

公司代码：900929

公司简称：锦旅 B 股

上海锦江国际旅游股份有限公司 2022 年年度报告摘要



锦江旅游

第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）审计确认，2022年度母公司净利润6,093,912.57元，加上2022年初可供分配利润541,713,930.27元，减去2022年已分配利润662,781.35元，2022年末母公司报表中可供分配利润为547,145,061.49元。公司拟定2022年度利润分配预案为：以截至2022年12月31日的总股本132,556,270股为基数，每10股派发现金红利人民币0.05元（含税），红利派发总额计662,781.35元，剩余未分配利润546,482,280.14元结转下年度。

在批准2022年度利润分配预案的董事会召开日后至实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额。

本利润分配预案尚需提交公司股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
B股	上海证券交易所	锦旅B股	900929	国旅B股

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	张君
办公地址	上海市延安东路100号联谊大厦21楼
电话	021-20375012
电子信箱	zhangjun@jjtravel.com

2 报告期公司主要业务简介

本公司及下属主要子公司从事旅行社业务，组织海外游客入境旅游，中国公民国内旅游和出境旅游，向消费者提供观光旅游、休闲度假、会务会展、旅游咨询等服务。

公司销售以“锦江旅游”为主品牌的旅行产品，提供以“锦江会展”为主品牌的主办会展服务。

报告期内，公司旅游及相关业务占公司本期全部营业收入的比重为 82.77%，与上年同期相比

减少 2.46 个百分点，没有发生重大变化。

行业情况

公司所处的行业为旅游行业，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》，公司归属于“商务服务业”。

国务院于 2021 年 12 月发布了《“十四五”旅游业发展规划》，其中指出，“十三五”以来，旅游业与其他产业跨界融合、协同发展，产业规模持续扩大，新业态不断涌现，旅游业对经济平稳健康发展的综合带动作用更加凸显。旅游业作为国民经济战略性支柱产业的地位更为巩固。党的二十大报告指出，坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合。

根据中国旅游研究院发布的《2022 年中国旅游经济运行分析与 2023 年发展预测》（中国旅游经济蓝皮书 No.15）（以下简称“《蓝皮书》”）指出：2022 年旅游市场景气下探，波动筑底，旅游产业景气、企业家信心、游客满意度等指标走低，政府托举政策和市场主体创新对于稳定旅游经济基本面发挥了积极作用。

《蓝皮书》显示，报告期内，市场景气下探，国内旅游跌至疫情以来新低。旅游市场复苏阻力下沉，旅游消费呈现“时间前移、空间就近、结构分散”特征。全年省域、市域旅游经济内循环明显，本地游、周边游、近郊游等近程化出游特征依旧显著，旅游消费的人口红利强于资源红利。旅游需求释放更多向周末、节假日等适游窗口期集中。旅游消费主体持续探索消费场景在结构上的多样性，游客在行程中更看重文化内涵和场景体验，“轻体重文”、社群旅游、夜间旅游、冰雪旅游等业态加速兴起。游客消费空间逐渐从景区、景点等传统旅游消费场所向历史文化街区、商圈休闲区、城市公园等公共消费空间扩展。

《蓝皮书》还指出，旅游产业景气不及预期，企业积极自救展现内生动力。市场主体积极创新消费场景，旅游景区乃至旅游产业的边界处于消失和重构的进程中。2022 年，各地各级政府推出相关税收优惠、金融扶持、消费促进以及就业帮扶政策，对降低旅游业企业运营成本、增加企业盈利能力起到了较好的提振作用。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	981,726,522.32	1,031,909,388.05	-4.86	1,027,516,257.90
归属于上市公司股东的净资产	696,260,278.99	755,921,483.20	-7.89	748,471,716.87
营业收入	199,625,135.36	295,094,506.15	-32.35	303,103,607.20
扣除与主营业务无关的业务收入 和不具备商业实质的收入后的营 业收入	173,092,041.77	258,087,361.54	-32.93	269,768,016.06
归属于上市公司股东的净利润	-76,653,337.42	1,407,291.53	-5,546.87	5,468,245.47
归属于上市公司股东的扣除非经 常性损益的净利润	-78,767,404.65	-2,061,224.23	不适用	-1,780,779.03
经营活动产生的现金流量净额	-92,884,643.34	-35,754,128.40	不适用	-52,082,026.41
加权平均净资产收益率(%)	-10.47	0.19	减少 10.66 个百分点	0.68
基本每股收益(元/股)	-0.5783	0.0106	-5,546.87	0.0413
稀释每股收益(元/股)	不适用	不适用	不适用	不适用

