

烟台新绎游船有限公司
建造两艘高端游船运营长岛海上游
可行性分析报告

项目工作小组

二〇一六年九月

目 录

一、摘要	3
(一) 项目简介.....	3
(二) 项目投资价值.....	3
(三) 项目评价结论.....	3
(四) 项目风险.....	4
二、项目概况	4
(一) 城市概况.....	4
1、烟台概况.....	4
2、蓬莱概况.....	4
3、长山列岛概况.....	5
(二) 政策、经济环境.....	6
(三) 船舶简介.....	7
1、概述.....	7
2、新船设计建造单位及主要参数.....	7
3、船舶特点.....	7
三、项目必要性	8
(一) 战略层面.....	8
(二) 经济层面.....	8
四、市场竞争分析	9
(一) 市场现状.....	9
1、海上游航线概况.....	9
2、海上游近三年游客量.....	10
3、海上游运力分析.....	10
4、海上游销售渠道.....	10
5、海上游价格与返利.....	11
6、船上收益.....	11
(二) 市场预测.....	11
五、项目经营策略	12
(一) 投资计划.....	12
(二) 项目经营策略.....	12
1、船上经营项目.....	12
2、岛屿经营项目.....	14
六、经济评价	14
(一) 经济可行性分析假设.....	14
1、新船市场政策的有效性.....	14
2、适用税率.....	14

3、折现率选取.....	14
(二) 新船项目经济性测算.....	14
1、营业收入测算.....	15
2、营业成本测算.....	16
3、期间费用测算.....	18
4、税费测算.....	19
5、利润测算.....	19
(三) 评估指标.....	20
(四) 风险分析.....	20

一、摘要

（一）项目简介

北部湾旅游股份有限公司烟台公司 2016 年 4 月以光租形式控制运营长岛东方明珠快航有限公司两艘高端客船，2016 年 6 月完成对长岛渤海长通旅运有限的收购，同时两艘募投新建船舶已于 2016 年 6 月投入运营。公司现共有 11 艘船舶经营蓬长航线，1 艘船舶自 2016 年 5 月开始运营长岛海上游，截至目前接待海上游游客近 3 万人次，成功进军长岛海上游业务，积累了丰富的长岛海上游运营经验。目前长岛海上游产品较为低端，难以满足消费水平日益提升的广大游客，同时激烈的市场竞争导致现有海上游产品利润率大幅降低。为落实公司立足中高端客户群体，发展海洋旅游、健康旅游的战略，经过公司内部及与行业主管部门的沟通，现计划筹建两艘高端游船运营长岛海上游。

（二）项目投资价值

目前我国旅游行业正从传统观光旅游步入休闲旅游阶段，高端、体验成为海洋旅游未来的发展方向。近年来，长岛旅游业增长速度放缓，市场基数增大是一方面原因，旅游产品档次较低、多样性缺失也进一步限制了长岛旅游的发展速度。高端豪华游船进入长岛海上游市场是未来发展趋势，同时契合公司立足海洋旅游、定位中高端客群的发展战略。烟台适合打造公司海洋旅游第二基地，是布局渤海湾海洋旅游的最佳切入点。高端豪华游船的引入和运营将提升长岛区域的海上游档次和消费水平，进一步提升公司在蓬莱、长岛区域乃至整个山东经济腹地的影响力，为开拓、布局烟台海洋旅游业务提供支持。

（三）项目评价结论

通过测算，项目评价指标如下：

序号	指标名称	单位	指标
1	财务内部收益率（所得税后）	%	15.56%
2	财务内部收益率（所得税前）	%	18.20%
3	财务净现值（所得税后）	万元	1,701.34
4	财务净现值（所得税前）	万元	3,171.25
5	静态投资回收期（所得税后）	年	6.69
6	动态投资回收期（所得税后）	年	12.07
7	投资回报率	%	13.05%

经财务评价，公司新建高端海上游船是可行的，项目抗风险能力较强。

（四）项目风险

结合现有的海上游市场调研和运营经验，公司已具备筹建高档客船投入长岛海上游运营的条件，本项目可能面临的风险包括低端海上游产品的不正当竞争，以及中高端海上游产品推广和渠道建设时间长。结合公司实际运营经验，就有效降低风险拟提出如下建议：整合传统海上游市场，同时控制传统和高端市场；与政府、港口合作，利用互联网提高运营效率和服务水平；提升运营管理水平，打造高端服务品牌；完善高端旅游服务接待体系，加强营销管理。

二、项目概况

（一）城市概况

1、烟台概况

烟台市地处山东半岛东部，濒临黄海、渤海，与辽东半岛及日本、韩国、朝鲜隔海相望。烟台市是环渤海经济圈中的区域性中心城市，2015 年实现地区生产总值 6446.08 亿元，仅次于青岛市，位于山东省第二位，按可比价格计算，保持 8.4%的较高经济增速。其中，第三产业增加值 2681.77 亿元，增长 9.8%，第三产业占比达到 41.6%。总体来说，烟台市经济保持较高速的稳定增长，且其产业结构不断优化，第三产业正实现蓬勃发展。

