

**关于广东金马游乐股份有限公司
申请向特定对象发行股票的审核问询函中
有关财务会计问题的回复**

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

关于广东金马游乐股份有限公司
申请向特定对象发行股票的审核问询函中
有关财务会计问题的回复

致同函字（2026）第 442A005970 号

深圳证券交易所：

广东金马游乐股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“金马游乐”）于 2026 年 6 月 1 日收到贵所下发的《关于广东金马游乐股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》（审核函〔2026〕020049 号）（以下简称“问询函”），致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“申报会计师”）对于问询函中提出的需要会计师回复的问题进行了认真研究和落实，并按照问询函的要求对所涉及的事项进行了问题回复，现提交贵所，请予以审核。本问询函回复涉及 2026 年 1-3 月和截至 2026 年 3 月 31 日的财务数据分析所述报告期指“2023 年、2024 年、2025 年和 2026 年 1-3 月”。本问询函回复中 2026 年 1-3 月和 2026 年 3 月 31 日的财务数据未经审计。

说明：

一、如无特别说明，本回复报告中使用的简称或名称释义具有与《广东金马游乐股份有限公司 2026 年度向特定对象发行股票募集说明书》（以下简称“募集说明书”）中相同的含义。

二、本回复报告中若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

三、本回复报告中的字体代表以下含义：

黑体	问询函所列问题
仿宋	对问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	涉及修改或补充的内容

问题 1

报告期各期，公司主营业务收入分别为 73,422.81 万元、56,643.99 万元、67,481.48 万元和 15,245.02 万元，净利润分别为 4,591.82 万元、445.79 万元、7,773.97 万元和 2,687.40 万元。其中虚拟沉浸式游乐项目报告期各期的收入分别为 26,756.49 万元、3,737.26 万元、2,276.55 万元和 884.96 万元。2026 年 1-3 月，新增文旅文娱机器人业务，销售金额为 504.42 万元，占当期主营业务收入的 3.31%。报告期内，公司综合毛利率分别为 34.57%、31.00%、36.49%和 44.45%；其中文旅投资运营业务毛利率分别为 32.90%、30.19%、19.57%、10.76%。

报告期各期，公司境外收入分别为 1,383.95 万元、7,125.14 万元、11,938.05 万元和 7,575.43 万元，占比分别为 1.87%、12.35%、17.41%和 49.15%，逐年上升。2024 年和 2025 年，发行人境外销售毛利率显著高于境内销售毛利率。

2023 年 7 月，公司收到因未在 2022 年年度报告中披露环境行政处罚信息收到中国证券监督管理委员会广东监管局的《监管关注函》。报告期内，公司及其控股子公司存在行政处罚，包括 2025 年发行人子公司擅自动用被查封的特种

设备等。

截至 2026 年 3 月 31 日,公司长期股权投资的金额为 5,002.95 万元认定为财务性投资,系公司持有中山金马时代伯乐产业投资合伙企业(有限合伙)的 47.66%的股份。

请发行人:(1)结合行业发展趋势、公司主要产品市场需求及竞争优势、同行业可比公司情况等,说明报告期内公司业绩波动的主要原因,最近一年一期净利润和毛利率大幅上升、文旅投资运营业务毛利率下降、虚拟沉浸式游乐项目 2024 年收入大幅下降的原因及合理性,并结合行业需求、在手订单情况等,说明相关因素对公司未来业绩的持续影响。(2)结合境外销售主要地区以及前五大境外客户合作情况,说明公司外销收入占比持续上升的原因及合理性,境外业务毛利率较高的原因及合理性;外销收入的主要核查过程及核查依据、与海关出口数据、出口退税金额等数据的匹配性,并说明国际贸易环境及主要销售国家地区贸易政策变化对公司外销收入的影响,量化分析外汇波动对公司外销收入的影响。(3)结合发行人相关行政处罚整改情况及有权机关相关证明等,说明发行人最近三年是否存在严重损害投资者合法权益或社会公众利益的重大违法行为,是否符合《注册办法》第十一条及《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关要求。(4)说明涉及财务报表科目的具体情况,并结合最近一期期末对外股权投资情况,包括公司名称、账面价值、持股比例、认缴金额、实缴金额、投资时间、主营业务、是否属于财务性投资、与公司产业链合作具体情

况、后续处置计划等，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等的相关规定；自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否涉及调减情形。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查（1）（2）（4）并发表明确意见，请发行人律师核查（3）并发表明确意见。

回复：

一、结合行业发展趋势、公司主要产品市场需求及竞争优势、同行业可比公司情况等，说明报告期内公司业绩波动的主要原因，最近一年一期净利润和毛利率大幅上升、文旅投资运营业务毛利率下降、虚拟沉浸式游乐项目 2024 年收入大幅下降的原因及合理性，并结合行业需求、在手订单情况等，说明相关因素对公司未来业绩的持续影响

（一）结合行业发展趋势、公司主要产品市场需求及竞争优势、同行业可比公司情况等，说明报告期内公司业绩波动的主要原因

1、结合行业发展趋势、公司主要产品市场需求及竞争优势，说明报告期内公司业绩波动的主要原因

(1) 2023 年，宏观经济复苏，下游文旅消费市场需求快速释放，公司经营业绩大幅提升

公司所处行业与国民经济、文旅消费密切相关。2023 年，文旅消费行业在全球公共卫生事件后快速复苏，挤压的文旅消费需求集中释放，宏观经济复苏进一步增强并提振了文旅投资信心。受益于行业复苏带来的客户交付需求提升、公司新建产能释放、2022 年部分项目延至 2023 年交付等因素，公司经营业绩大幅提升。2023 年，公司营业收入和净利润分别为 73,845.54 万元、4,591.82 万元，同比增长 81.96%、289.45%，其中，大型游乐设施、虚拟式沉浸式游乐项目、文旅投资运营业务的收入较 2022 年同比增长 49.80%、218.96%、52.09%。

(2) 2024 年，宏观经济环境复苏趋缓，行业竞争加剧，下游文旅消费市场需求结构性调整

2024 年，宏观经济环境复苏趋势放缓，业内企业受宏观经济波动、经营成本上升、市场竞争加剧、短期消费乏力影响较大。文旅产品同质化、核心竞争力匮乏等现象显现，导致传统体验单一的文化旅游业态内卷现象不断升级，行业结构性调整需求迫切。

2024 年，公司营业收入和净利润分别为 57,686.82 万元、445.79 万元，同比下降 21.88%、90.29%。其中，文旅装备制造业务收入占营业收入的比例为 90.49%，由于公司当期交付的产品以中小型机械类产品居多，虚拟沉浸式游乐项目收入下降，导致文旅装备制造业务收入相较 2023 年度下降 27.78%，减少 19,844.66 万元。虚拟沉浸式游乐项目收入变动分析详见本问题回复之“一、（二）3、虚拟沉浸式游乐项目 2024 年收入大幅下降的原因及合理性”。

(3) 2025 年和 2026 年一季度，国内文旅消费投资需求稳定，叠加设备更

新政策红利扶持，公司把握产业发展机遇的同时，境外市场开拓亦初显成效

2025 年以来，我国宏观经济平稳运行、旅游经济繁荣发展支撑旅游投资景气度提升。2025 年，我国 GDP 同比增长 5.0%，最终消费支出对经济增长贡献率为 52%，拉动 GDP 增长 2.6 个百分点；资本形成总额对经济增长贡献率为 15.3%，拉动 GDP 增长 0.8 个百分点。

宏观经济平稳向好为投资提供了良好环境，有效促进文旅行业持续性投资。2026 年一季度，旅游行业投资综合指数为 133.66，较 2025 年同期增长 4.5%；企业信心同步回升，行业整体信心指数同比增长 10.7%，对文旅投资领域的信心指数同比增长 17.5%。投资与预期双向改善，表明行业在结构调整过程中仍保持较强发展韧性，持续运行于景气区间。

与此同时，我国主管部门出台了一系列行业政策，推动文旅消费行业实现更新改造，助力释放旅游消费潜力，推动旅游业高质量发展。2024 年 5 月，国家发改委等部门印发《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》，将实施游乐设施更新提升行动列为重点任务；2025 年 12 月，国家发改委和财政部发布《关于 2026 年实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》，延续文旅设备更新支持。

公司凭借持续创新的技术能力优势、逾 40 载积累沉淀的品质制造优势、全产业链领域的人才团队优势、国内外享誉行业的市场品牌优势，积极适应行业发展趋势。在国内市场，深化与头部战略客户的合作联动，拓展“文旅+”应用场景，全力推动高价值文旅装备进口替代；在国际市场，通过区域重点国家市场精准突破、加快海外渠道布局建设、积极参与国际 IP 全球连锁乐园筹建等，推动标志性产品在海外市场突破落地，增强品牌国际影响力，稳步提升国际业务收入占比。

2025 年和 2026 年一季度，公司营业收入分别为 68,572.43 万元、15,413.84 万元，同比增长 18.87%、29.95%，其中：①文旅装备制造业务收入分别为 61,649.58

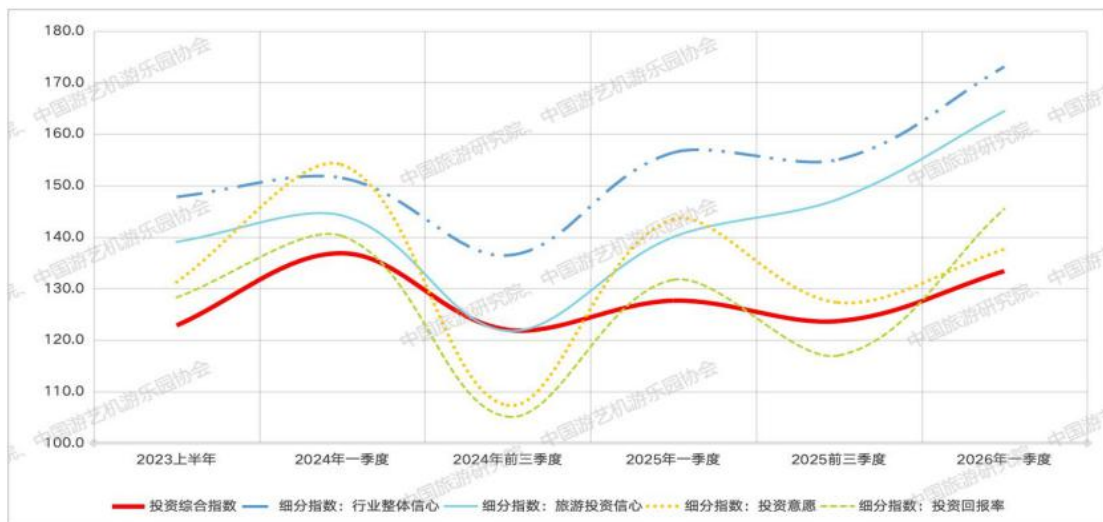
万元、14,446.61 万元，同比增长 19.47%、54.71%；②境外收入分别为 11,938.05 万元、7,575.43 万元，同比增长 67.55%、2682.53%。得益于此，公司获得业绩增长新动能，2025 年和 2026 年一季度，公司净利润分别为 7,773.97 万元、2,687.40 万元，同比实现大幅增长。

综上所述，我国宏观经济环境复苏并平稳运行，下游文旅消费投资基本面稳定，行业更新改造政策大力扶持，公司发挥自身优势，积极适应行业发展趋势，在国内和国际市场提前布局，开拓业绩增长新动能。因此，公司业绩波动具有合理性。

2、结合同行业可比公司情况等，说明报告期内公司业绩波动的主要原因

(1) 报告期内公司业绩波动与行业总体趋势一致

根据中国旅游研究院与中国游艺机游乐园协会联合发布的《2026 年一季度旅游行业投资与游乐装备采购指数调研报告》，公司报告期内业绩波动情况与“旅游投资信心”等行业指标波动趋势一致。



2026 年一季度，游乐装备采购指数同比增长 43.5%，显著进入扩张区间。

近六成受访企业存在游乐装备及相关服务采购需求，57.5%的企业计划年内增加采购规模，35%的企业保持现有采购水平，显示市场整体处于积极扩张阶段。

从需求侧看，游乐装备采购的增长主要源于游客需求结构的持续升级，集中体现在体验内容深化、场景复合化以及市场下沉三个方面。首先，游客对文化表达、主题叙事与场景氛围的关注度显著提升，推动游乐产品由功能性设施向体验性内容转变。其次，游乐设施的应用场景由传统户外空间向文博场馆、商业综合体、景区与度假区等多元场景延伸，复合型消费空间对设备与服务的综合需求不断增加。此外，下沉市场需求加快释放，在一、二线城市持续提质的同时，三线及以下地区的主题公园及本地休闲空间对游乐装备的需求快速增长。供给侧方面，行业呈现出“头部强化与中小分化并存”的格局。头部企业在技术研发、质量标准与交付能力等方面持续提升，进口替代效应逐步显现，在高端市场中的竞争力不断增强。

(2) 报告期内公司业绩波动与可比公司比较情况

公司是一家集文旅装备制造、文旅运营服务于一体的综合型文旅服务企业，目前国内暂无完全可比的上市公司。报告期内，公司主营业务收入主要来源于文旅装备制造业务，占比90%以上。因此，选取收入主要来源于文体旅装备制造的上市公司进行对比分析，下述上市公司与发行人均属于C24文教、工美、体育和娱乐用品制造业，但在具体产品形态、功能及收入结构方面存在较大差异，具体情况如下：

单位：万元

项目	公司名称	2025 年度	同比变动	2024 年度	同比变动	2023 年度
营业收入	大丰实业 (603081.SH)	238,365.99	29.33%	184,305.29	-4.88%	193,765.85
	博涛科技 (832013.OC)	19,055.02	-15.71%	22,606.93	26.15%	17,921.32
	华立科技 (301011.SZ)	99,726.38	-1.99%	101,747.40	24.65%	81,627.95
	华侨城科技 (云南旅游 002059.SZ 子公司)	14,023.51	-56.77%	32,436.69	-26.87%	44,354.50
	公司	68,572.43	18.87%	57,686.82	-21.88%	73,845.54
归属母公司 股东的 净利润	大丰实业 (603081.SH)	8,779.49	35.89%	6,460.81	-36.03%	10,100.29
	博涛科技 (832013.OC)	574.94	-71.72%	2,033.04	72.78%	1,176.68
	华立科技 (301011.SZ)	6,904.59	-18.44%	8,465.17	62.93%	5,195.69
	华侨城科技 (云南旅游 002059.SZ 子公司)	-30,725.98	-25.72%	-24,440.81	34.41%	-37,262.78
	公司	8,061.18	996.28%	735.32	-84.07%	4,616.48

①2024 年

2024 年，公司营业收入、归母净利润下降，主要原因为公司当期交付的产品以中小型机械类产品居多，虚拟沉浸式游乐项目收入下降，文旅装备制造业务收入相较 2023 年度下降 27.78%，减少 19,844.66 万元。

公司经营业绩变动趋势与大丰实业变动趋势相同；与华立科技、博涛科技存在一定差异，主要原因是：①华立科技主要产品为中小型商用游戏游艺设备，产品的研发交付周期相较公司差异较大，受其运营游乐场数量提升，二次元、谷子经济因素驱动的影响，整体经营业绩实现较大幅度提升；②博涛科技主要

业务为提供影院运营的相关软件系统及硬件产品、多媒体技术开发与实施等，受益于部分多媒体技术开发与实施项目、仿生机械项目交付订单增加，整体经营业绩实现较大幅度提升；③华侨城科技主要业务来源于实际控制人华侨城集团管理的主题乐园项目，受其经营情况影响，销售收入出现持续下滑。

②2025 年

2025 年，公司营业收入、归母净利润增长，主要原因为伴随宏观经济平稳运行，国内文旅消费投资需求稳定，叠加设备更新政策红利扶持；公司境外市场开拓初显成效，开辟业绩增长新动能。

公司经营业绩变动趋势与大丰实业变动趋势相同；与华立科技、博涛科技、华侨城科技存在一定差异，主要原因是：①华立科技 2025 年下游室内游乐场新增数量放缓及部分游乐场进入调整周期，在需求减少叠加市场竞争加剧的影响下，国内设备销售业务承压，成为业务板块整体收入略有下滑的主要原因；②博涛科技主要业务方向为城市更新文商旅综合体业务，此类业务金额较大，周期较长，2025 年验收项目较少；③华侨城科技主要业务来源于实际控制人华侨城集团管理的主题乐园项目，受其经营情况影响，销售收入出现持续下滑。

综上所述，公司报告期内业绩波动与行业总体趋势一致，具有合理性。

（二）最近一年一期净利润和毛利率大幅上升、文旅投资运营业务毛利率下降、虚拟沉浸式游乐项目 2024 年收入大幅下降的原因及合理性

1、最近一年一期净利润和毛利率大幅上升的原因及合理性

2025年和2026年一季度，公司净利润分别为7,773.97万元、2,687.40万元，同比大幅增长。主要系营业收入增长带动毛利额增加所致，具体原因详见本问题回复之“一、（一）1、（3）2025年和2026年一季度，国内文旅消费投资需求稳定，叠加设备更新政策红利扶持，公司把握产业发展机遇的同时，境外市场开拓亦初显成效”。

2025年和2026年一季度，公司主营业务毛利率分别为36.52%、44.10%，同比大幅增长，具体原因如下：

（1）2025年，主营业务毛利率较2024年提高了5.53个百分点

项目	毛利率		占主营业务收入比重		对主营业务毛利率贡献度		毛利率贡献变动	其中：产品毛利率变动影响	收入比重变动影响
	2025年度	2024年度	2025年度	2024年度	2025年度	2024年度			
	A	B	C	D	E=A×C	F=B×D	G=E-F=H+I	H=C×(A-B)	I=B×(C-D)
文旅装备制造业务	38.12%	31.06%	91.36%	91.10%	34.83%	28.30%	6.53%	6.97%	-0.44%
其中：大型游乐设施	34.57%	25.08%	77.30%	74.19%	26.72%	18.61%	8.12%	7.34%	0.78%
虚拟沉浸式游乐项目	52.28%	45.18%	3.37%	6.60%	1.76%	2.98%	-1.22%	0.24%	-1.46%
配件及维修	59.36%	65.06%	10.68%	10.31%	6.34%	6.71%	-0.37%	-0.61%	0.24%
文旅投资运营业务	19.57%	30.19%	8.64%	8.90%	1.69%	2.69%	-1.00%	-0.92%	-0.08%
合计	36.52%	30.99%	100.00%	100.00%	36.52%	30.99%	5.53%	6.05%	-0.51%

由上表可见，2025年公司主营业务毛利率较2024年提高了5.53个百分点，主要得益于大型游乐设施毛利率提高和收入占比上升。其中：①2025年，公司

大型游乐设施毛利率较 2024 年提高 9.49 个百分点，主要原因系 2024 年公司交付的产品以中小型机械类产品居多，2025 年公司交付的大型滑行类（过山车、激流勇进等）产品收入增加较多，该等产品毛利率相对较高；②国内观览车产品市场竞争较为激烈，2024 年公司为巩固并提升该类产品市场占有率，订单价格及毛利率较低，该产品占比约为 18.01%，2025 年该产品毛利率有所提升；③境外收入占比由 2024 年的 12.35%提高至 2025 年的 17.41%，显著提升，且境外业务毛利率相对较高。

(2) 2026 年 1-3 月，主营业务毛利率较 2025 年提高了 7.58 个百分点

项目	毛利率		占主营业务收入比重		对主营业务毛利率贡献度		毛利率贡献变动	其中：产品毛利率变动影响	收入比重变动影响
	2026 年 1-3 月	2025 年度	2026 年 1-3 月	2025 年度	2026 年 1-3 月	2025 年度			
	A	B	C	D	E=A×C	F=B×D			
文旅装备制造业务	45.95%	38.12%	94.76%	91.36%	43.54%	34.83%	8.71%	9.29%	-0.58%
其中：大型游乐设施	43.32%	34.57%	79.16%	77.30%	34.30%	26.72%	7.57%	6.93%	0.64%
虚拟沉浸式游乐项目	73.08%	52.28%	5.80%	3.37%	4.24%	1.76%	2.48%	1.21%	1.27%
文旅文娱机器人	36.94%	-	3.31%	-	1.22%	-	1.22%	1.22%	-
配件及维修	58.24%	59.36%	6.49%	10.68%	3.78%	6.34%	-2.56%	-0.07%	-2.49%
文旅投资运营业务	10.76%	19.57%	5.24%	8.64%	0.56%	1.69%	-1.13%	-0.46%	-0.67%
合计	44.10%	36.52%	100.00%	100.00%	44.10%	36.52%	7.58%	8.83%	-1.24%

由上表可见，2026 年 1-3 月公司主营业务毛利率较 2025 年提高了 7.58 个百分点，主要得益于大型游乐设施毛利率提高和收入占比上升。2026 年 1-3 月，公司大型游乐设施毛利率较 2025 年提高 8.75 个百分点，主要原因为境外收入规

模及收入占比显著提升，且境外业务毛利率相对较高，具体分析详见本问题回复之“二、（一）结合境外销售主要地区以及前五大境外客户合作情况，说明公司外销收入占比持续上升的原因及合理性，境外业务毛利率较高的原因及合理性”。

2、文旅投资运营业务毛利率下降的原因及合理性

报告期内，公司文旅投资运营业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目		2026年1-3月	2025年度	2024年度	2023年度
文旅投资运营业务	主营业务收入	798.41	5,831.90	5,040.90	1,975.06
	毛利率	10.76%	19.57%	30.19%	32.90%

2023年开始，公司乐园运营项目逐步投入运营，该类业务收入规模逐步提升。由于文旅投资运营业务的营业成本主要由场地营运人员工资薪酬、设备折旧费用、场地租赁费用、水电费等为维持项目正常经营所需的必要开支组成，固定成本占比较高，毛利率易受客流量变动影响。2025年和2026年1-3月，公司文旅投资运营业务毛利率下降，主要原因如下：

（1）户外乐园客流量受天气条件影响较大

近年来，国内沿海地区极端天气事件增加，对公司运营项目产生短暂闭园、实际运营时间减少、入园人次减少等影响，直接导致当期营业收入下降。

公司运营的中山紫马岭小马森林乐园、中山沙溪小马亲子成长乐园、中山奇遇时光乐园等项目位于广东省中山市，据中山市气象台发布的相关统计数据，2025年中山市天气情况总体呈现台风频袭、降雨偏多、极端天气多的特点，全年广东省共遭遇14个台风的影响，造成明显风雨影响。衡阳大雁文创园位于湖南省衡阳市，据衡阳市人民政府发布的2025年气候统计数据，2025年衡阳全市高温天数68.5天，较常年同期偏多29.3天，平均气温打破历史同期最高记录，2025年出现了暴雨洪涝、干旱、高温热害、雷雨大风、强对流、寒潮等灾害性天气。上述极端天气的出现均对户外乐园客流量产生不利影响。

（2）现有文旅投资运营业务正处于发展期，易受到竞争对手及节庆活动等客源分流因素影响

截至目前，公司文旅投资运营业务正处于发展期，运营的乐园项目数量较少，易受到竞争对手及节庆活动等客源分流因素影响。其中：①2025年，公司运营的衡阳大雁文创园受到附近新开游乐园“衡州乐园”的分流影响，收入规模出现较大下滑；②公司现阶段运营的乐园项目数量较少，其中3家乐园集中在广东省中山市，易受到竞争对手及节庆活动等客源分流因素影响。2026春节期间，中山当地举办节庆文旅文娱活动，如中山儿童乐园开办短期嘉年华活动，附近商圈举办音乐会、非遗展演、民俗巡游、美食集汇等多样化文旅活动，对

公司位于中山市的乐园产生比较大的客源分流影响，导致 2026 年一季度的营业收入下滑。

(3) 项目所在地更新改造，导致入园人次下降

中山紫马岭小马森林乐园位于中山紫马岭公园内。2024 年 10 月起，公园启动大规模的整体改造提升工程建设，部分出入口及园内区域关闭，直至 2025 年 11 月才基本完工并对市民游客开放。期间，公司该乐园项目虽正常运营，但受工程施工、公园部分出入口及区域关闭等影响，项目入园人次下降，导致客流量和营业收入减少。目前，该影响已基本消除，2026 年一季度客流量和营业收入均有所提升。

(4) 乐园营销手段和活动策划形式有待进一步丰富

当前文旅行业已进入短视频、直播引流时代，抖音、快手等短视频平台成为乐园引流的核心渠道，而公司目前运营的乐园尚未大规模利用短视频、直播等潮流形式进行引流，线上营销矩阵（如社群运营、达人合作等）还在搭建完善中，导致乐园的曝光度相对较低，潜在客源触达范围有待进一步扩大。在园内活动策划方面，公司乐园未投入大量预算举办有地区影响力、有在地文化特色的主题活动与主题演艺，尚未形成乐园的“季节性热点”和“打卡效应”。相较于行业内通过主题演艺、热门节日、IP 主题活动等吸引客流、提升消费的营销策划模式，公司乐园配置的有效引流手段有待进一步丰富。

综上，由于公司文旅投资运营业务规模相对较小，项目数量较为有限，在成本费用基本保持稳定的基础上，客流量易受到上述影响出现波动，从而导致毛利率波动，具有合理性。

3、虚拟沉浸式游乐项目 2024 年收入大幅下降的原因及合理性

报告期各期，公司虚拟沉浸式游乐项目收入及占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
虚拟沉浸式游乐项目	884.96	5.80%	2,276.55	3.37%	3,737.26	6.60%	26,756.49	36.44%

随着情绪价值、文化认同与深度体验愈发成为文旅消费的核心诉求，消费者对游乐产品的内容、场景等互动沉浸式体验提出了更高要求，通过 VR、AR、MR、人工智能等新一代技术融合各类主题文化元素的虚拟沉浸式产品成为游乐装备的重要发展方向之一。然而，由于该产品售价相较大型游乐设施产品普遍较高，整体方案制定、内容策划及研发制造周期较长，因此目前虚拟沉浸式游乐项目的占比有待提高。

2024 年，公司虚拟沉浸式游乐项目收入相较 2023 年大幅下滑，主要原因是：受全球公共卫生事件影响，部分原计划于 2021 年、2022 年交付的项目延至 2023 年交付，导致虚拟沉浸项目集中交付，收入大幅增长。2023 年公司交付虚拟沉浸式游乐项目 8 台套，主要包括大型飞行影院、黑暗乘骑、影视过山车项目，

平均单价超过 3,000 万元/台套，单价较高。2024 年公司交付虚拟沉浸式游乐项目 8 台套，主要为小型动感飞行器、互动影院项目，平均单价不足 500 万元/台套，单价相对较低，导致 2024 年该类产品收入同比大幅下降。

（三）结合行业需求、在手订单情况等，说明相关因素对公司未来业绩的持续影响

1、行业需求稳步向好，国内外高质量乐园投资持续加码

旅游项目投资在投资基本面稳定的行业背景下稳步回暖。据相关行业统计数据，全球游乐设施市场预计将从 2025 年的 946.06 亿元增长至 2032 年的 1,605.56 亿元，年复合增长率为 7.85%；2025 年中国游乐设施市场规模约为 347 亿元。2026 年一季度，国内旅游行业投资综合指数为 133.66，较 2025 年同期增长 4.5%；企业信心同步回升，行业整体信心指数同比增长 10.7%，对文旅投资领域的信心指数同比增长 17.5%。投资与预期双向改善，表明行业在结构调整过程中仍保持较强发展韧性，持续运行于景气区间。

目前，中国乃至世界范围内高质量乐园投资持续加码。2025 年，国内主题乐园运营商如欢乐谷、华强方特、海昌海洋公园等持续扩张主题乐园运营版图，其中：华侨城签约市场化项目 7 个；华强方特落地科技馆和园区项目 10 个。此外，国际 IP 主题公园项目密集传出消息，其中：2025 年 2 月，锦江国际集团宣布与华纳兄弟探索集团签署合资框架协议，将共同开发“哈利波特制片厂之旅”项目；2025 年 3 月，全球规模最大、亚洲首个小猪佩奇户外主题乐园宣布将于

2027 年在上海崇明长兴岛开放；2025 年 4 月，环球影城宣布筹建英国乐园；2025 年 5 月，迪士尼宣布筹建阿布扎比乐园；2025 年 6 月，上海乐高乐园开始试运营。

2、公司持续订单充足，具有丰富的产品矩阵体系及稳固的市场基础

截至 2026 年 1 季度末，公司在手订单金额为 134,643.54 万元，始终保持稳健充沛，为公司稳健发展提供有力支撑。

公司是国内文旅装备制造领域的龙头领军企业，经过多年的传承积累与创新，自主掌握了国内领先、国际先进水平的核心技术，建立起涵盖滑行类、飞行塔类、观览车类等 13 大类大型游乐设施及黑暗乘骑、飞行影院、VR 系列等 8 大系列虚拟沉浸式游乐项目的全品类游乐产品矩阵体系，多项产品属国内外首创。公司的产品广泛应用于游乐园、主题公园、文旅景区、商业综合体等各大文旅项目，在国内高端游乐园和主题公园具有较高市场占有率，远销包括欧美在内的全球近 50 个国家和地区。

综上所述，目前宏观经济平稳运行，文旅消费投资基本面稳定，行业更新改造政策大力扶持，公司凭借持续创新的技术能力优势、逾 40 载积累沉淀的品质制造优势、全产业领域的人才团队优势、国内外享誉行业的市场品牌优势，积极适应行业发展趋势，大力拓展国内外市场。此外，经过多年布局与发展，公司形成了既有文旅装备制造又有文旅运营服务的独特产业优势，将制造融于服务，以服务驱动制造，实现“制造+服务”协同互促。相关因素将对公司未来业

绩产生持续的积极影响。

（四）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师执行了下述核查程序：

- （1）访谈发行人销售负责人、财务负责人，了解公司业绩波动主要原因；
- （2）查阅发行人年度报告、季度报告，同行业可比公司年度报告；
- （3）查阅发行人收入成本明细表，分析毛利率波动的具体原因，分析虚拟沉浸式游乐项目收入波动原因；访谈文旅投资运营业务负责人，了解主要运营乐园的客流量情况、变动原因；
- （4）查阅行业研究报告，了解下游市场需求变化；
- （5）获取发行人在手订单明细表。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

- （1）2023年，宏观经济复苏，下游文旅消费市场需求快速释放，公司经营业绩大幅提升；2024年，宏观经济环境复苏趋缓，行业竞争加剧，下游文旅消费市场需求结构性调整；2025年和2026年一季度，国内文旅消费投资需求稳定，叠加设备更新政策红利扶持，公司把握产业发展机遇的同时，境外市场开

拓亦初显成效；

(2) 公司报告期内业绩波动与行业总体趋势一致，具有合理性；

(3) 最近一年一期净利润和毛利率大幅上升，主要原因为大型游乐设施毛利率提高和收入占比上升；境外收入规模及收入占比显著提升，且境外业务毛利率相对较高，具有合理性；

(4) 公司文旅投资运营业务毛利率下降，主要原因为：①户外乐园客流量受天气条件影响较大；②现有文旅投资运营业务正处于发展期，易受到竞争对手及节庆活动等客源分流因素影响；③项目所在地更新改造，导致入园人次下降；④乐园营销手段和活动策划形式有待进一步丰富。由于公司文旅投资运营业务规模相对较小，项目数量较为有限，在成本费用基本保持稳定的基础上，客流量易受到上述影响出现波动，从而导致毛利率波动，具有合理性；

(5) 虚拟沉浸式游乐项目 2024 年收入大幅下降，主要原因是：受全球公共卫生事件影响，部分原计划于 2021 年、2022 年交付的项目延至 2023 年交付，导致虚拟沉浸项目集中交付，收入大幅增长。2024 年公司交付虚拟沉浸式游乐项目主要为小型动感飞行器、互动影院项目，单价相对较低，导致 2024 年该类产品收入同比大幅下降，具有合理性；

(6) 目前宏观经济平稳运行，文旅消费投资基本面稳定，行业更新改造政策大力扶持，公司凭借持续创新的技术能力优势、逾 40 载积累沉淀的品质制造

优势、全产业领域的人才团队优势、国内外享誉行业的市场品牌优势，积极适应行业发展趋势，大力拓展国内外市场。相关因素将对公司未来业绩产生持续的积极影响。

二、结合境外销售主要地区以及前五大境外客户合作情况，说明公司外销收入占比持续上升的原因及合理性，境外业务毛利率较高的原因及合理性；外销收入的主要核查过程及核查依据、与海关出口数据、出口退税金额等数据的匹配性，并说明国际贸易环境及主要销售国家地区贸易政策变化对公司外销收入的影响，量化分析外汇波动对公司外销收入的影响

（一）结合境外销售主要地区以及前五大境外客户合作情况，说明公司外销收入占比持续上升的原因及合理性，境外业务毛利率较高的原因及合理性

1、公司境外销售主要地区以及前五大境外客户合作情况

报告期内，公司境外销售区域分布广泛，主要境外销售区域集中于独联体、东南亚地区、中东及北非地区、拉丁美洲等新兴国家或地区市场。外销主要区域分布如下：

单位：万元

国家/地区	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

独联体	4,791.50	63.25%	2,480.76	20.78%	153.61	2.16%	70.09	5.06%
东南亚地区	1,391.18	18.36%	3,861.88	32.35%	5,501.15	77.21%	139.22	10.06%
中东及北非地区	823.55	10.87%	3,721.70	31.18%	827.56	11.61%	29.50	2.13%
拉丁美洲	529.56	6.99%	851.24	7.13%	559.92	7.86%	1,115.68	80.62%
其他	39.63	0.52%	1,022.46	8.56%	82.91	1.16%	29.46	2.13%
合计	7,575.43	100.00%	11,938.05	100.00%	7,125.14	100.00%	1,383.95	100.00%

注：独联体现有 9 个正式成员国，包括阿塞拜疆、亚美尼亚、白俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯、塔吉克斯坦、乌兹别克斯坦、摩尔多瓦

报告期各期，公司与前五大境外客户合作情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	所属国家/地区	销售金额	占当期境外收入比例	占当期营业收入比例	合作起始时间	订单获取方式
2026年1-3月	1	客户 A	独联体	4,791.50	63.25%	31.09%	2024年	商业谈判
	2	客户 B	东南亚地区	1,344.71	17.75%	8.72%	2024年	商业谈判
	3	客户 C	中东及北非地区	823.55	10.87%	5.34%	2023年	商业谈判
	4	客户 D	拉丁美洲	529.56	6.99%	3.44%	2023年	商业谈判
	5	客户 E	东亚地区	39.63	0.52%	0.26%	2026年	商业谈判
	合计			—	7,528.95	99.39%	48.85%	—
2025年度	1	客户 A	独联体、中东及北非地区	3,439.82	28.81%	5.02%	2024年	商业谈判
	2	客户 F	东南亚地区	1,389.96	11.64%	2.03%	2025年	商业谈判
	3	客户 G	中东及北非地区	1,315.47	11.02%	1.92%	2024年	商业谈判
	4	客户 B	东南亚地区	956.20	8.01%	1.39%	2024年	商业谈判
	5	客户 D	拉丁美洲	829.30	6.95%	1.21%	2023年	商业谈判
	合计			—	7,930.75	66.43%	11.57%	—
2024年度	1	客户 H	东南亚地区	2,100.49	29.48%	3.64%	2011年	商业谈判
	2	客户 I	东南亚地区	874.00	12.27%	1.52%	2023年	商业谈判

期间	序号	客户名称	所属国家/地区	销售金额	占当期境外收入比例	占当期营业收入比例	合作起始时间	订单获取方式
	3	客户 J	中东及北非地区	812.25	11.40%	1.41%	2023 年	商业谈判
	4	客户 K	拉丁美洲	559.92	7.86%	0.97%	2024 年	商业谈判
	5	客户 L	东南亚地区	493.32	6.92%	0.86%	2023 年	商业谈判
	合计		—	4,839.99	67.93%	8.39%	—	—
2023 年度	1	客户 M	拉丁美洲	1,115.68	80.62%	1.51%	2022 年	商业谈判
	2	客户 I	东南亚地区	109.97	7.95%	0.15%	2023 年	商业谈判
	3	客户 N	独联体	70.00	5.06%	0.09%	2022 年	商业谈判
	4	客户 O	中东及北非地区	29.50	2.13%	0.04%	2022 年	商业谈判
	5	客户 P	东亚地区	29.46	2.13%	0.04%	2023 年	商业谈判
	合计		—	1,354.61	97.88%	1.83%	—	—

注：东亚地区包含中国香港

2、公司外销收入占比持续上升的原因及合理性

报告期内，发行人营业收入按区域分布情况如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	7,838.41	50.85%	56,634.38	82.59%	50,561.68	87.65%	72,461.59	98.13%
境外	7,575.43	49.15%	11,938.05	17.41%	7,125.14	12.35%	1,383.95	1.87%
合计	15,413.84	100.00%	68,572.43	100.00%	57,686.82	100.00%	73,845.54	100.00%

报告期内，公司境外收入及占比持续上升，主要是因为受益于境外新兴国家或地区市场文旅建设需求上升叠加公司海外市场布局力度加大，新兴国家或地区市场收入实现较快增长。一方面，文旅装备制造行业整体出口景气度较高，海外市场需求稳步释放；另一方面，公司将国际化出海战略作为核心发展方向

之一，持续加大海外市场开拓力度。公司重点深耕东南亚、中东、东欧、南美、非洲等新兴国家或地区市场，加强一带一路市场的拓展力度，同时在欧美高端市场有所突破。公司已在瑞士、中国香港设立子公司，在东南亚、北美、拉美等地区设立营销服务渠道，构建起覆盖国际重点市场的高效营销服务体系。目前，公司已成功通过 ISO9001 质量体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO45001 职业健康安全管理体系认证及欧盟 EN 1090 认证、TUV 产品安全与质量认证等，取得了进入国际主流市场的法定资质。