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
--	------	------	------	------

	(1-3 月份)	(4-6 月份)	(7-9 月份)	(10-12 月份)
营业收入	41,150,176.12	13,573,167.39	53,886,861.23	91,014,930.62
归属于上市公司股东的净利润	-11,795,569.73	16,531,274.91	-19,119,018.20	-62,270,024.40
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-12,430,972.05	16,333,220.75	-21,706,500.21	-60,963,153.14
经营活动产生的现金流量净额	-5,226,167.28	-4,628,215.89	-48,547,719.69	-34,482,540.48

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

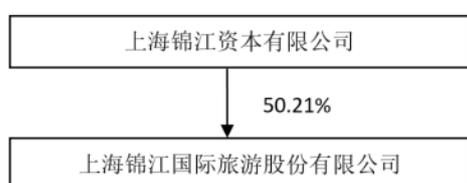
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）							11,676	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							11,528	
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							-	
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							-	
前 10 名股东持股情况								
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 (%)	股份 类别	持有非流 通股数量	质押、标记 或冻结情况		股东 性质
						股份 状态	数 量	
上海锦江资本有限公司	0	66,556,270	50.21	未流通	66,556,270	无	-	国有法人
王雪玲	0	1,042,014	0.79	已流通	-	未知		境内自然人
陈尔愈	0	850,000	0.64	已流通	-	未知		境内自然人
SPDR Portfolio Emerging Markets ETF	198,400	759,800	0.57	已流通	-	未知		境外法人
缪国庆	100,000	600,000	0.45	已流通	-	未知		境内自然人
GUOTAI JUNAN SECURITIES (HONGKONG) LIMITED	-33,798	593,439	0.45	已流通	-	未知		境外法人
宋伟铭	70,961	539,000	0.41	已流通	-	未知		境内自然人
王文	0	497,309	0.38	已流通	-	未知		境内自然人
黄春辉	0	462,882	0.35	已流通	-	未知		境内自然人
THE HONGKONG AND SHANGHAI BANKING CORPORATION	453,862	453,862	0.34	已流通	-	未知		境外法人

LIMITED-CLIENT ACCOUNT								
上述股东关联关系或一致行动的说明	1. 未知前十名股东之间存在关联关系或一致行动的情况；2. 未知前十名流通股股东之间存在关联关系或一致行动的情况；3. 未知前十名流通股股东和前十名股东之间存在关联关系和一致行动的情况。							
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	-							

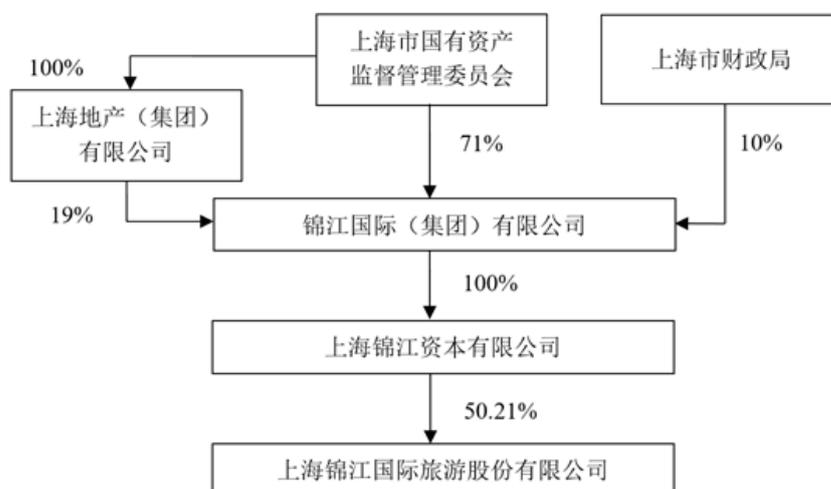
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