烟台市的海岸线较长，旅游资源以海滨资源为主，近年来旅游经济增长较快，2015 年接待海内外旅游者 5890 万人次，增长 8%。国内旅游收入 666.2 亿元，增长 13.8%。其旅游资源包括，海滨浴场、各类岛屿、昆嵛山、烟台山等公园、蓬莱仙阁、开埠历史街区、道教传说等，旅游资源比较丰富。同时，其渔业、农业资源种类繁多，是全国重要的渔业基地和水果产地。

随着烟台市城际铁路和新机场等基础设施的建成使用，大交通环境得到进一步完善。全市现有港口 10 处，芝罘湾港、龙口港、莱州港、蓬莱东港等 6 处为国家一类开放口岸，已与 70 多个国家和地区的 100 多个港口实现通航。同时，有烟台大连航线和东北亚航线，可承接东北和日韩游客。

2、蓬莱概况

蓬莱，蓬莱地处胶东半岛最北端，濒临渤、黄二海，是一座历史文化名城，滨海旅游城市。山东省“儒、岱、仙、海”四大旅游资源中，蓬莱以“仙、海”占其

二，位于山东省全力打造的旅游“黄金海岸线”上，是海上丝绸之路不可或缺的重要组成部分。

蓬莱东距烟台 70 公里，南距青岛 200 公里，拥有便利的交通网络。境内有 4 条省级公路及 206 国道、威乌高速等高等级公路，206 国道蓬莱至烟台段为双向八车道旅游专线，威乌高速与同三、京福等高速相连。全市现有蓬莱新港、蓬长客港、栾家口港、安邦油港等四个港口，其中蓬莱新港、栾家口港为国家一类开放口岸，在建和建成万吨级以上泊位 13 个。蓬大、蓬旅航线是联接山东半岛和辽东半岛的黄金水道。已开通连接山东半岛与辽东半岛及通往日本、韩国、香港等国家和地区的货运航线。随着烟台新机场（潮水机场）的建成和烟台高铁的开通，龙烟铁路的规划建设，连接沈海、荣乌两条高速的“高接高”项目建成通车，港口集疏能力将进一步增强。

蓬莱依山傍海，环境优美，旅游设施完善，景点众多。“蓬莱阁”是中国古代四大名楼之一，“蓬莱水城”是我国迄今保存最完整的古代水军基地，还包括戚氏牌坊、民族英雄戚继光故居、亚洲最大的海洋极地世界、三仙山、八仙过海等旅游资源。全市现有 4A 级以上景区 5 个，蓬莱阁景区是全国首批 5A 级旅游景区之一；拥有华玺和中国湾 2 个五星级标准酒店，三星级以上酒店达到 15 家。2014 年，全市接待游客 682 万人次，实现综合收入 77 亿元，同比增长 17%、33%。

3、长山列岛概况

长岛，地理名称庙岛群岛，俗称长山列岛，位于黄渤海交会处的渤海海峡，共有大小岛屿 32 座。岛陆面积 53.17 平方公里，水域面积 8700 平方公里，海岸线总长 146.14 公里，有人居住且通航的岛屿 10 座，驻岛军民 5.2 万人，是山东省唯一的海岛县。

长岛也是著名的海上旅游景区，拥有国家一级质量大气环境和一类水质海域，素有“海上仙山、候鸟驿站”之美誉。长岛史前文化、妈祖文化、鱼民俗文化相互交融，有着丰富的人文历史和养生内涵可供挖掘，近年随着国内旅游业迅猛发展，吸引了大量的国内外游客，据统计，每年有超过 150 万游客进出长岛。长岛海上旅游航线丰富，目前开通的有穿越长山水道，并绕行高山岛的“海上游”航线，有绕行庙岛、小黑山岛和大黑山岛的环岛游航线，以及北长山岛月牙湾摩托艇近海游航线。其中，绕行高山岛的“海上游”航线最受游客的喜爱，该航线的主要景

点是猴矶岛和高山岛，两岛两侧多为海鸥群居场所。旅游季节，成千上万的海鸥随船航行，场面非常壮观，成为最受人喜爱的长岛旅游项目。

长岛处于山东半岛蓝色经济区、辽宁沿海经济带和天津滨海新区等国家战略区的结合部，与北京、天津、大连、烟台等国内重要客源城市距离近，是环渤海经济圈合作和消费市场辐射的交汇地。与日本、韩国隔海相望，拥有得天独厚的地理位置和独一无二的旅游资源。长岛与蓬莱均属于山东半岛蓝色经济区，2011年1月，国务院批复了《山东半岛蓝色经济区发展规划》，作出了建设长岛休闲度假岛的部署。规划主体范围为长岛县行政区划区域，包括32个岛屿和所属海域。目前，蓬长航线是进入长岛的唯一途径。2014年长岛游客接待量达到153.78万人，较2013年增幅达到6.84%，随着长岛北方生态岛的建设和大交通环境的不断完善，长岛具有文化旅游发展的综合优势将进一步凸显，在近期甚至未来较长一段时间内都有较好的旅游发展前景。

