关会计处理，不对以前已经确认的利得、损失（包括减值损失或利得）或利息进行追溯调整。

（2）金融负债

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；以摊余成本计量的金融负债。所有的金融负债不进行重分类。

2、金融工具的计量

本公司金融工具初始确认按照公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款或应收票据，本公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。金融工具的后续计量取决于其分类。

（1）金融资产

①以摊余成本计量的金融资产。初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。初始确认后，对于该类金融资产（除属于套期关系的一部分金融资产外），以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资。初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失均计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

④指定为公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资。初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。除获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益外，其他相关利得和损失均计入其他

综合收益，且后续不转入当期损益。

（2）金融负债

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。该类金融负债包括交易性金融负债(含属于金融负债的衍生工具) 和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，交易性金融负债公允价值变动形成的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益。指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，由企业自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额，计入其他综合收益，其他公允价值变动计入当期损益。如果对该金融负债的自身信用风险变动的影响计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配的，本公司将该金融负债的全部利得或损失计入当期损益。

②以摊余成本计量的金融负债。初始确认后，对此类金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

3、本公司对金融工具的公允价值的确认方法

如存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。在有限情况下，如果用以确定公允价值的近期信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。本公司利用初始确认日后可获得的关于被投资方业绩和经营的所有信息，判断成本能否代表公允价值。

4、金融资产和金融负债转移的确认依据和计量方法

（1）金融资产

本公司金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且本公司转移了金融资产所有权

上几乎所有的风险和报酬；③该金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有报酬的，但未保留对该金融资产的控制。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有报酬的，且保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入被转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认相关负债。

金融资产转移整体满足终止确认条件的，将以下两项金额的差额计入当期损益：①被转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，先按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，然后将以下两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分在终止确认日的账面价值；②终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

针对本公司指定为公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（2）金融负债

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，本公司终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

金融负债（或其一部分）终止确认的，本公司将其账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

（六）预期信用损失的确定方法及会计处理方法（2019 年 1 月 1

日起适用）

1、预期信用损失的确定方法

本公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产（含应收款项）、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资（含应收款项融资）、租赁应收款、合同资产进行减值会计处理并确认损失准备。

本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否显著增加，将金融工具发生信用减值的过程分为三个阶段，对于不同阶段的金融工具减值采用不同的会计处理方法：（1）第一阶段，金融工具的信用风险自初始确认后未显著增加的，本公司按照该金融工具未来 12 个月的预期信用损失计量损失准备，并按照其账面余额（即未扣除减值准备）和实际利率计算利息收入；（2）第二阶段，金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但未发生信用减值的，本公司按照该金融工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，并按照其账面余额和实际利率计算利息收入；（3）第三阶段，初始确认后发生信用减值的，本公司按照该金融工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，并按照其摊余成本（账面余额减已计提减值准备）和实际利率计算利息收入。

（1）较低信用风险的金融工具计量损失准备的方法

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司可以不用与其初始确认时的信用风险进行比较，而直接做出该工具的信用风险自初始确认后未显著增加的假定。

如果金融工具的违约风险较低，债务人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。例如，在具有较高信用评级的商业银行的定期存款可能被视为具有较低的信用风险；如果一项金融工具具有“投资级”以上的外部信用评级，该工具可能被视为具有较低信用风险。

（2）应收款项和合同资产计量损失准备的方法

不包含重大融资成分的应收款项或合同资产。对于由《企业会计准则第 14 号—收入》规范的交易形成的不含重大融资成分的应收款项及合同资产，本公司采用简化方法，即始终按整个存续期预期信用损失计量损失准备。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融资产或金融资产组合为基础评估信用风险是否显著增加。本公司根据信用风险特征将应收票据、应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

①应收票据：

应收票据组合 1：银行承兑汇票

应收票据组合 2：商业承兑汇票

针对银行承兑汇票，管理层评价该类款项具有较低的信用风险；对于划分为组合的商业承兑汇票，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

②应收账款、合同资产

应收账款组合：账龄组合

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

对于合同资产，本公司也参照历史信用损失经验，结合当前状况及对未来经济状况的预测，编制合同资产账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

（3）其他金融资产计量损失准备的方法

对于除上述以外的金融资产，如：债权投资、其他债权投资、其他应收款、

除租赁应收款以外的长期应收款等，本公司按照一般方法，即“三阶段”模型计量损失准备。

本公司在计量金融工具发生信用减值时，评估信用风险是否显著增加考虑了以下因素：

①同一金融工具或具有相同预计存续期的类似金融工具的信用风险的外部市场指标是否发生显著变化；

②金融工具外部信用评级实际或预期是否发生显著变化；

③对债务人实际或预期的内部信用评级是否下调；

④预期将导致债务人履行其偿债义务的能力发生显著变化的业务、财务或经济状况的是否出现不利变化，如债务人市场份额明显下降、主要产品价格急剧持续下跌、主要原材料价格明显上涨、营运资金严重短缺、资产质量下降等；

⑤债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化，如收入、利润等经营指标出现明显不利变化且预期短时间内难以好转；

⑥债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化，如技术变革、国家或地方政府拟出台相关政策是否对债务人产生重大不利影响；

⑦作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量的是否发生显著变化；

⑧预期将降低债务人按合同约定期限还款的经济动机的是否发生显著变化，如母公司或其他关联公司能够提供的财务支持减少，或者信用增级质量的显著变化；

⑨债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

⑩本公司对金融工具信用管理方法是否发生变化。

本公司根据款项性质将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：保证金、押金

其他应收款组合 2：其他款项

2、预期信用损失的会计处理方法

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益，并根据金融工具的种类，抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值或计入预计负债（贷款承诺或财务担保合同）或计入其他综合收益（以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资）。

（七）金融工具（2019 年 1 月 1 日之前适用）

1、金融工具的分类及确认

金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项、可供出售金融资产。除应收款项以外的金融资产的分类取决于本公司对金融资产的持有意图和持有能力等。金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以及其他金融负债。

2、金融工具的计量

本公司金融工具初始确认按公允价值计量。后续计量分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、可供出售金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债按公允价值计量；持有到期投资、贷款和应收款项以及其他金融负债按摊余成本计量；在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产或者衍生金融负债，按照成本计量。本公司金融资产或金融负债后续计量中公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益。②可供出售金融资产的公允价

值变动计入其他综合收益。

3、金融资产减值

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

当有客观证据表明可供出售金融资产发生减值时，原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值上升直接计入股东权益。

对于权益工具投资，本公司判断其公允价值发生“严重”或“非暂时性”下跌的具体量化标准、成本的计算方法、期末公允价值的确定方法，以及持续下跌期间的确定依据为：

公允价值发生“严重”下跌的具体量化标准	期末公允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过 50%。
公允价值发生“非暂时性”下跌的具体量化标准	连续 12 个月出现下跌。
成本的计算方法	取得时按支付对价（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为投资成本。
期末公允价值的确定方法	存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。
持续下跌期间的确定依据	连续下跌或在下跌趋势持续期间反弹上扬幅度低于 20%，反弹持续时间未超过 6 个月的均作为持续下跌期间。

4、应收款项

本公司应收款项主要包括应收票据及应收账款、长期应收款和其他应收款。在资产负债表日有客观证据表明其发生了减值的，本公司根据其账面价值与预计

未来现金流量现值之间差额确认减值损失。

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	期末余额前五名的应收款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认

（2）按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	款项性质及风险特征
组合 1	账龄组合
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备情况：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1 至 2 年	10.00	10.00
2 至 3 年	30.00	30.00
3 至 4 年	50.00	50.00
4 至 5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

（3）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	有客观证据表明其发生了减值
坏账准备的计提方法	根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认

（八）存货

1、存货的分类

存货主要包括原材料、未验收的馆厅展示项目及展览展示项目等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时，采取个别计价法确定其发出的实际成本。

3、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备。

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

对于工程施工成本，公司对预计工程总成本超过总收入（扣除相关税费）的工程项目，按照预计总成本超过总收入（扣除相关税费）的部分，计提存货跌价准备，在工程项目完工时，转销存货跌价准备。

4、存货的盘存制度

本公司的存货盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品和包装物采用一次转销法摊销。

（九）合同资产和合同负债（2020 年 1 月 1 日起适用）

1、合同资产

本公司将已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。合同资产以预期信用损失为基础计提减值。本公司对合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见本节之“（六）预期信用损失的确定方法及会计处理方法（2019 年 1 月 1 日起适用）”。

2、合同负债

本公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。

本公司将同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（十）长期股权投资

1、初始投资成本确定

对于企业合并取得的长期股权投资，如为同一控制下的企业合并，应当在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本；非同一控制下的企业合并，应当按照购买日确定的企业合并成本作为长期股权投资的初始投资成本；以支付现金取得的长期股权投资，初始投资成本为实际支付的购买价款；以发行权益性证券取得的长期股权投资，初始投资成本为发行权益性证券的公允价值；通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本应当按照《企业会计准则第 12 号——债务重组》的有关规定确定；非货币性资产交换取得的长期股权投资，初始投资成本应当按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》的有关规定确定。

2、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。本公司对联营企业的权益性投资，其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，本公司都按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定处理，并对其余部分采用权益法核算。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

对被投资单位具有共同控制，是指对某项安排的回报产生重大影响的活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等；对被投资单位具有重大影响，是指当持有被投资单位 20%以上至 50%的表决权资本时，具有重大影响。或虽不足 20%，但符合下列条件之一时，具有重大影响：在被投资单位的董事会或类似的权力机构中派有代表；参与被投资单位的政策制定过程；向被投资单位派出管理人员；被投资单位依赖投资公司的技术或技术资料；与被投资单位之间发生重要交易。

（十一）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。同时满足以下条件时予以确认：与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产分类和折旧方法

本公司固定资产主要分为：房屋及建筑物、运输设备、电子设备、办公家具等；折旧方法采用年限平均法。根据各类固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，本公司对所有固定资产计提折旧。

资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	32-35	5.00	2.71-2.91
运输设备	4	5.00	23.75
电子设备	3	5.00	31.67
办公家具	5	5.00	19.00

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

融资租入固定资产为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。融资租入固定资产初始计价为租赁期开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值较低者作为入账价值；融资租入固定资产后续计价采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提折旧及减值准备。

（十二）在建工程

本公司在建工程分为自营方式建造和出包方式建造两种。在建工程在工程完工达到预定可使用状态时，结转固定资产。预定可使用状态的判断标准，应符合下列情况之一：固定资产的实体建造（包括安装）工作已经全部完成或实质上已

经全部完成；已经试生产或试运行，并且其结果表明资产能够正常运行或能够稳定地生产出合格产品，或者试运行结果表明其能够正常运转或营业；该项建造的固定资产上的支出金额很少或者几乎不再发生；所购建的固定资产已经达到设计或合同要求，或与设计或合同要求基本相符。

（十三）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

2、资本化金额计算方法

资本化期间，是指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间。借款费用暂停资本化的期间不包括在内。在购建或生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，应当暂停借款费用的资本化。

借入专门借款，按照专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定；占用一般借款按照累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率计算确定，资本化率为一般借款的加权平均利率；借款存在折价或溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或溢价金额，调整每期利息金额。

实际利率法是根据借款实际利率计算其摊余折价或溢价或利息费用的方法。其中实际利率是借款在预期存续期间的未来现金流量，折现为该借款当前账面价值所使用的利率。

（十四）无形资产

1、无形资产的计价方法

本公司无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。自行开发的无形资产，其成本为达到预定用途前所发生的支出总额。

本公司无形资产后续计量方法分别为：使用寿命有限无形资产采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整；使用寿命不确定的无形资产不摊销，但在年度终了，对使用寿命进行复核，当有确凿证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，按直线法进行摊销。

2、使用寿命不确定的判断依据

本公司将无法预见该资产为公司带来经济利益的期限，或使用期限不确定等无形资产确定为使用寿命不确定的无形资产。使用寿命不确定的判断依据为：来源于合同性权利或其他法定权利，但合同规定或法律规定无明确使用年限；综合同行业情况或相关专家论证等，仍无法判断无形资产为公司带来经济利益的期限。

每年年末，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，主要采取自下而上的方式，由无形资产使用相关部门进行基础复核，评价使用寿命不确定判断依据是否存在变化等。

3、内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准，以及开发阶段支出符合资本化条件的具体标准

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，满足确认为无形资产条件的转入无形资产核算。

（十五）长期资产减值

长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产等长期资产于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账

面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。

可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十六）长期待摊费用

本公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用。长期待摊费用按费用项目的受益期限分期摊销。若长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十七）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，企业会计准则要求或允许计入资产成本的除外。本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。企业为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利

本公司在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

3、辞退福利

本公司向职工提供辞退福利时，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

4、其他长期职工福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，应当按照有关设定提存计划的规定进行处理；除此外，根据设定受益计划的有关规定，确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。

（十八）预计负债

当与或有事项相关的义务是本公司承担的现时义务，且履行该义务很可能导致经济利益流出，同时其金额能够可靠地计量时确认该义务为预计负债。本公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，如所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；如涉及多个项目，按照各种可能结果及相关概率计算确定最佳估计数。

资产负债表日应当对预计负债账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数，应当按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（十九）股份支付

本公司股份支付包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定；不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

在各个资产负债表日，根据最新取得的可行权人数变动、业绩指标完成情况等后续信息，修正预计可行权的股票期权数量，并以此为依据确认各期应分摊的费用。对于跨越多个会计期间的期权费用，一般可以按照该期权在某会计期间内等待期长度占整个等待期长度的比例进行分摊。

（二十）收入（2020 年 1 月 1 日起适用）

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。履约义务是指合同中本公司向客户转让可明确区分商品的承诺。交易价格是指本公司因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及本公司预期将退还给客户的款项。

履约义务是在某一时段内履行、还是在某一时点履行，取决于合同条款及相关法律规定。如果履约义务是在某一时段内履行的，则本公司按照履约进度确认收入。否则，本公司于客户取得相关资产控制权的某一时点确认收入。

收入确认具体方法：

本公司与客户之间的合同主要为展馆展厅和展览等提供策划、设计、实施和维护服务。

馆厅展示业务：公司在取得客户的订单后，组织展馆展厅的施工建设，建设

完工后，公司向甲方提出竣工验收申请，甲方组织竣工验收，验收合格后，公司取得竣工验收单，并交付给客户，控制权实现转移。公司在取得展馆展厅竣工验收单时确认收入，如个别项目不进行验收时，取得最终结算报告的时间，作为收入确认的时点。

展览展示业务：公司为参加展会的客户提供展台搭建服务，通常展会的期限较短，公司完成客户展台的搭建服务并移交给客户，取得展台验收单，在闭展时确认收入。

创意设计服务：公司为客户提供创意设计，在完成设计相关服务，将设计成果交付给客户，得到客户认可时确认收入。

（二十一）收入（2020 年 1 月 1 日之前适用）

1、收入确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可能流入；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经提供劳务占应提供劳务总量的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

针对馆厅展示业务收入：在项目完成时，取得展馆展厅竣工验收单时确认收入。

针对展览展示业务收入：展台搭建完毕后，取得展台验收单，在闭展时确认收入。

针对创意设计收入：公司为客户提供创意设计，在完成设计相关服务后交付给客户，得到客户认可时确认收入。

（二十二）合同成本（2020 年 1 月 1 日起适用）

本公司的合同成本包括为取得合同发生的增量成本及合同履约成本。为取得合同发生的增量成本（“合同取得成本”）是指不取得合同就不会发生的成本。该成本预期能够收回的，本公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。

本公司为履行合同发生的成本，不属于存货等其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

1、该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由用户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

2、该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源；

3、该成本预期能够收回。

本公司对合同取得成本、合同履约成本确认的资产（以下简称“与合同成本

有关的资产”）采用与该资产相关的商品收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。取得合同的增量成本形成的资产的摊销年限不超过一年的，在发生时计入当期损益。

与合同成本有关的资产的账面价值高于下列两项的差额时，本公司将超出部分计提减值准备并确认为资产减值损失：

1、因转让与该资产相关的商品预期能够取得的剩余对价；

2、为转让该相关商品估计将要发生的成本。

（二十三）政府补助

1、政府补助类型及会计处理

政府补助是指本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产（但不包括政府作为所有者投入的资本）。政府补助为货币性资产的，应当按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，应当按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

政府文件明确规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，确认为与资产相关的政府补助。政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助确认为递延收益。确认为递延收益的金额，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益。

除与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

本公司取得政策性优惠贷款贴息，财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款

银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用；财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

2、政府补助确认时点

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。按照应收金额计量的政府补助，在期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时予以确认。除按照应收金额计量的政府补助外的其他政府补助，在实际收到补助款项时予以确认。

（二十四）递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，确定该计税基础为其差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。如未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的，则减记递延所得税资产的账面价值。

3、对与子公司及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

（二十五）主要会计政策变更、会计估计变更的说明

1、会计政策变更及依据

（1）财政部于 2017 年发布了修订后的《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，要求按照修订后的准则进行调整。

（2）财政部于 2017 年发布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（上述四项准则以下统称“新金融工具准则”）。本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。

新金融工具准则将金融资产划分为三个类别：1、以摊余成本计量的金融资产；2、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；3、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在新金融工具准则下，金融资产的分类是基于本公司管理金融资产的业务模式及该资产的合同现金流量特征而确定。新金融工具准则取消了原金融工具准则中规定的持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产三个类别。新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型。在新金融工具准则下，本公司具体会计政策见本节之“（五）金融工具（2019 年 1 月 1 日起适用）”、“（六）预期信用损失的确定方法及会计处理方法（2019 年 1 月 1 日起适用）”。

（3）财政部于 2019 年 4 月发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）（以下简称“财务报表格式”），执行企业会计准则的企业应按照企业会计准则和该通知的要求编制财务报表。

（4）财政部于 2017 年 7 月发布了修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》，本公司自 2020 年 1 月 1 日执行。

2、会计政策变更的影响

（1）执行新金融工具准则的影响

单位：万元

合并报表项目	2018 年 12 月 31 日	影响金额	2019 年 1 月 1 日
资产：			
交易性金融资产	-	3,000.00	3,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	3,000.00	-3,000.00	-

本公司根据新金融工具准则的规定，对金融工具的分类在新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）进行调整，无需对金融工具原账面价值进行调整。

（2）执行修订后财务报表格式的影响

根据财务报表格式的要求，除执行上述修订后的会计准则产生的列报变化以外，本公司将原计入“管理费用”项目中的研发费用单独列示为“研发费用”项目、将“资产处置收益”项目单独列示、将“应收利息”“应收股利”并入“其他应收款”项目列示等。本公司追溯调整了比较期间报表，该会计政策变更对合并及公司净利润和股东权益无影响。

3、执行新收入准则的影响

（1）新收入准则实施前后收入确认会计政策的主要差异

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，由以控制权转移作为收入确认时点的判断标准取代以风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准，本公司在执行新收入准则后，各项业务收入确认保持不变。

（2）执行新收入准则的影响

单位：万元

合并报表项目	2019 年 12 月 31 日	影响金额	2020 年 1 月 1 日
资产：			
合同资产	-	3,293.21	3,293.21
应收账款	22,546.43	-3,293.21	19,253.22
负债：	-	-	-
合同负债	-	18,633.62	18,633.62
其他流动负债	2,165.94	1,709.97	3,875.91

合并报表项目	2019 年 12 月 31 日	影响金额	2020 年 1 月 1 日
预收账款	20,343.59	-20,343.59	-

（3）实施新收入准则对首次执行日前各年合并财务报表主要财务指标的影响

假定自 2017 年 1 月 1 日开始全面执行新收入准则，其对 2019 年度/2019 年 12 月 31 日、2018 年度/2018 年 12 月 31 日、2017 年度/2017 年 12 月 31 日合并财务报表的营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额以及归属于公司普通股股东的净资产不产生影响。

六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-0.95	-	-	1.70
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	130.45	497.99	364.38	92.97
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	9.42	14.61
除同公司主营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、其他非流动金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、可供出售金融资产、其他非流动金融资产取得的投资收益	69.44	72.21	-24.57	238.81
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-62.81	-90.99	5.76	-9.32
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-119.04	-	-
非经营性损益对利润总额的影响的合计	136.12	360.17	354.98	338.76
减：所得税影响数	17.46	45.80	62.64	50.78
归属于母公司所有者的非经常性损益影响数	118.66	314.37	292.35	287.98
扣除非经常性损益后归属于母公司所有的净利润	1,564.50	4,971.40	3,258.34	3,039.05

注：损失以正数列示，收益以负数列示

报告期内，公司扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润分别为 3,039.05 万元、3,258.34 万元、4,971.40 万元及 1,564.50 万元。

七、主要税种、税率及税收优惠情况

（一）母公司及重要子公司各项业务主要税种及税率

报告期内，公司主要税种及税率情况如下：

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或者提供劳务	19%、17%、16%、13%、11%、10%、9%、6%、3%
城市维护建设税	应交流转税	1%
企业所得税	应纳税所得额	25%、15%、16.5%

不同企业所得税税率纳税主体情况：

纳税主体名称	所得税税率
宽创国际	15%
宽创香港	16.5%
宽创德国	15%
宽新科技	25%

（二）税收优惠情况

报告期内，公司高新技术企业认证情况如下：

序号	认证时间	证书编号	有效期
1	2016 年 11 月 24 日	GR201631001989	3 年
2	2019 年 10 月 28 日	GR201931001934	3 年

根据科技部、财政部、国家税务总局《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2016]32 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火[2016]195 号）有关规定，公司 2016 至 2021 年度享受减按 15%的优惠税率计算缴纳企业所得税税收优惠政策。

八、主要财务指标

（一）报告期主要财务指标

项目	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月 30 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日	2017 年度/2017 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.39	1.29	1.20	1.13
速动比率（倍）	0.91	0.84	0.72	0.70
资产负债率	59.08%	63.69%	69.54%	73.14%
应收账款周转率（次/年）	0.70	2.59	3.15	4.29
存货周转率（次/年）	0.49	1.64	1.56	2.23
息税折旧摊销前利润（万元）	2,304.08	6,611.09	4,371.63	3,946.63
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,683.16	5,285.76	3,550.69	3,327.03
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,564.50	4,971.40	3,258.34	3,039.05
研发投入占营业收入的比例	6.24%	4.82%	5.21%	3.69%
每股经营活动产生的现金流量（元）	-0.59	0.07	0.13	0.43
每股净现金流量（元）	0.16	-0.63	-0.13	0.37
归属于发行人股东的净资产（万元）	28,022.64	26,266.45	18,452.30	12,338.61

表中指标计算公式：

流动比率＝流动资产÷流动负债

速动比率＝（流动资产－存货）÷流动负债

资产负债率＝（负债总额÷资产总额）×100%

应收账款周转率＝营业收入÷应收账款平均净额

存货周转率＝营业成本÷存货平均净额

息税折旧摊销前利润＝利润总额＋利息费用＋固定资产折旧费用＋摊销

研发投入占营业收入的比例＝研发费用÷营业收入

每股经营活动产生的现金流量＝经营活动产生的现金流量÷期末股本

每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额÷期末股本

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》（“中国证券监督管理委员会公告[2010]2 号”）、《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（“中国证券监督管理委员会公告[2008]43 号”）要求计算的净

资产收益率和每股收益如下：

项目	年度	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2020 年 1-6 月	6.20%	0.26	0.26
	2019 年度	22.90%	0.83	0.83
	2018 年度	24.90%	0.58	0.58
	2017 年度	28.11%	0.55	0.55
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2020 年 1-6 月	5.76%	0.25	0.25
	2019 年度	21.54%	0.78	0.78
	2018 年度	22.85%	0.53	0.53
	2017 年度	25.68%	0.51	0.51