5 公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

1 经营情况讨论与分析

报告期内，面对国内旅游业务时常“熔断”、出入境旅游业务基本停滞的状况，公司经营管

理层根据董事会的部署和要求，紧紧围绕深化改革推进高质量发展的目标，在做好疫情防控工作的基础上，落实生产经营与深化改革工作“两手抓”，为文旅产业复苏做好蓄力准备。

（一）勠力同心，推进深化改革

在董事会的指导下，公司成立深化改革工作小组，以建成“全国领先的文旅和会展综合服务商”为战略目标，规划先行，战略引领，制定符合公司实际、体现发展趋势的《锦江旅游深化改革和高质量发展实施方案》（以下简称“《改革实施方案》”）并分步推进实施。

1、**凝心聚力，强化共识。**充分发挥公司党委“把方向、管大局、促落实”的领导作用，组织调研会、座谈会、意见征询、宣贯动员会等约60余场600多人次，广泛听取意见，加强交流沟通，耐心释疑解惑，将改革信号传递到底、覆盖到面，形成“唯改革创新才有未来”的共识。

2、**聚焦瓶颈，重点突破。**组织核心人员和业务骨干，成立赛马机制专项工作、人事制度改革、绩效考核机制、锦旅优选共享平台运行模式、业财融合数字化、导游销售队伍改革等6个工作专班，压实任务，明确节点，召开工作研讨会议约60余场，针对重点、难点和堵点问题，集思广益，聚力破题。

3、**反复酝酿，持续完善。**以“全面性、全员性、全程性”为原则，各部门实行包干制，第一时间传达和解读政策信息，分层分级开展访谈，广泛发动全体干部员工参加深化改革大讨论。通过“两上两下”反复酝酿，将改革思路持续调整完善，最终形成可操作、可落地的《改革实施方案》。

4、**人员安置，以人为本。**以“人人有选择、人人有出路”为目标，公司在法规框架内尽可能争取最有利于员工的政策，形成了竞聘上岗、集团内换岗、企业内部退养、终止或协商解除劳动合同等分流安置方向，引导员工提前锁定补贴标准，最大化维护员工的合法权益。

5、**公开透明，程序合规。**相关深化改革的重要文件通过多种渠道及时统一发布，并将“三定方案”、考核细则、竞聘办法等制度性文件汇编成册发放至员工手中。公司外聘法务团队参与文件起草和执行，并联合工会、人事部门开设咨询专窗，共计接待员工近200人次。根据职代会制度规范要求，公司于9月2日召开职代会，审议通过“旅行社企业市场化改革员工安置方案”。

6、**竞聘上岗，择优录用。**根据“竞聘上岗实施办法”，按照“评聘分离、民主集中、择优录取”的方式，面向公司全体员工统一公布竞聘信息。在近2个月的时间内，累计发布岗位三百余个，涉及6个管理服务部门、22个业务战队、5个平台部门，累计开展面试36场，有三百余人次参加了面试。

（二）聚焦重点，夯实高质量发展基础

以《改革实施方案》为蓝图，从商业模式、体制机制和人事制度改革三大抓手切入，聚焦重点任务，基本实现2022年“组建业务战队、理顺组织架构、完善管理系统”等阶段性目标，并启动锦江旅游“新征程、再出发”各项工作。

1、**商业模式调整初具形态。**按计划新建及整合锦旅优选共享、锦江商旅服务、在线客户服务等三个业务平台，加快大众旅游业务“平台模式”和企事业商旅业务“一站式服务”转型升级。根据战略定位，发力资源端项目拓展，2022年已与十几个省、市地方政府机构及地方文旅企业开展交流与合作。

2、**扁平化组织和管理体系形成框架。**公司以“1个管理平台+2个运营法体”构建全新的扁平化组织架构和管理体系。其中，新设立的全资子公司“上海锦江优选旅行服务有限公司”已完成工商注册。

3、**赛马机制效能进一步激发。**进一步划小核算单位，通过竞聘方式产生业务领军人物并组建业务战队以及平台部门。在管理合规的前提下，就业务运行中的事权、财权、人事权，根据实际需要向业务战队充分授权。实施“三层指标”刚性考核，业务部门独立核算并承担经营指标，实现公司和员工“利益共享、风险共担”。

