

業 務

概 覽

我們是位於河南省開封市的文化主題園區及旅遊表演開發商及運營商。我們的業務以清明上河園為核心，該園為根據宋代畫作《清明上河圖》所建的全國5A級旅遊景區。截至最後實際可行日期，清明上河園是開封市唯一一家全國5A級旅遊景區，也是河南省唯一一家提供大型實景旅遊演出的主題園區。根據灼識諮詢的資料，我們的園區於2025年共接待約9.6百萬遊客人次，在全中國所有單一主題園區中排名第四，在河南省所有5A級旅遊景區中排名第一。

我們擁有逾27年的主題園區運營管理經驗，並榮獲多項殊榮及行業認可。我們於2007年首次獲原中華人民共和國人事部及原中華人民共和國國家旅遊局評為「全國旅遊系統先進集體」。自2010年起，我們的園區獲原中華人民共和國文化部認定為「國家文化產業示範基地」，並獲全國旅遊景區質量等級評定委員會評定為國家5A級旅遊景區。

我們以《清明上河圖》所描繪的宋代文化為基礎，為遊客提供多種沉浸式體驗。於往績記錄期間，我們的收入主要來自：(1)園區運營，包括(i)門票銷售；(ii)租賃收入；及(iii)餐飲及酒店服務；(2)我們的旗艦演出，即《大宋•東京夢華》演出門票的銷售；及(3)其他服務，包括旅遊服務；管理服務；及其他附屬服務。我們的總收入由2023財年的人民幣673.1百萬元增加至2024財年的人民幣741.7百萬元，並在2025財年維持在人民幣746.0百萬元的相對穩定水平。

憑藉我們多元化的產品及服務組合，我們已建立一個以宋文化為核心的主題園區運營體系。我們的園區運營涵蓋多個維度，包括復原宋代古建築、多種宋文化主題表演、互動式NPC角色扮演活動、主題酒店住宿、主題餐飲及餐秀表演，以及文創產品的設計及銷售。在遊樂設施方面，我們設置了融入宋代文化元素的無動力及動力遊樂設施，以滿足各年齡段遊客的娛樂需求。就主題酒店業務而言，我們經營文化精品酒店，即滿庭芳酒店及官驛，為賓客帶來沉浸式宋式美學生活體驗。我們通過園區內借鑒《清明上河圖》重現的餐廳與食肆(如孫羊正店)，為遊客提供主題餐飲服務。同時，我們推出主題餐秀表演，如《清明上河•宋宴》，將美食與文化演藝相結合，為賓客帶來沉浸式的宋代文化主題用餐體驗。此外，我們將園區內的若干商業場所租賃予業務與我們園區宋代文化定位相符的第三方商戶，引入專門的產品及服務，以改善現場消費便利設施及擴闊遊客的消費選擇。於2023財年、2024財年及2025財年，我們園區運營所產生的總收入分別約為人民幣528.1百萬元、人民幣569.4百萬元及人民幣583.1百萬元，分別佔相應期間我們總收入的約78.5%、76.8%及78.1%。

業 務

於往績記錄期間，我們的另一項主要收入來源為旗艦演出《大宋•東京夢華》的演出門票銷售收入。《大宋•東京夢華》是一場融合藝術呈現與文化敘事的大型沉浸式實景表演。該演出以汴京風貌為背景，劇情貫穿八首經典宋詞。《大宋•東京夢華》以巨型彩繪畫舫、機械菊花舞台及可移動水上棧橋等大型舞台裝置為特色，重現了宋代盛世繁華、民俗風情及朝貢禮儀等歷史場景。根據灼識諮詢，按2025年總票房收入計，《大宋•東京夢華》在中國文化旅遊演藝行業中位列全國第四，在國內實景演出中位列全國第二。該演出榮獲眾多官方及業界讚譽，於2023年入選中華人民共和國文化和旅遊部產業發展司編製的首批「全國旅遊演藝精品名錄」，並於2018年在第八屆中國旅遊投資艾蒂亞獎中榮獲中國最佳旅遊演藝項目金獎等榮譽。於2023財年、2024財年及2025財年，該演出產生的收入分別約為人民幣118.0百萬元、人民幣125.9百萬元及人民幣120.3百萬元，分別佔我們相關年度總收入的約17.5%、17.0%及16.1%。

我們的競爭優勢

我們受益於獨特的地理及文化優勢，以及通過多年專注運營所建立的穩固品牌壁壘

我們位於河南省開封市，開封是國家級歷史文化名城，曾作為北宋都城長達167年。作為《清明上河圖》所描繪文化的發源地，開封是宋文化的天然搖籃，亦是宋代獨特民俗、建築風格及多元社會習俗的發源地。憑藉開封當地的歷史文化資源，我們相信我們能夠開發出競爭對手難以複製的獨特園區產品及旅遊演藝產品，從而建立差異化的營運特色。

同時，河南龐大的人口基數為我們提供了穩定的本地訪客來源。根據灼識諮詢，於2025年底，河南省常住人口超過97.4百萬人。此外，除本地訪客外，我們的地理位置亦有利於吸引來自中國其他省份及地區的遊客。本公司毗鄰河南省省會鄭州市，受益於便捷的航空、高速公路及高速鐵路等多維交通網絡。這種交通連接性使我們能夠將我們的市場覆蓋範圍擴展至周邊省份，如山東、河北及安徽，以及長三角及珠三角等地區。

我們優越的地理位置及便利性使我們能夠受益於河南旅遊市場的持續擴張，該市場近年來穩步增長。憑藉其豐富獨特的文旅資源，河南旅遊業保持穩定增長並展現出巨大的市場潛力。根據灼識諮詢，河南接待遊客人次從2021年的8億增至2025年的11億，2021年至2025年的複合年增長率為8.7%。河南遊客總消費從2021年的人民幣0.6萬億元增至2025年的人民幣1.1萬億元，同期複合年增長率為15.4%。預計到2030年，河南省遊

業 務

客人次將達到14億，遊客總消費預計將達到人民幣1.6萬億元。作為開封市唯一的5A級旅遊景區，且根據灼識諮詢，是河南省按遊客量計排名最高的5A級旅遊景區，我們處於有利位置，能夠受益於河南旅遊業的持續增長及增量遊客。

截至最後實際可行日期，我們的園區已連續營運超過27年，期間獲得多項獎項及行業認可。我們在營運歷史中多次被評為「全國旅遊系統先進集體」。自2010年起，我們的園區被原中華人民共和國文化部認定為「國家文化產業示範基地」，並被全國旅遊景區質量等級評定委員會評定為國家5A級旅遊景區。我們已成功將清明上河園打造成為極具特色的文化標誌及宋文化的品牌代表，建立了強大且不可複製的品牌壁壘。

我們已證明自身具備將中國傳統文化元素轉化為產品的強大能力，且能持續迭代，展現出卓越的增長韌性

我們在將傳統文化符號轉化為可市場化的產品及服務方面積累了實用的專業知識。我們持續追蹤遊客興趣及消費趨勢的變化，深入理解歷史文化符號背後的核心意義，並將抽象的文化啟發轉化為可落地的實景體驗產品及服務。為實現這種文化轉化，我們在園區內設計並建造了以宋代為主題的各種現實比例建築與場景，呈現原創的現場演藝及實景表演，並開展角色扮演活動以及一系列遊客參與的互動體驗項目。通過這些多元化的現場安排，抽象的文化元素被轉化為各類付費產品及服務，為本集團帶來穩定的營運收入。

這套行之有效的營運模式於我們的整個經營歷程中一直貫徹執行，憑藉超過27年的營運經驗，我們的主要產品開發及里程碑包括(但不限於)：

- 於2008年，我們推出了《大宋•東京夢華》，開創了主題園區內舉辦大型實景演出的先河，年度遊客人次超過一百萬；
- 於2013年至2014年，我們推出了《岳飛槍挑小梁王》及《大宋•東京保衛戰》兩大現場表演，形成了我們的核心演出組合，推動年度遊客人次突破二百萬；
- 於2017年，我們引入了夜遊系統，成為河南省首個常態化運營夜遊的旅遊景區。我們將每日營業時間從白天8小時延長至13小時，不僅提升了接待遊客的能力，也拓展了消費場景；
- 於2023年，大宋•皇家樂園區正式對外開放，配備新增的宋文化主題動力遊樂設施，豐富並優化遊客體驗；

業 務

- 於2024年，我們進一步優化了園區內的NPC互動娛樂系統，使遊客能夠主動參與而非被動觀看，年度遊客人次超過六百萬；
- 於2025年年底，我們推出了《清明上河•宋宴》，這是一個融合了盛宴餐飲、現場演出及現代科技的宋文化主題餐飲體驗。該項目於2025年12月已被中國旅遊研究院評為「2025美食旅遊融合創新項目標桿案例」。

我們為遊客提供多元化的觀光體驗及一貫的優質遊客服務

自成立以來，我們遵循守正創新的原則。通過歷史空間的復原、多元化的表演及互動活動，我們提供涵蓋視覺、聽覺及情感投入的全方位體驗。我們相信，重現的宋代生活場景，配合系統化的客戶服務框架，構成我們的核心競爭優勢之一，並支持我們吸引尋求沉浸式文化之旅的遊客重複參觀。

參照《清明上河圖》，並以《東京夢華錄》等歷史文獻為依據，我們復原了《清明上河圖》中虹橋、汴河水系及古街舊巷等標誌性景觀，再現了宋代市井生活風貌。於最後實際可行日期，我們園區擁有超過400座傳統宋式建築及38艘仿古大型水船。從建築形態、街道規劃、飲食文化到節慶民俗活動，所有設計均依據現有歷史文獻及古畫進行研創。從建築尺度、營造工法到商舖招牌、服飾道具，每個設計細節皆以歷史為藍本，力求真實再現宋代日常生活的平凡場景。遊客可漫步虹橋、乘舟汴河、穿行古城門，感受移步換景的沉浸式歷史氛圍。

我們每日安排約410餘場現場表演，涵蓋馬戰、水戰以及傳統宋代民俗活動，如傳統遊戲和戴花遊園。此外，我們每日於園區內組織約280場NPC互動表演。我們相信，通過互動遊戲，例如通過角色扮演、劇情導向任務及隨機互動任務，我們的遊客能參與主題場景，獲得更強的現場投入感。

為提升服務品質，我們推行「六員一體」綜合員工管理制度，所有現場員工同時擔任安全員、遊客服務人員、導遊、清潔員、現場管理員及宣傳員。我們亦選拔優秀員工，組成專屬服務團隊，駐守園區內各個重要位置。營運指引要求彼等主動回應遊客在現場提出的日常、細緻及具體需求。通過該等全方位舉措，我們持續為遊客提供優質服務。有關進一步詳情，請參閱本節「遊客滿意度」。

業 務

我們維持高效的營運及管理系統

憑藉超過27年的園區營運經驗，我們已建立涵蓋園區所有核心營運範疇的模塊化、精細化管理體系，以及貫穿日常工作流程的營運標準。我們維持精簡的內部匯報、決策及執行流程，能夠迅速回應政策更新及新興市場趨勢。

我們亦採用一套內嵌數據分析功能的數字化管理系統。該系統收集涵蓋遊客流量、園內消費及設施使用率的實時運營數據，追蹤遊客偏好與消費模式的變化，並將分析後的數據反饋給管理團隊。此類數據洞察支持更快速的決策，並使我們能夠根據不斷變化的市場需求，動態精細化調整日常園區運營。

這些運營管理機制及數據分析能力已應用於我們日常的園區運營中，如下方實際範例所示：

- 在演出管理方面，我們既有的運營管理框架使日常現場安排(包括演出排程及現場人流引導)得以順利執行。作為此類運營規範的補充，大數據分析使我們能夠即時捕捉實時的遊客流量動態，並識別不斷演變的遊客趨勢。憑藉這些能力，我們可根據實際現場狀況及市場需求，靈活調整園內演出的頻率與時間表，並延長運營時間。通過將服務供應與現場遊客數量進行動態匹配，我們優化園區接待容量的使用率，為遊客維持高品質的觀賞體驗，並有效緩解核心園區區域的人群集中。
- 就商業營運管理而言，我們已建立以市場反饋為導向的動態調整機制。在數據分析的支持下，我們每季度對園區內商戶進行評估以作定期優化，引入更成功的業態，並定期更換表現欠佳的租戶。

我們擁有一支經驗豐富的穩定管理團隊

我們擁有一支凝聚力強且長期服務的管理團隊，其核心成員在文化旅遊方面擁有深厚的行業專業知識。本公司董事長兼總經理王女士，在企業管治及旅遊運營方面擁有超過20年經驗。我們的常務副總經理劉佳女士，在旅遊業擁有超過25年經驗，在旅遊景區管理及文化旅遊服務方面具備專業知識及技能。

我們的管理團隊具備扎實的專業能力及實操經驗。團隊擁有平均逾20年的企業管理及／或園區運營經驗，尤其在本園區積累了豐富的一線營運管理經驗，具備深入的行業洞察，對本公司的運營有透徹了解。有關董事及高級管理層履歷的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

業 務

此外，我們為員工提供具競爭力的薪酬待遇及清晰的職業發展路徑，並配備健全的內部人才選拔及長期激勵安排。我們所有高級管理層成員及核心業務人員均通過內部選拔晉升，為本公司長期可持續發展奠定堅實的人才基礎，並有效降低員工流失率。

我們的策略

我們將通過新的開發階段持續擴展園區

我們的園區以《清明上河圖》所描繪的宋代文化為運營核心，至今已運營超過27年。憑藉我們在開發源自《清明上河圖》的文化內容與設計元素方面的成熟經驗，我們計劃推行以另一幅宋代名畫《千里江山圖》為基礎的「第二張圖」策略。該計劃旨在發掘該畫作的文化內涵，並將靜態的古代畫作轉化為沉浸式的遊客體驗。

作為上述策略的一部分，我們擬在園區南區啟動一項擴建項目。該項目位於我們園區的西南角，總佔地面積約36,000平方米，總建築面積約8,700平方米，包含以《千里江山圖》為主題的商業場所、旅遊服務中心及休閒設施。

項目投資將主要用於土地開發及基礎設施建設、遊樂設施的採購及安裝、商業配套設施開發、景觀及文化主題場景打造、舞台演藝系統的採購及安裝、演藝節目的原創策劃與製作，以及遊客服務設施建設。

通過上述擴張舉措，我們旨在拓展園區的實體空間及功能佈局，打造全新的休閒與體驗空間，並全面提升園區在硬體設施及文化服務內容方面的整體營運能力。

項目完成後，本園區的總遊覽面積將進一步擴大，整體遊客接待能力亦將顯著提升。此外，擴建工程將增強園區於旅遊旺季期間的整體營運韌性，使我們能夠在大客流情況下持續穩定地提供高品質的遊覽體驗，並不斷提升遊客滿意度。

我們將持續拓展旅遊演藝業務組合

憑藉《大宋•東京夢華》累積的營運經驗及已建立的市場口碑，作為「第二張圖」戰略的重要組成部分，我們正積極推進並落實一個以《千里江山圖》所蘊含的文化內涵及藝術元素為基礎的演藝項目。該項目致力於將靜態的古代畫卷轉化為立體化、動態化的舞台藝術作品。通過創新的舞台設計及多元藝術元素，我們將打造一個能讓觀眾步入古畫之中，並親身見證我們如何活化傳承、弘揚創新宋代文化遺產的觀影空間。項

業 務

目將配備專業級音響、燈光系統、互動式敘事體驗及宋代主題場景，通過多感官沉浸式體驗，讓觀眾充分領略這幅傳世名作的藝術魅力與深厚文化底蘊。

為實現上述目標，我們擬重點投入室內劇場建設、演出內容製作及舞台系統開發等領域。我們計劃興建一座專用室內劇場，總建築面積約15,000平方米，設有約2,000個座位。我們將同步開展舞台設備的採購及安裝工作，並進行演藝內容的原創策劃與製作。項目將運用現代舞台科技，從視覺、聽覺及敘事等多個維度，呈現《千里江山圖》的藝術意境。

憑藉上述安排，預計本項目在推出後將不受天氣影響全年運營。它將填補我們園區目前缺乏大型室內現場表演的空白，並滿足日常多場次的營運要求。一旦全面投入運營，它將與我們現有的日間表演及《大宋•東京夢華》相輔相成，形成一個全面的演出體系，進一步豐富遊客的宋文化體驗。作為一個獨立營運的室內表演項目，它將採用獨立的門票安排，從而推動園區總收入實現額外增長。

我們將持續升級園區內的現有設施及表演項目

為進一步提升我們景區表演的藝術呈現效果及觀眾的沉浸式體驗，並確保園區內宋式古建築的長期保存及安全營運，我們擬針對現有主要表演及核心建築啟動翻新及升級項目。該項目主要涵蓋核心表演設備的全面翻新及演出優化，以及園區內宋式建築結構的維修，並進行沉浸式場景佈置改造。