净资产收益率和每股收益的计算方法如下：

1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P0/(E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0-Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0)

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加

权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

2、基本每股收益

基本每股收益=P0÷S

S=S0+S1+Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益

稀释每股收益=[P+(已确认为费用的稀释性潜在普通股利息-转换费用)×(1-所得税率)]/(S0+S1+Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0-Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的月份数。公司在计算稀释每股收益时，考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

九、经营成果分析

报告期内，公司经营成果总体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	15,733.02	48,111.53	38,961.08	35,267.66
营业利润	1,972.41	6,055.63	4,038.05	3,831.52
利润总额	1,909.60	5,964.64	4,043.81	3,822.20
归属于母公司股东的净利润	1,683.16	5,285.76	3,550.69	3,327.03
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,564.50	4,971.40	3,258.34	3,039.05

报告期内，公司总体经营规模和盈利能力均呈现上升趋势。报告期内，公司营业收入金额分别为35,267.66万元、38,961.08万元、48,111.53万元及15,733.02万元，2017年度至2019年度年复合增长率为16.80%；净利润分别为3,327.03万元、3,550.69万元、5,285.76万元及1,683.16万元，2017年度至2019年度年复合增长率为26.04%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为3,039.05万元、3,258.34万元、4,971.40万元及1,564.50万元，2017年度至2019年度年复合增长率为27.90%。

（一）营业收入分析

报告期内，公司营业收入结构如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	15,733.02	100.00%	48,111.53	100.00%	38,961.08	100.00%	35,267.66	100.00%
其中：馆厅展示创意服务	13,875.64	88.19%	39,010.85	81.08%	26,496.98	68.01%	20,370.09	57.76%
展览展示创意服务	1,708.95	10.86%	8,614.04	17.90%	11,541.72	29.62%	14,564.31	41.30%
创意设计服务	148.43	0.94%	486.64	1.01%	922.39	2.37%	333.26	0.94%
合计	**15,733.02**	**100.00%**	**48,111.53**	**100.00%**	**38,961.08**	**100.00%**	**35,267.66**	**100.00%**

公司营业收入全部源自主营业务收入，无其他业务收入。

1、主营业务收入变动分析

（1）馆厅展示创意服务业务收入变动分析

公司自 2013 年开始逐步发展馆厅展示创意服务业务，在该领域形成一定的知名度。公司馆厅展示创意服务收入从 2017 年度的 20,370.09 万元增长至 2019 年的 39,010.85 万元，年复合增长率为 38.39%，收入占比也从 2017 年的 57.76% 提高至 2019 年度的 81.08%。公司馆厅展示创意服务收入的快速发展带动了整体业务收入的持续增长。

公司业务范围广泛，凭借丰富的全球文化科技与展览展示创意设计经验，形成“多元跨界整合，价值再造”的“大展览”理念，为不同类型的客户提供多元化的服务。公司业务涉及广泛，包括文博馆、科技馆、文旅主题馆、规划馆、企业展厅等项目。公司营业收入持续增长的主要原因如下：

①我国民众对科技、文化消费需求的日益增长、国家政策的大力支持是公司营业收入持续增长的根本原因。

随着国民经济的不断增长，我国民众对科技、文化的消费需求日益增加。2019 年我国博物馆接待观众达到 11.47 亿人次，同比上年增长 9.86%。自 2012 年以来我国博物馆接待观众人数年均复合增长率达 10.68%，增速始终保持较高水平。与之相呼应，国家相继制定各种促进科技、文化消费政策。十三五期间，国务院提出要以数字技术和先进理念推动文化创意与创新设计等产业加快发展，促进文化科技深度融合、相关产业相互渗透。到 2020 年，形成文化引领、技术先进、链条完整的数字创意产业发展格局，相关行业产值规模达到 8 万亿元。

②公司在数字文化展示创意行业已经形成初步的品牌优势。

公司拥有行业内领先的双甲级资质（建筑装饰工程设计专项甲级资质、建筑装修装饰专业承包一级资质）、中国展览馆协会颁发的展览陈列工程设计与施工一体化一级资质及展览工程企业一级资质、中国博物馆协会颁发的博物馆陈列展览设计单位甲级资质及博物馆陈列展览施工单位壹级资质等。

报告期内，公司馆厅展示创意服务业务累计完成 89 个项目，涵盖文博馆、科技馆、文旅主题馆、企业展厅等各种数字文化展示创意应用领域。其中收入金额在 1,000 万元以上的项目有 30 个，在行业内已经形成初步的品牌优势。

③公司综合服务能力不断提升。

数字文化展示创意服务需要公司具备强大的综合服务能力，能够为客户提供从方案设计、大纲提炼、策划方案制作、影片拍摄、多媒体数字展陈等到项目实施落地的全方位一体化服务，需要公司具备较强的人力资源支持及资源整合能力。截至报告期末，公司目前拥有研发人员 112 人、技术人员 318 人，能够为客户提供全面的一体化服务。公司综合服务能力的提升是公司营业收入快速增长的根本保证。

（2）展览展示创意服务业务收入变动分析

公司自成立以来一直致力于为国内外客户提供从设计到搭建一体化展览展示创意服务。

报告期内，公司展览展示创意服务业务收入分别为 14,564.31 万元、11,541.72 万元、8,614.04 万元及 1,708.95 万元，收入占比分别为 41.30%、29.62%、17.90% 及 10.86%，呈现逐年下降的趋势，主要原因如下：

①展览展示创意服务门槛低，行业规范度不够，对承办公司的要求不高，甚者个体工商户或个人均可承办相应业务，因此行业内公司数量逐渐增多，行业竞争加剧；

②客户参展周期一般为 3-5 天，对产品服务的品质要求不高，造成客户逐步压缩参展预算；

③为了强化公司在展览展示创意服务领域的品牌地位，公司主动放弃了部分预算较低的客户。

受全球新冠疫情因素影响，公司 2020 年度展览展示创意服务收入预期将进一步下滑。

（3）创意设计服务分析

公司创意设计服务主要系为客户提供文案撰写、创意设计等服务。报告期内，公司创意设计服务收入分别为 333.26 万元、922.39 万元、486.64 万元及 148.43

万元，占公司收入比例分别为 0.94%、2.37%、1.01%及 0.94%。公司创意设计服务收入较低，对公司营业收入金额影响较小。

2、主营业务收入构成分析

公司主营业务按照适用场景不同可分为馆厅展示创意服务、展览展示创意服务及创意设计服务，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
馆厅展示创意服务	13,875.64	88.19%	39,010.85	81.08%	26,496.98	68.01%	20,370.09	57.76%
展览展示创意服务	1,708.95	10.86%	8,614.04	17.90%	11,541.72	29.62%	14,564.31	41.30%
创意设计服务	148.43	0.94%	486.64	1.01%	922.39	2.37%	333.26	0.94%
合计	**15,733.02**	**100.00%**	**48,111.53**	**100.00%**	**38,961.08**	**100.00%**	**35,267.66**	**100.00%**

公司主营业务收入主要源于馆厅展示创意服务收入，收入占比从 2017 年度 57.76%上升到 2020 年 1-6 月的 88.19%。受市场竞争加剧及全球新冠肺炎影响，预期公司展览展示创意服务业务将进一步缩减，公司馆厅展示创意服务收入占比将进一步提升。

3、主营业务收入地区构成分析

（1）馆厅展示创意服务按地区分类

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	4,744.01	34.19%	10,209.57	26.17%	10,055.64	37.95%	4,157.28	20.41%
华南	3,152.41	22.72%	6,986.64	17.91%	2,032.76	7.67%	1,350.94	6.63%
西北	156.35	1.13%	4,891.37	12.54%	11,423.46	43.11%	10,238.19	50.26%
西南	1,557.69	11.23%	8,005.21	20.52%	1,789.78	6.75%	2,417.12	11.87%
华中	1,014.13	7.31%	4,324.17	11.08%	1,000.21	3.77%	1,553.38	7.63%
华北	3,251.06	23.43%	495.82	1.27%	195.13	0.74%	653.18	3.21%
东北	-	-	4,098.06	10.50%	-	-	-	-
合计	**13,875.64**	**100.00%**	**39,010.85**	**100.00%**	**26,496.98**	**100.00%**	**20,370.09**	**100.00%**

注：该表格统计口径以项目所在地为准。

报告期内，总体而言公司馆厅展示创意服务客户主要集中在华东、华南及西北地区。该类业务区域划分易受金额较大的单体项目影响，因此年度之间呈现一定的波动性。为了进一步加强公司在西北地区、华南地区及西南地区的竞争优势，公司分别于 2019 年 4 月、6 月及 8 月成立西安分公司、深圳分公司、成都分公司，巩固并提升公司在上述地区的市场占有率。

（2）展览展示创意服务按地区分类

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内		397.48	23.26%	3,167.08	36.77%	3,818.02	33.08%	5,651.53	38.80%
境外	欧洲	1,074.90	62.90%	4,470.74	51.90%	5,703.83	49.42%	5,858.41	40.22%
	亚洲	159.60	9.34%	330.69	3.84%	561.77	4.87%	1,338.48	9.19%
	北美洲	76.97	4.50%	411.20	4.77%	1,256.68	10.89%	1,420.54	9.75%
	大洋洲	-	-	96.47	1.12%	30.78	0.27%	55.08	0.38%
	非洲	-	-	3.45	0.04%	110.63	0.96%	141.65	0.97%
	南美洲	-	-	134.41	1.56%	60.01	0.52%	98.61	0.68%
合计		**1,708.95**	**100.00%**	**8,614.04**	**100.00%**	**11,541.72**	**100.00%**	**14,564.31**	**100.00%**

注：该表格统计口径以展览所在地为准

报告期内，公司展览展示创意设计服务主要集中在欧洲及中国境内，两者合计收入占比分别为 79.02%、82.50%、88.67%和 86.16%。

（二）营业成本分析

报告期内，公司营业成本结构如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	9,772.39	100.00%	32,857.16	100.00%	26,125.27	100.00%	24,832.63	100.00%
其中：馆厅展示创意服务成本	8,399.51	85.95%	26,174.53	79.66%	17,243.31	66.00%	14,701.28	59.20%
展览展示创意服务成本	1,338.58	13.70%	6,507.28	19.80%	8,612.96	32.97%	10,020.03	40.35%
创意设计服务	34.31	0.35%	175.34	0.53%	268.99	1.03%	111.31	0.45%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成本								
合计	9,772.39	100.00%	32,857.16	100.00%	26,125.27	100.00%	24,832.63	100.00%

公司营业成本全部系主营业务成本，无其他业务成本。

1、主营业务成本变动分析

公司营业成本全部来自于主营业务成本。报告期内，公司营业成本分别为 24,832.63 万元、26,125.27 万元、32,857.16 万元及 9,772.39 万元。近三年，公司主营业务成本随着业务规模的扩大而逐年增长，与主营业务收入变化趋势基本保持一致。2017 年度至 2019 年度营业成本年复合增长率为 15.03%，略低于同期营业收入的年复合增长率 16.80%。

2、营业成本构成分析

（1）馆厅展示创意服务成本分析

报告期内，公司馆厅展示创意服务成本构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
专业分包	3,110.03	37.03%	10,646.16	40.67%	6,105.40	35.41%	7,254.92	49.35%
设备	1,639.10	19.51%	4,589.75	17.54%	3,803.89	22.06%	1,548.69	10.53%
制作	1,286.83	15.32%	3,491.45	13.34%	2,685.48	15.57%	2,049.59	13.94%
人工	1,849.07	22.01%	5,995.71	22.91%	3,344.79	19.40%	2,768.59	18.83%
其他	514.49	6.13%	1,451.46	5.55%	1,303.75	7.56%	1,079.49	7.34%
合计	**8,399.51**	**100.00%**	**26,174.53**	**100.00%**	**17,243.31**	**100.00%**	**14,701.28**	**100.00%**

注：其他主要系差旅费、业务招待费、办公费、水电费等。

公司成本主要核算内容详见本招股说明书“第六节　业务与技术”之“五、发行人采购情况和主要供应商”。

报告期内，公司馆厅展示创意服务成本主要包括专业分包、设备、制作及人工。报告期内，上述成本合计占营业成本比例分别为 92.66%、92.44%、94.46% 及 93.87%。报告期内，随着公司业务规模持续增长，各项成本绝对值金额均保

持增长。

报告期内，公司馆厅展示创意服务成本构成受到报告期内确认收入的项目具体设计方案、项目类型及实施方式等因素影响存在一定的波动性，具体影响情况如下：

①设计方案对馆厅展示创意服务成本构成的影响

公司馆厅展示创意服务均为个性化、非标准化产品，设计方案受客户预算、展示效果、展示内容及展示空间等因素影响。公司结合客户的需求为客户提供整体设计方案，如客户展项需要应用较多的多媒体数字技术，则成本构成中的设备成本占比较高；如客户展项中非标准化产品（如场景复原、影片制作等）较多，则制作成本占比较高；如客户展项较少，则专业分包成本占比会较高。

②项目类型对馆厅展示创意服务成本构成的影响

公司馆厅展示创意服务按照适用场景不同可分为文博馆、科技馆、文旅主题馆、规划馆及企业展厅等。一般而言，不同类型的项目成本构成也不一致。文博馆需要大量的文化宣传、平面制作及场景复原等定制化产品，因此一般而言制作及人工成本占比较高；科技馆需要大量的定制化科技展项，则制作成本占比较高。

③公司项目实施方式不同对成本构成的影响

在项目实施过程中，如客户定制化产品（如影片）要求较高，公司现有人员无法满足客户需求，则公司会将该部分内容委托给专业供应商进行制作，在这种情况下，公司制作成本较高；如公司现有人员能够满足客户需求，相应的定制化产品由公司独立自主完成，则人工成本占比较高。

总体而言，公司项目成本构成受公司承接的项目类型、功能特点、客户需求、创意设计方案、造价水平等多方面影响，公司各年度之间的成本构成具有一定的波动性。

（2）展览展示创意服务成本分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
搭建费	997.00	74.48%	4,893.38	75.20%	6,785.34	78.78%	7,973.99	79.58%
人工	237.74	17.76%	1,135.90	17.46%	1,356.93	15.75%	1,175.10	11.73%
其他	103.84	7.76%	478.00	7.35%	470.70	5.46%	870.94	8.69%
合计	1,338.58	100.00%	6,507.28	100.00%	8,612.96	100.00%	10,020.03	100.00%

注：其他主要系现场发生的零星采购、现场管理费等。

报告期内，公司展览项目成本主要包括搭建费及人工，两者合计占展览展示创意服务成本比例分别为 91.31%、94.53%、92.66%及 92.24%，其中搭建费系公司向供应商采购的展台搭建服务，人工系公司的设计人员、项目经理等人力成本。

（3）创意设计服务成本分析

报告期内，公司设计项目成本主要是公司为客户提供创意设计服务所发生的人工及相关的直接成本，金额较少，对公司经营成果影响不大。

（三）毛利率分析

1、主营业务毛利率分析

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务毛利	5,960.63	15,254.37	12,835.81	10,435.03
主营业务毛利率	37.89%	31.71%	32.95%	29.59%

报告期内，公司主营业务毛利分别为 10,435.03 万元、12,835.81 万元、15,254.37 万元及 5,960.63 万元，主营业务毛利率分别为 29.59%、32.95%、31.71%及 37.89%。

公司馆厅展示创意服务单体项目金额较大，一般而言，如果项目中包含较多的数字多媒体应用、文化创意设计及场景还原等个性化制作部分，由于该部分属于非标准化产品，蕴含了公司的创意设计理念，毛利率会较高；反之如果项目中装饰装修金额较高，由于该部分属于标准化产品，市场价格稳定透明，毛利率较低，相应项目毛利率随之降低。

2、分部毛利率分析

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
馆厅展示创意服务	收入	13,875.64	39,010.85	26,496.98	20,370.09
	成本	8,399.51	26,174.53	17,243.31	14,701.28
	毛利率	39.47%	32.90%	34.92%	27.83%
展览展示创意服务	收入	1,708.95	8,614.04	11,541.72	14,564.31
	成本	1,338.58	6,507.28	8,612.96	10,020.03
	毛利率	21.67%	24.46%	25.38%	31.20%
创意设计服务	收入	148.43	486.64	922.39	333.26
	成本	34.31	175.34	268.99	111.31
	毛利率	76.89%	63.97%	70.84%	66.60%

（1）馆厅展示创意服务毛利率分析

报告期内，公司馆厅展示创意服务毛利率分别为 27.83%、34.92%、32.90% 及 39.47%。公司报告期内累计确认馆厅展示创意服务项目 89 个，由于公司各年度确认收入的项目类型、功能特点、客户需求、创意设计方案、造价水平等均存在不同程度的差异，从而导致各项目单体毛利率存在差异。受当年确认收入的馆厅各项目单体毛利率差异影响，报告期内公司馆厅展示创意服务毛利率存在一定波动。

2017 年度，公司馆厅展示创意服务毛利率为 27.83%，与报告期内其他期间相比偏低的原因系当年确认收入的沙湖码头候船厅（游客集散中心）装修工程项目、宿北大战纪念馆（新馆）建设工程项目及志丹县城市规划展馆项目因毛利率较低的装饰装修工程部分占比较高，导致项目单体毛利率较低，进而拉低 2017 年度馆厅业务整体毛利率。

2020 年 1-6 月，公司馆厅展示创意服务毛利率较高，原因系当年确认收入的用友数字企业馆设计施工项目、汤臣倍健营养探索馆设计与施工项目及扬中市博物馆建设项目布展工程多媒体技术应用较多，装饰装修内容较少，项目单体毛利率较高，上述三个项目合计占当期馆厅展示创意服务收入 60.03%，从而拉升 2020 年 1-6 月馆厅业务整体毛利率。

（2）展览展示创意服务毛利率分析

报告期内，公司展览展示创意服务毛利率分别为 31.20%、25.38%、24.46%及 21.67%，呈现逐年下降的趋势，主要原因如下：

展览展示创意服务项目一般设计与实施周期较短，展台使用时间一般不超过一周，设计难度低，呈现模板化状态。行业进入门槛相对较低，行业内从业企业数量众多。公司展览展示创意服务主要服务于中国五百强企业海外参展，需要先进的设计理念、设计水平及海外稳定的供应商，门槛相对较高，但行业竞争依旧激烈，因此毛利率呈现逐年下降的趋势。

（3）创意设计服务毛利率分析

报告期内，创意设计服务毛利率分别为 66.60%、70.84%、63.97%及 76.89%，毛利率较高，基本保持稳定。

公司单项创意设计服务指公司只为客户提供创意设计服务，不包含后续项目施工落地。因此项目成本主要系职工薪酬，公司在创意设计领域耕耘多年，具有先进的设计理念和大量的设计素材及项目管理经验，能够以较低的成本达到客户预期效果，因此毛利率相对较高。

3、同行业毛利率对比分析

报告期内，发行人和各可比上市公司毛利率情况对比如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
风语筑	31.40%	28.73%	30.17%	28.65%
华凯创意	17.90%	30.98%	27.43%	31.36%
易尚展示	29.30%	36.53%	33.48%	30.10%
丝路视觉	35.94%	33.79%	36.29%	41.04%
行业平均值	28.64%	32.51%	31.84%	32.79%
宽创国际	37.89%	31.71%	32.95%	29.59%

与同行业可比上市公司相比，公司近三年毛利率与行业平均值相差不大，处于行业内的平均水平。2020 年 1-6 月，公司毛利率较行业平均值高 9.25%，主要系上半年营业收入规模较小，当年确认收入的用友数字企业馆设计施工项目、汤

臣倍健营养探索馆设计与施工项目及扬中市博物馆建设项目布展工程项目单体毛利率较高。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及其占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用	1,102.95	7.01%	2,701.03	5.61%	3,015.24	7.74%	2,797.25	7.93%
管理费用	1,368.38	8.70%	3,142.05	6.53%	2,774.81	7.12%	2,267.75	6.43%
研发费用	982.44	6.24%	2,320.53	4.82%	2,029.41	5.21%	1,303.10	3.69%
财务费用	87.94	0.56%	26.69	0.06%	56.16	0.14%	-20.12	-0.06%
合计	**3,541.71**	**22.51%**	**8,190.30**	**17.02%**	**7,875.62**	**20.21%**	**6,347.98**	**18.00%**

报告期内，公司期间费用分别为 6,347.98 万元、7,875.62 万元、8,190.30 万元及 3,541.71 万元，占同期营业收入的比例分别为 18.00%、20.21%、17.02%及 22.51%，报告期内比例呈现一定波动，主要原因系公司主要业务馆厅展示创意服务以竣工验收作为收入确认时点，期间费用与营业收入的关联性较低。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用构成及占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	731.71	66.34%	1,679.21	62.17%	1,783.61	59.15%	1,819.74	65.05%
差旅交通费	122.16	11.08%	375.52	13.90%	447.34	14.84%	365.98	13.08%
业务招待费	31.26	2.83%	103.27	3.82%	107.66	3.57%	94.83	3.39%
业务宣传费	23.91	2.17%	99.73	3.69%	181.68	6.03%	105.10	3.76%
办公费用	17.19	1.56%	55.61	2.06%	97.12	3.22%	106.54	3.81%
折旧费用	20.99	1.90%	50.76	1.88%	25.80	0.86%	8.16	0.29%
无形资产摊销	10.50	0.95%	29.25	1.08%	24.61	0.82%	8.15	0.29%
租赁费	45.27	4.10%	165.73	6.14%	259.17	8.60%	211.92	7.58%
售后维护费	78.68	7.13%	117.79	4.36%	82.57	2.74%	27.51	0.98%
其他	21.29	1.93%	24.16	0.89%	5.67	0.19%	49.32	1.76%
合计	**1,102.95**	**100.00%**	**2,701.03**	**100.00%**	**3,015.24**	**100.00%**	**2,797.25**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用分别为 2,797.25 万元、3,015.24 万元、2,701.03 万元及 1,102.95 万元，销售费用率为 7.93%、7.74%、5.61%及 7.01%。2019 年销售费用率较低，主要系公司缩减毛利率逐年下降的展览展示创意服务业务，从而减少了相关销售人员规模所致。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情的影响，公司销售费用整体规模较低。

公司销售费用主要由职工薪酬及差旅费构成。报告期内，二者合计占当期销售费用率的比例分别为 78.13%、73.99%、76.07%及 77.42%。

（1）职工薪酬

公司销售费用中的职工薪酬主要核算的是销售人员的工资薪酬。近三年，公司销售费用中的职工薪酬分别为 1,819.74 万元、1,783.61 万元和 1,679.21 万元，呈逐年下降趋势，主要原因系：①因公司展览展示创意服务业务市场竞争加剧、毛利率较低，公司正逐步缩减相关业务投入，公司展览展示创意服务收入从 2017 年度的 14,564.31 万元下降至 2019 年度的 8,614.04 万元，相关销售人员从 2017 年度的 114 人下降至 2019 年度的 88 人，相应的职工薪酬也呈下降趋势。②公司馆厅展示创意服务业务销售收入逐年增长，而该业务开拓过程中需要的人力资源较稳定，业务开拓渠道主要包括：A、商务部定期在招投标网站检索相关项目信息；B、项目实施过程中由商务人员在项目附近开拓业务机会；C、老客户推荐介绍；D、参加博物馆协会活动等获取项目信息。