4、**人员安置分流平稳有效。**报告期内，公司所属旅行社企业分流安置员工二百余人，分流

安置工作平稳，为实现公司高质量发展奠定了基础。

5、人事制度改革接轨市场。竞聘上岗、分流安置和薪酬套改三项工作的同步有序推进为优化公司劳动用工制度和薪酬管理体系创造良好条件。竞聘上岗人员全部重新建立岗位聘用关系，并匹配新的薪酬考核体系，“能进能出”劳动用工体系得到落实。同时，广开渠道从市场上重点招聘相关专业化人才，吸引聚集优秀人才。

（三）砥砺前行，不懈挖掘商机

报告期内，面对旅行社业务反复经历“收客-取消-退团”的困境，公司积极采取措施，开展各项业务。

1、深耕本地游业务。以多视角认识和发现“海派城市”魅力为目标，基于人文精神、非遗传承、野趣乐趣等主题元素，推出个性化本地游产品。年内串联设计了14条“City Walk”特色线路，组织发团近80班、近1600人次。

2、打响“工会游”品牌。响应市总工会“爱上海、游上海、品上海”活动号召，对接全市相关政府机关、企事业单位工会组织，凸显“红色主题”、“生态休闲”、“民俗文化”、“时尚都市”、“古镇”、“非遗”、“特色场馆”等工会游产品主题。全年组织出行5万余人次。

3、坚持“高端定制”和品牌营销。继续推广“新东方列车”等高端旅行项目，为游客提供“移动酒店”和“当地深度体验”服务。进一步磨合新媒体运作能力，持续推动客群向年轻化方向发展，以“高频”复购带动“低频”旅游产品的销售。

4、融入集团产业链推进文旅融合。利用集团产业链优势，与多地政府机构、文旅部门展开对接，了解当地文旅资源与项目规划，积极匹配相契合的文旅运营内容。公司与福建泰宁进行推广合作，形成“景区+酒店+特色产品销售”新模式。

5、打造会展商旅服务“一条龙”。针对国企、央企、外资企业、政府机构、行业协会等不同类型的客户，分层细化服务方案，形成合理、系统、透明的一站式差旅流程和服务模式。在维护存量客户的基础上，将传统接待业务向全案业务转变，提升利润空间。

（四）数字化转型，提升管理水平

结合深化改革要求，制订公司数字化转型方案和数字化三年行动计划，适配新的商业模式和管理体系，落实“业财融合”和业务流程标准化改造。

1、加快推进数字化布局。在对新商业模式下的业务流程、组织架构和管理要求等的充分调研基础上，确立数字化建设的整体框架，加快推进C端、B端业务平台的应用，加速完善导游领队、在线客服、电子档案管理等系统。

2、优化底层技术支持。部署新的共享服务平台，为推动智能化、精细化、细粒度的“业财融合”管理，提供安全稳定的环境。

3、赋能完善制度建设。结合协同办公平台系统升级，成立制度修订和办公系统OA调整专班，根据业务条线进一步完善事权划分，通过“制度+科技”的方式，确保公司治理体系规范运行。

2 报告期内主要经营情况

2022年度，公司实现合并营业收入19,962.51万元，比上年同期下降32.35%；营业亏损7,664.30万元，比上年同期增亏7,461.13万元；利润总额亏损7,668.53万元，比上年同期增亏7,506.67万元；归属于上市公司股东的净亏损7,665.33万元，比上年同期增亏7,806.60万元。

2.1 主营业务分析

2.1.1 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例（%）
----	-----	-------	---------

营业收入	199,625,135.36	295,094,506.15	-32.35
营业成本	169,810,376.48	247,841,543.71	-31.48
销售费用	49,535,052.07	53,639,905.84	-7.65
管理费用	89,961,224.21	28,536,819.65	215.25
财务费用	648,748.24	2,682,715.88	-75.82
研发费用	-	-	不适用
经营活动产生的现金流量净额	-92,884,643.34	-35,754,128.40	不适用
投资活动产生的现金流量净额	34,825,490.66	33,217,807.19	4.84
筹资活动产生的现金流量净额	-840,711.35	-1,927,672.76	不适用
其他收益	2,817,718.81	4,080,554.91	-30.95
营业外收入	9,109.95	492,257.55	-98.15
营业外支出	51,400.00	79,098.93	-35.02
少数股东损益	-977,821.66	-4,335,080.90	不适用