长岛旅游资源丰富，是国家级4A级旅游景区，中国十大最美海岛和首批中国旅游强县。盛产贝藻鱼类海珍品217种，是刺参、皱纹盘鲍、栉孔扇贝、光棘球海胆等海珍品原产地，被命名为中国鲍鱼之乡、中国扇贝之乡、中国海带之乡；年途经候鸟320多种、120多万只、种类占全国24%，年栖息太平洋斑海豹近400只，是国家级自然保护区和省级海豹自然保护区。风能和航运资源丰富，是西伯利亚和内蒙古季风南下通道，年平均风速6.86米/秒，有效风速8279小时，风功率密度比陆地高20-40%，是我国三大风场之一；周边海域有14条水道、其中3条国际航道，日过往大型客货船舶300余艘，拥有天然深水良港，是环渤海渔商船只的避风锚地。

（二）政策、经济环境

长岛政府正在力主推动海岛资源的有机整合，在开发度假产品、实施文化工程上下功夫。大力发展高端“海上游”，新建豪华旅游船舶，开通环岛游航线。实施5处无居民岛开发示范工程，建设一批休闲渔业园区和海上垂钓基地，开发康体养生、温泉疗养等特色产品，举办环岛马拉松、自行车、海上垂钓等体育赛事，大力发展海岛生态健康旅游。新建4处高端渔家风情园，打造服务功能完善、渔俗风情浓郁的海岛文化聚集区。政府提出组建长岛旅游集团公司，并积极与有经验、有实力的旅游企业开展合作，做大做强旅游龙头企业。

（三）船舶简介

1、概述

新建两艘高端游船属于航行于沿海航区的客船，主要用于环岛旅游。

计划航线的航程距庇护地距离 <20 海里，属于航行于沿海航区的Ⅱ级客船，航行时间不超过4小时，属于国内航行的第3类客船，本船结构与稳性按近海航区校核满足抗7级风的要求，可以满足“蓬莱——长岛”“烟台——长岛”航线旅客运输，并可兼营北五岛、西三岛及长岛岛际及海上游航线旅游。其中1艘可载客192人，另1艘可载客264人。

船型为双底、单甲板、全钢质电焊结构单体船，双机双桨双舵，尖首勺形艏；自下而上为底舱、主甲板、上甲板、驾驶甲板及罗经甲板。

2、新船设计建造单位及主要参数

公司聘请武汉金鼎船舶工程设计有限公司进行船舶设计，聘请北京同和山致景观设计有限公司进行船舶内装设计，这两个公司具备专业资质，且为北部湾旅游股份有限公司长期合作单位，信誉良好。截止至本报告日，新船设计方案已经完成并且通过了行业主管部门的审批。船舶建造单位选定为烟台中集来福士海洋工程有限公司。

新船设计方案主要技术参数如下表：

序号	船舶参数	高档客船
1	总长（米）	66
2	型宽（米）	12.8
3	型深（米）	4.5
4	设计吃水（米）	2.2
5	主机功率（千瓦）	1470x2
6	航速（节）	16
7	载客量（人）	192/264
8	抗风等级	7级

3、船舶特点

船舶融入中国古代寻仙的神话故事元素，结合蓬莱“八仙过海”传说，经过现代的解读，围绕“寻仙”进行船舶设计及健康旅游产品设计，体现健康的生活方式。

船舶外观以中国传统文化中的“祥云”和“龙”为素材，线条优美流畅，辨识度高。船舶内部改变了原有海上游船的空间结构设计，增加人均占有空间和公共

活动空间，提升舒适度和体验的品质。高端游船聚焦高消费群体的需求偏好，以“特色餐饮+体验店+博物展陈+主题休闲”的立体业态提高海上旅游档次。

三、项目必要性

（一）战略层面

目前我国旅游行业正从传统观光旅游步入休闲旅游阶段，高端、体验成为海洋旅游未来的发展方向。旅游的市场需求仍将有较大的增长空间，但同时随着各大集团进军旅游市场，旅游产品的供给也在高速增长。近年来，长岛旅游业增长速度放缓，市场供给基数增大是一方面原因，长岛原有旅游产品档次较低、多样性缺失也进一步限制了长岛旅游的发展速度。近期，大交通环境的改善仍能够给长岛旅游业带来短期刺激，但只有通过提升长岛旅游产品档次才能促进长岛旅游的可持续发展。

高端豪华游船进入长岛海上游市场是未来发展趋势，同时契合公司立足海洋旅游、定位中高端客群的发展战略。高端豪华游船的引入和运营将提升长岛区域的海上游档次和消费水平，进一步提升公司在蓬莱、长岛区域乃至整个山东经济腹地的影响力，为开拓、布局烟台区域海上游业务提供支持。