具體而言，我們將升級我們現有戶外演出的音響系統、燈光系統、舞台機械及投影設備，並採用一體化數碼控制台，以實現多系統的協同運作。同時，我們將對宋式建築的外牆、屋頂、木構件及裝飾細節進行維修及保養工作，在保留其原有的宋代建築風格的同時，提升結構安全性、防火性能及防潮性能等。此外，我們將順應遊客喜好及不斷演變的市場趨勢，規劃於園區各合適地點搭建主題場景佈置，藉此為遊客營造沉浸式體驗環境。

待上述升級工程完成後，戶外表演的視聽效果及技術穩定性預期將會提升，設備故障率降低，因惡劣天氣情況所引致的干擾亦會減少。此類設備升級將有效簡化我們現有表演的舞台協調，並增強視覺、燈光及其他舞台效果，從而提升觀眾的參與度。此外，我們認為升級和修復園內的古建築有助於提升整個園區的文化氛圍，改善其品牌形象，進而鞏固我們作為以宋文化為特色的關鍵沉浸式旅遊景點的地位。

業 務

我們將繼續擴展我們的管理服務業務

憑藉我們在園區營運及演出營運系統方面的往績記錄，我們擬為全國各地的文化旅遊項目提供管理服務，涵蓋從初步規劃至持續日常運營的全過程。為多元化我們的收入來源及擴大品牌影響力，並實現從單一主題園區運營向綜合文化旅遊服務提供的戰略升級，我們計劃擴展我們的管理服務業務佈局。

就此而言，我們擬整合現有的管理服務業務線，並設立新的相關經營實體，以加強我們在總體規劃、建築及景觀設計、原創演出內容開發，以及項目運營及管理等领域的能力。

預期該業務線的推出將拓寬我們的收入來源，減少對核心景區門票及現場消費的依賴，並增強我們整體盈利能力的韌性。

我們的業務概覽

我們是一家中國的文化主題園區及旅遊表演的開發商及營運商，專注於經營位於河南省開封市的國家5A級旅遊景區清明上河園。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的總收益分別達人民幣673.1百萬元、人民幣741.7百萬元及人民幣746.0百萬元。下表載列我們於往績記錄期間按業務線劃分的收益明細：

	2023財年		2024財年		2025財年	
	(人民幣 千元)	佔總收入 百分比	(人民幣 千元)	佔總收入 百分比	(人民幣 千元)	佔總收入 百分比
園區營運						
—入場門票銷售	466,913	69.4	495,972	66.9	501,652	67.2
—租賃收入	43,853	6.5	51,583	7.0	52,412	7.0
—餐飲及酒店服務	17,356	2.6	21,816	2.9	29,057	3.9
小計	528,122	78.5	569,371	76.8	583,121	78.1
 《大宋•東京夢華》	 117,993	 17.5	 125,923	 17.0	 120,278	 16.1
 —其他^(附註)	 26,975	 4.0	 46,427	 6.2	 42,574	 5.8
 總計	 673,090	 100.0	 741,721	 100.0	 745,973	 100.0

附註：

1. 我們來自其他業務的已確認收益主要包括來自旅遊服務、產品銷售、停車場服務及管理服務等所產生的收益。

業 務

我們的園區運營

清明上河園

我們的清明上河園佔地超過360,000平方米，擁有超過100,000平方米水域面積、逾400座仿古建築及超過30,000平方米的古典園林建築，構成中國中原區域最大的宋代文化建築群。

為真實重現《清明上河圖》所描繪的繁華市井及民俗風貌，全面展示宋代的生活全貌，並在忠於歷史的基礎上豐富遊客的體驗，我們策略性地將園區劃分為三個獨特的主題區域，即南苑風情區、北苑皇家宮韻區及大宋•皇家樂園區。南苑風情區以《清明上河圖》為主題，旨在體現宋代的民間日常生活、社會習俗及市井文化。北苑皇家宮韻區將該傳世名畫的意境進一步延伸至皇城內苑及皇家園林，彰顯宋代皇家建築、古典園林美學及宮廷娛樂文化的宏偉氣派。為進一步提升遊客的沉浸式體驗，我們於2020年開始重建及開發大宋•皇家樂園區，該區域於2023年7月正式對公眾開放。此區域設有精彩的馬戰表演及一系列現代化遊樂設施，結合刺激的互動體驗，將深厚的宋代文化與沉浸式娛樂體驗無縫融合，讓遊客感受到仿若穿越回大宋的生動體驗。

業 務

下圖闡述我們園區的整體佈局：



南苑風情區

南苑風情區主要聚焦於重現《清明上河圖》所描繪的宋代市井景觀及民俗風情。該區域的整體佈局遵循「郊野—汴河—街市」的脈絡，由東向西完整還原了《清明上河圖》的場景佈置，依次穿過東京碼頭、虹橋、上善門及孫羊正店，並延伸至金水橋，其北面以雙亭橋為界。

經由正門，即迎賓門，進入景區後，延伸至虹橋的區域主要呈現畫作上半部分的郊野景色。南苑中段以橫跨汴河的虹橋為中心。虹橋作為景區的重要節點，亦是《清明上河圖》中郊野與市區場景的分界線，旨在還原畫作中段所描繪的汴河繁忙漕運及兩

業 務

岸繁華的市井景象。南苑後段以上善門為中心，集中展現宋代街巷的市井氛圍及人文風貌，完整重現畫作中的生活場景。

在進入上述南苑風情區之前，遊客將首先體驗本園區的入口區域，該區域從抵達一刻起便讓遊客沉浸於宋代主題之中。抵達本園區後，遊客首先進入迎賓廣場的外圍廣場區域，我們的每日開園儀式，如《包公迎賓》等表演通常均在此舉行。穿過迎賓門，一座張擇端石像映入眼簾。該石像描繪畫家手持名卷，標誌著遊客遊覽的起點，體現了我們「一朝步入畫卷，一日夢回千年」的遊覽主題。與此石像相得益彰的是《清明上河圖》銅浮雕，由工匠耗時一年雕琢而成。該銅雕長約33.32米，高約2.25米，栩栩如生地重現了這幅傳世名畫的全景，讓遊客瞬間沉浸於北宋都城汴京的繁華氛圍之中。

下圖展示位於本園區入口處的張擇端石像及《清明上河圖》銅浮雕：



北苑皇家宮韻區

作為《清明上河圖》的延伸，北苑主要依據相關歷史記載，還原宋代的皇家建築風格及園林，並展示這一時代真實的宮廷娛樂活動。

整個區域精心圍繞景龍湖佈局，該湖是我們《大宋•東京夢華》的水上舞台。一系列雅致的場館及庭院，包括臨水大殿、四方院、校場、拂雲閣及茗春坊環繞湖畔，構成了一個適宜全天候探索及娛樂的完整區域。

業 務

在此區域，遊客體驗經過精心分層設計。日間，遊客可參與精緻的藝術展演及實景戰鬥表演，例如《宋廷夢樂》及《大宋•東京保衛戰》。隨後，遊客可通過如科舉重演等互動活動，穿越時空。夜間，精彩絕倫的《大宋•東京夢華》演出將遊客體驗推向巔峰，生動再現宋代歷史的傳奇篇章。此外，北苑設有若干博物館，展示精選的宋代文物、陶瓷及古錢幣。

大宋•皇家樂園區

為進一步豐富遊客體驗，我們於2020年啟動「大宋•皇家樂園區」的興建工程，該園區於2023年7月正式對公眾開放。

該園區旨在向遊客呈現獨特的中國故事及傳說，分為兩個不同區域。第一個區域為「大宋•校場」，根據著名的宋代將領岳飛的歷史故事，開發了兩場大型史詩級馬術戰鬥表演，分別為日間上演的《岳飛槍挑小梁王》及夜間上演的《岳飛•鄜城大捷》。第二個區域為「大宋•皇家遊樂區」，我們在此將宋文化與現代遊樂元素創新融合，打造了五款獨具特色的「國風」遊樂設施。通過將現代科技融入這些主題景點，我們提供更為沉浸式的穿越體驗。該等遊樂設施主要包括驢驢千里(旋轉木馬)、龍騰鼓舞(碟型過山車)、神舟出海(海盜船)、花燈初上(自由飛翔的燈籠遊樂設施)及鳳舞九天(飛碟遊樂設施)。

下圖展示我們位於大宋•皇家樂園區的部分遊樂設施：



業 務

我們的文化旅遊及娛樂

本園區全年365天運營，一般上午9：00開放，每日晚上10：00關閉。於高峰期、公眾假期或《大宋•東京夢華》加開演出場次時，本園區的開放時間可能相應延長。

於運營時間內，獲准入園的遊客可自由探索本園區，欣賞依據《清明上河圖》復現的宋代建築，以及圍繞宋文化精心打造的實景及互動表演，並體驗各類其他文化娛樂設施及景點。

沉浸式宋代復現

我們的主題園區實景復原了北宋傳世名作《清明上河圖》中的建築，讓遊客沉浸於歷史上的宋代都城的繁榮與文化之中。本園區內復現的主要歷史建築群包括虹橋、拂雲閣、上善門、臨水大殿及十千腳店等。

下文載列園區內主要仿建建築物的詳細明細：

名稱

結構及我們涉及靈感的描述

虹橋



虹橋是中國古代橋樑工程史上的重大創新，被譽為中國十大歷史名橋之一。作為本園區的核心景觀，我們的虹橋橫跨園內汴河，呈優美的拱形，宛如彩虹。該橋在結構上設計為雙層通行：上層供行人及馬匹通行，下層則便於貨物運輸及船隻航行。其獨特的建築風格持續吸引遊客目光，促使遊客駐足拍照及悠閒欣賞，既是本園區一個令人難忘的地標，亦是拍照留念的熱門景點。

業 務

名稱

結構及我們涉及靈感的描述

拂雲閣



拂雲閣是本園區內最高的建築，採用獨特的「明四暗三」分層設計。其三層硃紅色樓閣優雅聳立，冠以四重金黃琉璃飛簷，在遼闊靜謐的水景映襯下閃閃生輝，吸引遊客登臨賞景。「拂雲」一名，意指「拂拭雲彩」，具有雙重含義：其一，寓意樓閣高聳，似可觸及飄雲；其二，象徵拂去歷史雲霧，顯現《清明上河圖》的真實精髓。

上善門



北宋時期，開封被眾多城門環繞，其中上善門是最具標誌性的城門之一。該城門既是進出開封的重要通道，亦是城市中心與周邊鄉郊的分界，具有重要的功能性及象徵意義。本園區內復原的城門現高21.6米，佔地1,553平方米，門洞高達8米。城樓飾以華麗輝煌的彩繪，更顯宏偉壯麗。該城門以「勾梁畫棟，氣宇不凡」廣受讚譽。

業 務

名稱

結構及我們涉及靈感的描述

臨水大殿



臨水大殿由相連的宣和殿及宣德殿組成，兩殿並列矗立，莊嚴肅穆，宛如一對戀人在水邊低語。當與水心榭相連時，便構成了一座精心設計的皇家戲樓。從此絕佳觀賞位置遠眺，園林景色層次分明，尤其能將水景盡收眼底，是欣賞各類水上表演及娛樂節目的最佳場所。

十千腳店



十千腳店複刻了源自宋代酒類專賣體系的經典副酒零售網點。宋朝持有官方牌照的正店擁有國家監管下的釀酒權，而較小的衛星鋪則向這些持證釀酒商批量採購酒水進行櫃台零售，十千腳店正是基於這一商業模式而創立。我們園區內的十千腳店採用依據《清明上河圖》中的設計還原宋代建築風格，重現了其歷史原貌。

業 務

門票包含的演出及互動節目

我們以宋代文化為核心，在本園區指定區域為遊客提供一系列無需額外收費的主題演出、民間戲曲及互動節目。

於2025年12月31日，我們的演出部門共擁有97名員工，負責本園區內演出的創作、策劃及日常呈現。此外，為滿足本園區的日常客流量及演出需求，我們亦委聘外部演藝公司或文藝團體作為獨立第三方，提供若干表演及演出。詳情請參閱本節「僱員 — 勞務外包安排」。

下文載列我們目前擁有及提供的門票包含的主要演出詳細明細：

名稱

我們的設計描述

《包公迎賓》



開封府尹包拯率領文武百官及皇家儀仗，主持隆重的開園儀式，向所有遊客致以禮賓歡迎。在鼓樂齊鳴、禮炮震天之際，張龍、趙虎、王朝、馬漢守護在側，包拯莊嚴宣讀聖旨，正式邀請各位貴賓進入本園區。

業 務

名稱

我們的設計描述

《岳飛槍挑小梁王》



北宋末年，金國大舉南侵，國內叛亂四起。朝廷面對內憂外患，應對乏力，令這個已延續一百六十餘年的盛世王朝，頃刻間風雨飄搖。無數愛國志士雖痛心疾首，但報國熱忱絲毫不減。當年武舉科考，吸引了來自全國各地的數千名考生。就在這萬眾矚目之際，岳飛首次嶄露頭角，成就傳奇。

《大宋•東京保衛戰》



通過火藥特效、吊威亞、攻城場景及跳河特技，結合電影級特效及逼真的戰爭場面，軍民聯防及戰士們的鬥志得以生動有力地呈現。觀眾的情緒隨著劇情的發展起伏跌宕，彷彿被帶入那個戰火紛飛的年代，身臨其境感受戰場的激烈與震撼。

業 務

名稱

我們的設計描述

《包公巡視汴河漕運》



包拯在護衛陪同下乘船巡視汴河，飽覽兩岸的城市繁榮景象。於運河碼頭，貨船列隊成行，滿載江南湖州的優質稻米及關中平原的上等錦緞。精緻的瓷器及漆器，以及優質的茶葉及藥材，琳瑯滿目，種類繁多。搬運工如蟻群般忙碌有序，進出船艙，川流不息。大船小船往來穿梭，熱鬧非凡，生動描繪了一個繁榮昌盛的時代。

《王員外招婿》



於此處，京城首富王員外為愛女搭建繡樓，舉行招婿儀式。凡被王小姐拋出繡球選中者，立時披紅掛彩，登樓成禮，從此坐擁萬貫家財，美眷相伴，堪稱人生得意之極。

業 務

名稱

我們的設計描述

《宋廷夢樂》



《宋廷夢樂》是一場皇家音樂盛宴，是設於北宋宮廷之中卻交織著自然奇音的沉浸式視聽體驗。該演出靈感源自經典宋詞，並使用簫、笛、埙、古琴、古箏及編磬等當時的主流樂器演奏，巧妙融合音樂表現與四季變換之美。在二十分鐘的表演中，通過四個不同的樂舞場景展開，連接塵世雅韻與天界風雅。在層層飛簷及高聳樓閣之間，觀眾恍若置身於宋文化的光輝暖意之中，彷彿在剎那間穿越千年。

《岳飛•鄜城大捷》



大型英雄史詩沉浸式實景演出《岳飛•鄜城大捷》，重現歷史上最著名的軍事勝利之一——岳飛率軍在鄜城與敵軍展開激戰。通過壯觀的舞台效果及演員的精湛演繹，該製作將觀眾帶回那個金戈鐵馬、英雄輩出的時代，沉浸於戰場的激昂之中，親身體驗那宏大而重要的歷史篇章。

業 務

名稱

我們的設計描述

《鳳舞九天》



鳳舞九天是一場以傳統吉祥文化為主題的戶外威亞懸掛實景演出。演出將鳳凰的象徵寓意、流暢的舞蹈動作與高空威亞技術相融合，以遞進式的演出編排呈現。

《菊美人》



《菊美人》是一場宋代舞蹈表演，描繪了詩人在宋代東京菊城背景下，於菊花叢中的醉夢。以菊花寄寓詩意，以美人映襯詞韻，舞者流暢的動作，通過軀幹、手、肩、腰、腿的細微姿態，以柔美而優雅的方式徐徐展開。此舞生動展現了宋代女性的迷人風姿及飄逸神韻，將觀眾帶回那個花好月圓、繁華盛世的年代。

業 務

名稱

我們的設計描述

《打鐵花之盛世大宋》



打鐵花是一項歷史悠久的民間藝術，也是國家級非物質文化遺產。《打鐵花之盛世大宋》以打鐵花為主要表演元素，呈現了一場壯觀的視覺盛宴，原始生命力與詩意浪漫交織其中。其起源可追溯至北宋，興盛於明清，歷經逾千年歷史，打鐵花的震撼壯麗與絢麗美感，是中國獨有的深厚藝術表達。《打鐵花之盛世大宋》不僅是一場視覺盛宴，更是一段穿越文化時空的旅程，邀請觀眾見證這項活態文化遺產的持久魅力及文化共鳴。