报告期各期，公司主要出口产品对应的国家海关总署数据平台统计的行业市场数据如下：

年份	游乐场娱乐设备， 包括射击用靶 (950830)		碰碰车 (950823)		旋转木马，秋千和 旋转平台 (950822)		过山车 (950821)		其他游乐场乘骑游 乐设施和水上乐园 娱乐设备(950829)	
	出口金 额(万美 元)	同比 增速	出口金 额(万美 元)	同比 增速	出口金 额(万美 元)	同比 增速	出口金 额(万美 元)	同比 增速	出口金 额(万美 元)	同比 增速
2026年 1-3月	2,164.92	28.46%	69.34	38.64%	427.01	77.12%	619.59	80.46%	492.70	-35.35%
2025年	7,168.93	48.00%	433.28	23.46%	1,691.56	-19.82%	1,596.93	167.87%	2,599.92	129.49%
2024年	4,843.81	28.16%	350.95	-1.66%	2,109.77	101.28%	596.16	189.68%	1,132.93	152.85%
2023年	3,779.58	44.49%	356.89	40.34%	1,048.16	-22.31%	205.80	-47.78%	448.07	-0.18%

注：数据来源于国家海关总署数据平台

由上表可见，公司主要出口产品对应的海关统计出口金额整体呈逐年上升趋势，行业出口景气度较高，为公司境外收入快速增长提供了良好的行业基础。

2023年至2025年，公司和同行业可比公司的境外收入对比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年		2024 年		2023 年	外销收入主要覆盖区域
	境外收入	同比增速	境外收入	同比增速	境外收入	
大丰实业 (603081.SH)	14,229.10	-47.02%	26,856.90	1,248.40%	1,991.76	中东地区、东南亚地区
华立科技 (301011.SZ)	16,777.22	25.00%	13,422.04	30.39%	10,293.67	东南亚地区、欧洲、北美洲及中东地区
公司	11,938.05	67.55%	7,125.14	414.84%	1,383.95	独联体、东南亚地区、中东及北非地区、拉丁美洲

由上表可见，2023 年至 2025 年，公司与同行业可比公司境外收入整体保持较高增长态势，且外销收入主要覆盖区域相近。

综上所述，公司境外销售的增速与行业发展趋势及公司战略一致，具有合理性。

3、公司境外业务毛利率较高的原因及合理性

报告期内，公司境外业务毛利率分别为 31.90%、54.17%、52.97%和 57.75%，毛利率较高。2023 年发行人外销毛利率为 31.90%，相对偏低，主要原因是公司为抢占观览车类产品的海内外市场份额，打造海外大型观览车标杆项目，该产品售价较低。

除 2023 年特殊情形外，公司其他年度境外产品毛利率均高于境内产品毛利率，且较为稳定，核心原因如下：一方面，海外市场竞争格局较好，相比国内价格竞争强度较小。由于欧美等境外主要竞争对手在本土面临较高的技术研发投入、劳务成本，其同类产品的整体销售定价基准普遍高于境内制造企业。故公司海外业务定价空间较宽裕，在保持价格竞争优势的同时，能够获取更高的利润；另一方面，境外客户项目看重产品品质、安全标准、国际认证及定制化配套能力，采购定价以价值为导向，愿意为高品质、高合规门槛的游乐设备支付溢价，故整体外销产品盈利水平更高。

选取各期 500 万元以上且有境内售价的境外产品，对比同型号产品境内外售价，具体价格比较情况已申请豁免披露。

2023 年至 2025 年，公司和同行业可比公司的境外收入毛利率对比情况如下：

单位：万元

项目		2025 年	2024 年	2023 年
大丰实业 (603081.SH)	境内	25.03%	36.60%	24.94%
	境外	25.92%	15.27%	34.44%
华立科技 (301011.SZ)	境内	27.91%	29.17%	27.64%
	境外	40.04%	35.22%	35.65%
公司	境内	33.01%	27.74%	34.62%
	境外	52.97%	54.17%	31.90%

由上表可见，公司和同行业可比公司境外销售毛利率普遍高于境内销售毛利率。

综上所述，公司境外毛利率较高符合行业惯例，具有合理性。

(二) 外销收入的主要核查过程及核查依据、与海关出口数据、出口退税金额等数据的匹配性，并说明国际贸易环境及主要销售国家地区贸易政策变化对公司外销收入的影响，量化分析外汇波动对公司外销收入的影响

1、外销收入的主要核查过程及核查依据、与海关出口数据、出口退税金额等数据的匹配性

保荐机构对外销收入真实性的主要核查过程及核查依据如下：

(1) 了解发行人境外销售流程及相关内部控制，了解境外销售与收款循环所涉及相关控制。对境外收入进行穿行测试，获取相关合同、发货单、报关单、装箱单、银行回款等资料。

(2) 对主要境外客户进行函证，核实收入的真实性、准确性和完整性，具体核查金额和比例如下：

单位：万元

项目	公式	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境外销售收入	A	11,938.05	7,125.14	1,383.95
境外收入发函金额	B	10,572.06	4,968.59	1,225.65
发函比例	C=B/A	88.56%	69.73%	88.56%
回函金额	D	5,172.43	2,504.04	1,115.68
回函比例	E=D/B	48.93%	50.40%	91.03%

对于未回函的情况，执行了替代测试，主要包括取得公司与相关客户的交易明细，取得并检查相关客户的合同、发货单、报关单、装箱单等原始凭据等。

(3) 针对境外主要客户，核查工商信息，通过访谈核实收入真实性，同时了解客户基本信息、双方合作背景、合作内容，并核查是否存在关联关系；对于未接受访谈的主要境外客户，采用远程视频查验客户现场产品的方式核实销售的真实性。具体核查金额和比例如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境外销售收入 (A)	7,575.43	11,938.05	7,125.14	1,383.95
访谈覆盖客户境外销售收入金额 (B)	6,180.31	6,645.03	2,660.41	1,140.70
远程视频查看产品覆盖客户境外收入金额 (C)	-	1,822.55	1,351.78	-
访谈及远程查看覆盖境外销售收入比例 (D= (B+C) / A)	81.58%	70.93%	56.31%	82.42%

(4) 获取报告期海关电子口岸数据等情况，复核海关数据与境外销售收入的匹配性，具体情况如下：

单位：万元

项目	序号	2026年 1-3月	2025年度	2024年度	2023年度
境外销售收入	A	7,575.43	11,938.05	7,125.14	1,383.95
减：公司通过第三方出口公司报关出口收入	B	35.70	1,732.61	2,122.62	25.01
加：补发零星物料，无需确认收入	C	1.87	-	1.76	0.60
减：境外子公司外销收入毛利	D			12.81	
减：无需报关收入	E	39.63	58.10	147.09	0.28
减：上期出口本期确认收入	F	821.35	1.89	340.41	-
加：本期出口下期确认收入	G	-	2,061.70	114.47	361.82
调整后境外销售收入	H=A-B+C-D-E-F+G	6,680.61	12,207.15	4,618.44	1,721.08
海关报关数据	I	6,681.96	12,207.00	4,572.66	1,720.90
差异金额	J=H-I	-1.35	0.15	45.79	0.19
差异率	K=J/I	-0.02%	0.00%	1.00%	0.01%

注：海关报关数据按照交易发生日即期汇率近似的汇率折算

公司外销收入与海关出口数据在统计口径方面存在一定差异，主要包括：

①未计入收入的补发零星物料。公司存在个别客户因安装调试需要补发零星物料的情形，该情形不确认收入。②境外子公司外销收入毛利。公司部分货物由境内主体报关出口至境外子公司，再由境外子公司对外销售，仅境内出货环节需办理出口报关手续。③公司无需报关收入。公司无需报关外销收入主要是以国际快递方式发运的小额零星物料、设计服务费用等。④时间性差异。公司境外销售采用时点法确认收入，即以合同约定的设备控制权转移给客户的时点为收入确认时点，以出口报关单、装箱单作为收入确认依据。部分大型游乐设备采用分批发运模式运往客户指定地点，致使设备控制权转移时点与货物出口时点不完全一致，由此产生收入确认的时间性差异。

综上，调整后的境外销售收入和海关报关数据差异较小，主要系汇率和运

保费金额影响。

(5)获取出口退税明细表,核查与境外销售收入的匹配性,具体情况如下:

单位: 万元

项目	序号	2026年 1-3月	2025年度	2024年 度	2023年 度
境外销售收入	A	7,575.43	11,938.05	7,125.14	1,383.95
减: 公司通过第三方出口公司报关 出口收入	B	35.70	1,732.61	2,122.62	25.01
减: 境外子公司外销收入毛利	C	-	-	12.81	-
减: 未申报免抵退税收入	D	71.51	74.79	49.36	0.28
加: 申报出口退税和收入确认的时间 性差异	E	-386.35	1,736.59	-351.26	347.95
减: 不申报出口退税的运费和保险 费	F	-	186.97	310.06	-
调整后境外销售收入	G=A-B-C-D+ E-F	7,081.87	11,680.26	4,279.03	1,706.61
免抵退申报表外销收入金额	H	7,081.87	11,680.26	4,279.89	1,706.60
差异金额	I=G-H	-	-	-0.86	-
差异率	J=I/H	-	-	-0.02%	-

公司外销收入与免抵退申报表中免抵退出口销售额在统计口径方面存在一定差异,主要包括:①未申报免抵退税收入。公司少量境外销售收入不满足出口免抵退税标准,相关外销收入未计入申请免退税收入金额。②申报出口退税和收入确认的时间性差异主要基于两个原因:一方面,公司部分大型游乐设备采用分批发运模式运往客户指定地点,致使设备控制权转移时点与货物出口时点不完全一致;另一方面,发行人增值税出口应退税金额以各期末增值税留抵税额为限,因此发行人会结合每月期末留抵税额规模情况,统筹退税申报批次。③不申报出口退税的运费和保险费。在CIF贸易方式下,公司向客户收取的运

保费计入账面外销收入，但在申报出口退税时运费不得作为退税基数计算退税金额。

综上，调整后的境外销售收入和海关报关数据差异较小，主要系汇率影响。

(6) 获取报告期外销收款与境外销售收入明细，分析形成差异的原因。

2、国际贸易环境及主要销售国家地区贸易政策变化对公司外销收入的影响

报告期内，公司主要境外销售区域集中于独联体、东南亚地区、中东及北非地区、拉丁美洲等新兴国家或地区市场，对华贸易政策及变动情况如下：

主要销售区域	贸易政策
东南亚地区	东南亚主要国家作为 RCEP 成员国，对自中国进口的 HS9508 类游乐设备实施协定税率。该产品在越南等国符合原产地规则的 RCEP 协定税率已降至 0%，在印度尼西亚、马来西亚等国处于逐年降税阶段
中东及北非地区	阿联酋、沙特阿拉伯等海湾合作委员会 (GCC) 国家对工业制成品普遍征收 5% 的统一关税 (参见 GCC 《统一海关法》)，HS 编码 9508 项下产品目前未实施额外附加税或进口配额限制
独联体	独联体核心国家作为欧亚经济联盟 (EAEU) 成员国，对华适用最惠国待遇 (MFN) 关税，该税率系面向所有 WTO 成员的普适性安排
拉丁美洲地区	拉丁美洲国家如巴西由于本国工业保护政策，其综合进口税率 (含统一对外关税 TEC、工业产品税 IPI 等) 相对较高，该税率为面向所有非本土企业的普适性政策，未对中国产品设置歧视性关税

截至本回复出具日，发行人境外销售涉及的主要国家及地区的贸易政策暂未发生重大不利变化。发行人采用 EXW、FOB、CIF 等多种贸易术语进行安排，对关税变化、贸易政策变化的影响形成有效管控。

综上所述，国际贸易环境及主要销售区域贸易政策变化对公司外销收入影响较小。

3、量化分析外汇波动对公司外销收入的影响

公司境外客户销售收入主要采用美元结算，少量境外客户按跨境人民币结算方式以人民币支付货款。假定除汇率以外的其他变量不变，测算年度平均汇率波动对公司报告期内相应美元收入的影响，具体情况如下：

单位：万元

项目	2026年1-3月	2025年度	2024年度	2023年度
以美元结算的外销收入①	2,748.23	8,002.98	4,976.96	1,259.40
当年美元平均汇率②	6.95	7.14	7.12	7.05
上一年美元平均汇率③	7.14	7.12	7.05	6.73
按照上一年平均汇率调整后的以美元结算的外销收入④=①÷②×③	2,824.79	7,979.23	4,924.55	1,202.10
美元汇率调整对收入影响⑤=①-④	-76.56	23.75	52.41	57.30
外销收入金额⑥	7,575.43	11,938.05	7,125.14	1,383.95
美元汇率调整收入变动占外销收入的比例⑦=⑤/⑥	-1.01%	0.20%	0.74%	4.14%

注：汇率数据来源于国家外汇管理局；年度平均汇率以年度工作日汇率的算术平均值计算。

如上表所示，假设按照上一年平均汇率测算，报告期各期，发行人因汇率变化而调整的收入占发行人各期外销收入的比例分别为 4.14%、0.74%、0.20%和 -1.01%，与美元对人民币汇率波动的幅度相匹配，且整体占比较低。

假定除汇率以外的其他变量不变，针对美元汇率进行敏感性分析，测算公司报告期内相应美元收入的影响，具体情况如下：

单位：万元

类别	2026年1-3月	2025年度	2024年度	2023年度
人民币贬值 5%				
收入变动额	137.41	400.15	248.85	62.97
收入变动额占外销收入比例	1.81%	3.35%	3.49%	4.55%
人民币升值 5%				
收入变动额	-137.41	-400.15	-248.85	-62.97
收入变动额占外销收入比例	-1.81%	-3.35%	-3.49%	-4.55%

由上表可见，当人民币升值 5% 时，报告期内收入变动比例分别为 -4.55%、-3.49%、-3.35% 和 -1.81%。故汇率波动对公司外销收入不存在重大不利影响。

（三）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师执行了下述核查程序：

（1）通过访谈发行人销售负责人，结合客户访谈情况，了解发行人主要境外客户开拓方式及合作背景，了解发行人与主要境外客户合作规模的合理性和必要性；

（2）分析报告期各期外销主要产品销售情况、价格与毛利率变化原因；对比分析报告期内同类产品的境外与境内销售价格、毛利率是否存在明显差异及合理性；

（3）对外销收入真实性的核查程序详见本题回复之“二（二）1、外销收入的主要核查过程及核查依据”；

（4）查阅公开信息资料，了解发行人主要出口地贸易政策变动情况，分析政策变动对发行人外销收入的影响；

(5) 查阅报告期内发行人境外销售主要结算货币的汇率情况，分析测算汇率波动对发行人境外收入的影响。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

(1) 发行人外销收入及占比持续上升具有合理性；

(2) 发行人境外收入上升且境外销售毛利率较高符合行业惯例，具有合理性；

(3) 发行人境外收入与海关出口数据、出口退税金额数据具有匹配性，发行人外销收入具有真实性、完整性、准确性；

(4) 报告期内，公司外销主要出口地贸易政策未发生重大不利变化，预计未来对公司外销收入不会产生重大不利影响；

(5) 外汇波动对发行人外销收入的影响较小。发行人已采取措施应对外汇波动的影响。

四、说明涉及财务报表科目的具体情况，并结合最近一期期末对外股权投资情况，包括公司名称、账面价值、持股比例、认缴金额、实缴金额、投资时间、主营业务、是否属于财务性投资、与公司产业链合作具体情况、后续处置计划等，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等的相关规定；自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否涉及调减情形

(一) 涉及财务报表科目的具体情况

截至 2026 年 3 月 31 日，公司未经审计的资产负债表中可能与财务性投资相关的会计科目情况如下：

单位：万元

项目	2026 年 3 月 31 日	款项性质	是否涉及财 务性投资	属于财务性 投资金额
货币资金	47,665.23	库存现金、银行存款和其他货币 资金	否	-
交易性金融资产	1,702.72	理财产品	否	-
其他应收款	1,506.17	保证金、往来款及押金、员工备 用金及其他	否	-
其他流动资产	4,415.10	待抵扣进项税、预缴所得税	否	-
长期股权投资	5,002.95	对合营企业的股权投资	是	5,002.95
其他权益工具投资	2,000.00	对参股企业的股权投资	否	-
投资性房地产	1,081.57	客户以房抵债的房屋及建筑物	否	-
其他非流动资产	25,503.13	长期大额存单、预付工程款	否	-
合计	88,876.87			5,002.95

1、货币资金

截至 2026 年 3 月 31 日，公司货币资金为 47,665.23 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2026 年 3 月 31 日	属于财务性投资金额
库存现金	6.04	-
银行存款	45,135.75	-
其他货币资金	2,523.44	-
合计	47,665.23	-
其中：存放在境外的款项总额	1,183.54	-

公司货币资金主要由库存现金、银行存款和其他货币资金构成，其中其他

货币资金为保函履约保证金、汇票保证金、微信余额和支付宝余额等，不属于财务性投资。

2、交易性金融资产

截至 2026 年 3 月 31 日，公司持有的交易性金融资产金额为 1,702.72 万元，均为理财产品-保本浮动收益型结构性存款，具体明细如下：

单位：万元

序号	发行机构	理财产品名称	起息日	到期日	金额	产品类型
1	交通银行	“蕴通财富”定期型结构性存款协议（挂钩汇率二元三段看涨）3226000702	2026/1/23	2026/4/7	801.28	保本浮动收益
2	交通银行	“蕴通财富”定期型结构性存款协议（挂钩汇率二元三段看涨）3226000702	2026/1/23	2026/4/7	901.44	保本浮动收益
合计					1,702.72	

公司购买的理财产品-保本浮动收益型结构性存款安全性高、流动性好、风险较低，不属于收益波动大且风险较高的金融产品。公司购买保本浮动收益型结构性存款的目的仅为充分满足流动性的前提下进行现金管理，故不属于财务性投资。

3、其他应收款

截至 2026 年 3 月 31 日，公司其他应收款账面余额为 1,890.72 万元，账面价值为 1,506.17 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2026 年 3 月 31 日	属于财务性投资金额
----	-----------------	-----------

项目	2026年3月31日	属于财务性投资金额
保证金	652.95	-
备用金	326.93	-
往来款及押金	797.22	-
其他	113.62	-
合计	1,890.72	-
减值准备	384.55	-
账面价值	1,506.17	-

公司其他应收款主要为日常经营活动中产生的保证金、往来款及押金、员工备用金等。其中，往来款及押金中应收深圳源创文化旅游发展有限公司 714 万元，系公司 2025 年 6 月通过定向减资退出相关投资后，尚未收回的投资返还款。

发行人于 2020 年 11 月 19 日召开总经理办公会议，审议通过了关于公司拟以货币增资方式取得深圳市华创旅游咨询管理有限公司（现更名为：深圳源创文化旅游发展有限公司）51% 股权的《增资协议》及相关事宜，同意公司以自有资金总计 2,500 万元通过增资方式取得标的公司 51% 股权。2021 年 1 月，深圳源创完成增资扩股及工商变更备案，深圳源创成为公司的控股子公司，纳入公司合并报表范围。深圳源创主要经营文旅项目的策划运营，系公司围绕文旅终端项目开发运营开展的产业并购。

发行人于 2025 年 6 月 13 日召开第四届董事会第十一次会议、第四届监事会第十一次会议，审议通过了《关于减资退出控股子公司的议案》，计划通过定向减资方式退出对控股子公司深圳源创的投资，深圳源创应向公司返还投资款

1,810 万元。减资完成后，深圳源创将不再为公司控股子公司，深圳源创及其下属子公司不再纳入公司合并报表范围。截至 2026 年 3 月 31 日，深圳源创尚未支付减资对价价款为 714 万元。因此，公司对于深圳源创减资形成的其他应收款不属于财务性投资。

除上述减资形成的款项外，公司其他的其他应收款均为正常经营往来，不存在资金拆借、委托贷款等情形，不属于财务性投资。

4、其他流动资产

截至 2026 年 3 月 31 日，公司其他流动资产的金额为 4,415.10 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2026 年 3 月 31 日	属于财务性投资金额
待抵扣/待认证进项税额	4,291.55	-
预缴企业所得税	123.55	-
合计	4,415.10	-

公司其他流动资产为待抵扣进项税、预缴所得税等，不属于财务性投资。

5、长期股权投资

截至 2026 年 3 月 31 日，公司长期股权投资的金额为 5,002.95 万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	被投资企业	期末持股比例	2026 年 3 月 31 日	属于财务性投资金额
1	中山金马时代伯乐产业投	47.66%	5,002.95	5,002.95

	资合伙企业（有限合伙）			
	合计	47.66%	5,002.95	5,002.95

金马时代为公司对外投资产业基金，报告期期末公司持有 47.66% 的份额。截至本回复出具之日，金马时代投资标的均为发行人供应商或潜在供应商，系发行人围绕产业链上游开展的产业投资，具体详见本题回复之“四、（二）1、中山金马时代伯乐产业投资合伙企业（有限合伙）”。鉴于金马时代主要投向智能制造、人工智能、机器人、AR/VR、光学、物联网等新兴产业领域的未上市企业股权（含新三板挂牌企业股权）。鉴于金马时代为产业基金，根据谨慎性原则，公司将对金马时代的投资账面价值 5,002.95 万元认定为财务性投资。

6、其他权益工具投资

截至 2026 年 3 月 31 日，公司其他权益工具投资金额为 2,000.00 万元，系公司持有的上海矩阵超智系统集成有限公司的股权。公司增资取得其股权，旨在深化双方合作，推动人工智能技术在公司文旅装备制造业务、文旅投资运营业务的应用落地。目前，公司已与上海矩阵超智系统集成有限公司共同设立金马矩阵智能，其中公司持股 70%，上海矩阵超智系统集成有限公司持股 30%，重点推进文旅文娱机器人相关技术迭代与产品规模化，并已推出“小马 1 号”导览机器人，系公司围绕文旅装备主营业务开展的产业布局与产业投资。该投资与公司主营业务及战略布局高度相关，故不属于财务性投资。

7、投资性房地产

截至 2026 年 3 月 31 日，公司投资性房地产账面价值为 1,081.57 万元，均为采用成本模式计量的投资性房地产，均为客户以房抵债的房屋及建筑物，不属于财务性投资。

8、其他非流动资产

截至 2026 年 3 月 31 日，公司其他非流动资产的金额为 25,503.13 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2026 年 3 月 31 日	属于财务性投资金额
预付工程款	148.60	-
大额存单	25,354.53	-
合计	25,503.13	-

报告期期末，公司上述大额存单的具体明细如下：

单位：万元

序号	银行简称	产品名称	金额	起息日期	到期日期	预计年化收益率
1	交通银行	三年期大额存单	1,017.92	2025-5-16	2028-5-16	2.05%
2	农业银行	三年期大额存单	2,033.52	2025-5-13	2028-5-13	1.90%
3	农业银行	三年期大额存单	2,033.52	2025-5-13	2028-5-13	1.90%
4	华润银行	三年期大额存单	2,034.08	2025-5-16	2027-5-16	1.95%
5	华润银行	三年期大额存单	2,034.08	2025-5-16	2027-5-16	1.95%
6	华兴银行	三年期大额存单	1,015.78	2025-6-16	2028-6-16	2.00%
7	华兴银行	三年期大额存单	1,015.78	2025-6-16	2028-6-16	2.00%
8	华兴银行	三年期大额存单	1,015.78	2025-6-16	2028-6-16	2.00%
9	华兴银行	三年期大额存单	1,015.78	2025-6-16	2028-6-16	2.00%
10	光大银行	三年期大额存单	1,012.80	2025-7-7	2028-7-7	1.75%
11	光大银行	三年期大额存单	1,012.80	2025-7-7	2028-7-7	1.75%

序号	银行简称	产品名称	金额	起息日期	到期日期	预计年化收益率
12	光大银行	三年期大额存单	1,012.80	2025-7-7	2028-7-7	1.75%
13	光大银行	三年期大额存单	1,012.80	2025-7-7	2028-7-7	1.75%
14	光大银行	三年期大额存单	1,012.80	2025-7-7	2028-7-7	1.75%
15	光大银行	三年期大额存单	1,012.80	2025-7-7	2028-7-7	1.75%
16	兴业银行	三年期大额存单	1,010.40	2025-8-26	2028-8-26	1.75%
17	兴业银行	三年期大额存单	1,010.40	2025-8-26	2028-8-26	1.75%
18	兴业银行	三年期大额存单	1,010.40	2025-8-26	2028-8-26	1.75%
19	兴业银行	三年期大额存单	1,010.40	2025-8-26	2028-8-26	1.75%
20	浦发银行	三年期大额存单	1,009.92	2025-9-5	2028-9-5	1.75%
21	浦发银行	三年期大额存单	1,009.92	2025-9-5	2028-9-5	1.75%
合计		-	25,354.53	-	-	-

公司其他非流动资产为预付工程款、长期大额存单，不属于财务性投资。

(二) 结合最近一期期末对外股权投资情况，包括公司名称、账面价值、持股比例、认缴金额、实缴金额、投资时间、主营业务、是否属于财务性投资、与公司产业链合作具体情况、后续处置计划等，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），是否符合《证券期货法律适用意见第18号》《监管规则适用指引—发行类第7号》等的相关规定

截至2026年3月31日，公司对外股权投资为持有中山金马时代伯乐产业投资合伙企业（有限合伙）、上海矩阵超智系统集成有限公司的股权，具体情况如下：

1、中山金马时代伯乐产业投资合伙企业（有限合伙）

公司名称	中山金马时代伯乐产业投资合伙企业（有限合伙）
期末账面价值	5,002.95 万元
持股比例	发行人最新持股 47.66%
发行人认缴出资	5,000 万元
发行人实缴出资	5,000 万元
实缴时间	2021 年 12 月
主营业务	以自有资金从事投资活动。主要投向智能制造、人工智能、机器人、AR/VR、光学、物联网等新兴产业领域的未上市企业股权（含新三板挂牌企业股权）
是否属于财务性投资	发行人出资投资的产业基金，根据谨慎性原则，公司将对金马时代的投资认定为财务性投资
与公司产业链合作具体情况	详见下表“与发行人业务协同情况”
后续处置计划	暂无处置计划

截至本回复出具之日，金马时代对外投资情况如下：

投资标的名称	标的公司主营业务	与发行人业务协同情况	实缴投资时点	投资金额（万元）	持股比例
长沙一派直驱科技股份有限公司	各类直驱产品设计开发、生产制造、检测验证，包括 DDL、DDR、多轴运动平台等，主要为 PCB 钻机、PCB 锣机、数控机床、检测设备、激光设备、半导体设备等提供精密的运动部件	标的公司各类直驱产品可直接用于发行人游乐设备驱动系统，是发行人的供应商。通过产业基金战略投资解决瓶颈零部件供应问题，保持供应链稳定	2023 年 7 月	1,000	3.04%
横川机器人（深圳）有限公司	自主研发磁悬浮直驱运动控制技术和直驱电机产品，服务于高科技精密制造行业和智能装备领域，是一家集研发、设计、生产、检测及销售服务为一体的直驱永磁电机企业	标的公司直驱电机产品可直接用于发行人游乐设备驱动系统，为发行人的潜在供应商	2023 年 12 月	1,000	1.11%

投资标的名称	标的公司主营业务	与发行人业务协同情况	实缴投资时点	投资金额 (万元)	持股比例
星辰智能 (深圳) 有限公司	人形机器人本体公司, 已推出星辰智能 S1, 首创面向 AI 的软硬件一体化系统架构, 将 AI 智能与操作深度耦合, 能像人一样学习思考和劳动, 与人安全智能地交互	标的公司为发行人的机器人本体供应商, 与发行人深度合作实现能力与产品、战略与生态协同	2026 年 1 月	1,500	0.83%
国华 (青岛) 智能装备有限公司	专注于高端人形机器人核心零部件及整机本体研发、制造与销售, 核心产品涵盖高精度谐波减速器、行星滚柱丝杠、旋转/直线关节模组以及高性能人形机器人本体, 实现从关键部件到整机硬件的全栈自研及生产	标的公司为发行人文旅文娱机器人产品关键零部件的重要潜在供应商	2025 年 12 月	1,500	3.09%
智身科技 (北京) 有限公司	具身智能全产业链技术服务商, 专注具身智能领域, 业务覆盖核心部件研发、整机制造到场景化落地全流程, 产品包括仿生四足机器人、全尺寸人形机器人、高功率密度关节模组等, 已在安防巡逻、电力巡检、应急救援等领域实现规模化应用	标的公司为发行人机器人体验项目的机器人本体供应商	2025 年 12 月	1,000	0.86%
星海图 (北京) 人工智能科技股份有限公司	一家专注于具身智能基础模型及具身智能机器人自主研发的人工智能科技公司, 星海图已成功服务四十多家客户, 主要满足大型科技企业、创业公司、高校、科研机构/国家实验室四类客户群体, 在算法开发、场景落地、数据采集三个层面的需求	标的公司为发行人的机器人本体潜在供应商	2026 年 4 月	1,000	0.0689%
合计			-	7,000	--

上述投资标的均为发行人供应商或潜在供应商, 系发行人围绕产业链上游开展的产业投资。根据《证券期货法律适用意见 18 号》“围绕产业链上下游获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资……, 如符合公司主营业务及战略发

展方向，不界定为财务性投资”。

公司对外投资设立产业基金金马时代，是为了实现新兴产业的战略布局，充分借助专业战略合作伙伴的投资经验、优质资源和专业能力，补齐短板，延展产业发展链条。公司主动布局与主营业务形成资源互补、与产业链形成相关、有利于协同战略发展的投资项目，未来投资重点是甄选具身智能机器人及其核心零部件、AI、AR/VR 等新兴产业领域的投资项目作为标的，通过新兴产业基金进行培育，有效降低公司直接投资带来的风险，为公司在战略层面持续良性布局发展提供优质项目储备，促进公司产业延展升级和资产优化扩大，进一步提升公司整体价值，符合公司和全体股东的利益，符合公司发展战略。金马时代主要投向智能制造、人工智能、AR/VR、光学、物联网等新兴产业领域的未上市企业股权（含新三板挂牌企业股权）。鉴于金马时代为产业基金，根据谨慎性原则，公司将对金马时代投资的账面价值 5,002.95 万元认定为财务性投资。

2、上海矩阵超智系统集成有限公司

公司名称	上海矩阵超智系统集成有限公司
期末账面价值	2,000.00 万元
持股比例	发行人最新持股 3.5474%
发行人认缴出资	2,000 万元
发行人实缴出资	2,000 万元
实缴时间	2025 年 6 月
主营业务	专注通用人工智能（AGI）人形机器人全栈式技术研发及商业化创新应用，为全球客户提供 AGI 人形机器人产品和解决方案
是否属于财务性投资	该投资与公司主营业务高度相关，故不属于财务性投资

<p>与公司产业链合作具体情况</p>	<p>推进 AI 与机器人在文旅文娱等场景的创新应用，共同开发文旅智能服务型人形机器人，专为文旅场景研发设计，具备互动交互、多语言服务等核心功能，满足多元化需求。</p> <p>目前，公司已与上海矩阵超智系统集成有限公司共同设立金马矩阵智能，其中公司持股 70%，上海矩阵超智系统集成有限公司持股 30%，重点推进文旅文娱机器人相关技术迭代与产品规模化，并已推出“小马 1 号”导览机器人，系公司围绕文旅装备主营业务开展的产业布局与产业投资，与公司主营业务及战略布局高度相关</p>
<p>后续处置计划</p>	<p>暂无处置计划</p>

综上所述，根据谨慎性原则，公司将对金马时代投资的账面价值 5,002.95 万元认定为财务性投资，占最近一期末合并报表归属于母公司股东的所有者权益的 3.37%，未超过 30%，且发行人不存在类金融业务，故发行人最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）的情况，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等的相关规定。

（三）自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否涉及调减情形

2026 年 1 月 20 日，公司召开董事会第十七次会议，审议通过本次向特定对象发行股票的相关决议。自本次发行的董事会决议日前 6 个月（2025 年 7 月 20 日）至今，公司不存在实施或拟实施投资产业基金、并购基金、拆借资金、委托贷款、以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资、购买收益波动大且风险较高的金融产品、金融业务等财务性投资的情形，不存在实施或拟实施投资融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务的情形。

1、投资类金融业务

自本次发行的董事会决议日前 6 个月至今，公司不存在对融资租赁、商业保理和小额贷款业务等类金融业务投资的情形。

2、非金融企业投资金融业务

自本次发行的董事会决议日前 6 个月至今，公司不存在非金融企业投资金融业务的情形。

3、与公司主营业务无关的股权投资

自本次发行的董事会决议日前 6 个月（即 2025 年 7 月 20 日）至今，公司存在以下对外股权投资情形，均不属于财务性投资。具体情况如下：

单位：万元

序号	被投资公司名称	主营业务	与发行人业务协同情况	认缴出资金额	实缴出资金额	实缴投资时点	投资时点持股比例
1	杭州乐晖机器人有限公司	智能机器人的研发、销售以及机器人项目终端运营业务	系围绕文旅文娱机器人业务，开展下游终端运营的产业投资	280	280	2026 年 6 月	14.00%
2	星海图(北京)人工智能科技股份有限公司	一家专注于具身智能基础模型及具身智能机器人自主研发的人工智能科技公司，星海图已成功服务四十多家客户，主要满足大型科技企业、创业公司、高校、科研机构/国家实验室四类客户群体，在算法开发、场景落地、数据采集三个层面的需求	系围绕文旅文娱机器人业务，开展上游人工智能大模型及具身智能机器人本体的产业投资	500	500	2026 年 4 月	0.0345%

序号	被投资公司名称	主营业务	与发行人业务协同情况	认缴出资金额	实缴出资金额	实缴投资时点	投资时点持股比例
3	杭州贝丰科技股份有限公司	一家专注于微型高性能电机、风机、风扇制造的国家级专精特新重点“小巨人”企业,其电机产品可应用于具身智能机器人领域	系公司围绕文旅文娱机器人业务,开展上游核心零部件的产业投资。 2026年3月,公司与贝丰科技、周冲、李晓出资设立杭州金贝电驱科技有限公司,主要开展具身智能机器人电机及其控制系统研发,微特电机及组件制造业务	6,000	2,000	2026年5月	3.7037%
4	广州星棚文化传媒有限公司	文化节庆、商业活动及政务项目策划执行业务	系围绕文旅投资运营业务的活动策划、游乐嘉年华活动推广等开展的产业投资,现为公司的供应商	81	81	2026年4月	45.00%
合计		-	-	6,861	2,861	-	-

综上,自本次发行的董事会决议日前6个月至今,公司不存在与公司主营业务无关的股权投资。

4、投资产业基金、并购基金

公司于2021年9月与深圳市时代伯乐创业投资管理有限公司签署《中山金马伯乐新兴产业投资管理企业(有限合伙)合伙协议》,公司作为有限合伙人,认缴中山金马时代伯乐新兴产业投资管理企业(有限合伙)出资5,000万元,并于2021年12月实缴出资5,000万元,属于财务性投资,已从前次募集(2021年向特定对象发行股票)资金总额中扣除。

自本次发行的董事会决议日前6个月至今,公司不存在投资产业基金、并

购基金的情形。

5、拆借资金

自本次发行的董事会决议日前 6 个月至今，公司不存在对外拆借资金的情形。

6、委托贷款

自本次发行的董事会决议日前 6 个月至今，公司不存在委托贷款的情形。

7、购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行的董事会决议日前 6 个月至今，公司不存在购买收益波动大且风险较高的金融产品等情形。公司在该期间购买了理财产品-保本浮动收益型结构性存款，风险低，持有期限短，不属于证券期货法律适用意见第 18 号中规定的财务性投资。

综上，自本次发行相关董事会决议日前 6 个月（2025 年 7 月 20 日）至今，发行人不存在实施或拟实施财务性投资或类金融业务的情形，不涉及调减募集资金金额的情形。符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关规定。

（四）中介机构核查程序及核查结论

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师执行了下述核查程序：

(1) 获取并查阅发行人的财务报表，核查发行人财务报表科目及对外股权投资情况；

(2) 获取对外股权投资企业的投资协议、缴款凭证等，查阅发行人对外股权投资企业的经营范围与实际经营业务，分析是否属于发行人产业链上下游，是否属于财务性投资；

(3) 访谈发行人副总经理，了解对外投资原因及背景、产业协同落地进度、后续处置计划等。结合投资协议和被投资企业的主营业务情况，对照《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》相关要求逐项分析，核查对外股权投资事项是否构成财务性投资。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

(1) 根据谨慎性原则，公司将对金马时代投资的账面价值 5,002.95 万元认定为财务性投资，占最近一期末合并报表归属于母公司股东的所有者权益的 3.37%，未超过 30%，且发行人不存在类金融业务，故发行人最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）的情况，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引—发行类第 7 号》等的相关规定；

(2) 自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人不存在已实施或拟实施的财务性投资，不涉及调减募集资金金额的情形。

问题 2

本次发行股票拟募集资金总额不超过人民币 105,295.14 万元，在扣除本次发行相关的发行费用后，公司拟将募集资金用于文旅文娱机器人研发和产业化项目、IP 赋能提升项目、乐园及景点建设运营项目和补充流动资金。

文旅文娱机器人研发和产业化项目拟使用募集资金 45,433.75 万元，其中 4,548 万元用于研发投入。项目建成后，公司将开展文旅、文娱场景下机器人产品的应用开发、系统集成及场景化交付业务。本项目隶属于公司现有的文旅装备制造业务，不属于新业务，属于公司对现有业务产品线的进一步扩宽，成功研发量产后将向市场推出新产品。该募投项目达产后毛利润为 32.12%。

IP 赋能提升项目拟使用募集资金 19,408.10 万元，主要投资内容包括设备购置、IP 授权、人员及其他费用等。其中 12,600.00 万元为 IP 授权费用。该项目不直接产生经济效益。