于报告期内，合并利润表部分项目和合并现金流量表部分项目的变动金额及其主要原因如下：

(1) 营业收入

本期 199,625,135.36 元，上年同期 295,094,506.15 元，本期较上年同期下降 32.35%，主要是旅游业务受疫情影响所致。

(2) 营业成本

本期 169,810,376.48 元，上年同期 247,841,543.71 元，本期较上年同期下降 31.48%，主要是旅游业务受疫情影响所致。

(3) 管理费用

本期 89,961,224.21 元，上年同期 28,536,819.65 元，本期较上年同期上升 215.25%，主要是公司实施本次员工安置方案，计提辞退福利所致。

(4) 财务费用

本期 648,748.24 元，上年同期 2,682,715.88 元，本期较上年同期下降 75.82%，主要是汇兑收益增加及与辞退福利和离职后福利相关的利息费用减少所致。

(5) 经营活动产生的现金流量净额

本期-92,884,643.34 元，上年同期-35,754,128.40 元，现金流量净流出较上年同期增加 57,130,514.94 元，主要是受疫情影响旅游业务现金流入减少，及公司实施员工安置方案，支付内退及协解人员相关费用所致。

(6) 筹资活动产生的现金流量净额

本期-840,711.35 元，上年同期-1,927,672.76 元，现金流量净流出较上年同期减少 1,086,961.41 元，主要是 2022 年度分配股利较上年减少所致。

(7) 其他收益

本期 2,817,718.81 元，上年同期 4,080,554.91 元，本期较上年同期下降 30.95%，主要是本期政府补助减少所致。

(8) 营业外收入

本期 9,109.95 元，上年同期 492,257.55 元，本期较上年同期下降 98.15%，主要是上年同期有处置非流动资产利得，本期无此因素所致。

(9) 营业外支出

本期 51,400.00 元，上年同期 79,098.93 元，本期较上年同期下降 35.02%，主要是固定资产报废损失减少所致。

(10) 少数股东损益

本期-977,821.66元，上年同期-4,335,080.90元，本期较上年同期减少亏损3,357,259.24元，主要是控股子公司亏损减少所致。

2.1.2 收入和成本分析

单位:元 币种:人民币

分产品	2022年度营业收入	2021年度营业收入	本期比上年同期增减(%)
出境旅游	29,730.00	830,289.57	-96.42
入境旅游	3,528.00	960,339.95	-99.63
国内旅游	40,584,957.46	69,606,672.25	-41.69
票务业务	1,336,467.25	2,086,326.92	-35.94
会奖等旅游业务	123,278,907.01	178,015,461.52	-30.75
旅游及相关业务小计	165,233,589.72	251,499,090.21	-34.30
其他业务	7,858,452.05	6,588,271.33	19.28
主营业务收入小计	173,092,041.77	258,087,361.54	-32.93
房地产业务收入	26,533,093.59	37,007,144.61	-28.30
营业收入合计	199,625,135.36	295,094,506.15	-32.35

(1). 主营业务分行业、分产品、分地区、分销售模式情况

单位:元 币种:人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
旅游及相关业务	165,233,589.72	150,243,910.63	9.07	-34.30	-34.54	增加0.34个百分点
其他业务	7,858,452.05	5,906,381.94	24.84	19.28	40.56	减少11.38个百分点
合计	173,092,041.77	156,150,292.57	9.79	-32.93	-33.19	增加0.35个百分点
主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
中国大陆地区	173,088,513.77	156,147,046.89	9.79	-32.68	-32.92	增加0.32个百分点
除中国大陆外其他地区	3,528.00	3,245.69	8.00	-99.63	-99.66	增加6.97个百分点
合计	173,092,041.77	156,150,292.57	9.79	-32.93	-33.19	增加0.35个百分点

主营业务分行业情况的说明

2022年度，本公司旅游及相关业务的营业收入比上年同期下降34.30%，占公司当年营业收入的比重82.77%，与上年同期相比减少2.46个百分点，营业收入下降主要是受疫情影响。营收占比较上年同期相比无重大变化。

2022年度，本公司其他业务的营业收入比上年同期上升19.28%，占公司当年营业收入的比重为3.94%，与上年同期相比上升1.71个百分点，没有发生重大变化。

2022年度，本公司旅游及相关业务的毛利率比上年同期上升0.34个百分点，主要是国内游

毛利率较同期提高所致。

主营业务分地区情况的说明

2022年度，本公司位于中国大陆地区的营业收入比上年同期减少32.68%，占公司当年主营业务收入的比重100.00%，与上年同期相比上升0.37个百分点，营业收入下降主要是受疫情影响。营收占比较上年同期相比无重大变化。