（2）差旅费

公司 2019 年度差旅交通费较 2018 年度减少 71.82 万元，主要原因系展览展示创意服务销售人员员工人数下降、境外业务出差减少所致。

（3）租赁费

公司租赁费主要核算的是公司租赁实际控制人位于中国（上海）自由贸易试验区伽利略路 11 号 2 幢办公楼所支付的租金。2019 年 4 月，宽创国际办公楼正式投入使用，因此 2019 年度公司租赁费较低。

（4）业务宣传费

公司 2018 年度业务宣传费较高，主要系参加了 2018 年的中国博物馆及相关产品与技术博览会。该会议每两年举办一次，因此 2018 年度公司业务宣传费较高。

（5）销售费用率与同行业上市公司对比分析

报告期内，发行人和各可比上市公司销售费用率情况对比如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
风语筑	4.26%	4.61%	5.04%	4.69%
华凯创意	10.16%	9.54%	8.29%	7.28%
丝路视觉	10.70%	11.20%	14.29%	16.66%
易尚展示	3.37%	5.67%	5.97%	6.31%
行业平均值	7.12%	7.75%	8.40%	8.74%
宽创国际	7.01%	5.61%	7.74%	7.93%

公司与可比上市公司销售费用率不存在明显差异。公司馆厅展示创意服务业务与风语筑业务类型相近，报告期内公司销售费用率高于风语筑主要系风语筑销售收入规模较大，规模效应明显。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用构成及占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	910.65	66.55%	1,759.82	56.01%	1,545.79	55.71%	1,318.80	58.15%
股份支付	-	-	360.00	11.46%	-	-	-	-
差旅交通费	80.56	5.89%	252.43	8.03%	400.58	14.44%	344.36	15.19%
业务招待费	30.93	2.26%	61.80	1.97%	51.33	1.85%	41.17	1.82%
办公费用	61.80	4.52%	229.67	7.31%	207.92	7.49%	218.03	9.61%
折旧费用	72.58	5.30%	132.84	4.23%	98.00	3.53%	32.52	1.43%
无形资产摊销	20.24	1.48%	34.17	1.09%	25.82	0.93%	13.36	0.59%
租赁费	10.97	0.80%	18.70	0.60%	44.62	1.61%	46.01	2.03%
车辆使用费	5.75	0.42%	16.25	0.52%	16.23	0.58%	15.98	0.70%
诉讼费	5.01	0.37%	19.22	0.61%	15.08	0.54%	12.21	0.54%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
咨询费	120.45	8.80%	226.62	7.21%	313.37	11.29%	187.42	8.26%
其他	49.42	3.61%	30.52	0.97%	56.07	2.02%	37.88	1.67%
合计	**1,368.38**	**100.00%**	**3,142.05**	**100.00%**	**2,774.81**	**100.00%**	**2,267.75**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用分别为 2,267.75 万元、2,774.81 万元、3,142.05 万元及 1,368.38 万元，占营业收入的比例分别为 6.43%、7.12%、6.53%及 8.70%，呈现整体增长的趋势，主要原因系公司持续加大对人才发展、ERP 办公及内部管理等方面的投入。

公司管理费用主要由职工薪酬、股份支付及差旅交通费等构成，三者合计占比分别为 73.34%、70.15%、75.50%及 72.44%。

（1）股份支付

2018 年 12 月，宽创国际与宽兴咨询签订《增资协议》，协议约定宽兴咨询以人民币 2,160 万元认购公司新增股份 200 万股。2019 年 3 月 8 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，通过《关于上海宽创国际文化科技股份有限公司增资扩股的议案》。

本次增资价格为每股 10.80 元人民币，低于最近一次外部投资者民生投资增资价格 12.6 元/股，高于当期每股净资产价格，有利于激励公司员工，促进公司发展，定价公允。公司已于 2019 年确认相应股份支付金额 360 万元，全部计入当期管理费用，股份支付金额确认情况如下：

项目	民生投资	宽兴咨询
入股价格	12.60 元/股	10.80 元/股
入股数量	180 万股	200 万股
股份支付金额	200 万股*（12.60-10.80）元/股=360 万元	

截至招股说明书签署日，宽兴咨询合伙人及其出资占比参见“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人主要股东及实际控制人的基本情况”。

（2）职工薪酬

近三年，公司管理费用职工薪酬金额分别为 1,318.80 万元、1,545.79 万元及 1,759.82 万元，呈现逐年增长的趋势，主要原因系公司加强了内部管理，管理人员人数从 2017 年的 73 人增长至 2019 年的 87 人。2020 年 1-6 月，公司管理费用职工薪酬为 910.65 万元。

（3）管理费用率与同行业上市公司对比分析

报告期内，发行人和各可比上市公司管理费用率情况对比如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
风语筑	4.31%	5.03%	5.75%	4.64%
华凯创意	33.09%	10.82%	6.98%	5.84%
丝路视觉	11.72%	10.42%	13.86%	14.60%
易尚展示	8.18%	7.24%	8.24%	10.01%
行业平均值	14.33%	8.38%	8.71%	8.77%
宽创国际	**8.70%**	**6.53%**	**7.12%**	**6.43%**

注：同行业管理费用率不包含研发费用。

近三年，公司管理费用率略低于同行业可比上市公司平均水平，但高于与公司业务最接近的风语筑，因此，公司管理费用率与同行业可比公司不存在明显差异。

2020 年 1-6 月，华凯创意因推进重大资产重组项目，顾问服务费同比增加，管理费用率较高拉升了同行业可比公司平均水平，公司管理费用率低于行业平均值。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	766.57	78.03%	2,018.08	86.97%	1,680.27	82.80%	999.31	76.69%
材料费用	45.86	4.67%	73.03	3.15%	117.68	5.80%	111.25	8.54%
折旧费用	55.42	5.64%	92.24	3.97%	59.20	2.92%	27.69	2.12%
无形资产摊销	27.46	2.80%	45.64	1.97%	1.47	0.07%	1.44	0.11%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
委外费用	78.08	7.95%	39.91	1.72%	49.11	2.42%	49.53	3.80%
租赁费	-	-	46.80	2.02%	69.99	3.45%	80.21	6.16%
其他	9.04	0.92%	4.82	0.21%	51.68	2.55%	33.67	2.58%
合计	**982.44**	**100.00%**	**2,320.53**	**100.00%**	**2,029.41**	**100.00%**	**1,303.10**	**100.00%**

报告期内，公司研发费用分别为 1,303.10 万元、2,029.41 万元、2,320.53 万元及 982.44 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.69%、5.21%及 4.82%及 6.24%。

公司研发费用主要由职工薪酬、材料费用及折旧费用等构成。报告期内，公司注重展示技术及相关展项的研发，引入的人员层次不断提升，薪酬支出随之增长。公司材料费用主要系公司为项目研发领用的原材料，折旧费用主要系房屋、多媒体硬件等折旧。

（1）研发项目情况

公司研发项目的整体预算、费用支出金额及实施进度如下：

单位：万元

年度	序号	项目	整体预算	费用支出金额	实施进展
2020 年 1-6 月	1	通用播放器	270.00	69.29	进行中
	2	手机端展馆三维数据可视化	288.00	96.46	进行中
	3	宽创智慧云盒	298.00	84.43	进行中
	4	智行天下-沉浸式机电平台设备	289.00	112.53	进行中
	5	旋转苍穹-沉浸式机电平台设备	298.00	123.73	进行中
	6	骑乘风暴-沉浸式机电平台设备	289.00	90.69	进行中
	7	魔方精灵-艺术展示装置设备	280.00	76.13	进行中
	8	旋转光影-艺术展示装置设备	290.00	105.00	进行中
	9	活体检测可视化分析系统	285.00	52.29	进行中
	10	基于云渲染的数字沙盘展示系统	295.00	55.30	进行中
	11	DNA-艺术展示装置设备	300.00	116.59	进行中
	合计		**3,182.00**	**982.44**	
2019 年度	1	AR 互动大屏	230.00	228.97	已完成
	2	EasyPlay 播放平台	260.00	256.35	已完成
	3	MR 虚拟展厅	250.00	222.03	已完成
	4	VR 沉浸式飞行装置平台	270.00	263.68	已完成
	5	基于人体骨骼识别与面部三维重	220.00	214.21	已完成

年度	序号	项目	整体预算	费用支出金额	实施进展
		建的戏衣魔镜			
	6	基于摄像头实时视频流的油画生成器	230.00	227.22	已完成
	7	全景 VR 线上博物馆	240.00	222.45	已完成
	8	人人看展	220.00	210.31	已完成
	9	三维数据可视化	260.00	255.85	已完成
	10	微信互动活动系统	220.00	219.46	已完成
	合计		**2,400.00**	**2,320.53**	
2018年度	1	景区多元智慧导览平台	210.00	201.90	已完成
	2	智慧化博物馆数字内容服务平台	220.00	203.68	已完成
	3	基于互动射击展项研发	210.00	205.76	已完成
	4	基于震频率机器人展项研发	260.00	203.03	已完成
	5	基于智能轨道镜展项研发	210.00	202.33	已完成
	6	基于自行车漫游展项研发	210.00	202.11	已完成
	7	基于魔墙展项研发	230.00	201.73	已完成
	8	展馆展示行业文化传播平台	230.00	203.27	已完成
	9	基于二维码的游客服务平台	210.00	202.14	已完成
	10	基于钓鱼机展项研发	210.00	203.46	已完成
	合计		**2,200.00**	**2,029.41**	
2017年度	1	基于 Ibeacon 的大型室内通用导览系统	235.00	218.43	已完成
	2	基于博物馆展示项目的部分设备硬件通用 SDK	230.00	210.14	已完成
	3	基于 AR 云识别技术的智慧旅游 APP 研发	205.00	222.05	已完成
	4	基于互联网的展馆展示系统	225.00	222.26	已完成
	5	游客数据采集分析系统	215.00	217.07	已完成
	6	智慧化博物馆管理平台	220.00	213.15	已完成
	合计		**1,330.00**	**1,303.10**	

（2）研发费用率与同行业上市公司对比分析

报告期内，发行人和各可比上市公司研发费用率情况对比如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
风语筑	2.76%	3.32%	3.72%	3.24%
华凯创意	4.43%	4.21%	3.96%	3.80%
丝路视觉	6.18%	4.70%	4.26%	4.92%
易尚展示	4.38%	4.21%	3.08%	4.17%

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
行业平均值	4.44%	4.11%	3.75%	4.03%
宽创国际	6.24%	4.82%	5.21%	3.69%

报告期内，公司与同行业可比上市公司研发费用率不存在明显差异。

4、财务费用

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息费用	55.12	52.49	-	-
利息收入	8.40	27.26	39.87	22.10
汇兑损失（“-”号为汇兑收益）	18.28	-43.71	63.19	-29.14
手续费支出	22.93	45.17	32.85	31.12
合计	**87.94**	**26.69**	**56.16**	**-20.12**

报告期内，公司财务费用分别为-20.12 万元、56.16 万元、26.69 万元及 87.94 万元。公司财务费用主要系利息费用、香港子公司产生的汇兑损益及银行手续费。

（五）其他对经营成果有重大影响的项目分析

1、营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益
赔偿金收益	-	-	85.87	85.87	16.18	16.18	0.01	0.01
其他	2.10	2.10	0.48	0.48	1.82	1.82	1.86	1.86
合计	**2.10**	**2.10**	**86.34**	**86.34**	**18.00**	**18.00**	**1.87**	**1.87**

报告期内，公司营业外收入金额较低，对净利润影响较少，其中赔偿金收益主要系法院判决的违约金、逾期利息等。

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益	金额	计入当期非经常性损益
非流动资产损坏报废损失	-	-	5.27	5.27	-	-	-	-
赔偿金额	4.46	4.46	167.09	167.09	-	-	-	-
延期付款利息支出	55.42	55.42	-	-	-	-	-	-
其他	5.04	5.04	4.98	4.98	12.25	12.25	11.20	11.20
合计	**64.92**	**64.92**	**177.33**	**177.33**	**12.25**	**12.25**	**11.20**	**11.20**

报告期内，公司营业外支出分别为 11.20 万元、12.25 万元、177.33 万元及 64.92 万元。其中，2019 年公司 167.09 万元赔偿金主要系：

2019 年 3 月 8 日，公司与奥多比公司（Adobe System Incorporated）达成民事调解协议，协议约定公司需于 2019 年 7 月 30 日前向奥多比公司支付损害赔偿金 55 万元。2019 年 3 月 19 日，公司与欧特克公司（Autodesk Inc.）达成民事调解协议，协议约定公司需于 2019 年 7 月 30 日前向欧特克公司支付损害赔偿金 100 万元。公司已于 2019 年支付完毕上述赔偿金。

2020 年 1-6 月延期付款利息支出系公司供应商陕西恒业建设集团有限公司诉公司要求支付工程款及相应逾期利息，公司出于谨慎考虑，按照同期贷款利率计提利息费用作为预计负债并结转营业外支出。案件详情参见“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为”。

除上述项目外，公司营业外支出金额较低，对净利润影响较低。

3、其他收益

报告期内，公司其他收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
政府补助	130.44	498.00	364.38	92.97	与收益相关

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
合计	**130.44**	**498.00**	**364.38**	**92.97**	

2017 年 5 月 10 日，财政部修订了《企业会计准则第 16 号-政府补助》，自 2017 年 6 月 12 日开始执行，与企业日常活动相关的政府补助计入其他收益。报告期内，公司计入其他收益的政府补助如下：

单位：万元

序号	补助项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
1	促进中小企业上市挂牌补贴	60.00	-	-	-	与收益相关
2	浦东新区文化创意产业发展专项资金	27.00	-	-	-	与收益相关
3	上海市科学技术委员会小巨人政府补贴	-	300.00	-	-	与收益相关
4	上海市浦东新区世博地区开发管理委员会开发扶持资金	-	164.00	268.20	-	与收益相关
5	浦东新区科技发展基金重点企业研发机构补贴	-	-	80.00	80.00	与收益相关
6	个税返还	21.84	16.01	2.76	1.90	与收益相关
7	其他零星政府补助	21.60	17.99	13.42	11.07	与收益相关
合计		**130.44**	**498.00**	**364.38**	**92.97**	

4、信用减值损失及资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款信用减值损失	297.58	1,376.90	-	-
合同资产信用减值损失	195.20	-	-	-
其他应收款信用减值损失	104.48	76.34	-	-
应收融资款项信用减值损失	9.44	3.50	-	-
合计	**606.70**	**1,456.74**	**-**	**-**

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款坏账损失	-	-	956.78	371.30
其他应收款坏账损失	-	-	-41.29	119.21
存货跌价损失	-	16.95	240.96	-
合计	**-**	**16.95**	**1,156.45**	**490.51**

（六）缴税情况

1、公司主要税种纳税情况

报告期内，公司所得税、增值税的纳税情况如下：

单位：万元

项目	所得税				增值税			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初未缴数	357.20	954.94	608.49	-207.82	643.65	466.63	80.86	369.73
本期应缴数	45.89	1,183.55	1,284.95	964.13	154.32	888.12	1,022.60	981.98
本期已缴数	431.57	1,781.29	938.51	147.82	366.92	711.10	636.83	1,270.85
期末未缴数	-28.49	357.20	954.94	608.49	431.05	643.65	466.63	80.86

2、重大税收政策变化及税收优惠对发行人的影响

报告期内，公司享受的税收优惠主要为高新技术企业所得税优惠，税收优惠金额对利润总额影响情况较少，对公司的经营成果不构成重大影响，公司对税收优惠不存在重大依赖。公司高新技术企业资格有效期至 2022 年 10 月，合理预期未来公司能通过高新技术企业资格复审，继续享受高新技术企业税收优惠。

十、资产质量分析

（一）资产总体构成及变化分析

报告期各期末，公司资产结构如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	55,365.19	80.84%	58,708.47	81.17%	49,392.18	81.53%	36,976.51	80.49%
非流动资产	13,121.48	19.16%	13,621.03	18.83%	11,189.10	18.47%	8,961.80	19.51%
合计	**68,486.67**	**100.00%**	**72,329.50**	**100.00%**	**60,581.28**	**100.00%**	**45,938.32**	**100.00%**

近三年，公司总资产呈持续稳定增长趋势。2018 年末及 2019 年末，公司总资产较上年末增幅分别为 31.88%和 19.39%，主要原因系随着公司业务规模的不断扩大及盈利水平的不断提升，公司经营性资产不断增加。2020 年 6 月末，公司总资产规模略有下降，主要系①公司上半年支付了较多供应商款项；②受全球新冠疫情影响，公司上半年展览展示创意服务业务下降明显。

报告期内，公司流动资产占总资产比重保持在 80%以上，占比较高，符合行业特点及公司经营模式。公司属于文化创意企业，没有生产职能。除宽创大楼外，公司无其他重大非流动资产，非流动资产占比较低。

（二）流动资产构成及变化分析

报告期内，公司流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	4,179.85	7.55%	3,334.60	5.68%	7,624.92	15.44%	7,726.96	20.90%
交易性金融资产	3,835.30	6.93%	8,938.37	15.23%	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	3,000.00	6.07%	1,881.69	5.09%
应收票据	-	-	-	-	894.00	1.81%	-	-
应收账款	22,295.15	40.27%	22,546.43	38.40%	14,648.45	29.66%	10,055.28	27.19%
应收款项融资	445.86	0.81%	774.50	1.32%	-	-	-	-
预付款项	1,246.67	2.25%	773.66	1.32%	1,206.02	2.44%	1,127.35	3.05%
其他应收款	1,412.73	2.55%	1,743.84	2.97%	2,439.15	4.94%	2,042.03	5.52%
其中：应收利息	-	-	-	-	-	-	92.72	0.25%
应收股利	-	-	-	-	-	-	-	-
存货	19,347.21	34.94%	20,595.47	35.08%	19,573.96	39.63%	13,967.92	37.78%

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合同资产	2,573.32	4.65%	-	-	-	-	-	-
其他流动资产	29.10	0.05%	1.60	0.00%	5.69	0.01%	175.27	0.47%
流动资产合计	55,365.19	100.00%	58,708.47	100.00%	49,392.18	100.00%	36,976.51	100.00%

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、应收账款和存货构成，上述资产合计占流动资产的比率一直保持在 89%以上。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
现金	8.53	4.82	30.28	29.47
银行存款	3,587.30	2,571.35	6,579.80	7,403.98
其他货币资金	584.02	758.43	1,014.83	293.51
合计	**4,179.85**	**3,334.60**	**7,624.92**	**7,726.96**
其中：存放在境外的款项总额	1,306.92	1,218.11	5,235.07	3,166.38

报告期各期末，公司货币资金分别为 7,726.96 万元、7,624.92 万元、3,334.60 万元及 4,179.85 万元，占同期末流动资产的比例分别为 20.90%、15.44%、5.68%及 7.55%。

2019 年末，公司银行存款余额较 2018 年末下降 4,008.45 万元，下降了 60.92%，主要系公司将部分银行存款购买了 6,100 万元的银行理财产品。

报告期各期末，公司货币资金主要为银行存款及其他货币资金。公司其他货币资金主要系履约保函保证金。报告期各期末，公司其他货币资金明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
保函保证金	476.17	612.89	1,009.84	293.51
承兑汇票保证金	107.07	144.81	-	-

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
其他	0.77	0.73	4.99	0.00
合计	**584.02**	**758.43**	**1,014.83**	**293.51**

2018 年末，公司其他货币资金较 2017 年末增加 721.32 万元，主要系公司 2018 年度履约保函增加所致。

2、交易性金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
交易性金融资产	3,835.30	8,938.37	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	3,000.00	1,881.69
合计	**3,835.30**	**8,938.37**	**3,000.00**	**1,881.69**

公司交易性金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产具体信息如下：

单位：万元

主体	理财产品	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
发行人	工商银行财智快线 T+1 产品：工银瑞信货币市场基金（482002）	-	6,100.00	3,000.00	-
	中信银行共赢稳健天天利人民币理财产品	1,000.00	-	-	-
宽创香港	安联美元高收益基金-AM 类收息股份(美元)	-	-	-	1,881.69
	中国农业银行香港分行定息存款证	1,424.52	2,140.75	-	-
	中国银行香港分行定息存款证	705.95	697.62	-	-
	东亚银行股份有限公司定息存款证	704.83	-	-	-
合计		**3,835.30**	**8,938.37**	**3,000.00**	**1,881.69**

截至 2020 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产余额为 3,835.30 万元，系公司

为提高资金收益而购买的相关银行理财产品，公司具体管理理财产品情况如下：

单位：万元

主体	理财产品	金额	投资目的	期限	减值准备
发行人	中信银行共赢稳健天天利人民币理财产品	1,000.00	提高资金收益	活期	-
宽创香港	中国农业银行香港分行定息存款证	1,424.52	提高资金收益	2021 年 2 月 5 日	-
	中国银行香港分行定息存款证	705.95	提高资金收益	2020 年 8 月 10 日	-
	东亚银行股份有限公司定息存款证	704.83	提高资金收益	2020 年 12 月 24 日	-
合计		**3,835.30**			

发行人购买的银行理财产品主要系低风险的货币资金基金，流动性强，可回收性强，不影响公司流动性。宽创香港在保证公司流动资金正常使用的前提下，将部分闲置资金分批次购买理财产品，所购买的理财产品风险低，可回收性强。

3、应收票据

报告期各期末，公司应收票据具体信息如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	-	-	894.00	-
商业承兑汇票	-	-	-	-
合计	**-**	**-**	**894.00**	**-**

公司 2018 年末 894.00 万元应收票据均为银行承兑汇票，占当期流动资产的比例为 1.81%，未计提坏账准备。

4、应收账款

（1）应收账款概况

报告期各期末，公司应收账款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收账款余额	25,945.57	25,898.43	16,624.30	11,072.71
坏账准备	3,650.42	3,352.00	1,975.86	1,017.43
应收账款账面价值	22,295.15	22,546.43	14,648.45	10,055.28
营业收入	15,733.02	48,111.53	38,961.08	35,267.66
应收账款余额/营业收入	164.91%	53.83%	42.67%	31.40%

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 11,072.71 万元、16,624.30 万元、25,898.43 万元及 25,945.57 万元，占营业收入的比例分别为 31.40%、42.67%、53.83%和 164.91%（未进行年化），呈现逐年上升的趋势，主要原因系：（1）馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，回款速度较慢；（2）公司主要客户为地方政府、事业单位及政府投资平台，受内部审批流程、整体财政资金用途安排等因素综合影响，存在回款速度相对较慢的情形。由于上述原因，随着公司业务规模逐年扩大，公司应收账款规模逐年增长，并处于较高水平。

公司应收账款会计处理与项目进度的关系如下：

馆厅展示创意服务项目：

项目主要阶段	时间节点	款项支付情况	会计处理
第一阶段	签订合同	支付合同价款的 10%-30%	确认预收款
第二阶段	项目实施	按照项目进度支付进度款	
第三阶段	项目验收	支付至合同价款的 70%-80%	确认营业收入
第四阶段	项目决算	支付至决算金额的 90%-95%	根据决算金额调整前期收入确认金额
第五阶段	质保期满	支付剩余 5%-10%	确认收款