乐园及景点建设运营项目拟使用募集资金 28,453.29 万元，拟在取得运营权的乐园及景点项目所在地，对公司通过租赁场地或取得现有乐园或景点运营权的 7 个项目进行建设及运营升级。其中 2,775 万元用于经营权租赁，5,367.29 万元为经营费用，552 万元为铺底流动资金。本项目完全达产后预计每年平均新增营业收入 14,721.00 万元。该募投项目达产后毛利润为 30.28%，高于公司最近三年文旅投资运营业务平均毛利率。

发行人最近一次再融资为 2022 年 11 月注册的向特定对象发行股票，募集资金 2.75 亿元，用于华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）及补充流动资金项目。前募项目存在延期和内部投入计划的调整，预计 2026 年 9 月 30 日达到预定可使用状态。

请发行人：（1）结合募投项目的主要建设或投入内容、应用场景，与现有业务、前募项目在技术、设备、客户等方面的区别及联系，说明本次募投项目与现有业务、前募项目的协同性，是否属于投向主业。（2）说明文旅文娱机器人研发和产业化项目是否涉及新产品或业务领域，相关产品所需研发技术、所处研发生产阶段，是否存在试生产环节，报告期内已实现收入情况；结合行业发展趋势、市场竞争情况、客户需求等，说明项目建设是否具有必要性；结合募投项目的技术难点以及公司技术、人员储备及研发进展等，说明项目实施是否存在重大不确定性；列表说明拟生产的具体产品、涉及研发投入情况、应用领域和主要客户等，并结合下游市场需求、在手订单或意向性合同等，说明公司本次新增产能的合理性及消化措施；说明该项目产品销售单价、毛利率等关键指标的测算过程及依据，并结合发行人同类业务、同行业可比公司及项目情况，进一步说明上述效益预测指标的合理性。（3）说明 IP 赋能提升项目是否涉及新产品或业务领域，拟引进的 IP 项目具体情况、合作模式、预期形成的成果、支出计划与公司现有其他 IP 引进费用和同行业公司的比较情况等；结合行业发展趋势、市场竞争情况、客户需求等说明对公司生产经营的具体贡献、投入产

出比等情况，本次募投项目实施的必要性及投资规模合理性，项目实施是否存在重大不确定性。(4) 关于乐园及景点建设运营项目，列表说明本次募投项目中乐园及景点建设运营项目拟取得运营权的项目具体运营情况、项目地点、客流量、竞争情况等经营数据；结合文旅投资运营业务毛利率下降的情况，说明本次募投项目实施的必要性；说明该项目营业收入、成本费用等关键指标的测算过程及依据，并结合发行人同类业务、同行业可比公司及项目情况，说明预计效益的可实现性。(5) 分项目说明本次募投项目投资构成的测算依据，包括但不限于文旅文娱机器人研发和产业化项目中研发投入资本化支出比例与公司其他研发项目和同行业公司的比较情况、IP 赋能提升项目中 IP 授权费用中的费用化情况、乐园及景点建设运营项目中经营权租赁和运营费用具体情况等；结合前述情况，说明本次募投项目资本性支出与非资本性支出的具体构成，依据是否充分，补充流动资金及视同补充流动资金的比例是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关规定。(6) 结合现有固定资产、在建工程情况，量化分析因在建、拟建以及实施募投项目而新增的折旧和摊销对发行人未来经营业绩的影响。(7) 说明前次募投项目变更、延期等原因及合理性，是否已按规定履行相关审议程序与披露义务；前次募投项目的最新实施进展，募集资金投入使用进度与项目建设进度是否匹配，募投项目的实施环境是否发生了重大不利变化，导致前次募投项目变更、延期的相关不利因素是否对本次募投项目的实施存在重大不利影响。(8) 结合公司货币资金余额及使用安排、理财产品规模、资产负债结构、现金流情况、经营资金需求、未来重大资本支出等情况，

说明本次融资及补流规模的必要性和规模合理性；结合本次募投项目的投资明细和募集资金投入情况，说明是否存在本次发行相关董事会前投入，公司是否已取得开展本次募投项目开展所需的相关资质、认证、许可及备案，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》相关规定。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，会计师对（2）-（8）核查并发表明确意见，发行人律师对（7）（8）核查并发表明确意见。

回复：

二、说明文旅文娱机器人研发和产业化项目是否涉及新产品或业务领域，相关产品所需研发技术、所处研发生产阶段，是否存在试生产环节，报告期内已实现收入情况；结合行业发展趋势、市场竞争情况、客户需求等，说明项目建设是否具有必要性；结合募投项目的技术难点以及公司技术、人员储备及研发进展等，说明项目实施是否存在重大不确定性；列表说明拟生产的具体产品、涉及研发投入情况、应用领域和主要客户等，并结合下游市场需求、在手订单或意向性合同等，说明公司本次新增产能的合理性及消化措施；说明该项目产品销售单价、毛利率等关键指标的测算过程及依据，并结合发行人同类业务、同行业可比公司及项目情况，进一步说明上述效益预测指标的合理性

（一）说明文旅文娱机器人研发和产业化项目是否涉及新产品或业务领域，

相关产品研发所需的技术、所处研发生产阶段，是否存在试生产环节，报告期内已实现收入情况

1、本项目不涉及新业务领域，系现有业务领域的新产品

发行人文旅文娱机器人研发和产业化项目建成后，将开展文旅、文娱场景下机器人产品的应用开发、系统集成及场景化交付。本项目最终形成的产品为：通过对机器人在文商旅场景下的适配性开发、主题化集成，向客户交付的一整套场景化具身智能文旅解决方案。

本项目最终形成的产品隶属于公司现有的文旅装备制造业务，属于公司对先进装备制造业务产品线的进一步扩宽。该产品的生产、采购及销售模式、盈利模式与现有业务一致，且客户渠道、目标客群与现有产品高度重合。

本项目不涉及具身智能机器人核心零部件（如丝杠、减速器、电机、关节模组、电池等）的生产制造，上述部件通过产业链投资合作、定制开发以及市场化采购获取。公司依托现有机电一体化与系统集成能力、大型文旅装备结构设计及制造经验、文旅场景安全标准体系及实施经验，专注于具身智能机器人在文旅场景下的适配性开发、主题化集成与项目整体交付，充分发挥公司在文旅文娱领域懂场景、懂需求、懂安全、懂娱乐、懂集成的核心优势。

因此，本项目不涉及新业务领域，属于公司现有文旅装备制造业务的新产品。

2、文旅文娱机器人研发所需的技术

结合文旅文娱场景的复杂性、游客需求的多样性以及技术落地的现实瓶颈，具身智能机器人应用于文旅文娱场景当前尚存在环境适配、交互体验、主题形象等亟待解决的使用痛点与技术难点。

环境适配方面，大多数文旅文娱场景由于存在开放性、复杂性与不确定性，

对机器人的环境适应能力以及安全性提出了远超实验室场景的要求。如户外景区复杂地形与气候的适应性短板，主题公园、游乐园高频动态人流中的决策滞后，与现有景区乐园的路面平整度、通过宽度、充电线路等基础设施依赖与兼容不足，机器人与游客互动的安全性不足等问题。交互体验方面，当前机器人产品尚未能真正匹配文旅文娱场景中游客对“文化深度”与“情感温度”的核心需求，对游客所发出的情感、情绪理解能力不足。如机器人情感感知单一，易忽略语言中的停顿留白、面部微表情、肢体姿态等关键信号。主题形象方面，当前机器人本体主要以金属外骨骼或塑料包覆的科技感形象展现，未实现与场景氛围的深度融合；微表情作为人机情感交互的核心载体，现阶段存在表达单一、反馈僵化的不足。智能机器人应用于文旅文娱场景，需要提高机器人特殊环境适应性能力、多模态多维智能感知能力、情境化拟人交互能力、多机协同感知决策控制能力等核心技术。

针对机器人应用于文旅文娱场景下使用痛点及研发技术难点，发行人综合市场需求、自身技术储备、公司研发能力及产业链战略合作等信息及资源，已经制定了切实的研发推进计划。该等技术的研发实施路径参见本问题回复之“二、（三）结合募投项目的技术难点以及公司技术、人员储备及研发进展等，说明项目实施是否存在重大不确定性”。

3、相关产品所处研发生产阶段，是否存在试生产环节，报告期内已实现收入情况

该产品存在并已完成试生产环节，目前所处的研发生产阶段为：第一代产品处于小规模量产与交付阶段，研发团队正加速迭代研发第二代产品。根据目前的研发进度，第二代产品预计可于 2026 年四季度完成研发并逐步投向市场。



金马游乐第一代文旅文娱机器人产品-适配零售消费场景的智能售卖机器人

公司根据对文旅市场的洞察和分析，于 2025 年 7-8 月形成最初的产品概念设计及产品需求，并相继完成了详细设计、机器人本体选型、相关结构部件设计与生产、数据采集预处理、动作及语音包设计与部署、机电软一体化集成、SKU 训练、成品检测等若干关键环节。公司于 2025 年 11 月底完成首台样机，召开产品发布会，并开始进行试生产。2025 年 12 月底，产品完成小批量试生产，并同步开始与先期意向客户进行沟通，确定其后续验证环节所需产品情况及合作意向，包括投放数量、投放地点、投放节奏等。2026 年 1 月，本产品在生产端进入小规模量产阶段，并逐步进行小批量交付，同时下游终端市场进入规模

化部署阶段。

2026年1-3月，公司文旅文娱机器人实现销售收入504.42万元，占公司主营业务收入比例为3.31%；2026年1-5月已实现营业收入796.46万元。目前，本产品已在北京、上海、南京、杭州、天津等多地城市商业综合体、热门商圈、演艺场馆、主题公园等客流量密集地的部署。

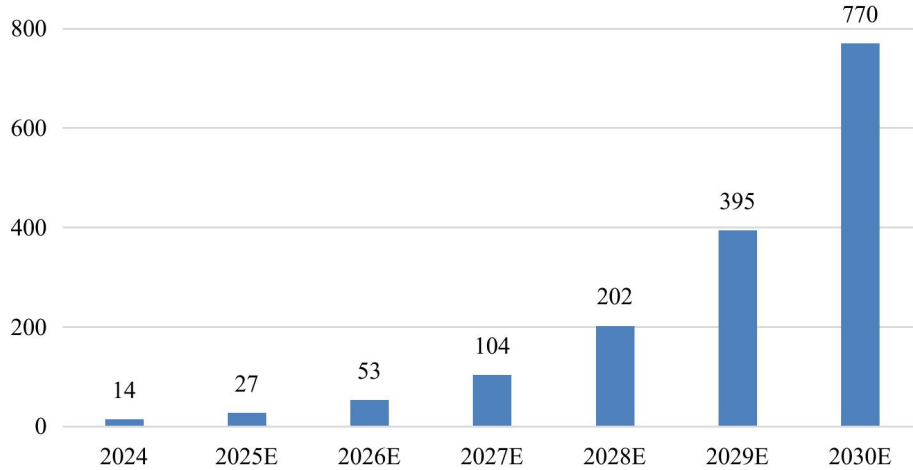
（二）结合行业发展趋势、市场竞争情况、客户需求等，说明项目建设是否具有必要性

1、人工智能科技浪潮赋能文旅行业深层次发展机不可失

2021年以来，以Transformer架构为基础的AI大模型取得突破性进展，并迅速向机器人领域渗透，催生了“具身智能”这一革命性范式。AI及具身智能技术的快速发展，多层次、深远地影响了包括文旅行业等各行各业的运营模式、效率，产业链利益价值分配，并创造了许多新的应用场景。在政策、技术和市场的多重驱动下，中国具身智能产业正迎来黄金发展期，有望成为继新能源汽车之后又一个引领全球的新兴产业。根据IDC数据，中国具身智能市场规模预计将从2024年的14亿美元增长至2030年的770亿美元，年均复合增长率高达95%。

中国具身智能市场规模（亿美元）

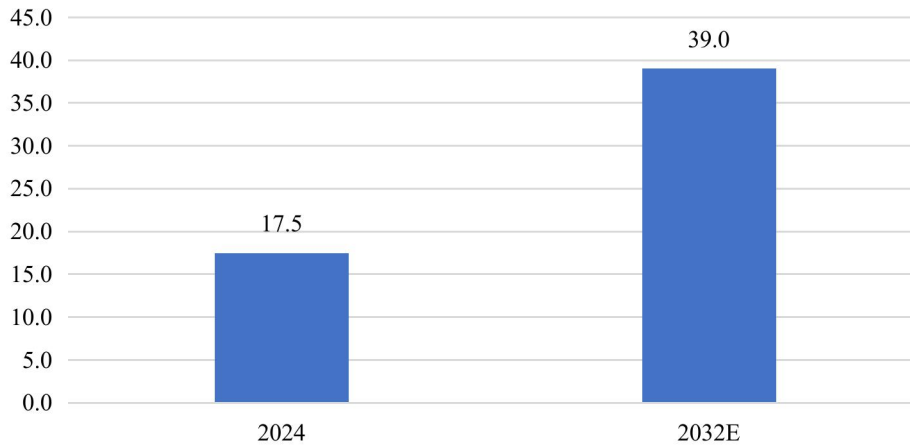
数据来源：IDC



主题乐园是文旅机器人，特别是高性能、高价值的表演交互类机器人的核心应用市场。全球主题乐园行业在公共卫生事件后强劲复苏，并持续投入资金建设新项目和升级现有项目。一个大型主题乐园的投资动辄数亿甚至数十亿元，其中游乐设备和技术系统的投资占相当大的比重。随着游客对沉浸式、高科技体验的要求越来越高，融合了 AI 和机器人技术的下一代游乐项目成为各大乐园差异化竞争的焦点。数据显示，全球主题乐园机器人市场规模将从 2024 年的 17.5 亿美元增长至 2032 年的 39.0 亿美元。

全球主题乐园机器人市场规模（亿美元）

数据来源：Wise Guy Reports



文旅机器人市场近年来呈现高速增长态势，根据行业监测数据，2025 年国内文旅机器人市场规模突破 80 亿元，同比增长 60%。这一增长主要得益于政策支持（如《智慧旅游提质升级行动方案（2025-2027）》）、技术进步（AI、多模态交互）及行业智能化转型需求。从细分场景看，导览/服务机器人渗透率最高（约 40%），4A 级及以上景区落地率超 75%，典型应用包括故宫的多语种讲解机器人、泰山的外骨骼登山辅助设备。零售/餐饮机器人（如乌镇无人咖啡站）和表演/互动机器人（如广州灯光节机器狗集群）也快速普及，分别占据约 25% 和 20% 的市场份额。全球市场方面，2025 年规模约 80 亿美元，亚太地区占比超 35%，预计 2030 年将突破 500 亿美元。中国作为核心市场，凭借政策红利和技术迭代，2026 年市场规模有望突破 90 亿元。

本项目作为文旅装备与智能技术融合的具体实践，契合国家推动文旅高质量发展、培育新兴智能终端、提振消费市场的多重政策导向，既是公司响应行

业政策、履行行业龙头企业社会责任的必然选择，更能借助政策叠加红利，在资源获取、市场拓展等方面获得多重保障，有效降低项目落地风险与运营成本，为合作客户创造更具政策适配性与市场竞争力的服务解决方案。

2、填补文旅文娱机器人垂直领域细分市场空白，抢占行业先机

(1) 垂直市场的划分情况

虽然文旅、文娱下游市场具有旺盛的需求需要得到满足，但当前具身智能机器人行业呈现“通用场景扎堆内卷、细分领域专业缺位”的格局，多数企业聚焦工业生产、家庭服务等通用赛道，市场竞争白热化，而针对文旅文娱场景的专业化、定制化机器人布局较少。休闲娱乐作为机器人本体下游消费级应用的重要场景之一，正处于商业化探索的前沿。通用机器人市场空间大、应用领域广，目前的产品技术与市场应用正处于快速发展阶段。但通用机器人本体公司由于行业资源受限，仅能够对少部分行业终端客户进行覆盖，并主要通过下游二次开发企业对终端市场的多样化需求进行广泛性、针对性的开发覆盖及方案解决。

根据宇树科技公开信息披露，宇树科技下游客户二次开发及提供整体解决方案的具体商业模式，是指其客户在可供开发的型号产品基础上，基于应用场景进行软硬件开发或配置，实现或增加商业推广、动作表演、智能巡检等功能，再对外出售实现盈利。通用机器人市场空间大、应用领域广，目前的产品技术与市场应用正处于快速发展阶段。为满足各领域客户对通用机器人的开发及应

用需求，宇树科技等通用本体企业更重点关注高性能通用机器人的产品基础研发与应用生态建设，仅能够对少部分行业终端客户进行覆盖，并主要通过下游二次开发客户对终端市场的多样化需求进行广泛性、针对性的开发覆盖及方案解决。其销售的四足及人形机器人产品以具有开发功能的产品机型为主，各期占比在 75%左右。由宇树科技等通用本体企业直接进行产品定制化开发并对外销售的比例较低（1%-2%），其重点定位于高性能通用机器人产品的研发制造企业，仅对少部分定制开发客户进行直接覆盖，说明通用本体企业对细分垂直领域的覆盖不足，垂直领域细分市场存在较大的市场空白。宇树科技等通用本体企业与二次开发客户在通用机器人的产业链上存在互补性的定位差异，不存在明显的竞争关系，双方合作有利于共同促进和拓展行业应用场景，推动高性能通用机器人的行业技术进步与产业化进程。

（2）横向市场的竞争情况

目前，部分业内同行已经开始积极探索、开展面向文旅文娱场景具身智能机器人的研究开发工作，包括云南旅游（子公司华侨城科技）、风语筑、大丰实业、博涛科技等同行可比公司已经开始研发应用于文旅文娱场景的机器人产品。本项目与公司所属行业的技术发展趋势保持一致。

2025 年 4 月，由宇树科技研发的 AI 智能机器人 G1U2 分别入驻北京金海湖碧波岛度假区及温州雁荡山景区，提供智能导览、安全巡检、AI 寻宝游戏等服务。在雁荡山，景区引入机器人与机器狗，通过互动表演、悬崖铁索桥挑战等

场景打造“科技+文旅”IP，清明假期带动景区客流同比增长 95.40%，门票收入增长 79.41%。科大讯飞、优必选、猎户星空等机器人头部企业正在逐渐推出适用于文旅场景的服务型机器人。

2025 年 9 月，云南旅游（002059）子公司华侨城文旅科技与浙江人形机器人创新中心有限公司签署战略合作协议，聚焦文旅场景机器人核心技术研发，攻克高动态全身协同控制、多模态空间智能感知、情境化拟人交互等关键技术难题；推动机器人产品在文旅场景的落地应用，重点开发适用于主题公园、景区的机器恐龙、互动 NPC 机器人以及提升游客体验的零售服务机器人。目前拟向市场推出零售场景机器人、文旅表演机器人、定制 IP 机器人及智能玩偶、机器人赛事项目等产品。

风语筑（603466）成立具身智能研究院，推动机器人新文旅消费应用场景落地，及机器人的仿生拟人化探索；参与建设运营杭州具身智能应用中试基地。例如，通过对仿生机器人进行影视化的输入和学习，让仿生机器人以唐代诗人李白的形象在展馆与观众互动。风语筑具身智能研究院聚焦于携手全球顶尖科研机构、硬件厂商和内容开发者，攻克人机自然交互和多模态感知融合等关键技术，开发切实可行的智能体解决方案。研究院将充分利用具备高精度运动控制和情感交互功能的人形机器人，通过拟人化动作、多语言对话和情绪感知，为观众提供生动的互动体验，推动机器人和可穿戴设备在新文旅消费场景的跨界融合应用，重塑“人-机-空间”共生关系，打造开放创新的智能生态体系。

大丰实业（603081）与智元机器人签署《股权合作协议》合资成立硅基方舟，投资合作开发匹配文娱体旅商场景需求的人形机器人项目。大丰实业投入多项关键资源，包括筹建研发团队，负责产品外观设计、场景定制开发、本地化部署及运维支持；提供产品应用场景及相关数据库用于引导产品研发，并开放文娱体旅商场景作为试点部署，同时提供场景运营数据用于算法优化。智元机器人则将向合资公司授权使用与业务相关的具身智能机器人技术及产品；根据合资公司业务开展情况派驻技术团队，协助组建并培育团队，协助解决具身智能通用底层技术和通用产品问题，协助场景数据采集、机器人训练以及场景需求融合等问题。具备“机器人本体供应-动作内容制作-集群控制系统-舞台场景搭建-项目落地运营”全链条服务能力的企业，可为景区提供一站式机器人演艺解决方案。

博涛科技（832013.NQ）通过自研仿生表情训练数据集与微表情控制大模型，实现毫米级表情精度；基于生物力学设计轻量化骨架，结合混合协同驱动与实时姿态补偿算法，使40吨大体量机器人在强风中稳定起舞；同时构建“感知-理解-行为”三层AI架构，推动机械生命具备情绪表达、持续学习与深度互动能力。公司已推出搭载72个可动轴的4米高机械巨兽仿生机器人，与东北大学等高校深度合作；其70余人的专业工程师团队持续攻关具身智能、人机交互等前沿领域，使AI从实验室走向城市广场、主题乐园乃至国际舞台。

综上所述，公司作为全球文旅装备头部企业，需要抢占文旅文娱机器人先

机，提高公司的综合竞争力。本项目建设具有必要性。

3、文旅智能转型商业化探索的客户需求持续增长

(1) 文旅行业的持续复苏与智能化探索形成了智能机器人产品需求

根据文化和旅游部统计数据，2024年国内旅游人次56.15亿，比2023年同期增加7.24亿，同比增长14.8%，已接近2019年同期水平。2024年全年国内游客出游总花费5.75万亿元，比2023年增加0.84万亿元，同比增长17.1%，超越2019年同期的5.73万亿元，创历史新高。2025年，国内居民出游人次和出游花费持续增长，2025年国内居民出游人次65.22亿，同比增长16.2%；国内居民出游花费6.30万亿元，同比增长9.5%。同时，根据中国旅游研究院《2025年中国文旅消费市场发展报告》，游客消费偏好也呈现明显的“科技+文化”导向，游客更愿意选择配备智能导览、互动演艺等科技元素的文旅目的地，且愿意为优质科技文旅体验支付一定的溢价。旅游市场的持续复苏及增长直接刺激了主题公园、景区、场馆、商业综合体等文旅终端场景的采购需求。其中，主题公园、历史文化景区、沉浸式体验馆等核心场景的智慧化改造投入同比增长35.7%，超60%的景区将“智能装备升级”列为重点预算项目。文旅市场的持续复苏与智慧化转型需求，为文旅机器人赛道注入强劲增长动力。

此外，文商旅行业公司包括云南旅游（华侨城科技）、风语筑、大丰实业、博涛科技等头部业内同行也竞相布局文旅智能机器人赛道，积极开展研发工作，推动具身智能产品在文商旅领域的商业化落地应用，说明文旅市场的客户需求

已形成行业共识。

(2) 公司相关产品可承接文旅行业智能化转型的需求，并已实现收入

文旅市场的复苏及增长趋势已逐渐转化为公司所承接的客户的真实采购需求。公司持续将相关需求转化为文旅机器人产品的交付，并实现收入，本产品的商业化验证处于行业领先地位，并持续顺利推进。本项目的顺利实施对公司巩固此先发优势具有必要性。

截至本回复出具之日，发行人在手订单共 1,050 万元，2026 年 1-5 月实现收入 796.46 万元。已交付的产品部署在北京、上海、广州、天津、南京、杭州等多个城市的商业综合体、文旅景点、主题公园、机场等交通枢纽内，以及演唱会、体育赛事等大型文体娱乐活动期间灵活部署于文体场馆，具体部署场景如下：

运营场景	部署数量
商业综合体	22
主题公园	4
文旅景区、景点	5
交通枢纽	3
活动场馆	3

注：包含重复布点调整，与已交付产品数量不同

公司文旅文娱机器人产品已成功开展商业化运营，产品应用场景覆盖了终端消费者主要的休闲娱乐场景，并覆盖了经济体量及消费能力较为靠前的国内

主要城市，取得了良好的商业化效果。因此，该等产品具有较大的市场需求。

综上所述，本项目的建设具有必要性。

(三) 结合募投项目的技术难点以及公司技术、人员储备及研发进展等，说明项目实施是否存在重大不确定性

1、募投项目的技术难点以及针对技术难点所制定的研发计划

募投项目的技术难点主要系基于文旅场景现实瓶颈所造成的机器人综合适配性不足，包括具身智能机器人应用于文旅文娱场景当前尚存在的环境适配、交互体验、主题形象等问题，具体技术难点参见本问题回复之“二、(一)2、文旅文娱机器人研发所需的技术”。攻克这些技术难点时，除了难易程度有所区别之外，其对公司相关产品商业化进程的影响、行业已经在相关问题上取得的进展、公司针对相关技术研发可调配的人员、产业等资源均有所不同。

因此，公司结合自身产品迭代战略、文旅场景适配需求及下游市场情况，针对现阶段机器人情境化拟人交互能力、场景环境适应性能力、多模态多维智能感知能力、多机协同感知决策控制能力等技术难点进行了系统性拆解，形成了具体的研发项目并有序推进，自各研发项目立项至 2026 年 5 月底，相关项目累计研发投入 151.33 万元。具体情况如下：

技术难点	研发项目	项目拟解决的问题	研发定位
------	------	----------	------

技术难点	研发项目	项目拟解决的问题	研发定位
情境化拟人交互能力	表情控制人形仿生机器人头部系统开发项目	开发约 25 自由度面部驱动机构,解决表情种类少、精细度差的瓶颈;表情示教系统实现真人表情到机器人动作的自动映射,从手工调试变为数据驱动;接入大模型实现语义-表情实时联动,逼真硅胶皮肤消除“恐怖谷”效应	通用底层技术及场景应用开发
	六轴机械臂的研发项目	双臂 12DOF 赋予机器人上肢操作基础,从“只有头能动”升级为“头手腰协同表达”;轨迹录制与复现能力使机器人能学会真人手势和肢体动作;此外,软件支持 ROS2 和 lerobot 架构,打通动作采集到模型训练的技术路径,为 AI 驱动动作生成积累数据资产	通用底层技术
	多模态情感交互陪伴机器人的研发项目	ASR-LLM-TTS 流式架构+VAD 实时打断,使交互从一问一答变为像人聊天;情绪识别基于语音特征与语义双重分析,从理解内容提升到理解情绪;情绪-动作映射实现情绪同步的拟人交互动作;用户记忆功能使机器人从通用服务变为个性化陪伴	场景应用开发
	小型双足仿生角色机器人原型设计与具身化实现项目	IP 角色仿生外观与机构一体化设计,使虚拟 IP 变为可触摸可互动的实体;多模态交互集成使角色从静态摆件升级为会说话会互动的活角色;具身化实现使大模型的理解表达有了肉身;完整安全设计解决人群密集场景的安全顾虑	通用底层技术及场景应用开发
多机协同感知决策控制能力	四足机器人竞技与表演平台开发项目	支持 3-5 台同步表演,攻克多机协同在四足平台上的工程实现;节目包+可复用动作片段建立可复制的节目资产库,解决每次从零开发的效率瓶颈;节目生产工具链使节目制作标准化;安全运营策略与 SOP 形成可复制可运营的商业模式	通用底层技术及场景应用开发
	人形表演机器人智能演艺交互系统开发项目	统一演艺调度中间件实现多机统一调度,从各自为战变为统一指挥;动作库+节目包+工具链将节目制作从逐台编程变为积木式编排;大模型交互使多机能协同互动;连续演出 60 分钟+安全保护使多机协同从实验演示变为可运营产品	通用底层技术及场景应用开发
场景环境适应性能力	基于立体仓储与机器人协同的自动化售卖系统研发项目	立体化机械结构扩容 SKU,解决空间小品种少的适应性瓶颈;自动开闭店与补货流程实现无人值守运营;三模块系统验证存储-取货-交付全流程可靠性,为复杂环境下持续运行积累经验	场景应用开发

技术难点	研发项目	项目拟解决的问题	研发定位
	轮式智能移动基础平台项目	文旅复杂路况专项优化算法，直接解决机器人出不了实验室进不了乐园的移动适应性瓶颈；高精度定位+多传感器融合实现人流密集场景精确定位稳定行走；模块化平台化设计一次开发多场景适配；多机协同调度系统为乐园大型巡游场景提供基础能力	通用底层技术
	多足运动控制算法与结构平台的研发项目	AI 驱动自适应步态控制，从预设规则行走升级为根据地形自动调整步态，解决复杂地形移动的适应性瓶颈；多传感器融合感知实时感知地形变化并调整步态；算法-结构-应用一体化确保软硬深度匹配；为仿生机器人等产品提供核心技术储备	通用底层技术
多模态多维智能感知能力	自感知多模态表达大模型系统项目	语音驱动连续口型控制解决音画不同步痛点；时间序列平滑控制消除表情跳变使过渡自然；情绪识别与表情映射实现语义-情绪-表情联动；自适应能力使同一句话在不同语境有不同表达；视觉反馈接口+增强学习实现自感知表达，从单向输出变为双向互动	通用底层技术
	机器人训练数据管理与标注平台研发项目	四大模块构建示教-采集-标注-微调完整数据闭环，解决有数据但用不起来的基础设施瓶颈；多模态数据同步回放为感知模型训练提供高质量标注；版本管理实现训练-评估-迭代可复现优化；形成自有动作数据集，为训练动作大模型提供核心数据资产	通用底层技术

2、公司现有技术的迁移适配、研发团队人员储备及已布局的战略产业合作将形成合力推进上述研发目标的实现，项目实施不存在重大不确定性

上述研发项目的最新研发进展、项目定位、公司现有技术对上述研发项目的具体支持、可形成的核心技术、可支持的文旅文娱应用场景详见下表：

序号	研发项目	最新研发进展	公司现有技术 对上述研发项目的具体支持	可形成的核心技术	主要支持的文旅文 娱应用场景或产品
1	表情控制人形仿生机器人头部系统开发项目	已完成原型机设计,面部驱动结构和语音交互,实现了多种动态表情,实时模仿人脸表情、语音对话等基础功能,正在对面部硅胶皮肤进行定制化研发	多自由度并联机器人技术可支持面部多自由度表情机构设计与驱动控制;机电一体化技术可支持头部机械结构、电机驱动及控制系统集成;虚拟沉浸式游乐项目内容交互技术可支持机器人情感表达与互动内容设计;游乐设施多系统集成与工程化技术可支持表情系统、语音系统及控制系统的集成工作	多模态情感交互技术;语音驱动连续口型控制技术;真人表情实时映射与复现技术;表情参数贝叶斯自动寻优技术	仿真仿生、迎宾导览、景区互动、展馆讲解、AI情感陪伴、主题游乐和乐园巡游机器人
2	六轴机械臂的研发项目	已完成单机械臂的仿真环境和硬件平台的对接、轨迹录制、实时跟踪及 ROS2、MoveIt,实现了示教器与仿真环境机械臂的联通对接,可以双向控制,目前正在优化参数	游乐设施多自由度机械臂技术可支持机械臂本体设计与运动控制开发;机电一体化技术可支持驱动系统、控制系统与执行机构集成;多自由度并联机器人技术可支持复杂运动学建模与轨迹规划;游乐设施安全保障技术可支持机械臂碰撞检测与安全防护;	双臂协同运动规划技术;轨迹录制与平滑复现技术;仿真-实机参数迁移技术	人形机器人上肢系统、自动化操作机器人
3	多模态情感交互陪伴机器人的研发项目	在头部系统动态表情及智能演艺交互系统动作、语音交互研发完成的基础上,开展更深度的技术融合及拓展应用到陪伴机器人的研发	虚拟沉浸式游乐项目内容交互技术可支持情感交互内容设计与用户互动体验;数据采集与管理技术可支持用户行为数据与交互数据管理;游乐设施创新创意技术可支持机器人角色设定与场景设计;游乐设施多系统集成与工程化技术可支持语音、视觉、情感模块集成	多模态情绪识别引擎技术、流式语音交互与实时打断技术、用户记忆与个性化对话技术	仿真仿生机器人、IP角色机器人、AI陪伴机器人
4	小型双足仿生角色机器人原型设计与具身化实现项目	在六轴机械本体开发及四足机器人竞技与表演平台开发动作编排的基础上,配合运控系统的开发。项目团队正与多个IP授权商对接沟通,筛选应用的IP形象	多自由度并联机器人技术可支持双足机器人关节机构设计;游乐设施运动与姿态控制技术可支持双足平衡控制与步态规划;机电一体化技术可支持机器人本体控制系统开发;游乐设施创新创意技术可支持IP角色化机器人外观与动作设计	小型双足稳定控制算法、低成本传感器融合定位、IP角色仿生外观一体化设计	IP角色机器人、主题游乐和乐园巡游机器人、陪伴机器人

序号	研发项目	最新研发进展	公司现有技术 对上述研发项目的具体支持	可形成的核心技术	主要支持的文旅文 娱应用场景或产品
5	四足机器人竞技与表演平台开发项目	完成了 SDK 中间层的开发,可以通过自定义手柄来控制四足机器人的前进后退以及舞蹈动作	AGV 导航与定位技术可支持机器人自主巡游与定位能力;游乐设施运动与姿态控制技术可支持四足机器人步态控制与动作稳定性;游乐设施安全保障技术可支持表演过程中的安全防护与故障保护;游乐设施创新创意技术可支持表演内容设计与互动体验开发	可视化动作编排工具链技术、多机集群同步控制技术、外骨骼散热结构设计技术	四足表演机器人狗、演艺竞技机器人、乐园巡游机器人
6	人形表演机器人智能演艺交互系统开发项目	已完成语音识别、语音合成及语言大模型对话模块的接入与测试和实时语音交互功能,并且完成模型调用机器人的动作	虚拟沉浸式游乐项目内容交互技术可支持机器人演艺内容生成与互动逻辑设计;游乐设施运动与姿态控制技术可支持机器人动作编排与姿态控制;游乐设施创新创意技术可支持文旅演艺场景创意设计;多自由度并联机器人技术可支持复杂肢体动作与表演机构实现	动作-语音统一调度中间件技术、多机协同时间线同步技术、文旅场景安全控制策略技术	演艺机器人、景区互动机器人
7	基于立体仓储与机器人协同的自动化售卖系统研发项目	硬件层面,已完成整体设计方案、前置柜体和中部龙门架的结构设计、后方柜体推动单元的结构设计;软件层面,已完成推动单元的编程控制、后端系统的结构设计	AGV 导航与定位技术可支持机器人自主移动与货物运输路径规划;数据采集与管理技术可支持商品库存监控及运营数据管理;机电一体化技术可支持仓储机构、电机执行机构及控制系统开发;游乐设施多系统集成与工程化技术可支持售卖设备整体系统集成与工程落地	机器人抓取路径规划与自适应夹持技术、立体仓储动态调度算法、后端远程监控与 OTA 升级	自动售卖机器人、自动理货机器人、景区智能售卖终端
8	轮式智能移动基础平台项目	项目团队正在对使用 AGV 自动驾驶技术的现有游乐设备进行轮式移动平台的迁移适配研究	AGV 导航与定位技术可支持平台自主导航、路径规划及定位功能;数据采集与管理技术可支持传感器数据采集与系统状态管理;机电一体化技术可支持底盘驱动系统与控制系统开发;游乐设施安全保障技术可支持运动过程中的安全控制与故障检测	多模态融合 SLAM 导航技术、多机协同调度系统技术、动态环境避障算法技术	景区巡检机器人、智能配送、导览机器人等
9	多足运动	基于研发团队过往开发蜘蛛	AGV 导航与定位技术可支持环境感知与路径规划能	强化学习自适应步态算	景区巡检机器人、二

序号	研发项目	最新研发进展	公司现有技术 对上述研发项目的具体支持	可形成的核心技术	主要支持的文旅文 娱应用场景或产品
	控制算法与结构平台的研发项目	仿生机器人的技术积累,正在根据市场需求确定产品应用场景,开展前期的算法与结构平台研究分析	力;游乐设施运动与姿态控制技术可支持复杂地形下运动控制算法开发;机电一体化技术可支持四足机器人驱动与控制系统实现;游乐设施安全保障技术可支持运动安全策略与故障保护机制	法技术、足端力估测与控制技术、轻量化仿生结构设计技术	足四足多足表演机器人、景区互动机器人
10	自感知多模态表达大模型系统项目	基于表情控制人形仿生机器人头部系统开发的仿真机器人头部硬件,确定其表达所需的参数矩阵,及所需要的训练数据和模型,目前正在研究相关文献及确定潜在的技术路线选项	虚拟沉浸式游乐项目内容交互技术可支持多模态交互内容生成与表达;数据采集与管理技术可支持语音、视觉及行为数据训练管理;游乐设施创新创意技术可支持机器人个性化表达与角色塑造;游乐设施多系统集成与工程化技术可支持大模型与机器人控制系统集成	语音情绪识别与表情强度映射技术、时间序列平滑控制技术、端侧轻量化大模型推理技术	仿真仿生、迎宾导览、景区互动、展馆讲解、AI情感陪伴、主题游乐和乐园巡游机器人
11	机器人训练数据管理与标注平台研发项目	已开展现有机器人产品及相关研发原型机的数据采集、标注工作,并逐渐积累形成具有自主知识产权的文旅文娱场景专有数据资产,随着产品适用场景及产品矩阵的扩充,团队将对数据标注项目进行系统化管理	数据采集与管理技术可支持机器人训练数据采集、存储与管理;游乐设施多系统集成与工程化技术可支持数据平台与机器人系统对接;AGV导航与定位技术可支持导航数据与轨迹数据管理	多源数据时间对齐与回放技术、结构化标注工具链技术、数据版本管理与训练导出技术	机器人训练平台、机器人数据中心、多机器人研发平台、AI模型训练平台