2022年度，本公司位于中国大陆外其他地区的营业收入比上年同期减少99.63%，占公司当年主营业务收入的比重为0.00%，与上年同期相比下降0.37个百分点，主要是受疫情影响，入境旅游业务暂停经营，使营业收入大幅减少所致。

(2). 成本分析表

单位：元 币种：人民币

分行业情况							
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
旅游及相关业务	旅游垫付成本等	150,243,910.63	88.48	229,537,585.02	92.61	-34.54	
其他业务	货运业务成本	5,906,381.94	3.48	4,202,043.71	1.70	40.56	
合计		156,150,292.57	91.96	233,739,628.73	94.31	-33.19	
分产品情况							
分产品	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例 (%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例 (%)	本期金额较上年同期变动比例 (%)	情况说明
出境旅游	旅游垫付成本	26,584.40	0.02	809,075.36	0.33	-96.71	
入境旅游	旅游垫付成本	3,245.69	0.00	950,453.19	0.38	-99.66	
国内旅游	旅游垫付成本	37,601,624.13	22.14	64,965,048.56	26.21	-42.12	
票务业务	旅游垫付成本	975,188.93	0.57	1,440,130.72	0.58	-32.28	
会奖等旅游业务	会奖等旅游业务垫付成本	111,637,267.48	65.74	161,372,877.19	65.11	-30.82	
旅游及相关业务小计		150,243,910.63	88.48	229,537,585.02	92.61	-34.54	
其他业务		5,906,381.94	3.48	4,202,043.71	1.70	40.56	
主营业务		156,150,292.57	91.96	233,739,628.73	94.31	-33.19	

成本小计							
房地产业务成本		13,660,083.91	8.04	14,101,914.98	5.69	-3.13	
营业成本合计		169,810,376.48	100.00	247,841,543.71	100.00	-31.48	

成本分析其他情况说明

如前所述，本公司主要从事旅行社业务，营业成本主要为旅游垫付成本。2022年度，公司旅游及相关业务占公司当年全部营业成本的比重为88.48%，比上年同期下降34.54个百分点，主要原因是受疫情影响，旅游业务减少。

2022年度，本公司合并营业成本为16,981.04万元，比上年同期下降31.48%。其中，旅游及相关业务成本为15,024.39万元，比上年同期下降34.54%，主要原因是受疫情影响，旅游业务减少。

2.2 非主营业务导致利润重大变化的说明

2022年度，公司获得交通银行、中国银行等股票分配的现金股利3,903.25万元，比上年同期增加419.46万元。

2.3 资产、负债情况分析

单位：元 币种：人民币

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例(%)	上期期末数	上期期末数占总资产的比例(%)	本期期末金额较上期期末变动比例(%)	情况说明
货币资金	134,792,070.70	13.73	193,150,787.52	18.72	-30.21	
预付款项	14,334,831.76	1.46	23,551,216.69	2.28	-39.13	
其他流动资产	118,313.51	0.01	1,471,439.41	0.14	-91.96	
在建工程	3,047,480.22	0.31	599,453.56	0.06	408.38	
使用权资产	95,935.27	0.01	260,395.75	0.03	-63.16	
无形资产	3,652,702.89	0.37	5,305,674.80	0.51	-31.15	
其他非流动资产	4,899,851.80	0.50	2,966,851.80	0.29	65.15	
应付职工薪酬	44,718,425.81	4.56	28,303,254.00	2.74	58.00	
一年内到期的非流动负债	88,257.78	0.01	171,523.10	0.02	-48.54	
其他综合收益	-5,787,095.44	-0.59	-23,442,010.00	-2.27	不适用	

资产及负债状况变化的原因说明：

(1) 货币资金

本期末134,792,070.70元，上期末193,150,787.52元，下降30.21%，主要是受疫情影响，旅游业务现金流入减少所致。

(2) 预付款项

本期末14,334,831.76元，上期末23,551,216.69元，下降39.13%，主要是旅游业务预付款项减少所致。

(3) 其他流动资产

本期末 118,313.51 元，上期末 1,471,439.41 元，下降 91.96%，主要是预缴税费及待抵扣进项税余额减少所致。

(4) 在建工程

本期末 3,047,480.22 元，上期末 599,453.56 元，增加 408.38%，主要是公司搭建业务平台，对平台投入增加且期末还未达到预计可使用状态所致。