从公司内部，新建豪华游船经营长岛海上游项目，有利于深入挖掘海上游高端客群需求并探索创新经营模式，在实践中汲取经营经验，为公司未来众多海岛旅游项目的开展提供经营范本。

（二）经济层面

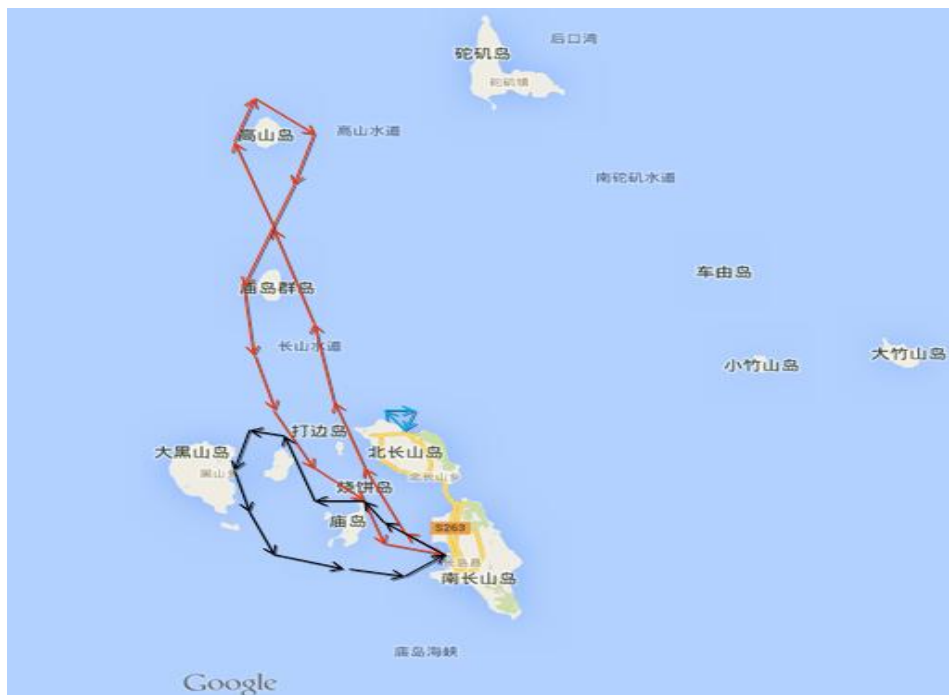
在国家经济低迷的背景下，旅游行业逆市上扬，旅游业作为国家战略支柱产业，能够带动第一、第二以及第三产业的协调发展，为此国家相继出台多项政策促进旅游业发展。

2015 年长岛接待游客 150 余万人，并呈逐年上升趋势。长岛坐落于经济发达的山东省，人均 GDP 超过 10,000 美元，拥有环渤海、京津冀以及长三角等广大经济腹地，现长岛高端海上游产品处于空白阶段，中高端市场的消费潜力和 demand 有待挖掘和满足，当地主管部门也有意愿提升海上游整体档次，此时公司进入高端海上游市场有巨大的商业价值和发展潜力。

四、市场竞争分析

（一）市场现状

1、海上游航线概况



长岛海上游目前开通三条线路，分别为 A 线、B 线和 C 线。

A 线如图中红色箭头所示，船舶从南长山岛出发，经北长山岛珍珠门、猴矶岛东、至高山岛，此后从猴矶岛西部向南穿越长山水道，最后从挡浪岛和小黑山岛之间穿越返回。全程 30 海里，航行 4 小时，中途登陆庙岛一座岛屿。

B 线如图中黑色箭头所示，船舶从南长山岛出发，经庙岛塘登陆庙岛，游览羊砣子岛、牛砣子岛、海豹礁、宝塔礁、小黑山岛，大黑山岛，最后返回南长山岛。全程 13 海里，航行 3.5 小时，全程登陆庙岛和大黑山岛 2 个岛屿。

海上游 A、B 线中 A 线航行途中有成千上万的海鸥随船航行，场面壮观成为最大的卖点，且游客喂食海鸥的过程有较高的体验性，A 线产品市场中更受欢迎，因此通常又将 A 线称为长岛海上游，

本报告主要基于 A、B 线海上游的短期经营以及海上游新产品探索进行研究分析，C 线为小型快艇运营航线，暂不考虑。

2、海上游近三年游客量

受气象、水文等环境因素以及旅游淡旺季的影响，长岛 A 线海上游每年运营时间从 4 月 1 日至 10 月 7 日，B 线可全年运营。海上游业务自每年 4 月份开展，6 月份逐渐由淡转旺，7、8 月份为 A、B 线海上游旺季，十一期间能够接待大量海上游游客。A、B 线海上游淡季依据游客数量不固定发船。