(1) 公司现有技术对研发项目具有迁移适配性

公司现有技术所具有的迁移适配性参见本问题回复之“一、(三)1、(2)与现有业务在技术、设备、客户等方面的区别及联系”。

(2) 公司研发团队人员储备与研发项目适配，具有针对性

公司拥有一支涵盖机械技术、电气控制、人工智能、系统集成等核心领域的专业研发团队，核心成员平均从业年限超 10 年，具备从技术研发、产品设计到落地应用的全流程实操能力，能够精准匹配文旅文娱机器人的研发生产需求。同时，针对具身智能业务，公司设立了专门从事 AI 及机器人业务的研发团队，目前有研发人员 10 余人，与公司研发体系资源共享，互补协调。实施上述研发项目的主要人员背景情况、主导参与研发项目情况、与募投项目的适配情况已申请豁免披露。

根据研发项目的推进情况，公司已计划在建设期内持续扩充具身智能设计研发团队，包括机器人终端团队、数据工程团队、算法团队，及其相关的感知、规划、控制、软件、AI、算法等各领域的支持团队，拟扩充团队的技术领域、工作职责、主要研发方向，所需人数如下：

技术领域	工作职责	主要研发方向	所需人数
机器人控制系统与运动控制	负责机器人运动控制系统开发、运动学与动力学建模、运动规划及执行控制算法研发	六轴机械臂开发、轮式智能移动基础平台、双足机器人原型设计、四足运动控制算法平台	5 人
人工智能与大模型算法	负责大模型部署、多模态感知、智能决策、情感交互及具身智能算法研发	自感知多模态表达大模型系统、多模态情感交互陪伴机器人、人形机器人智能演艺交互系统	5 人

技术领域	工作职责	主要研发方向	所需人数
计算机视觉与感知算法	负责视觉感知、目标识别、人脸表情识别、人体姿态识别及环境感知算法研发	表情控制人形仿生机器人头部系统、多模态情感交互机器人、自动化售卖系统视觉模块	4人
技术管理与总体架构	负责总体技术路线规划、系统架构设计及关键技术攻关	具身智能机器人平台总体研发与产业化项目	2人
强化学习与具身智能算法	负责机器人自主学习、强化学习控制、行为生成及具身智能算法研究	四足运动控制算法平台、双足机器人具身化实现、人形机器人自主行为生成	3人
ROS与机器人软件系统	负责ROS/ROS2架构开发、机器人软件平台搭建、系统集成与仿真验证	六轴机械臂平台、人形机器人智能演艺系统、轮式机器人平台开发	4人
后端平台与云服务	负责机器人云平台、设备管理平台、远程运维系统及数据服务开发	自动化售卖系统后台平台、机器人云管理平台、远程监控系统	2人
MLOps与模型工程化	负责模型训练管理、模型部署、数据闭环及持续优化平台建设	自感知多模态表达大模型系统、机器人训练数据管理与标注平台	3人
数据工程与训练平台	负责机器人训练数据采集、数据治理、标注平台及数据资产管理	机器人训练数据管理与标注平台、多模态训练数据体系建设	2人
机械结构与机器人本体设计	负责机器人结构设计、传动机构设计、仿真分析及样机开发	仿生机器人头部系统、双足机器人、四足机器人、机械臂本体开发	4人
电气与嵌入式硬件开发	负责控制板、电机驱动、电源管理、传感器接口及嵌入式系统开发	六轴机械臂、四足机器人、双足机器人及仿生机器人控制系统开发	3人
传感器与感知硬件开发	负责视觉、IMU、力传感器、语音及多模态感知硬件集成开发	机器人感知系统、多模态情感交互系统、智能售卖机器人	2人
工业设计与外观设计	负责机器人外观设计、IP形象设计、人机交互体验设计	仿生机器人头部系统、AI陪伴机器人、主题IP机器人开发	2人
测试验证与质量管理	负责机器人整机测试、可靠性验证、安全评估及测试体系建设	全系列机器人产品测试验证及工程化落地	2人

(3) 公司布局在产业上下游的投资与技术合作为研发提供优质资源和能力

公司通过对外投资、产业基金投资等方式，实现机器人产品上游的战略布局，充分借助专业战略合作伙伴的优质资源和专业能力，补齐短板。公司产业

链投资与技术合作公司包括本体公司上海矩阵超智系统集成有限公司、智身科技（北京）有限公司、星尘智能（深圳）有限公司；具身智能机器人基础模型公司星海图（北京）人工智能科技股份有限公司；具身智能机器人核心零部件与整机研发制造企业国华（青岛）智能装备有限公司；具身智能机器人电机与关节模组研发制造企业杭州贝丰科技股份有限公司。公司已与上述部分被投资企业通过设立合资公司、签署战略合作协议等方式积极开展相关领域的产业和技术布局，通过产业链充分布局与技术合作，为公司文旅文娱机器人产品的技术研发提供优质资源和能力。

综上所述，公司通过现有技术迁移、自研、产业链技术合作等方式结合，推进本次募投项目技术攻关工作。公司具备相应的研发团队人员储备，相关研发项目已取得阶段性成果，并已初步实现小批量商业化交付。因此，本项目实施不存在重大不确定性。

（四）列表说明拟生产的具体产品、涉及研发投入情况、应用领域和主要客户等，并结合下游市场需求、在手订单或意向性合同等，说明公司本次新增产能的合理性及消化措施


1、列表说明拟生产的具体产品、涉及研发投入情况、应用领域和主要客户等

发行人对本产品的研发投入包括底层技术研发投入、场景化应用投入等，自各研发项目立项至 2026 年 5 月底，相关项目累计研发投入 151.33 万元。

本项目最终形成的文旅文娱机器人产品为：通过对机器人在文商旅场景下

的适配性开发、主题化集成，向客户交付的一整套场景化具身智能文旅解决方案。按照公司对文旅文娱机器人场景化应用的规划，本项目拟生产的具体产品、应用领域、主要客户等情况如下：

序号	应用领域	主要产品示例	具体场景落地	主要客户群体
1	智能售卖		景区、主题乐园、科技馆、商场、机场、高铁站等场景的无人零售与智能售卖服务，可实现文创商品、饮料零食、IP 潮玩及周边等商品的自动售卖与精准推荐	游乐场/主题乐园运营商、潮玩/文创零售运营商、其他标准包装产品零售运营商及商业活动公司
2	仿真仿生		名人或 IP 形象复刻、教育培训、文化传承、展馆讲解、品牌代言等场景；家庭陪伴、儿童教育、心理陪伴、情绪疏导等场景	游乐场/主题乐园运营商、文旅景区运营商、博物馆、科技馆、展览馆等政府机构、IP 运营商、商业活动公司、零售消费客户
3	智能导览		博物馆、科技馆、展览馆、主题公园、城市展厅、企业展厅、酒店等场景的智能讲解、路线引导、问答互动与多语言接待服务	景区运营商、博物馆、科技馆、展览馆等政府机构、酒店运营商（旅客接待）、企业（公司展厅）
4	主题游乐		基于金马机电一体化智能制造及具身智能应用，为客户定制专属主题互动智能角色，可结合 IP 形象，用于主题公园、景区景点排队互动，主题公园沉浸式项目中主题角色形象（如可动机械装置-海盗船；智能可互动海盗等）；基于对机器狗技术的融合开发，推出跑酷、竞技等游玩项目，游客通过参与项目获得新奇高科技操控体验	游乐园/主题公园运营商、景区运营商
5	演出巡游		景区夜游、夜间灯光秀、大型节庆活动、主题乐园花车巡游，如智能角色机器人演员与真人演员同台演出、节庆主题装饰花车+智能可互动 IP 形象机器人；商业活动开幕式、大型文旅演艺活动、公司年会节目表演、机器人乐队及机器人舞团表演、沉浸式互动巡游项目	游乐园/主题公园运营商、景区运营商、商业活动公司

序号	应用领域	主要产品示例	具体场景落地	主要客户群体
6	项目定制		科技馆、研学基地、青少年教育中心、城市展厅、企业展馆、机器人主题体验馆等综合项目建设	科技类文旅项目投资方、政府机构、科普场馆运营商

2、结合下游市场需求、在手订单或意向性合同等，说明公司本次新增产能的合理性及消化措施

(1) 结合下游市场需求、在手订单或意向性合同等，说明公司本次新增产能的合理性

根据公司机器人产品的总体规划，未来，在各场景的研发落地及应用顺利推进的情况下，发行人机器人产品产能按照场景的不同情况，完全达产后的产能规划如下：

应用场景	产品系列	完全达产后预计年产量	完全达产后预计年收入（万元）
智能售卖	智能售卖类	1,000 台（套）	27,500.00
仿真仿生	仿真人物类	120 台（套）	7,200.00
	仿生宠物类	1,460 台	1,460.00
	智能陪伴类	5,000 个	4,000.00
智能导览	智能导览类	130 台（套）	5,850.00
主题游乐	动感竞技类	100 台（套）	3,500.00
	主题游乐类	30 台（套）	3,000.00
演出巡游	数字演出类	130 台（套）	5,850.00
	梦幻巡游类	20 台（套）	2,000.00
项目定制	研学类	5 个项目	2,400.00

公司在手订单或意向性合同情况参见本问题回复“（二）3、文旅智能转型

商业化探索的客户需求持续增长”。

本次募投资项目新增产能具有合理性，结合市场总体需求及下游应用场景需求分析如下：

据行业研究机构预测，到 2030 年全球人形机器人市场规模预计将达到 150 亿美元，销量规模将增长至 60.57 万台。其中，中国人形机器人市场规模到 2030 年将达到近 380 亿元，销量规模将增长至 27.12 万台。现阶段来看，中国人形机器人产业的发展依托于行业政策引导与制度保障，以及坚实的产业链基础、巨大的内需市场、强大的研发实力，为人形机器人在中国市场的大规模技术创新与商业化应用创造了有利条件。根据宇树科技招股说明书披露，其人形机器人下游应用在商业领域占比为 10%-20%，商业娱乐领域是除科研需求以外，人形机器人商业化探索的最前沿，目前高于工业等行业级应用。

文旅市场的持续复苏与智慧化转型需求，为文旅机器人赛道注入强劲增长动力。中国旅游研究院《2025 年中国文旅消费市场发展报告》显示，2025 年国内文旅市场总消费规模达 6.8 万亿元，较 2019 年增长 21.4%，恢复至公共卫生事件前 1.2 倍水平；其中，主题公园、历史文化景区、沉浸式体验馆等核心场景的智慧化改造投入同比增长 35.7%，超 60% 的景区将“智能装备升级”列为重点预算项目。游客消费偏好也呈现明显的“科技+文化”导向，游客更愿意选择配备智能导览、互动演艺等科技元素的文旅目的地，且愿意为优质科技文旅体验支付一定的溢价。

公司主要产品系列应用场景具体情况分析如下：

①智能售卖场景

无人零售行业正步入一个由技术驱动、消费升级共同推动的稳健增长周期。从整体规模来看，据 Research Nester 的分析数据，2025 年全球自动售货设备市场规模预计超过 226.2 亿美元，到 2026 年将增至约 239.4 亿美元，年增长率约为 5.8%。展望至 2035 年，全球自动售货市场容量有望突破 424 亿美元(设备口径)，长期增长空间依然广阔。

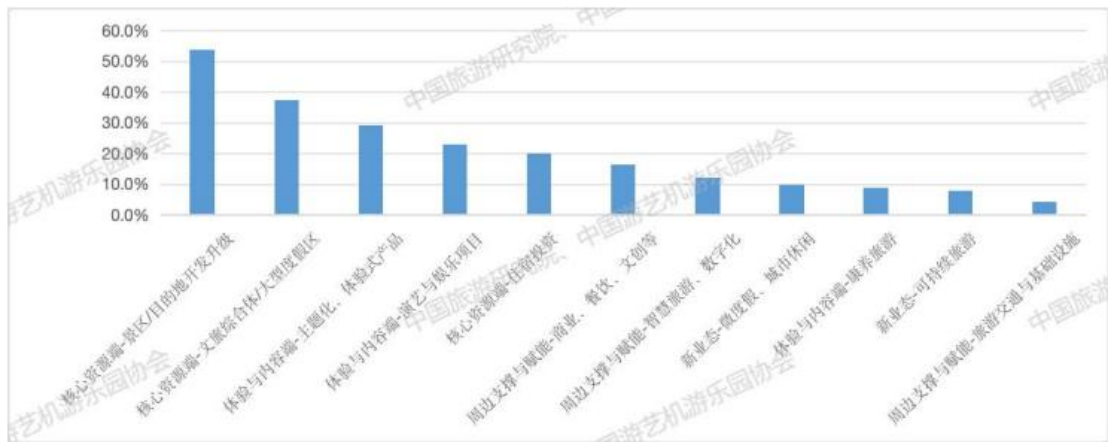
中国是全球无人零售行业最具活力的增长极。根据中研普华数据，2020 至 2025 年间，中国自动售货设备市场体量年均复合增长率录得 16.2%，远超全球平均水平。中国自动售货设备市场规模从 2022 年的 289 亿元快速增长，预计 2027 年将达到 739 亿元，期间年复合增长率高达 20.7%。展望 2026 至 2030 年，行业增速预计保持在 14%至 18%区间。从设备保有量来看，中国自动售货设备从 2016 年的 24.62 万台起步，到 2024 年已增长至约 189 万台，预计 2025 年突破 200 万台。2026 年中国自动售货机新增需求量预计同比攀升 30.2%，达到约 61.18 万台。无人零售渗透率在 2026 年第一季度已达到历史新高的 38.7%。

本项目中，智能售卖类产品规划年产产能 1,000 台套，按照 2025 年中国自动售货设备保有量约 200 万台、新增需求约 60 万台计算，假设智能售卖具身智能机器人在无人零售领域每年渗透率 1%计算，我国智能售卖具身智能机器人每年潜在市场更新需求估算为 2 万台、新增需求估算为 6,000 台。公司年产 1,000 台套产能市场占有率约为 4%。公司智能售卖类具身智能机器人产品为市场上首家推出的采用绳驱技术的智能售卖类产品，截至目前有包括公司、智元机器人、

银河通用、智平方等少数公司在市场推出同类产品，因此公司预计 4%市场占有率具有合理性。

②主题公园场景

公司主题游乐、演出巡游类机器人主要目标市场均为游乐园、主题公园场景。根据中国主题公园研究院发布的《2024 中国主题公园竞争力评价报告》及中国主题公园发展论坛发布，截至 2024 年 10 月份，我国内地共有 30,085 家主题公园，其中 87 座是特大型和大型主题公园，298 家为中小型主题公园。根据中国旅游研究院与中国游艺机游乐园协会联合发布的《2026 年一季度旅游行业投资与游乐装备采购指数调研报告》，文旅投资正在加速向主题化、沉浸式体验演进，数字技术与文化表达深度融合，“体验与内容端—主题化、体验式产品”成为重要投资方向。



按照特大型、大型主题公园平均配置约 20 个游乐项目，中小型主题公园平均配置约 10 个游乐项目计算，我国规模以上主题公园配置的游乐项目数量约 5,000 余个。按照主题公园平均 5-8 年游乐项目迭代周期估算，我国主题公园年均迭代存量项目达 600-1,000 个；2025 年在建或宣布即将试营业的主题公园超过

50家，估算新增游乐项目不少于500个。据《2024中国主题公园竞争力评价报告》预测，科技与文化的深度融合将成为中国主题公园发展一大趋势，VR、AR、智能机器人、全息投影等元素愈发走向主流。公司规划生产的主题游乐、演出巡游类具身智能机器人产品主要用于乐园互动、花车巡游、舞台演艺与虚拟沉浸式项目相关的主题形象等领域，广泛分布于各大游乐项目，单一游乐项目可使用多台套具身智能机器人产品以达到沉浸体验效果。上述产品合计规划年产能280台套，市场占有率约为10%-20%。公司作为国内最大的游乐装备制造厂商，国内游乐装备市场占有率排名第一，深耕游乐行业40余载，积累了包括环球影城、长隆集团、华侨城、华强方特等行业顶级客户资源，市场渗透率较高，因此预计公司在国内中高端主题公园市场10%-20%市场占有率具有合理性。

③科博文化场馆场景

公司仿真人物类、智能导览类、研学类机器人主要目标市场包括博物馆、科技馆、文化场馆、图书馆等各类场馆场所。根据中国科协2024年度科技馆数据统计，截至2024年底，全国建成并对外开放科技馆548座，较上一年新增71座，增长率达14.9%。根据文化和旅游部《2025年文化和旅游发展统计公报》数据，2025年末全国共有公共图书馆3,253个、群众文化机构4.4万个、登记备案博物馆、纪念馆7,188个。上述各类场馆合计约11,000个，按照平均每个场馆配置2-3台套讲解、导览、仿真类机器人计算，合计市场需求约2.2万-3.3万台套。公司上述产品合计规划年产能250台套和每年输出5个研学类定制项目，市场渗透率约占场馆类场景需求的1%，具有合理性。

④家庭陪伴场景

公司仿生宠物、智能陪伴类产品定位于家庭陪伴场景，旨在为家庭成员个人提供陪伴、互动。人口结构变化正成为宠物、陪伴类机器人市场最强大的“刚需引擎”：全球老龄化加速，中国 65 岁以上人口已达 3.5 亿，形成超 4,000 万潜在老年用户群体；家庭结构小型化与独居人口激增，中国已超 9,200 万人独居，美国独处时间较 2003 年增长 40%；我国三孩政策下 0-12 岁儿童人口稳定在 1.8 亿左右，双职工家庭托管时间不足问题突出。据 QYResearch 全球 AI 陪伴机器人市场报告，2024 年全球 AI 陪伴机器人市场销售额达到了 2.03 亿美元，2025 年为 4.61 亿美元，预计 2031 年将达到 18.45 亿美元。此类产品公司规划年产能 6,460 个，预计实现收入 5,460 万元，根据该类产品规划的达产年市场空间测算，预计市场渗透率不足 1%，具有合理性。

综上所述，本次募投资项目新增产能具有合理性。

(2) 产能消化措施

文旅行业智能化发展速度较快且处于关键期，行业需求规模较大、增速较快，公司客户储备情况较为深厚，而相关产品目前没有量产产能。因此，本次募投资项目具有必要性，本次发行拟新增产能具有合理性，文旅行业具有足够的市场空间消化新增产能。公司将从以下方面着手，保障新增产能的消化：

①依托现有客户资源，积极开拓新一代文旅装备市场

公司深耕文商旅应用场景数十年，积累了如环球影城、华侨城、华强方特、

长隆等国内外知名文旅客户资源，产品遍布国内外众多知名主题乐园、景区及商业综合体，覆盖全球近 50 个国家和地区，累计服务超 1,000 家主题公园、景区、商业综合体。凭借多年的市场积累和服务优势，公司深刻理解文旅文娱市场需求以及文旅消费的变化趋势，为客户提供智能文旅终端装备综合解决方案。

文旅文娱机器人产品将进一步丰富公司文旅装备产品体系，成为公司文旅装备产品矩阵体系中的重要组成部分，属于现有主营业务中的新一代文旅装备。文旅文娱机器人产品与公司现有的大型游乐设施及虚拟沉浸式游乐项目互补，形成更加立体、有机的产品矩阵。相关产品量产后，将主要通过现有渠道及客户进行销售，与公司现有的游乐设施、虚拟沉浸式游乐项目产品一并为客户提供一站式综合文旅装备选择。本项目产品的核心应用场景包括主题公园、景区、场馆、商业综合体、电影院线等，与公司现有业务在目标客户、应用场景层面高度契合，且能与游乐设备产品形成高效协同，保障项目产能消化风险可控与投资回报稳定。

②加强产品在新兴空间的应用拓展

公司文旅文娱机器人产品除原有客户渠道外，公司将积极拓展产品在新兴空间应用，主要如下：

新兴空间	拓展场景
商业综合体	智能售卖机器人已在京沪等城市商圈落地，可向全国连锁商业综合体复制推广
电影院线	等候区互动娱乐、智能售卖、明星 IP 等场景
文化馆、科技馆、博物馆	智能导览、沉浸式讲解、互动表演、研学等场景
体育场馆及会展中心	赛事导引、互动体验、赛事周边等场景

上述市场的拓展将在公司原有客户渠道及群体的基础上进一步拓宽公司客户，进一步增进公司产品及品牌影响力，为产能消化提供保障。

③积极推进研发工作，有序推出各系列产品

公司拥有一支经验丰富的技术研发团队，将紧跟下游技术发展趋势，持续开展自主研发与创新，提升产品竞争力，保障项目盈利能力。同时，公司将通过加强技术沟通等渠道多方面了解客户需求，关注客户多元化需求，并通过技术开发，不断优化产品、升级服务，保证产品可持续竞争力。

公司将持续推进各系列文旅文娱机器人产品研发与商业化工作，不断开拓机器人产品的应用场景实例，拓宽包括但不限于仿真仿生、智能导览、主题游乐、演出巡游、项目定制等多场景适用的机器人产品。该等场景化应用的按时落地与项目产能逐渐达产、市场培育逐渐成熟形成匹配性，可有力保障本项目的相关产能消化，显著增强和巩固发行人文旅先进制造的头部品牌地位。

综上所述，发行人文旅文娱机器人产品的下游市场需求旺盛，在手订单或意向性合同将依托产品商业化验证落地快速推进，公司制定的产能消化措施及公司本次新增产能具有合理性。

同时，发行人已在募集说明书中对募投项目新增产能无法消化的风险进行了重大风险提示，请见募集说明书扉页“重大事项提示”之“二、特别风险提示”，提醒投资者特别关注新产品涉及的相关风险。

(五) 说明该项目产品销售单价、毛利率等关键指标的测算过程及依据，并结合发行人同类业务、同行业可比公司及项目情况，进一步说明上述效益预测指标的合理性

本项目效益预测的主要财务指标如下：

单位：万元

项目	明细项目	建设期			运营期						
		第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年	第7年	第8年	第9年	第10年
营业收入	智能售卖类	-	11,000.00	22,000.00	27,500.00	27,500.00	27,500.00	27,500.00	27,500.00	27,500.00	27,500.00
	仿真人物类	-	1,440.00	4,320.00	5,760.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
	仿生宠物类	-	438.00	1,022.00	1,314.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00	1,460.00
	智能陪伴类	-	400.00	2,000.00	3,200.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
	智能导览类	-	1,170.00	2,925.00	4,095.00	5,850.00	5,850.00	5,850.00	5,850.00	5,850.00	5,850.00
	动感竞技类	-	1,050.00	2,100.00	2,800.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
	主题游乐类	-	-	600.00	1,800.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
	数字演出类	-	585.00	2,925.00	4,680.00	5,850.00	5,850.00	5,850.00	5,850.00	5,850.00	5,850.00
	梦幻巡游类	-	-	400.00	1,200.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
	研学类	-	-	720.00	1,920.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
营业成本	直接材料	-	9,023.31	21,632.84	29,865.33	34,313.20	34,313.20	34,313.20	34,313.20	34,313.20	34,313.20
	燃料动力	-	92.22	296.09	432.82	515.00	515.00	515.00	515.00	515.00	515.00
	直接薪酬	-	709.67	2,344.59	3,522.95	4,316.33	4,316.33	4,316.33	4,316.33	4,316.33	4,316.33
	制造费用	-	1,038.09	2,423.35	3,161.18	3,456.96	3,456.96	3,456.96	3,456.96	3,456.96	3,456.96
期间费用	研发费用	1,523.69	2,392.77	3,492.97	4,125.34	4,829.75	4,829.75	4,829.75	4,829.75	4,829.75	4,829.75
	管理费用	28.22	768.77	2,061.39	2,882.60	3,385.33	3,369.92	3,369.92	3,369.92	3,369.92	3,369.92
	销售费用	-	785.46	2,170.30	3,097.65	3,675.36	3,675.36	3,675.36	3,675.36	3,675.36	3,675.36
所得税	-	-	8.90	311.18	348.78	351.09	351.09	351.09	351.09	351.09	351.09
净利润	-1,558.63	1,106.29	3,995.75	5,888.71	6,806.17	6,819.27	6,819.27	6,819.27	6,819.27	6,819.27	

本项目关键指标的测算过程及依据如下：

1、项目产品销售单价、毛利率等关键指标的测算过程及依据

(1) 销售单价的测算过程及依据

本项目各系列产品销售单价测算参照公司已有订单以及同类型或类似产品的市场价格测算。定价依据综合考虑公司已有订单、生产及二次开发成本、市场公开价格确定，相关情况如下：

产品系列	预计单价	单价区间	定价依据
智能售卖类	27.5 万元	25 万元-30 万元/台套	公司对此类产品的价格参照了目前的在手订单情况进行预测
智能导览类	45 万元	35 万元-45 万元/台套	在本体的基础上进行功能性二次开发，综合公司生产改造、主题包装、系统集成等成本，结合目前市场主流机器人本体售价，按照成本加成定价
数字演出类	45 万元		
动感竞技类	35 万元		
仿生宠物类	1 万元	0.8 万元-1 万元/个	此类文娱机器人产品面向终端消费者直接使用，根据市场主流售价定价
智能陪伴类	0.8 万元		
人物仿真类	60 万元	约 60 万/台套	人物仿真类机器人系在本体的基础上进行功能性二次开发后，还需要结合产品定义、IP 等进行外观及面部表情的二次开发，产品更注重人机交互，目前市面上类似的成熟产品较少，具有较高定制化属性及稀缺性
主题游乐类	100 万元	约 100 万/台套	该两类机器人系主题公园、游乐园内特定场景下使用的文旅文娱机器人，并结合了公司在这一特定场景下的优势进行二次开发。因为该等机器人产品具备高度定制化的特点，其售价定价更高
梦幻巡游类	100 万元		
研学类 (项目制)	240 万元-960 万元	约 200 万-1,000 万/项目	项目定制非直接以单体机器人进行销售的产品，而是一个如研学展馆的综合解决方案。该产品需要深度结合场景、内容进行多模态的互动设计、内容设计，最终以项目方案为单位呈现给客户

根据对近期机器人本体市场采购公开价格或电商平台（京东）公开售价，

与公司对上述机器人产品的单价测算在同一区间内。具体情况如下：

采购单位	中标厂商	中标金额 (万元)	采购 数量	单价	型号	项目用途	对标公司 产品系列
广西防城港市相关采购单位	优必选科技	26,400.00	800 台	约 33 万元	WalkerS2	人形机器人数据采集与测试中心、边境口岸旅客检修、岗哨巡检与物流服务	智能售卖类、数字演出类、动感竞技类
自贡数投机器人产业投资有限公司	优必选科技	15,937.60	480 台	约 33.13 万元	WalkerS2	人形机器人数据采集中心，可自主换电的具身智能人形机器人	
深圳国创具身智能机器人有限公司	星尘智能(深圳)有限公司	160.00	4 台	40 万元	AstriBot S1	商业零售工位内的轮式机器人	
清华大学	北京加速进化科技	488.50	15 台(2 种型号)	32.57 万元 (boostert1 标准版)	boostert1 标准版、 boostera1 标准版	人形机器人教学与科研平台	
中国美术学院	星尘智能(深圳)有限公司	56.00	1 台	56 万元	AstriBot S1	中国美术学院威尼斯双年展中国国家馆展演项目专用机器人	智能导览类、人物仿真类
吴江博物馆(苏州湾博物馆)	乐聚(江苏)机器人	49.80	1 台	49.80 万元	智能人形导览机器人	博物馆智能导览服务	
广西壮族自治区汽车与机械工程院	智平方具身科技(深圳)有限公司	223.88	3 台	65 万元	AlphaBot2	广西机器人产业技术基础公共服务平台	
天津大学	北京人形机器人创新中心	279.00	1 台	279 万元	天工 2 号	多模态具身智能全尺寸人形机器人	主题游乐类、梦幻巡游类
-	普渡机器人	-	-	120 万元	PUDU-D9	多模态具身智能全尺寸人形机器人	
-	优必选科技	-	-	99 万元	优必选熊猫机器人	熊猫外观设计、多模态情感交互与仿人共情表达	
襄阳职业	武汉鼎盛	85.80	20 台	1.71 万元	AelosSmart 机器人	双足视觉人形机器人	仿生宠物

采购单位	中标厂商	中标金额 (万元)	采购 数量	单价	型号	项目用途	对标公司 产品系列
技术学院	创新科技		1台	51.68万元	Kuavo 4Pro	人, 教学实训用途	类、智能陪伴类
-	松延动力	-	-	1万元	松延动力 小布米机 机器人	家庭陪伴	
	宇树科技	-	-	1.5万元	Go2 Air 熊猫 皮肤套装	家庭陪伴	

上述功能性机器人本体价格区间一般在 30 万至 35 万之间；具有一定定制化特点的采购，如吴江博物馆采购的智能人形导览机器人价格约 50 万/台；具有较多定制化特点的机器人产品，价格可至 200 万元-300 万元的区间；小型陪伴型机器人的市场售价约为 1-2 万元。

综上，公司募投产品单价是结合下游市场需求情况及市场售价为依据，并根据新产品开发规划进行的前瞻性预测。本募投项目的产品价格及定价依据具有合理性。

(2) 毛利率的测算过程及依据

本项目毛利率测算系根据收入及成本的分别测算得出。各产品的收入情况系结合产品销售价格、产能设计及达产率计算。项目生产成本测算系根据各产品的原材料、人工成本、制造费用等生产成本计算所得。产品的材料成本依据公司现阶段已生产的机器人产品物料清单成本构成计算。本项目各期毛利率的测算过程具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	建设期(年)			运营期(年)						
		第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年	第7年	第8年	第9年	第10年
1	营业收入	-	16,083.00	39,012.00	54,269.00	62,760.00	62,760.00	62,760.00	62,760.00	62,760.00	62,760.00

2	营业成本	-	10,863.29	26,696.87	36,982.27	42,601.48	42,601.48	42,601.48	42,601.48	42,601.48	42,601.48
2.1	直接材料	-	9,023.31	21,632.84	29,865.33	34,313.20	34,313.20	34,313.20	34,313.20	34,313.20	34,313.20
2.2	燃料动力	-	92.22	296.09	432.82	515.00	515.00	515.00	515.00	515.00	515.00
2.3	直接薪酬	-	709.67	2,344.59	3,522.95	4,316.33	4,316.33	4,316.33	4,316.33	4,316.33	4,316.33
2.4	制造费用	-	1,038.09	2,423.35	3,161.18	3,456.96	3,456.96	3,456.96	3,456.96	3,456.96	3,456.96
3	毛利率	-	32.45%	31.57%	31.85%	32.12%	32.12%	32.12%	32.12%	32.12%	32.12%

2、结合发行人同类业务、同行业可比公司及项目情况，进一步说明上述效益预测指标的合理性

(1) 与发行人同类业务比较情况

本项目达产后毛利率情况如下所示：

指标	项目	指标值	合理性说明
毛利率	本项目预计综合毛利率	32.12%	本项目测算毛利率与报告期内公司实际毛利率基本一致，不存在重大差异
	最近三年文旅装备制造业务平均毛利率	34.50%	
	最近一期文旅文娱机器人产品实际毛利率	36.94%	

该项目达产后预计综合毛利率与公司同类业务报告期平均毛利率、最近一期文旅文娱机器人产品实际毛利率不存在重大差异，毛利率的测算过程及依据是谨慎、合理的。

(2) 与同行业可比公司及项目比较情况

根据公开披露信息，同行业可比公司目前暂无相同或类似本次募投项目文旅文娱机器人研发和产业化项目产线。其他行业上市公司已经有一定数量的再融资募投项目聚焦于从事机器人本体二次开发及系统集成相关项目，具体情况如下：

序号	上市公司	面向行业	主营业务	募投项目	募投项目产品	达产年毛利率
1	均普智能	智能制造	一家全球布局的智能制造装备供应商，主要从事成套装配与检测智能制造装备、工业机器人及工业数字化智能软件的研发、生产、销售和服务，为新能源智能汽车、医疗健康、消费品及工业机电等领域的全球知名制造商提供智能制造整体解决方案	智能机器人研发及产业化项目	新增智能机器人及相关产品产能 11,942 台/年。具体包括：G2 工业级交互式轮式机器人 2,000 台、贾维斯 3.0 人形机器人 1,500 台、小机器人 3,000 台、机器人代工 5,000 台、基于双力控臂和触觉灵巧手的通用装配机器人 20 台、力反馈外骨骼数采手套及 6DOF 遥操臂 20 台、具身智能数据闭环运营平台 2 套、工业检测的智能检测一体机 400 台	23.34%
2	唐源电气	轨道交通	公司是一家以机器视觉、机器人控制、嵌入式计算、数字孪生、人工智能、故障预测与健康管理等核心技术的机器视觉产品及解决方案提供商，主要面向智慧交通、智慧应急、智能制造领域提供机器视觉智能检测装备、大数据智能管控系统与技术服务	轨道交通智能运维机器人研发与产业化项目	车辆智能巡检机器人 80 台、接触网智能综合巡检机器人 120 台、智能检测监测配套系统神源平台 30 套、其他轨交领域隧道、轨道用机器人 62 台	45.09%
3	上海瀚讯	军用智能装备	公司主要从事行业无线移动通信与信息系统设备的研发、制造、销售及工程实施，结合业务应用软件、指挥调度软件等配套产品，面向专用无线移动通信、商业航天通信、智能有无人特种应用等领域提供整体解决方案	异构专用智能机器人研制及产业化项目	年产 1,500 台异构专用智能机器人，包括空地协同认知机器人、区域立体预警机器人、智能蜂群协同机器人、特种维修弹性机器人、智能物资投送机器人和多足伴随协作机器人等 6 类	43.72%
4	瑞鹄模具	汽车装备	公司的主营业务为汽车制造装备业务和汽车轻量化零部件业务相关产品的开发、设计、制造和销售	智能机器人系统集成与智能装备研发制造项目	年产 3,000 台智能移动机器人及周边智能制造系统解决方案	24.20%

发行人本项目综合毛利率为 32.12%，处于上述可比募投项目达产后的毛利率在 23.34%至 45.09%之间。上述项目毛利率差异主要系各项目所在上市公司面向行业不同、募投项目产品不同。均普智能“智能机器人研发及产业化项目”主要系汽车行业在工业制造方面的具身智能应用，其募投项目包含年产 5,000 台

具身智能机器人代工生产，因此毛利率相对较低。唐源电气“轨道交通智能运维机器人研发与产业化项目”主要面向轨道交通，产品单价较高，其中募投项目包含智能检测监测配套系统神源平台软件，因此毛利率相对较高。上海瀚讯“异构专用智能机器人研制及产业化项目”主要面向军用智能装备领域，其智能机器人产品深度集成了自研军用通信系统等。

此外，发行人项目及上述可比项目的毛利率与其公司自身相关业务的毛利率均处于同一区间，说明上述毛利率的确定与公司面向的具体行业及业务特点高度相关，具体情况如下：

上市公司	主营业务	募投项目	最近一年业务毛利率	募投项目完全达产毛利率
均普智能	智能装备制造	智能机器人研发及产业化项目	26.28%	23.34%
唐源电气	智慧交通	轨道交通智能运维机器人研发与产业化项目	39.04%	45.09%
上海瀚讯	通信设备	异构专用智能机器人研制及产业化项目	33.01%	43.72%
瑞鹄模具	汽车装备	智能机器人系统集成与智能装备研发制造项目	24.16%	24.20%
发行人	文旅装备	文旅文娱机器人研发和产业化项目	35.78%	32.12%

注：上市公司数据分别来自公开披露的 2025 年定期报告

(3) 项目总体效益与同类项目的比较情况

上市公司	主营业务	募投项目	完全达产营业收入（万元）	完全达产净利润（万元）	税后投资回收期（年）
均普智能	智能装备制造	智能机器人研发及产业化项目	170,826.35	15,757.32	8.78
唐源电气	智慧交通	轨道交通智能运维机器人研发与产业化项目	60,960.00	9,007.16	6.87
上海瀚讯	通信设备	异构专用智能机器人研制及产业化项目	96,368.03	10,660.85	8.95
瑞鹄模具	汽车装备	智能机器人系统集成与智能装备研发制造项目	41,233.46	5,354.65	7.69

发行人	文旅装备	文旅文娱机器人研发和产业化项目	62,760.00	6,806.17	8.34
-----	------	-----------------	-----------	----------	------

发行人项目总体效益与上述同类项目具有可比性,主要效益指标谨慎合理。

综上所述,本项目效益预测指标具有合理性。

(六) 中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项,发行人会计师执行了下述核查程序:

(1) 访谈发行人文旅文娱机器人产品研发负责人,了解相关产品研发所需的技术、所处研发生产阶段;

(2) 获取发行人文旅文娱机器人产品销售合同及产品交付签收单,了解机器人产品终端运营情况;

(3) 查阅发行人针对产品技术难点开展的相关研发的立项及规划书,了解公司开展研发工作的进展情况;

(4) 查阅具身智能机器人及文旅行业相关研究报告,了解下游市场需求及未来发展情况;

(5) 查阅发行人募投项目可行性研究报告及同行业可比公司、可比项目相关情况,比较项目效益预测相关指标。

2、核查意见

经核查,发行人会计师认为:

(1) 文旅文娱机器人研发与产业化项目属于发行人现有文旅装备制造业务

的新产品，不涉及新业务领域；相关产品存在试生产环节且发行人已完成试生产，报告期内文旅文娱机器人产品已实现一定销售收入；

(2) 发行人文旅文娱机器人研发及产业化项目建设具有必要性；

(3) 发行人已针对募投项目的技术难点开展相关技术研发工作，公司具有开展本项目研发工作的技术及人员储备，项目实施不存在重大不确定性；

(4) 本项目下游市场需求快速增长，公司已有部分在手订单或意向性合同，公司本次新增产能及消化措施具有合理性；

(5) 本项目效益预测指标具有合理性，与发行人同类业务及同行业不存在重大差异。

三、说明 IP 赋能提升项目是否涉及新产品或业务领域，拟引进的 IP 项目具体情况、合作模式、预期形成的成果、支出计划与公司现有其他 IP 引进费用和同行业公司的比较情况等；结合行业发展趋势、市场竞争情况、客户需求等说明对公司生产经营的具体贡献、投入产出比等情况，本次募投项目实施的必要性及投资规模合理性，项目实施是否存在重大不确定性