展览展示创意服务项目：

项目主要阶段	时间节点	结算	会计处理
第一阶段	签订合同	支付合同价款的 50%至 100%	确认预收款
第二阶段	闭展	支付合同价款的剩余金额	确认营业收入

（2）应收账款坏账计提情况

2019 年末及 2020 年 6 月末，公司应收账款坏账（适用新金融工具准则）情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日				2019 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备		账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
按单项评估计提坏账准备的应收账款	148.24	0.57%	148.24	100.00%	148.24	0.57%	148.24	100.00%
按组合计提坏账准备的应收账款	25,797.34	99.43%	3,502.19	13.58%	25,750.19	99.43%	3,203.76	12.44%
其中：账龄组合	25,797.34	99.43%	3,502.19	13.58%	25,750.19	99.43%	3,203.76	12.44%
合计	**25,945.57**	**100.00%**	**3,650.42**	**14.07%**	**25,898.43**	**100.00%**	**3,352.00**	**12.94%**

2017 年末及 2018 年末，公司应收账款坏账（适用原金融工具准则）情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日				2017 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备		账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	16,496.07	99.23%	1,847.62	11.20%	11,072.71	100.00%	1,017.43	9.19%
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	128.24	0.77%	128.24	100.00%	-	-	-	-
合计	**16,624.30**	**100.00%**	**1,975.86**	**11.89%**	**11,072.71**	**100.00%**	**1,017.43**	**9.19%**

截至 2020 年 6 月 30 日，公司按单项评估计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	账龄	预期信用损失率(%)	计提理由
深圳市沃特玛电池有限公司	56.24	56.24	3-4 年	100.00	公司破产

单位名称	账面余额	坏账准备	账龄	预期信用损失率(%)	计提理由
深圳市金立通信设备有限公司	45.00	45.00	4-5 年	100.00	公司破产
中盛光电能源股份有限公司	27.00	27.00	3-4 年	100.00	公司破产
贵阳宏益房地产开发有限公司	20.00	20.00	4-5 年	100.00	预计无法收回
合计	**148.24**	**148.24**			

（3）应收账款账龄分析

公司应收账款账龄表情况如下：

金额：万元

账龄	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内（含 1 年）	13,297.79	51.25%	15,580.28	60.16%	10,261.56	61.73%	7,192.43	64.96%
1-2 年（含 2 年）	7,063.24	27.22%	5,495.02	21.22%	3,568.84	21.47%	2,548.26	23.01%
2-3 年（含 3 年）	3,483.72	13.43%	2,704.02	10.44%	1,987.35	11.95%	1,325.27	11.97%
3-4 年（含 4 年）	1,758.13	6.78%	1,912.59	7.38%	806.56	4.85%	-	-
4-5 年（含 5 年）	211.44	0.81%	206.52	0.80%	-	-	6.75	0.06%
5 年以上	131.27	0.51%	-	-	-	-	-	-
合计	**25,945.57**	**100.00%**	**25,898.43**	**100.00%**	**16,624.30**	**100.00%**	**11,072.71**	**100.00%**

报告期内，公司 2 年内应收账款账面余额占比分别为 87.97%、83.20%、81.38% 及 78.47%，报告期内逐年下降主要系①馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，回款速度较慢，符合行业特点；②公司主要客户为地方政府、事业单位及政府投资平台，受地方政府财政拨款因素影响，具体支付时间需要由政府部门的内部审批流程、整体财政资金用途安排等因素综合决定，存在回款速度相对较慢的情形。

发行人与同行业公司应收账款坏账准备计提政策比较如下：

账龄	发行人	风语筑	华凯创意	易尚展示	丝路视觉
1 年以内（含 1 年）	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	1.00%
1-2 年（含 2 年）	10.00%	10.00%	10.00%	25.00%	10.00%
2-3 年（含 3 年）	30.00%	30.00%	30.00%	40.00%	50.00%

账龄	发行人	风语筑	华凯创意	易尚展示	丝路视觉
3-4 年（含 4 年）	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%	100.00%
4-5 年（含 5 年）	80.00%	80.00%	80.00%	60.00%	
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

报告期内公司坏账计提政策与可比上市公司相比，不存在明显差异。

（4）逾期一年以上应收账款情况

公司存在逾期 1 年以上应收账款，主要受到工程审计决算周期长及客户回款慢的影响，符合行业特点。公司逾期客户多为政府单位、事业单位及国有公司，不存在被吊销营业执照、被列为失信被执行人或破产清算等情况，预计上述客户款项回收可能性较高。因此，公司依据坏账计提政策，根据信用风险特征组合计提了坏账准备，并已采取相关措施，积极回收上述应收账款。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：报告期内发行人逾期一年以上的应收账款坏账准备计提充分。

（5）报告期各期末前五大应收账款客户情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司应收账款前五大客户如下表所示：

单位：万元

客户名称	账面余额	占比（%）	坏账准备余额
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	1,856.14	7.15	92.81
合肥滨投文化创意发展有限公司	1,520.84	5.86	76.04
陕西建工集团有限公司	1,435.88	5.53	407.99
兴安县文物局	1,277.69	4.92	63.88
南宁园博园管理中心	1,253.47	4.83	125.35
合计	**7,344.02**	**28.29**	**766.07**

截至 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款前五大客户如下表所示：

单位：万元

客户名称	账面余额	占比（%）	坏账准备
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	2,093.84	8.08	104.69
兴安县文物局	1,773.64	6.85	88.68
合肥滨投文化创意发展有限公司	1,745.74	6.74	70.10
胶州市少海发展管理处	1,644.46	6.35	164.45

客户名称	账面余额	占比（%）	坏账准备
陕西建工集团有限公司	1,435.88	5.54	407.99
合计	**8,693.57**	**33.56**	**835.91**

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应收账款前五大客户如下表所示：

单位：万元

客户名称	账面余额	占比（%）	坏账准备
中卫市启源房地产开发有限公司	2,340.40	14.08	117.02
胶州市少海发展管理处	1,644.46	9.89	82.22
道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	1,384.70	8.33	69.24
陕西建工集团有限公司	1,354.69	8.15	135.47
广东省罗浮山风景名胜区管理委员会	1,160.39	6.98	348.12
合计	**7,884.65**	**47.43**	**752.06**

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应收账款前五大客户如下表所示：

单位：万元

客户名称	账面余额	占比（%）	坏账准备
陕西建工集团有限公司	2,364.59	21.36	118.23
广东省罗浮山风景名胜区管理委员会	1,160.39	10.48	116.04
淘宝（中国）软件有限公司	674.71	6.09	33.74
苏州太湖园博实业发展有限公司	601.63	5.43	60.16
贵州乌当经济开发区建设投资开发有限公司	429.56	3.88	21.48
合计	**5,230.88**	**47.24**	**349.65**

报告期各期末，公司前五名应收账款账面余额分别为 5,230.88 万元、7,884.65 万元、8,693.57 万元及 7,344.02 万元，占全部应收账款余额的比例分别为 47.24%、47.43%、33.56%及 28.29%。报告期内，公司客户主要为政府事业单位、政府投资平台及知名企业，资信状况良好，应收账款无法收回的可能性较小。

（6）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率与同行业公司对比如下：

单位：次/年

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
风语筑	1.01	2.20	2.24	2.52
华凯创意	0.18	1.30	1.38	1.99

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
易尚展示	0.71	1.91	2.83	2.88
丝路视觉	0.82	2.22	2.60	2.30
平均值	0.68	1.91	2.26	2.42
发行人	0.70	2.59	3.15	4.29

报告期内，发行人应收账款周转率分别为 4.29 次/年、3.15 次/年、2.59 次/年和 0.70 次/年，呈逐年下降趋势，主要系受到行业特点及环境影响，整个行业工程款支付进度普遍趋慢，与同行业可比上市公司趋势一致，且优于同行业可比公司平均水平。报告期内，受行业大环境影响，公司与同行业可比上市公司与公司应收账款周转率均呈现一定程度的下降，与同行业变化趋势一致，表现出行业内工程款支付进度较慢的特性。公司应收账款周转率高于行业平均值，主要系公司主营业务之一展览展示创意服务应收账款金额较少，应收账款周转率高。

（7）现金回款及第三方回款

报告期内，公司现金回款及第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三方回款	2,725.31	100.00%	5,463.79	100.00%	3,306.68	100.00%	5,031.58	100.00%
其中： 国库统一支付	2,604.70	95.57%	4,366.68	79.92%	2,324.88	70.31%	3,719.26	73.92%
客户关联方支付	127.34	4.67%	1,037.52	18.99%	965.71	29.20%	1,312.32	26.08%
诉讼回款	-	-	59.58	1.09%	16.09	0.49%	-	-
现金回款	-		8.58		35.67		57.79	
营业收入	15,733.02		48,111.53		38,961.08		35,267.66	
现金及第三方回款占营业收入比重	**17.32%**		**11.37%**		**8.58%**		**14.43%**	

①现金回款

报告期内，公司现金收款金额分别为 57.79 万元、35.67 万元、8.58 万元及 0.00 万元，金额较少，且逐年下降。公司现金回款全部源于展览展示创意服务收入。根据公司收款政策，对于展览展示创意服务客户，公司一般会预收 50-80% 合同款项，部分客户选择在展会现场支付尾款及零星费用。为加强尾款回收，如

客户要求现场现金支付尾款，现场人员接受现金并及时归还公司。

②第三方回款

公司第三方回款原因包括：财政国库统一支付、诉讼回款及客户关联方回款。其中，馆厅展示创意服务由于客户主要系事业单位、政府单位等，该类客户往往由指定财政部门其他专门部门支付。诉讼回款系公司通过诉讼仲裁等法律手段追回相应货款，由于客户没有主动执行相关判决，发行人申请强制执行，法院将相关款项拨付给发行人。关联方回款主要系客户的关联方，如客户股东、法定代表人、实际控制人、客户分公司、子公司等，由于客户的付款安排导致的第三方回款。

公司第三方回款占营业收入比例较低，且 70%以上系由国库支付产生。上述第三方回款行为符合行业的经营特点，相关方均没有涉及公司及公司关联方。

经核查，保荐人认为发行人现金回款及第三方回款所对应的营业收入真实，系公司业务正常发生。

5、应收款项融资

2019 年 1 月 1 日起，公司执行新金融工具准则，将持有的符合条件的应收票据余额重分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产列报为“应收款项融资”，2019 年末及 2020 年 6 月末公司应收款项融资具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	200.00	708.00	-	-
商业承兑汇票	-	70.00	-	-
已贴现未到期商业承兑汇票	258.80	-	-	-
坏账准备	12.94	3.50	-	-
合计	**445.86**	**774.50**	**-**	**-**

6、预付款项

报告期各期末，公司预付款项分别为 1,127.35 万元、1,206.02 万元、773.66 万元及 1,246.67 万元，占流动资产的比例分别为 3.05%、2.44%、1.32%及 2.25%，主要为预付的工程、设备款等。

报告期内，公司预付款项前五名基本情况如下：

截至 2020 年 6 月 30 日，公司预付款项前五大供应商如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	期末余额	占比
1	万永信息技术（上海）有限公司	94.34	7.57%
2	巨野龙祥建材有限公司	50.40	4.04%
3	TIMEMESSE LIMITED	40.84	3.28%
4	西安水乐景观工程有限公司	39.22	3.15%
5	中电鸿信信息科技有限公司	34.81	2.79%
合计		**259.61**	**20.83%**

截至 2019 年 12 月 31 日，公司预付款项前五大供应商如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	期末余额	占比
1	万永信息技术（上海）有限公司	70.75	9.15%
2	定襄晟龙木雕模型艺术有限公司	47.28	6.11%
3	上海朕杨建筑工程有限公司	32.21	4.16%
4	上海枫燊建筑劳务有限公司	30.24	3.91%
5	自贡众擎科技有限公司	27.70	3.58%
合计		**208.18**	**26.91%**

截至 2018 年 12 月 31 日，公司预付款项前五大供应商如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	期末余额	占比
1	影钛宝迪信息工程技术（北京）有限公司	301.18	24.97%
2	上海龙宣数字科技有限公司	126.15	10.46%
3	重庆梅塞科贸有限公司	39.83	3.3%
4	上海梓影系统工程技术有限公司	39.46	3.27%
5	安徽省同源建筑工程有限公司	38.45	3.19%
合计		**545.06**	**45.19%**

截至 2017 年 12 月 31 日，公司预付款项前五大供应商如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	期末余额	占比
1	青岛浩海网络科技股份有限公司	128.00	11.35%
2	上海磊建数码科技有限公司	99.15	8.79%
3	上海阳淳电子股份有限公司	87.01	7.72%
4	上海乐显电子科技有限公司	79.68	7.07%
5	北京卉嵩景观设计有限公司	58.29	5.17%
合计		**452.13**	**40.1%**

7、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收账款明细如下：

单位：万元

款项性质	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收利息	-	-	-	92.72
其他应收款项	1,753.00	1,979.63	2,598.58	2,150.00
减：坏账准备	340.27	235.78	159.43	200.68
合计	**1,412.73**	**1,743.84**	**2,439.15**	**2,042.03**

其中其他应收款项余额按款项性质明细如下：

单位：万元

款项性质	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金保证金	1,674.04	95.50%	1,864.48	94.18%	1,723.30	66.32%	1,678.26	78.06%
其他往来款	78.96	4.50%	115.15	5.82%	36.91	1.42%	471.74	21.94%
应收退税款	-	-	-	-	838.36	32.26%	-	-
合计	**1,753.00**	**100.00%**	**1,979.63**	**100.00%**	**2,598.58**	**100.00%**	**2,150.00**	**100.00%**

公司其他应收款主要系项目执行过程中的履约保证金、投标保证金及其他类型保证金。报告期各期末，公司押金保证金占其他应收款账面余额比例分别为 78.06%、66.32%、94.18%及 95.50%。

2018 年末，公司应收退税款 838.36 万元主要系香港子公司申请的自 2015 年设立以来至 2017 年度香港利得税退税。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司其他应收款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款项比例	坏账准备
上海市浦东新区人民法院	保证金	301.54	1 年以内	17.20%	15.08
苏州水木清华设计营造有限公司	保证金	259.80	2-3 年	14.82%	77.94
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	保证金	200.00	3-4 年	11.41%	100.00
东北电力大学	保证金	140.00	1-2 年	7.99%	14.00
苏州市吴中区人民法院	保证金	125.70	1-2 年	7.17%	12.57
合计		**1,027.04**		**58.59%**	**219.59**

截至 2019 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款项比例	坏账准备
上海市浦东新区人民法院	保证金	323.38	1 年以内	16.34%	16.17
苏州水木清华设计营造有限公司	保证金	259.80	1-2 年	13.12%	25.98
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	保证金	200.00	2-3 年	10.10%	60.00
东北电力大学	保证金	140.00	1-2 年	7.07%	14.00
苏州市吴中区人民法院	保证金	125.70	1 年以内	6.35%	6.29
合计		**1,048.88**		**52.98%**	**122.43**

截至 2018 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款项比例	坏账准备
香港税务局	应收退税款	838.36	1 年以内	32.26%	-
苏州水木清华设计营造有限公司	保证金	259.80	1 年以内	10.00%	12.99
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	保证金	200.00	1-2 年	7.70%	20.00
东北电力大学	保证金	140.00	1 年以内	5.39%	7.00
中卫市启源房地产开发有限公司	保证金	124.56	1-2 年	4.79%	12.46
合计		**1,562.72**		**60.14%**	**60.53**

截至 2017 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款项比例	坏账准备
中卫市启源房地产开发有限公司	保证金	622.70	1 年以内	28.96%	31.14
李丹	个人借款	236.57	1-3 年	11.00%	63.47
惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	保证金	200.00	1 年以内	9.30%	10.00
中卫市人力资源和社会保障局	保证金	124.54	1 年以内	5.79%	6.23
绍兴金珂桥科技城开发建设投资有限公司	保证金	80.80	1 年以内	3.76%	4.04
合计		**1,264.62**		**58.81%**	**114.87**

截至 2020 年 6 月 30 日，公司其他应收款不存在持有公司 5%以上表决权股份的股东单位欠款情况。

8、存货

（1）存货构成分析

报告期各期末，公司存货账面价值如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
原材料	110.71	109.07	98.17	30.32
工程施工	19,253.45	20,503.35	19,716.75	13,937.61
存货账面余额	19,364.16	20,612.43	19,814.92	13,967.92
减：存货跌价准备	16.95	16.95	240.96	-
存货账面价值	19,347.21	20,595.47	19,573.96	13,967.92

公司存货主要包括原材料、未验收的馆厅展示创意服务项目及展览展示创意服务项目等。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 13,967.92 万元、19,573.96 万元、20,595.47 万元及 19,347.21 万元。

①原材料

报告期内，公司原材料余额分别为 30.32 万元、98.17 万元、109.07 万元及 110.71 万元，占存货余额比例分别为 0.22%、0.50%、0.53%及 0.57%，金额及占

比较低。公司为提高资金使用效率，不设立集中仓库，项目所需物资统一由供应商发货到项目现场。期末原材料核算的系部分尚未使用的物资。

②工程施工

报告期内，公司工程施工余额分别为 13,937.61 万元、19,716.75 万元、20,503.35 万元及 19,253.45 万元，占存货余额比例分别为 99.78%、99.50%、99.47% 及 99.43%。工程施工主要核算的系公司尚未完成验收的馆厅展示创意服务项目及展览展示创意服务项目所实际发生的成本。

公司存货账面余额分类明细如下：

单位：万元

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	110.71	0.57%	109.07	0.53%	98.17	0.50%	30.32	0.22%
工程施工	19,253.45	99.43%	20,503.35	99.47%	19,716.75	99.50%	13,937.61	99.78%
馆厅展示创意服务								
其中：专业分包	7,970.69	41.16%	8,957.40	43.46%	7,816.24	39.45%	5,437.14	38.93%
设备	3,557.83	18.37%	4,212.07	20.43%	4,936.03	24.91%	3,454.40	24.73%
制作	2,644.30	13.66%	2,727.68	13.23%	1,692.83	8.54%	1,805.55	12.93%
人工	3,489.86	18.02%	3,095.40	15.02%	3,793.74	19.15%	2,231.61	15.98%
其他	1,451.42	7.50%	1,256.20	6.09%	1,074.22	5.42%	792.76	5.68%
小计	19,114.10	98.71%	20,248.75	98.24%	19,313.06	97.47%	13,721.46	98.24%
展览展示服务								
其中：搭建费	-	-	108.43	0.53%	206.97	1.04%	168.1	1.20%
人工	-	-	58.06	0.28%	100.37	0.51%	15.89	0.11%
其他	6.60	0.03%	33.84	0.16%	43.22	0.22%	13.62	0.10%
小计	6.60	0.03%	200.33	0.97%	350.56	1.77%	197.61	1.41%
创意设计服务								
其中：人工	95.72	0.49%	36.82	0.18%	36.00	0.18%	10.49	0.08%
其他	37.03	0.19%	17.45	0.08%	17.13	0.09%	8.05	0.06%
小计	132.75	0.69%	54.27	0.26%	53.13	0.27%	18.54	0.13%
合计	**19,364.16**	**100.00%**	**20,612.43**	**100.00%**	**19,814.92**	**100.00%**	**13,967.92**	**100.00%**

报告期内，公司存货按项目进行核算，将项目在未达到交付状态前发生的施工成本进行归集，期末工程施工科目借方余额列示于财务报表存货科目。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司主要存货及其对应项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	客户名称	合同金额	存货金额
1	山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	山丹县科学技术协会	3,756.20	1,533.77
2	国核示范崮山公众展示中心及综合楼展厅布展项目	国核示范电站有限责任公司	3,184.47	1,409.08
3	中建科技产业园 E 地块“中国建筑科技馆”	中建三局武汉光谷投资发展有限公司	3,189.20	1,204.44
4	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	中国建筑第七工程局有限公司	2,635.27	1,181.50
5	陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	陕西龙门钢铁有限责任公司	1,700.00	1,126.66
合计			14,465.14	6,455.45

截至 2019 年 12 月 31 日，公司主要存货及其对应项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	客户名称	合同金额	存货金额
1	扬中市博物馆建设项目布展工程	扬中绿洲新城实业团有限公司	3,183.02	1,602.03
2	用友数字企业馆设计施工项目	用友网络科技股份有限公司	3,869.83	1,467.73
3	山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	山丹县科学技术协会	3,756.20	1,461.94
4	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	中国建筑第七工程局有限公司	2,635.27	1,140.73
5	陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	陕西龙门钢铁有限责任公司	1,700.00	1,123.37
合计			**15,144.32**	**6,795.80**

截至 2018 年 12 月 31 日，公司主要存货及其对应项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	客户名称	合同金额	存货金额
1	南宁园博园项目展馆展陈工程—园林艺术馆展陈工程	南宁园博园管理中心	4,950.86	2,281.54

序号	项目	客户名称	合同金额	存货金额
2	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	武汉旅游发展投资集团有限公司	4,000.00	1,572.84
3	用友数字企业馆设计施工项目	用友网络科技股份有限公司	3,869.83	1,412.54
4	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	4,753.97	1,287.70
5	陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	陕西龙门钢铁有限责任公司	1,700.00	1,081.81
合计			**19,274.65**	**7,636.44**

截至 2017 年 12 月 31 日，公司主要存货及其对应项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	客户名称	合同金额	存货金额
1	大沽河博物馆	胶州市少海发展管理处/胶州市文化广电新闻出版局	6,789.59	3,511.09
2	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列布展设计、施工	中卫市启源房地产开发有限公司	6,227.07	2,491.42
3	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	武汉旅游发展投资集团有限公司	4,000.00	1,550.15
4	中华仡佬族博物馆布展和装饰装修工程	道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	4,229.19	823.41
5	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	3,420.35	654.16
合计			**24,666.20**	**9,030.22**

注：大沽河博物馆项目包括大沽河博物馆一标段及大沽河博物馆二标段。

（2）存货跌价准备

公司于报告期各期末对存货进行盘点，按存货成本与可变现净值孰低原则计提存货跌价准备。报告期内，公司计提及转销存货跌价准备的余额情况如下：

单位：万元

期间	期初数	本期增加	本期减少	期末数
2020 年 6 月 30 日	16.95	-	-	16.95
2019 年 12 月 31 日	240.96	16.95	240.96	16.95
2018 年 12 月 31 日	-	240.96	-	240.96
2017 年 12 月 31 日	-	-	-	-

（3）存货周转率

报告期内，公司存货周转率与同行业相比如下：

单位：次/年

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
风语筑	0.83	1.59	1.45	1.59
华凯创意	0.23	0.77	0.87	1.11
易尚展示	1.80	2.56	3.58	7.16
丝路视觉	8.81	27.85	34.53	34.09
平均值	0.96	1.64	1.97	3.29
发行人	0.49	1.64	1.56	2.23

注：丝路视觉由于年末存货余额较低，周转率较高，因此提高数据可比度，在行业平均值计算中，剔除了丝路视觉的异常影响。

报告期内，公司存货周转率分别为 2.23 次/年、1.56 次/年、1.64 次/年及 0.49 次/年，略低于行业平均值，而略高于与公司业务最接近的风语筑，与同行业公司不存在明显差异。

9、合同资产

2020 年 1 月 1 日起，公司开始执行新收入准则，将质保金作为合同资产进行列示，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日
合同资产余额	2,768.52
坏账准备	195.20
合同资产账面价值	2,573.32
营业收入	15,733.02
合同资产余额/营业收入	17.60%