中式經典風格的遊樂設施

自2023年7月起，我們精心籌劃三年的大宋皇家遊樂項目已竣工並正式對公眾開放。該項目位於大宋•皇家樂園區內，佔地約超過43,000平方米，旨在通過科技手段創新打造「國風」娛樂體驗。它不僅為遊客提供刺激的遊樂體驗，亦傳遞宋文化獨特的精神內涵。目前，五套主要遊樂設施已全面開發完成，並向本園區獲准入園的遊客免費提供。其中，最受好評的包括驕驕千里、龍騰鼓舞及神舟出海。

業 務

下文載列園區內主要遊樂設施的詳細明細：

名稱

設計描述

驪驪千里



驪驪千里是一座設有108個座位的旋轉木馬，是當前中國首個及規模最大的圍繞宋代文化遺產精心打造的旋轉木馬。該設施坐落於忠實復現的宋代風格建築內，其內部裝飾融入了《千里江山圖》的標誌性視覺元素，描繪了岳飛與其駿馬率領軍隊列陣的傳奇場景。

龍騰鼓舞



龍騰鼓舞是一座可同時容納40名乘客的碟型過山車遊樂設施。該設施主要由軌道系統及乘騎裝置組成，以宋代擊鼓音樂為主題。其核心特色是一面巨型大鼓，而軌道本身則設計成一條氣勢磅礴的巨龍，營造出威嚴震撼的視覺效果。

業 務

名稱

設計描述

神舟出海



神舟出海是一座可同時容納50名乘客的大型海盜船遊樂設施。該設施重現了宋代使節出使外國的海上官方用船「神舟」。隨著每一次擺盪，整個船艙攀升至更高處。在此過程中，遊客體驗到乘風破浪、勇闖浩瀚汪洋的沉浸式感受。

入場門票銷售

我們向到訪本園區的遊客提供入場門票。持票人有權進入及遊覽本園區，並免費享用相應表演區域內的若干演出，毋須額外收費。於往績記錄期間，我們的入場門票一般分為三類，即普通門票、年票及終身票。下表載列於往績記錄期間各年按類別劃分的實際發放入場門票的數量：

	2023 財年	2024 財年	2025 財年
入場門票			
— 普通門票	4,477,843	4,919,474	4,781,266
— 年票	63,247	183,481	307,435
— 終身票	164	436	30,029
總計	4,541,254	5,103,391	5,118,730

我們通過直銷渠道及第三方銷售渠道(例如OTA平台)向個人訪客及企業客戶(包括旅行社)銷售入場門票。我們的直銷渠道包括：(i)現場售票中心及自助售票機；及(ii)線上DTC渠道。有關我們門票銷售模式的詳情，請參閱本節「門票銷售渠道—門票銷售模式」。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間來自入場門票銷售的收益明細：

	2023財年		2024財年		2025財年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(除百分比外，金額以千位列示)					
直銷						
— 現場售票中心及自助售票機	270,573	58.0	272,217	54.9	264,240	52.6
— 線上DTC渠道	77,698	16.6	128,952	26.0	117,153	23.4
小計	<u>348,271</u>	<u>74.6</u>	<u>401,169</u>	<u>80.9</u>	<u>381,393</u>	<u>76.0</u>
第三方銷售渠道						
— OTA平台	118,642	25.4	94,803	19.1	120,259	24.0
總計	<u>466,913</u>	<u>100.0</u>	<u>495,972</u>	<u>100.0</u>	<u>501,652</u>	<u>100.0</u>

於最後實際可行日期，我們設有三個售票中心及25台自助售票機，每個均位於本園區附近。在線購票的遊客通常無需領取實體門票，可通過在入口閘機掃描門票二維碼、身份證或人臉識別進入本園區。

定價政策

據我們的中國法律顧問確認，目前並無中國法律或法規對我們園區的入場門票實施政府定價或指導定價。因此，我們的入場門票按市場化原則定價。

普通票、年票及終身票的當前價格分別為人民幣120元、人民幣158元及人民幣669元。

於往績記錄期間，我們所有類別入場門票的價格維持穩定，並無調整。然而，為吸引更多遊客及鼓勵重複遊玩，我們自2025年起調整普通票的有效期(「**2025年調整**」)。於2025年調整前，我們的普通票僅限於入園當日單次入場。根據調整後的條款，普通票持有人現可於首次入園後三日內無限次進出本園區。年票自購買日起366天內，於本園區營運時間內無限次入園。終身票於本園區營運時間內提供終身無限次入園。此外，我們向特殊群體提供五折或免票入場優惠，包括60歲或以上長者、18歲以下未成年人、殘疾人士、現役軍人、記者、警察、消防員及導遊等。就企業客戶(通常為旅行社客戶)

業 務

而言，我們一般會就門票購買提供適用的優惠政策。根據團體旅遊類型，我們提供即時結算折扣，折扣額由全額門票價格的五折至九五折不等。對於銷售渠道合作夥伴(如OTA平台)，我們一般不會就門票提供任何折扣結算價格。

付款及收益確認

對於直接向遊客及我們的企業客戶銷售的入場門票，我們通常要求在發出入場門票前全額付款。對於通過OTA平台銷售的入場門票，我們採用預付款抵扣機制。根據此安排，合作OTA平台將支付指定金額的預付款。當遊客通過該平台預訂門票並經檢票入園後，將根據預先約定的結算價抵扣相應金額。倘預付款餘額不足以支付後續門票預訂，合作平台必須及時補足餘額。倘平台在收到我們通知後三天內未能補足，我們可暫停出票，直至收到全額還款。據董事所深知，於往績記錄期間，我們的合作OTA平台並無出現預付款短缺的情況。

於2025年調整前，我們普通票的收益於遊客通過園區入口閘機實際驗證及掃描時確認。我們現時就普通門票產生的收入於三日期間按直線法確認。我們年票及終身票的收益予以遞延，並分別於一年及30年內按直線法攤銷確認。

我們的商業物業租賃業務

概覽

於往績記錄期間，我們亦利用園內的商業物業，通過租賃服務產生收益。我們將園區內若干商業物業租予外部商戶，讓其有機會在我們高客流量的娛樂區域內經營。配合我們園區的整體定位，該等輔助商業物業所經營的業務主要包括旅遊及休閒產品供應，例如快餐連鎖餐廳、文創禮品店及娛樂場所，以豐富園區遊客的整體遊覽體驗。通過精心挑選商戶組合，我們旨在提供多元化的產品及服務，從而提升遊客的整體體驗，延長遊客在園區內的逗留時間及增加消費。此業務模式使我們能夠通過分享園區內商業活動的部分份額，而無需直接管理所有零售業務，從而多元化我們的收益來源。

至最後實際可行日期，我們園區內共有265個可供租賃的商業物業，其中全部物業均已出租。我們的商戶租戶主要為餐飲營運商，同時亦涵蓋其他多元化的商業業態，包括非物質文化遺產手工藝品、文創產品銷售、化妝造型服務、娛樂體驗，以及零食飲料等快速消費品。

於2023財年、2024財年及2025財年，此業務線的收益分別約為人民幣43.9百萬元、人民幣51.6百萬元及人民幣52.4百萬元，分別佔我們總收益約6.5%、7.0%及7.0%。

業 務

商戶遴選政策及程序

根據我們的發展計劃及周邊商業生態圈的佈局需求，我們通常首先向潛在商戶傳達園區的位置、資源及商業規劃。商戶隨後須提交項目運營方案。我們根據對該等方案的磋商及評估，確定合作意向並進行簽約流程。

我們的遴選標準優先考慮商戶的文化價值與我們園區主題的一致性，同時亦考量商戶的增長潛力、創收能力、產品商業化能力及商業兼容性。我們避免在同一區域內租予類別、規模及目標市場相同的競爭商戶，以確保商業組合合理且互補。

定價政策

於往績記錄期間，我們向商戶租戶按月收取租金，金額按協定的其實際每月營業額百分比計算。根據相關租賃協議，我們為各商戶租戶設定每月最低保證租金及全年最低保證租金。若按收益分成安排計算的租金低於約定的最低保證租金，則按最低保證租金標準收取租金。各租戶的最低保證租金一般以租用面積乘以預設的每平方米租金收入計算，而有關每平方米租金收入則參考租戶的業務類別及相關商業物業的位置而釐定。

我們的租金定價主要基於業務類別類型、商業物業位置及經營盈利能力等因素釐定。不同商業物業及業務類別的定價有所不同。

業 務

租賃協議

我們通常與租戶商戶訂立標準化租賃協議，其主要條款載列如下：

租期	通常為期一年
租金	對於一般商戶租戶，每月租金按其實際每月營業收入的約定百分比計算。此外，我們為商戶租戶訂定最低月租金及年租金。若租戶於租期內應付的平均月租金及年租金未能達到約定的最低租金下限，租戶應依照該最低下限支付租金。
付款條款	我們商戶租戶於園區內產生的經營收入須由本公司提供的銷售點系統集中收取。扣除相關租金及開支後，本公司將通過銀行轉賬向商戶租戶匯出剩餘款項。本公司通常每月與商業租戶結算賬目。
終止	除不可抗力事件外，任何一方均可通過事先通知並簽訂書面協議，提前終止租賃協議。若商戶租戶出現以下任一情況，本公司有權提前終止租賃協議：(i)單方面變更營業場所的使用性質，或銷售超出約定營業範圍的商品；(ii)未經授權轉租或轉讓營業場所、與任何第三方進行合營，或利用該場所從事非法商業活動；(iii)從事不公平競爭行為，干擾其他商戶的正常營業；(iv)違反本公司的紀律、規則及規章；(v)未能符合本公司對園區內所售商品之質量、數量、種類及樣式之要求；(vi)販售禁售商品或假冒偽劣產品；(vii)侵害他人權益並造成重大損害；及(viii)違反本公司收銀系統規定，擅自收取現金或未使用公司收銀設備即收受款項。

業 務

商戶管理

我們的商業營運部門主要負責園區內商戶的日常管理及服務支援。截至2025年12月31日，我們的商業營運部門共有28名全職員工，負責商戶租戶的整體現場管理，包括規範店鋪日常運營、服務品質與安全管控、處理客戶投訴、安排商戶培訓，以及監督衛生狀況、現場秩序，並負責商戶入駐、裝修及退場流程。彼等亦負責分潤數據核對、系統監控與報告編製，管理商戶合約、公用事業費用收取及設備物資供應。此外，彼等負責自營商品採購、庫存及倉儲管理、商戶績效考核、日常巡查與證照管理，協調商戶參與本公司園區活動，並承擔部門財務申報、應急演練及其他行政支援事務。

我們已建立結合日常例行評估與年度量化評估的商戶績效評估機制。就日常例行評估而言，我們根據園區內具體業務類別應用不同的評估標準。例如，餐飲商戶每月會從服務、產品質量、環境衛生、食品安全及整體客戶滿意度等若干方面進行評估，採用扣分制。年度量化評估則主要聚焦於遊客投訴、日常監管中發現的輕微違規扣分情況，以及巡查和監控中發現的問題，並結合相關方進行的評估，得出量化評分。

此外，在訂立任何租賃協議前，我們要求租戶商戶自行完成必要的備案及登記手續，包括營業執照、稅務登記及特定經營許可證。我們的商業營運部門通過例行巡查對商戶的經營資格及合規情況進行核實。此外，我們已設立商戶違規行為的預警及處理程序。倘出現不合規收款或未達評估標準等違規情況，我們會根據相關租賃協議條款採取警告、主張違約金或終止合約等措施。

我們的餐飲及酒店業務

為更佳服務我們的遊客，我們於園區內提供住宿、餐飲及演藝餐飲服務。於往績記錄期間，我們於園區內自有及營運兩間酒店及一間餐廳，分別為滿庭芳酒店、官驛、孫羊正店及我們的餐秀《清明上河•宋宴》。於2023財年、2024財年及2025財年，我們的餐飲及酒店業務產生的收入分別約為人民幣17.4百萬元、人民幣21.8百萬元及人民幣29.1百萬元，分別佔總收入的約2.6%、2.9%及3.9%。

業 務

我們的酒店組合

滿庭芳酒店

滿庭芳酒店位於園區內汴河河畔。酒店名稱源自詞牌名《滿庭芳》，又名《鎖陽台》、《瀟湘夜雨》或《滿庭花》。該詞牌之正體以晏幾道《滿庭芳•南苑吹花》為典範。時至今日，「滿庭芳」此名亦蘊含著靜謐雅致庭園之精髓，承諾為賓客帶來極致滿意的居住體驗。酒店建築採用圍合式庭院設計，讓賓客於喧鬧都市環境中，仍能享受清幽憩息。



我們的滿庭芳酒店設有超過77間風格獨特、佈置精美的客房。於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別售出18,257、19,363及19,694客房夜數。平均客房入住率分別約為65.0%、68.7%及70.1%。

下表概述我們截至最後實際可行日期的滿庭芳酒店：

位置	園區南側近鴛鴦橋
客房(間)	77
建築面積(平方米)	4,627.77
目標賓客	家庭及親子遊客
主要特色	整體建築採用封閉式庭院設計。大廳以原木紋理為設計基調，並點綴著卷軸主題的裝飾。客房氛圍溫馨，裝潢精緻。無論是戶外景觀還是室內設計，皆以宋代文化為主題，展現出一貫的東方美學魅力。

業 務

官驛

「官驛」指中國古代官方郵驛站點，是古代過往政府官員及外國使者在旅途中休息、住宿及換馬的專用場所。此類驛站同時承擔著國家重要的通訊樞紐功能，負責政治、經濟、文化及軍事資訊在全國範圍內的傳遞。借鑒傳統官驛深厚的歷史文化底蘊，我們在園區內建造了一家駐區酒店，正式命名為「官驛」。該酒店主要面向遊客設計，提供便利的休息及住宿服務，並豐富園區的文化旅遊體驗。官驛坐落於虹橋南側，是園區的核心景點之一。



我們的官驛設有超過26間風格獨特、佈置精美的客房。於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別售出2,919、3,386及4,213客房夜數。平均客房入住率分別約為30.8%、35.6%及44.4%。

下表概述我們截至最後實際可行日期的官驛：

位置	園區內的彩虹橋南側
房間數目	26
建築面積(平方米)	1,161.96
目標客戶	家庭及親子遊客
主要特點	三面環水，擁有傳統庭院、亭台樓閣及蜿蜒小徑，共同構成了一幅和諧優雅的景致，呼應了宋代既樸拙又精緻的建築風格。

業 務

物業

我們的中國法律顧問已確認，於往績記錄期間，我們就已全面遵守與酒店營運業務土地使用相關的中國適用法律及法規。

預訂及銷售

我們已設立多渠道、24小時預訂系統，讓遊客可通過多種線上及線下預訂平台預訂其心儀客房。

於往績記錄期間，我們的酒店客房可通過攜程、美團及抖音等線上平台預訂，或可在我們的園區直接現場預訂。我們通常要求個人遊客在確認其住宿客房預訂前預先結清住宿費用，就企業及機構客戶而言，住宿費用通常於退房時一併結清。

酒店管理

在酒店管理方面，我們已制定全面的服務標準、標準化操作流程及相應的監督管理制度，涵蓋酒店運營流程的各個環節，包括客房預訂、訪客入住指引、客房清潔服務、客房安全管理及其他關鍵運營環節。此等明確的標準及系統化的管理機制，使我們能夠維持一致的服務質量、規範日常運營行為，並有效降低因酒店服務而產生的潛在運營及安全風險。

酒店經營部主要負責景區內兩家酒店(即滿庭芳酒店及官驛)的日常運營、整體管理及品質監控。於2025年12月31日，酒店經營部共有45名員工，負責上述酒店的日常運營及常規管理工作，以確保業務穩定合規運作。

業 務

孫羊正店

孫羊正店原為北宋都城汴京七十二家官方授權餐廳之一，現於我們園區內精心復原修建。餐廳坐落在我們園區的南苑風情區內，設有華麗燈籠與幡旗、精雕細琢的門樓，以及古色古香的室內裝潢。餐廳設有多個主廳、包廂、貴賓套房及宴會廳，可同時容納約500名食客。孫羊正店以其精緻的佳餚聞名，提供傳統宮廷豫菜及數十種地道小吃，將其自身定位為商務接待、婚宴及旅行團用餐的理想場所。



除孫羊正店外，我們亦通過園區內的餐飲店、茶館及小吃攤為遊客提供餐飲服務。於2023財年、2024財年及2025財年，我們孫羊正店的單店營業額分別為人民幣10.1百萬元、人民幣11.1百萬元及人民幣11.4百萬元。

我們的餐秀《清明上河•宋宴》

2025年10月，我們正式面向園區遊客推出沉浸式餐秀《清明上河•宋宴》。該演出以《清明上河圖》及《東京夢華錄》為靈感來源，全劇共設置十場演出環節，其間穿插八段表演，並搭配八道精緻菜餚。通過運用裸眼3D、光影特效等技術手段，將舞台表演、宋代飲食文化與非物質文化遺產元素有機融合。