(一) 说明 IP 赋能提升项目是否涉及新产品或业务领域，拟引进的 IP 项目具体情况、合作模式、预期形成的成果、支出计划与公司现有其他 IP 引进费用和同行业公司的比较情况等

1、IP 赋能提升项目不涉及新产品或业务领域

公司本次募投项目“IP 赋能提升项目”不涉及开拓新产品或新业务领域，而是对公司现有主营业务的深度赋能与产业升级。具体分析详见本题之“一、(三)、2、IP 赋能提升项目与现有主业的协同性”。

2、拟引进的 IP 项目具体情况、合作模式、预期形成的成果、支出计划与公司现有其他 IP 引进费用和同行业公司比较情况等

(1) 拟引进的 IP 项目具体情况

当前境内外 IP 授权市场体系已相对成熟，市场化采购渠道公开、透明，发行人及同行业公司各类 IP 所有方的合作模式具备高度的行业通用性。全球可商用 IP 众多，市场供应充分，中国市场活跃授权 IP 超 3,000 项。根据《2026 中国授权行业发展白皮书》，2025 年活跃在我国的授权企业总数为 701 家，同比增长 5.6%，已经开展授权业务的 IP 总数为 3,012 项，同比增长 9.2%。根据《2025 中国授权行业发展白皮书》，2024 年商品授权业务中，玩具游艺、服装饰品和食品饮料位居前三，总占比为 46.5%。

截至本回复签署之日，发行人尚未与相关 IP 合作方签署正式授权协议，但公司已与业内多家知名 IP 授权主体建立了业务对接关系，并就奶龙、迷你世界、功夫动漫三家 IP 版权方签订战略合作协议，相关 IP 的具体情况如下：

项目	奶龙	迷你世界	功夫动漫
----	----	------	------

项目	奶龙	迷你世界	功夫动漫
形象与定位	奶龙是中国本土原创的现象级头部动漫 IP，核心形象为一只圆头圆脑、憨态可掬的黄色小龙，主打诙谐幽默、轻松治愈	迷你世界是国内拥有完全自主知识产权、行业领先的头部 3D 沙盒游戏平台与 UGC（用户生成内容）内容生态体系。成功延展出包含“花小楼”（全网粉丝超 2,500 万的国风虚拟偶像）、兔美美、迷斯拉等明星角色矩阵的“迷你世界”IP 宇宙	专注于中华优秀传统文化及城市超级 IP 的创新开发。旗下核心 IP 矩阵涵盖历史探秘、文化名人、经典神话、现代科幻等多个方向，代表作品包括：《三星堆·荣耀觉醒》（古蜀文明）、《少年苏东坡传奇》（三苏文化）、《少年英雄小哪吒》（经典神话）、《动车侠·未来高铁城》（现代科幻），以及《新西游历险记》《天才小鲁班》《狮来运转》《环保特攻队》等
市场影响力	奶龙 IP 自 2020 年上线至今，全球粉丝总量超 3,900 万，全网累计流量突破 1,000 亿；内容已译制为 15 种语言，触达全球 57 个国家和地区，海外用户规模超 2 亿	根据月狐数据发布的 2026 年 4 月手机应用（游戏）榜单，迷你世界位列榜单第七位，当月月活跃用户数（MAU）达 2,498 万，经典长线 IP 价值凸显	旗下“讲好中国故事系列”已发行动画 15 部共 1,346 集，在央视播出 41 次（累计 24,750 分钟），在国内 546 家电视台播出超 5,000 次，全网播放量 100 亿次；作品发行至全球 110 个国家和地区。核心 IP 剧集多次荣获国家广电总局优秀国产电视动画片推荐及海外出口大奖，在央视少儿频道、各大卫视及主流视频平台均创下黄金时段收视率前列，在国际文化交流中具备良好的品牌声誉与长线商业价值
商业落地	奶龙目前已与超 200 个品牌达成授权合作，市面流通衍生品 SKU 超 2,000 个，覆盖消费、出行、文旅等多场景。海外市场已跑通“内容本土化+渠道全域化+商业全链条”路径：与名创优品合作的衍生品首月海外曝光量破 1 亿；与 TOMORO Coffee 的联名进驻东南亚三国 600 余家门店，带动相关销售额增长 36%；与《Free Fire》《PUBG》等游戏的跨国联动，单项目曝光量超千万，拉动游戏下载量提升 35%	深圳欢乐谷已正式落地全球首个“迷你世界·冒险山”潮玩主题区，以“IP+场景+科技+体验”模式，把游戏中的角色与场景等融入到了主题乐园中	围绕旗下 IP 拓展了涵盖潮玩玩具、服饰箱包、主题餐饮、数字多媒体互动等近百个品类的衍生品生态，IP 授权超 180 项。公司打造了多个功夫动漫主题乐园及文旅综合体——以南康功夫动漫世界为代表，占地 45 亩、建筑面积约 5 万平方米，集中华文化 IP 体验馆、数字互动、动漫游乐等于一体。其“IP+场景+科技”的轻资产输出模式，能有效为线下文旅空间注入强烈的文化体验与高效的引流变现价值

（2）合作模式

公司提供高端游乐装备、系统集成、工程实施、安装运维与技术解决方案。IP 授权方提供优质文娱 IP、创意内容及品牌资源授权，赋予产品文化内涵。双方发挥各自要素优势，推进 IP 赋能型文旅装备与沉浸式互动体验项目的商业化落地。

(3) 预期形成的成果

预期形成的成果详见本题回复之“一、（三）2、（1）本项目的主要建设或投入内容及应用场景”。

(4) 支出计划

本项目拟使用的 IP 授权费用为 12,600.00 万元，支出计划如下：

单位：万元

序号	项目类别	IP 授权费			
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
1	一类 IP	-	-	3,600.00	3,600.00
2	二类 IP	1,800.00	1,800.00	1,800.00	5,400.00
3	三类 IP	900.00	900.00	1,800.00	3,600.00
合计		2,700.00	2,700.00	7,200.00	12,600.00

公司结合历史 IP 引进经验、IP 应用领域、与合作方洽谈情况及市场调研结果，将市场 IP 划分为三个类别：一类 IP，通常为年零售额在 10 亿美元以上的全球顶级授权商的代表 IP，具有无可替代的商业价值，拥有庞大的粉丝群体和国际上极高的市场知名度，如迪士尼的米老鼠/维尼熊/冰雪奇缘、NBC 环球的侏罗纪世界/小黄人、孩之宝的龙与地下城、华纳兄弟探索的指环王/哈利波特/超人、宝可梦国际公司的宝可梦等等；二类 IP，此类 IP 通常为年零售额在 1-10 亿美元以上的头部顶级授权商的代表 IP，虽然不如一类 IP 那样具有全球影响力，但拥有较高的人气，也具备相当的商业价值，如 Crunchy Roll 的虚构推理/神之塔、索尼影视娱乐的精灵旅社/蓝精灵/蜘蛛侠、奥飞娱乐的喜羊羊与灰太狼/超级飞侠；三

类 IP，此类 IP 在特定市场有稳定的受众基础，可能专注于某一特定领域或者题材，针对特定的消费群体。

根据公司谈判及落地经验，公司计划在 36 个月内累计引入多个 IP，IP 合作覆盖小说、动画、游戏、影视等多元领域，旨在吸引不同世代游客与粉丝族群。IP 支出计划是公司结合文旅装备制造业务与文旅运营服务业务的产品及应用场景，叠加三类 IP 引进难度综合考虑。建设期第一年、第二年优先推进二类、三类 IP 的引进与落地，快速搭建 IP 场景、积累与 IP 方的合作经验与典型案例；建设期第三年依托前期成熟的合作体系与谈判基础，集中资源推进一类 IP 的引进落地，保障项目 IP 矩阵的完整性与落地效果。

3、与公司现有其他 IP 引进费用和同行业公司的比较情况

(1) 与公司历史项目的对比情况

公司报告期内运营 IP 的情况如下：

IP 方名称	IP 赋能具体产品或服务	IP 合作方	授权内容	授权期限	签约金额
世嘉	野外探险等游乐设备	华夏世嘉乐园株式会社	对象设备的商标转让及整套数据文件	2019 年 10 月 -2029 年 10 月	2,100 万元
小黄鸭	嘉年华游乐项目	德盈商贸(深圳)有限公司	B.DuckÄ 金马文旅造梦游乐厂(嘉年华活动)	2022 年 5 月 1 日至 2023 年 5 月 31 日	固定服务总费用为人民币 45 万元(共五场)。每场活动营收额 100 万及以下(含 100 万)的部分，以营收额的 3%收取销售分成；营收额 100 万以上的部分，以超出部分营收额的 10%收取销售分成
			B.Duck 造梦游乐厂(嘉年华活动)	2023 年 6 月 1 日至 2026 年 5 月 31 日	每场活动营收额 100 万及以下(含 100 万)的部分，以营收额的

IP 方名称	IP 赋能具体产品或服务	IP 合作方	授权内容	授权期限	签约金额
					3%收取销售分成；营收额 100 万以上的部分，以超出部分营收额的 9.5% 收取销售分成
奶龙	嘉年华游乐项目	第七印象文化传媒有限公司（深圳）有限公司	使用授权 IP 形象进行设计及运营奶龙主题室外嘉年华活动	2024 年 5 月 6 日至 2027 年 9 月 20 日	固定服务总费用为人民币 40 万元，每场活动营收超出 100 万元的 5% 进行分成

IP 授权费用差异主要受授权范围、使用期限、地域覆盖及 IP 热度等多重因素影响，呈现出从数十万元到数千万元的巨大跨度，如公司与世嘉 IP 的合作授权金额达 2,100 万元。

（2）与同行业公司类似项目的对比情况

① 文旅装备制造业务方面

根据公开信息查询显示，同行业公司文旅装备产品的 IP 合作价格如下：

采购 IP 公司	IP 名称	产品	金额
天津欢乐谷	铠甲勇士	超级秋千项目铠甲勇士 IP 授权服务和 IP 物料采购项目	46.71 万元/个

参照上表 IP 授权单价，结合公司现有世嘉 IP 产品的销量规模，按照每年销售 3 款产品、授权期限 10 年估计，对应总授权费用约 1,400 万元，该金额与本次募投项目二类 IP 整体引进费用水平基本相当。

其他同类项目 IP 授权费用情况如下：

A、德艺文创（300640.SZ）

募投项目“IP产品及运营中心项目”中IP引进培育费用7,000万元。具体如下：

单位：万元

序号	引进IP类型	第1年	第2年	第3年	合计
1	动漫类	400.00	800.00	800.00	2,000.00
2	体育类	400.00	800.00	800.00	2,000.00
3	文化类	300.00	600.00	600.00	1,500.00
4	时尚类	300.00	600.00	600.00	1,500.00
合计		1,400.00	2,800.00	2,800.00	7,000.00

B、元隆雅图（002878.SZ）

募投项目“创意设计能力提升建设项目”中IP授权费用7,050.00万元，具体如下：

单位：万元/个

序号	IP类别	建设期			单价	金额
		T1	T2	T3		
1	一类IP（600万元/个）	2	2	1	600	3,000.00
2	二类IP（300万元/个）	2	2	4	300	2,400.00
3	三类IP（150万元/个）	3	3	5	150	1,650.00
合计		7	7	10		7,050.00

C、游族网络（002174.SZ）

募投项目“网络游戏开发及运营建设项目”中游戏IP购置及版权金21,080.00万元。募投项目中4款自研游戏涉及IP购置，IP购置金额14,222万元，具体如下：

单位：万元

序号	游戏名称	IP 类型	游戏类型	IP 购置金额
1	自研产品 1	知名动漫	卡牌	6,500
2	自研产品 2	知名端游	MMO	5,000
3	自研产品 3	动漫	卡牌	1,500
4	自研产品 4	动漫	卡牌	1,222
合计				14,222

游族网络同行业公司世纪华通（002602.SZ）、富春股份（300299.SZ）的公告文件披露，游戏 IP 购买价格如下：

序号	IP 采购方	游戏 IP	IP 价格
1	上海骏梦网络科技有限公司	《RO》大陆地区游戏改编权	超过 1,000 万美元
2	点点互动（北京）科技有限公司	未披露	预计 4,000-5,000 万元

游戏 IP 为非标准化定价产品，依据游戏级别、游戏类型及发行区域的不同，不同的游戏 IP 价格差异较大。

一般情况下，如果授权品类是高利润、高销量的产品，授权费用较高。游族网络和其同行业公司主营毛利率较高的游戏，故 IP 授权费用较高。而德艺文创、元隆雅图主营低值 IP 衍生品，其中德艺文创主营创意装饰品、休闲日用品及时尚小家具等，元隆雅图主营礼赠品等，因此对应 IP 授权费用水平较低。

② 文旅运营服务业务方面

根据公开信息查询显示，文旅运营服务业务相关 IP 授权费用案例如下：

IP 被授权方	IP 授权方	授权内容	授权期限及金额
山东梦想家文旅投资发展有	奥飞娱乐	“超级飞侠”环球探索主题乐园“IP 版权”经营商品项目	1,780 万元

IP 被授权方	IP 授权方	授权内容	授权期限及金额
有限公司			
华侨城	江通传媒	将“饼干警长”品牌及品牌形象的大型户外主题公园开发授权所有欢乐谷主题公园永久使用	2016年12月31日至2029年12月3日,授权费3,000万元,2030年起,华侨城按每年人民币400万支付系列IP授权费。在此期间所有销售饼干警长系列衍生产品需支付9%的分成。江通传媒在其他非主题公园授权“饼干警长”,华侨城可享受授权利益的20%，“饼干警长”在其他渠道的商业项目对华侨城开放有限投资权,收益按照投资比例分成
华侨城	奥飞娱乐	襄阳华侨城奇幻度假区奇趣童年超级飞侠区主题改造	1,200万元
上海国际主题乐园有限公司	华特迪士尼	将迪士尼品牌及IP形象授权上海迪士尼乐园使用	版权费每年约10亿元

结合公开披露的文旅运营项目IP授权案例、公司与IP合作方的洽谈进展及前期市场调研结果,文旅运营业务的IP授权费用受IP层级、授权范围、项目规模等因素影响,区间差异较大,头部IP项目授权金额上限较高。从项目规模来看,公司运营的乐园项目规模与“饼干警长”IP主题园中园、“超级飞侠”IP主题乐园项目相近,对应IP授权费用水平具备行业参考性。

综上所述,对比公司现有IP和同行业公司IP授权费用情况,本项目IP授权费用支出具有合理性。

(二)结合行业发展趋势、市场竞争情况、客户需求等说明对公司生产经营的具体贡献、投入产出比等情况,本次募投项目实施的必要性及投资规模合理性,项目实施是否存在重大不确定性

1、行业发展趋势

当前,中国文旅产业正从传统文旅休闲产品向深度文化体验和情感共鸣转

型，“情绪价值”成为核心市场驱动力。浙商证券研究所分析，目前我国情绪消费及服务性消费占比仍处低位。美国服务消费占消费总支出 68%，占 GDP 比重 48%；日本服务消费占消费总支出约 55%，占 GDP 比重 30.7%；而中国服务消费占消费总支出约 46%，占 GDP 比重仅为 12.5%。情绪消费所涵盖的旅游、餐饮、文化、社交等领域增长空间广阔。

消费者尤其是年轻客群不再局限于各类设备带来的感官刺激，更青睐有故事、有认同感的沉浸式体验。伴随前沿数字技术迭代，文化产业持续从单一硬件制造延伸至低空文旅、科普教育、沉浸式演艺、AI 交互机器人等多元赛道，行业经营逻辑也发生显著转变。文旅装备制造业务方面，华强方特将高端文旅装备拓展至景区剧场演艺、动感影院、VR 大空间场景，商业模式从单纯售卖硬件产品升级为整体沉浸式场景解决方案输出；咏声动漫依托猪猪侠 IP 推出搭载裸眼 3D 技术的 Aitoki AI 早教机器人，内置专属语音大模型，支持语音唤醒、课件问答、多模式亲子互动，凭借 IP+智能交互的创新产品实现线下流量打卡；国际龙头华特迪士尼亦持续落地星球大战 BDX 机器人、冰雪奇缘雪宝 AI 机器人等 IP 智能交互设备，依托 IP 人形机器人强化园区沉浸式情感体验。文旅运营服务业务方面，游乐场通过融合主题场景、社交元素及前沿科技，已成为满足年轻群体社交打卡与家庭亲子互动的新型消费空间。在这一趋势下，IP 凭借强大的情感链接和叙事能力，成为行业打造差异化体验、提升用户重游率的核心要素。

近年来，国内文旅产业内头部企业已率先通过 IP 合作与孵化构建竞争优势，

形成成熟的实践范式。华侨城欢乐谷加强国漫 IP 与线下场景深度融合，和快看漫画达成战略合作，创新“国漫 IP+主题乐园”模式；华强方特依托“熊出没”等自有 IP，对乐园进行主题包装和内容孵化；湖州安吉与三丽鸥深度合作，落地中国首家 Hello Kitty 主题乐园。国内首个潮玩行业沉浸式 IP 主题乐园北京泡泡玛特城市乐园于 2023 年 9 月开园，首月接待游客近 10 万人次，二次消费占比达 72%，衍生品销售额是门店的 5 倍，2025 年上半年客流量和收入均超过了 2024 年全年。同时，国家政策层面明确支持 IP 培育与文旅创新。文化和旅游部近期提出将从供需两端发力，支持优质文旅产品上新，具体措施包括开展中国文化艺术政府奖动漫奖评奖以激励优质 IP 打造，以及推动品牌授权和文创开发。

2、市场竞争情况

从市场趋势角度看，中国文旅产业正从传统文旅休闲产品向深度文化体验和情感共鸣转型，情绪价值成为核心市场驱动力。借助优质 IP 打破产品同质化僵局、重构商业护城河已成为行业头部企业的核心竞争策略。报告期内，业内领先企业均在积极深化“文旅+IP”的战略布局，通过自研 IP 或外部授权 IP 对旗下业务进行深度赋能。行业内主要企业的 IP 具体融合及应用情况如下：

公司	文旅装备制造	文旅运营服务
华侨城 A (000069.SZ)	落地铠甲勇士、迷你世界、超级飞侠、饼干警长等 IP 主题游乐设施；布局通用文旅表演机器人	IP 主题固定式乐园：在多地欢乐谷落地超级飞侠、中国奇谭、饼干警长、迷你世界专属固定主题场景； IP 嘉年华/节庆活动：引入英雄联盟、王者荣耀、蛋仔派对、一人之下等 IP 开展短期主题活动
华强方特 (834793.OC)	打造熊出没、奇迹少女、自贡恐龙、传统文化系列 IP 文旅游乐设备，配套对应 IP 文旅机器人产品	IP 主题固定式乐园：依托“熊出没”等自有原创 IP 搭建标准化主题园区及专属主题场馆； IP 嘉年华/节庆活动：落地西游记、聊斋、白蛇传、敦煌等文化 IP 短期主题活动

公司	文旅装备制造	文旅运营服务
海昌海洋公园 (02255.HK)	落地奥特曼、七萌团\蓝星战队等 IP 游乐设备；暂未布局 IP 文旅机器人	IP 主题固定式乐园：自有海洋 IP“七萌团”全覆盖；落地胖豆丁、海灵儿、奥特曼、航海王、Baby Shark 等外部知名 IP 固定主题区； IP 嘉年华/节庆活动：引入 China Joy 游戏 IP、小蓝和他的朋友文创 IP、LineFriends、熊本熊、迷你世界等 IP 举办短期活动
华立科技 (301011.SZ)	深耕游艺设备 IP 融合，覆盖奥特曼、宝可梦、火影忍者、龙珠等全球头部动漫与游戏 IP，创立 warawara 厂牌，收购苦熊 GO-YA BEAR、鹅精病 GEEESE! 等 IP，应用于室内游艺游乐设备的研发与制造	IP 室内乐园：自营环游嘉年华室内主题乐园，并与大玩家、星际传奇、城市英雄、ROUND ONE 等海内外连锁乐园品牌长期合作
大丰实业 (603081.SH)	联合智元机器人成立合资公司，共同研发并提供 IP 主题人形表演机器人、互动机器人整体解决方案，推动 AI 与文旅场景的深度融合	IP 演艺：自有 IP“今夕”是大丰实业自创的夜游演艺 IP，秉持“一城一文化，一景一故事”，通过挖掘各地文化，结合美学光影等技术打造新场景。已落地杭州《今夕共西溪》、天津《今夕东丽湖》IP 演艺

3、客户需求情况

文旅装备制造业务方面，面对国内文旅存量市场日趋激烈的同质化竞争，景区、乐园及商业综合体等客户亟需借助优质 IP 重构差异化壁垒，以达到盘活存量资产、提升综合客流及转化二次消费的经营目标。由于 IP 落地涉及商务授权与技术对接，下游采购方在设备采购时，倾向一站式采购 IP 主题游乐成套装备，减少多方对接成本。

文旅运营服务业务方面，从消费终端来看，亲子家庭与年轻一代等主力消费群体对文旅项目的诉求已发生转变，由过去追求单纯的机械刺激，升级为追求深度沉浸、具备情感共鸣的 IP 主题游乐体验。知名 IP 具备天然的情感粘性与高辨识度，不仅能显著提升游客的复购率与重访率，其自带的社交属性极易触发线上传播的裂变效应，为园区带来持续的自生流量。同时，游客对于 IP 主题相关的餐饮、限定周边等二次消费具有更强烈的付费意愿。这种由核心 IP 驱动的高边

际消费行为，有效优化了文旅项目的营收结构，使其成为乐园维持长期盈利能力的核心支柱。

4、引进 IP 对公司生产经营的具体贡献、投入产出比

公司通过引进 IP 为公司大型游乐设施、虚拟沉浸式游乐项目、文旅文娱机器人等文旅装备产品及公司文旅投资运营业务赋能，提升产品附加值、用户粘性与市场竞争力，对公司经营成果产生有利影响，不直接产生经济效益。

引进 IP 对公司的贡献具体体现在：①IP 赋能对公司产品、服务的销量提升；②IP 赋能对公司产品、服务的价格提升；③IP 赋能对公司品牌溢价、产品竞争力、运营实施能力等全面提升。引进 IP 对公司的具体贡献程度比较难以量化，因此采用对照组方式，结合公司历史 IP 引进前后经营数据变化、行业经验数据，测算 IP 引进对文旅装备制造（包括产品单价、市场销量综合影响）、文旅投资运营（包括乐园客流量、客单价综合影响）业务的提升程度，IP 贡献 ROI =

$\frac{\text{IP 授权期带来的增量收益} - \text{IP 授权投入}}{\text{IP 授权投入}}$ 。具体分析如下：

（1）文旅装备制造业务

公司将大型游乐设施、虚拟沉浸式游乐项目与 IP 深度融合，提升产品的主题性、体验感与市场竞争力；文旅文娱机器人结合 IP 形象打造，可进一步增强互动性与辨识度，丰富产品形态与客户选择。根据公司历史情况和行业数据情况，大型游乐设施、虚拟沉浸式游乐项目、文旅文娱机器人等产品与 IP 深度融合后，

产品溢价能力及市场需求规模均有望同步提升，将有效增厚公司经营业绩，具体情况如下：

项目	贡献情况	收入提升比例
公司历史情况	2019年和世嘉签订授权协议后，2020年公司世嘉野外探险平均单价为603.14万元，同类产品平均单价为398.23万元，IP产品比非IP产品价格高51.46%	51.46%
行业情况	根据国际游乐园及景点协会（IAAPA）发布的最新行业基准报告，2024年全球范围内文旅娱乐项目与动雕模型技术相结合其平均投资回报率（ROI）达到28%，比传统游乐设施高出1.3倍。其中，头部标杆项目的投资回报率更是超过56%	30%
	根据同行业上市公司华立科技2022年再融资审核问询函回复，动漫IP衍生品业务销售收入复合增长率为63.34%且毛利率水平较高	63.34%
	根据《2026中国授权行业发展白皮书》，通过求取数学期望得出受访被授权商认为IP授权带动销售收入提升45.44%	45.44%
平均值		47.56%

由上表可见，基于公司历史与行业经验数据，IP赋能文旅装备制造业务后，对业务综合收入提升比例约为30%-50%。IP贡献ROI测算如下：

①核心假设与测算逻辑

A.IP授权投入：IP授权费用12,600万元全部用于公司文旅装备制造业务。

B.销售数量：参考公司历史情况及行业情况，在不区分具体IP类别的前提下，假设平均每台设备分摊IP授权费用为50.00万元。以此推算，本次拟投入的IP授权费用预计可覆盖252台/套文旅装备。结合IP合作计划，假设该批IP授权期限为10年，则各年度IP产品销量25台/套。

C.基础单价：参考公司适用IP赋能的文旅装备产品价格，假设在不考虑IP赋能的前提下，该类文旅装备的平均市场售价400.00万元/台套。

D.IP 赋能溢价率：参考公司历史情况及行业情况平均情况（30%-50%），假设 IP 赋能平均带来 40.00%的综合收入提升（包含 IP 直接溢价及订单量的边际增长）。

②测算过程及产出结果

根据上述假设，IP 赋能后，预计文旅装备制造业务收入提升额=年销量（25 台）*非 IP 基础单价（400.00 万元/台套）*IP 收入提升率（40.00%）=4,000.00 万元。

③投入产出比

$$IP \text{ 贡献 } ROI = \frac{IP \text{ 授权期带来的增量收益} - IP \text{ 授权投入}}{IP \text{ 授权投入}} = \frac{4,000 * 10 - 12,600}{12,600} = 2.17$$

（2）文旅运营服务业务

根据公司历史情况和行业数据情况，依托 IP 资源开展场景化运营，打造 IP 主题嘉年华、IP 衍生服务包、IP 主题固定式乐园等，提升项目吸引力与运营效益，乐园客单价和客流量均有望同步提升，将有效提升公司收入，具体情况如下：

项目	贡献情况	收入提升比例
公司历史情况	公司引进奶龙、小黄鸭 IP 用于开展嘉年华活动。由于嘉年华活动收益受地域影响较大，选取同一区域 IP 引入前后对嘉年华项目分析。根据公司欢乐海岸有无 IP 相同时间对比情况，无 IP 时收入 424.07 万元，引入 B.DUCK 小黄鸭后收入为 564.00 万元，收入增速为 32.99%	32.99%
行业情况	根据中研网数据，拥有知名 IP 的乐园客单价高出同业 42%	42%
	根据乐园运营行业同行业上市公司海昌海洋公园 2025 年年度报告，公司取得一家国际知名 IP 主题店运营权，带动 IP 业务收入达到 7,806 万元，较上年同期大幅增长 23%	23%
	根据《2026 中国授权行业发展白皮书》，通过求取数学期望得出受访被授权商认为 IP 授权带动销售收入提升 45.44%	45.44%

项目	贡献情况	收入提升比例
	平均值	35.86%

由上表可见，基于公司历史与行业经验数据，IP 赋能文旅运营服务业务后，对业务综合收入提升比例约为 20%-40%。IP 贡献 ROI 测算如下：

①核心假设与测算逻辑

A.IP 授权投入：IP 授权费用 12,600 万元全部用于公司文旅投资运营业务。

B.乐园数量：参考国内同类主题乐园及文旅综合体的 IP 授权费用，在不区分具体 IP 类别的前提下，IP 授权费用预计可覆盖公司现有 4 个乐园及本次募投项目乐园及景点建设运营项目拟建的 7 个乐园。结合 IP 合作计划，假设该批 IP 授权期限为 10 年。

C.基础运营收入：基于公司 2025 年现有文旅运营服务业务收入和本次募投项目乐园及景点建设运营项目的收入预测，得出乐园的基准年营业收入为 20,552.90 万元。

D.IP 赋能溢价率：借助核心 IP 在客流量、衍生品开发等二次销售及客单价提升方面的协同效应，参考公司历史情况及行业情况平均情况（20%-40%），假设乐园运营期可实现约 30.00%的综合收入提升（包含客流量和客单价的边际增长）。

②测算过程及产出结果

根据上述假设，IP 赋能后，预计文旅运营服务业务收入提升额=基础运营收入（20,552.90 万元）*IP 收入提升率（30.00%）=6,165.87 万元。

③投入产出比

$$IP贡献ROI = \frac{IP授权期带来的增量收益 - IP授权投入}{IP授权投入} = \frac{6,165.87 * 10 - 12,600}{12,600} = 3.89$$

(3) IP 赋能的综合提升作用

在公司实际经营中，文旅装备制造与文旅投资运营两大业务板块并非线性并行，而是具备强烈的内生协同效应（1+1>2）。本次 IP 引进将作为核心纽带，进一步深化公司“高科技装备+深度运营”的产业链一体化闭环，其对综合效益的放大除前述测算的投入产出以外，还体现在以下维度：

① 制造端对运营端的降本引流协同

公司通过本次引进的优质 IP，自主研发并定制化生产成套主题化文旅装备。该类装备投入至公司运营的乐园项目时，可大幅降低运营板块的设备采购与外协对接成本。同时，自研装备与 IP 内容在工程技术与故事线上的高度契合，能最大化释放沉浸式交互体验，其引流效应与二消转化率预计将超越传统外购 IP 设备的平均水平。

② 运营端对制造端的窗口示范与渠道反哺协同

引入核心 IP 的乐园项目将成为公司高端 IP 化文旅装备制造的天然示范窗口与标杆实景展厅。依托线下乐园的高频流量与成功运营案例，能够形成强大的品牌辐射效应，直接吸引各类文旅企业、地方文旅投资集团等 B 端客户，从而显著降低公司制造业务的展会推广与商务获客成本，加快外部订单的转化节奏。

③ 协同效应下的资产整体产出效益提升

综合上述双向协同效应，当本次引进的 IP 资产在公司制造与运营端全产业链交织落地时，其带来的边际综合效益将远大于单一场景的叠加。

综上所述，IP 赋能可以广泛应用于公司的文旅装备制造业务、文旅运营服务业务，本次 IP 引进费用的投入产出比合理，引进 IP 资产具有较强的商业化能力，能够切实转化为公司的业绩增长点。因此，本次募投项目具有必要性，投资规模合理，公司已与业内多家知名 IP 授权主体建立了业务对接关系并与奶龙、迷你世界、功夫动漫三家 IP 合作方签订战略合作协议，项目实施不存在重大不确定性。

（三）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师执行了下述核查程序：

（1）查阅了 IP 赋能提升项目的可行性研究报告，分析了具体建设内容、支出预算构成明细以及测算过程；

（2）获取并审阅了发行人目前已签署的 IP 合作意向书，核查了拟引进 IP 的具体情况；

（3）查阅了行业报告，核查了国内外 IP 授权市场的情况；

（4）检索了同行业可比上市公司的公开披露信息，分析了公司所处的行业市场竞争格局；

（5）访谈了发行人的总经理，了解本次引进 IP 对发行人现有文旅装备制造和文旅运营服务两大业务板块的协同效应、业务外延拓展计划及具体落地实施路径；

（6）获取公司历史 IP 引进前后经营数据、行业 IP 引进前后经验数据，计

算 IP 引进对发行人文旅装备制造、文旅投资运营业务预计带来的收入提升比例与 ROI，评估其投资规模的合理性。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

(1) IP 赋能提升项目不涉及新产品或新的业务领域；截至本回复出具之日，发行人尚未与相关 IP 合作方签署正式授权协议，但公司已就奶龙、迷你世界、功夫动漫三家 IP 合作方签订战略合作协议，拟合作 IP 市场影响力较大，商业落地成果良好；本项目支出计划进度结合公司历史落地经验确定，具有合理性；本项目 IP 授权费用与公司现有其他 IP 引进费用和同行业公司的比较情况不存在重大差异；

(2) 结合行业发展趋势、市场竞争情况、客户需求等，公司通过引进 IP 为公司业务赋能，提升产品附加值、用户粘性与市场竞争力，对公司经营成果产生有利影响，能产生较大的间接经济效益，投入产出比合理；本次募投项目实施具有必要性，投资规模合理，项目实施不存在重大不确定性。

四、关于乐园及景点建设运营项目，列表说明本次募投项目中乐园及景点建设运营项目拟取得运营权的项目具体运营情况、项目地点、客流量、竞争情况等经营数据；结合文旅投资运营业务毛利率下降的情况，说明本次募投项目实施的必要性；说明该项目营业收入、成本费用等关键指标的测算过程及依据，并结合发行人同类业务、同行业可比公司及项目情况，说明预计效益的可实现性。

(一) 关于乐园及景点建设运营项目，列表说明本次募投项目中乐园及景

点建设运营项目拟取得运营权的项目具体运营情况、项目地点、客流量、竞争情况等经营数据

1、本次募投项目中乐园及景点建设运营项目的选址情况

本项目拟在取得运营权的乐园及景点项目所在地，对公司通过租赁场地或取得现有乐园或景点运营权的7个项目进行建设及运营升级。截至本回复出具之日，公司已明确其中1个项目的选址并签订合作协议取得乐园经营权（序号1项目），即中山科技乐园项目（含中山奇遇时光乐园），其中中山奇遇时光乐园目前采用免费入园和单项收费、一票通玩的混合模式，2025年门票收入为1,881.95万元，入园客流量约为161.53万人次，游玩项目客流量约为153万人次（包括单项收费和一票畅玩），项目坐落于广东省中山市。此外，公司已洽谈3个意向项目，并持续考察目标乐园及景点项目，具体情况如下：

序号	所在省份	所处区域	客流量 (万人次)	竞争情况及项目优势	进展情况
1	广东	华南地区	2,672.70（同比增长3.6%）	占据大湾区交通枢纽优势，区位稀缺，属于本地区标杆文旅项目。本项目为片区内唯一综合机动主题乐园	已签订协议取得乐园经营权
2	广西	华南地区	7,195.70（同比增长17.6%）	片区内具有地标性摩天轮项目、演艺产业集群、独家综合体。公司的“AI科技沉浸+室内全时互动”式业态具有稀缺性	意向项目，已实地考察，项目评估中
3	广东	华南地区	5,910.00（同比增长16.3%）	所在城市具有青年集聚特征，儿童友好城市建设政策扶持，项目位于城市核心路段，串联地标性建筑物，具有天然的流量优势。公司同时具备大型观览车、虚拟沉浸式游乐项目制造优势和文旅项目运营管理优势	意向项目，已实地考察，项目评估中
4	广东	华南地区	20,700.00（同比增长10.9%）	项目位于生态旅游度假区，具有主题乐园产业集群，鼓励本土文旅装备制造企业与运营服务商参与集群建设。	意向项目，已实地考察，项目评估中

序号	所在省份	所处区域	客流量 (万人次)	竞争情况及项目优势	进展情况
				公司产品定位具有质价比和错位竞争优势，且室内科技沉浸场馆具有稀缺性	
5	江西	华东地区	9,090.20 (同比增长13.0%)	具有稀缺自然岛屿湖泊地貌，处在赣鄂湘皖四省自驾中转枢纽，可承接跨省自驾家庭客群。公司产品可结合独特地貌特点，发挥大型游乐设施及虚拟沉浸式游乐体验特色，具有区域稀缺性	拟考察评估
6	安徽	华东地区	8,500.00	所在城市计划以创新驱动文旅融合，打造长三角文旅消费新标杆，兼具天然湖泊自然资源和文化旅游底蕴，公司产品可结合在地文化，发挥大型游乐设施及虚拟沉浸式游乐体验特色，具有区域稀缺性	拟考察评估
7	河南	华中地区	16,000.00(同比增长3.3%)	省内文旅核心节点，位于域内黄金旅游带，交通通达性强，能够承接跨省客流，现有景区以历史古迹、山岳石窟为主。公司产品可结合在地文化，发挥大型游乐设施及虚拟沉浸式游乐体验特色，具有区域稀缺性	拟考察评估
8	湖北	华中地区	连续3年突破1亿人次	具有天然文化属性和武侠IP属性，交通便利，能够承接跨省常态化自驾客流，当地同类竞争少，承载量饱和。公司产品可结合在地文化，发挥大型游乐设施及虚拟沉浸式游乐体验特色，具有区域稀缺性	拟考察评估

注1：上述客流量数据来源于项目所在城市的政府工作报告，系该城市2025年接待国内游客人次；

注2：上述考察项目对本次募投项目实施地点不构成承诺。

2、本次募投项目规划进度符合同类型上市公司再融资案例的惯例情形

本次募投项目中，公司拟对通过租赁场地或取得现有乐园或景点运营权的

7个项目进行建设及运营升级，具体项目地区分布情况如下：

序号	乐园名称	占地面积 (m ²)
1	华东区域中型1	35,000.00

序号	乐园名称	占地面积 (m ²)
2	华东区域小型 2	20,000.00
3	华南区域小型 1 (已洽谈项目)	20,000.00
4	华南区域中型 1 (已洽谈项目)	30,000.00
5	华南区域大型 2 (已签署协议)	61,000.00
6	华中区域小型 1	15,000.00
7	华中区域小型 2	15,000.00
合计		196,000.00

截至本回复出具之日，公司已明确 1 个项目的选址及合作，其他项目已确定计划投资的区域范围和规模，本项目规划进度符合同类型上市公司再融资案例的惯例情形。

本募投项目以“文化+科技”为核心打造新一代乐园，该等乐园投资规模相较传统主题公园、大型景区规模更小，以租赁运营权或场地方式实施，因此公司选取部分通过租赁方式实施募投项目的上市公司再融资案例进行对比分析，具体如下：