A、B 线海上游 2012-2015 年接待量如下表所示：

年份	映华公司	羚翔公司	天资公司	长通公司	乐通公司	合计
2012 年	66,630	7,880	9,995	7,922	-	92,427
2013 年	119,618	3,154	9,516	12,608	-	144,896
2014 年	111,810	11,765	6,323	19,023	-	148,921
2015 年	111,758	19,820	17,126	67,077	5,145	220,876

截止 2016 年 8 月 31 日，映华公司（映华公司+翔羚公司+天资公司）2016 年共接待海上游游客 135038 人，长通公司 47130 人，我公司 27125 人，共计 209293 人，较去年同期增长 5.4%。

3、海上游运力分析

目前共有 18 艘船舶运营长岛海上游 A、B 线业务，分别隶属于长通公司、映华公司、羚翔公司、天资公司、我公司和长通公司。目前长岛各条线路海上游运力统计情况如下表所示：

公司名称	船舶数量（艘）	客位共计（个）
映华公司	10	2025
翔羚公司	2	281
天资公司	2	198
乐通公司 （新绎游船运营）	2	560
长通公司	2	278
总计	18	3342

4、海上游销售渠道

目前长岛海上游各运营公司的销售渠道主要有网络售票、现场散客售票以及与旅行社、宾馆等合作的团队售票。

因 A、B 线海上游返利较大，旅行社、岛内宾馆、渔家乐、出租车司机等渠道为海上游送客的比例占到海上游全年销售量的 80%左右，是海上游售票的主要渠道。

在网络售票渠道中，公司已正式上线“途嗨”微信公众号，可实现海上游船票在线预订及营销推广，其他海上游运营公司多采用与携程等旅游网站合作的方式。网络售票可提前销售，但港口未安装自助取票机，仍需要游客到达港口后与现场人员联系取票。网络售票仅占 A、B 线海上游销售量的 1.5%左右。

5、海上游价格与返利

目前 A、B 线海上游门市价格 200 元，不分淡旺季。1.1 米以下儿童免票，1.1 米以上儿童全价，无半价票、军人、残疾人、学生票等特殊票价。

海上游公司给予合作网站价格为 170 元，给予宾馆、渔家乐价格为 150-160 元，给予合作旅行社价格为 140-160 元。各渠道自行确定船票销售价格，但不得低于海上游公司规定的最低价格。针对出租车司机实行现场返利制度，每张船票返利 20 元。合作旅行社自行确定船票销售价格，同时根据旅行社销售量，年底一次性支付返利。年底给予旅行社的返利标准为 1000 人以下 5 元/人，1000 人以上 10 元/人。

6、船上收益

各公司海上游船销售小面包、火腿肠、散装方便面、饮料、雪糕等小商品，同时对观光甲板升舱收取费用。

（二）市场预测

自 2012 年海上游、蓬长航线以及国内旅游游客量统计如下表所示：

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
海上游游客量（人）	92427	144896	148921	220876
海上游增长率	-	56.77%	2.78%	48.32%
蓬长航线载客量（人）	2,677,056	2,878,777	3,075,555	3342600
蓬长航线增长率	-	7.54%	6.84%	8.68%
全国旅游人数（万人）	295700	326200	361100	400000
旅游人数增长率	-	10.31%	10.7%	10.5%

随着国民收入的提高以及居民出游意愿的不断增强，我国旅游业增长势头良好，每年出游人数持续上升，近年来随着长岛海上游项目开发、营销等环节不断

完善，长岛海上游市场已经初具规模，预计未来几年游客量波动将大幅减弱，考虑到 2017 年初蓬莱市即将开通高铁线路，交通的便利将会带动游客量短期大幅度增长。公司 2016 年运营海上游平均上座率约为 63%，新船投运时，处于高端游船市场初创期，预计平均上座率为 50%。通过市场营销环节的不断完善，上座率每年增加 5%，直至 70%时保持稳定。据此测算新建高端游船载客量：

年份	2017	2018	2019	2020	2021
航次数	200	240	240	240	240
上座率	0.5	0.55	0.6	0.65	0.7
预测数	45,600	60,192	65,664	71,136	76,608

五、项目经营策略

（一）投资计划

新建两艘豪华游船造价为 6100 万元，预计在 2017 年 6 月份投入运营。

2017 年-2019 年新建船舶在现有海上游航线 A 线、B 线正常运营，探索岛屿的开发及岛上项目的经营模式，并积极培育市场、扩大市场规模、深挖游客需求，积累高端游船海上游运营经验。2019 年根据船舶在 A、B 线运营的经验 and 需求的探索，开发长岛周边岛屿，形成长岛区域新的海上游航线。

岛屿项目开发、完成相关部门的审批及经营调试计划周期为 12 个月，主要用于岛上码头、小范围交通等基础设施以及岛上娱乐经营项目的开发建设，在确保质量的前提下，以最少的投入完善基础服务设施，增强海上游的趣味性和互动性，区别于传统海上游航线，打造高端游船旅游，利于提高船票价格及船舶衍生品收入。