於2025年12月，我們的《清明上河•宋宴》獲中國旅遊研究院評為「2025美食旅遊融合創新項目標杆案例」。

業 務

下圖呈現《清明上河•宋宴》中的真實場景。



採購及供應商管理

我們的主要原材料包括菜單菜品所需的主要食材，包括但不限於魚、牛肉、豬肉、蔬菜、麵製品及調味品。我們採購的消耗品包括(其中包括)打包盒、清潔用品、小型烹飪設備及其他用品。

我們已實施全面且統一的內部控制程序以規範採購活動，確保品質及一致性。潛在供應商須經過嚴格的跨部門評估及實地考察，方可納入我們的合資格供應商名單，而所有合同審批流程均嚴格遵守我們的內部政策。我們的內部控制機制包括年度供應商評估制度、標準化的貨物驗收及交付程序，以及涉及客戶及市場級管理的既定反饋及投訴處理渠道。我們進一步將食材成本控制納入廚房績效評估體系，以維持餐飲業務的整體運營效率。

我們積極與供應商磋商，力求根據現行市場狀況及運營需要訂立優惠條款。我們持續監察市場價格水平，並通常以現行市價為談判基礎。憑藉與主要供應商的長期合作關係，我們能夠獲得有利的定價。倘市場出現重大波動，採購價格可參考當時的市場價格經雙方協議調整。

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們餐飲業務的合資格供應商總數分別為19、22及28名。於最後實際可行日期，我們與主要供應商已維持業務關係超過三年。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在供應商的食材或其他消耗品的供應方面並無遭遇任何重大短缺、延誤或中斷，與供應商的合約安排亦無出現對我們業務運營造成重大影響的任何重大違約或提前終止，且食材或其他消耗品的價格亦無出現任何重大波動。

食品安全及質量控制

我們已實施嚴格的質量保證政策及程序，以在供應鏈的每個環節維持質量。我們所採納的主要質量控制措施包括但不限於(i)嚴格的供應商遴選程序；(ii)定期供應商評估；(iii)現場食材質量檢測；(iv)在供應鏈每個關鍵環節制定質量控制政策；及(v)制定有關食品安全及環境衛生的內部政策及程序。

我們亦已為各級員工建立食品安全標準和培訓及評估程序。經我們的中國法律顧問確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大食品安全或質量問題。

定價

孫羊正店提供的菜餚產品通常採用成本加法定價。我們一般會計算每道餐點的食材成本並根據每道餐點的特性及定位，按個別基準加上適當的利潤率，從而確定最終的固定售價。

我們的《清明上河·宋宴》採用分級票務模式。為滿足不同訪客的需求及體驗層次，該演出門票按座位安排分為人民幣368元、人民幣468元及人民幣568元三個等級。董事認為，我們在此方面的定價政策大致上考慮了營運成本(如食材及人力)，同時亦參考行業內同類演出，形成一套綜合定價方法。除觀看演出外，《清明上河·宋宴》的門票持有人亦有權享有我們普通入場門票所附帶的權益。

《大宋·東京夢華》

概覽

《大宋·東京夢華》是我們出資及製作、由梅帥元先生導演的一場大型夜間水上沉浸式實景演出。於2023年，該演出成功入選中華人民共和國文化和旅遊部產業發展司編製的首批《全國旅遊演藝精品名錄》。於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自此業務線的收入分別為人民幣118.0百萬元、人民幣125.9百萬元及人民幣120.3百萬元。

業 務

演出

《大宋•東京夢華》採用六幕敘事結構，以時序性及沉浸式的方式呈現北宋的歷史文化底蘊。演出以《清明上河圖》為核心視覺藍圖，主要於園區內的景龍湖上演，充分利用周邊包括宮殿、亭台樓閣、水榭長廊及橋樑等建築景觀，營造出具有宋式美學的沉浸式意境。現場表演歷時約70分鐘，涉及約700名表演者及工作人員。

《大宋•東京夢華》章節

演出以一幕獨特的沉浸式場景開場，一名少年表演者在汴河夜景中放下菊花燈籠，伴隨著《清明上河圖》的畫卷徐徐展開。如此精心的場景編排，使觀眾從一開始便沉浸於北宋的歷史底蘊與文化風情之中。下表說明《大宋•東京夢華》六幕各幕的主題。

章節	主題	我們腳本設計的描述
----	----	-----------

序言	《虞美人》 南唐落幕	
----	---------------	--



以南唐覆滅的歷史背景為依託，本章旨在刻劃南唐末代君主李煜的心理狀態。舞台設計採用湖面搭建的菊花主題平台，結合水上舞蹈編排及燈光投影藝術。這些元素用以刻畫李煜對故國的懷念及其憂鬱之情。

業 務

章節	主題	我們腳本設計的描述
----	----	-----------

I	《醉東風》 市井繁華	
---	---------------	--



本章以汴京繁華的都市生活為主題。伴隨著熱情明快的音樂，身穿宋代服飾的表演者描繪鬥雞、噴火雜技及傳統婚禮等場景，營造出生動、喜慶、和諧的氣氛。

II	《蝶戀花》 婉約愛情	
----	---------------	--



本章描繪一對青年男女之間細膩而恆久的愛情故事。舞台背景設置為花影、水光與音樂伴奏的交織。通過場景與舞蹈編排的融合，表演傳達了與此浪漫敘事相關的純潔、美好與忠誠。

III	《齊天樂》 萬國來朝	
-----	---------------	--



本章以北宋鼎盛繁榮的歷史背景為依託，描繪一場盛大的外交場合。通過代表不同文化的獨特舞蹈編排及服飾，表演展現異域風情，並象徵各國使節匯聚汴京的盛況。

業 務

章節	主題	我們腳本設計的描述
----	----	-----------

IV	《滿江紅》 家國悲壯	
----	---------------	--



本章描繪傳奇女英雄穆桂英身穿戰甲、率軍騎馬出征的場景。通過其英勇威武的演繹，表演體現了精忠報國、無所畏懼及保家衛國的精神。

後記	《水調歌頭》 文明迴響	
----	----------------	--



在本章中，舞者在光影交錯間優雅起舞。其細膩而富有感染力的動作傳達了一個永恆的道理：正如月有陰晴圓缺，人生的悲歡離合亦是無可避免且亙古不變的自然規律。通過此藝術表達，表演與觀眾的文化底蘊產生共鳴，並引發深遠的歷史反思。

業 務

於2023財年、2024財年及2025財年，我們分別進行了423、472及474場《大宋•東京夢華》演出。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本劇目於單一晚間的最高演出場次為四場，通常發生於旺季，即學生暑假時段、五一假期(五一黃金周)中國國慶節(十一黃金週)及春節(農曆新年)。下表載列於所示年度及期間按月份劃分的演出場次。

月份月份	2023財年	2024財年	2025財年
一月	24	34	46
二月	34	49	44
三月	33	35	33
四月	41	39	36
五月	36	43	44
六月	33	33	31
七月	37	39	38
八月	56	60	63
九月	37	32	29
十月	47	48	48
十一月	31	32	31
十二月	14	28	31
合計	423	472	474

《大宋•東京夢華》之策劃及演出主要階段

籌備階段

與陽朔文化共同擁有版權

我們於2007年6月11日與陽朔帥元旅遊文化策劃有限公司(現稱陽朔帥元科技發展有限公司)(「陽朔文化」)訂立大型場景演出《大宋•東京夢華》藝術設計、創作合同(「設計及創作合同」)，內容有關(其中包括)《大宋•東京夢華》的設計、創作及版權擁有權。

陽朔文化是一家於2006年在中國成立的有限責任公司，主要從事提供科技推廣服務。截至最後實際可行日期，其由梅帥元先生持有80%股權，梅先生擔任其執行董事及法定代表人。梅帥元先生為本集團的獨立第三方。他被廣泛認為是中國實景演出旅遊行業的先驅人物及中國山水實景演出的創始人，代表作包括策劃由張藝謀執導的《印象•劉三姐》，亦策劃及製作《禪宗少林•音樂大典》等知名作品。

業 務

設計及創作合同的主要條款概述如下：

- 版權擁有權：** 陽朔文化持有《大宋•東京夢華》的著作權及修改權。於節目首演後，倘我們需對陽朔文化的設計及創作作品作出任何修改或調整，須事先取得同意。有關修改或調整應由陽朔文化按照我們的要求進行，且我們不得自行或通過任何第三方進行任何修改。其他版權由雙方共同擁有。
- 收益分攤安排：** 我們須自正式首演日期起計十年內，向陽朔文化支付門票收入的可變動分成。此外，倘我們出版或授權任何第三方出版與實景演出相關的任何音像製品，或出售任何其他包含陽朔文化設計及創作作品的影像產品，陽朔文化有權獲得該等收入的分成^{附註}
- 期限：** 本設計及創作合同字雙方簽署日起生效，並持續有效直至終止。

附註： 於往績記錄期間，本公司並無因出版或授權任何第三方出版任何與《大宋•東京夢華》相關的影音產品，或因銷售任何採用陽朔文化設計及創作成果的圖像產品而產生任何收入。經董事確認，我們目前並無任何有關業務，亦無意開展有關業務。

基於以下事實：(i)《大宋•東京夢華》是由我們與陽朔文化共同創作；及(ii)如上所述，設計及創作合同已載明有關版權的事宜，我們的中國法律顧問認為，(i)鑒於該節目的正式首演已於十多年前舉行，陽朔文化無權再根據設計及創作合同主張任何進一步的門票收入分成；及(ii)《大宋•東京夢華》的版權應根據設計及創作合同的條款由我們與陽朔文化共同擁有。

此外，我們已取得陽朔文化出具的書面確認函，據此，其已確認並作出承諾：(i)其現時並未進行任何活動，且並無任何意向或計劃於未來自行呈演《大宋•東京夢華》演出、授權任何第三方呈演該演出，或將任何相關權利轉讓予任何第三方；(ii)倘其日後有意自行呈演《大宋•東京夢華》演出，或通過授權第三方進行相關演出的方式利用相關版權作品，其將事先通知本公司，並僅在取得本公司事先書面同意後方可實施該等活動；及(iii)雙方並無就《大宋•東京夢華》的版權擁有權以及設計及創作合約的簽署、履行及其他相關事宜涉及任何現有或潛在的爭議或糾紛，亦無任何有關該等事宜的訴訟或仲裁程序已提起、待決或審結。

因此，我們認為與陽朔文化共同擁有《大宋•東京夢華》的版權，不會對我們的業務營運或財務狀況造成重大不利影響。

業 務

取得所需演出許可證

根據相關中國法律法規，我們須取得及持有策劃及表演《大宋•東京夢華》所需的牌照。經我們的中國法律顧問確認，我們已就《大宋•東京夢華》的營運及表演取得所有必要牌照、許可證及登記文件。

取得物業所有權證書及土地使用權

我們已就我們擁有及用作表演的物業取得物業所有權證書及相關書面確認。根據該等證書及確認，以及本節「一物業一自有物業」進一步詳述，我們的中國法律顧問已確認，根據適用的中國法律法規，我們有權繼續使用上述物業進行表演營運。

營運階段

培訓、綵排及籌備

《大宋•東京夢華》合共涉及約700名現場表演人員及工作人員，包括：(i)專業舞蹈演員，負責整個演出中的所有群舞及獨舞場景；(ii)武術及特技演員，負責執行空中威亞特技及馬術表演；(iii)民間表演者，飾演一系列北宋傳統角色，以豐富觀眾的沉浸體驗；(iv)舞台監督及執行導演，負責現場調度、演員定位及應急處理；(v)技術操作人員，負責監督舞台特效及確保設備正常運作；(vi)服裝、化妝及道具專員，負責更衣、服裝維護及道具管理；及(vii)其他支持員工。

我們已建立完善的演員培訓體系及標準化的演出排練流程。我們的培訓架構由持續性常規培訓及階段性專項培訓組成。新進演員須接受基礎入職培訓，一般涵蓋宋代文化常識、古典舞蹈基本功、形體姿態、對白及禮儀，以及操作安全規範。對於駐場演員，我們每年提供專項培訓課程，重點關注新編舞段、角色演繹、特技技能提升及團隊協作。

演出門票銷售

我們向有意觀看《大宋•東京夢華》的訪客銷售演出門票。除觀看演出外，我們的演出門票持有人還享有普通門票的權益。我們《大宋•東京夢華》的演出門票包括兩種類型：(i)普通座門票；及(ii)特等座門票。普通座依據位置劃分為A區及B區，而特等座則按具體位置及配套服務分為貴賓座與御座。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年《大宋•東京夢華》按演出門票類別劃分的實際觀演人次：

	2023 財年	2024 財年	2025 財年
《大宋•東京夢華》演出門票			
— 特等座門票	103,455	130,733	185,826
— 普通座門票	777,536	846,791	740,810
總計	880,991	977,524	926,636

附註：實際觀演人次指於往績記錄期間各年內，在演出場地開口經核實並掃描驗證的實際門票數量。

於2023財年、2024財年及2025財年，《大宋•東京夢華》的實際上座率分別為約66.0%、65.7%及61.2%。實際上座率的計算方法為：(i)實際觀看演出的持票人人數除以(ii)相關年度演出場地總座位數乘以相關年度內舉行演出場次。

我們的《大宋•東京夢華》演出門票採用與入場門票相同的銷售模式。有關我們門票銷售模式的詳情，請參閱本節「門票銷售渠道—門票銷售模式」一節。

下表載列於往績記錄期間我們演出門票銷售收入的明細：

	2023 財年		2024 財年		2025 財年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(除百分比外，金額以千位列示)					
直接銷售						
— 現場售票中心及自助售票機	48,993	41.5	36,995	29.4	20,103	16.8
— 線上直銷渠道	50,224	42.6	75,839	60.2	85,090	70.7
小計	99,217	84.1	112,834	89.6	105,193	87.5
第三方銷售渠道						
— 在線旅行社平台	18,776	15.9	13,089	10.4	15,085	12.5
總計	117,993	100.0	125,923	100.0	120,278	100.0

業 務

定價政策

經我們的中國法律顧問確認，中國法律法規並無就我們的演出門票實施政府定價或指導定價。因此，我們的演出門票按市場化基準定價。

截至最後實際可行日期，普通座門票按分區位置定價為人民幣249元及人民幣299元，而貴賓及御座門票則分別定價為人民幣499元及人民幣999元。截至最後實際可行日期，我們的觀眾席設有3,196個座位，包括2,755個普通座、391個貴賓座及50個御座。購買特等座門票的觀眾可獲享額外便利服務，包括但不限於茶水飲料、零食糕點、望遠鏡以及舒適座椅等。於往績記錄期間，我們可能會偶爾推出優惠活動，提供折扣票券。

針對企業客戶（通常為旅行社客戶）以及OTA等銷售渠道合作夥伴，我們一般會根據我們演出門票的具體類型提供結算價格。具體的折扣結算價格將依照相關協議所載之條款為準。

付款及收益確認

於往績記錄期間，我們《大宋•東京夢華》演出門票的付款及結算安排，與我們入場門票的相關安排一致。詳情請參閱本節「入場門票銷售—付款及收益確認」。

演出門票收入於遊客通過專用表演場地閘機時實際驗證及掃描門票後確認。

支援及維護

我們還高度重視舞台設施及專業設備的排練與運行前檢查工作。每次演出前兩小時，我們都會對照明、音響系統、空中索具設備、水上浮動平台以及特效裝置逐一進行全面測試。我們已就主要設備和演出環節制定標準化的定期檢查與排練機制。每週對空中索具系統及演員的高空特技排練進行全面測試。演出船隻的動力性能、定位精度以及上下船安全情況，經常進行全面檢查與測試。此外，在每次演出前一天對特效設備進行小規模試運行，確保穩定演出效果及現場操作安全。

我們根據演出設備及道具的不同類型，實施分類管理、日常巡檢與定期維護。演出道具主要包括服裝、燈光設備、演出船隻、舞台佈景建築設施及消耗品等，所有這些均需接受標準化的日常檢查與週期性維護安排，以確保設備狀態完好、演出品質穩定。

業 務

其他服務

除園區運營及旅遊演出業務外，我們於往績記錄期間亦提供其他服務，包括(i)旅遊服務；(ii)管理服務；及(iii)其他配套服務，以實現收入來源多元化。於2023財年、2024財年及2025財年，我們來自其他服務的收入分別約為人民幣27.0百萬元、人民幣46.4百萬元及人民幣42.6百萬元，分別佔總收入約4.0%、6.2%及5.8%。

旅遊服務

於往績記錄期間，我們通過持牌旅行社附屬公司清明上河園國際旅行社提供旅遊服務。我們的核心服務包括為到訪清明上河園的旅行團提供當地接待服務，以及設計、開發及銷售主要位於河南省內的包團旅行。我們的包團旅行通常包含機票、酒店住宿、餐飲、接送、觀光作為捆綁套餐，並全程由我們的領隊及／或導遊陪同。