股票简称	项目	具体情况
博士眼镜 (300622)	2026 年度向不特定对象发行可转换公司债券	募投项目“连锁眼镜门店建设及升级改造项目”计划在全国重点城市扩展 225 家眼镜门店，同时升级改造公司部分现有门店。截至 2025 年 9 月 30 日，其已确定门店选址并签订协议 23 家，项目审核过程中，202 家门店未明确具体选址
君亭酒店 (301073)	2022 年度向特定对象发行 A 股股票	募投项目“中高端酒店设计开发项目”计划建设 15 家酒店。项目审核过程中，其中 5 家签订租赁协议、2 家前期接洽、8 家暂未确定具体选址
孩子王 (301078)	2022 年度向不特定对象发行可转换公司债券	募投项目“零售终端建设项目”计划开设 169 家门店。截至 2022 年底，其已确定选址并签署租赁合同的门店 15 家，项目审核过程中，已规划省份分布，未明确具体选址门店 154 家

<p>金马游乐 (300756)</p>	<p>2026 年度向特定对象发行股票</p>	<p>募投项目“乐园及景点建设运营项目”拟在取得运营权的乐园及景点项目所在地,对公司通过租赁场地或取得现有乐园或景点运营权的 7 个项目进行建设及运营升级。截至本回复出具之日,已确定“华南区域大型 2”1 个项目选址及合作,已洽谈 3 个项目,其他项目已确定选址区域范围</p>
--------------------------	-------------------------	---

目前,国内文旅游乐项目存量充足,运营权取得难度较低;且大量中小乐园因业态雷同停业空置,亟待转型升级。文旅消费行业已告别野蛮扩张阶段,从增量开发转向优质点位存量争夺。公司具有系统化的选址模型和丰富的项目运营管理经验,具备按照募投项目进度安排完成具体实施的能力,亟需本次募集资金到位后,继续推进募投项目的实施。具体分析如下:

(1) 以租赁经营权或场地方式实施募投项目,项目实施流程不存在实质障碍

以租赁取得运营权或场地的方式实施乐园运营项目,通常流程为:①发行人基于项目选址模型,进行意向项目考察与评估(3-6个月);②通过商务谈判或招投标等方式与运营权出租方达成运营权或场地租赁协议(1-2个月);③项目内容设计与策划(1-2个月,与②同步开展);④场地拆改、装修、设备安装及其他配套工程(3-9个月);⑤试业、开园(1-2个月)。

根据国家发改委《企业投资项目核准和备案管理办法》〔2017年2号令〕、《广东省政府核准的投资项目目录(2017年本)》、《关于规范主题公园建设发展的指导意见》(发改社会规〔2018〕400号)等相关规定,发行人前述募集资金投资项目不属于主题公园范畴,不在投资项目核准目录范围。根据《中华人民共和国环境影响评价法》以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》(2021

版), 城市公园、植物园、村庄公园项目无需进行环境影响评价。

发行人已成功实施运营包括中山紫马岭小马森林乐园、中山沙溪小马亲子成长乐园、衡阳市大雁文创园等多个乐园项目, 根据历史同类项目经验, 此类乐园项目的实施流程不存在实质障碍。

(2) 募投项目进度符合乐园运营业务的行业惯例

根据文旅行业投资运营惯例, 文旅项目租赁场地运营权供应量充足, 故项目资金筹措通常早于项目具体选址及租赁合同签订。为避免后续募投项目具体实施时可能出现因缺乏资金导致的项目实施风险, 行业内企业一般会在确定所有乐园项目的具体选址之后才进行融资决策安排, 发行人本次募投项目规划具备合理性。

公司若未在充分评估意向项目前仓促选址、预付定金, 极易在行业竞争环境中选错区位, 面临周边新增竞品分流客流、商圈客流不及预期、场地租金溢价过高等损失; 根据项目实施进度安排分批推进项目实施, 公司可持续动态筛选市场闲置优质场地, 避开过剩区域劣质标的, 从源头控制项目投资亏损风险, 保护上市公司及中小投资者利益, 符合募集资金专款专用、审慎投资的监管导向。

(3) 老旧乐园存量出清带来供给红利

根据国家统计局数据, 截至目前我国存量城市公园数量超过 2.8 万个。城市公园具备园林景观和服务设施, 除园林绿化以外一般还向公众提供休闲游憩、

健身娱乐等功能，配备游乐园等配套服务设施。2024年以来，国家及地方相关政策密集出台，为城市公园活力运营定调、松绑、赋能，推动公园建设管理从“建管并重”向“建管营一体化”转型，引导公园向主动运营、多元复合、社会共治转变，为运营探索提供支撑，助力民生幸福与城市更新。住建部2024年施行的《城市公园管理办法》明确鼓励社会力量参与公园运营，支持草坪、林下等空间开放共享，打破政府单一供给的传统模式。如北京朝阳公园作为城市核心区大型公园，积极探索“生态+文化+商业”融合模式，引入泡泡玛特乐园、阿派朗创造力星球等潮玩与AI亲子业态，让公园从单纯休闲绿地转变为城市消费新地标。

目前，国内存在大量设备老旧、环境不佳、经营不善的城市乐园关停退租，优质点位、闲置项目持续释放，市场供应量充足。结合国家大力推进的城市更新政策红利、存量出清带来的租金下行、场地谈判议价空间提升，将为本项目的实施持续创造有利条件。

(4) 乐园选址尽调、磋商落地周期可预期

中小型城市乐园、商业配套乐园选址流程轻量化、落地效率高，完整选址研判和商务洽谈周期较短，不存在长期占位锁址的刚性需求，亦不存在提前自筹投入的客观必要性。

①选址尽调耗时可控：乐园选址主要评估商圈客流、周边常住人口、交通配套、租赁条件、竞品分布等因素，依托公司现有业务团队以及成熟的乐园选址与策划模型，单点位实地摸排、数据测算仅需较短周期即可完成全维度研判。

②运营权/场地签约弹性充足：当前乐园场地出租方受同质化竞争影响，空

置场地去化压力大，设施更新积极性高。公司通过前期实地考察，正在持续储备备选选址、完善项目评估与策划，未来签约落地周期可预期。

3、本次募投项目的实施，助力公司发挥竞争优势，适应文旅消费市场变化趋势

公司已具备实施本次募投项目所需的人员、技术、市场等资源储备以及运营管理经验基础，募投项目的实施不存在重大不确定性。本次募投项目的实施，能够助力公司发挥竞争优势，适应文旅消费市场变化趋势，具体分析如下：

（1）文旅市场结构性调整为行业带来创新需求和新动能

全球及中国文旅市场在经历了过去几年的结构性调整后，全面步入以品质为核心、以价值为导向的高质量发展新阶段，需求结构与产业逻辑正发生深刻变革，驱动供给端实现系统性升级与创新。一方面，“情绪价值”成为市场新引擎，文旅消费从“有内容”向“有体验、有情感”转变，从“门票经济”向“体验经济”转型，装备的核心价值从“机械运动”向“体验生成”跃迁。另一方面，数字技术加速渗透，人工智能、大数据、虚拟现实等技术深度融入体验与管理全链条，成为效率提升与体验创变的核心工具，文旅场景正借助科技手段进行迭代升级，构建起多元共生的产业新生态。“文旅+”融合发展催生了丰富的应用新场景、新业态与新模式，为文旅项目开辟了广阔的市场空间，注入了长期增长动能。

（2）公司独特的产业优势和文旅投资运营模式高度契合文旅消费市场

在文旅市场结构性调整的背景下，传统以机械运动为主的游乐逻辑对游客

的吸引力逐步减退，游客对情绪价值和游玩体验的重视程度大幅提升，传统的文旅地产运营管理模式已经难以匹配现如今的文旅消费模式，对传统乐园的升级迭代需求和管理运营需求应运而生。

经过多年布局与发展，公司形成了既有文旅装备制造又有文旅运营服务的独特产业优势，将制造融于服务，以服务驱动制造，实现“制造+服务”协同互促。报告期内，公司继续加力做强游乐投资运营业务，进一步完善项目投资及运营管理机制，优化整体资产结构和资源配置；结合游客需求深化核心自营项目的精细化运营管理，通过线上“内容+社群+促销”矩阵、线下周边优质资源联动等多种方式推动项目良性循环；借助自营项目的“活展厅”打造良好的产品展示窗口，根据实际运营情况加速产品迭代，通过创新产品优先投放赋能运营升级。先进文旅装备制造业和现代游乐服务业双轮驱动发展战略的优势，恰当契合当今文旅消费市场“常玩常新”的产品迭代需求，和以“情绪价值”为核心的内容创新需求。

公司凭借过往在中小型乐园的深入实践与积极探索，持续积乐园建设及差异化运营的成功经验，逐步形成了成熟的项目选址模型，并在实践中持续优化完善。通常，公司基于项目选址模型，在热点文旅城市中精选稀缺文旅资源，在取得项目运营权后，围绕项目稀缺的文旅资源属性，根据文旅投资运营团队对项目的构想，对原有乐园进行系统性改造，包括拆除老旧设备或更新改造、引入新设备和新玩法、结合在地文化引入适当 IP 和品牌设计、入驻运营管理团队并注入运营经验，从而实现全方位提升。因此，过往项目的客流量数据已不

具备参考价值。

(3) 公司运营管理团队形成了成熟的项目选址模型，并结合运营经验和市场环境持续优化

公司运营管理团队形成了成熟的项目选址模型，遵循项目投资六步框架：

①项目背景

围绕项目用地指标、合作模式、项目定位与预设投资目标完成选址前置铺垫。

②项目研判

A、依托 PEST 宏观环境分析法，即政治因素、经济因素、社会因素、技术因素，围绕乐园运营的重点关注因素进行宏观环境分析，包括区域行政组成、人口、经济实力和消费力、气候、旅游情况、有利因素和不利因素、城市发展趋势（规划、经济导向）、营商环境、民风民情等。

B、行业环境分析，即行业竞争分析、供给端分析，对当地文旅竞争态势进行分析，包括行业项目的数量、分布、代表性项目的规模（体量）及业态、品质等基本特征。

C、行业需求分析，包括主要消费者群体、消费者数量（市场容量）、消费者分布、消费者的消费行为（偏好、价格敏感度、产品要求等）、消费需求趋势。

D、选址分析，结合客源三级圈层理论，对项目所在地的现状条件分析，包括区位、交通、地形地貌、配套资源（停车场等）、资源覆盖状况（人口、商

业等)。

E、竞争者分析，根据选址及项目方向，明确竞争者（排序），分析竞争者具体情况，包括规模、业态、价格、盈利模式、投资效益等基本情况、核心竞争力、弱项；进行内部分析，包括自身基本情况、SWOT 分析等。

F、初步确定市场研判结论，分析项目的可行性及机会点，并根据投资策略，寻找对标案例的测算模型，确定总的市场容量和可以参与的市场容量（取值有对标案例参考）、投资估算，检验投资策略是否满足投资标准。

③项目策划

A、项目定位，从多维度剖析项目，包括总体定位、形象定位、发展定位、市场定位（年龄群体、市场区域、市场渠道、市场容量）。

B、项目开发策略，明确价值主张和总体开发策略/思路，包括品牌主题、业态定义、设备选型、环境氛围、规划设计、经营管理。

C、项目盈利模式与盈利策略，明确结合自身优势或核心竞争力，结合属地客群与地块资源特征分析盈利模式重心、关键业务环节、可能面临的难点和应对措施。

D、初步财务分析，结合市场容量测算、经营总结/对标案例，确定测算模型、关键假设、取值依据，并进行决策分析。

E、完成初步方案设计、项目发展规划。

④项目投资效益

制定投资预算，预测经营效益，安排资金规划，测算项目投资效益，并对品牌增值等协同效益分析。

⑤项目风险与控制

结合法律、法规、规章制度、行业政策和在地文化等因素，从经营、融资、法律、政治、技术五个维度排查风险因素。

⑥项目结论

综合上述分析，设定开发目标，包括建设内容、成本控制、安全管理、时间目标、质量目标、工艺目标，并由主管领导主持完成项目方案评价、评审建议。

公司结合国内外行业先进经验，以及客源三级圈层、PEST 宏观分析法、SWOT 竞争分析等基础理论，根据公司运营管理情况制定了项目选址模型，并在运营管理过程中不断积累管理经验，根据市场环境持续优化。

（二）结合文旅投资运营业务毛利率下降的情况，说明本次募投项目实施的必要性

报告期内，公司文旅投资运营业务毛利率情况如下：

单位：万元

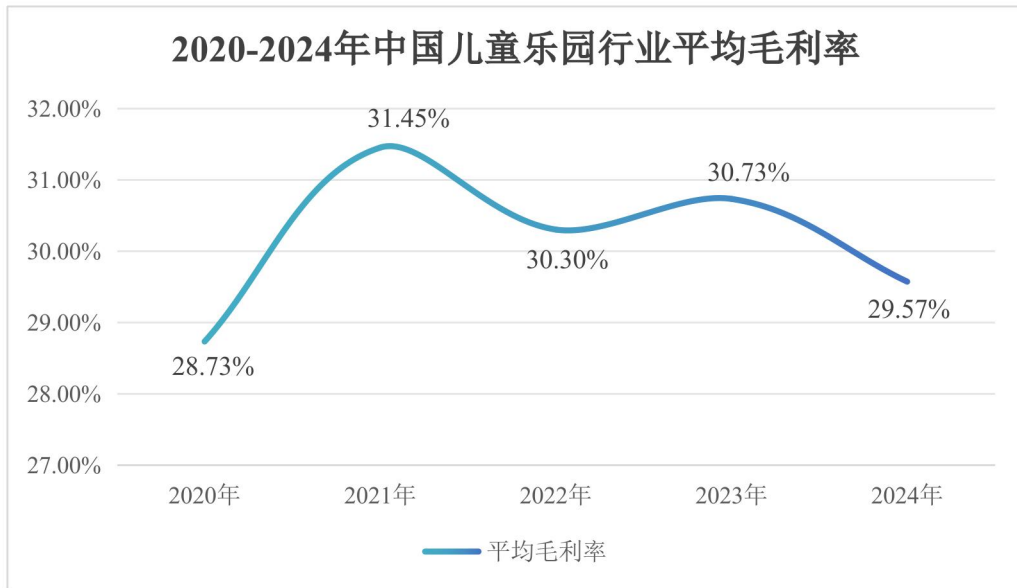
项目		2026年1-3月	2025年度	2024年度	2023年度
文旅投资运营业务	主营业务收入	798.41	5,831.90	5,040.90	1,975.06
	毛利率	10.76%	19.57%	30.19%	32.90%

报告期内，公司文旅投资运营业务收入规模大幅增长，毛利率有所下降，2025年及2026年1-3月毛利率下降较多。2023年开始，公司乐园运营项目逐步投入运营，该类业务收入规模逐步提升。由于文旅投资运营业务的营业成本主要由场地营运人员工资薪酬、设备折旧费用、场地租赁费用、水电费等为维持项目正常经营所需的必要开支组成，固定成本占比较高，毛利率主要受客流量变动影响。2025年和2026年1-3月，公司文旅投资运营业务毛利率下降，主要原因参见问题1回复之“一、（二）2、文旅投资运营业务毛利率下降的原因”的回复。

公司本次募投项目实施具有必要性，具体体现在以下方面：

1、公司文旅投资运营业务尚处于发展期，毛利率受个别项目客观因素影响出现短期下滑，随着业务规模扩大，毛利率逐步回升至行业正常水平

公司文旅投资运营业务尚处于发展期，毛利率受个别项目客观因素影响出现短期下滑。根据观研报告网数据，从平均毛利率来看，目前我国儿童乐园行业整体平均毛利率约在30%左右。



数据来源：观研报告网

本次募投项目是结合公司历史运营经验及竞争优势，对拟运营乐园项目全面优化升级，公司将根据市场需求新趋势，深挖在地文化内涵，结合先进科技推动文旅产业与文化、教育、体育等业态深度协同，实现多项目规模化布局与专业化运营，构建差异化核心竞争优势。通过本次募投项目的实施，公司将从以下三个方面增强文旅投资运营项目的品牌效应和市场竞争能力，从而提高经济效益。

(1) 公司将在乐园运营项目中引入文旅文娱机器人、配置虚拟沉浸式游乐项目等自产游乐设施。一方面，通过引入前沿科技元素，增强乐园的可玩性；另一方面，公司在提升成本控制优势的同时，可以根据市场需求和运营反馈进行快速迭代和优化，提升乐园新鲜度，合理规划乐园初始投入、后续内容更新与产品迭代节奏，提高游客对乐园的长期“新鲜感”。

(2) 公司将在乐园运营项目中引入园区级别 IP 合作，对乐园进行场景化包装，同步升级乐园环境、主题场景与商业业态，打造科技感和文化氛围兼具的游玩环境，从而提升游乐园的独特性和吸引力，更好地满足游客的多元化需求；此外，通过优化商业服务机制，完善园内餐饮、衍生品、零售商店等业态联动，可以提升二次消费占比，改善收入结构，增强抗风险能力。

(3) 随着公司文旅投资运营业务规模的提升，公司将进一步提升运营管理效率，优化运营管理模式，综合提升品牌影响力。从运营和宣发角度，加强营销推广力度，提高营销和活动策划预算，综合运用短视频、直播等潮流形式实现引流；提升活动策划能力，从多样性、互动性、沉浸度等多个角度提升乐园的玩法多样性和新鲜度，从而实现复游率和传播度。

因此，公司游乐投资运营业务尚处于发展期，毛利率受个别项目客观因素影响出现短期下滑。随着募投项目的实施业务规模扩大，公司将进一步提升乐园运营效率、区位多样性、品牌效应和市场竞争能力，增强整体业务抗风险能力，毛利率将逐步回升至行业正常水平。因此，公司进一步投资运营业务具有必要性。

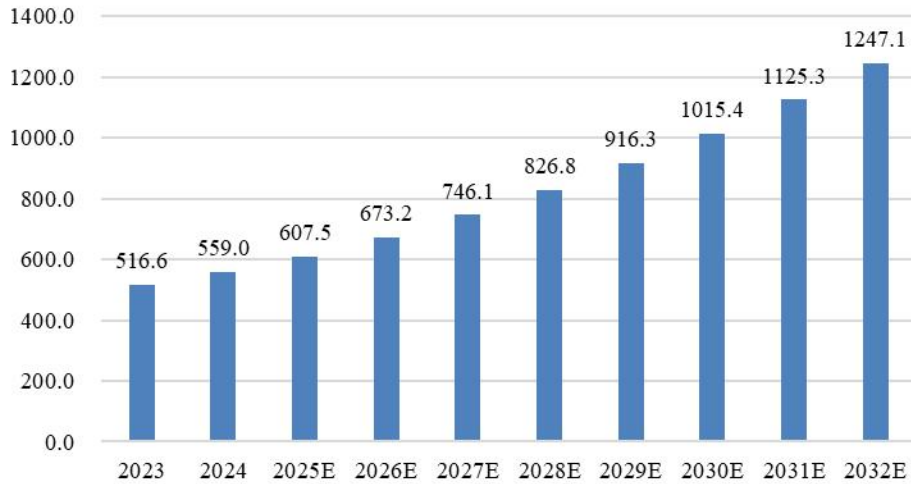
2、市场发展趋势结构性调整，本项目实施有助于公司文旅投资运营业务提升市场吸引力，响应市场需求

(1) 乐园市场复苏，市场进入结构性调整期

根据 Fortune Business Insights 调研数据，2024 年，全球主题乐园市场规模为 559.0 亿美元，预计市场将从 2025 年的 607.5 亿美元增长至 2032 年的 1,247.1 亿美元，期间年均复合增长率约为 10.82%。这一增长不仅源于游客量的恢复，更得益于全球领先乐园通过提高票价、优化二次消费结构（餐饮、商品、酒店）所带来的人均消费提升。

2023-2032年全球主题乐园市场规模（亿美元）

数据来源：Fortune Business Insights



根据中国主题公园研究院公布的《2025 中国主题公园竞争力评价报告》，主题公园行业进入结构性修复期，各大品牌普遍强化收益管理、二次消费开发与游客满意度提升，推动“客单价提高、停留时间延长、复购率上升”的结构性改善。当前国内游乐园市场正面临显著的结构性错配，需求端持续升级与供给端优质项目不足之间的矛盾日益尖锐。从需求侧看，随着居民消费理念从“功能性满足”向“情感性消费”转变，亲子微度假、沉浸式文旅、社交打卡等“小而美”场景需求快速增长，市场亟需具备强 IP 叙事、精细化运营及高复游率的高品质项目。然而，供给侧长期陷入简单堆砌设备、套用同质化主题，缺乏原创 IP 叙事能力与持续运营投入，导致文旅项目有效供给不足。

（2）高质量主题乐园投资持续加码

中国市场是全球复苏与增长的主要引擎。根据中国主题公园研究院统计数据，尽管行业内仍有部分公园面临经营压力，但整体呈现爆发式增长。数据显示，2023年中国重点主题公园共接待游客 1.30 亿人次，实现累计营业收入 303.89 亿元人民币，同比分别增长 71.05%和 97.86%，显示出主题乐园行业迅速恢复正常运营并展现出强劲的发展动力。2024 年，中国重点主题公园共接待游客 1.27 亿人次，营业收入 292.52 亿元人民币，与同期基本持平。2025 年，中国主题公园市场预计将有小幅度增长，本土品牌有望迎来高速发展期，科技与文化的深度融合将成为主流，个性化和沉浸式体验将成为主流需求。

根据中国主题公园研究院公布的《2025 中国主题公园竞争力评价报告》，每 1 元主题公园直接消费可带动约 18.8 元综合消费，涉及交通、住宿、餐饮、零售等多个领域。随着城市群间文旅协同机制的深化，主题公园经济正从“空间集聚”向“价值共创”转变，成为区域文旅产业链延伸与经济循环的重要支点。

目前，中国乃至世界范围内高质量乐园投资持续加码。2025 年，国内主题乐园运营商如欢乐谷、华强方特、海昌海洋公园等持续扩张主题乐园运营版图，其中：华侨城签约市场化项目 7 个；华强方特落地科技馆和园区项目 10 个。此外，国际 IP 主题公园项目密集传出消息，其中：2025 年 2 月，锦江国际集团宣布与华纳兄弟探索集团签署合资框架协议，将共同开发“哈利波特制片厂之旅”项目；2025 年 3 月，全球规模最大、亚洲首个小猪佩奇户外主题乐园宣布将于 2027 年在上海崇明长兴岛开放；2025 年 4 月，环球影城宣布筹建英国乐园；2025 年 5 月，迪士尼宣布筹建阿布扎比乐园；2025 年 6 月，上海乐高乐园开始试运营。

（3）儿童友好城市、大规模城市更新、持续性扩大内需的必然选择与政策支持

①需求端，我国文旅消费市场潜力巨大

从需求端来看，文旅消费作为服务消费的重要组成部分，是国家长期支持和鼓励方向，也是我国消费转型升级的重要方向，在推动经济高质量发展中发挥重要作用，是贯彻落实党中央、国务院决策部署，更大力度提振消费、扩大内需的必然选择。

根据国家发展改革委、国务院妇儿工委办公室《关于在全社会推进儿童友好建设的意见》，公共设施建设充分体现儿童友好理念。在教育、托育、医疗卫生、文化体育、儿童福利等涉及儿童的公共服务设施和公共空间建设中，营造符合儿童身心发展需要的空间和环境。以公共服务设施、公园绿地、出行环境等为重点，推进公共空间适儿化改造，增补儿童运动、游乐、休憩、校外实践等场所和设施，建设安全健康、舒适便利、功能完善、趣味特色的儿童友好城市空间。推广儿童友好“街区+”、“社区+”、“公园+”建设模式，用好街头转角等空间，优先嵌入儿童服务设施和活动场地，推动城乡社区和城市公园设置必要的儿童游憩活动设施，逐步实现街区、社区、公园儿童友好空间全覆盖。

当前，我国居民消费率约 40%，与发达国家相比仍有 10-20 个百分点的差距，特别是服务消费占比偏低，我国消费的增长空间巨大。2025 年 9 月，商务部等 9 部门印发《关于扩大服务消费的若干政策措施》的通知，鼓励开展消费新业态新模式新场景试点城市建设。积极发展首发经济，推动创新和丰富服务消费场景，支持优质消费资源与知名 IP 跨界合作，打造一批商旅文体健融合的消费新场景，培育一批新型消费龙头企业。2026 年 4 月，国新办举行“开局起步”十五

五”系列主题新闻发布会，国家发改委明确提出要着力扩大国内有效需求，制定2026年-2030年扩大内需战略实施方案，“十五五”规划纲要明确提出要推动居民消费率明显提高。

目前，我国的超大规模市场优势还没有充分发挥出来，扩大消费，特别是服务消费潜力巨大。下一步将深入实施提振消费专项行动，使居民有稳定收入、能消费、敢消费、愿消费。随着消费的重要性日益凸显，越来越多的地方都意识到“乐园经济”在提振消费上的重要价值，乐园已成为一个重要的消费基础设施。中国主题公园研究院数据显示，主题公园每1元的收入能够带动城市3.8元的收入，从而拉动上下游产业6元至15元的收入。

②供给端，大规模城市更新为破解文旅结构性短板提供了契机

从供给端来看，大规模城市更新为文旅供给优化提供了核心载体，而文旅供给的升级完善，更是承接扩大内需战略、匹配消费升级需求的关键支撑，二者形成双向赋能、协同发力的良性循环，同时政策层面的精准引导的支持，为供给端改革提供了清晰路径与坚实保障。

当前，我国城市更新已从“拆改修”的粗放式推进，转向“补短板、优功能、提品质”的精细化发展阶段，城市闲置空间盘活、老旧厂区活化、公共场景升级成为重点方向，而乐园作为集休闲娱乐、文化体验、社交互动于一体的消费场景，恰好契合城市更新的核心需求，成为盘活存量空间、丰富城市功能的重要抓手。当前文旅供给端仍存在结构性短板，与居民日益升级的消费需求不相匹配，主要体现在供给同质化严重、优质内容供给不足、场景融合度不高、数字

化赋能不够等方面，而大规模城市更新恰好为破解这一短板提供了契机。通过对城市空间的重构与功能的完善，推动乐园等文旅项目向精细化、品质化、多元化转型，实现“供给适配需求、需求牵引供给”的良性循环，进而助力扩大内需战略落地。

综上所述，随着全球主题公园市场的复苏，高质量主题乐园投资持续加码，城市更新与扩大内需政策的长期支持，公司本次募投项目“乐园及景点建设运营项目”所属行业具有广阔的市场前景，正迎来较为确定的增长期。本项目的实施，有助于公司进一步扩大游乐投资运营项目的业务规模，增强公司运营乐园项目的文化内核与科技创新水平，提升游乐项目的市场吸引力，从而响应快速发展的市场需求。因此，公司进一步投资运营业务具有必要性。

（4）受益于公司在文旅装备制造领域的独特优势，实施先进文旅装备制造和现代游乐服务业“双轮驱动”发展战略有助于发挥协同效应，增强整体竞争力

公司在文旅装备制造领域的独特优势，正积极以“文化+科技”赋能文旅、文娱产业升级。在制造端，公司是国内领先的文旅装备供应商，产品涵盖 13 大类大型游乐设施、8 大系列虚拟沉浸式游乐项目以及多系列文旅文娱机器人产品；在文旅运营端，公司已在多地落地亲子乐园、游乐嘉年华等自营项目。本项目的实施，精准契合文旅市场品质化、体验化消费趋势，是践行公司长期发展战略、抢占未来市场份额的必然选择。

本项目的实施，将促进公司两大业务板块协同，增强品牌影响力，提升整

体市场竞争力，具体体现为：

①通过引入文旅文娱机器人、配置虚拟沉浸式游乐项目等自产游乐设施，一方面，通过引入前沿科技元素，增强乐园的可玩性；另一方面，公司在提升成本控制优势的同时，可以根据市场需求和运营反馈进行快速迭代和优化，提升乐园新鲜度，减少因设备更新换代带来的资金成本和时间成本。

②乐园及景点建设运营项目还将强化公司的品牌影响力。多项目规模化布局，可以使公司的品牌在更多地区获得市场认知和认可，增强品牌在各地区的市场影响力。通过打造标杆项目，公司可以提升品牌在文旅行业的认知度和美誉度，为后续的市场拓展奠定基础。这对于公司实现“打响全球品牌知名度”的发展目标具有重要意义。特别是在市场竞争日益激烈的背景下，品牌影响力的提升可以为公司赢得更多的市场机会和客户信任，从而获得更大的市场份额。

③自营乐园项目可以作为公司文旅装备产品的展示窗口和试验田，通过实际场景应用加速产品迭代优化，促进文旅装备制造业务订单提升。同时，通过乐园运营的实际反馈，公司可以更好地触达终端消费者，直接了解市场需求和用户体验，从而推动文旅装备产品设计和功能的持续改进，形成运营与制造的良性互动。这种板块协同效应可以使公司的整体竞争力得到提升，实现“1+1>2”的效果。因此，本次募投项目实施具有必要性。

（三）说明该项目营业收入、成本费用等关键指标的测算过程及依据，并结合发行人同类业务、同行业可比公司及项目情况，说明预计效益的可实现性

本项目效益测算的关键财务指标如下：

单位：万元

项目	明细项目	建设期			运营期						
		第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年	第7年	第8年	第9年	第10年
营业收入	门票	-	1,890.00	5,900.00	10,630.00	12,600.00	12,600.00	12,600.00	12,600.00	12,600.00	12,600.00
	二次消费	-	189.00	678.50	1,381.90	1,827.00	1,827.00	1,827.00	1,827.00	1,827.00	1,827.00
	商铺临时租赁	-	58.80	147.00	235.20	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00	294.00
营业成本	直接燃料和动力	-	116.58	370.30	665.17	788.61	788.61	788.61	788.61	788.61	788.61
	直接薪酬	-	648.90	1,782.32	2,764.60	3,376.53	3,376.53	3,376.53	3,376.53	3,376.53	3,376.53
	折旧与摊销	-	513.35	1,396.47	1,766.25	1,766.25	1,766.25	1,754.15	1,729.26	1,716.49	1,716.49
	使用权资产折旧	360.59	851.31	851.31	851.31	851.31	851.31	851.31	851.31	851.31	851.31
	二消商品成本	-	122.85	441.03	898.24	1,187.55	1,187.55	1,187.55	1,187.55	1,187.55	1,187.55
	平台销售服务费	-	56.70	236.00	531.50	630.00	630.00	630.00	630.00	630.00	630.00
	劳务费	-	70.55	221.94	404.15	485.79	485.79	485.79	485.79	485.79	485.79
	其他费用	-	128.27	403.53	857.30	1,177.68	1,177.68	1,177.68	1,177.68	1,177.68	1,177.68
期间费用	销售费用	-	404.95	1,154.85	824.30	1,000.10	1,000.10	1,000.10	1,000.10	1,000.10	1,000.10
	管理费用	55.25	156.83	339.70	518.12	632.07	632.07	632.07	632.07	632.07	632.07
	财务费用	158.42	359.63	325.01	288.66	250.48	210.39	168.29	124.08	77.65	28.90
所得税费用	-	-	-	-	-	339.17	605.12	618.67	635.95	650.75	662.94
净利润	-	-574.71	-1,293.84	-871.51	1,716.34	2,041.23	1,815.37	1,856.02	1,907.84	1,952.24	1,988.81

本项目关键指标的测算过程及依据如下：

1、说明该项目营业收入、成本费用等关键指标的测算过程及依据

(1) 营业收入测算

本项目营业收入测算主要由门票收入、二次消费收入以及园内临时租赁收入构成，具体如下：

① 门票收入

门票收入按照预计销售单价乘以预计销量进行测算,即门票收入=门票价格

*门票销量

上述测算依据参考同一地理分区、相似规模、相似类型乐园/景点项目的市场水平,对比如下:

A、华南地区

乐园名称	规模 (m ²)	门票价格 (元/张)	年客流量 (万人次)
广州欢乐舟主题乐园	30,000	98	20
广州钧明欢乐世界	18,000	138	300
珠海星奇塔无动力世界	65,000	129	50
珠海海泉湾神秘岛主题乐园	34,000	98	300 (海泉湾度假区)
深圳恒远海立方环游城	10,000	139	10 (开业首月数据)
三亚丝路欢乐世界	118,700	128	50
本募投项目	20,000	100	15
	30,000	120	20
	61,000	120	25

注:各乐园规模、门票价格、年销量数据主要来源于票务网站、票务 app、微信公众号、官网宣传资料等,下同

B、华东地区

乐园名称	规模 (m ²)	门票价格 (元/张)	年客流量 (万人次)
上海耀雪水世界	29,000	159	100
苏州乐园糖果世界	12,000	99	60
南京弘阳未来世界	100,000	95	180 (开业 2 个月数据)
杭州宋城烂苹果乐园	30,000	140	50
杭州开元森泊水乐园	25,000	208	30
本募投项目	20,000	100	15

	35,000	120	20
--	--------	-----	----

C、华中地区

乐园名称	规模 (m ²)	门票价格 (元/张)	年客流量 (万人次)
长沙湘江水上乐园	80,000	299	30
株洲云龙水上乐园	100,000	199	20
武汉 WS 梦乐园	50,000	215	100
武汉城建开元森泊	28,000	164	50
洛阳 SoReal 洛阳未来城科幻乐园	17,500	134	60
本募投项目	15,000	90	10

根据上表，由于不同主题乐园所在地的经济发展状况、在地文化、目标消费群体、游乐模式、设备类型等各因素均有不同，因此门票价格和销量均有所差异。公司在结合同一地理分区、相似规模、相似类型乐园/景点项目销售情况的基础上，基于谨慎性原则，预测本募投项目拟运营乐园/景点项目的收入情况，预测数据处于可比范围内。

②二次消费收入

根据艾媒咨询研究报告，相较于国际知名主题公园如迪士尼、环球影城等，中国大部分主题公园所涉及的产业链条短，收入结构相对单一，产品附加值较低。国内主题公园的门票收入占总收入比例约 70%，而国外大型主题公园的门票/零售/餐饮的比例大致为 3:3:4。

本募投项目建设的核心内容，包括新建/升级各类游乐设备，配置文旅文娱机器人，结合 IP 主题对乐园进行场景化包装，以及对乐园商业业态进行补充优化及品质提升等，上述举措均能够有效提升乐园或景点对年轻客群及家庭客群

的吸引力，增加游客的停留时间和二消频次。

根据华强方特 2017 年披露的定向发行说明书，其 2016 年前十名乐园项目运营公司的二消收入占门票收入的比例平均值为 25.42%，近年来，伴随文旅消费市场的结构性调整，主题乐园二消收入占比逐步提升，如珠海长隆飞船乐园的二消收入占比达到 48%、上海影视乐园的二消收入占比达到 41%。本募投项目的效益预测中，基于谨慎性考虑，仍按照传统乐园二次消费收入占门票收入的常规比例 10%-14.5%测算。

③园内临时租赁收入

主题乐园商铺通常采用的租赁模式包括纯固定租金、流水抽成、保底+抽成形式，此处基于谨慎性原则，按照固定资金模式测算园内临时租赁收入，即园内临时租赁收入=临租摊位数量*年租金

基于谨慎性考虑，此处采用常规小型摊位 40-50m²，年租金 4.80 万元-6.00 万元，其中小型/中型/大型乐园分别拥有 5/8/15 个临时铺位进行测算，达产后园内临时租赁收入为 294.00 万元，占总收入比例约为 2.00%，占比较低。

根据产权交易中心、文旅公司官网等渠道取得的公开信息，部分相似类型主题乐园/景点的铺位租金价格如下：

乐园名称	面积 (m ²)	价格 (万元/年)	租金单价 (元/m ² /天)
长沙市生态动物园	20.00	3.12	4.27
苏州市虎丘山风景名胜区	30.69	7.00	6.25

泰州市姜堰区溱湖风景区	31.80	5.80	5.00
淮安市龙宫海洋世界	36.54	6.67	5.00
本募投项目	40.00	4.80	3.29

根据上表，由于不同主题乐园所在地的经济发展状况、在地文化、目标消费群体、游乐模式、设备类型等各因素均有不同，出租摊位的位置、大小、客流量亦有所不同，因此租赁价格有所差异。公司在结合相似地理分区、相似类型乐园/景点项目租赁情况的基础上，基于谨慎性原则，预测本募投项目园内临时租赁收入，预测数据处于可比范围内，且相对谨慎。

(2) 营业成本测算

本项目营业成本测算包括直接燃料和动力费、直接薪酬、折旧与摊销、使用权资产折旧、二消商品成本、平台销售服务费、劳务费及其他费用。具体测算依据如下：

项目	测算过程及依据
直接燃料和动力费	主要由水费、电费构成，综合考虑拟运营乐园规模、投入设备情况、淡旺季情况、历史经验、达产进度等因素进行测算
直接薪酬	主要由乐园运营人员的薪酬构成，直接薪酬=直接运营人员年平均数量*年平均薪酬。直接运营人员数量综合考虑拟运营乐园规模、投入设备数量、淡旺季情况等，结合公司乐园运营的历史经验、募投项目各乐园达产进度等因素确定
折旧与摊销	主要由配套基建、设备的折旧摊销构成，根据配套基建与设备投入金额、达产进度等因素，按照公司的固定资产折旧政策进行测算。投入的配套基建与设备投入情况参见本问题回复之“五、（一）3、乐园及景点建设运营项目”
使用权资产折旧	主要由取得的乐园及景点运营权的摊销构成，根据乐园面积及市场公允的租赁价格、达产进度，确定使用权资产金额，按照公司的无形资产摊销政策进行测算。取得运营权的使用权资产情况参见本问题回复之“五、（一）3、乐园及景点建设运营项目”
二消商品成本	参照行业内二消商品毛利率情况，及公司现有乐园二消毛利率情况，对二消商品成本按照 35% 毛利率进行测算

项目	测算过程及依据
平台销售服务费	主要由抖音、美团等平台销售服务费构成，随着募投项目达产、门票收入在运营期内逐步提升，按照平台门票收入 3-5% 的抽成比例进行测算
劳务费	主要由乐园运营使用的兼职运营人员薪酬构成，参照历史经验，按照总收入的 3.30% 进行测算