(5) 使用权资产

本期末 95,935.27 元，上期末 260,395.75 元，下降 63.16%，主要是计提折旧所致。

(6) 无形资产

本期末 3,652,702.89 元，上期末 5,305,674.80 元，下降 31.15%，主要是对软件等无形资产进行摊销所致。

(7) 其他非流动资产

本期末 4,899,851.80 元，上期末 2,966,851.80 元，增加 65.15%，主要是民航保证金增加所致。

(8) 应付职工薪酬

本期末 44,718,425.81 元，上期末 28,303,254.00 元，增加 58.00%，主要是公司实施人员安置方案，计提辞退福利所致。

(9) 一年内到期的非流动负债

本期末 88,257.78 元，上期末 171,523.10 元，减少 48.54%，主要是支付租金费用所致。

(10) 其他综合收益（损失）

本期末-5,787,095.44 元，上期末 -23,442,010.00 元，减少损失 17,654,914.56 元，主要是其他权益工具投资公允价值变动增加所致。

2.4 主要控股参股公司分析

2.4.1 主要子公司分析

单位：元 币种：人民币

子公司名称	行业	主要产品或服务	注册资本	总资产	归属于母公司的净资产	归属于母公司的净利润
上海国旅	服务业	旅游业务	20,000,000.00	29,352,319.00	-26,540,032.77	-22,062,511.71
锦旅控股	服务业	旅游业务	24,990,000.00	102,557,850.61	-228,074,735.01	-68,239,986.05
上旅	服务业	旅游业务	2,000,000.00	283,887.36	-6,536,557.81	27,359.85
华亭海外	服务业	旅游业务	10,830,739.00	1,502,440.43	-4,919,604.17	-2,269,608.33
上海国之旅物业管理有限公司	服务业	物业管理及室内装潢	1,000,000.00	14,242,962.43	5,441,380.33	-500,865.66
上海国之旅国际货运代理有限公司	服务业	货运代理	5,000,000.00	4,038,668.27	-1,044,565.82	-715,968.03
上海国之旅导游服务有限公司	服务业	导游相关业务	100,000.00	645,326.37	518,220.11	343.64
上海国旅广告公司	服务业	旅游广告业务	600,000.00	692,231.61	535,133.59	-189,265.71
上海锦江出入境服务有限公司	服务业	出入境相关业务	1,000,000.00	3,087,013.59	1,575,510.22	38,128.19
北京锦江国际旅行社有限公司	服务业	旅游业务	4,000,000.00	15,131,171.03	-639,482.35	-346,353.05
浙江锦旅国际旅行社有限公司	服务业	旅游业务	5,000,000.00	821,343.32	-156,199.87	-7,500.00
上海锦江国际绿色假期旅游有限	服务业	旅游业务	6,000,000.00	1,831,092.26	-10,973,076.04	-1,478,094.58

公司						
----	--	--	--	--	--	--

2.4.2 主要参股企业分析

单位：元 币种：人民币

参股公司名称	营业收入	营业收入 变化率(%)	营业利润	营业利润 变化率(%)	净利润	净利润变 化率(%)	变化原因 说明
上海锦江商旅汽车服务股份有限公司	268,446,928.59	-7.06	-27,518,222.48	-1,189.70	-25,519,204.75	-1,206.20	受疫情影响业务减少

3 经营计划

根据文化和旅游部办公厅相关通知，分别自2023年2月6日、3月15日起，试点恢复二批共计60个境外目的地国家团队旅游和“机票+酒店”业务；自3月31日起，恢复经营外国人入境团队旅游和“机票+酒店”业务，旅游市场全面迎接反弹。但是，近年来，文旅产业供给侧和需求侧都发生了巨大变化，游客消费能力有所下降，国际航班运力有较大缺口，长交通、目的地供应商价格居高不下，价格战恶性竞争征兆初步显现，叠加海外政治、经济、社会、安全等不确定因素，旅游业务重振的机遇和挑战并存。