管理服務

於往績記錄期間，我們為多家從事園區運營的客戶提供涵蓋項目策劃、設計、建設及運營執行的運營管理服務。憑藉超過27年的園區運營經驗，我們深入了解客戶需求及項目特點，在兼顧項目當地文化遺產、歷史脈絡與本土資源的前提下，提供定制化全流程運營管理解決方案。

我們的服務涵蓋以下三個階段，包括：

- 於前期，協助客戶開展頂層架構設計與概念規劃，明確項目定位、開發方向、運營模式及文化內涵；
- 於中期，為客戶提供商業規劃及文化演藝、夜遊系統等產品設計，並協助提供專項設計指導、建設監管及資源推廣；及
- 於後期，通過運營諮詢服務或項目整體託管方式參與項目運營執行。

我們的核心管理目標包括優化資源配置效率、強化現場團隊協調能力、提升精細化運營水平、加強配套設施與當地環境的統籌協調、開展全渠道營銷推廣，並系統性提升項目品牌影響力與市場聲譽。我們通過定制化運營策略，為受託項目創造穩定經濟效益、持續優化遊客體驗、帶動項目收益與客流穩步增長，協助客戶突破發展瓶頸，實現良性運營與長期可持續發展。

業 務

其他輔助服務

於往績記錄期間，我們亦提供若干輔助服務，以提升遊客的便利性及體驗。該等服務包括我們園區內的(i)商品銷售；(ii)停車服務；(iii)遊樂設施「優享通」服務；及(iv)VIP服務。我們的商品銷售涵蓋向園區遊客提供的多種產品。停車服務則為駕私家車前來園區的遊客提供便利。我們為希望減少園區內遊樂設施等候時間的遊客提供「優享通」服務。持有指定設施有效「優享通」的遊客可享受一次該設施的優先使用權，減少排隊時間。我們的「優享通」票價視乎設施而定，每張介乎人民幣30元至人民幣100元。票價乃參考國內其他知名主題樂園的遊樂設施快速通行證價格、本園區遊樂設施的刺激程度、遊客接受度及其他因素釐定，且於往績記錄期間及截至最後實際可行日期維持不變。對於希望進一步探索及體驗我們園區的團體遊客，我們提供VIP服務套餐。購買我們VIP服務套餐的人士可享有專屬權益，例如包含門票的表演專屬座位、遊樂設施優先使用權、免費停車，以及提供行程定制的個性化導遊服務。我們的VIP服務套餐定價為每團(十人一組)人民幣3,888元。該價格乃根據我們核心演藝資源的稀缺性與獨特性、高端遊客的市場需求及支付意願、同類高端主題樂園的行業定位與品牌價值，以及相關成本(包括人力、路線開發、VIP場地運營及專屬權益安排)等因素釐定，且於往績記錄期間及截至最後實際可行日期維持不變。

營銷及客戶互動

營銷策略

我們實施旨在提升品牌知名度及旅客參與度的營銷策略。為實現該等目標，我們從三個關鍵方面開展營銷運作，即傳統媒體推廣、新媒體傳播以及靈活的門票政策調整及其他優惠安排。於往績記錄期間，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣32.8百萬元、人民幣40.3百萬元及人民幣46.6百萬元，分別佔我們相應年度總收入的約4.9%、5.4%及6.2%。

傳統媒體

我們與國家級及省級主流媒體保持持續合作。通過邀請記者以新聞報導及專題文章形式報道我們的文化活動，以擴大品牌曝光度。我們亦參與高規格的行業及學術會議，以展示我們在文旅融合方面的專業實力，並履行企業社會責任傳播。

新媒體

我們運用抖音、小紅書及微博等社交新媒體平台，以年輕訪客及潛在客戶為目標受眾。全年圍繞宋式美學、互動體驗及節慶活動等主題，打造原創宋文化主題內容，以營銷及推廣我們園區的產品。我們邀請網紅及藝人體驗我們的現場主題活動，將品牌信息融入互動場景，有效提升公眾認知度及品牌口碑。

業 務

門票政策及其他優惠安排

我們靈活調整門票政策，以適應經營目標及營銷策略的變化。例如，自2025年5月起，我們將普通入場門票的有效期由一次性單日入園延長至首次入園後三日內無限次入園，以吸引客流並刺激園內二次消費。在非高峰期，我們密切監察市場動態，並及時優化推廣方案，以緩解季節性經營壓力並穩定整體經營業績。

遊客滿意度

為支持我們在服務質量及文旅產品方面的持續改善，我們已設立客戶反饋及投訴處理系統。客戶意見被視為服務提升及運營優化的重要參考。於往績記錄期間，我們根據既定的內部標準及程序，按照首問負責制處理遊客投訴。我們致力於現場解決投訴，妥善上報及處理未解決事宜，並在投訴解決後進行回訪，以提升遊客滿意度。我們的景區服務部每年編製投訴分析報告，該報告經過內部審閱後提交至質量管理部進行監督及跟進。據董事所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無接獲任何重大遊客投訴。我們每年派發遊客滿意度問卷。於往績記錄期間，依據該等問卷的反饋，我們的遊客滿意度持續維持於高水平並穩步攀升。我們亦監察線上用戶評論及輿情，及時作出回應，並採納合理建議以優化我們的服務。

我們的客戶

我們的客戶主要包括個人訪客以及企業客戶，其中旅行社為我們企業客戶群的重要組成部分。基於我們業務合作及交易安排的實質，我們的董事認為，這些旅行社是我們的直接客戶而非門票經銷商，理由如下：(i)我們與旅行社直接按雙方基準訂立門票合作協議。旅行社是唯一的合約對手方，根據相關協議享有獨立的權利及承擔義務，而非根據分銷安排作為中介經銷商行事；(ii)該等旅行社購買我們的門票主要是為了支持其自身入境旅遊團的旅遊團業務，而非作為核心經銷業務批量購買門票以轉售給散客或其他下游銷售渠道；(iii)我們一般在門票合作協議中訂明，旅行社及其相關人員不得轉售我們的入場門票及演出門票，否則我們保留終止該等協議的權利；及(iv)我們並無授予旅行社任何批量門票庫存、提前鋪貨或未售出門票退貨權。旅行社並非作為主體經銷商獨立庫存、分銷或推廣我們的門票。門票付款按即時、逐團結算，這與直接客戶採購安排一致。我們一般並無向客戶授出信用期。於往績記錄期間，我們絕大部分收益來自我們在中國的營運，且並無從中國境外客戶產生任何重大收益。

業 務

我們通常與旅行社客戶訂立門票合作協議，其主要條款概述如下：

條款	通常為一年
年度獎勵及資格門檻	我們通常在相關協議中為旅行社客戶制定獎勵政策 ^(附註) 。倘合作旅行社推薦的年度訪客人數超過我們制定的標準，則根據超額數量給予分級獎勵，並按年度結算。

附註：於2023財年、2024財年及2025財年，我們的應付予旅行社客戶的獎勵分別佔相應年度相關旅行社所產生收入的2.7%、2.8%及2.7%。

於往績記錄期間各年度，來自我們五大客戶的收益分別佔我們各年度總收益的13.3%、10.2%及8.7%。於往績記錄期間各年度，來自我們最大客戶的收益分別佔我們各年度總收益的5.1%、3.9%及3.0%。下表載列我們於所示年度按收益計算的五大客戶詳情：

2023財年

排名	客戶	收益 (人民幣千元)	佔總收益 百分比 (%)	向我們購買的 產品/服務	與我們 開始業務 關係的年份	背景及主要業務活動	付款方式
1	客戶A	34,207	5.1	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2020年	一家於中國註冊成立的 有限責任公司，主要 從事提供旅遊服務。	現場結算
2	客戶B	28,732	4.3	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2019年	一家於中國註冊成立的 有限責任公司，主要 從事提供旅遊服務。	現場結算
3	客戶C	9,190	1.4	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2020年	一家於中國註冊成立的 有限責任公司，主要 從事提供旅遊服務。	現場結算
4	客戶D	9,174	1.4	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2012年	一家於中國註冊成立的 有限責任公司，主要 從事提供旅遊服務。	現場結算
5	客戶E	7,676	1.1	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2012年	一家於中國註冊成立的 有限責任公司，主要 從事提供旅遊服務。	現場結算
總計		<u>88,979</u>	<u>13.3</u>				

業 務

2024 財 年

排名	客戶	收益 (人民幣千元)	佔總收益 百分比 (%)	向我們購買的 產品／服務	與我們 開始業務 關係的年份	背景及主要業務活動	付款方式
1	客戶 A	29,192	3.9	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2020年	如上表所披露。	現場結算
2	客戶 B	25,007	3.4	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2019年	如上表所披露。	現場結算
3	客戶 D	8,089	1.1	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2012年	如上表所披露。	現場結算
4	客戶 C	6,802	0.9	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2020年	如上表所披露。	現場結算
5	客戶 E	6,563	0.9	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2012年	如上表所披露。	現場結算
總計		<u>75,653</u>	<u>10.2</u>				

2025 財 年

排名	客戶	收益 (人民幣千元)	佔總收益 百分比 (%)	向我們購買的 產品／服務	與我們 開始業務 關係的年份	背景及 主要業務活動	付款方式
1	客戶 A	22,416	3.0	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2020年	如上表所披露。	現場結算
2	客戶 B	22,226	3.0	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2019年	如上表所披露。	現場結算
3	客戶 C	8,348	1.1	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2020年	如上表所披露。	現場結算
4	客戶 F	5,620	0.8	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2024年	一家於中國註冊成立的 有限責任公司，主要 從事提供旅遊服務。	現場結算
5	客戶 D	5,606	0.8	園區及演出門票 銷售與餐飲服務	2012年	如上表所披露。	現場結算
總計		<u>64,216</u>	<u>8.7</u>				

業 務

據本公司董事所知，於最後實際可行日期，本公司各董事及其各自聯繫人，或持有我們已發行股本5%或以上的任何股東，於往績記錄期間的各年度／期間，概無在我們的五大客戶中擁有任何權益。

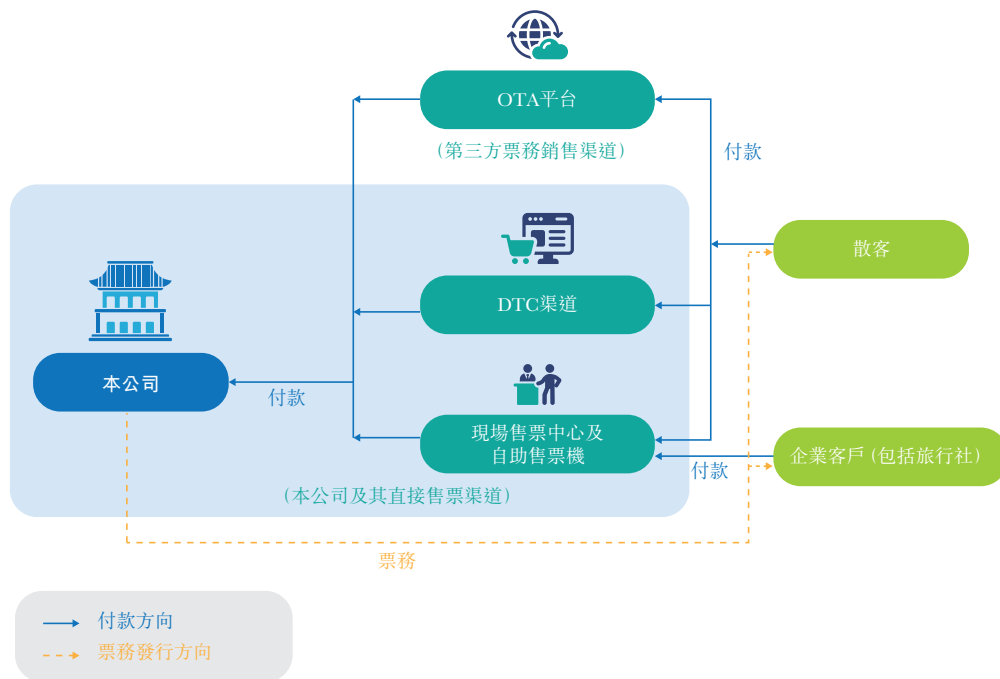
門票銷售渠道

門票銷售模式

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的收益主要來自本園區入場門票及《大宋·東京夢華》演出門票的銷售，金額分別為人民幣584.9百萬元、人民幣621.9百萬元及人民幣621.9百萬元，分別佔我們相應年度總收益的86.9%、83.9%及83.3%。

我們通過直銷渠道及第三方銷售渠道(如OTA平台)向個人遊客、企業客戶(包括旅行社)銷售門票。我們的直銷渠道包括：(i)現場售票中心及自助售票機；及(ii)線上DTC渠道，例如我們官方自營微信小程序及官方自營抖音賬號。我們通常要求遊客在出票前提供其身份證號碼或其他有效身份證明文件。

下圖闡述截至最後實際可行日期我們的門票銷售模式：



業 務

OTA 平台

於往績記錄期間，我們與主流的OTA平台(包括攜程、美團及同程)合作，不斷擴大我們入場門票及演出門票的線上銷售覆蓋範圍，並提升我們的市場知名度。

我們通常與該等OTA平台訂立初步為期一至兩年的合作協議，該等協議於到期後將自動續期。在我們的合作模式下，我們通常設定統一的結算價格，並根據門票類型向合作的OTA平台建議線上零售價格。儘管我們的OTA平台可獨立開展促銷活動，並自費為用戶提供補貼，但我們一般要求所有此類折扣和補貼活動都必須事先向我們報告並獲得我們批准，方可進行。我們通常與合作OTA平台採用預付款結算模式。所有門票訂單均通過雙方認可的票務管理系統下單，並設有月度對賬及淨額結算安排。預付款項在相應遊客入園及門票核驗時予以扣除。

我們的董事認為，該等OTA平台並非我們的分銷商，主要考慮以下關鍵原因：(i)散客是我們的直接客戶，我們與散客之間存在合約關係。在該關係下，我們是所有門票相關服務的獨家服務提供方及責任承擔方，而OTA平台僅作為信息展示及門票銷售的線上渠道；(ii)我們不會預先向合作OTA平台提供門票庫存。在整個合作過程中，門票所有權並無轉移至合作OTA平台，合作OTA平台亦不轉售門票；(iii)我們向合作OTA平台提供的所有門票均為電子化發行，並實時動態核驗。由於入場門票及演出門票是按需發行並與個人遊客的實名登記綁定，OTA平台不存在實物庫存囤積、滯銷庫存保留或轉售套利行為；及(iv)我們對所有門票產品保持統一的定價控制，包括適用於所有合作OTA平台的統一結算價及建議線上零售價。所有平台推廣活動均須經我們事先批准，合作OTA平台並無獨立的定價權。

第三方銷售渠道管理

我們對所有合作的OTA平台採取全面及標準化的管理措施，以確保所有渠道的線上門票銷售合規、一致且有序。

我們通過各合作OTA平台提供的獨立後台管理系統進行實時監督。我們可即時查閱各合作OTA平台的營運數據，包括門票銷售量、核驗記錄及結算明細。此類持續監控使我們能夠在整個銷售過程中及時識別、干預及糾正任何不合規行為，規範渠道銷售行為並降低相關營運風險。

業 務

我們對合作OTA平台的准入並不採用量化硬性標準。相反，我們會進行定期審查，涵蓋各平台的營運表現、服務質量、用戶反饋及合規記錄。合作安排會根據評估結果及時調整及優化，以維持穩定的渠道服務質量及一致的客戶體驗。

統一定價規範在所有OTA銷售渠道中嚴格執行。所有合作OTA平台均須遵守我們規定的統一合約結算價格及建議線上零售價格，且未獲授權自行調整門票價格。此一致的定價框架確保所有線上銷售渠道的統一價格標準，並防止跨渠道價格差異及不規範競爭行為。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的合作OTA平台數量分別為6家、7家及5家。

門票取消／退款政策

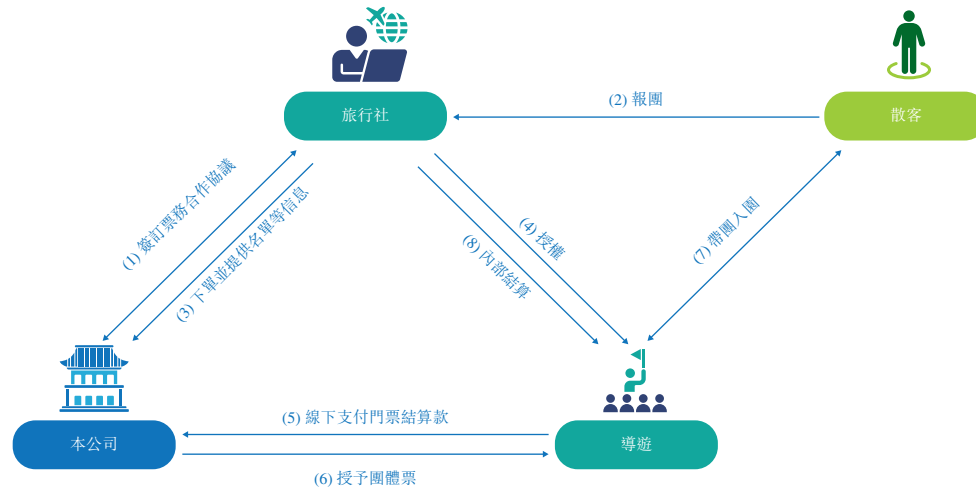
通過我們線下及DTC渠道購買門票的遊客，可在門票核驗及入園前隨時取消門票，無需額外審批程序。退款將通過原支付方式及時退還，現金支付將直接退還給遊客，電子支付將退回至遊客的原支付賬戶。對於通過我們合作OTA平台購買的門票，遊客須遵守各OTA平台的退款政策。遊客支付的款項在購買時由相應的OTA平台直接收取並凍結。如需退款，遊客應通過相關OTA平台提出退款申請。一般而言，我們不會就已驗票入場的門票進行退款且我們不會就已退款的門票確認任何收入。