(3) 期间费用测算

本项目期间费用主要由销售费用、管理费用、财务费用构成。具体测算依据如下：

项目	测算过程及依据
销售费用	主要由销售人员薪酬、营销推广费构成，综合考虑历史经验情况、达产进度等因素进行测算。从运营和宣发角度，加强营销推广力度，提高营销和活动策划预算，综合运用短视频、直播等潮流形式实现引流；提升活动策划能力，从多样性、互动性、沉浸度等多个角度提升乐园的玩法多样性和新鲜度，从而提升复游率和传播度。本项目测算的达产当年的销售费用率为 6.79%。
管理费用	主要由折旧与摊销费、管理人员薪酬构成，综合考虑历史经验情况、达产进度等因素进行测算。随着业务规模的提升，系统性规划、整合运营管理团队，提升运营效率和运营协同性。本项目测算的达产当年的管理费用率为 4.29%。
财务费用	主要为未确认融资费用，综合考虑拟取得运营权区位、达产进度等因素，按照公司对于使用权资产和租赁负债的会计政策进行测算。取得的运营权情况参见本问题回复之“五、（一）3、乐园及景点建设运营项目”。本项目测算的达产当年的财务费用率为 1.70%。

综上所述，本项目的营业收入、成本费用等关键指标的测算过程完成，相关依据充分，测算结果具有谨慎性，预计效益的可实现性较高。

2、结合发行人同类业务、同行业可比公司及项目情况，说明预计效益的可实现性

本项目达产后毛利率与同类业务、同行业可比公司对比如下：

公司简称	业务类别	最近三年平均毛利率/运营期毛利率
华强方特（834793）	文化科技主题公园-主题公园运营	33.97%
海昌海洋公园（HK.02255）	-	22.61%
大连圣亚（600593）	景区经营	60.78%
金生游乐（NASDAQ: GDHG）	儿童乐园、大型主题游乐园、水上游乐园、游乐项目	51.91%
平均值	-	42.32%
金马游乐	文旅投资运营项目	27.55%
本募投项目	乐园及景点建设运营项目	30.28%

最近3年，公司文旅投资运营业务的平均毛利率为27.55%，公司同行业可比公司相似业务的毛利率平均值为42.32%。本募投项目达产后当年的毛利率约为30.28%，系根据募投项目的规划情况及市场情况综合测算得到。本次募投项目拟通过新建改造全面提升公司文旅投资运营业务服务，打造新一代“文化+科技”乐园景点，该项目在选址规划、目标客群、销售与运营方面与现有业务相比要求更高，经济附加值相应提升。该项目毛利率处于同行业可比公司的可比范围内，略低于行业平均水平。

综上所述，预计效益具有可实现性。

（四）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师执行了下述核查程序：

（1）获取发行人《广东金马游乐股份有限公司2026年度向特定对象发行

股票预案》、可行性研究报告，了解募投项目规划情况；

(2) 访谈发行人董事长、文旅投资运营业务负责人，了解募投项目的具体细节，包括选址情况、选址模型等，了解公司现有文旅投资运营业务情况；

(3) 访谈财务负责人、文旅投资运营业务负责人，了解文旅投资运营业务毛利率下降的主要原因，了解募投项目的效益测算过程及依据；

(4) 获取发行人关于本次募投项目的可行性研究报告及项目测算表，评估效益测算的合理性；

(5) 查阅关于主题乐园行业、文旅设备更新相关行业政策，查阅主题乐园行业研报，评估募投项目可行性；

(6) 查阅同行业可比公司年度报告，分析募投项目测算合理性；

(7) 查询同类型乐园门票、客流量、规模等数据，评估募投项目预计效益可实现性。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

(1) 截至本回复出具之日，发行人已确定“华南区域大型 2”1 个项目的选址及合作，已洽谈 3 个项目，其他项目已确定选址区域范围；

(2) 公司本次募投项目实施具有必要性，具体体现在：①公司文旅投资运营业务尚处于发展期，毛利率受个别项目客观因素影响出现短期下滑，随着业务规模扩大，毛利率逐步回升至行业正常水平；②市场发展趋势结构性调整，本项

目实施有助于公司文旅投资运营业务提升市场吸引力，响应市场需求；

(3) 本募投项目营业收入、成本费用等关键指标的测算过程合理，依据充分，与公司同类业务及同行业相比不存在显著差异，预计效益具有可实现性。

五、分项目说明本次募投项目投资构成的测算依据，包括但不限于文旅文娱机器人研发和产业化项目中研发投入资本化支出比例与公司其他研发项目和同行业公司的比较情况、IP 赋能提升项目中 IP 授权费用中的费用化情况、乐园及景点建设运营项目中经营权租赁和运营费用具体情况等；结合前述情况，说明本次募投项目资本性支出与非资本性支出的具体构成，依据是否充分，补充流动资金及视同补充流动资金的比例是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关规定。

(一) 分项目说明本次募投项目投资构成的测算依据，包括但不限于文旅文娱机器人研发和产业化项目中研发投入资本化支出比例与公司其他研发项目和同行业公司的比较情况、IP 赋能提升项目中 IP 授权费用中的费用化情况、乐园及景点建设运营项目中经营权租赁和运营费用具体情况等

1、文旅文娱机器人研发和产业化项目

本项目计划总投资额为 45,433.75 万元，其中建设投资 37,309.75 万元，费用化研发投入 4,548.00 万元，铺底流动资金 3,576.00 万元，具体投资构成如下表所示：

序号	名称	投资金额（万元）	投资比例	是否资本性支出
1	建设投资	37,309.75	82.12%	-

序号	名称	投资金额 (万元)	投资比例	是否资本性支出
1.1	工程费用	35,791.50	78.78%	是
1.1.1	建筑工程	18,642.50	41.03%	是
1.1.2	设备购置	17,149.00	37.75%	是
1.2	工程建设其他投入	1,148.85	2.53%	是
1.3	基本预备费	369.40	0.81%	否
2	费用化研发投入	4,548.00	10.01%	否
3	铺底流动资金	3,576.00	7.87%	否
4	项目总投资	45,433.75	100.00%	-

(1) 建筑工程

本项目计划利用公司现有土地，新建研发和生产建筑约 5 万平方米，包括文旅文娱机器人研发中心、文旅文娱机器人生产车间及相关配套用房。

序号	项目	单位	建筑面积	参考价格 (元/m ²)	建筑预算 (万元)
1	研发中心	m ²	10,000.00	3,800.00	3,800.00
2	生产、仓储及其他	m ²	31,000.00	3,800.00	11,780.00
3	配套用房及地下车库	m ²	8,750.00	3,500.00	3,062.50
合计		-	49,750.00	3,747.24	18,642.50

本项目中对于建筑工程的价格测算主要基于公司 IPO 同类募投项目测算，并参考了广东地区建筑工程市场平均水平以及具身智能机器人相关项目投入情况。

首先，本项目的建设 with IPO 募投项目“金马数字文旅产业园建设项目”同属公司文旅装备制造业务下的研发及产业化的建设项目。该项目与 IPO 募投项目“金马数字文旅产业园建设项目”位于同一园区、同一地块，地理位置及周边施工资源具有较强的相似性。因此，参考公司已实施项目的建设标准测算，具有合理

性。

募投项目名称	土建单价 (元/m ²)	装修单价 (元/m ²)	建造单价合计 (元/m ²)
金马数字文旅产业园建设项目	3,261.72	1,080.00	4,341.72

其次，测算同时参考了广东地区其他建筑工程的测算案例，本项目相关测算处于相似案例区间内的较低位，未高估建设工程价格，具有合理性。广东地区其他建筑工程相关案例具体如下：

序号	公司	募投项目名称	项目所在地	建造总成本 (万元)	面积 (m ²)	单价 (元/m ²)
1	鸿特科技	总部研发中心建设项目	肇庆市	3,850.00	11,000.00	3,500.00
2	科士达	光伏逆变器、储能变流器生产基地建设项目	深圳市	33,168.00	91,350.00	3,631.00
3	科莱瑞迪	放疗定位及康复类产品总部建设项目	广州市	21,912.45	53,498.38	4,095.91
4	广东建科	粤建科·中山数智荟项目二区	中山市	40,866.95	99,595.60	4,103.29
5	南沙交投	南沙交投先进智造园一期项目	广州市	27,843.85	60,000.00	4,640.64
6	广州南沙开发建设集团	南沙科创中心生命健康产业	广州市	207,644.85	407,000.00	5,101.84

第三，参考机器人整机或核心零部件生产项目建筑工程相关案例，本项目相关测算处于相似案例区间内的较低位，未高估建设工程价格，具有合理性。具体如下：

序号	公司	募投项目名称	项目所在地	建造总成本 (万元)	面积 (m ²)	单价 (元/m ²)
1	宇树科技	智能机器人制造基地建设项目	浙江省杭州市	30,922.37	78,690.00	3,929.64
2	均普智能	智能机器人研发及产业化项目	浙江省宁波市	14,762.70	30,000.00	4,920.90
3	云深处	具身智能机器人基	浙江省杭	47,781.10	96,781.60	4,937.00

		地建设项目	州市			
--	--	-------	----	--	--	--

(2) 设备购置投入

本项目计划使用 17,149.00 万元进行设备购置及安装，包括文旅文娱机器人各条生产线设备、机器人研发平台及配套设施的购置安装，该等设备购置对应的具体设备、产线、用途等具体情况如下：

序号	产线	用途	名称	数量	单价 (万元)	金额 (万元)
一、文旅文娱机器人生产						
1	大型结构部件生产线	生产硬件	数控型材滚弯机	1	800.00	800.00
2			桥式五轴加工中心	10	60.00	600.00
3			数控型材弯曲机	2	280.00	560.00
4			冲压系统	2	260.00	520.00
5			五轴激光切割机	2	150.00	300.00
6			机器人焊接工作站	2	100.00	200.00
7			三轴激光切割机	2	80.00	160.00
8			数显龙门铣镗床	1	150.00	150.00
9			大型材数控切割机	1	100.00	100.00
10			压铸机	5	15.00	75.00
11			卧式万能升降台铣床	2	15.00	30.00
12			标定设备	5	25.00	125.00
13			立式万能升降台铣床	2	15.00	30.00
14			数控锯床	2	10.00	20.00
15	面部、结构、电气集成线	生产硬件	多轴精密加工中心	2	363.00	726.00
16			光固化 3D 打印机	5	30.00	150.00
17			标定设备	7	25.00	175.00
18			工位台架	10	15.00	150.00
19			定位治具	10	10.00	100.00
20			线束导通测试仪	1	220.00	220.00

序号	产线	用途	名称	数量	单价 (万元)	金额 (万元)
21			工业级硅胶真空复模设备	2	34.50	69.00
22			摇臂钻床	4	10.00	40.00
23			力控拧紧枪	20	2.00	40.00
24			自动涂胶机	6	5.00	30.00
25			万能工具磨床	2	10.00	20.00
26	整机总装生 产线	生产硬件	多轴机械臂	20	15.00	300.00
27			电动物料转运车	10	30.00	300.00
28			全自动液压升降平台	4	10.00	40.00
29			拧紧系统	5	30.00	150.00
30	检测线	生产硬件	运动性能检测平台	1	200.00	200.00
31			电气性能检测平台	1	200.00	200.00
32			机械传动检测平台	2	80.00	160.00
33			安全功能检测平台	1	130.00	130.00
34	包装总成线	生产硬件	输送系统	1	200.00	200.00
35			AGV	15	40.00	600.00
36			叉车	5	25.00	125.00
37	仓储	生产硬件	立体仓储库	1	500.00	500.00
38	生产配套	生产硬件	环保设备	1	500.00	500.00
39			门式起重机	5	10.00	50.00
小计						8,845.00
二、文旅文娱机器人研发平台						
40	机器人研发 平台	研发硬件	人形机器人本体	25	50.00	1,250.00
41			六维力传感器	10	65.00	650.00
42			激光跟踪仪	4	130.00	520.00
43			多材料 3D 打印机	2	255.00	510.00
44			高精度动态捕捉系统	1	495.00	495.00
45			文旅场景测试环境搭建	10	30.00	300.00
46			万能材料试验机	2	130.00	260.00
47			功能性传感器矩阵	2	100.00	200.00
48			高速摄像机	1	200.00	200.00

序号	产线	用途	名称	数量	单价 (万元)	金额 (万元)
49			三坐标测量机	1	200.00	200.00
50			一体化关节测试平台	2	30.00	60.00
51		研发软件	数字孪生系统	1	300.00	300.00
52			EMC 仿真与测试	2	130.00	260.00
53			CAE	5	50.00	250.00
54			控制仿真软件	2	78.00	156.00
55			Alias/Autodesk	5	28.60	143.00
56			Catia/CAD	2	20.00	40.00
57			研发中心设备管理及运维系统	1	20.00	20.00
58		数据存储中心	研发硬件	数据存储服务器	20	30.00
59	数据存储服务器-备份			20	15.00	300.00
60	计算服务器			10	30.00	300.00
61	高速网络交换设备			10	30.00	300.00
62	机房电源、UPS、精密空调等配套系统			1	276.00	276.00
63	存储机柜辅助系统			1	50.00	50.00
64	机房环境监测系统			1	50.00	50.00
65	研发软件		存储管理软件平台	1	200.00	200.00
66	研发通用	研发软件	PLM	1	100.00	100.00
小计						7,990.00
三、其他配套设备						
67	办公管理	电子设备及其他	电脑	120	1.00	120.00
68			办公桌	40	0.50	20.00
69		管理软件	ERP 新增模块	1	50.00	50.00
70			MES 系统	1	100.00	100.00
71			操作系统软件	120	0.20	24.00
小计						314.00
总计						17,149.00

上述生产线、研发平台投入系根据公司文旅文娱机器人产品的产能规划、

生产工序及流程实际确定，研发平台所需的软硬件亦综合了本公司实际研发需求及本行业通行惯例确定，符合项目实际情况。

(3) 建设工程其他投入

本项目建设工程其他投入 1,148.85 万元，包括建设管理费、监理费、勘察设计费、联合试运转费等与工程直接相关的费用，各项费用所采用的计算依据及方法根据行业通行惯例采用发改委及财政部等国家主管部门的规定执行。

(4) 费用化研发投入

本项目计划的费用化研发投入为 4,548.00 万元，主要包括研发人员薪酬、物料消耗、委外研发费及其他研发费用：

序号	项目	金额（万元）	占比
1	职工薪酬	3,760.00	82.67%
2	物料消耗	355.00	7.81%
3	技术服务费	223.00	4.90%
4	其他费用	210.00	4.62%
合计		4,548.00	100.00%

公司计划在建设期内持续扩充具身智能设计研发团队，研发投入主要包括研发人员的薪酬，包括机器人终端团队、数据工程团队、算法团队，及其相关的感知、规划、控制、软件、AI、算法等各领域的支持团队。

公司结合现有研发人员的薪酬水平，参考相关专业研发人员的市场薪酬水平，以及本项目研发岗位的定岗定员情况，预估本项目研发职工薪酬，测算过程如下：

项目	建设期第1年	建设期第2年	建设期第3年	合计
人均年薪（万元）	25.00	26.25	27.56	-
人员数量（人次）	37	45	60	-
职工薪酬（万元）	925.00	1,181.25	1,653.75	3,760.00

注：为了薪酬具有竞争力，本测算人均年薪按照每年5%的增长率递增。

各研发项目所需的人员定岗定员情况、拟增加岗位与人数参见本问题回复之“二、（三）结合募投项目的技术难点以及公司技术、人员储备及研发进展等，说明项目实施是否存在重大不确定性”。

本项目研发投入全部费用化，不存在研发投入资本化的情况，与公司其他研发投入会计政策及会计处理一致，符合《企业会计准则》的相关规定。公司本项目与其他可比募投项目的研发投入情况及会计处理总体一致，具有合理性。

相关比较情况如下：

单位：万元

上市公司	募投项目	研发投入金额	资本化金额	研发投入资本化情况
均普智能	智能机器人研发及产业化项目	3,500.00	-	研发投入不涉及使用募集资金，不存在研发投入资本化的情况
宁波华翔	研发中心建设项目	14,559.90	-	不存在研发投入资本化的情况
天奇股份	面向汽车行业应用的机器人具身智能系统研发中心建设项目	4,557.00	-	不存在研发投入资本化的情况
上海瀚讯	异构专用智能机器人研制及产业化项目	10,694.62	-	不存在研发投入资本化的情况

唐源电气	轨道交通智能运维机器人研发与产业化项目	10,724.00	3,217.20	本次募投项目按照研发投入的30%进行资本化。以研发项目在策划阶段完成“总体设计方案评审”，并评估满足资本化条件后为开始时点；以完成“项目确认及结题评审”、研发成果达到预定可使用状态作为资本化处理的结束时点。研发任务完成后，公司将进行研发成果验证并组织验收评审，通过后形成结题报告，如果结题报告认为该研发项目完成且达到预期目标，即停止开发支出的资本化。
	轨道交通智能运维 AI 大模型研发与产业化项目	10,210.00	3,063.00	
发行人	文旅文娱机器人研发和产业化项目	4,548.00	-	不存在研发投入资本化的情况

(5) 基本预备费

基本预备费主要是针对在项目实施过程中可能发生的难以预料的支出而事先预留的费用。本项目其他费用共计 369.40 万元，占 0.81%，占比较低。

(6) 铺底流动资金

本项目铺底流动资金共计 3,576.00 万元，占 7.87%，占比较低。

2、IP 赋能提升项目

本项目计划总投资额为 19,408.10 万元，其中设备购置费 1,876.60 万元，IP 授权费用 12,600.00 万元，人员及其他费用 4,931.50 万元，具体投资构成如下表所示：

序号	名称	投资金额（万元）	投资比例	是否资本性支出
----	----	----------	------	---------

序号	名称	投资金额（万元）	投资比例	是否资本性支出
1	设备购置费	1,876.60	9.67%	是
2	IP 授权费用	12,600.00	64.92%	是
3	人员及其他费用	4,931.50	25.41%	否
4	项目总投资	19,408.10	100.00%	

（1）设备购置费

本项目设备购置及安装投资共计 1,876.60 万元，具体投资明细如下表：

单位：万元

项目	序号	名称	数量	单价	合计
一		硬件设备	245	-	1,081.30
设计设备	1	设计工作站	5	3.00	15.00
	2	专业设计显示器	20	0.50	10.00
	3	数码办公快印机	1	5.00	5.00
	4	打印复印办公一体机	2	1.80	3.60
	5	单反数码相机	2	2.00	4.00
	6	标准变焦镜头	2	1.60	3.20
	7	摄影灯光套装	2	0.76	1.52
	8	背景架/背景布	2	0.50	1.00
	9	3D 建模工作站	2	5.00	10.00
	10	3D 扫描仪	2	10.00	20.00
	11	手绘屏	20	2.00	40.00
	12	专业绘图板	20	0.40	8.00
	13	IP 模型渲染工作站	2	8.00	16.00
	14	VR 视频设备	20	0.50	10.00
	15	AR 技术设备	20	0.40	8.00
制造设备	16	泡沫切割打样机	2	3.00	6.00
	17	图案定制 UV 打印机	1	2.80	2.80
	18	移印机	1	1.50	1.50
	19	便携热转印机	8	0.66	5.28

项目	序号	名称	数量	单价	合计
	20	小型快速成型 3D 打印机	10	2.00	20.00
	21	小型数控机加工设备	2	30.00	60.00
	22	二氧化碳保护焊机	18	2.00	36.00
	23	焊接机器人系统	2	20.00	40.00
	24	激光雕刻机	2	25.00	50.00
	25	小型抛丸机	2	15.00	30.00
	26	大型自动化成型 3D 打印机	10	45.00	450.00
	27	注塑机	2	40.00	80.00
	28	喷漆及晾干设施	1	33.00	33.00
测试设备	29	产品功能测试台	5	2.40	12.00
	30	照明设备	30	0.03	0.90
	31	音响设备	8	0.50	4.00
	32	恒温恒湿柜	5	1.20	6.00
辅助设备	33	重型存储货架	10	0.15	1.50
	34	空压机	2	11.00	22.00
	35	冷却塔	1	15.00	15.00
环保设备	36	废气处理设备	1	50.00	50.00
二		软件	322	-	663.00
创意设计类	1	PyCharm	24	0.63	15.00
	2	RedHat Enterprise Linux Server	24	0.88	21.00
	3	Gitlab	24	0.75	18.00
	4	Docker EE	24	2.63	63.00
	5	Adobe Photoshop CC	30	0.90	27.00
	6	PHPStorm	30	0.60	18.00
	7	MongoDB 版	5	18.00	90.00
	8	easyAR	5	30.00	150.00
	9	3Dmax	5	2.70	13.50
	10	机器人语音交互软件	5	24.00	120.00
	11	unity3D	5	1.20	6.00
	12	Adobe Premiere Pro CC	30	0.90	27.00
基础配套类	13	erp 相关模块	1	30.00	30.00

项目	序号	名称	数量	单价	合计
	14	Office 办公套件	54	0.14	7.50
	15	Project	54	0.83	45.00
	16	WebEX	2	6.00	12.00
三		电子设备及其他	62	132.30	132.30
会议室	1	大型会议桌	2	1.15	2.30
	2	会议投影仪	2	1.50	3.00
	3	视频会议系统	2	3.50	7.00
	4	项目展示大屏	2	3.60	7.20
办公区	5	Apple 电脑	30	2.60	78.00
	6	Windows 电脑	24	1.45	34.80

注：软件单价为三年授权期价格

本次募投项目设备及软件投资额，综合参考公司历史采购单价、设备公开市场报价及多家合格供应商询价结果测算得出，设备采购预算具备合理性。

(2) IP 授权费用

本项目拟使用的 IP 授权费用为 12,600.00 万元，具体估算如下：

单位：万元

序号	项目类别	IP 授权费			
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
1	一类 IP	-	-	3,600.00	3,600.00
2	二类 IP	1,800.00	1,800.00	1,800.00	5,400.00
3	三类 IP	900.00	900.00	1,800.00	3,600.00
合计		2,700.00	2,700.00	7,200.00	12,600.00

IP 授权定价主要受 IP 影响力、授权范围与授权期限、授权产品及服务类型、双方合作深度、产品销售及项目运营效果等多重因素综合影响。公司 IP 授权费用的计价依据与其他上市公司 IP 引进情况不存在重大差异。定价合理性详见本

题回复之“三、(一)3、与公司现有其他 IP 引进费用和同行业公司比较情况”。

IP 赋能提升项目中 IP 授权费用为资本性支出，与其他上市公司涉及 IP 引进的募投项目不存在重大差异，具体情况如下：

公司	募投项目名称	IP 相关投资明细项目	资本性支出情况	说明
德艺文创 (300640.SZ)	IP 产品及运营中心项目	IP 引进培育费用	100%	在文化创意相关产业中，IP 属于无形资产，指代艺术形象、文化内容或相关知识产权，包括文学、动漫、影视剧、游戏等作品当中的知名艺术形象，也包括在文物古迹、文体赛事、综艺节目等各类文化艺术表现形式当中开发提炼出的文化内容。公司引入 IP 所支付的授权费用和后续自主培育开发费用属于资本性支出，将构成无形资产，与游戏、影视、传媒等涉及 IP 运用的文化创意产业相关上市公司的会计处理一致
游族网络 (002174.SZ)	网络游戏开发及运营建设项目	游戏 IP 购置及版权金	100%	
元隆雅图 (002878.SZ)	创意设计能力提升建设项目	IP 授权费用	100%	
公司	IP 赋能提升项目	IP 授权费用	100%	

由上表可见，IP 授权费用列为资本性支出符合行业惯例。公司拟将该部分支出纳入资本性支出核算，并按照公司现有会计政策进行摊销。

(3) 人员及其他费用

本项目规划投入人员及其他费用总计 4,931.50 万元，主要系建设期内项目运营所需投入的职工薪酬、设计服务费、其他费用等，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	金额			
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
1	职工薪酬	340.00	700.40	1,220.04	2,260.44
2	设计服务费	300.00	500.00	1,000.00	1,800.00
3	其他费用	145.18	290.35	435.53	871.06
合计		785.18	1,490.75	2,655.57	4,931.50

根据上表，本项目运营费用主要由职工薪酬、设计服务费构成，占比约为 80%，相关支出的测算依据如下：

①职工薪酬

职工薪酬由产品经理、IP 商务对接人员、设计人员、策划人员的薪酬支出构成。结合公司历史经营水平、现行薪酬体系及同行业薪酬标准，本着审慎性原则，预计建设期第一年员工平均薪酬为 20-25 万元/年，后续年度按 3% 增长率测算。

②设计服务费

设计服务费主要是 IP 内容落地转化为文旅装备制造与文旅运营服务的定制化开发成本。随着规划内 IP 逐渐落地，项目在工业方案设计、特种影视内容开发、实景空间美陈深化、数字化多媒体交互系统等外协服务采购金额将逐年增加。

综上所述，本项目运营费用支出系非资本性支出，测算依据具有合理性。

3、乐园及景点建设运营项目

本项目计划总投资额为 28,453.29 万元，全部使用募集资金。其中配套基建费用 10,455.00 万元，经营权租赁 2,775.00 万元，设备购置费用 9,304.00 万元，

运营费用 5,367.29 万元，铺底流动资金 552.00 万元，具体投资构成如下表所示：

序号	名称	投资金额（万元）	投资比例	是否资本性支出
1	配套基建费用	10,455.00	36.74%	是
2	经营权租赁	2,775.00	9.75%	是
3	设备购置费用	9,304.00	32.70%	是
4	运营费用	5,367.29	18.86%	否
5	铺底流动资金	552.00	1.94%	否
6	项目总投资	28,453.29	100.00%	

根据上表，本项目配套基建费用、经营权租赁和设备购置费用属于资本性投资，相关投入的测算过程如下：

（1）配套基建费用

本项目配套基建费用为 10,455.00 万元，各乐园具体估算如下：

序号	项目名称	占地面积（㎡）	建造单价（元/㎡）	合计（万元）
1	华东区域中型 1	35,000.00	650.00	2,275.00
2	华东区域小型 2	20,000.00	650.00	1,300.00
3	华南区域小型 1	20,000.00	650.00	1,300.00
4	华南区域中型 1	30,000.00	650.00	1,950.00
5	华南区域大型 2	61,000.00	300.00	1,830.00
6	华中区域小型 1	15,000.00	600.00	900.00
7	华中区域小型 2	15,000.00	600.00	900.00
合计		196,000.00	-	10,455.00

注：“华南区域大型 2”已签署协议，总计占地面积约为 6.1 万㎡，其中 4.8 万㎡改造升级，单价约 200 元/㎡；另外 1.3 万㎡新建，单价约 650 元/㎡，故综合均价约为 300 元/㎡。

本项目配套基建费用主要由方案策划设计、设备基础工程、园区园建工程、水电工程、弱电工程、景观工程、绿化工程等构成，由于经营相关业务的上市

公司较少，可公开获取的信息较为有限，且配套基建费用的投入受到城市、规模、主题等多方面因素影响，因此主要以公司近三年运营的乐园的决算数据作为测算依据。

公司目前运营的衡阳大雁文创园、中山紫马岭小马森林乐园项目的占地面积分别为 26,664.00 平米、22,000.00 平米，与本项目拟投资运营的乐园面积较为接近，该等项目的单位配套基建费用分别为 656.89 元/平米、589.23 元/平米。公司基于谨慎性考虑，对占地面积低于 20,000.00 平米的“华中区域小型 1”、“华中区域小型 2”项目，采用 600.00 元/平米的配套基建单价测算；对于其他项目，采用 650.00 元/平米的配套基建单价测算；此外，“华南区域大型 2”项目已签署合作协议，总占地面积约为 61,000.00 平米，其中 48,000.00 平米现有场地仅进行基础改造升级，采用 200 元/平米的配套基建单价测算，另外 13,000.00 平米为新建，采用 650.00 元/平米的配套基建单价测算。

上述测算基于公司现有运营乐园的实际投资结算情况，测算依据充分、合理。

(2) 经营权租赁

本项目经营权租赁费用为 2,775.00 万元，各乐园具体估算如下：

单位：万元

序号	项目名称	占地面积 (m^2)	预估租赁单价 (元/ m^2 /年)	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
1	华东区域中型 1	35,000.00	50.00	175.00	175.00	175.00	525.00
2	华东区域小型 2	20,000.00	50.00	-	100.00	100.00	200.00
3	华南区域小型 1	20,000.00	50.00	100.00	100.00	100.00	300.00

序号	项目名称	占地面积 (m ²)	预估租赁单价 (元/m ² /年)	第1年	第2年	第3年	合计
4	华南区域中型1	30,000.00	50.00	150.00	150.00	150.00	450.00
5	华南区域大型2	61,000.00	81.97	-	500.00	500.00	1,000.00
6	华中区域小型1	15,000.00	40.00	60.00	60.00	60.00	180.00
7	华中区域小型2	15,000.00	40.00	-	60.00	60.00	120.00
合计		196,000.00	-	485.00	1,145.00	1,145.00	2,775.00

注：“华南区域大型2”已签署协议，乐园场地租赁成本为500万/年，占地面积约为61,000.00平方米。

由于乐园/景点经营权租赁的价格没有统一标准，主要受到项目的地理位置、规模、客流量预期等因素影响，通过招投标或商业谈判方式确定。根据公开信息查询，部分主题乐园/景点的经营权租赁案例如下：

序号	招标名称	游乐园面积约 (m ²)	年租金 (万元/年)	租金单价 (元/m ² /年)
1	南宁市狮山公园游乐园场地整体公开招租项目	10,187.08 m ² (含游乐区 4,713.08 m ² + 无动力游乐区 3,655.83 m ²)	54.20 (首年, 年递增 3%)	53.19
2	廉江市塘山岭风景区管理中心游乐园及游泳场租赁项目	1,100	5.28	48.00
3	南宁市顶蛳山芳草地项目场地经营权公开招租项目	3,800	13.60	41.32
4	南宁市石门公园游乐场公开招租项目	5,000	22.80	45.60

根据上表，主题乐园/景点经营权租金单价处于40-50元/平方米/年的案例较多。除参考公开市场价格以外，最近三年，公司运营的乐园项目的租赁单价平均值为55.06元/m²/年，基于谨慎性考虑，本募投项目对占地面积低于20,000.00

平米的“华中区域小型 1”、“华中区域小型 2”项目，采用 40.00 元/m²/年的租赁单价测算；对于其他项目，采用 50.00 元/平米的租赁单价测算，本募投项目租金单价处于可比案例的可比范围内。此外，对于“华南区域大型 2”项目，即中山科技乐园项目（含中山奇遇时光乐园），根据已签订的协议内容，租赁单价为 81.97 元/m²/年。

综上，本募投项目对经营权租赁的测算参考基于公司近三年实际经营数据，并结合同区域部分乐园经营权租赁价格进行佐证，公司本项目租赁单价处于可比范围内，测算依据充分、合理。

（3）设备购置费用

公司根据乐园规模配置不同类型、不同数量的游乐设备、虚拟沉浸式游乐项目、文旅文娱机器人，以及票务系统、监控系统、后勤及办公设备等配套运营设备。本项目共规划投入各类设备总计 9,304.00 万元，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	设备类别				小计
		游乐设施	虚拟沉浸式项目	文旅文娱机器人	配套运营设备/系统	
1	华东区域中型 1	515.00	1,100.00	182.00	44.00	1,841.00
2	华东区域小型 2	400.00	400.00	83.00	30.00	913.00
3	华南区域小型 1	400.00	400.00	83.00	30.00	913.00
4	华南区域中型 1	450.00	950.00	182.00	40.00	1,622.00
5	华南区域大型 2	800.00	1,400.00	361.00	92.00	2,653.00

序号	项目名称	设备类别				小计
		游乐设施	虚拟沉浸式项目	文旅文娱机器人	配套运营设备/系统	
6	华中区域小型 1	300.00	300.00	51.00	30.00	681.00
7	华中区域小型 2	300.00	300.00	51.00	30.00	681.00
合计		3,165.00	4,850.00	993.00	296.00	9,304.00

本项目配置的各类游乐设备、虚拟沉浸式游乐项目、文旅文娱机器人以公司自产为主，少量公司不生产的小型游乐设备采用外购形式；园区配套运营设备/系统为外购。公司自产产品以同类产品生产成本为依据测算，外购设备/系统以市场公允价格测算，具体情况如下：

序号	项目名称	设备类型	数量 (台套)	金额 (万元)	平均单价 (万元/台套)
1	华东区域中型 1	虚拟沉浸式游乐项目	2	1,100.00	550.00
		机动游乐设备	10	515.00	51.50
		文旅文娱机器人	7	182.00	26.00
2	华东区域小型 2	虚拟沉浸式游乐项目	1	400.00	400.00
		机动游乐设备	8	400.00	50.00
		文旅文娱机器人	3	83.00	27.67
3	华南区域小型 1	虚拟沉浸式游乐项目	1	400.00	400.00
		机动游乐设备	8	400.00	50.00
		文旅文娱机器人	3	83.00	27.67
4	华南区域中型 1	虚拟沉浸式游乐项目	2	950.00	475.00
		机动游乐设备	9	450.00	50.00
		文旅文娱机器人	7	182.00	26.00
5	华南区域大型 2	虚拟沉浸式游乐项目	2	1,400.00	700.00
		机动游乐设备	4	800.00	200.00
		文旅文娱机器人	12	361.00	30.08
6	华中区域小型 1	虚拟沉浸式游乐项目	1	300.00	300.00
		机动游乐设备	6	300.00	50.00
		文旅文娱机器人	2	51.00	25.50

序号	项目名称	设备类型	数量 (台套)	金额 (万元)	平均单价 (万元/台套)
7	华中区域小型2	虚拟沉浸式游乐项目	1	300.00	300.00
		机动游乐设备	6	300.00	50.00
		文旅文娱机器人	2	51.00	25.50
合计		-	97	9,008.00	-

根据上表，本项目计划配置的各类游乐设备、虚拟沉浸式游乐项目、文旅文娱机器人以公司自产产品为主，该等设备计划投资金额为 9,008.00 万元，占比约为 96.82%。该等设备主要由公司自产，且以同类产品生产成本为依据测算，其中：①虚拟沉浸式游乐项目定制化程度较高，根据项目规模、产品系列、复杂程度等因素差异较大，本项目规划大型和中型乐园/景点项目配置高价值的黑暗乘骑、飞行影院、观光影视过山车等项目，小型乐园/景点综合考虑规模、客流量等因素配置动感飞行器、野外探险等项目；②本项目计划针对不同规模的乐园/景点项目配套相应数量、规模的机动游乐设备，其中中小型乐园配置机动游乐设备平均单价 50.24 万元/台套与最近一年交付的同类型游乐设备的单位成本 51.62 万元/台套较为接近；大型乐园配置单价较高的机动游乐设备；③本项目配置文旅文娱机器人以智能售卖类为主，辅以智能导览类、数字演出类等，平均单价按照本次“文旅文娱机器人研发和产业化”项目对应产品系列的单位成本测算。由于公司产品为定制化产品，受不同规格、材料价格、加工难度等因素影响，生产成本存在差异，本项目配置的各类设备的单价处于公司同类型产品可比区间，与平均单位成本不存在明显差异，因此测算依据具有合理性。

此外，公司根据不同项目规模、设备投放情况规划其他设备的投入，主要包括票务系统、监控、网络、广播智能化系统、电脑、打印机、清洁设备等，该等设备计划投资金额为 296.00 万元，占比约为 3.18%，占比较小，其单价以市场公允价格测算，测算依据具有合理性。

(4) 运营费用

本项目共规划投入运营费用总计 5,367.29 万元，主要系建设期内项目运营所需投入的职工薪酬、平台销售服务费、营销推广费等，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	第 1 年	第 2 年	第 3 年	合计
1	职工薪酬	40.00	793.10	2,036.96	2,870.06
2	平台销售服务费	-	56.70	236.00	292.70
3	营销推广费	-	300.00	870.00	1,170.00
4	其他费用	15.25	245.85	773.43	1,034.53
	合计	55.25	1,395.65	3,916.39	5,367.29

根据上表，本项目运营费用主要由职工薪酬、平台销售服务费、营销推广费构成，占比约为 80%，相关支出的测算依据如下：

① 职工薪酬

职工薪酬由管理人员、销售人员、运营人员的薪酬支出构成。公司根据乐园规模、达产进度配置管理人员、销售人员、运营人员，结合历史经营情况预计建设期第一年员工平均薪酬为 10 万元/年，后续年度按 3% 增长率测算。

② 平台销售服务费

平台销售服务费主要由抖音、美团等平台销售服务费构成，随着募投项目达产、门票收入在运营期内逐步提升，按照门票收入的 3-5% 比例进行测算。

③ 营销推广费

营销推广费主要为乐园/景点的运营和宣发支出，为快速提升运营项目的知名度，在开业初期，公司将加强营销推广力度，综合运用短视频、直播等潮流

形式实现引流；提升活动策划能力，从多样性、互动性、沉浸度等多个角度提升乐园的玩法多样性和新鲜度，从而提升复游率和传播度。

综上所述，本项目运营费用支出系非资本性支出，测算依据具有合理性。

(二) 结合前述情况，说明本次募投项目资本性支出与非资本性支出的具体构成，依据是否充分，补充流动资金及视同补充流动资金的比例是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关规定