2020 年船舶正式投入新海上游航线运行，并持续探索长岛附近岛屿上的开发经营项目及新航线的可能性，打造特色，抢占长岛高端海上游市场份额。

（二）项目经营策略

1、船上经营项目

作为高端海上游的豪华游船，新船定位于中高端市场，区别于传统海上游项目，目的在于打造精致产品，通过产品的迭代更新形成独特船舶产品品牌，充分利用互联网技术，打造智慧船舶，在提供游客便利的同时，提高游览过程的趣味性和体验性，配合船舶演艺以及喂食海鸥环节的精心设计，将船上二次消费项目作为主要发力点。

（1）品牌系列产品

船舶目前有小卖部、甜品店以及纪念品专柜，售卖饮料、零食、甜品、明信片等，未来将增加以长岛、海上游景点为模板的系列手工艺产品，从当地文化、产品特色（如八仙过海、蓬莱仙境等）中抽象出精美图案符号应用到各产品中，打造具有当地特色的旅游纪念品；完善船舶食品、用品供应种类和质量：增设新绎品牌的铁板烧餐厅及健康养生餐厅，分别供应海鲜、海产品等富有当地特色的健康菜品；合作设立水果供应中心，为船舶提供应季水果进行销售。所有产品或产品包装均印有公司 LOGO，打造公司自有高端品牌。

（2）移动互联网产品

打造航行中的船上互动产品，充分利用移动互联网如微信的 ibeacon、寻宝功能等，利用微信公众号的互动与优惠活动，增强客户黏度，实现座位上点餐、购买纪念品、海产品、查询攻略等，提供自助语音导览、船内游客在线交流平台，打造智慧船舶，创造游客需求。

（3）船舶演艺、体验项目

以登船、行船和靠岸为时间节点精心设计一套完整的游客互动和演艺，增强全程的趣味性，促进船上商品及演艺相关产品的销量。

登船：登船时的欢迎歌舞、起航鼓、喷火表演及 3D 灯光秀等一系列活动从行程开始带起游客高昂的情绪，积极参与到全程的互动体验中；

行船：行船是活动体验密集的过程，也是游船创造二次消费收入的主要来源。船舶设有健身馆、糖果屋、泡泡屋、酒吧以满足不同需求的游客，并穿插形式多样的娱乐活动，如穿着自有品牌服装的 T 台秀；延续传统海上游航线喂食海鸥的卖点，以此为基础设计摄像比赛、亲子互动；船上设有水阻划船机可模拟划船，沙滩屋可供游客休闲游玩，配合有 3D 艺术长廊、特色产品体验店，融入不同节气的香薰体验、禅悟庭院等健康养生元素，游览的趣味性和体验性是游船关注的重点，同时注重健康、高端氛围的营造。

靠岸：靠岸时设计喷雾或焰火表演及归航钟，增强游览尾声的震撼性，促使游客回忆整个精彩的行程，提高游览的满足感。

除系列的娱乐体验之外，还以博物陈列的方式积极向游客宣传、普及海洋、环保等相关知识，以讲解、智力问答、动手操作多种形式丰富活动内容，承担公

司的社会责任。

2、岛屿经营项目

设计形成新海上游航线，定位高端与体验，有目的的开发岛屿，以轻资产投入的方式增加岛屿经营项目，以捕鱼和喂食海鸥为主打，完善整合产业链条，形成新的利润增长点，并且在海上游经营的同时持续探索新的经营项目和模式。

海上游航线途中停靠两座岛屿，设置捕鱼、戏水、海产品养殖区参观等娱乐项目，并完善相应餐饮及旅游服务，捕鱼环节可将游客捕的鱼根据游客需要带回船上加工或冷藏保存；海产品养殖区参观环节由专业人员或船员兼职为游客讲解海产品种类、养殖方式等趣味知识，游客可现场挑选海鲜带回或选择快递邮寄到家，“途嗨”微信号未来也将配合该项目增设海产品销售功能，游客可进行在线支付直接寄送到家，保障产品质量，省去挑选和携带环节，为游客提供便利。

六、经济评价

（一）经济可行性分析假设

1、新船市场政策的有效性

新船能够实现自主售票、排班，同时取得新航线的运营资质，本报告中假设该政策能够有效发挥作用。

2、适用税率

本报告根据交通运输业实际，采取增值税率 11%进行测算。附加税适用税率为增值税的 13%，企业所得税适用税率 25%。

3、折现率选取

本报告中折现率选取 12%测算。

（二）新船项目经济性测算

结合海上游航线近 3 年实际情况，以及长岛旅游发展预测，就新建船项目未来经营预测如下：

1、营业收入测算

(1) 票价测算

目前海上游游客人数增长迅速，2017 年初随着龙烟铁路的开通，长岛海上游市场预计迎来短期大幅增长。公司新建船舶高端，产品设计内涵丰富，但高端旅游产品上市需有一定的培育期，以现有长岛低端海上游 140 元的均价作为参照，预计 2017 年平均票价为 200 元。通过产品的不断完善，2018 年平均票价调整为 260 元。在公司实现对传统海上游的整合后，将搭配高中低端不同层次的海上游产品，预测 2020 年高端海上游产品平均票价为 300 元，之后每五年票价增加 50 元，直至稳定在 400 元。