（三）非流动资产构成及变化分析

报告期内，公司非流动资产构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	7,164.67	54.60%	7,393.55	54.28%	820.94	7.34%	313.28	3.50%
在建工程	-	-	-	-	4,453.11	39.80%	3,628.77	40.49%
无形资产	4,008.48	30.55%	4,137.48	30.38%	3,964.93	35.44%	4,078.04	45.50%
递延所得税资产	1,948.33	14.85%	2,090.00	15.34%	1,895.82	16.94%	904.37	10.09%
其他非流动资产	-	-	-	-	54.31	0.49%	37.34	0.42%
非流动资产合计	**13,121.48**	**100.00%**	**13,621.03**	**100.00%**	**11,189.10**	**100.00%**	**8,961.80**	**100.00%**

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产、在建工程及无形资产构成，上述资产合计占流动资产的比率一直保持在 82%以上。

1、固定资产

（1）固定资产结构分析

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	7,079.16	270.90	-	6,808.26
电子设备	587.13	455.63	-	131.51
运输工具	483.57	338.69	-	144.88
办公家具	101.66	21.64	-	80.02
合计	**8,251.53**	**1,086.86**	**-**	**7,164.67**
项目	**2019 年 12 月 31 日**			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	7,108.79	166.45	-	6,942.34
电子设备	585.19	400.52	-	184.67
运输工具	483.57	301.27	-	182.30
办公家具	97.20	12.96	-	84.24
合计	**8,274.75**	**881.20**	**-**	**7,393.55**
项目	**2018 年 12 月 31 日**			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	345.48	7.46	-	338.02
电子设备	505.06	298.69	-	206.37
运输工具	483.57	221.17	-	262.40
办公家具	66.64	52.50	-	14.14
合计	**1,400.76**	**579.82**	**-**	**820.94**

项目	2017 年 12 月 31 日			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	-	-	-	-
电子设备	435.23	187.09	-	248.13
运输工具	208.17	148.22	-	59.95
办公家具	55.81	50.61	-	5.20
合计	**699.21**	**385.93**	**-**	**313.28**

公司系文化创意公司，无生产职能，项目所需物资均对外进行采购，因此无机械设备类固定资产。公司固定资产主要系房屋建筑物、电子设备及运输工具，与公司经营模式保持一致。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 313.28 万元、820.94 万元、7,393.55 万元及 7,164.67 万元，公司固定资产不存在重大减值因素。

（2）固定资产变动分析

报告期内，公司固定资产账面原值变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月末较 2019 年末		2019 年末较 2018 年末		2018 年末较 2017 年末	
	原值变动	变动比例	原值变动	变动比例	原值变动	变动比例
房屋建筑物	-29.62	-0.42%	6,763.30	1,957.63%	345.48	-
电子设备	1.94	0.33%	80.13	15.87%	69.84	16.05%
运输工具	-	0.00%	0.00	0.00%	275.40	132.29%
办公家具	4.46	4.59%	30.56	45.87%	10.83	19.40%
合计	**-23.22**	**-0.28%**	**6,874.00**	**490.73%**	**701.55**	**100.33%**

（1）2019 年末较 2018 年末变动分析

2019 年末，公司房屋建筑物较 2018 年末增长 6,763.30 万元，增长比例达 1,957.63%，主要系公司新建宽创国际办公楼于 2019 年 4 月从在建工程转为固定资产所致。

（2）2018 年末较 2017 年末变动分析

2018 年末，公司运输工具较 2017 年末增长 275.40 万元，增长比例达 132.29%，主要系公司新购置车辆。

2018 年末，公司房屋建筑物较 2017 年末增长 345.48 万元，主要系西安分公司办公楼于 2018 年 3 月从在建工程转为固定资产所致。

（3）固定资产折旧年限同行业对比分析

发行人与可比公司固定资产折旧年限及残值不存在显著差异，具体对比情况如下：

项目	房屋建筑物	电子设备	运输工具	办公及其他设备
风语筑	20 年/3%	无	4 年/3%	3 年/3%
华凯创意	20-50 年/5%	3 年/5%	4 年/5%	3-10 年/5%
易尚展示	20-50 年/5%	无	5-8 年/5%	5 年/5%
丝路视觉	20 年/5%	3-5 年/5%	5 年/5%	3-5 年/5%
发行人	32-35 年/5%	3 年/5%	4 年/5%	5 年/5%

2、在建工程

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
宽创国际办公楼	-	-	4,453.11	3,297.99
西安分公司办公室	-	-	-	330.78
合计	**-**	**-**	**4,453.11**	**3,628.77**

报告期各期末，公司在建工程分别为 3,628.77 万元、4,453.11 万元、0.00 万元及 0.00 万元，分别占同期非流动资产的 40.49%、39.80%、0.00%及 0.00%。报告期内，公司在建工程主要为宽创国际办公楼及西安分公司办公楼，分别于 2019 年 4 月及 2018 年 3 月转为固定资产。

3、无形资产

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日			
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	4,019.85	338.30	-	3,681.55
软件	543.82	216.89	-	326.93
合计	**4,563.67**	**555.20**	**-**	**4,008.48**
项目	2019 年 12 月 31 日			
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值

土地使用权	4,019.85	278.60	-	3,741.25
软件	543.82	147.59	-	396.23
合计	**4,563.67**	**426.19**	**-**	**4,137.48**
项目	**2018 年 12 月 31 日**			
	原值	**累计摊销**	**减值准备**	**账面价值**
土地使用权	4,019.85	159.20	-	3,860.65
软件	145.30	41.02	-	104.28
合计	**4,165.15**	**200.22**	**-**	**3,964.93**
项目	**2017 年 12 月 31 日**			
	原值	**累计摊销**	**减值准备**	**账面价值**
土地使用权	4,019.85	39.80	-	3,980.05
软件	124.47	26.49	-	97.98
合计	**4,144.32**	**66.29**	**-**	**4,078.04**

（1）无形资产的主要类别与增减变动原因

公司无形资产主要宽创大楼土地使用权及生产经营用软件。2019 年度，公司无形资产中软件增加 398.52 万元，主要系新购买 Adobe 及 Autodesk 系列软件所致。

（2）重要无形资产对发行人业务和财务的影响

公司重要的无形资产系宽创国际办公楼土地使用权。该项无形资产是公司正常经营活动主要场所。

（3）无形资产减值测试的方法与结果

公司每年年末对无形资产进行减值测试，经测试，公司无形资产不存在减值情况。

4、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 904.37 万元、1,895.82 万元、2,090.00 万元及 1,948.33 万元，占非流动资产的比例分别为 10.09%、16.94%、15.34%及 14.85%，主要系公司收入确认会计与税法差异及资产减值准备形成的可抵扣暂时性差异，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
收入确认会计与税法差异	8,575.06	1,286.26	10,384.49	1,557.67	10,296.20	1,544.43	4,848.61	727.29
资产减值准备	4,161.34	624.20	3,548.83	532.32	2,342.58	351.39	1,180.54	177.08
预计负债	55.42	8.31	-	-	-	-	-	-
可抵扣亏损	197.07	29.56	-	-	-	-	-	-
合计	**12,988.89**	**1,948.33**	**13,933.32**	**2,090.00**	**12,638.78**	**1,895.82**	**6,029.15**	**904.37**

十一、偿债能力与流动性分析

（一）负债构成及变化情况分析

报告期各期末，公司负债构成及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	39,742.20	98.22%	45,435.53	98.64%	41,190.96	97.77%	32,861.30	97.80%
非流动负债	721.83	1.78%	627.53	1.36%	938.02	2.23%	738.41	2.20%
合计	**40,464.03**	**100.00%**	**46,063.05**	**100.00%**	**42,128.98**	**100.00%**	**33,599.71**	**100.00%**

报告期各期末，公司负债总额分别为 33,599.71 万元、42,128.98 万元、46,063.05 万元及 40,464.03 万元。公司负债构成主要为流动负债，报告期内占总负债的比例均为 97%以上。

1、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	2,202.73	5.54%	2,203.28	4.85%	-	-	-	-

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付票据	106.66	0.27%	144.75	0.32%	-	-	-	-
应付账款	14,883.37	37.45%	17,453.10	38.41%	10,948.44	26.58%	9,789.20	29.79%
预收款项	-	-	20,343.59	44.77%	24,712.53	60.00%	18,891.56	57.49%
合同负债	16,205.55	40.78%	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,316.70	3.31%	1,934.27	4.26%	2,052.74	4.98%	1,589.20	4.84%
应交税费	611.64	1.54%	1,155.44	2.54%	1,554.33	3.77%	959.57	2.92%
其他应付款	523.45	1.32%	446.07	0.98%	794.32	1.93%	950.36	2.89%
其他流动负债	3,892.10	9.79%	1,755.03	3.86%	1,128.60	2.74%	681.41	2.07%
流动负债合计	**39,742.20**	**100.00%**	**45,435.53**	**100.00%**	**41,190.96**	**100.00%**	**32,861.30**	**100.00%**

公司流动负债主要由应付账款、预收款项、合同负债及其他流动负债构成，上述四项合计占流动负债比例均在 87%以上。

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
借款	2,200.00	2,200.00	-	-
利息调整	2.73	3.28	-	-
合计	**2,202.73**	**2,203.28**	**-**	**-**

报告期各期末，公司的短期借款分别为 0.00 万元、0.00 万元、2,203.28 万元及 2,202.73 万元，主要是公司为满足日常生产经营活动对流动资金的需求而发生的筹资活动。截至 2020 年 6 月 30 日，公司借款 2,200 万元明细如下：

单位：万元

序号	借款人	贷款银行	贷款余额
1	宽创国际	中信银行上海分行	1,400.00
2	宽创国际	浦发银行张江科技支行	800.00
合计			**2,200.00**

（2）应付票据

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 0.00 万元、0.00 万元、144.75 万元及 106.66 万元，全部为银行承兑汇票，系公司向供应商以开具银行承兑汇票的方式支付货款。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司应付票据中无应付持有公司 5%以上表决权股份的股东单位的票据，无应付关联方的票据，无已到期未支付的票据。

（3）应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 9,789.20 万元、10,948.44 万元、17,453.10 万元及 14,883.37 万元，分别占同期期末流动负债的 29.79%、26.58%、38.41%及 37.45%，主要为应付供应商采购款。

公司应付账款从 2017 年末的 9,789.20 万元增长至 2019 年末的 17,453.10 万元，复合增长率为 33.53%，主要系随着公司经营规模的不断扩大，公司应付账款规模逐渐增加。2020 年 6 月末，公司应付账款余额下降 2,569.73 万元，下降比例为 14.72%，主要系公司上半年支付了较多供应商款项。

报告期内，公司应付账款账龄结构如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内（含 1 年）	10,315.71	69.31%	12,030.27	68.93%	7,589.37	69.32%	8,591.72	87.77%
1 年以上	4,567.66	30.69%	5,422.83	31.07%	3,359.07	30.68%	1,197.48	12.23%
合计	**14,883.37**	**100.00%**	**17,453.10**	**100.00%**	**10,948.44**	**100.00%**	**9,789.20**	**100.00%**

截至 2020 年 6 月 30 日，公司应付账款中无应付持有公司 5%以上表决权股份的股东单位的款项，无应付关联方的款项。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司账龄超过 1 年的大额应付账款情况如下：

单位：万元

债权单位名称	期末余额	未偿还原因
上海普研建筑安装工程有限公司	1,030.32	未结算
上海双手建筑工程有限公司	555.19	未结算

债权单位名称	期末余额	未偿还原因
陕西恒业建设集团有限公司	399.81	未结算
上海凯韩建筑装饰工程有限公司	336.67	未结算
安徽省盛川装饰工程有限公司	321.10	未结算
上海张江国信安地产有限公司	305.38	未结算
合计	**2,948.48**	

（4）预收款项

预收款项余额主要为公司按照合同约定的时间点向客户收取的工程款。2017 年末至 2019 年末，公司预收款项的余额分别为 18,891.56 万元、24,712.53 万元和 20,343.59 万元，占流动负债的比例分别为 57.49%、60.00%和 44.77%。公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，相关预收的货款按企业会计准则的规定计入“合同负债”科目。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司预收前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
1	用友网络科技股份有限公司	用友数字企业馆设计施工项目	2,913.20	14.32%
2	扬中绿洲新城实业集团有限公司	扬中市博物馆建设项目布展工程	1,744.38	8.57%
3	汤臣倍健股份有限公司	汤臣倍健营养探索馆设计与施工	1,568.14	7.71%
4	中国建筑第七工程局有限公司	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	1,268.59	6.24%
5	陕西龙门钢铁有限责任公司	陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	1,065.83	5.24%
合计			**8,560.14**	**42.08%**

截至 2018 年 12 月 31 日，公司预收前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
1	武汉旅游发展投资集团有限公司	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	2,739.38	11.08%
2	南宁园博园管理中心	南宁园博园项目展馆展陈工程	2,618.18	10.59%

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
		——园林艺术馆展陈工程		
3	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	2,262.38	9.15%
4	用友网络科技股份有限公司	用友数字企业馆项目的展陈装修方案、深化方案、装修扩初设计	1,923.98	7.79%
5	榆林市文化广电新闻出版局	榆溪楼榆林宋夏历史文化博物馆陈列布展	1,085.06	4.39%
合计			**10,628.99**	**43.01%**

截至 2017 年 12 月 31 日，公司预收前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
1	胶州市少海发展管理处	大沽河博物馆	4,047.12	21.42%
2	中卫市启源房地产开发有限公司	宁夏中关村西部云基地云计算服务基地二次装修及展示馆展览陈列	3,498.28	18.52%
3	武汉旅游发展投资集团有限公司	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	2,136.87	11.31%
4	新疆赛里木湖旅游投资有限责任公司	新疆赛里木湖游客中心精装修设计施工一体化工程	1,228.84	6.50%
5	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	936.36	4.96%
合计			**11,847.46**	**62.71%**

（5）合同负债

2020 年 6 月末，公司合同负债为 16,205.55 万元，占流动负债的比例为 40.78%，为预收的工程款。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司合同负债前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
1	中建科工集团有限公司	柳东新区文化广场项目科技馆展品、展项深化设计及制作、布展施工一体化	1,802.36	11.12%
2	中建三局武汉光谷投资发展有限公司	中建光谷之星项目地块中国建筑科技馆	1,600.12	9.87%
3	遂宁市政府投资非营业	遂宁图书馆建设项目、遂宁市	1,387.00	8.56%

序号	客户名称	项目名称	金额	占比
	性项目代建管理中心	档案馆建设项目（党史党建馆、档案馆、地方志馆）		
4	中国建筑第七工程局有限公司	汉中兴元新区汉文化博览园项目城市展览馆（未来馆）展陈项目施工工程	1,268.59	7.83%
5	陕西龙门钢铁有限责任公司	陕西龙门钢铁有限责任公司厂史馆建设项目	1,065.83	6.58%
合计			**7,123.90**	**43.96%**

（6）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,589.20 万元、2,052.74 万元、1,934.27 万元和 1,316.70 万元，占流动负债的比重分别为 4.84%、4.98%、4.26%和 3.31%。公司应付职工薪酬余额主要为计提未发放的工资及奖金等，公司工资实行当月计提次月发放。

（7）应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
增值税	431.66	645.25	472.33	256.13
企业所得税	0.00	357.20	954.94	608.49
个人所得税	24.71	8.98	31.29	49.22
城市维护建设税	25.88	24.00	15.96	7.62
教育费附加	129.39	120.01	79.81	38.10
合计	**611.64**	**1,155.44**	**1,554.33**	**959.57**

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 959.57 万元、1,554.33 万元、1,155.44 万元及 611.64 万元，占流动负债的比例分别为 2.92%、3.77%、2.54%及 1.54%。公司应交税费均为报告期各期末应交的与公司正常生产经营相关的各项税费。

（8）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
保证金押金	291.51	6.00	3.00	45.00
其他费用款项	197.79	352.67	104.37	226.92
房租	4.36	11.37	297.50	297.50
关联方往来款项	-	-	322.85	320.49
其他往来款项	29.79	76.04	66.60	60.45
合计	**523.45**	**446.07**	**794.32**	**950.36**

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 950.36 万元、794.32 万元、446.07 万元及 523.45 万元，占流动负债的比例分别为 2.89%、1.93%、0.98%及 1.32%。

（9）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
已背书转让的商业承兑汇票	258.80	-	-	-
待转销项税	3,633.30	1,755.03	1,128.60	681.41
合计	**3,892.10**	**1,755.03**	**1,128.60**	**681.41**

公司其他流动负债主要系已背书转让的商业承兑汇票及待转销项税。其中，已背书转让的商业承兑汇票系公司根据企业会计准则的规定，将已贴现但未终止确认的应收票据在其他流动负债里披露。待转销项税系公司馆厅展示创意服务业务在确认收入时计提的增值税。

2、非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预计负债	55.42	7.68%	-	-	-	-	-	-
递延所得税负债	666.41	92.32%	627.53	100.00%	938.02	100.00%	738.41	100.00%
合计	**721.83**	**100.00%**	**627.53**	**100.00%**	**938.02**	**100.00%**	**738.41**	**100.00%**

公司非流动负债主要由预计负债及递延所得税负债构成。

（1）预计负债

基于公司与供应商陕西恒业建设集团有限公司的未决诉讼，公司按照同期贷款利率计提了相应的延期支付利息作为预计负债。案件详情参见“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为”。

（2）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异
香港宽创实现的利润	666.41	4,442.76	627.53	4,183.52	938.02	6,253.46	738.41	4,922.74

香港采用地域来源原则征税，子公司宽创香港报告期内确认的利润并非源自香港，符合离岸豁免的规定，在香港无需缴纳利得税，分配利润时由母公司宽创国际按投资收益缴纳企业所得税，因此公司在合并报表层面确认相应的递延所得税费用。

（二）偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

项目	2020 年 1-6 月/2020 年 6 月 30 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日	2017 年度/2017 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	1.39	1.29	1.20	1.13
速动比率（倍）	0.91	0.84	0.72	0.70
资产负债率	59.08%	63.69%	69.54%	73.14%
息税折旧摊销前利润（万元）	2,304.08	6,611.09	4,371.63	3,946.63
利息保障倍数（倍）	35.64	114.64	不适用	不适用

注：利息保障倍数=（利润总额＋利息费用）÷利息费用

报告期内，公司流动比率、速动比例、资产负债率及息税折旧摊销前利润等各项偿债指标均呈现逐渐向好趋势。其中，公司流动比率从 2017 年末的 1.13 上升至 2020 年 6 月末的 1.39，速动比率从 2017 年末的 0.70 上升到 2020 年 6 月末的 0.91，资产负债率从 2017 年末的 73.14%下降至 2020 年 6 月末的 59.08%，息税折旧摊销前利润从2017年度的3,946.63万元上升到2019年度的6,611.09万元。报告期内，公司偿债能力逐步提升。

公司流动比率、速动比率、资产负债率指标与同行业可比上市公司对比如下：

项目	公司	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	风语筑	1.68	1.62	1.51	1.68
	华凯创意	1.56	1.55	1.66	1.74
	易尚展示	1.09	0.96	1.04	0.57
	丝路视觉	1.65	1.80	2.18	2.84
	行业平均值	1.49	1.48	1.60	1.71
	宽创国际	1.39	1.29	1.20	1.13
速动比率（倍）	风语筑	1.30	1.19	1.05	1.20
	华凯创意	1.49	0.95	0.89	1.06
	易尚展示	0.95	0.81	0.75	0.49
	丝路视觉	1.59	1.75	2.12	2.79
	行业平均值	1.33	1.18	1.20	1.38
	宽创国际	0.91	0.84	0.72	0.70
资产负债率	风语筑	54.36%	55.35%	59.19%	53.18%
	华凯创意	49.36%	54.33%	53.23%	52.70%
	易尚展示	55.48%	54.83%	66.34%	78.99%
	丝路视觉	50.60%	49.79%	40.92%	27.11%
	行业平均值	52.45%	53.57%	54.92%	52.99%
	宽创国际	59.08%	63.69%	69.54%	73.14%

报告期内，公司流动比率及速动比率指标与同行业可比上市公司相比较低，主要原因系公司融资及借款规模较低，公司流动资产较低所致。公司资产负债率指标与同行业可比上市公司相比较高，主要系公司融资规模较低所致。

综上所述，虽然公司流动比率及速动比率与同行业可比上市公司相比较低，资产负债率指标与同行业可比上市公司相比较高，但公司流动比率、速动比例、资产负债率及息税折旧摊销前利润等各项偿债指标均明显改善，公司偿债能力较

好，不存在重大持续经营风险。

2、银行借款

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
短期借款	2,202.73	2,203.28	-	-
合计	**2,202.73**	**2,203.28**	**-**	**-**

公司短期借款均为向银行借入的短期贷款，主要为满足公司不断扩大的业务规模产生的对流动资金的需求。

3、12 个月内需偿还的负债金额及利息金额

公司近 12 个月内需要偿还的银行贷款情况如下：

单位：万元

项目	偿还日期	偿还本金金额	利率	利息总额
浦发银行	2021 年 3 月 25 日	800.00	3.915%	31.32
中信银行	2021 年 9 月 7 日	1,400.00	4.88%	68.32

4、公司短期融资渠道

截至招股说明书签署日，公司已获得的银行授信及使用情况如下：

单位：万元

项目	授信额度	到期日	已使用额度	剩余额度
浦发银行	2,500.00	2021 年 3 月	800.00	1,700.00
中信银行	3,000.00	2021 年 5 月	1,400.00	1,600.00

除上述公司已获得银行贷款授信额度外，公司宽创大楼已于 2020 年 8 月获得不动产权证书，可用于抵押获取银行短期流动资金贷款，公司短期融资能力较强，不存在流动性风险。

（三）报告期内股利分配情况

2017 年 5 月 16 日，公司召开 2016 年度股东会，会议审议通过 2016 年度利润分配方案为：按照公司各股东的持股比例，以现金方式向公司全体股东分红人

民币 2,500 万元（含税）。自然人股东因利润分配产生的个人所得税已由公司代扣代缴。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量表情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	-3,780.88	427.21	827.35	2,563.93
投资活动产生的现金流量净额	4,836.73	-8,813.15	-4,142.43	2,361.19
筹资活动产生的现金流量净额	-55.68	4,310.79	2,268.00	-2,500.00
现金及现金等价物净增加额	1,019.67	-4,033.91	-823.37	2,242.57
期初现金及现金等价物的余额	2,576.17	6,610.08	7,433.45	5,190.88
期末现金及现金等价物的余额	3,595.84	2,576.17	6,610.08	7,433.45

1、经营活动产生的现金流量净额分析

（1）经营活动产生的现金流量基本情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	12,009.76	38,087.09	41,414.51	39,845.11
收到的税费返还	1.41	845.44	0.07	0.13
收到其他与经营活动有关的现金	1,040.54	1,480.18	1,924.70	752.94
经营活动现金流入小计	13,051.71	40,412.70	43,339.27	40,598.18
购买商品、接受劳务支付的现金	9,234.43	21,581.59	24,462.91	23,813.27
支付给职工以及为职工支付的现金	5,521.32	12,389.61	10,992.51	8,683.55
支付的各项税费	829.72	2,549.67	2,439.87	1,507.51
支付其他与经营活动有关的现金	1,247.12	3,464.62	4,616.63	4,029.93
经营活动现金流出小计	16,832.60	39,985.49	42,511.92	38,034.26
经营活动产生的现金流量净额	-3,780.88	427.21	827.35	2,563.93