業 務

本公司、旅行社及導遊之間的付款安排

背景

於往績記錄期間，我們一般與旅行社訂立門票合作協議，據此，該等旅行社作為我們的直接客戶購買門票及《大宋•東京夢華》演出票，以支持其自身的入境旅遊團業務。我們的若干旅行社客戶通常授權其導遊代表旅行社直接與我們結算門票費用。下圖說明相關交易安排的程序流程：



根據該安排，相關旅行社須在旅遊團預定入園日期前的合理期限內，將訂單信息輸入我們公司的後台團隊登記系統，包括旅遊團人數、預定入園日期、客源地以及獲授權導遊的姓名及聯繫方式，並由我們公司完成核實及確認。經確認後，獲授權導遊可在旅遊團預定入園日期，憑加蓋旅行社印章並由導遊簽署的授權書及導遊證，在我們園區的現場售票處結算門票費用，並領取印有相關旅行社客戶信息的團隊票。憑藉團隊票，導遊可在入園閘口完成門票核驗，並帶領旅遊團進入我們的園區。付款金額根據每個旅遊團的實際人數以及旅行社與我們訂立的門票購買協議中協商的价格條款釐定。

於2023財年、2024財年及2025財年，根據上述安排與我們結算付款的旅行社客戶數量分別為62、62及75。該等安排產生的總結算金額分別為人民幣106.2百萬元、人民幣104.6百萬元及人民幣91.2百萬元，分別佔我們各相應期間自所有客戶收取的總付款的15.3%、12.9%及11.0%。

業 務

行業專家的觀點

根據灼識諮詢的資料，旅行團通過其授權的導遊支付門票費用在中國旅遊市場上並不罕見，主要由於(i)其可提供更佳的現金流及結算靈活性，對於資金有限的中小型旅行社尤為有利；及(ii)開立公司銀行賬戶程序繁瑣，而使用導遊現有的個人戶口則更為便捷，屬即時可用的替代安排。

我們的中國法律顧問的觀點

經審閱本公司所採納的內部控制程序及適用於該等交易的強制性合規要求後，並假設上述支付安排有真實及合法的基礎交易支持，我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間，(i)上述支付安排(涉及本公司、我們部分旅行社客戶及導遊)基於相關方的真實意願訂立，且根據《中華人民共和國民法典》一旦訂立，即對安排各方具有法律約束力；(ii)並無任何導遊提出索償，亦無任何要求本公司作出償還的情況；(iii)上述支付安排不涉及隱藏或掩飾任何犯罪所得或其收益的來源或性質，且被視為洗錢活動的風險較低；(iv)本公司未曾涉及任何爭議或糾紛，亦未受到任何主管行政機關的調查或行政處罰；目前亦不存在任何現有或潛在的爭議或糾紛，亦無任何可能受到主管行政機關調查或行政處罰的情況；及(v)並無出現因上述支付安排而導致本公司因違反稅務法律法規被主管稅務機關施加任何行政處罰的情況。

基於上述情況，我們的中國法律顧問認為，上述支付安排並未違反中國現行強制性法律法規。

支付安排的停止

作為強化內部監控措施的一部分，我們已通知我們的合約旅行社，自2026年5月15日起，所有團體旅遊的結算均須通過企業賬戶之間的銀行轉賬進行，而截至最後實際可行日期，所有現有付款安排已完全終止。我們已進一步制定營運規則，以及時向新訂約的旅行社簡介相關結算規則，避免再次發生類似付款安排的情況。

經考慮與我們旅行社客戶的關係、業務營運及財務業績後，我們的董事認為，終止該等付款安排對本公司並無產生，亦將不會產生任何重大不利影響，因為：(i)我們所有相關旅行社客戶均已配合我們的終止及整改程序；(ii)上述付款安排的終止及整改並不影響相關旅行社客戶向我們的付款結算安排；及(iii)上述付款安排項下的結算金

業 務

額佔我們自所有客戶收取的總付款金額的百分比錄得同比下降，由2023財年的15.3%下降至2024財年的12.9%及佔2025財年的約11.0%。

加強的內部控制措施

截至最後實際可行日期，我們已制定以下內部控制措施，以防止該等付款安排再次發生：

- 根據我們的內部政策，禁止使用非按我們合約旅行社名義預先註冊的銀行賬戶進行付款，並將此項要求告知我們所有合約旅行社；
- 要求我們所有合約旅行社在簽訂門票合作協議後，立即提供其有效的企業銀行賬戶詳情。該等旅行社應立即將銀行賬戶詳情的任何更新告知我們，以便我們準確及即時更新記錄。每家合約旅行社可向我們提供多個企業銀行賬戶，而所有銀行賬戶均應以相關旅行社的名義在我們的內部登記冊中登記。該登記冊應不時維護，以反映準確及最新的信息；及
- 我們的董事已指定財務部門在收到旅行社付款時，徹底檢查及監控所有付款詳情，包括每位付款人的名稱及銀行賬號。銷售部門人員將在每次收到我們合約旅行社的付款時，同時檢查付款詳情。上述部門與負責的財務部門人員將共同在付款證明文件上簽署，作為檢查憑證。倘某筆付款被標記為來自未經註冊的銀行賬戶，則不會被我們的票務管理系統接納，並將退回予相關付款人。儘管上述經加強的內部控制措施已禁止未經授權人士向我們付款，我們的首席財務官及財務經理仍將於每月月底審閱所收付款的證明文件。此外，彼等已獲指定與旅行社進行月度檢查，以確保上述經加強的程序已得到嚴格及有效的遵守。

我們董事的觀點

經審閱增強的內部控制措施後，我們的董事認為，該等措施有效且足以防止上述付款安排的再次發生，並減低相關風險。我們的董事將持續監督上述規範上述付款安排的增強內部控制措施的持續有效性。我們的董事進一步確認，自最後實際可行日期停止上述付款安排以來，並無出現重大付款結算問題。

業 務

我們的供應商

於往績記錄期間，我們的主要供應商主要包括勞務服務提供商、建築工程服務提供商及廣告服務提供商。我們的供應商一般並無向我們授出信用期。

於2023財年、2024財年及2025財年，我們的五大供應商分別佔我們總採購額的37.3%、27.7%及23.5%。於最後實際可行日期，我們的董事、其聯繫人或我們的任何股東(據董事所知，持有本公司已發行股份數目5%以上的股東)概無於我們的五大供應商中擁有任何權益。

下表載列於所示年度按採購金額計算的五大供應商詳情：

2023財年

排名	供應商	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比 (%)	向我們提供的 產品/服務	與我們 建立業務關係 的起始年度	背景及 主要業務活動	付款方式
1	供應商A	57,317	16.6	工程採購	2013年	一家於中國註冊成立的 有限責任公司，主要 從事建築工程業務。	銀行轉賬
2	供應商B	25,714	7.4	工程採購	2012年	一組於中國註冊成立的實體， 主要從事建築及工程業務， 並受共同控制。	銀行轉賬
3	供應商C	17,350	5.0	設備銷售及安裝	2023年	一家於中國註冊成立的 有限責任股份公司， 主要從事設備的銷售 及安裝業務。	銀行轉賬
4	供應商D	16,633	4.8	工程及設備採購	2020年	一組於中國註冊成立的實體， 主要從事建築及工程業務， 並受共同控制。	銀行轉賬
5	供應商E	12,175	3.5	工程及設備採購	2014年	一組於中國註冊成立的實體， 主要從事建築及工程業務， 並受共同控制。	銀行轉賬
總計		<u>129,189</u>	<u>37.3</u>				

業 務

2024 財 年

排名	供應商	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比 (%)	向我們提供的 產品／服務	與我們建立 業務關係的 起始年度	背景及 主要業務活動	付款方式
1	供應商F	30,000	8.6	工程採購	2019年	一家於中國註冊成立的有限責任公司，主要從事演出策劃及場景佈置業務。	銀行轉賬
2	供應商E	20,104	5.8	工程及資產採購	2014年	如上表所披露。	銀行轉賬
3	供應商G	17,601	5.1	設備銷售及安裝	2017年	一家於中國註冊成立的有限責任公司，主要從事照明設備的銷售及安裝業務。	銀行轉賬
4	供應商H	14,532	4.2	工程採購	2023年	一家於中國註冊成立的有限責任公司，主要從事建築工程業務。	銀行轉賬
5	供應商I	13,806	4.0	工程採購	2020年	一家於中國註冊成立的有限責任公司，主要從事演出策劃及場景佈置業務。	銀行轉賬
總計		96,043	27.7				

2025 財 年

排名	供應商	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比 (%)	向我們提供的 產品／服務	與我們建立 業務關係的 起始年度	背景及 主要業務活動	付款方式
1	供應商E	29,257	6.9	工程及資產採購	2014年	如上表所披露。	銀行轉賬
2	供應商J	21,446	5.1	工程採購	2025年	一家於中國註冊成立的有限責任公司，主要從事演出策劃及場景佈置業務。	銀行轉賬
3	供應商H	19,913	4.7	工程採購	2023年	如上表所披露。	銀行轉賬
4	供應商K	14,455	3.4	工程採購	2025年	一家於中國註冊成立的有限責任公司，主要從事勞務外包服務。	銀行轉賬
5	供應商D	14,292	3.4	工程及設備採購	2020年	如上表所披露。	銀行轉賬
總計		99,363	23.5				

業 務

客戶與供應商的重疊情況

於往績記錄期間，我們有24名客戶同時亦為我們的供應商。其中，九名是在我們園區內租賃場地的商戶租戶，同時亦向我們供應商品及服務，14名為我們旅遊服務業務的供應商，同時亦因在我們園區內舉辦團建活動而成為我們的客戶，為本集團帶來相應收入，其餘一名重疊方為固定資產供應商，同時亦為旅遊管理規劃及營運服務的客戶。我們的董事確認，於往績記錄期間與該等重疊客戶與供應商進行的銷售及採購並非相互關聯或互為條件。

於2023年、2024年及2025年，來自該等24名重疊客戶與供應商的總收入分別為人民幣0.6百萬元、人民幣1.6百萬元及人民幣6.2百萬元，分別佔我們相關年度總收入約0.1%、0.2%及0.8%。於2023年、2024年及2025年，向該等24名重疊客戶與供應商的總採購額分別為人民幣33.8百萬元、人民幣40.5百萬元及人民幣45.6百萬元，分別佔我們相關年度總採購額約9.8%、11.6%及10.8%。

24名重疊客戶及供應商(包括供應商D，其為我們於2023年及2025年的五大供應商之一)同時亦為租賃我們園區內物業並向我們支付租金的商業租戶。與供應商D的交易詳情載列如下：

供應商D

2023財年

來自供應商D的收入(人民幣千元)	6.9
佔我們總收入的百分比(%)	—*
向供應商D作出的採購金額(人民幣千元)	16,633.5
佔我們總採購額的百分比(%)	4.8

2025財年

來自供應商D的收入(人民幣千元)	8.6
佔我們總收入的百分比(%)	—*
向供應商D作出的採購金額(人民幣千元)	14,292.5
佔我們總採購額的百分比(%)	3.4

* 低於0.1%

業 務

季節性

季節性波動是我們業務所固有的特質。此類季節性波動主要受以下因素影響：(i) 旅遊市場的整體旺季與淡季，以及公眾假期與學校假期；(ii) 天氣狀況；(iii) 推廣節慶及活動；及(iv) 其他對旅遊行為及訪客需求產生影響的因素。過往及於往績記錄期間，我們業務的旺季一般包括以下期間：

- 主要的公眾假期，包括五一假期(國際勞動節)，期間因假期休息通常令旅遊人數增加；國慶假期(十一黃金週)，由於家庭及旅客利用較長的假期時段出遊而吸引大量旅客；以及春節(中國農曆新年)；及
- 學校假期，包括暑假及寒假，期間家庭旅遊活動增加，從而帶動整體旅客量及相關商業活動增加。

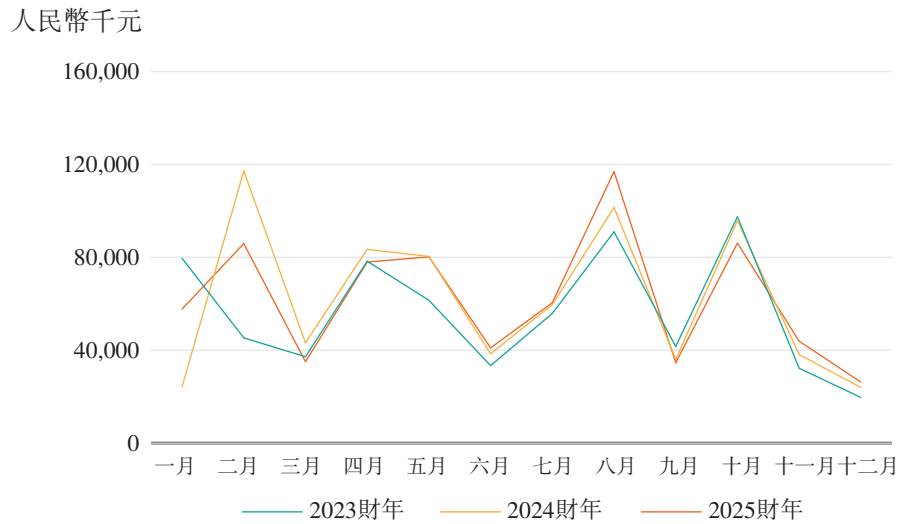
季節性分析

下表載列我們於往績記錄期間按月份劃分的收入。

	2023財年		2024財年		2025財年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
一月	79,584	11.8	24,182	3.3	57,709	7.7
二月	45,329	6.7	117,159	15.8	85,918	11.5
三月	37,189	5.5	43,173	5.8	35,025	4.7
四月	78,330	11.6	83,428	11.2	77,944	10.4
五月	61,501	9.1	80,375	10.8	80,193	10.8
六月	33,366	5.0	38,457	5.2	41,014	5.5
七月	55,824	8.3	59,631	8.0	60,441	8.1
八月	90,977	13.6	101,465	13.7	116,889	15.7
九月	41,611	6.2	36,007	4.9	34,585	4.6
十月	97,468	14.5	95,738	12.9	86,107	11.5
十一月	32,234	4.8	38,141	5.1	43,884	5.9
十二月	19,677	2.9	23,965	3.2	26,264	3.5
總計	673,090	100%	741,721	100%	745,973	100%

業 務

下圖載列於往績記錄期間確認收入的主題園區整體業務的季節性分析。



基於上述分析，我們普遍認為三月、六月及九月相比我們的旅遊旺季為收入較低的月份。其主要原因為三月及九月處於假期前後的旅遊淡季，導致旅客需求下降。與此同時，六月份的表現較為疲弱，主要是由於考試季節的影響，減少了我們的學生客群，進而降低了陪同家長及其他相關人士的出行需求。此外，我們通常將十一月及十二月視為園區的旅遊淡季，主要原因為天氣較為寒冷，且缺乏較長的公眾假期，此等因素自然抑制了旅遊需求。為應對該等淡季對我們收入的影響，我們已積極採取多種營銷措施，並持續舉辦各類活動以吸引遊客。我們的目標是減輕淡季對收入的影響，並最大程度地維持我們經營業績的穩定性。

技術支援及安全維護

我們的日常維護及安全管理系統

我們深知安全對業務的長期經營及發展至為關鍵。秉持安全第一的原則，我們在提供服務的過程中，高度重視園區內的日常物業管理、設備維護、常規安全管理及應急預防工作。

在日常物業及設備維護方面，各部門在其職責範圍內定期進行安全巡查及檢查。巡查中發現的任何問題，將轉交至物業部、工程部及信息部進行針對性維修。我們的質量管理部制定相關維護標準，並統籌監督維修品質。