船票销售价格测算表

年份	2017	2018	2019	2020	2021
船票价格（元/人）	200	260	260	300	300

(2) 航次数测算

根据 2016 年船舶运行海上游数据，测算单船全年航次数约为 240 次。旺季 7、8 月份以及五一、十一期间，每日 2 个航次；5、6、9 月份，日常海上游发班每日 1 次，周末 2 次。预计新船 2017 年 6 月投运，当年航次数约为 200 次，2018 年开始单船每年 240 航次。

(3) 上座数测算

据新船客位数及预测上座率，测算载客量如下表：

新船客位数

项目	客位数（个）
寻仙 1	192
寻仙 2	264
合计	456

载客量测算

年份	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年
载客量	45,600	60,192	65,664	71,136	76,608

(4) 营业收入测算

根据旅客运输人次及船票销售价格，测算新船票价收入如下表：

海上游票价收入测算表

项目	单位	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
票价收入	万元	912.00	1,564.99	1,707.26	2,134.08	2,298.24

新建船舶区别与传统长岛海上游产品，根据船舶经营策略，开设各类船舶二次消费项目。本报告预计 2017 年船舶二次消费消费收入占船票销售收入的 20%，随着船上消费产品的不断完善，船上收益占比每年增加 2%，直到 40%不变。据此测算新建高端船舶各年总收入如下表：

营业收入测算表

项目	单位	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年
合计销售收入（含税）	万元	1,094.40	1,909.29	2,117.01	2,688.94	2,941.75
合计销售收入（不含税）	万元	985.95	1,720.08	1,907.21	2,422.47	2,650.22

2、营业成本测算

(1) 人工成本测算

考虑到海上游产品特点，预计单船每年发放 6 个月开航工资，6 个月发放 30% 的停航工资。单船全年人工成本预计 80 万元，每五年增加 10%。2017 年自 6 月投运，预计人工成本 128 万。据此测算船舶人工成本：

人工成本测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
人工成本	万元	128.00	160.00	160.00	160.00	160.00

(2) 折旧测算

目前两船固定资产原值合计为 5213.67 万元，按 18 年期折旧，不考虑净残值。据此测算每年折旧费用。

折旧费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
----	----	--------	--------	--------	--------	--------

折旧	万元	168.96	289.65	289.65	289.65	289.65
----	----	--------	--------	--------	--------	--------

(3) 燃料、润料及物料费用测算

根据新船额定功率测算新船单航次油耗为 1.4 吨左右，0#柴油现行市场价格 4400 元/吨，油价每 5 年增长 10%，根据船舶运营航次数测算得出每年燃料费用。

新造船舶物料润料，预计单船每年花费 10 万元。

燃料、润料物料费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
燃料物料费	万元	260.40	315.68	315.68	315.68	345.25

(4) 修理费用测算

新造船舶预计单船第 1 年修理费用支出为 20 万元。随着船龄增加，单船修理费用每年增加 5 万元，单船费用增加至 50 万不再增加。

修理费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
修理费	万元	23.33	50.00	60.00	70.00	80.00

(5) 港口费用测算

长岛海上游目前港口收费标准为 16 元/人，同时港口代收长岛县政府资源费 10 元/人，合计 26 元/人。

港口费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
港口费	万元	118.56	156.50	170.73	184.95	199.18

(6) 保险费测算

按照新船造价及海上游航线保险市场水平，预计单船各项保险费用 15 万元/年。

保险、船舶检验费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
保险费	万元	17.50	30.00	30.00	30.00	30.00

(7) 旅客服务用品费用测算

新造船舶投入海上游航线运营，每年需要投入旅客食品、头套清洗等各项费。预计前 5 年为 0.5 元/人次，随着 CPI 上涨，每 5 年增加 0.5 元每人。根据旅客运输人次测算旅客服务用品费用。

旅客服务用品费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
旅客服务用品	万元	2.28	3.01	3.28	3.56	3.83

(8) 其他费用测算

每年支付船员服装、差旅及体检等船员费用预计单船 5 万元，随着 CPI 上涨每 5 年上调 20%。水电等航次运营费用预计单船 5 万元/年，随着 CPI 上涨每 5 年上调 20%。船舶运营等其他不可预计费用单船 3 万元/年，随着 CPI 上涨每 5 年上调 20%。

另外，船上二次消费项目发生的相关成本，以其收入数的 50%作为成本，计入其他费用。

船员费用、航次运营费用及其他费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
船员费用	万元	8.00	10.00	10.00	10.00	10.00
水电等航次运营费用	万元	8.00	10.00	10.00	10.00	10.00
其他	万元	4.80	6.00	6.00	6.00	6.00
二次消费成本	万元	91.20	172.15	204.87	277.43	321.75