（2）经营活动产生的现金流量变动原因

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 2,563.93 万元、827.35 万元、427.21 万元及-3,780.88 万元。公司经营活动产生的现金流量净额逐年下降，主要原因为：

①公司馆厅展示创意服务业务发展迅速，近三年营业收入年复合增长率为

38.39%，营业收入占比从 2017 年的 57.76%上升至 2020 年上半年的 88.19%，而馆厅展示创意服务项目回款周期较长，受主要客户地方政府财政拨款、审批流程及单体项目回款滞后等综合因素的影响。

②公司现金流较好的展览展示创意服务业务收入占比从 2017 年的 41.30%下降至 2020 年上半年的 10.86%，进一步影响公司经营活动产生的现金流。

（3）经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润的具体原因如下：

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 2,563.93 万元、827.35 万元、427.21 万元和-3,780.88 万元，同期净利润分别为 3,327.03 万元、3,550.69 万元、5,285.76 万元和 1,683.16 万元，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润相比较低，且差额呈现逐年扩大的趋势，主要原因系：

①部分类型供应商付款与向客户收款存在时间性差异

公司馆厅展示创意服务成本主要由专业分包、设备、制作及项目相关人工工资构成，合计占比超过 95%。上述货物/服务采购款支付条款一般如下：

业务类型	主要成本项	成本占比	货款支付一般约定
馆厅展示创意服务	专业分包	约 40%	预付 30%左右，进度款付至 70%，验收付至 80-90%，决算 90-95%，质保期满 100%
	设备	约 20%	预付款 50%，到货款 95%左右，质保期满 100%。
	制作	约 15%	预付款 50%，到货款 95%左右，质保期满 100%。
	人工	约 20%	下个月 10 号支付上个月工资。

公司与客户签订合同时，通常约定按照已完工工程量的 70%向公司支付工程进度款，公司一般每隔一定时间根据已完工的工程量向客户申请进度款。公司与供应商签订合同时，通常情况下专业分包类型供应商支付进度与客户方的支付进度挂钩，而设备、制作类型供应商一般要求及时支付。因此公司在现金流上会存在一定时间性差异。

报告期内，公司馆厅展示创意服务处于快速发展阶段，2017 年度至 2019 年度公司馆厅展示创意服务复合增长率 38.39%，上述付款的时间性差异因整体规模增长而放大，造成经营活动现金流与净利润差异较大。

②公司资金回笼速度较慢

公司馆厅展示创意项目决算周期普遍较长，且公司主要客户为地方政府、事业单位及政府投资平台，受内部审批流程、整体财政资金用途安排等因素综合影响，存在回款速度相对较慢的情形，导致公司经营活动现金流与净利润差异较大。

③2020 年上半年受新冠疫情影响

受全球新冠肺炎疫情影响，上半年公司回款金额较低，同时公司的固定费用支出未见明显下降，且支付了供应商部分款项，导致上半年经营活动现金流净值较低为负数。

2、投资活动产生的现金流量净额分析

（1）投资活动产生的现金流量的基本情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资所收到的现金	12,624.23	7,031.38	6,706.74	24,831.00
取得投资收益收到的现金	111.96	9.41	176.08	319.84
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.08	-	-	3.00
投资活动现金流入小计	12,736.26	7,040.79	6,882.82	25,153.84
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	377.86	2,963.71	3,025.24	3,439.70
投资支付的现金	7,521.67	12,890.23	8,000.00	19,352.94
投资活动现金流出小计	7,899.53	15,853.94	11,025.24	22,792.65
投资活动产生的现金流量净额	4,836.73	-8,813.15	-4,142.43	2,361.19

（2）投资活动产生的现金流量变动原因

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为：2,361.19 万元、-4,142.43 万元、-8,813.15 万元及 4,836.73 万元。

公司投资活动现金流出主要系公司购建宽创国际办公楼、购买西安分公司办公用大楼及购买相关理财产品。

公司投资活动现金流入主要系公司赎回购买的银行理财产品。

3、筹资活动产生的现金流量净额分析

（1）筹资活动产生的现金流量的基本情况

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
吸收投资收到的现金	-	2,160.00	2,268.00	-
取得借款收到的现金	800.00	2,200.00	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	800.00	4,360.00	2,268.00	-
偿还债务支付的现金	800.00	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	55.68	49.21	-	2,500.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	855.68	49.21	-	2,500.00
筹资活动产生的现金流量净额	-55.68	4,310.79	2,268.00	-2,500.00

（2）筹资活动产生的现金流量变动原因

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-2,500.00 万元、2,268.00 万元、4,310.79 万元及-55.68 万元。公司 2017 年度筹资活动产生的现金流量净额系 2017 年度向股东分红 2,500.00 万元所致。2018 年度筹资活动产生的现金流量净额系民生投资增资 2,268.00 万元。2019 年度筹资活动产生的现金流量净额主要系宽兴咨询增资 2,160.00 万元及向中信银行贷款 2,200.00 万元。

（五）重大资本性支出

1、报告期内重大资本性支出的分析

公司属于文化创意类公司，无大型生产设备。报告期内，公司重大资本性支出主要系购建办公室及购买相应办公软件。公司重大资本性支出如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	377.86	2,963.71	3,025.24	3,439.70

公司重大资本性支出均与主营业务相关，提高了公司的整体盈利水平，符合公司战略发展方向，为公司后续持续发展提供了基础。

2、未来可预见的重大资本性支出分析

截止至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金有关投资外，公司无确定的其他重大资本性支出。公司未来可预见的重大资本性支出主要系本次募集资金投资项目。详见本招股说明书“第九节　募集资金运用与未来发展规划”。

十二、持续经营能力

公司已将可能影响持续经营能力的风险因素在本招股说明书“第四节 风险因素”中披露。

截至本招股说明书签署日，公司的经营模式、公司的行业地位及所处行业的经营环境等或者技术的取得或者使用不存在重大不利变化。公司最近一年的营业收入或净利润不存在对关联方或者有重大不确定性客户的重大依赖，公司最近一年的净利润没有来自合并财务报表范围以外的投资收益，公司不存在其他对公司持续经营能力构成重大不利影响的情形。

报告期内，公司营业收入金额分别为 35,267.66 万元、38,961.08 万元、48,111.53 万元及 15,733.02 万元。2017 年度至 2019 年度年复合增长率为 16.80%；净利润分别为 3,327.03 万元、3,550.69 万元、5,285.76 万元及 1,683.16 万元，2017 年度至 2019 年度年复合增长率为 26.04%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 3,039.05 万元、3,258.34 万元、4,971.40 万元及 1,564.50 万元，2017 年度至 2019 年度年复合增长率为 27.90%，经营状况良好。

基于以上因素，公司管理层认为，依托当前良好的政策环境以及行业广阔的市场空间，凭借公司的竞争优势，并随着募集资金投资项目的实施和研发、服务能力的提高，公司具有良好的发展前景和持续经营能力。

十三、日后事项

（一）资产负债表日后事项

2020 年 11 月 2 日，上海市浦东新区人民法院作出（2020）沪 0115 民初 58924

号财产保全的裁定，于 2020 年 11 月 11 日冻结了公司银行存款 2,142.72 万元。宽创投资于 2020 年 12 月 15 日向上海市浦东新区人民法院执行款专户汇入 2,142.72 万元保证金。2020 年 12 月 17 日，上海市浦东新区人民法院作出（2019）沪 0115 民初 58924 号之一的裁定，裁定解除公司名下银行存款账户的查封。上述相关情况参见“第七节 公司治理与独立性”之“七、（二）2、（2）提供保证金”和“第十一节 其他重要事项”之“三（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项”。

除上述情况外，截至招股说明书签署日，公司无需要披露的重大资产负债表日后事项。

（二）承诺及或有事项

截至招股说明书签署日，不存在需要披露的重大承诺事项。

截至招股说明书签署日，公司或有事项主要系未决诉讼，具体详见“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为”。

（三）其他重要事项

截至招股说明书签署日，公司无需要披露的其他重要事项。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金计划及投资项目

本次募集资金运用根据公司发展战略，围绕公司主营业务进行。经公司第二届董事会第二次会议以及 2020 年第二次临时股东大会决议，公司本次拟发行人民币普通股不超过 2,127 万股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%。本次发行后募集资金扣除发行费用后，投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	募集资金使用量	备案（国家代码）
1	研发中心建设项目	28,472.96	28,472.96	2019-310115-88-03-006901
2	营销网络建设项目	5,028.91	5,028.91	2019-310115-88-03-006895
3	补充营运资金项目	14,000.00	14,000.00	/
合计		**47,501.87**	**47,501.87**	

若本次发行实际募集资金不能满足项目的资金需求，公司将通过自筹资金来解决资金缺口，保证项目的顺利实施；若募集资金满足上述项目后有剩余，则剩余资金用于补充与主营业务相关的流动资金。

若公司根据项目实际进度以自筹资金先行投入，本次筹集资金到位后将置换已投入的资金。以上项目不涉及土建工程，不涉及污染排放，因此不需要环评审批。

（二）募集资金使用管理制度

公司已经根据《公司法》、《证券法》等法律、法规和规范性文件要求制定了《募集资金管理制度》，并已经公司 2017 年第一次临时股东大会和 2020 年第一次临时股东大会审议通过并修订。公司将严格按照相关要求进行募集资金使用和管理，募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理，专户不得存放非募集

资金或用作其他用途。

（三）募集资金专户存储安排

根据法律法规的相关规定，公司已制定了《募集资金管理制度》，建立了募集资金专项存储制度，将严格按照相关要求将募集资金存放于专用账户集中管理，专款专用，并接受保荐机构、开户银行、证券交易所和其他有权部门的监督。

（四）募集资金投资项目的必要性和可行性

1、募集资金投资项目必要性分析

（1）有利于提高公司自主创新能力，增强竞争力

随着现代信息技术、虚拟现实技术、人工智能技术等在展览展示行业的深入应用，展览展示形式不断创新，技术不断突破，展览展示行业正进入全新的发展阶段。如果一个企业没有自主创新能力，仅仅依靠外购一些新技术，那么这类企业将不能够在激烈的竞争中掌握主动权，进而注定会被竞争对手所超越。公司通过建立研发中心建设项目，可以加大企业自主研发的支持力度，增加资金和人力等方面的投入，便于研发工作的展开，研发工程师可以有更多的资源和途径学习国内外本行业最先进的技术，不断增强企业自身的学习能力和自主创新研发能力，进而增强企业的竞争力。

（2）有利于提高市场占有率，加强品牌影响力

营销网络的广度和深度直接影响企业的市场拓展能力，是企业进一步扩大市场份额的重要基础。经过多年经营累积，公司已经初步搭建成以上海总部为中心，以北京、深圳、成都、西安等城市为发展支点的全国性业务营销平台。在人均文化消费需求不断提升以及城市文化体系建设重要性日益凸显等因素推动下，公司所处行业发展前景不断趋好，以及公司因自身发展不断扩大公司业务体量的需求下，通过在现有营销网络基础上，充分挖掘已有营销覆盖城市潜力并进一步扩大公司营销覆盖广度是公司抢占市场先机、攫取市场份额的重要途径。

（3）有利于增强资金实力，夯实发展基础

公司所处的数字文化产业是国家重点鼓励的战略新兴产业，未来随着公司登陆资本市场，公司行业影响力将进一步增强，发展前景广阔。然而，根据行业惯例，公司经营中常常需要先进行资金垫付，客户在选择供应商的时候也会综合考虑企业的资产规模、资金实力、垫资能力。公司若资金实力薄弱，营运资金不充裕，既会影响已有项目的开展，也会因资金周转不灵而影响未来业务承接能力，制约公司发展。同时，由于公司项目决算周期普遍较长，公司应收账款规模较大，回款较慢，应收账款余额占营业收入的比重逐年上升。因此，公司对营运资金的需求较大，充足的营运资金对公司的业务增长具有重要意义。

2、募集资金投资项目可行性分析

（1）展览行业具有良好的发展前景

随着我国宏观经济的平稳发展、城镇化水平的不断提升，城市对城市规划馆、展览馆、博物馆、科技馆等场馆的建设数量不断增多，同时也给服务于这些场馆的展览展示行业的企业带来了发展机遇。展览业作为国家的支持行业，具有广阔的发展前景。随着新一代信息技术、数据挖掘技术、3D 建模技术、虚拟现实技术、互动技术、全息技术、创意 LED 技术等高新科技技术在展览展示行业的广泛应用，传统的展览展示行业将会迎来运营模式的转型以及业务水平和收入水平的进一步提升。未来，智慧会展、3D 建模和文物保护等新的业务模式将会随着展馆建设数量的提升以及新技术的应用而快速增长。

（2）公司具备丰富的项目经验

随着经济发展和客户成熟度的提高，展览展示行业正在由粗放型向品质型转变，由单纯的价格竞争、关系竞争向品质竞争、服务竞争转变，客户愿意为更专业的服务支付更高的费用。经过多年经营积累，宽创国际与包括阿里巴巴、华为、TCL、格力、金立、西门子、中国铝业、复兴医药、中兴、海尔、海信、美的等多家国内外知名客户建立了深厚的合作基础，同时在业内形成了较高的知名度和美誉度，设计并实施完成了一大批有影响力的项目。公司凭借深刻的行业理解、优质的服务和良好的品牌美誉度，在行业中有较大影响力。同时，公司自创立以

来即重视海外市场，拥有较为丰富的海外资源。

（3）公司具备强大的研发能力

自成立以来，宽创国际始终将研发设计优势作为核心竞争力，运用领先的数字科技展示技术，打造出具有创新性、互动性、体验性的展示内容和传播载体。公司的技术研发团队已掌握了与展览展示直接相关的数字沙盘、立体投影技术、虚拟现实、动感影院特效技术、多媒体互动技术、全息成像技术、裸眼 3D 技术等诸多高科技数字化展示技术的运用。公司将文化艺术，创意设计，AR/VR 等多媒体互动科技与新一代互联网技术进行集成整合，奠定了宽创在文化，创意，展览与科技的跨界服务能力。公司研发团队在行业内摸索多年，对整个行业内的先进技术和未来发展方向有着深入的了解。宽创国际经过多年的运营后，培养了一支优秀的研发团队。

（4）公司具备优秀的市场营销优势

宽创国际作为行业知名优秀企业，在行业内经营多年，已发展成为集“文化、科技、旅游、会展、品牌、工程、运营”为一体的文化科技企业，凭借丰富的经验以及公司对新兴互联网信息技术和多媒体互动科技的充分了解，将有助于公司在本次项目的建设中，能够贴近市场，切入市场痛点，深度理解目标客户的核心需求，能够及时地对项目方案进行调整和完善，为客户提供全面和周到的服务，这有利于项目实施后新客户的积累以及公司品牌价值的提升。公司经过十余年的探索与发展，在展览展馆、展览会等业务方面的市场拓展、营销推广、营销管理方面积累了丰富的经验，并结合市场经验以及公司自身经营特点，构建了适合公司发展的扁平化国内营销渠道，并通过建立采用信息化管理系统等方式建立了较强可复制性的营销网络运营能力。同时，公司目前在深圳、成都、西安等重要一线城市不仅设有负责相应地区的营销网点，并在这些网点都设有完整的设计团队，保证各个营销网点都能够对所辐射的区域进行服务覆盖。

（五）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

“研发中心建设项目”的实施将提高公司创意设计水平、强化公司业务承接

能力，有利于公司扩大业务规模、实现未来营业收入持续增长的目标，为公司的可持续发展打下坚实的基础。

“营销网络建设项目”将为公司的进一步发展搭建更为高效的营销平台，有利于公司抓住市场机遇，进一步开拓市场，增强公司在行业的影响力，巩固公司竞争优势。

“补充营运资金项目”将充实公司日常的营运资金，增加公司流动资产金额，提高流动比率及速动比率，提升公司短期偿债能力。补充的营运资金可帮助公司扩大业务规模、偿还借款，增强公司核心竞争力。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）研发中心建设项目

1、项目概况

本项目投资总额为 28,472.96 万元，其中工程建设费用为 1,245.00 万元，设备投入为 17,597.55 万元，人员费用为 7,532.40 万元，研究开发费用为 276.00 万元,安装调试费为 879.88 万元，基本预备费为 942.13 万元。项目整体投资估算详见下表：

序号	投资项目	金额（万元)	所占比例
1	工程建设费用	1,245.00	4.37%
2	设备投资	17,597.55	61.80%
3	人员费用	7,532.40	26.45%
4	研究开发费用	276.00	0.97%
5	安装调试费	879.88	3.09%
6	基本预备费	942.13	3.31%
合　计		**28,472.96**	**100.00%**

公司的研发方向主要着重于智慧业务管理、智慧观众服务、古遗址还原等领域，具体如下：

研发领域	研发方向	内容概述
智慧业务管理（大数据）	互联网信息发布预约系统	通过互联网提供门票预约、设备预约、讲解服务预约、教育活动预约、讲座预约等。管理人员通过互联网发布预约信息，公众可以在线进行预约，对已经预约的公众提供相应活动信息提醒。公众可在线访问相关预约资源，资源紧张的项目给予相应提示和建议，可限定违约责任和处罚规则，可记录观众不诚信档案。
	文物藏品综合管理系统	以馆内藏品数据管理为基础，业务流程为核心，系统管理为支撑，将藏品信息、业务信息，人员信息及关联信息，在数据共享及数据联动的基础上，实现全系统整合协同工作。包含藏品编目、影像管理、藏品保管、库房管理、藏品研究、藏品检索、藏品统计、数据管理及系统管理等功能。旨在全面有效的提升展馆藏品管理的规范性和高效性。
智慧观众服务（大数据）	线上信息展示平台	链接展馆、藏品、展览资源，打通线上线下服务渠道，实现“互联网+展馆”生态圈，做到可移动文物的高效管理与社会共享的双赢。公众服务与管理下设多个模块，包括线上数字展馆、展厅手机导览、服务预约、志愿者服务等内容。
	手机虚拟展示交互系统及制作工具	利用 3D 跟 VR 技术把展馆搬到互联网上进行全方位展示，整合全馆所有虚拟展厅数字资源，将展品数字化展示成果、音视频等嵌入到漫游场景中。用户足不出户，使用手机或者其他终端在线游览展馆数字展厅，满足用户在线参展的需求。丰富观众的感官体验，创新的现代展示手法。
	公众智慧导览讲解服务系统等	通过图文、音视频、AR/VR 等方式为公众提供规范统一、通俗易懂、形式多样的导览讲解服务。通过微信扫一扫、AR 实物扫描和自动定位等方式和游客交互讲解。同时支持个人，团队，区域，自动，手动，多语言等功能支持，让游客看懂，读懂展馆，了解文物历史提供极大方便，为展馆传播文化，展示历史提供有力支持。
古遗址还原（科普教育）	基于 AR 增强现实古遗址互动体验系统	在博物馆搭建一比一的古遗址场景，运用增强现实多媒体技术在系统大屏幕中展现虚拟古遗址人文动画，同时穿插一定的互动环境，让参观者动手参与其中，娱乐体验的同时，加深对主题文化认知理解。

研发领域	研发方向	内容概述
	基于 VR 虚拟现实古遗址互动体验系统	通过佩戴 VR 眼镜，运用数字化三维仿真建模手段，营造一个虚拟三维古遗址现场，体验者通过沉浸式视觉及手柄交互触发各种故事环节，参与沉浸虚拟环境中，娱乐体验的同时，加深对主题文化认知理解。
	基于机械平台仿真沉浸式体验系统	利用机械平台仿真运动结合沉浸式 VR 眼镜，让观众身体和思维都置身三维场景中，逼真的三维现场，穿戴设备数据体验及反馈，让体验者感觉穿梭时空在古遗址中旅行一次。
智慧文物（人工智能）	文物 DIY	虚拟创造体验之 3D 打印自助售卖体验系统，体验者选择一个文物，通过 Leapmotion 体感设备对文物进行二次修复创造。进行扫码付费后系统结合 3D 打印机实时打印出实物并带走。
	文物虚拟修复体验之数字展示系统	体验者选择一个出土破损的文物，通过 Leapmotion 体感设备对文物进行修复二次创造。通过实时的系统提示信息，了解文物修复工作及相关知识。系统实时保存并展示修复的文物。
	文物三维全息展示系统	基于混合现实眼镜的文物展示系统，该系统便于一些无法存放或者没有实体的文物的三维展示。并可以为一些特别昂贵的珍稀文物标本，可以复制的方式同时在多场地进行虚拟展示。
	数字资产管理系统	对展馆在运营、宣传教育、日常办公等活动中产生的大量数据资产，包括出版物、图纸设计、展览活动等图片、音视频、文字等资料进行管理，同时对文物采集、展馆采集的三维、高清图片等资源进行管理，建立一套规范的、准确的、先进的资产管理系统，
	三维数字采集系统	打造一个文物三维扫描进行数字采集，方便平台管理的系统，专业定位文物数字化管理。
	大数据智慧魔墙	大量文物信息集中分类交互展示系统，通过数据库互联网互联进行数字化共享，人工智能自动识别分类管理，可交互式自助查询展示，实时动态位置跟踪，并结合文物物联网进行信息展示。
机器人研发（人工智能、5G 技术）	基于无人机表演及交互体验系统	通过大量的无人机控制，进行多种图案进行时序动态展示表演的系统。
	集群机械设备控制交互系统	研发立体矩阵式机械、灯光电路控制的交互展项。比如悬浮球、升降沙盘、三维立体 logo 灯。
	基于机械臂表演及交互体验系统	研发机械臂时序动作表演系统及结合体感穿戴设备进行网络远程作业体验。

研发领域	研发方向	内容概述
	远程协作实时系统	研发超低延时同步协作系统，利用 5G 快速网络及大流量，完成跨平台，多设备间进行精准协作。
	导览机器人	研发专注于博物馆自助导览的运动语音机器人，方便博物馆提供智慧化自助机器人服务。
智慧运营（云计算、大数据）	大数据信息展示系统	基于人脸识别定位及流量监控，通过在博物馆进行大量网络摄像头部署，以人脸为标识依据，进行人流监控并为展馆进行智慧运营提供支撑数据。
	基于博物馆物联网信息管理系统	通过自助研发设计的智能物联信息模块，让博物馆每个多媒体电气设备、文物展柜等进行联网管控，运营提供支撑数据及通信控制。

2、主要设备情况

本项目设备投资为 17,597.55 万元，其中硬件投资 12,947.66 万元，软件投资 3,878.00 万元，办公设备投资 771.89 万元，铺底流动资金 776.20 万元。软硬件主要是服务器、交换机、3D 扫描设备、机器人等硬件设施，以及相关图形软件、数据库软件等。各项设备是研发过程中必不可少的物质基础，因其在研发中心固定资产中占有较大比重，科学地进行设备选型、论证和合理配置，可减少盲目采购，使设备的使用价值最大化，对提高企业的整体研发实力意义重大。

3、项目投资进度

序号	投资项目	金额（万元）	T1（第一年）	T2（第二年）
1	工程建设费用	1,245.00	1,245.00	-
2	设备投资	17,597.55	7,039.02	10,558.53
3	人员费用	7,532.40	3,012.96	4,519.44
4	研究开发费用	276.00	-	276.00
5	安装调试费	879.88	351.95	527.93
6	基本预备费	942.13	414.20	527.93
合计		**28,472.96**	**12,063.13**	**16,409.82**