根据董事会部署和要求，公司将“改革永远在路上”理念融入生产经营工作，推进商业模式和体制机制的“两个持续创新”，锚定“全国领先的文旅和会展综合服务商”战略目标，重点发力全国布局、文旅融合和大客户一站式服务，加强战略引领，推动主业转型，全力迎接市场开放，翻开公司高质量发展新篇章。

一、大众旅游业务以“平台模式”构筑全国网络

在品牌标准、市场营销、核准上线、运营结算、客服售后、技术支持等“六个统一”的功能集成框架下，加快平台运营功能建设，以平台加盟模式快速推进全国化业务布局。大力吸收和发展外部产品加盟商、供应商和渠道分销商，拓展同业异业资源和客源。上线加盟商分销小程序，实现二级分销管理应用。集聚业界优秀导游、领队、旅行顾问，推动私域流量转化，打造“锦江旅行家”品牌。联动集团会员体系，丰富适合会员积分兑换的旅游碎片化产品，提高会员活跃度和会员积分使用频率。

二、企事业商旅业务实现规模效益“双增长”

基于“一站式商旅服务平台”，为客户提供一站式的差旅管理、会奖策划、员工旅游等解决方案，提升在会奖商旅市场的市场占有率。通过与集团业务协同、客户共享的方式，为集团其他板块提供服务和支撑，联合开发大型国企、央企及政府机构市场，利用商旅业务引流并拓展酒店、租车等相关业务，搭建共赢共生的业务闭环。

三、项目类创新业务取得突破

筹备成立“文旅目的地发展联盟”并举办首届“文旅产业投资博览会”，与相关IP运营、投资建设、策划以及露营、亲子、演艺等各方供应商建立合作关系。

赋能传统旅游业务转型，着力推进“福建三明”等文旅资源开发运营的创新项目。在目的地运营、客源引流、整合营销等方面寻找商机，逐步形成新的增长点。

四、产品迭代升级创造价值

研判消费者旅游消费偏好，以精品、高端、定制为特征，注重产品原创和内容设计，打造符合市场需求的核心与爆款产品。全面启动上海市相关大中小红色思政“一大党史研学”主题活动。

贴合市场需求通过包机、切位等方式占据资源优势，内引外联集团酒店、车辆、餐饮、城市服务等板块产业资源，重构旅游服务价值链和供应链，抓住旅游业务复苏的机遇。

五、用好绩效考核和薪酬分配“指挥棒”

以“人效”为第一效率指标，落实“强激励、严考核”制度。业务端全面实施“生存指标—考核指标—奋斗指标”三层指标考核体系。中后台落实工作职责到每个人，明确工作流程和标准，接受业务部门考评。以“前台出效益、中后台出效率”为要求，将刚性考核与“淘汰”、“提奖”直接挂钩，激发员工内生动力。

六、以数字工具驱动精细化管理

持续完善制度建设，明确事权划分，在管理合规、总额控制的前提下，对业务战队相关财权、人权、分配权进行赋权配责，做到既要“真授权，授到位”，又要“接得住，管得好”，构筑“以制度促规范”的长效机制。

持续推进数字化转型，重点聚焦锦旅优选共享、锦江商旅服务、在线客服服务等三个业务平台以及财务管理、协同办公、合同档案管理等三个管理平台建设，同时，加快各系统优化升级，重构业务流程节点，完善“业财融合”，以信息技术把控关键节点、提高运行效率，实现控风险、促生产。

七、持续打造“专家”“管家”人才梯队

落实人才强企和青年人才战略。倡导每个员工做“专家”人才，管理服务部门当好企业“管家”、业务部门当好游客需求“管家”。加快年轻后备干部人才培养，广开渠道，形成可持续发展的优秀人才梯队。以市场化的管理和激励约束方式，努力打造一支总量充足、结构合理、专业优势明显、符合企业发展需要的人才队伍。

八、分层分级调整，改革工作深化彻底

着力做好“两个深化推进”：一是深化推进业务领军人物能力提升培训，支持战队快速成长；二是深化推进富余员工定期定点培训，加快转化速度，确保深化改革全面彻底。

同时，评估行业前景、企业综合实力及与旅游主业关系，推进公司三级以下非旅行社企业、外地企业深化改革工作。细化资产、业务、人员、股权调整的具体实施方案，落实责任人和时间节点，根据企业实际情况，分层分级、分类管理、逐步推进。