業 務

在日常安全及應急管理方面，我們已設立專門的管理架構。總經理辦公室負責整體統籌，各管理人員及部門主管負責在其各自業務範疇內落實安全措施。我們亦設有專門的安全保衛部，對業務運作的各個方面進行全面安全管理。其主要職責包括園區日常巡邏、公共秩序維護、消防安全管理、反恐及災害預防，以及應急響應服務。截至2025年12月31日，我們的安全保衛部共有70名僱員，其中一名部門主管負責整體安全相關事宜。我們亦已設立突發事件應急響應領導小組，由總經理擔任組長，各部門主管擔任成員。該小組負責在緊急情況下進行整體協調、調度及下達救援指令。領導小組下設應急指揮中心及現場應急隊伍，由安全保衛部主管指揮，實際負責現場指揮及實地調度工作。

職工健康及安全

我們須遵守多項有關勞工、安全及工傷事故的中國法律法規。有關適用於我們業務經營的主要中國法律法規，請參閱本文件「監管概覽」一節。

我們持續致力為員工營造安全健康的工作環境。為此，我們已根據適用的政府法規制定全面的安全守則及應急預案。我們的應急救援指揮中心提供專門的技術支援，並監督我們整體運營中的安全相關事宜。我們已採取的具體安全措施包括(i)為員工進行施工安全培訓；及(ii)制定應急預案以應對潛在事故。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守適用的國家、省及市級健康與安全法律法規。相關中國監管機構並無因我們未能遵守該等法律而對我們施加任何制裁、處罰、罰款或其他懲罰。於往績記錄期間，我們並無發生任何致命工作場所事故。儘管由於我們業務性質可能會偶爾發生工傷事故，惟所有僱員均受全面工傷保險保障，該等事故於往績記錄期間或過往並未對我們的業務經營或財務表現造成重大或不利影響。

風險管理及內部監控

我們在營運中面臨多種風險，請參閱「風險因素 — 與我們文化主題園區及旅遊表演業務及行業相關的風險」。我們已建立風險管理系統及相關政策與程序，我們認為該等程序適合我們的業務經營。我們亦持續監察及審核我們的風險管理及內部監控系統，並使其適應市場狀況、我們的產品與服務組合以及監管環境的變化。

業 務

風險管理制度

我們已設立審計委員會，以檢討及監督我們的財務申報程序及內部監控系統。有關該委員會成員的資歷及經驗詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

在審計委員會的監督下，我們已成立專責的監察部，由全職僱員組成，並獨立履行其職責。監察部行使監督職能，並監察本公司的整體合規管理及違規監督事宜。其推動本公司合規框架的制定及日常落實，並具體負責組織識別、評估、監控及匯報本公司所有業務線的合規風險。

風險管理程序

監察部協調我們的高級管理人員每年填寫風險相關問卷，以釐清風險定義，並進行風險評估及優先排序。對於高優先級風險，監察部會分析其根本原因及具體表現形式，界定重點監督範疇，並制定相應的應對、預防及管控措施。

在日常運營中，各部門會識別其職責範圍內的具體風險。相關部門在充分考慮業務實踐及運營需求後，會就所識別風險的成因、潛在影響及發生可能性進行評估。本公司定期舉行跨部門會議、專題會議及例行部門會議，以分析及指導業務運營過程中識別的重大風險，並定期向董事會匯報該等事宜。

持續監控措施

本公司各部門負責根據其各自的職能及職責，管理相關的法律及合規政策。所有部門均負責識別適用法律、法規及政策的更新，並制定相應的整改建議。本公司定期舉行跨部門會議、專題會議及例行部門會議，以檢討內部控制、風險管理政策、制度及程序的有效性，並提出有針對性的改進措施。

內部控制

為籌備[編纂]，我們已委聘獨立第三方顧問（「內部控制顧問」）於2026年1月對本集團若干選定的內部控制範疇進行針對性審查（「內部控制審查」）。我們其後已實施相應的糾正措施，以處理內部控制顧問提出的發現及建議。內部控制顧問已於2026年2月至2026年5月進行跟進審查（「跟進審查」），以核實本公司就首次內部控制審查所發現問題而採取的補救措施的落實情況。內部控制顧問在跟進審查中並未識別出更多問題。

業 務

基於上述情況，我們董事認為，本集團已採取合理措施，在運營及監督層面建立適當的內部控制系統，以將不合規風險降至最低，並防止本文件所披露的不合規事件再次發生。因此，董事認為，本集團所採取的強化內部控制措施足夠且有效，以降低未來未能遵守適用法律及監管要求的風險。

知識產權

我們視專利、商標、服務標誌、域名、商業秘密、專有技術及類似知識產權為我們成功的關鍵，並依賴中國及其他司法管轄區的專利、商標、版權及商業秘密保護法律，以及與我們的僱員、合作夥伴、服務供應商、供應商及其他方訂立的保密程序及合約條文，以保護我們的專有權利。於往績記錄期間，我們並無與第三方就知識產權發生任何重大糾紛或任何其他待決法律程序。

於最後實際可行日期，我們擁有310個註冊商標、3項專利、19項版權，以及2個註冊域名。於最後實際可行日期，我們在中國亦有76個待批商標申請。有關我們主要知識產權的清單，請參閱附錄四「法定及一般資料—B.有關我們業務的進一步資料—2.我們的重大知識產權」。

競爭

國內主題園區市場及旅遊演出市場的特點是行業競爭日趨激烈且呈現多維化態勢，這源於廣泛的產品及IP同質化、多樣化的新興旅遊業態，以及競爭焦點向IP開發、服務質量及運營精細化等綜合能力轉移。主要市場參與者(如我們)能夠依託獨特的本地歷史文化資源，打造涵蓋全場景沉浸式文化演藝及實景演出、互動式NPC體驗、傳統民俗及非物質文化遺產體驗、文化創意產品銷售，以及配套餐飲休閒服務等多元化服務供給，以豐富遊客消費場景，提升市場競爭力。政府出台的利好政策及技術進步為行業發展增添動力，提升了遊客的參與度。儘管市場整體呈擴張態勢，但我們仍面臨來自同規模同業競爭者的持續競爭，其創新服務供給不斷加劇行業整體的競爭強度。

儘管如此，董事認為，我們在傳承、創新及活化傳統文化IP方面的核心能力，以及優秀的往績記錄，使我們能夠保持市場地位，並把握更廣闊的旅遊市場中的增長機遇。

業 務

僱 員

於2025年12月31日，我們擁有504名全職僱員，大部分位於中國河南開封。下表載列於同日，本公司按職能劃分的僱員數目：

職 能	僱 員 數 目	佔 總 數 百 分 比
管理層	16	3.2
行政及人力資源	22	4.4
財務	13	2.6
營銷及新媒體運營	32	6.3
景區服務	108	21.4
運營支持及信息技術	74	14.7
演出	97	19.2
安保	69	13.7
商業管理	73	14.5
總 計	504	100.0

作為精細化管理體系的一項關鍵舉措，我們在前述核心職能的基礎上進一步理順部門分工，以全面覆蓋園區管理的各項具體營運環節。

我們的成功取決於我們吸引、留任及激勵合資格人員的能力。我們主要通過校園招聘、招聘機構及在線渠道招聘僱員。作為我們招聘及留任策略的一部分，我們向僱員提供具競爭力的薪酬、績效獎金及若干其他獎勵。

我們已採用一套健全的培訓計劃，據此，僱員定期接受內部或外部講者就技術、法規及管理等领域提供的培訓。我們為不同職級的僱員提供持續的在職培訓，並根據其職位及技能水平量身定制。我們相信，我們的培訓文化有助於我們招聘及留任合資格的僱員。

我們已建立雙軌職業發展路徑，分別評估管理及技術人才，從而增加個人發展及職業晉升的機會。

根據中國法規的要求，我們參與由適用的當地市級及省級政府組織的各項僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療、工傷及失業保險計劃。我們亦為僱員購買商業健康及意外保險。

業 務

我們已根據適用的中國法律法規成立工會。我們的工會為僱員提供福利，致力維護彼等合法權益，並為有需要的僱員提供援助。工會亦為僱員組織康樂活動。我們相信，我們與僱員維持良好的工作關係。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大勞資糾紛，亦無經歷僱員發起的任何罷工。

勞務外包安排

我們通常與第三方演藝公司及文藝團體訂立演出合約。該等第三方演藝公司及文藝團體指派工作人員提供表演服務：(i)我們園區日常演出及互動節目；及(ii)《大宋•東京夢華》。於最後實際可行日期，我們與43家獨立第三方演藝公司及藝術團體合作，我們聘用的外部演員總數達1,229人。我們認為，該等安排使我們擁有精簡且靈活的人力資源架構，使我們能夠專注於核心管理業務，並及時應對行業趨勢。

根據相關演出合同的條款，我們向該等第三方演藝公司及藝術團體支付服務費。該等第三方演藝公司及藝術團體根據相關中國法律法規，為其指定員工支付薪金、社會保險及住房公積金以及其他福利待遇。於2023財年、2024財年及2025財年，我們向該等第三方演藝公司及藝術團體支付的服務費分別為人民幣16.4百萬元、人民幣25.0百萬元及人民幣48.8百萬元。

在訂立任何演出合約前，我們要求相關演藝公司或文藝團體具備並提供必要的演出資質。同時，為確保演出質量，我們指派人員每週對簽約演出團體的演出質量進行審查，檢查標準涵蓋後台準備、演出時長、演職人員數目、服裝、道具及舞台設置、化妝、退場流程以及日常專業表現等方面。根據該等審查，會給予相應評分。得分低於特定標準的簽約演出團體將受到處罰並須採取整改措施。反之，平均年度得分高於特定標準的簽約演出團體將獲得相應的財務獎勵。

我們與上述演藝公司、藝術團體及核心合作演藝團隊建立了長期穩定的合作關係，並與之共同呈現了數千場演出。我們重視與現有合作夥伴的合作關係，並將維持該等關係視為我們營運成功的關鍵因素，且無意隨意更換現有合作夥伴，以維護我們演出的專業性及可持續性。

另一方面，憑藉長期合作中積累的實踐經驗，我們已建立自身的演出管理框架及培訓體系。根據灼識諮詢的資料，我們注意到市場上有足夠數量的專業團隊可提供大型戶外實景演出。因此，我們認為倘若我們現有的合作關係發生重大變化，我們能夠迅速引入替代合作夥伴，並保持一致的演出質量。

業 務

因此，董事認為，儘管現有合作關係對我們持續的演出營運至關重要，但我們已建立的演出管理及培訓框架足以促進對任何重大變化的迅速響應，並防止重大營運中斷。

除第三方演藝公司及文藝團體外，於往績記錄期間，我們亦與若干第三方保安公司訂立勞務外判協議，由該等保安公司為我們的園區提供現場維修、日常安全巡邏及應急響應服務。採用該等安排主要旨在精簡人員結構及降低人力管理成本。根據相關勞務外判協議，我們向該等第三方保安公司支付服務費，而該等保安公司負責按照適用的中國法律法規，向其指派的人員支付薪酬、社會保險、住房公積金及其他福利待遇。

勞務派遣安排

於往績記錄期間，由於酒店服務、內部零售銷售、餐飲廚師及餐廳服務員的員工流動率相對較高，我們聘用派遣勞工填補該等臨時、輔助性或替代性職位。根據我們的中國法律顧問所確認，截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守中國有關勞務派遣的相關法律法規，且我們在此方面並無面臨任何重大風險。

保險

我們為僱員提供社會保障保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險及醫療保險。按照一般市場慣例，我們並無投購業務中斷保險或關鍵人員保險。於往績記錄期間，我們並無就業務提出任何重大保險索償。有關我們保險保障的風險討論，請參閱「風險因素 — 與我們文化主題園區及旅遊表演業務及行業相關的風險 — 我們的保險保障範圍可能不足以涵蓋與我們業務及營運相關的風險」。

業 務

物業

截至最後實際可行日期，我們在中國大陸合共擁有15塊土地。以下載列截至最後實際可行日期我們擁有的對業務經營屬主要的土地及物業概要：

編號	地點	擁有人	用途	概約 建築面積 ⁽¹⁾ (平方米)
1	一幅位於河南省開封市龍亭區龍亭西路5號的地塊(房地產權證編號：汴房地產權證第236446號)	本公司	該物業由本公司自用作旅遊用途	88,523.82
2	一幅位於河南省開封市龍亭區龍亭西路5號的地塊(房地產權證編號：汴房地產權證第236443號)	本公司	該物業由本公司自用作旅遊用途	111,169.98
3	一組位於河南省開封市龍亭區龍亭西路5號的地塊(房地產權證編號：汴房地產權證第235738號、汴房地產權證第235742號、汴房地產權證第235741號、汴房地產權證第235764號、汴房地產權證第235771號) ⁽²⁾	本公司	該物業由本公司自用作旅遊用途	76,183.9
4	一組位於河南省開封市龍亭區龍亭西路5號的地塊(房地產權證編號：汴房地產權證第235739號、汴房地產權證第235740號、汴房地產權證第235769號) ⁽³⁾	本公司	該物業由本公司自用作旅遊用途	26,781.46
5	一組位於河南省開封市龍亭區楊家西湖路5號的地塊(房地產權證編號：汴房地產權證第235765號、汴房地產權證第235772號、汴房地產權證第235743號) ⁽⁴⁾	本公司	該物業由本公司自用作旅遊用途	44,963.42
6	地塊編號GC601-04，位於河南省開封市龍亭區古城區域，法院街以北、半畝園以西(不動產權證編號：豫(2020)開封市不動產權第0070467號)	本公司	該物業由本公司自用作旅遊用途	13,164.60

業 務

編號	地點	擁有人	用途	概約
				建築面積 ⁽¹⁾ (平方米)
7	一幅位於河南省開封市水門洞，法院路以北、清明上河園以南的地塊(不動產權證編號：豫(2018)開封市不動產權第0041180號)	本公司	該物業由本公司自用作旅遊用途	1,327.20

附註：

1. 我們各項自有物業的建築面積乃按土地使用權總面積而非樓宇面積計算。
2. 指一組土地，包括位於本園區內汴河南岸的五幅地塊。
3. 指一組土地，包括位於本園區內汴河南岸的三幅地塊。
4. 指一組土地，包括位於本園區內汴河北岸的三幅地塊。

截至最後實際可行日期，我們在中國大陸合共擁有170幢樓宇、建築物及投資物業。有關我們物業組合的進一步詳情，請參閱本文件附錄六所載的物業估值報告。

載於附錄六的物業估值報告載列截至2026年3月31日我們擁有的物業詳情，該等物業相關權益的賬面值佔我們總資產的15%或以上。根據上市規則第5.01B(2)(b)條，我們確認，除估值報告所載的物業權益外，截至最後實際可行日期，構成本集團非物業業務一部分的個別物業權益中，並無任何一項的賬面值佔本集團總資產的15%或以上。

物業所有權證書

經我們的中國法律顧問確認，於最後實際可行日期，我們就經營業務所涉及的所有土地及物業持有有效的土地使用權證及物業所有權證。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在土地及物業方面並無重大不合規問題。

業 務

租賃物業

於2025年12月31日，我們在中國擁有兩處租賃物業，其概要載列如下：

地點	業主	租戶	租期	用途	概約 建築面積 (平方米)
鄭州市金水區優勝南路26號 合盛時代4樓4H室	郭國乾	清明上河園 國際旅行 社	2024年6月1日 至2029年6月 30日	辦公室	256.6
河南省開封市龍亭區龍亭西 路5號的人民防空地下停車 場	開封市國防 動員辦公室	本公司	2024年7月20日 至2027年7月 19日	停車	9,806.0

經我們的中國法律顧問確認，於最後實際可行日期，我們已就上述所有租賃物業取得有效的產權證明書及／或相關授權文件，並已就須辦理登記的物業完成租賃登記手續。

法律及監管程序與合規事宜

法律程序

我們可能不時牽涉於日常業務過程中產生的法律程序。

本公司董事確認，於往績記錄期間及最後實際可行日期，我們並無涉及任何針對我們或我們任何董事可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大訴訟、仲裁或行政程序。此外，據我們董事所知，於最後實際可行日期，並無任何針對我們或我們任何董事的待決或可預見的訴訟、仲裁或行政程序可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

合規事宜

就我們董事所知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無亦未曾涉及任何重大不合規事件。在達致此結論時，本公司董事已考慮(i)本集團是否被任何監管機構施加任何罰款、處罰或制裁；(ii)是否需要採取任何糾正行動或補救措施；及(iii)是否有任何事件對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

業 務

牌照、許可證及監管批准

相關法律法規要求我們取得並維持多種牌照及許可證，以在中國經營業務。有關我們須遵守的法律法規的更多詳情，請參閱本文件「監管概覽」一節。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們已向我們經營所在地的相關監管機構取得對我們經營屬重大的所有必要牌照及許可證。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並未因涉及重大牌照、許可證或證書的不合規事件而遭受任何政府機構處罰。據本公司董事所深知，我們目前預期在該等牌照及許可證(如適用)到期續期時不會遇到任何重大困難，且自其各自發出日期以來並無發生重大非預期或不利變化。

