

中青旅控股股份有限公司

投资者调研会议记录

时 间：2024年4月3日

方 式：电话调研

接待人：董事会秘书 范思远

出 席：兴业证券、东北证券、西南证券等

一、简要介绍公司2023年度经营情况

2023年，旅游消费展现出蓬勃生机，旅游市场繁荣有序。公司抓住行业恢复机遇，立足“国内一流文旅综合服务商”的中长期发展定位，围绕“文旅目的地投资运营管理和文旅综合服务”主业，扎实做好生产经营，各业务板块业绩全面提升，实现营业收入96.35亿元，同比增长50.15%，实现归属于上市公司股东净利润1.94亿元，同比大幅扭亏为盈。乌镇景区2023年共接待游客772.07万，同比增长568%，其中东栅景区接待游客227.42万，同比增长1309.92%，西栅景区接待游客544.64万，同比增长447.65%。乌镇公司实现营业收入17.84亿元，同比增长183.65%；实现净利润2.84亿元，经营业绩稳健复苏。古北水镇2023年共接待游客152.36万，同比增长34.89%，实现营业收入7.35亿元，同比增长6.78%，经营业绩实现盈利，较2022年大幅改善。整合营销经营业绩全面回暖，全年实现营业收入21.87亿元，同比增长108.99%；净利润4,452.32万元，同比扭亏为盈。2023年，酒店行业呈现出较好的复苏态势，山水酒店实现营业收入4.10亿元，同比增长27.77%，较2022年减亏3,944.17万元。旅行社业务总体疫情后规模与利润同向增长，但政策层面逐步放开出境旅游，服务链条上的恢复还需要一段时间，同时跟2019年相比，受新收入准则影响，收入确认原则有较大差异，（如单项服务只能按照净额确认收入），整体较2019年仍有差距。

二、调研交流

1. 乌镇、古北水镇2023年度人均消费较2019年提升明显，较2021年、2022年

有所下降，分别是什么原因？

过夜客人比例对景区业务的人均消费影响较大。2021年、2022年酒店过夜客人比例相对较高，客单价对应较高。疫情后客流逐步恢复，但酒店客房供给总量有限，尤其在旺季，因此在客流大幅提升的情况下，客单价有所下降是正常情况。

2023年与2019年相比客单价提升，一方面是近三年来，景区酒店客房供给有所增加，另一方面是景区不断更新、创新业态，丰富景区内各种活动，游客在景区内消费有所提升。

2. 古北水镇自主运营后，管理上有哪些方面的调整？2023年北京暑期旅游市场火爆，为什么古北水镇恢复情况不如乌镇？

2023年5月以来，古北水镇顺利完成了管理交接，在人员、服务、营销等多方面均实现了平稳过渡。

古北水镇和乌镇恢复程度不同，主要原因在于两镇客流结构的差异。乌镇是全国型旅游目的地，在全国范围内具有较高的知名度，而古北水镇主要定位在京津冀小范围近郊市场。2023年北京旅游市场火爆，主要是国内其他地区游客入京，更多聚焦在故宫、颐和园、博物馆等传统历史文化景点，同时北京本地客流在2023年暑假更倾向于京外目的地，因此定位于全国旅游目的地的乌镇景区恢复情况更好。未来古北水镇会重点拓展全国客流，充分利用司马台长城品牌，吸引远端客流。

3. 古北水镇未来提升、发展的规划如何？

古北水镇已经开业接近10年，产品类型未发生大的变动，基本维持了在北京旅游市场上的优势。未来重点的发力方向有几个方面，一是高规格的会议接待方面，中青旅也会积极发挥国央企股东作用，推动提升古北水镇在高规格会议市场上的影响力，提升全国的知名度。二是景区内容的更新和替换，古北水镇会进行全面梳理，引进更多创新活动，丰富业态，着重做新的招商，并策划自有产品。三是将在营销渠道发力，整体推动古北水镇产品和市场地位的提升。

4. 乌镇2023年折旧摊销成本如何？

乌镇近三年新增900间客房，相对疫情之前每年折旧摊销有所增加，同时原有可以资本化的财务费用转出，会增加一部分财务费用。折旧、财务费用的

集中释放，给乌镇的成本费用端带来一定压力，但换个角度看，该部分投入对于乌镇未来的持续提升打下比较好的基础。今年我们对乌镇的运营目标也主要集中在入住率提升、人均消费提升上。

5. 政府补贴是否有预期？

政府补贴有不确定性，具体要看乌镇在税收、投资以及其他方面的贡献情况及政府资金的情况。

6. 古北水镇 2023 年费用控制比较好，具体采取了哪些措施？

古北水镇成本费用中能耗、人工属于大额支出，能耗支出主要依靠技术进行精细化管理，人工方面也严格控制，要求与景区客流相匹配，一岗多能、充分调配。疫情期间费用管理上花了很大功夫，这类经验也会继续延续。未来，在营销、为确保服务质量的支出方面，成本费用端可能会与业务量相匹配有所提升，首要的还是保障古北水镇整体业绩和产品质量的提升，目标是为了实现景区经营效益的最大化。

7. 乌镇 2024 年如何提升酒店入住率？客单价是否有预期？

乌镇目前酒店方面的重点在于堤上酒店、稻舍乡村酒店的提升管理。定位上，两家酒店的单价目前高于乌镇景区普通酒店，会重点拓展会展市场，充分发挥单体酒店优势，注重单体酒店特色化的推广。营销策略上，酒店特色化也是重要抓手，实现酒店特色与景区特色相得益彰。客单价方面，影响因素较多，属于较为综合的指标，变量较大，如客流增加可能就会导致客单价下降，较难预测。

8. 古北水镇 2024 年资本开支计划如何？是否需要股东增资？

古北水镇目前主要是补充招商、原有设施小改造等，没有大的资本开支计划。古北水镇资产负债率不高，自身具备融资能力，从财务角度看不存在股东增发等需求。

9. 怎么看旅行社业务 2024 年恢复趋势？

旅行社业务正向恢复，但与疫情前仍有较大差距，尤其在出境游市场方面。从国内游来看，供给端较为分散，2023 年底全国旅行社家数约 5.6 万家，比 2019 年增加了约 1.7 万家，在细分领域竞争激烈，大型旅行社难以发挥强大的竞争优势。大型旅行社重点目标仍聚焦在出境市场，但受限于资源、目的地国家地区价格上涨、汇率等因素影响，恢复到 2019 年水平尚需时间。中青旅在

出境游方面有较大优势，服务体系完善，目前既是产品供给方，也重视渠道打造，同时内部也进行了资源整合，在整体市场恢复的情况下，中青旅旅行社业务能够做得更好。