4、项目选址

本募集资金投资项目建设地点位于中国（上海）自由贸易试验区科苑路 1518 号，即公司自有房产宽创国际办公楼。

5、项目审批备案情况

研发中心建设项目已经上海市张江科学城建设管理办公室备案，项目国家代码为 2019-310115-88-03-006901。

6、项目环保情况

根据国家有关环境保护法律、法规，本项目在实施过程中严格控制环境污染，保护和改善生态环境，创造清洁适宜的生活和工作场所。

本项目在建设、研发过程中，不产生废水、废气、废渣等污染物，也不产生电磁辐射，故不会对环境造成污染。

（二）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目投资总额为 5,028.91 万元，其中办公场所租赁费用 498.00 万元，办公场所装修费用 1,260.00 万元，设备投资费用为 857.44 万元，人员费用为 2,307.60 万元。项目整体投资估算详见下表：

序号	投资项目	金额（万元)	比例
1	租金投入	498.00	9.90%
2	装修投入	1,260.00	25.06%
3	设备购置费用	857.44	17.05%
4	人员费用	2,307.60	45.89%
5	基本预备费	105.87	2.11%
合计		**5,028.91**	**100.00%**

2、项目投资进度

序号	投资项目	金额（万元）	T1（第一年）	T2（第二年）
1	租金投入	498.00	498.00	
2	装修投入	1,260.00	630.00	630.00
3	设备购置费用	857.44	257.23	600.21
4	人员费用	2,307.60	1,333.20	974.40
5	基本预备费	105.87	105.87	-
合计		**5,028.91**	**2,824.30**	**2,204.61**

3、项目选址

本项目将根据公司已有营销网络分布、区域运营情况及未来营销规划，有选择性的在全国范围内新设业务营销平台并对处于良好运营情况的已有营销网点进行扩大升级。公司拟在湖北、江西、海口、兰州、重庆、南京六地新设业务营销点扩大升级。

4、项目审批备案情况

营销网络建设项目已经上海市张江科学城建设管理办公室备案，项目国家代码为 2019-310115-88-03-006895。

5、项目环保情况

本项目不产生废气废水等污染物，对环境没有破坏，符合国家相关环保标准和要求。

（三）补充营运资金项目

1、项目概况

公司拟将本次募集资金中的 14,000.00 万元用于补充与主营业务相关的营运资金。

2、项目实施的必要性

（1）满足业务增长需求，弥补营运资金缺口

公司收入占比最大的展馆类业务在开展过程中需要经历创意设计、招投标、材料采购、项目实施、验收、决算等多个环节，项目周期较长，业务开展过程中需要占用公司大量营运资金。公司所在的数字文化展示创意行业正处于蓬勃发展时期，公司业务规模增长较快。随着公司募投项目的实施，业务规模将进一步增长，对公司未来的营运资金提出更高要求。

（2）提升资金实力，提高公司项目承揽能力

随着行业竞争加剧，业内企业的竞争已不仅仅集中在设计水平、技术手段、

产品价格等方面，客户在选择供应商时也会综合考虑企业的资产规模、资金实力、垫资能力等。企业若资金实力薄弱，营运资金不充裕，既会影响其已有项目的开展，也会因资金周转不灵而影响企业业务承接能力，制约企业发展。因此，通过本项目的实施，公司将进一步提升资金实力，提高承揽能力，促进企业持续发展。

（3）加强公司研发能力，提高业务服务的技术水平

展览展示技术近年来已取得了较快发展，能否将科技与文化艺术深度融合已经成为行业内企业竞争的焦点。因此，公司必须持续进行研发投入，增强研发能力，保障公司在未来的竞争中取得优势地位。公司各项研发项目的开展需要大量设备、人员投入，需要较多的营运资金支持。

3、补充营运资金的管理运营安排

公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所和公司募集资金管理办法的规定对营运资金进行管理和使用。

（四）募集资金投资项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

本次计划实施的募集资金投资项目均是围绕公司主营业务进行的，主要目标是增强公司自主创新能力，提升公司服务的技术含量，提高市场渗透能力，增加公司的核心竞争力。

其中，“研发中心建设项目”将增强公司产品和服务的技术水平，“营销网络建设项目”将为公司搭建高效的营销平台，“补充营运资金项目”将增强公司的资金周转能力。

三、公司发展战略及具体措施

（一）公司发展战略

公司拥有多个文化创意设计中心和分支机构，形成“文化科技研发+创意设

计中心+专业运营”的战略发展体系，通过将科技与文化相结合，对文化内容进行深度挖掘，创意传播，形成了新技术、新产业、新业态、新模式。公司秉持“用科技传播中国文化与品牌”的企业梦想，积极响应国家“一带一路”倡议和“文化强国”、“科技强国”、“引进来、走出去”战略，不断履行“客户的成功就是宽创的成功”的经营承诺，为国内外品牌提供高科技互动展示与体验的集成服务，为公共科技文化场馆提供数字科技展示与创意融合服务，为“一带一路”国家、国内外的展览展会和文化 IP 巡展提供专业的策划、设计、实施、传播、展示等服务。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

报告期内，公司加强研发团队建设，持续进行研发投入，不断提高公司产品与服务的技术水平，形成了一系列公司核心技术。公司综合运用人脸识别系统、智能定位系统、全景成像、互动沉浸式系统、VR 系统、AR 系统、MR 系统、人工智能系统、数据可视化系统、大数据分析系统等高科技手段，为客户打造行业领先的科技化展览空间。

报告期内，公司加强市场开拓力度，积极拓展国内外市场，承接并完成了张掖市博物馆、柳州科技馆、湖北云旅游客厅等一批具有行业影响力的项目。公司已经在北京、深圳、西安、成都等地设立了办公室，当地销售及设计团队持续跟踪项目信息，增强公司获取项目的能力。

（三）发行人未来规划采取的措施

未来公司将根据发展战略规划，结合实际经营状况，稳步提升自身在文化科技领域的创新创造能力，增加研发投入，提升公司技术水平；优化营销渠道，加大市场开拓力度；加强信息化建设，提高信息化管理水平；加快品牌建设，提升整体服务水平。具体表现为加大人工智能、大数据和互动物联网体验技术的研发，并将自主研发的科技运用到更多的文化场景之中，在原有应用场景之外，进一步挖掘商业中心、旅游展示中心、科普教育基地、园区体验中心等场景的运用，促进城市、区域的公共文化建设，建成与广大市民密切相关的学习场所、消费场所，

同时加大科技在辅助场馆运营中的运用，为场馆运营提供数字化解决方案。通过文化科技融合方面的投入，进一步提升公司的综合实力，巩固和扩大公司在行业的竞争优势。

公司未来规划采取的措施具体如下：

1、坚持技术研发

公司自有研发中心坚持“项目为体，研发再生”的价值主张，既保障了研发需求在具体项目中得以开发和应用，也保证了原项目中的研发产品可二次开发用于其他场景。

科技与文化融合是文化产业发展的重要趋势，用户对于文化内容的互动性、体验性和创新性要求越来越高。本次募集资金中的一部分将用于提升研发实力，保持产品的互动性、体验性和创新性，以满足市场需求，提升公司研发中心的响应速度。

公司未来研发方向主要包括：将展览展示与 5G 技术、人工智能、大数据、互动物联网体验技术、虚拟现实及增强现实技术等前沿高科技技术相结合，重点定位于智慧业务管理、智慧观众服务、古遗址还原、智慧文物、机器人研发、智慧运营等方面，促进公司业务服务的多样化、便捷化、智能化。公司将依托现有的研发体系，持续进行研发投入，力求将公司打造成展览展示行业国家级高水平研发中心、国内具有影响力的展览展示解决方案研发基地、新技术产业化应用基地和产业高端人才培养基地。

2、加强市场开发

营销网络建设方面：有针对性地构建国际化的营销平台，在扩张营销网络的同时充分挖掘公司已有营销网络覆盖区域的市场潜力，不断加强企业市场开拓能力并提高市场渗透力；完善各营销网点服务配置，以提升各营销网点的综合服务水平，进而以点带面，综合提升公司营销网络的竞争能力。

营销模式方面：加强线上网络营销、移动互联网客户端营销及传媒广告的使用。积极实施走出去战略，招揽国际营销人才，进一步打开通往国际的销售通路，扩大公司海外市场。

3、注重人才培养

公司将通过内部培养以及外部引进，扩充研发团队及管理人才，并不断完善人力资源管理体系，明确岗位职责及考核激励机制、加强员工培训教育等体系建设，从而整体提升公司员工素质及专业水平。

（1）加强员工培训。公司将建立学习型团队作为培训工作努力的重要方向，形成有效的人才培养和成长机制，通过内部授课、外部培训、课题研究等方式，有步骤地对公司各类员工进行持续培训教育，努力提升员工理论基础与实践技能，激发员工不断学习与创新的能力。

（2）重视人才引进。公司将根据实际情况和未来发展规划，继续引进和储备艺术设计、技术开发、市场营销、工程管理、经营管理等各方面的专业人才，优化人才结构，并加强吸收文化科技领域的复合型人才，吸收高水平的国内外行业专家，不断提升公司的管理能力和综合竞争能力。

（3）完善绩效考核制度。公司将继续完善绩效管理体系，进一步加大对研发、市场等人员的奖励力度，针对核心技术人员实施股权激励，使他们能够分享公司成长的成果，共同承担经营风险，充分调动工作人员的积极性和创造力。

4、资本运作

若本次发行上市成功，公司将根据市场形势和公司业务发展状况，结合本次募集资金投资项目的建设运营情况和公司财务状况，有效运用资本市场的融资渠道，弥补企业资金短板，为公司持续快速发展筹措资金。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等有关规定，公司制定了《信息披露管理制度》。该制度明确了重大信息报告、审批、披露程序，明确了公司管理人员在信息披露的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

公司信息披露工作由董事会统一领导和管理：1、董事长是公司信息披露的第一责任人；2、董事会秘书是直接责任人，负责具体协调和实施；3、公司证券部为信息披露的常设机构，对董事会秘书负责，协调和组织信息披露的具体事宜，负责统一办理公司应公开披露信息的报送和披露工作。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司制定了《投资者关系管理制度》，规定公司投资者关系管理工作的基本原则包括合规披露信息原则、充分披露信息原则、投资者机会均等原则、诚实守信原则、互动沟通原则、高效低耗原则，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，以实现公司利益最大化和保护投资者合法权益的战略管理行为。

公司尽可能通过便捷、有效的沟通方式，与投资者进行多渠道、多层次地交流与沟通，包括但不限于：1、公告,包括定期报告和临时公告；2、股东大会；3、公司网站；4、邮寄资料；5、投资者咨询电话和传真；6、媒体采访和报道；7、分析师会议；8、业绩说明会；9、广告或其他宣传资料；10、一对一沟通；11、

现场参观；12、路演；13、问卷调查；14、其它方式。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

1、促进公司与投资者之间的良性关系，增进投资者对公司的进一步了解和熟悉；

2、建立稳定和优质的投资者基础，获得长期的市场支持；

3、形成服务投资者、尊重投资者的企业文化；

4、促进公司整体利益最大化和股东财富增长并举的投资理念；

5、增加公司信息披露透明度，改善公司治理。

二、股利分配政策

（一）发行后的股利分配政策和决策程序

根据公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，本次发行后的利润分配主要政策如下：

1、利润分配原则

公司本着重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾公司资金需求及持续发展的原则，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性。同时关注股东的要求和意愿与公司资金需求以及持续发展的平衡。制定具体分红方案时，应综合考虑各项外部融资来源的资金成本和公司现金流量情况，确定合理的现金分红比例，降低公司的财务风险。

2、利润分配的形式

公司可以采取现金、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配股利。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

3、现金分红的条件和比例

在公司年度实现的可供股东分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告的情况下，则公司应当进行现金分红；若公司无重大投资计划或重大现金支出发生，则单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可供分配利润的 10%，最近三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可供股东分配利润的 30%。

公司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，在年度利润分配时提出差异化现金分红预案：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，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，现金分红在本次利润分配 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，或公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

4、重大投资计划或重大现金支出是指：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

5、股票股利分配的条件

在综合考虑公司成长性、资金需求，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以提出股票股利分配预案。采用股票股利进行利润分

配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

6、利润分配的期间间隔

公司当年实现盈利，并有可供分配利润时，应当进行年度利润分配。原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红。公司董事会可以根据特殊情况提议公司进行中期现金分红。

7、利润分配审议程序

（1）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

（2）公司每年利润分配预案由公司董事会结合章程的规定、公司财务经营情况提出、拟定，并经全体董事过半数表决通过后提交股东大会批准。独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见。

（3）股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（4）如公司当年盈利且满足现金分红条件，但董事会未按照既定利润分配政策向股东大会提交利润分配预案的，应当在中期报告中说明原因、未用于分红的资金留存公司的用途和预计收益情况，并由独立董事发表独立意见。

（5）监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案进行审议。

8、利润分配政策的调整机制

公司的利润分配政策不得随意变更。如外部经营环境或自身经营状况发生较大变化而需要修改公司利润分配政策的，由公司董事会依职权制订拟修改的利润分配政策草案。公司独立董事应对拟修改的利润分配政策草案发表独立意见，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司监事会应当对董事

会制订和修改的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

（二）本次发行前股利分配政策

本次发行前公司利润分配政策如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司可以采取现金或者股票等方式分配股利。

公司利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续

性和稳定性。公司根据实际经营情况，可以进行中期现金分红；非因特别事由（如公司进行重大资产重组等），公司不进行除年度和中期分配以外其他期间的利润分配。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。

三、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司 2020 年第二次临时股东大会决议，若本公司本次公开发行股票并上市成功，则本次发行前公司滚存的未分配利润由公司本次发行完成后新老股东共同享有。

四、股东投票机制

《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》对股东投票机制作出了规定，具体内容如下：

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。

五、承诺事项

（一）发行人发行前股东股份的限售安排、自愿锁定承诺

1、公司控股股东、实际控制人张东、李丹承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；

在上述锁定期满后，如本人仍担任公司董事、监事或高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，并且在卖出后六个月内不再行买入公司股份，买入后六个月内不再行卖出公司股份；在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让其本人直接或间接持有的本公司股份；自公司股票上市之日起十二个月后申报离职的，自申报离职之日起六个月内不转让其直接或间接持有的公司股份。

并且，如本人在担任公司董事、监事或高级管理人员任期届满前离职的，本人将在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守下列限制性规定：（1）每年转让的股份不超过本人所持有本公司股份总数的 25%；（2）离职后半年内，不转让本人所持本公司股份；（3）《公司法》对董监高股份转让的其他规定。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价或者上市后 6 个月期末收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）均低于公司首次公开发行股票时的发行价，本承诺人直接或间接持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本人作出的上述承诺在本人直接或间接持有股份公司股票期间持续有效，不因本人职务变更或离职等原因而放弃履行上述承诺。

2、公司股东宽创投资承诺：

本公司自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价或者上市后 6 个月期末收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）均低于公司首次公开发行股票时的发行价，本公司直接或间接持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本公司作出的上述承诺在本公司直接或间接持有股份公司股票期间持续有效。

3、公司股东宽兴咨询承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本合伙企业直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

4、公司股东民生投资承诺：

自公司股票上市之日起 12 个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

本公司在任意连续九十个自然日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过公司股份总数的 1%；通过大宗交易方式减持的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数，不超过公司股份总数的 2%。

5、间接持有发行人股份的董事、监事和高级管理人员张继伟、矫悟、冯良、傅连妹承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；

在上述锁定期满后，如本人仍担任公司董事、监事或高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，并且在卖出后六个月内不再行买入公司股份，买入后六个月内不再行卖出公司股份；在首次公开发行股票上市之日起六个月内申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接或间接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第七个月至第十二

个月之间申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让其本人直接或间接持有的本公司股份；自公司股票上市之日起十二个月后申报离职的，自申报离职之日起六个月内不转让其直接或间接持有的公司股份。

并且，如本人在担任公司董事、监事或高级管理人员任期届满前离职的，本人将在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守下列限制性规定：（1）每年转让的股份不超过本人所持有本公司股份总数的 25%；（2）离职后半年内，不转让本人所持本公司股份；（3）《公司法》对董监高股份转让的其他规定。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价或者上市后 6 个月期末收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）均低于公司首次公开发行股票时的发行价，本承诺人直接或间接持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本人作出的上述承诺在本人直接或间接持有股份公司股票期间持续有效，不因本人职务变更或离职等原因而放弃履行上述承诺。

（二）公开发行前持股 5%以上的股东的持股意向和减持意向

控股股东、实际控制人张东、李丹，宽创投资、宽兴咨询承诺：

1、若本人/本公司/本企业直接或间接持有的股份在锁定期满后两年内减持，减持股份时，将依照相关法律、法规、规章的规定确定具体方式，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

2、若本人/本公司/本企业在所持公司股票锁定期满后两年内减持所持公司股票的，减持价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）将不低于公司首次公开发行股票时的价格。

3、股票锁定期满后两年内，本人/本公司/本企业每年减持公司股份数量将不

超过所持公司股份总额的 25%，同时累计不超过公司总股本的 5%。

4、本人/本公司/本企业保证减持公司股份的行为将严格遵守相关法律、法规、规章的规定，将提前三个交易日予以公告，但本人持有公司股份低于 5%时除外。并且，如本人/本公司/本企业计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份，将在首次卖出的十五个交易日前将向证券交易所报告并预先披露减持计划，由证券交易所予以备案。

5、本人/本公司/本企业及本人/本公司/本企业的一致行动人在任意连续九十个自然日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过公司股份总数的 1%；通过大宗交易方式减持的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数，不超过公司股份总数的 2%。

6、若违反上述承诺的，本人/本公司/本企业将自愿将减持公司股票所获收益上缴公司享有。

（三）关于公司股价稳定措施的预案及承诺

1、启动条件

公司股票上市后三年内，若公司股票收盘价连续 20 个交易日均低于公司最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整），且同时满足相关回购、增持公司股份等行为的法律、法规和规范性文件的规定，则触发公司、控股股东及实际控制人、董事（不含独立董事）及高级管理人员履行稳定公司股价措施。

2、停止条件

实施期间，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案停止执行：

（1）公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于公司最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的

每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整）；

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件；

（3）继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

3、稳定股价的具体措施

（1）公司回购

公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在稳定股价措施的启动条件触发之日起 10 个交易日内召开董事会，董事会应制定明确、具体的回购方案，方案内容应包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容，并提交公司股东大会审议，回购方案经公司股东大会审议通过后生效。但如果股份回购方案实施前或实施过程中公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。本公司回购价格不高于公司最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整），回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，公司将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①单次用于回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%；②单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如果下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

（2）控股股东及实际控制人增持

若公司董事会未在触发公司股份回购义务后的10个交易日内制订并公告公司股份回购预案，或者股份回购预案被公司股东大会否决，或者公司公告实施回购的具体方案后 30 日内不履行或者不能履行回购公司股份义务，或者公司回购股份达到预案上限后，公司股票的收盘价格仍无法稳定在公司最近一期经审计的每股净资产之上且持续连续 5 个交易日以上，则触发公司控股股东及实际控制人增持股份的义务。

在不影响公司上市条件的前提下，公司控股股东及实际控制人应在触发增持义务之日起 3 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行所需的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露增持股份的计划。在公司披露增持公司股份计划的 3 个交易日后，将按照方案开始实施增持公司股份的计划。

公司控股股东及实际控制人增持股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式，增持价格不超过最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整）。但如果增持公司股份方案实施前或实施过程中公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，控股股东及实际控制人将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①单次用于增持股份的资金金额不低于其最近一次从公司所获得税后现金分红金额的 20%；②单一年度用以稳定股价的增持资金不超过其最近一次从公司所获得税后现金分红金额的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，其将继续按照上述原则执行稳定股价预案。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持

若公司控股股东及实际控制人未在触发增持股份义务之日起 10 个交易日内

提出增持公司股份的计划，或者未在公司公告其增持计划后 30 日内开始实施增持，或者公司控股股东及实际控制人增持股票达到预案上限后，公司股票的收盘价格仍无法稳定在公司最近一期末经审计的每股净资产之上且持续连续 5 个交易日以上，则触发公司董事（不含独立董事）和高级管理人员增持公司股份的义务。

不影响公司上市条件的前提下，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员应在触发增持义务之日起 3 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行所需的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露增持股份的计划。在公司披露增持公司股份计划的 3 个交易日后，将按照方案开始实施增持公司股份的计划。

公司董事（不含独立董事）和高级管理人员将通过竞价交易等方式买入公司股份以稳定公司股价，买入价格不高于公司最近一期末经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期末经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整）。但如果公司披露其买入计划 3 个交易日内或实施过程中其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，其可不再实施上述增持公司股份计划。若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的，公司董事（不含独立董事）、高级管理人员将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①单次用于购买股份的资金金额不低于其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的 20%；②单一年度用以稳定股价所动用的资金应不超过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

若公司新聘任董事（不含独立董事）、高级管理人员，公司将要求该新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

4、应启动而未启动股价稳定措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，承诺接受以下约束措施：

公司、控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

公司控股股东及实际控制人承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如果控股股东及实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的，则公司有权将与用于实施增持股票计划相等金额的应付本人现金分红予以扣留或扣减。

公司董事、高级管理人员承诺：在启动股价稳定措施的条件满足时，如本人未采取上述稳定股价具体措施，则公司有权将应付本人的薪酬及现金分红予以扣留或扣减。

5、稳定股价的承诺

（1）发行人就本次发行上市后稳定股价作出承诺：

公司承诺，在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价格均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），公司将按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》的相关内容，切实履行该预案中所述职责。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，公司将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如公司实际控制人及其一致行动人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，公司将暂予扣留应付实际控制人及其一致行动人现金分红中与拟增持股票所需资金总额相等金额，直至公司实际控制人及其一致行动人按上述预案规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如公司董事、高级管理人员未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，公司将暂予扣留上述人员应付薪酬、现金分红中与拟增持股票所需资金总额相等金额，直至公司董事、高级管理人员按上述预案规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

在股价稳定措施的前提条件满足时，公司拟将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券、重大资产重组等资本运作行为，直至公司按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

如因公司股票上市地上市规则等证券监管法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致公司、实际控制人及其一致行动人、董事及高级管理人员在一定时期内无法履行其稳定股价义务的，相关责任主体可免于前述约束措施，但其亦应积极采取其他合理且可行的措施稳定股价。

（2）发行人实际控制人张东和李丹就本次发行上市后稳定股价作出承诺：

本人承诺，在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价格均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），本人将按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》增持公司股票。

在股价稳定措施的前提条件满足时，本人将根据《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定，在公司就回购股票事宜召开的股东大会上，对回购股票的相关决议投赞成票。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定采取稳定股价的具体措施，公司有权将与本人拟根据《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三

年内稳定股价的预案》增持股票所需资金总额相等金额的应付本人的现金分红予以暂时扣留，直至本人采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

本人承诺在按照《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》规定的增持股票计划完成后的 6 个月内，本人将不出售所增持的股票。

（3）发行人董事、高级管理人员就本次发行上市后稳定股价作出承诺：

本人承诺，在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价格均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），本人将根据公司股东大会批准的《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对回购股份的相关决议投赞成票。

在股价稳定措施的前提条件满足时，本人将根据《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中的相关规定，履行相关的各项义务。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人属于《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中有增持义务的董事、高级管理人员，本人用于稳定股价而增持公司股票的资金不少于上一年度从公司领取的现金薪酬的 30%，但不超过 100%。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人属于《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中有增持义务的董事、高级管理人员，且本人未根据该预案的相关规定采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