下表載列我們目前持有的重大牌照及許可證清單：

牌照／許可證	實體	國家／ 地區	到期日	說明	相關服務提供
營業性演出許可證	本公司	中國	2028年6月1日	獲准進行演出的組織、製作以及營銷、演出居間、演員推廣、演員簽約、演出經紀、演出代理、演員代理、演出票務、網絡表演以及景區演藝	我們的演出及表演業務
演出場所經營單位備案證明	本公司	中國	不適用	我們演出場所的備案證明	我們的演出及表演業務
食品經營許可證	本公司	中國	2027年5月10日	獲准從事熱食及冷食類食品的製售	我們的酒店經營及餐飲業務
食品經營許可證	本公司	中國	2028年3月21日	獲准從事預包裝食品銷售(含冷藏冷凍食品)、散裝食品銷售(含冷藏冷凍食品，不含散裝熟食銷售)、自製飲品製售(不含自釀酒，不含鮮榨生牛乳飲品)	我們的酒店經營及餐飲業務

業 務

牌照／許可證	實體	國家／ 地區	到期日	說明	相關服務提供
特種行業許可證	本公司	中國	不適用	獲准從事酒店經營業務	我們的酒店經營及餐飲業務
衛生許可證	本公司	中國	2029年3月31日	獲准從事酒店經營業務	我們的酒店經營及餐飲業務
藝術品經營單位備案證明	本公司	中國	不適用	藝術品經營單位備案證明	我們的其他業務
旅行社業務經營許可證	清明上河園國際旅行社	中國	不適用	獲准在中國大陸從事旅遊業務	我們的旅遊服務

數據私隱及個人信息保護

在日常業務過程中，我們通過在線服務平台以及線下渠道(包括但不限於門票購買及酒店入住登記手續)收集及處理客戶個人資料。此外，我們亦收集及處理員工、求職者及業務合作夥伴聯繫人的資料。因此，我們的業務營運受各類網絡安全、數據安全及個人信息保護法律的規限。倘我們未能或被視為未能遵守適用的網絡安全、數據安全及個人信息保護法律，或對我們有關數據收集、使用、儲存、保留、轉移、披露及其他處理方式或網絡安全的常規或政策產生其他疑慮，我們可能面臨潛在責任及聲譽受損。有關詳情，請參閱「風險因素 — 與我們文化主題園區及旅遊表演業務及行業相關的風險 — 任何未能或被視為未能遵守數據私隱及安全法律的行為，均可能使我們面臨潛在責任」。

我們採用必要技術保障措施，配合穩健的組織架構及內部管理制度，以盡量降低個人資料洩露、損壞、濫用、未經授權存取、披露或更改的風險。為遵守適用法律法規，我們已成立專責的信息安全領導小組，以監督網絡安全、個人信息保護及數據治理。我們亦已制定一整套內部政策，涵蓋數據安全管理、個人資料保護、網絡安全實施及應急響應方案，並定期對員工進行培訓，以提升其在數據保護方面的意識及專業能力。此外，我們已實施一系列網路與資料安全防護措施，包括但不限於資料備份、資料存取控制及裝置安全管理。我們亦維持開放的回饋管道，以便及時處理與安全相關的疑慮。

我們的中國法律顧問確認，於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守適用於網絡安全及個人資料保護的中國法律法規，基於以下：(i)我們已制定並實施完善的內部政策、營運流程及保護措施，以確保數據儲存及使用的安全性，並防範未經授權的數據存取及使用；(ii)我們未曾因違反網絡安全及數據保護法律、規則及法規而遭受任何主管監管機構施加的重大罰款或行政處罰、強制整改或其他制裁；(iii)並無發生任何重大網絡安全或數據保護事件、第三方權利侵權行為，亦無任何針對本公司的進行中或(據董事所知)即將發生的法律、行政或政府程序；(iv)我們

業 務

未曾發生任何重大數據洩露、重大機密業務數據遭違反存取或違反網絡安全及數據保護及私隱的情況；及(v)擬於聯交所進行的[編纂]事宜，並不涉及須向相關政府機關徵求網絡安全審查意見的情況，亦無須進行任何自願性的信息安全申報。

環境、社會及管治

環境、社會及管治事宜

願景及ESG策略

我們視環境、社會及管治(「ESG」)責任為長期核心策略。我們相信ESG對加強持份者信任、提升適應力及實現可持續增長至關重要。我們的ESG願景是：「推動文化旅遊的可持續發展，平衡遺產保護與環境及社會責任」。為實現此願景，我們將可持續性融入管理及經營，涵蓋三大範疇：

- **管治**：確保所有經營合規、誠信及透明，並設有穩健的風險管理及持份者參與。
- **社會**：提供安全、包容的工作環境，確保訪客安全，並為本地社區發展作出貢獻。
- **環境**：推廣環保園區的運營，優化資源運用，並通過融入綠色作業、節能措施及可持續旅遊模式減少對環境的影響。

配合國家在節能減排及環境保護方面的政策，我們致力持續提升可持續發展的成效。通過採用低碳技術、高效運用資源及減少廢物的措施，我們竭力為訪客與員工創造綠色且高效的環境，以確保長遠的環境效益。

ESG管治

董事會認同將ESG措施融入本公司的策略及風險管理框架的重要性。董事會對ESG事宜(包括識別風險、審核政策及目標，以及確保有效執行與持續改進)承擔最終責任。

為提升管治水平，我們已建立以下的ESG管治架構：

- **戰略與ESG委員會**：獲董事會授權，該委員會負責就長遠策略及重大ESG決策提供建議，審閱及批准ESG政策，並確保ESG披露資料的準確性及完整性。
- **ESG工作小組**：該小組由主要部門的高級管理人員組成，負責監察ESG相關法規、管理持份者關注的事項、執行ESG政策，以及協調跨部門行動，以推動持續改進。

ESG工作小組定期向戰略與ESG委員會匯報，以確保ESG措施得以有效落實。我們每年舉行全體會議檢討進度，並於年終召開總結會議，評估表現及規劃來年的工作。

業 務

環境

作為一家提供文化主題園區及旅遊演出營運的公司，我們深知自身業務運作對環境所帶來的影響。我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《水污染物排放標準》、《環境噪聲污染防治法》及其他相關法規。我們致力通過推行可持續作業方式、提升資源效益及推廣節能措施，以加強環保工作。

空氣排放物

我們產生的空氣污染物主要包括氮氧化物、硫氧化物及顆粒物，主要來源為車輛運作所排放的廢氣。下表載列我們於往績記錄期間的空氣排放數據：

	單位	2023 財年	2024 財年	2025 財年
氮氧化物	kg	193.3	315.7	347.6
硫氧化物	kg	0.3	0.4	0.5
顆粒物	kg	18.2	29.8	32.8

與2023年相比，2024年的空氣排放量有所增加，主要原因為車輛使用量上升。為盡量減少空氣排放，本公司專注於通過提升經營效率來減少氮氧化物、硫氧化物及顆粒物的排放。我們優先採用電動車輛及燃油效益較高的型號，並實施定期車輛保養，以及探索替代能源方案，以進一步減少對環境的影響。

溫室氣體排放

我們的溫室氣體排放主要來自公司車輛燃料消耗所產生的直接排放(範圍1)，以及園區營運外購電力所產生的間接排放(範圍2)。我們正升級碳數據收集與核算系統，未來將採用一致的方法披露排放總量及密度。下表載列我們於往績記錄期間的溫室氣體排放總量及密度：

	單位	2023 財年	2024 財年	2025 財年
範圍1：直接溫室氣體排放 — 燃料消耗	噸二氧化碳當量	48.7	81.2	89.9
範圍2：間接溫室氣體排放 — 外購電力	噸二氧化碳當量	5,627.3	8,720.8	9,726.5
溫室氣體排放總量 ⁽¹⁾	噸二氧化碳當量	5,676.0	8,802.0	9,816.4
溫室氣體排放總量密度	噸二氧化碳當量／百萬人民幣收入	8.4	11.9	13.2

附註：

本公司於本地從事文化旅遊業務，商務差旅極少。員工出行主要乘搭高鐵，頻率低且低碳。因此，相關排放不納入溫室氣體計算範圍。

業 務

以2025年為基準，我們訂立目標，旨在於2030年前將溫室氣體排放密度降低約5%。此目標參考了行業標準及現行最佳實務，主要通過加強水電管理、推行感應及定時燈光系統，以及分階段安裝節能燈光及相關節能設備來實現。

廢物管理

我們的業務運作不會產生有害廢物。所產生的無害廢物數量甚微，主要來自辦公室活動(例如用紙)。為減低所產生的廢物對環境的影響，我們已實施多項措施，包括推廣無紙化作業、強制使用雙面打印，以及確保紙張廢物得以妥善回收及處置。

我們旨在培養濃厚的環保意識企業文化，並通過持續為員工提供廢物管理實務培訓作為支持。該等措施有助於我們實現更廣泛的可持續發展目標，減低整體環境足跡。

資源效益

我們的資源消耗主要來自園區經營的外購電力、日常經營用水，以及少數公司車輛所用的汽油。下表載列我們於往績記錄期間的資源消耗詳情。

	單位	2023 財 年	2024 財 年	2025 財 年
汽油	公 升	18,000.0	30,000.0	33,200.0
汽油密度	公升／百萬人民幣收入	26.7	40.4	44.5
電力	千瓦時	9,685,560.0	15,009,960.0	16,740,990.0
電力密度	千瓦時／百萬人民幣收入	14,389.7	20,236.7	22,441.8
水	噸	163,098.0	257,540.0	414,132.0
水資源密度	噸／百萬人民幣收入	242.3	347.2	555.2

為配合國家節能政策，我們致力提升資源效益並推動可持續發展。我們優先關閉非必要設備，僅保留安全照明及核心運作系統。物業管理定期巡查，及時發現並修補漏水。此外，我們採用感應及定時燈光系統，配合園區的開放時間，並逐步安裝節能設備，以減少消耗及降低對環境的影響。

業 務

應對氣候變化

本公司認識到氣候變化的複雜性及其對我們業務的潛在影響。識別及管理這些風險對我們業務的可持續發展至關重要。本公司已按照氣候相關財務信息披露工作小組（「TCFD」）的建議，評估了與氣候相關的風險，主要分為以下兩個類別：

- (i) **實體風險**：包括極端天氣事件（如暴雨、強烈風暴、熱浪及雷暴）所帶來的直接影響。該等事件可能中斷園區的運營，導致戶外表演取消、部分區域臨時關閉及訪客滿意度下降，進而對收入及經營效率造成負面影響。雖然該等風險源於外部因素，無法完全緩解，但本公司已將其識別為需要持續關注的長期風險。為應對該等風險，本公司加強應急響應系統，強化氣象監測，於雨季實施預防措施，保護關鍵設施，並按需要啟動應急預案，以盡量減低對營運及訪客滿意度的影響。
- (ii) **轉型風險**：隨著全球向低碳經濟轉型，本公司面臨若干風險，包括：
 - **內部管理及營運調整風險**：轉向節能及綠色經營需要調整工作流程、崗位職責及管理體系。這可能在過渡期間帶來初期成本、培訓需求及經營效率下降。
 - **綠色投資風險**：本公司將投資節能技術及基礎設施以達成可持續發展目標。雖然該等投資可能對短期財務構成壓力，但對長遠可持續發展至關重要。綠色技術的不斷演變亦可能帶來維護方面的挑戰。

社會責任

平等機會及勞工標準

我們致力創造公平及不帶歧視的工作環境。我們嚴禁基於性別、年齡、種族、宗教或婚姻狀況的歧視。本公司對僱用童工及強迫勞工持零容忍政策，並在招聘過程中進行嚴謹的身份核實及背景審查。為確保該等原則得以遵守，本公司已制定如僱員手冊及內部監控手冊等內部文件，為維持公平及透明度提供清晰指引。違反該等政策的行為將被即時處理，並採取糾正措施，確保整個組織的問責性及合規性。

業 務

僱員福祉

本公司維持較低的僱員流失率，員工對園區懷有深厚的情感聯繫，從而促進長遠的投入。我們提供具競爭力的薪酬、績效獎金、遊客接待獎金，以及服務質量獎等榮譽，同時設有薪酬調整、年終獎勵。此外，我們設有完善的福利制度，包括員工餐廳免費膳食、季節性制服及為外地員工提供住房津貼。這套全面的激勵制度有效提升員工的積極性，並加強個人與公司目標的一致性。

員工隊伍組成

下表載列於往績記錄期間我們的僱員組成明細：

	單位	2023 財 年	2024 財 年	2025 財 年
總僱員人數	人	478	495	504
按性別				
男性	人	249	228	233
女性	人	229	267	271
按年齡組別				
30歲以下	人	63	81	102
31至50歲	人	354	362	360
51歲以上	人	61	52	42
按僱傭類型				
全職	人	478	495	504
兼職	人	0	0	0

健康與安全

本公司致力為所有僱員維持安全及健康的工作環境。我們定期進行安全演練、設備檢查及推行安全計劃，以減低工作場所的潛在危害。我們重視僱員福祉，提供年度健康檢查並支持各類健康促進措施。我們亦提供免費流感疫苗接種及心理支援，以確保僱員在工作及生活中的身心健康。此外，我們遵守所有相關的健康與安全法規，並確保所有業務運作符合規定，以盡量降低風險，為所有人締造安全的工作環境。

培訓與發展

我們重視員工成長，提供清晰且結構化的晉升制度，包括垂直管理崗位、橫向技術崗位及橫向導師服務崗位。我們強調內部培訓，每季度進行考核，每年進行全面評估，並根據表現頒發專業認證。我們的多元化培訓課程涵蓋管理、技能、企業文化及崗位專業知識。我們亦為全體全職員工安排年度交流參觀活動，並選派中至高級管理人員前往海外學習，以提升行業視野及領導能力。

業 務

社區投資

於往績記錄期間，本公司對社區參與作出重大貢獻，專注於教育、公共衛生、福利及地方基礎設施發展。該等措施體現了我們對企業社會責任及可持續社區發展的承諾。

主要的社區投資包括：

- **社區支援行動**：每年為弱勢僱員及本地家庭提供生活必需品及財務支援。
- **教育支援**：由2023年至2025年，本公司合共捐贈人民幣700,000元，惠及140名貧困學生繼續升學。
- **公共衛生與安全**：與地方衛生部門合作，組織免費健康檢查及服務，推廣預防性護理。
- **義工服務**：動員員工及義工參與交通安全推廣、環境清潔活動及支援地方執法部門等工作。

該等措施體現了我們對社會責任的持續承諾，為本地社區帶來長遠的正面影響。

供應鏈管理

本公司遵循結構化的供應商管理政策，要求所有供應商提供必要的資格及認證，包括營業執照及經營許可。新供應商須經過全面評估，並通過試用期後方可納入合資格供應商名單。我們每年進行供應商評估，以確保彼等達到表現標準，並在必要時採取糾正措施。供應商的質量標準合規性、交貨及時性及道德行為均受嚴密監察。

反貪污與商業道德

本公司堅守嚴禁任何形式賄賂、欺詐及貪污的政策，遵守適用法律，並致力恪守道德商業行為。為確保經營的完整性，本公司已設立專門的反貪污管理體系，包括全面的管治框架、風險評估及預防措施。我們提供安全渠道，供員工及外部合作方舉報不道德行為，確保舉報者的保密性並受到保護，對報復行為零容忍。所有舉報均會徹底調查，經證實的貪污或不道德行為案件將採取糾正措施，包括內部紀律處分及在必要時採取法律行動。

ESG風險與機遇

為有效應對及管理與ESG相關的風險，我們致力持續提升策略並採取積極措施，包括：

- 定期按既定目標評估ESG表現，同時因應不斷變化的全球風險環境作出調整；

業 務

- 根據法律及監管規定的發展，更新ESG相關政策，以確保持續合規；
- 與管理層保持透明及開放的溝通，以及時識別並處理重大的ESG事宜；
- 在必要時聘請專業顧問，以強化數據系統、提升披露資料的質量，並優化報告實務。

除了緩解風險之外，我們亦認識到ESG是實現長遠可持續增長的重要機遇來源。通過推行負責任且具創新性的實務措施，我們旨在提升經營效率，建立更穩固的持份者關係，並為業務及社會創造持久價值。

獎項及榮譽

以下載列本公司近期的主要獎項及成就。

獎項／榮譽	獎項年份	頒獎機構
全國智慧旅遊沉浸式體驗新空間培育試點	2023	中華人民共和國文化和旅游部
《大宋•東京夢華》入選全國旅遊演藝精品名錄	2023	中華人民共和國文化和旅游部產業發展司
河南文化企業三十強	2023	河南日報、社河南省文化產業協會
2024•全國成長性文化企業30強	2024	光明日報、經濟日報
河南省十佳消費新場景	2024	河南省發展和改革委員會
全國文明單位	2025	中央宣傳思想文化工作領導小組