本次募投项目各项目投资明细汇总如下：

序号	项目名称	序号	名称	合计 (万元)	拟使用募集 资金金额 (万元)	是否为资本 性支出
1	文旅文娱 机器人研 发和产业 化项目	1	建设投资	37,309.75	37,309.75	-
		1.1	工程费用	35,791.50	35,791.50	是
		1.2	工程建设其他费用	1,148.85	1,148.85	是
		1.3	基本预备费	369.40	369.40	否
		2	研发费用	4,548.00	4,548.00	否
		3	铺底流动资金	3,576.00	3,576.00	否
		4	项目总投资	45,433.75	45,433.75	-
2	IP 赋能提 升项目	1	设备购置费	1,876.60	1,876.60	是
		2	IP 授权费用	12,600.00	12,600.00	是
		3	人员及其他费用	4,931.50	4,931.50	否
		4	项目总投资	19,408.10	19,408.10	-
3	乐园及景 点建设运 营项目	1	配套基建费用	10,455.00	10,455.00	是
		2	经营权租赁	2,775.00	2,775.00	是
		3	设备购置费用	9,304.00	9,304.00	是
		4	运营费用	5,367.29	5,367.29	否
		5	铺底流动资金	552.00	552.00	否
		6	项目总投资	28,453.29	28,453.29	-
4	补充流动	/	/	12,000.00	12,000.00	否

序号	项目名称	序号	名称	合计 (万元)	拟使用募集 资金金额 (万元)	是否为资本 性支出
	资金项目					
合计				105,295.14	105,295.14	-

根据公司本次募投项目投资明细,资本性支出部分投资金额 73,950.95 万元,占本次拟募集资金总额的 70.23%;非资本性支出及补充流动资金投资金额 31,344.19 万元,占本次拟募集资金总额的 29.77%,未超过 30%。根据《证券期货法律适用意见第 18 号》规定“.....用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的百分之三十”。因此,本次发行补充流动资金规模符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定。

(三) 中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项,发行人会计师执行了下述核查程序:

(1) 获取发行人关于本次募投项目的可行性研究报告及项目测算表,了解募投项目投资构成;

(2) 查询相关支出明细的市场公允价格,分析投资测算依据的充分性;

(3) 查阅同行业可比公司、可比案例的公告文件,分析建筑工程价格、研发投入费用化、IP 授权费用为资本性支出的合理性;

(4) 分析本次募投项目资本性支出与非资本性支出的具体构成,对照《证券期货法律适用意见第 18 号》,分析依据是否充分,分析补充流动资金及视同

补充流动资金的比例是否符合相关要求。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

(1) 本次募投项目投资构成的测算依据充分；

(2) 用于判断本次募投项目资本性支出与非资本性支出的具体构成的依据充分，补充流动资金及视同补充流动资金的比例符合《证券期货法律适用意见第18号》的相关规定。

六、结合现有固定资产、在建工程情况，量化分析因在建、拟建以及实施募投项目而新增的折旧和摊销对发行人未来经营业绩的影响

(一) 现有固定资产、在建工程情况

1、现有固定资产情况

截至2026年3月31日，公司固定资产的基本情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	54,042.97	11,507.70	42,535.27	78.71%
机器设备	7,881.60	5,029.27	2,852.33	36.19%
运输设备	909.07	580.35	328.72	36.16%
游乐设备	3,890.12	518.56	3,371.57	86.67%
电子设备及其他	2,026.27	1,730.57	295.70	14.59%
合计	68,750.03	19,366.44	49,383.59	71.83%

2、现有在建工程情况

截至 2026 年 3 月 31 日，发行人在建工程账面余额 20,844.17 万元，主要包括金马数字文旅产业园建设项目配套与绿化工程、华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）建设项目等，具体情况如下：

单位：万元

项目	在建工程账面余额	预计转固时间
金马数字文旅产业园建设项目配套与绿化工程	1,568.52	2026 年 8 月
华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）建设项目	19,266.95	2026 年 9 月
衡阳在建工程	8.70	-
合计	20,844.17	

（二）量化分析因在建、拟建以及实施募投项目而新增的折旧和摊销对发行人未来经营业绩的影响

公司在建、拟建的项目主要基于历次募投项目，历次募投项目及达到预定可使用状态的具体情况如下：

发行时间	发行类型	募集资金投资项目		达到预定可使用状态日期
		序号	项目名称	
2018 年 12 月	首次公开发行股票	1	游乐设施建设项目	2020/12/31
		2	金马数字文旅产业园建设项目	2025/12/31
2023 年 7 月	向特定对象发行股票	1	华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）	2026/9/30

由上表可知，发行人历次募投项目中，“金马数字文旅产业园建设项目”和“华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）”分别于 2025 年 12 月 31 日和 2026 年 9 月 30 日达到预定可使用状态。其中，金马数字文旅产业园项目建设内容包括研发办公大楼、生产厂房、其他配套设施及园区绿化等多个子项，各子项在物理及功能上均可独立运行。项目主要建筑于 2025 年 12 月取得五方责任主体联合签署的《单位工程竣工验收报告》，项目生产厂房完成设备安装调试，于 2025 年 12 月进行人员进驻和投料试生产。华中区域总部及大型游乐设施研发

生产运营基地项目（一期）已完成土建施工，正在进行设备采购安装，预计 2026 年 9 月 30 日达到预定可使用状态。上述项目的新增折旧、摊销和新增预期效益对发行人经营业绩的影响将在 2026 年及以后年度逐步显现；发行人其余募投项目新增折旧、摊销和新增效益已对发行人报告期内的经营业绩产生影响。

参照公司现有会计政策中固定资产和无形资产对应的折旧/摊销方法、折旧/摊销年限、残值率，并结合现有主要在建项目和本次募投项目的新增资产原值、预测营业收入、净利润，测算新增折旧、摊销对公司未来经营业绩的影响如下：

项目	建设期			运营期						
	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年	第7年	第8年	第9年	第10年
项目新增摊销折旧										
现有主要在建项目预计新增折旧摊销 (A)	1,731.48	2,673.16	2,673.16	2,673.16	2,673.16	2,673.16	2,673.16	2,673.16	2,673.16	2,673.16
本次募投项目预计新增折旧摊销 (B)	1,343.49	3,612.74	6,324.26	6,850.76	6,827.64	6,809.59	6,797.49	6,408.73	6,032.07	5,061.72
其中：文旅文娱机器人研发和产业化项目	500.91	1,364.03	2,189.63	2,356.82	2,346.31	2,330.90	2,330.90	2,330.90	2,330.90	2,330.90
IP 赋能提升项目	481.99	884.05	1,886.85	1,876.38	1,863.77	1,861.14	1,861.14	1,497.25	1,133.37	163.02
乐园及景点建设运营项目	360.59	1,364.66	2,247.78	2,617.56	2,617.56	2,617.56	2,605.46	2,580.57	2,567.80	2,567.80
预计新增折旧及摊销 (C=A+B)	3,074.97	6,285.90	8,997.42	9,523.92	9,500.80	9,482.75	9,470.65	9,081.88	8,705.22	7,734.87
对营业收入的影响										
现有营业收入 (D)	68,572.43	68,572.43	68,572.43	68,572.43	68,572.43	68,572.43	68,572.43	68,572.43	68,572.43	68,572.43
已完工试生产项目预计收入 (E)	11,621.15	30,989.74	38,737.18	38,737.18	38,737.18	38,737.18	38,737.18	38,737.18	38,737.18	38,737.18
现有主要在建项目预计收入 (F)	4,433.43	33,201.64	38,022.13	40,628.13	43,408.13	47,484.43	47,484.43	47,484.43	47,484.43	47,484.43
本次募投项目预计收入 (G)	-	18,220.80	45,737.50	66,516.10	77,481.00	77,481.00	77,481.00	77,481.00	77,481.00	77,481.00
其中：文旅文娱机器人研发和产业化项目	-	16,083.00	39,012.00	54,269.00	62,760.00	62,760.00	62,760.00	62,760.00	62,760.00	62,760.00
IP 赋能提升项目	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
乐园及景点建设运营项目	-	2,137.80	6,725.50	12,247.10	14,721.00	14,721.00	14,721.00	14,721.00	14,721.00	14,721.00
预计营业收入 (H=D+E+F+G)	84,627.02	150,984.61	191,069.24	214,453.84	228,198.74	232,275.04	232,275.04	232,275.04	232,275.04	232,275.04
预计新增折旧摊销占预计营业收入的比例 (I=C/H)	3.63%	4.16%	4.71%	4.44%	4.16%	4.08%	4.08%	3.91%	3.75%	3.33%

项目	建设期			运营期						
	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6年	第7年	第8年	第9年	第10年
对净利润的影响										
现有净利润 (J)	7,773.97	7,773.97	7,773.97	7,773.97	7,773.97	7,773.97	7,773.97	7,773.97	7,773.97	7,773.97
已完工试生产项目预计净利润 (K)	2,290.46	6,107.88	7,634.85	7,634.85	7,634.85	7,634.85	7,634.85	7,634.85	7,634.85	7,634.85
现有主要在建项目预计净利润 (L)	701.59	4,336.65	5,313.31	5,852.05	6,426.76	7,269.45	7,269.45	7,269.45	7,269.45	7,269.45
本次募投项目预计净利润 (M)	-2,133.33	-187.55	3,124.23	7,605.05	8,847.40	8,634.64	8,675.29	8,727.11	8,771.51	8,808.08
其中：文旅文娱机器人研发和产业化项目	-1,558.63	1,106.29	3,995.75	5,888.71	6,806.17	6,819.27	6,819.27	6,819.27	6,819.27	6,819.27
IP 赋能提升项目	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
乐园及景点建设运营项目	-574.71	-1,293.84	-871.51	1,716.34	2,041.23	1,815.37	1,856.02	1,907.84	1,952.24	1,988.81
预计净利润 (N=J+K+L+M)	8,632.69	18,030.95	23,846.37	28,865.92	30,682.99	31,312.91	31,353.57	31,405.39	31,449.79	31,486.35
预计新增折旧摊销占预计净利润的比例 (O=C/N)	35.62%	34.86%	37.73%	32.99%	30.96%	30.28%	30.21%	28.92%	27.68%	24.57%

注：1、上述假设仅为测算本次募投项目新增折旧摊销对公司未来经营业绩的影响，不代表公司对未来年度盈利情况的承诺，也不代表公司对未来年度经营情况及趋势的判断；

2、现有营业收入及净利润按 2025 年公司营业收入及净利润金额进行测算，并假设未来保持不变；

3、已完工试生产项目为“金马数字文旅产业园建设项目”，预测营业收入、净利润以可行性研究报告为准，预计达产后业绩保持平稳；

4、现有主要在建项目为“华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）”，预测营业收入、净利润以前次募集项目可行性研究报告为准，由于项目预计于 2026 年 9 月转固试产，当年效益按全年数据的 1/4 计算，预计达产后业绩保持平稳。

综上，前次募投项目和本次募投项目建成后，公司将新增较大规模的厂房、机器设备、软件硬件等固定资产或无形资产，乐园及景点场地装修等长期待摊费用，以及 IP 授权费用形成的无形资产，相应折旧和摊销费用将有所增加。

根据测算，本次募投项目存在建设期，投产后公司折旧摊销将明显增加，前三年新增折旧摊销分别为 3,074.97 万元、6,285.90 万元、8,997.42 万元，占含募投测算收入比例分别为 3.63%、4.16%、4.71%，占含募投测算归母净利润比例分别为 35.62%、34.86%、37.73%，短期或将拉低公司经营业绩。上述三年折旧摊销占营收、归母净利润比重偏高，主要系公司“金马数字文旅产业园”项目于 2025 年 12 月达到预定可使用状态，正处于试产期；“华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）”预计将于 2026 年 9 月达到预定可使用状态，并进入试产期。未来三年，上述项目及本次募投项目均处于产能爬坡阶段，待产能充分释放后经营效益将逐步改善。整体而言，预计运营期平均每年新增折旧摊销金额为 9,071.44 万元，新增折旧及摊销金额占同期营业收入的比例为 3.33%-4.71%，总体占比较小。因此，结合公司目前生产经营状况，长期来看，新增资产折旧摊销费用不会对未来经营业绩产生重大不利影响。本次募投项目新增折旧及摊销金额占同期归属于母公司净利润的比例为 24.57%-37.73%，占比相对较高。对因实施前次及本次募投项目而新增的折旧和摊销对发行人未来经营业绩产生影响事项，发行人已在募集说明书“第三节 风险因素”中进行了补充披露。

（三）核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师执行了下述核查程序：

（1）查阅公司历次募集资金和本次募集资金可行性研究报告和项目效益测算表；

(2) 了解历次募投项目投产和在建工程转固情况，本次募投项目各类新增固定资产等的金额、转固或摊销时点以及募投项目未来效益测算情况；

(3) 根据发行人现行的折旧和摊销政策，对前次募投项目折旧摊销金额进行测算；结合前次募投项目的效益测算及发行人历史期间的经营业绩实现情况，对发行人因实施前次募投项目而新增的折旧和摊销对未来经营业绩的影响进行分析。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

(1) 发行人前次和本次募集资金投资项目投资规模较大，且主要为资本性支出，项目建成后新增折旧摊销较大，但随着项目按照预期实现效益，新增收入可完全覆盖新增资产带来的折旧摊销费用，因此前次募投项目、本次募投项目新增折旧摊销不会对发行人未来经营业绩产生重大不利影响。

(2) 针对因实施前次及本次募投项目而新增的折旧和摊销对发行人未来经营业绩产生影响事项，发行人已在募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素”中进行了补充披露。

七、说明前次募投项目变更、延期等原因及合理性，是否已按规定履行相关审议程序与披露义务；前次募投项目的最新实施进展，募集资金投入使用进度与项目建设进度是否匹配，募投项目的实施环境是否发生了重大不利变化，导致前次募投项目变更、延期的相关不利因素是否对本次募投项目的实施存在重大不利影响。

**（一）前次募投项目变更、延期等原因及合理性，是否已按规定履行相关
审议程序与披露义务**

截至 2026 年 3 月 31 日，公司前次募投项目不存在变更、取消的情况，前次募投项目存在延期及调整募集资金内部投入计划的情况，具体如下：

公司于 2026 年 2 月 10 日召开第四届董事会第十八次会议，会议审议通过了《关于部分募投项目延期并调整募集资金内部投入计划的议案》。根据议案，公司在募投项目实施主体、募集资金用途和投资规模不变的情况下，将 2021 年度向特定对象发行股票募投项目“华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）”达到预计可使用状态时间由 2026 年 3 月 8 日延期至 2026 年 9 月 30 日；同时，对项目募集资金内部投入计划进行调整，将“软件购置”拟投入募集资金金额全部转至“生产设备购置”。上述前次募投项目调整不涉及实际投资项目内容变更，属于公司董事会决策权限范围内，无需提交股东会审议。国联民生承销保荐于 2026 年 2 月 10 日出具了《关于广东金马游乐股份有限公司部分募投项目延期并调整募集资金内部投入计划的核查意见》，对公司部分募投项目延期并调整募集资金内部投入计划的事项无异议；公司于 2026 年 2 月 10 日发布了《关于部分募投项目延期并调整募集资金内部投入计划的公告》。因此，前次募投项目延期及调整募集资金内部投入计划的事项已按规定履行相关审议程序与披露义务。

为保障项目的长期战略价值，“华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）”建设过程中，公司结合中长期发展需要对项目生产工艺流程

和设备选型等进行了改进与升级，项目整体建设周期有所延长。截至该公告披露日，项目研发生产场地及相关配套设施已完成土建施工，因设备安装调试及后续相关审批尚需一定周期，基于审慎性原则，公司对项目达到预定可使用状态日期进行调整，达到预计可使用状态时间由 2026 年 3 月 8 日延期至 2026 年 9 月 30 日。同时，为加快募投项目建设进度，进一步提升募集资金使用效率，公司对“华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）”募集资金内部投入计划进行调整，将“软件购置”拟投入募集资金金额全部转至“生产设备购置”。因此，前次募投项目延期及调整募集资金内部投入计划主要系公司结合中长期发展需要对项目生产工艺流程和设备选型等进行了改进与升级引致设备安装调试及后续相关审批尚需一定周期和进一步提升募集资金使用效率的需要，具有合理性。

因此，前次募投项目延期及调整募集资金内部投入计划的原因具有合理性；前次募投项目延期及调整募集资金内部投入计划事项已按规定履行相关审议程序与披露义务。

（二）前次募投项目的最新实施进展，募集资金投入使用进度与项目建设进度是否匹配，募投项目的实施环境是否发生了重大不利变化，导致前次募投项目变更、延期的相关不利因素是否对本次募投项目的实施存在重大不利影响

1、前次募投项目的最新实施进展

截至 2026 年 3 月 31 日，公司前次募集资金投资项目进展如下所示：

单位：万元

序号	承诺投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	项目达到预定可使用状态日期（或截止日项目完工程度）
1	华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）	19,250.00	19,250.00	17,783.49	1,466.51	2026年9月30日 （调整后）
2	补充流动资金	8,250.00	7,475.65	7,475.65	-	不适用
	合计	27,500.00	26,725.65	25,259.14	1,466.51	-

其中，募投项目“华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）”于2023年3月取得相关开工许可，目前项目研发生产场地及相关配套设施已完成土建施工，因设备安装调试及后续相关审批尚需一定周期，基于审慎性原则，公司对项目达到预定可使用状态日期进行调整，由2026年3月8日延期至2026年9月30日。

2、募集资金投入使用进度与项目建设进度是否匹配

公司“华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）”研发生产场地及相关配套设施已完成土建施工，截至2026年3月31日尚未使用的募集资金余额为1,466.51万元（不含募集资金利息收入扣除手续费净额），占前次募集资金总额的5.33%。前次募集资金已基本使用完毕，仅剩余部分尚未使用的场地建设费用和生产设备购置费用，未来将按募投项目安排陆续使用。因此，该项目资金投入进度与项目建设进度匹配。

3、募投项目的实施环境是否发生了重大不利变化，导致前次募投项目变

更、延期的相关不利因素是否对本次募投项目的实施存在重大不利影响

公司募投项目的实施环境未发生重大不利变化，导致前次募投项目延期主要系公司结合中长期发展需要对项目生产工艺流程和设备选型等进行了改进与升级引致设备安装调试及后续相关审批尚需一定周期，相关因素不会对本次募投项目的实施造成重大不利影响，具体情况如下：

①乐园市场复苏，市场进入结构性调整期

主题乐园行业是游乐设备行业的主要下游行业。其行业变化直接决定着游乐设备行业的变化。全球主题乐园市场在经历全球公共卫生事件导致的急剧萎缩后，已展现出强大的韧性并步入复苏与增长通道。根据 Fortune Business Insights 调研数据，2024 年，全球主题乐园市场规模为 559.0 亿美元，预计市场将从 2025 年的 607.5 亿美元增长至 2032 年的 1,247.1 亿美元，期间年均复合增长率约为 10.82%。这一增长不仅源于游客量的恢复，更得益于全球领先乐园通过提高票价、优化二次消费结构（餐饮、商品、酒店）所带来的人均消费提升。

②高质量主题乐园投资持续加码

中国市场是全球复苏与增长的主要引擎。根据中国主题公园研究院统计数据，尽管行业内仍有部分公园面临经营压力，但整体呈现爆发式增长。数据显示，2023 年中国重点主题公园共接待游客 1.30 亿人次，实现累计营业收入 303.89 亿元人民币，同比分别增长 71.05%和 97.86%，显示出主题乐园行业迅速恢复正常运营并展现出强劲的发展动力。2024 年，中国重点 90 家主题公园共接待游客 1.27 亿人次，营业收入 292.52 亿元人民币，与同期基本持平。2025 年，中国主

主题公园市场预计将有小幅度增长，本土品牌有望迎来高速发展期，科技与文化的深度融合将成为主流，个性化和沉浸式体验将成为主流需求。

目前，中国乃至世界范围内高质量乐园投资持续加码。2025年，国内主题乐园运营商如欢乐谷、华强方特、海昌海洋公园等持续扩张主题乐园运营版图，其中：华侨城签约市场化项目7个；华强方特落地科技馆和园区项目10个。此外，国际IP主题公园项目密集传出消息，其中：2025年2月，锦江国际集团宣布与华纳兄弟探索集团签署合资框架协议，将共同开发“哈利波特制片厂之旅”项目；2025年3月，全球规模最大、亚洲首个小猪佩奇户外主题乐园宣布将于2027年在上海崇明长兴岛开放；2025年4月，环球影城宣布筹建英国乐园；2025年5月，迪士尼宣布筹建阿布扎比乐园；2025年6月，上海乐高乐园开始试运营。

③国家行业政策推动文旅行业设备更新

与此同时，我国主管部门出台了一系列行业政策，推动文旅消费行业实现更新改造，助力释放旅游消费潜力，推动旅游业高质量发展。2024年5月，国家发改委等部门印发《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》，将实施游乐设施更新提升行动列为重点任务；2025年12月，国家发改委和财政部发布《关于2026年实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》，延续文旅设备更新支持。

因此，前次募投项目的实施环境未发生重大不利变化。

(三) 中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师执行了下述核查程序：

(1) 查阅发行人前次募集资金使用相关公告，查阅发行人出具的《前次募集资金使用情况报告》和致同会计师出具的《前次募集资金使用情况鉴证报告》

(致同专字(2026)第442C000256号)、《前次募集资金使用情况鉴证报告》(致同专字(2026)第442C010128号)；

(2) 获取发行人前次募集资金账户银行流水、前次募投项目募集资金使用明细表，查阅发行人本次募投项目可行性研究报告。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

前次募投项目延期及调整募集资金内部投入计划主要系发行人结合中长期发展需要对项目生产工艺流程和设备选型等进行了改进与升级引致设备安装调试及后续相关审批尚需一定周期和进一步提升募集资金使用效率的需要，具有合理性；前次募投项目延期及调整募集资金内部投入计划事项已按规定履行相关审议程序与披露义务。募集资金投入使用进度与项目建设进度匹配；发行人前次募投项目的实施环境未发生重大不利变化，相关因素不会对本次募投项目的实施造成重大不利影响。

八、结合公司货币资金余额及使用安排、理财产品规模、资产负债结构、现金流情况、经营资金需求、未来重大资本支出等情况，说明本次融资及补流规模的必要性和规模合理性；结合本次募投项目的投资明细和募集资金投入情况，说明是否存在本次发行相关董事会前投入，公司是否已取得开展本次募投项目开展所需的相关资质、认证、许可及备案，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》相关规定

（一）结合公司货币资金余额及使用安排、理财产品规模、资产负债结构、现金流情况、经营资金需求、未来重大资本支出等情况，说明本次融资及补流规模的必要性和规模合理性

综合考虑发行人货币资金余额及使用安排、理财产品规模、资产负债结构、现金流情况、经营资金需求、未来重大资本支出等情况，以 2026 年 3 月 31 日为基准谨慎测算发行人未来三年总体资金缺口的具体测算过程如下：

单位：万元

项目	计算公式	金额
一、可自由支配的资金		
截至 2026 年 3 月 31 日货币资金、理财产品余额	①	74,722.48
其中：受限制的货币资金余额	②	2,517.00
历次募集资金余额	③	2,070.89
可自由支配资金余额	④=①-②-③	70,134.58
二、未来期间新增资金		
未来三年经营性现金净流入	⑤	31,337.82
三、未来期间资金需求		

项目	计算公式	金额
未来三年最低现金保有量需求	⑥	64,356.72
未来三年营运资金需求	⑦	34,669.05
未来三年偿还银行借款所需资金	⑧	7,747.86
未来三年预计现金分红所需资金	⑨	7,350.54
未来重大资本支出	⑩	112,555.19
总体资金需求合计	⑪=⑥+⑦+⑧+⑨+⑩	226,679.37
四、总体资金缺口		
总体资金缺口	⑫=⑪-④-⑤	125,206.97

以下数据仅用于测算公司资金缺口，不代表公司对未来年度经营情况及财务状况的判断，亦不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

1、货币资金余额及使用安排、理财产品规模

截至 2026 年 3 月 31 日，公司货币资金余额为 47,665.23 万元，公司产品分别通过交易性金融资产、其他非流动资产科目核算；公司持有的交易性金融资产金额为 1,702.72 万元，均为保本浮动收益型结构性存款；其他非流动资产中列示的长期大额存单金额为 25,354.53 万元。截至 2026 年 3 月 31 日，公司货币资金与理财产品合计余额为 74,722.48 万元。

发行人持有较高规模的货币资金及理财产品具备商业合理性。当前行业逐步复苏，公司在手订单快速增长，合同预收款随之大幅增加，推动现金类资产规模上升。由于发行人前期需要垫付较多的材料款，而产品验收周期较长，回款存在不确定性，使得经营活动现金流入与流出存在时间不完全匹配。随着销售订单的陆续交付，发行人需要支付较多的材料货款和人工费等经营性支出，货币资金余额存在出现大幅下降的情形。此外，原有房地产类客户业务有所收

缩，公司逐步加大与政府主体合作的公园游乐设施类项目，该类项目客户预付款比例通常偏低，也将进一步抬升公司日常资金支出需求。

截至 2026 年 3 月 31 日，扣除受限制的货币资金余额 2,517.00 万元和历次募集资金余额 2,070.89 万元后，公司可自由支配的资金余额为 70,134.58 万元。

2、未来三年经营性现金净流入

报告期内，公司实现营业收入分别为 73,845.54 万元、57,686.82 万元、68,572.43 万元和 15,413.84 万元，增长率分别为-21.88%、18.87%和 29.95%，报告期内营业收入增长率算术平均值为 8.98%。以公司 2025 年营业收入为基数，假设 2026 年至 2028 年营业收入增长率保持在 9%。按照该增长率测算，预计未来三年营业收入合计 245,018.14 万元。以最近三年经营活动产生的现金流量净额占营业收入总额的比例算术平均值 12.79%测算，未来三年预计现金流净额合计 31,337.82 万元。

3、现金流情况及最低货币资金保有量

最低现金保有量系公司为维持其日常营运所需要的最低货币资金金额，以应对客户回款不及时，支付供应商货款、员工薪酬、税费等短期付现成本。为保证公司平稳运行，确保在客户未及时回款的情况下公司基本性的现金支出需要能够得到满足。结合经营管理经验、现金收支等情况，选取经营性现金流出月度覆盖法测算公司最低现金保有量，经测算，金额为 64,356.72 万元，具体如下：

单位：万元

项目	公式	2026年3月31日/2026年1-3月	2025年12月31日/2025年度	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	
可使用货币资金及理财产品	①	72,205.48	68,590.96	86,413.14	82,151.57	
历次募集资金余额	②	2,070.89	2,793.32	11,493.52	27,277.41	
可自由支配的资金	③=①-②	70,134.58	65,797.64	74,919.62	54,874.16	
购买商品、接受劳务支付的现金	④	9,394.00	39,188.60	31,596.74	25,050.97	
支付给职工以及为职工支付的现金	⑤	5,912.88	21,637.86	20,214.75	15,961.26	
支付的各项税费	⑥	496.51	4,198.30	3,395.82	5,162.53	
支付其他与经营活动有关的现金	⑦	1,656.33	5,773.38	6,951.92	8,455.58	
经营活动现金流出小计	⑧=④+⑤+⑥+⑦	17,459.73	70,798.15	62,159.23	54,630.34	
月均经营活动现金支出	⑨=⑧÷期间月份	5,819.91	5,899.85	5,179.94	4,552.53	
覆盖月份数	⑩=③÷⑨	12.05	11.15	14.46	12.05	
平均覆盖月份	⑪=⑩÷4 取整					12
平均月均经营活动现金支出	⑫=⑨÷4					5,363.06
最低现金保有量	⑬=⑪×⑫					64,356.72

报告期内，公司销售规模恢复、新增订单有所增加，带动经营活动现金月均支出稳步增长，2025年增长幅度较大。后续随着下游文旅行业投资扩张、国内游乐设施迎来集中更新周期，同时公司海外市场业务持续推进，预计公司订单规模与营业收入将进一步提升，相应经营活动现金支出需求也将逐步增加。

4、未来三年新增营运资金需求

以公司 2025 年营业收入为基数，假设 2026 年至 2028 年营业收入增长率保持 9%；各项经营性流动资产项目、经营性流动负债项目占营业收入的比例保持 2023-2025 年度水平。根据上述假设，采用销售百分比法测算公司 2026 年至 2028 年未来三年流动资金需求情况如下：

单位：万元

项目	2023-2025 年 平均值	2023-2025 年各项目 平均值占 2023-2025 年营业收入平均值 比重	2026E	2027E	2028E
营业收入	66,701.60	100.00%	74,743.95	81,470.91	88,803.29
货币资金	60,077.47	90.07%	67,321.14	73,380.04	79,984.25
应收票据	1,047.68	1.57%	1,174.01	1,279.67	1,394.84
应收账款	13,438.03	20.15%	15,058.28	16,413.53	17,890.74
预付款项	3,816.72	5.72%	4,276.92	4,661.84	5,081.40
存货	33,683.11	50.50%	37,744.35	41,141.35	44,844.07
合同资产	2,753.08	4.13%	3,085.02	3,362.67	3,665.31
经营性流动资产 合计①	114,816.09	172.13%	128,659.72	140,239.09	152,860.61
应付账款	11,864.07	17.79%	13,294.55	14,491.06	15,795.26
应付票据	2,225.76	3.34%	2,494.13	2,718.60	2,963.27
合同负债	54,495.49	81.70%	61,066.12	66,562.07	72,552.66
应付职工薪酬	1,685.57	2.53%	1,888.80	2,058.80	2,244.09
应交税费	355.19	0.53%	398.02	433.84	472.89
经营性流动负债	70,626.09	105.88%	79,141.63	86,264.37	94,028.17

项目	2023-2025 年 平均值	2023-2025 年各项目 平均值占 2023-2025 年营业收入平均值 比重	2026E	2027E	2028E
合计②					
发行人流动资金 占用金额 (①- ②)	44,190.01	66.25%	49,518.09	53,974.72	58,832.44
未来三年流动资 金缺口	2028 年流动资金占用-2025 年流动资金占用=58,832.44-24,163.39=34,669.05				

5、公司资产负债结构及债务偿还安排

报告期各期末，公司资产负债率分别为 33.20%、40.62%、37.36%和 37.39%。公司资产负债率整体保持相对稳定，偿债能力良好，公司的资产结构能够支持债务偿还安排。

截至 2026 年 3 月 31 日，公司短期借款为 7,747.86 万元，故短期内需归还 7,747.86 万元。为保障财务的稳健性、降低流动性风险、优化资产负债结构，公司需要为短期借款及一年内到期的非流动负债预留一部分现金。

6、未来三年预计现金分红所需资金

发行人最近三年以现金方式累计分配的利润，占最近三年累计实现净利润的比例为 31.72%。以公司 2025 年营业收入为基数，假设 2026 年至 2028 年营业

收入增长率保持在 9%，预计未来三年营业收入合计 245,018.14 万元。公司近三年归母净利润总额占营业收入总额的比例算术平均值为 6.43%，该比例偏低主要系 2024 年业绩波动所致；2026 年 1-3 月公司净利润率已回升至 17.65%。谨慎假设 2026 年至 2028 年归母净利润总额占营业收入总额的比例为 10%，测算得出未来三年预计归母净利润合计数为 24,501.81 万元。按照 30%的分红比例计算，预计未来三年预计现金分红金额 7,350.54 万元。

7、未来重大资本支出

除补充流动资金外，公司本次发行的募集资金将用于文旅文娱机器人研发和产业化项目、IP 赋能提升项目、乐园及景点建设运营项目，项目总投资金额为 93,295.14 万元。

结合公司历次募投项目实施进展，现阶段公司共有两项在建募投项目，分别为金马数字文旅产业园建设项目配套与绿化工程、华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）。其中，金马数字文旅产业园建设项目研发办公大楼及生产车间已达到预定可使用状态，并于 2025 年底试生产，根据在建工程预算情况及实际付款进度，后续尚需投入用于项目剩余配套与绿化工程的自有资金 5,546.49 万元；华中区域总部及大型游乐设施研发生产运营基地项目（一期）总投资额为 37,469.56 万元，扣除已用自有资金投入的土地费后，剩余投资总额 32,963.56 万元，其中募集资金计划投入 19,250.00 万元，拟以自有资金补足剩余 13,713.56 万元投资额。故上述募投项目公司仍需以自有资金合计投入 19,260.05 万元。

综上所述，公司未来重大资本支出的资金需求为 112,555.19 万元。

8、未来三年公司的资金缺口

综合考虑发行人货币资金余额及使用安排、理财产品规模、资产负债结构、现金流情况、经营资金需求、未来重大资本支出等情况，未来三年公司的资金缺口为 125,206.97 万元，现有资金无法满足未来业务发展需求。公司本次融资拟募集资金总额 105,295.14 万元，包含补充流动资金 12,000.00 万元，能够有效缓解资金压力，为公司各类业务稳步发展提供重要的资金保障，具有必要性。本次融资募集资金总额与未来资金需求相匹配，未超过资金缺口金额，本次融资及补流的规模具有合理性。

（二）结合本次募投项目的投资明细和募集资金投入情况，说明是否存在本次发行相关董事会前投入

2026 年 1 月 20 日，公司召开第十七次董事会会议，审议通过本次向特定对象发行股票的相关决议。截至本次董事会决议公告日，根据内部研发项目推进计划，发行人已就募投项目“文旅文娱机器人研发和产业化项目”发生前期研发支出合计 42.50 万元，支出内容主要为研发人员的职工薪酬、差旅费等，金额较小，均为非资本性支出。该部分前期投入均来源于发行人自有资金，未涉及使用募集资金的情况。发行人承诺不会使用本次募集资金置换上述前期自有资金投入。除前述前期研发支出外，本次募投项目在董事会决议公告日前未发生其他支出。

本次募集资金拟用于支付截至本次发行首次董事会决议日尚未投入部分，不存在置换董事会前投入资金的情形。

（三）公司是否已取得开展本次募投项目开展所需的相关资质、认证、许

可及备案，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》相关规定

公司就本次募投项目已取得的审批、核准或备案情况如下：

项目名称	项目备案手续	环评批复手续
文旅文娱机器人研发和产业化项目	《广东省企业投资项目备案证》 (项目代码：2601-442000-04-01-632049)	《中山市生态环境局关于〈文旅文娱机器人研发和产业化项目环境影响报告表〉的批复》(中(港)环建表〔2026〕0007号)
IP 赋能提升项目	《广东省技术改造投资项目备案证》(项目代码：2601-442000-04-02-232423)	《中山市生态环境局关于〈IP 赋能提升技术改造项目环境影响报告表〉的批复》(中(港)环建表〔2026〕0006号)
乐园及景点建设运营项目	《广东省企业投资项目备案证》 (项目代码：2601-442000-04-05-903334)	不涉及。根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》，本项目不属于需要编制环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表的情形

公司目前已就本次募投项目的建设或实施取得了现阶段所必须的相关资质、认证、许可及备案。

“文旅文娱机器人研发和产业化项目”主要开展文旅、文娱场景下机器人产品的研发、生产及其系统集成业务，项目开展不涉及相关政府主管部门的资质、认证、许可及备案。

“IP 赋能提升项目”主要是增强公司 IP 创意设计能力及 IP 产品的开发能力，通过引入国内外优质 IP 资源对公司业务进行深度赋能，项目开展不涉及相关政府主管部门的资质、认证、许可及备案。

“乐园及景点建设运营项目”主要是对公司通过租赁场地或取得现有乐园或景点运营权的 7 个项目进行建设及运营升级，具体包括主要新建/升级各类游乐

设备、配置文旅文娱机器人、结合 IP 主题对乐园进行场景化包装以及对乐园商业业态进行补充优化及品质提升等；乐园及景点建设运营项目不属于主题公园项目，未列入政府核准的投资项目目录，不需要办理相关投资核准手续，室外游乐园也不属于《娱乐场所管理条例》的管理范畴，不需要办理娱乐场所经营许可证；乐园及景点运营项目若涉及大型游乐设备时，则需要依法办理特种设备使用登记手续。

目前本次募投项目均尚未达产，公司已确认其知悉和学习了开展本次募投项目所需的相关资质、认证、许可及备案相关法律法规，公司将在本次募投项目开展过程中严格按照相关法律法规及时、合规办理所需的相关资质、认证、许可及备案。

因此，公司目前已就本次募投项目的建设或实施取得了现阶段所必须的相关资质、认证、许可及备案；目前本次募投项目均尚未达产，公司将在本次募投项目开展过程中严格按照相关法律法规及时、合规办理所需的相关资质、认证、许可及备案。

（四）核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师执行了下述核查程序：

（1）获取发行人报告期各期的财务报表及银行授信台账、对公司管理层进行访谈，了解发行人货币资金余额及使用安排、理财产品规模、资产负债结构、现金流情况、经营资金需求、未来重大资本支出安排、银行授信及借款情况等；

(2) 核查发行人未来期间经营情况的预计及资金需求测算准确性与合理性，分析本次补充流动资金的必要性和规模合理性；

(3) 获取本次募投项目投资明细及募集资金投入明细表，核查各项支出发生时点，确认是否存在本次发行相关董事会审议前的项目投入；

(4) 访谈公司总经理，了解是否计划使用本次募集资金置换前期以自有资金支付的研发费用；

(5) 查阅本次募投项目的可行性分析报告，查阅本次募投项目取得的项目备案证书和环评批复文件，对照相关法律法规对开展本次募投项目所需的相关资质、认证、许可及备案进行分析。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

(1) 根据测算，公司本次融资拟募集资金总额 105,295.14 万元，包含补充流动资金 12,000.00 万元，未超过公司未来三年资金缺口金额 125,206.97 万元，本次融资及补流的规模具有合理性；

(2) 本次发行相关董事会前，发行人已就募投项目“文旅文娱机器人研发和产业化项目”发生前期研发支出合计 42.50 万元，发行人承诺不会使用本次募集资金置换上述前期自有资金投入；本次募集资金拟用于支付截至本次发行首次董事会决议日尚未投入部分，不存在置换董事会前投入资金的情形。

(3) 公司目前已就本次募投项目的建设或实施取得了现阶段所必须的相关资质、认证、许可及备案；目前本次募投项目均尚未达产，公司将在本次募投项目开展过程中严格按照相关法律法规及时、合规办理所需的相关资质、认证、许可及备案。

(本页无正文，为《关于广东金马游乐股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函中有关财务会计问题的回复》之签章页)



中国注册会计师



中国注册会计师



中国·北京

二〇二六年六月二十三日