(9) 营业成本测算

根据上述测算，计算出全年航线运营成本如下表

营业成本测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
营业成本	万元	831.04	1,202.99	1,260.21	1,357.27	1,455.66

3、期间费用测算

(1) 岸基费用测算

岸基费用为船舶运营管理部门为保障船舶安全运营所发生的各项费用，按照销售收入的 3%进行计算。

岸基费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
岸基费用	万元	29.58	51.60	57.22	72.67	79.51

(2) 管理费用测算

管理费用为项目公司各职能部门为保障公司各项生产活动正常开展所发生的费用，按照销售收入的 5%进行计算。

管理费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
管理费用	万元	49.30	86.00	95.36	121.12	132.51

(3) 销售费用测算

为确保航线运营能够达到市场预期，需要在广告宣传、渠道建设、客户调研、激励返点等方面投入销售费用。本报告中销售费用按照主营业务收入的 3% 进行测算。

销售费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
销售费用	万元	29.58	51.60	57.22	72.67	79.51

(4) 财务费用测算

本报告中假设项目开展所需资金全部为自有资金，未考虑相关融资费用或货币资金的机会成本。所产生的财务费用仅为保障航线正常运营所发生的银行账户手续费、账户维护费用等。按照 3 万元/年进行测算。

财务费用测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
财务费用	万元	2.40	3.00	3.00	3.00	3.00

4、税费测算

新船投建产生 886 万进项税，前 5 年预计不需缴纳增值税。5 年之后，扣除进项税，预计增值税综合税赋为 6% 左右。依据企业各项税种适用税率测算税费支出如下。

税金测算表

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
税金及附加	万元	-	-	-	-	-
所得税	万元	11.01	81.22	108.55	198.93	225.01

5、利润测算

根据上述营业收入、营业成本、期间费用、税费、营业外收支测算结果，计算得出新建 2 艘高档客船运营海上游航线项目的前 5 年利润如下表。

利润表测算

项目	单位	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
一、营业收入	万元	985.95	1720.08	1907.21	2422.47	2650.22
减：营业成本	万元	831.04	1,202.99	1,260.21	1,357.27	1,455.66
税金及附加	万元	-	-	-	-	-
销售费用	万元	29.58	51.60	57.22	72.67	79.51
管理费用	万元	49.30	86.00	95.36	121.12	132.51
岸基费用	万元	29.58	51.60	57.22	72.67	79.51
财务费用	万元	2.40	3.00	3.00	3.00	3.00
二、利润总额	万元	44.06	324.89	434.21	795.73	900.04
减：所得税费用	万元	11.01	81.22	108.55	198.93	225.01
三、净利润	万元	33.04	243.66	325.66	596.80	675.03

(三) 评估指标

新建 2 艘高档客船投入运营海上游，预计项目总投资 6100 万元，据此财务评价指标如下。

财务评价指标

序号	指标名称	单位	指标
1	财务内部收益率（所得税后）	%	15.56%
2	财务内部收益率（所得税前）	%	18.20%
3	财务净现值（所得税后）	万元	1,701.34
4	财务净现值（所得税前）	万元	3,171.25
5	静态投资回收期（所得税后）	年	6.69
6	动态投资回收期（所得税后）	年	12.07
7	投资回报率	%	13.05%

经财务评价，公司新建 2 艘高档客船投入海上游是可行的，项目抗风险能力较强。

(四) 风险分析

结合现有的海上游市场调研和航线经营经验，公司已具备运营高档客船投入海上游的条件，但本项目可能面临如下风险：

- 1、低端海上游产品的不正当竞争。传统海上游属于较低端产品，低廉的价格和较高的渠道返利，会对公司投建运营的高端海上游船产生冲击。
- 2、中高端客群市场渠道建立。高端海上游产品市场培育需要时间，如不能

准确抓住细分市场，做好产品推广和渠道建设，市场开发将面临一定困难。

结合公司航线运营经验，就有效降低风险提出建议如下：

1、收购整合现有海上游运营公司，推出高中低不同档次的产品供游客选择。加速市场整合，加强与现有海上游运营公司的合作，从而提高船舶运营效率，并通过提升船票价格提高利润率，避免恶性市场竞争。

2、合理利用政府政策支持、与港口进行合作，利用互联网技术提高航线运营效率和服务水平。

3、提升运营管理水平：充分利用公司在北部湾先进的行业管理理念，科学合理调配航班。借助新绎国旅品牌开发长岛旅游产品，做好公司的服务品牌，通过卓越的运营管理降低成本，提高利润率，抵御市场竞争风险。

4、完善高端旅游服务体系，加强营销管理。利用大数据、微信平台等方式挖掘游客需求，积极探索船舶二次消费项目，建立粉丝互动平台及高端会员档案，于服务、营销等环节中融入公司文化和先进理念，增强客户黏性。