在股价稳定措施的前提条件满足时，如本人属于《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中有增持义务的董事、高级管理人员，且本人未根据该预案的相关规定采取稳定股价的具体措施，公司有权将与本人拟根据上述预案增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣

留，直至本人采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

本人承诺，如本人属于《上海宽创国际文化科技股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》中有增持义务的董事、高级管理人员，在上述预案规定的增持股票计划完成后的 6 个月内，本人将不出售本次为稳定公司股价所增持的股票。

（四）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

发行人及控股股东、实际控制人张东和李丹承诺：

1、保证公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行上市的情形。

2、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司及公司控股股东、实际控制人将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 20 个交易日内启动股份买回程序，购回本次公开发行的全部新股。

（五）填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

1、公司关于首次公开发行股票填补被摊薄即期回报的相关措施

（1）全面提升公司管理水平，提高资金使用效率

提高公司运营效率，加强预算管理，控制公司的各项费用支出，提升资金使用效率，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。此外，公司将完善薪酬和激励机制，引进市场优秀人才，并最大限度地激发员工积极性，挖掘公司员工的创造力和潜在动力。通过以上措施，公司将全面提升运营效率，降低成本，提升公司的经营业绩。

（2）加强对募投项目监管，保证募集资金合理合法使用

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理办法》等相关制度。董事会针对本次发行募集资金的使用和管理，通过了设立专项账户的相关决议，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中，专户专储，专款专用。公司将根据相关法规和《募集资金管

理办法》的要求，严格管理募集资金使用，并积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

（3）加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

本次发行募集资金投资项目的实施符合本公司的发展战略，能有效提升公司的生产能力和盈利能力，有利于公司持续发展、快速发展。本次募集资金到位前，发行人拟通过多种渠道积极筹资资金，加快募投项目投资进度，争取尽早实现项目预期收益，增强未来几年的股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

（4）进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制

公司已经按照相关法律法规的规定修订了《公司章程（草案）》（上市后适用），建立了健全有效的股东回报机制。本次发行完成后，公司将按照法律法规的规定和《公司章程（草案）》（上市后适用）的约定，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

2、董事和高级管理人员关于首次公开发行股票摊薄即期回报的承诺

（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司后续推出股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（六）利润分配政策的承诺

本公司在上市后将严格依照《公司法》、《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等法律、法规、监督机构的规定以及《公司章程（草案）》及《上市后未来三年分红规划》等公司治理制度的规定执行利润政策。如遇相关法律、法规及规范性文件修订的，公司将及时根据该等修订调整公司利润分配政策并严格执行。

如公司未能依照本承诺严格执行利润分配政策的，本公司将依照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任。

（七）发行人及相关责任主体关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

1、发行人关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司董事会将在证券监督管理部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后二十个交易日内，制订股份回购方案并提交股东大会审议批准，依法回购首次公开发行的全部新股，并于股东大会决议后十个交易日内启动回购程序，回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作复权处理）为公司股票发行价格加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失：在相关监管机构认定公司首次公开发行股票

招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后二十个交易日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作；投资者损失依据相关监管机构或司法机关认定的金额或者公司与投资者协商确定的金额确定。

2、控股股东、实际控制人关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

公司控股股东、实际控制人张东、李丹承诺：

公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促公司董事会、股东大会通过决议依法回购首次公开发行的全部新股，并依法购回公司首次公开发行股票时本人公开发售的股份（如有），回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作复权处理）根据公司股票发行价格加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将督促公司将依法赔偿投资者损失。

本人承诺将就公司上述回购和赔偿责任承担无限连带责任，且将为上述事项在相关会议决议中投赞成票。若公司不能及时履行赔偿责任，本人将依法赔偿投资者损失。

如因本人原因导致公司首次公开发行股票招股说明书及及其他信息披露资料构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，则本人将在公司回购本次公开发行的全部新股后赔偿公司损失。

3、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺：

公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促公司董事会、股东大会通过决议依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作复权处理）根据发行人股票发行价格加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。

如公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

本人承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的承诺。

4、本次发行相关中介机构的承诺

海通证券股份有限公司承诺："海通证券承诺因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。"

上海市锦天城律师事务所承诺："本所已严格履行法定职责，按照律师行业的业务标准和执业规范，对上海宽创国际文化科技股份有限公司（以下简称"发行人"）首次公开发行所涉相关法律问题进行了核查验证，确保出具的文件真实、准确、完整、及时，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如因本所为发行人首次公开发行出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失，本所将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2 号）等相关法律法规和司法解释的规定执行。如相关法律法规和司法解释相应修订，则按届时有效的法律法规和司法解释执行。本所承诺将严格按生效司法文书所认定的赔偿方式和赔偿金额进行赔偿，确保投资者合法权益得到有效保护。”

大信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“如因本所为发行人首次公开发行出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失，本所将依法赔偿投资者损失。”

（八）关于公司社会保险和公积金的承诺

公司实际控制人张东、李丹承诺：

在任何期间，若由于宽创国际及下属子公司的各项社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵问题，而给宽创国际及其下属子公司造成直接和间接损失及/或因此产生相关费用（包括但不限于被有权部门要求补缴、被处罚）的，本人将无条件地予以全额承担和补偿。本人在承担前述补偿后，不会就该等费用向宽创国际行使追索权。

在任何期间，若由于宽创国际及下属子公司的各项社会保险和住房公积金缴纳事宜存在或可能存在的瑕疵问题，社保主管部门或公积金主管部门要求宽创国际及下属子公司对社保、公积金缴纳情况进行整改或补缴社保、公积金，本人将立即敦促宽创国际及下属子公司完成整改或补缴工作。

（九）关于避免同业竞争的承诺

本公司实际控制人张东、李丹承诺：

1、本人/本人近亲属（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、

年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业目前没有、并且于本人在公司任职及作为公司实际控制人期间也不会从事与公司及其控股子公司相同或相近似业务，或向与公司及其控股子公司从事相同或相近似业务的企业、单位进行投资或任职（不包括从证券市场购买该等企业、单位的股票，且持股比例低于 5%）。

2、本人/本人近亲属及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业目前没有、并且于本人在公司任职及作为公司实际控制人期间也不会通过其他任何方式（包括但不限于独资、合资、合作经营或者承包、租赁经营）间接从事与公司及其控股子公司业务相同或相近似的经营活动。

3、若违背上述承诺，本人愿承担相应的法律责任。

（十）关于减少和规范关联交易的承诺

公司实际控制人张东、李丹及董事、监事、高级管理人员承诺：

1、本人/本人近亲属（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，下同）及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业将尽量避免和减少与公司之间的关联交易，对于公司能够通过市场与独立第三方之间发生的交易，将由公司与独立第三方进行。本人/本人近亲属及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业将严格避免向公司拆借、占用公司资金或采取由公司代垫款、代偿债务等方式侵占公司资金。

2、对于本人/本人近亲属及本人/本人近亲属实际控制或担任董事、高级管理人员的企业与公司及其子公司之间必需的一切交易行为，均将严格遵守市场原则，本着平等互利、等价有偿的一般原则，公平合理地进行。交易定价有政府定价的，执行政府定价；没有政府定价的，执行市场公允价格；没有政府定价且无可参考市场价格的，按照成本加可比较的合理利润水平确定成本价执行。

3、与公司及其子公司之间的关联交易均以签订书面合同或协议形式明确约定，并将严格遵守宽创国际公司章程、关联交易管理制度等规定履行必要的法定程序，在公司权力机构审议有关关联交易事项时主动依法履行回避义务；对须报经有权机构审议的关联交易事项，在有权机构审议通过后方可执行。

4、保证不通过关联交易取得任何不正当的利益或使公司及其子公司承担任何不正当的义务。如果因违反上述承诺导致公司损失或利用关联交易侵占公司益的，公司的损失由本人承担。

5、上述承诺在本人构成公司关联方期间持续有效。

（十一）未能履行承诺的约束措施

1、发行人承诺：

上海宽创国际文化科技股份有限公司保证将严格履行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，同时承诺未能履行承诺时的约束措施如下：

如果本公司未履行招股说明书披露的承诺事项，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所指定报刊或信息披露媒体上及时、充分披露未能履行、无法履行或者无法按期履行承诺的具体原因并向股东和投资者道歉。

如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

2、公司实际控制人张东、李丹承诺：

本人保证将严格履行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，同时承诺未能履行承诺时的约束措施如下：

本人将依法履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项。

如果未履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，本人将在公司的股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊或信息披露媒体上及时、充分披露未能履行、无法履行或者无法按期履行承诺的具体原因并向公司的股东和投

资者道歉。

如果该未被履行的承诺事项可以继续履行的，本人将继续履行该承诺；本人亦将及时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议。

如果因未履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的相关承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，本人将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。如果本人未承担前述赔偿责任，则公司有权扣减本人所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。

如因未履行相关承诺获得违法所得的，本人自愿将按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所相关规章、规定处理。

在本人作为公司实际控制人期间，公司若未履行招股说明书披露的承诺事项，给投资者造成损失的，本人承诺依法承担连带赔偿责任。

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺：

本人保证将严格履行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，同时承诺未能履行承诺时的约束措施如下：

本人若未能履行在公司首次公开发行股票招股说明书中披露的本人作出的公开承诺事项的，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊或信息披露媒体上及时、充分披露未能履行、无法履行或者无法按期履行承诺的具体原因并向公司股东和投资者道歉；如该未被履行的承诺事项可以继续履行的，本人将继续履行该承诺；本人将及时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议。

如果因本人未履行相关承诺事项给公司或者投资者造成损失的，本人将向公司或者投资者依法承担赔偿责任。

如因未履行相关承诺获得违法所得的，本人自愿将按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所相关规章、规定处理。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

（一）重大销售合同

截至本招股说明书签署日，发行人已履行和正在履行的交易金额在 3,500 万元以上的销售合同如下：

单位：万元

序号	客户	合同内容	合同金额	签署日期	履行情况
1	陕西建工集团有限公司	咸阳市市民文化中心文化场馆工程科技馆装修、布展工程	8,000.00	2017 年 4 月	已验收决算
2	合肥滨投文化创意发展有限公司	中国家电博物馆室内展陈设计施工一体化	7,565.00	2019 年 6 月	已验收未决算
3	中卫市启源房地产开发有限公司	宁夏中关村科技产业园西部云基地云计算服务基地二次装饰及展示馆展览陈列布展设计、施工项目	6,227.07	2017 年 3 月	已验收决算
4	广东省罗浮山风景名胜区管理委员会	罗浮山葛洪博物馆你布展设计施工及外观改建一体化采购项目	5,801.95	2016 年 7 月	已验收未决算
5	南宁园博园管理中心	南宁园博园项目展馆展陈工程-园林艺术馆、东盟馆、顶蛳山遗址博物馆展陈工程 1 标段-园林艺术馆展陈工程	4,950.86	2018 年 6 月	已验收未决算
6	惟邦营造建筑设计（北京）有限公司	六枝记忆三线建设产业园（一期）建设项目展陈工程	4,753.97	2018 年 4 月	已验收未决算
7	道真仡佬族苗族自治县民族宗教事务局	中华仡佬族博物馆布展和装饰装修工程设计施工总承包	4,229.19	2017 年 11 月	已验收决算
8	武汉旅游发展投资集团有限公司	沙湖码头候船厅（游客集散中心）项目设备采购及布展工程	4,000.00	2016 年 12 月	已验收未决算
9	林西县文化广电体育旅游局	林西县文化综合体	3,902.78	2018 年 10 月	未验收
10	用友网络科技股份有限公司	用友数字企业馆设计施工项目	3,769.83	2018 年 5 月	已验收未决算
11	山丹县科学技术协会	山丹县科技馆陈列布展工程设计、施工项目	3,756.20	2018 年 6 月	未验收
12	胶州市少海发展管理处、胶州市文化广电新闻出版局	大沽河博物馆陈列与布展设计施工一体化标段一	3,698.07	2015 年 7 月	已验收未决算

（二）重大采购合同

截至本招股说明书签署日，发行人已履行和正在履行的交易金额在 500 万元以上的对公司生产经营活动有重要影响的采购合同如下：

单位：万元

序号	供应商	采购内容	合同金额	履行情况	签署日期
1	陕西恒业建设集团有限公司	咸阳科技馆公共区域布展施工项目	770.00	履行中	2017 年 5 月 5 日
2	上海天棱装饰设计工程有限公司	海南-新道展厅装饰布展工程	765.00	已履行	2017 年 9 月 1 日
3	甘肃美华建设工程有限公司	新疆-赛里木湖游客中心装饰布展工程	750.00	履行中	2017 年 5 月 23 日
4	北京天海宏顺展览展示有限公司	张掖市博物馆装饰布展工程	734.20	已履行	2015 年 12 月 20 日
5	影钛创新科技（北京）有限公司	六枝三线博物馆投影仪采购	720.00	已履行	2017 年 12 月 11 日
6	成都易娟基础工程有限公司	贵州-中华仡佬族博物馆装饰布展工程	690.00	已履行	2017 年 10 月 10 日
7	上海居雍装饰设计工程有限公司	中国家电博物馆室内展陈	670.00	履行中	2019 年 7 月 15 日
8	江苏华厦天地建设有限公司	江苏扬中市博物馆	630.00	履行中	2018 年 11 月 8 日
9	浙江人文园林股份有限公司	南宁园博园项目展馆展陈工程-园林艺术馆展陈工程园林绿化工程分包	600.00	履行中	2018 年 9 月 18 日
10	甘肃美华装饰工程有限公司	陕西-咸阳科技馆 1-4 层装饰布展工程	593.00	已履行	2017 年 7 月 24 日
11	广东嘉澳园林工程有限公司	广东罗浮山葛洪博物馆园林改造提升及屋面防水等施工	555.00	履行中	2016 年 8 月 5 日
12	烟台市中成装饰工程有限公司	崮山展示中心综合楼	534.00	履行中	2020 年 4 月 15 日
13	甘肃金润玉石业有限公司	张掖市博物馆装饰布展工程	500.00	已履行	2015 年 12 月 11 日

（三）房屋建设工程转让合同

2017 年 9 月 20 日，公司与上海张江国信安地产有限公司签订《房屋建设工

程转让合同》，约定国信安将位于上海市浦东新区北蔡镇 2 街坊 108/3 丘的国信安基地 B-3-2 厂房在建工程的所有权利义务一次性转让给发行人，转让价格为 7,361.48 万元。

（四）银行合同

1、授信合同

合同名称	受信人	授信人	授信额度（万元）	授信期限
保函授信额度协议	发行人	中信银行上海分行	3,000	2020 年 5 月 18 日至 2021 年 5 月 18 日

2、借款及保证合同

借款人	贷款人	借款金额（万元）	借款期限	合同编号	借款用途
发行人	中信银行上海分行	1,400	2020 年 7 月 6 日至 2021 年 7 月 6 日	2020 沪银贷字第 202006-08 号	企业日常经营周转
发行人	浦发银行张江科技支行	800	2020 年 3 月 26 日至 2021 年 3 月 25 日	97162020280097	企业日常经营周转

2019 年 6 月 25 日，张东、李丹和张嘉赓与中信银行上海分行签署《最高额抵押合同》（编号：2019 沪银最抵字第 731611193002 号），约定为发行人履行债务提供最高额抵押担保，担保债权为中信银行与发行人于 2019 年 6 月 25 日至 2022 年 9 月 25 日期间签署的主合同而享有的债权，最高额限度为人民币 4,500 万元，抵押物为位于中国（上海）自由贸易试验区伽利略路 11 号 2 幢的房产，产权证号为沪房地浦字（2010）第 051470 号。

2019 年 6 月 27 日，张东和李丹与中信银行上海分行签署《最高额保证合同》（编号：2019 沪银最保字第 731611193004 号），约定为发行人履行债务提供最高额保证担保，担保债权为中信银行与发行人于 2019 年 6 月 25 日至 2022 年 9 月 25 日期间签署的主合同而享有的债权，最高额限度为人民币 5,150 万元，保证方式为连带责任保证担保。

2020 年 3 月 23 日，张东和李丹与浦发银行张江科技支行签署《最高额保证合同》（编号：ZB9716202000000014）,约定为发行人履行债务提供最高额保证

担保，担保债权为浦发银行张江科技支行与发行人于 2020 年 3 月 23 日至 2021 年 12 月 31 日期间签署的主合同而享有的债权，最高额限度为人民币 2,000 万元，保证方式为连带责任保证担保。

（五）保荐协议及承销协议

2020 年 12 月，公司与海通证券股份有限公司签署了《保荐协议》及《承销协议》，由海通证券股份有限公司作为本公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐人和主承销商。

二、对外担保事项

截至本招股说明书签署日，发行人无对外担保事项。

三、重大诉讼或仲裁事项、重大违法行为

（一）发行人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司 100 万以上未决诉讼共计 3 项，涉及案件金额 3,983.03 万元，占所有未决诉讼案件金额的 96.33%；具体情况如下：

1、发行人及其子公司作为原告尚未了结的或可预见的 100 万元以上的诉讼情况如下：

序号	原告	被告	项目名称	案由	案号	审理(执行)法院	诉求类型	诉讼请求	标的金额	状态
1	宽创国际	贵阳中医药大学	贵州民族医药博物馆	合同纠纷	(2020)黔0111民初1485号	贵阳市花溪区人民法院	催收款	1、判令被告退回投标保证金22万元，并支付拒绝退付保证金的滞纳金55,403.83元（从2015年9月1日起算至起诉之日止），款清滞纳金止。2、判令被告支付投标方案的设计费36万元，并支付滞纳金90,660.82元（从2015年9月1日起算至起诉之日止），款清滞纳金止。3、判令被告支付第二次新方案设计费36万元，并支付滞纳金47,460.82元（从2017年9月1日起算至起诉之日止），款清滞纳金止。以上合计支付1,133,525.47元，款清滞纳金止。4、判令被告承担本案全部诉讼费及原告来往车旅费、律师费。	113.35万元	一审中

2、发行人及其子公司作为被告尚未了结的或可预见的100万元以上的诉讼情况如下：

序号	原告	被告	项目名称	案由	案号	审理（执行）法院	诉求类型	诉讼请求	标的金额	状态
1	上海普研建筑安装工程有限公司	宽创国际、上海张江国信安地产有限公司	宽创大楼	建设工程施工合同纠纷	（2019）沪0115民初58924号	上海市浦东新区人民法院	工程量有异议，催讨工程款	1.判令宽创国际支付原告拖欠工程款共计人民币21,427,151.81元，并支付拖欠工程款所产生的利息。2.判令本案诉讼费、律师费及鉴定费由宽创国际承担。	2,142.72万元及利息	一审中
2	陕西恒业建设集团有限公司	陕西建工集团有限公司、宽创国际	咸阳科技馆	装饰、安装及布展合同纠纷	（2020）陕0402民初917号	咸阳市秦都区人民法院	工程量有异议，催讨工程款	1、判令第二被告上海宽创全额支付剩余工程余款及相关费用11,668,668.5元；2、判令第二被告上海宽创按年化24%的利率承担应付工程款的延期支付利息5,600,960.88元。以上两项金额合计17,269,629.38元。判定第一被告承担连带责任	1,726.96万元	一审中

3、目前未决诉讼对发行人的影响

截至本招股说明书签署日，公司100万元以上未决诉讼共计3项，涉及案件金额3,983.03万元，占所有未决诉讼案件金额的96.33%，其中宽创作为原告的诉讼共1项，涉及案件总金额113.35万元；宽创作为被告的诉讼共2项，涉及案件总金额3,869.68万元。

发行人作为原告的合同纠纷主要系公司向客户催收款，其诉讼结果不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不会影响发行人的持续经营能力。

发行人作为被告方的案件主要为与供应商的合同纠纷，原因主要系双方对工程量有异议或向发行人催讨工程款。涉及工程量异议的案件中，公司已根据具体施工工程量确定入账金额，将根据判决结果支付工程款；根据公司出具的声明并结合公司法律顾问单位出具的关于涉诉案件的书面意见，公司承担额外巨额损失的可能性较小，公司已相应计提了预计负债。涉及与公司办公大楼施工单位的合同纠纷诉讼，双方就办公楼施工工程量及付款金额存在异议。目前公司办公大楼不存在权属纠纷，公司已取得该办公楼不动产权证并已入驻办公，因此对公司持续经营不产生重大影响。

根据《审计报告》，报告期各期末，发行人货币资金、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、交易性金融资产（理财）余额合计为9,608.64万元、10,624.92万元、12,272.96万元和8,015.15万元，发行人具有足够的现金支付能力。报告期内，公司营业收入金额分别为35,267.66万元、38,961.08万元、48,111.53万元及15,733.02万元。2017年度至2019年度年复合增长率为16.80%；表明发行人主营业务具备良好的成长能力，发行人营业收入可以作为偿付诉讼、仲裁赔偿的来源。

综上所述，诉讼对发行人财务状况、经营成果、持续经营能力不会产生重大不利影响。

（二）控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

（三）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近 3 年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

四、控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为

报告期内，发行人控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

张 东　　李 丹　　矫 悟

张继伟　　蒋 骁　　李黔滨

王 亮

全体监事：

冯 良　　傅连妹　　高 燕

全体高级管理人员：

李 丹　　矫 悟　　张继伟

朱晓寅

上海宽创国际文化科技股份有限公司

2020 年 12 月 25 日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人：

张　东　　李　丹

2020年12月25日

三、保荐机构（主承销商）声明（一）

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人签名：

成 龙

保荐代表人签名：

杨小雨 赵 耀

保荐机构总经理签名：

瞿秋平

保荐机构董事长、法定代表人签名：

周 杰

海通证券股份有限公司

2020 年 12 月 25 日

三、保荐机构（主承销商）声明（二）

本人已认真阅读上海宽创国际文化科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理签名：

瞿秋平

保荐机构董事长签名：

周 杰

海通证券股份有限公司

2020 年 12 月 25 日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

孙亦涛　　郁振华

王舒庭

律师事务所负责人：

顾功耘

上海市锦天城律师事务所

2020 年 12 月 25 日

五、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的大信审字[2020]第 4-01033 号审计报告、大信专审字[2020]第 4-00285 号内部控制鉴证报告及经本所鉴证的大信专审字[2020]第 4-00286 号非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海宽创国际文化科技股份有限公司在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：_____
胡咏华

签字注册会计师：_____（项目合伙人）
李赟莘

签字注册会计师：_____
郭义喜

签字注册会计师：_____
肖俊龙

大信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 25 日

年 月 日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

注册资产评估师：

庞一村　　叶晔

资产评估机构负责人：

梅惠民

银信资产评估有限公司

2020 年 12 月 25 日

七、验资机构声明（一）

本所及签字注册会计师已阅读《上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的大信验字[2019]第 4-00034 号、大信验字[2019]第 4-00035 号验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海宽创国际文化科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：_____

胡咏华

签字注册会计师：_____（项目合伙人）

李赟莘

签字注册会计师：_____

郭义喜

大信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年12月25日

七、验资机构声明（二）

本机构及签字注册会计师已阅读上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股份并在创业板上市的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

张勇　　薛淳琦（离职）

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 25 日

签字会计师离职情况的说明

立信会计师事务所（特殊普通合伙）为上海宽创国际文化科技股份有限公司出具验资报告的签字注册会计师薛淳琦已从本公司离职，无法在上海宽创国际文化科技股份有限公司首次公开发行股份并在创业板上市的招股说明书及相关申请文件中签字。

特此证明。

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年 12月 25日

第十三节 附件

以下文件为本招股说明书附件：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。