证券代码：000796 证券简称：凯撒旅游

**海航凯撒旅游集团投资者关系活动记录表**

编号：2019-001

|  |  |
| --- | --- |
| **投资者关系**  **活动类别** | □特定对象调研 ■分析师会议  □媒体采访 □业绩说明会  □新闻发布会 □路演活动  □现场参观  □其他 |
| **参与单位名称及人员姓名** | 国信证券、东吴基金、中信建投证券、中信证券、中华联合保险、中欧瑞博投资、中科沃土基金、中银国际证券、交银施罗德基金、人寿养老基金、凯石基金、嘉实基金、国海富兰克林基金、大禾投资、安邦资产、富利达资产管理、平安养老保险、招商基金、果时资本、银河基金、长胜基金等共37家券商及投资机构的42人参与会议 |
| **时间** | 2019年10月9日10:00 |
| **地点** | 电话会议 |
| **上市公司接待人员姓名** | 副董事长兼总裁陈小兵、董事兼首席执行官曩麒、副总裁魏灵、副总裁兼董事会秘书江丽妮 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 2019年10月9日，海航凯撒旅游集团股份有限公司（以下简称“公司”或“凯撒旅游”）召开券商及机构投资者交流会，副董事长兼总裁陈小兵、董事兼首席执行官曩麒、副总裁魏灵、副总裁兼董事会秘书江丽妮及多家券商、机构投资者代表参会。会议采用现场问答的形式，由凯撒旅游方面就券商及投资者代表提出的重点问题依次进行了解答和交流。本次会议就公司第一大股东变更、原大股东减持、董事会换届后等近期重大事项情况予以解答，同时针对公司目前及未来的经营情况进行了沟通交流，会议主要内容具体如下：  **1、本次公司原大股东海航旅游集团（以下简称“海航旅游”）减持的背景及海航旅游后续减持计划？**  答：海航旅游减持主要是在海航集团整体战略调整的背景下，回归航空主业的具体安排。根据公司9月16日发布海航旅游的减持计划，海航旅游计划在6个月内通过竞价和大宗交易方式累计减持不超过公司总股本6.0007%的股份，目前累计减持1.55%，后续会根据市场情况进行相关安排。  **2、股权变更后海航与凯撒旅游的后续合作情况？**  答：为确保上市公司业务的稳定性，海航集团未来仍会在航空及配餐业务上继续支持公司业务持续发展，业务层面的合作不会受到影响。  **3、公司未来的发展规划？**  答：公司在业务发展方面：1）强化旅游的主业，会在渠道、产品、目的地运营方面采取更加积极的策略；2）继续利用公司多年来对食品发展的经验巩固航空及铁路配餐业务，同时未来会积极发展地面配餐、中央厨房的业务；3）与中国出国人员服务总公司（以下简称“中出服”）合作发展免税业务，公司与中出服合作的天津免税店将于今年10月10日开业，后续会继续探索在其他城市合作开设市内和口岸免税店。  在人才方面：积极引进人才，未来在更多领域方面支持上市公司发展。  在合作伙伴方面：未来公司不排除会通过股权转让或者增发的可能，引进战略合作伙伴，开展战略合作，支持旅游主业发展。  **4、与中出服合作的背景，未来进一步合作的规划？**  答：中出服选择凯撒作为合作对象主要看中凯撒旅游的出境游业务经验、资源和口岸的良好关系。在国家引导消费回流的大背景下，未来还会有其他项目陆续落地（天津即将落地），探索在市内店、机场口岸等继续展开合作，并进一步研究双方全面、多样化的合作模式。  **5、出境游各目的地方面情况，未来出境游目的地主要为哪些？**  答：今年从目的地表现来看，非洲增长最好，日本其次，欧洲相对平稳；港澳下降较多，东南亚、美国、澳洲也在下降。目前国内旅游增长很快，比以往好转，部分因为东南亚、港澳的替代效应。未来主要的出境游目的地预计主要为欧洲、日本，并从2020年开始公司将从多个层面介入国内游市场（研学、康养等）。  **6、半年度报告旅游业务收入和毛利率下滑原因是？**  答：2019年半年度报告旅游业务收入盈利较去年有所下降，是因为上半年公司经营策略相对保守，主要有以下几方面原因：1）公司去年底对今年宏观经济形势谨慎乐观；2）海航集团聚焦航空主业的战略尚未落地；3）公司认为这几年无论出境游还是大的旅游行业，面临着新的转变和挑战，因此从2017年就开始转型应对行业变化，转型期也会导致公司经营相对保守。  不过，今年公司整体业务还是比较平稳，零售业务表现优秀，有很好的持续性和延展性，老客人复购率超过50%。随着海航集团战略明确落地，公司后续会采取积极的策略，同时出境游业务通常有滞后性，所以在未来6个月会有所显现。从目前公司订单趋势来看，2020年Q1同比增长较高。  **7、明年订单增长目的地方面的拆分？行业景气度能否持续？**  答：2019年Q1表现突出的是极地业务，公司极地业务市占率最高时达到28%（市场第一），后来排名又有小波动，但预计后续会回到市占率第一的位置。目前日本和国内游业务显著增长，其次近两年培育的子品牌如研学、康养、体育、差旅、度假自由行业务等对整体也有积极贡献。特别是体育业务方面，预计明年东京奥运会有积极影响，公司推出的出行套餐需求供给比为15:1，目前订单非常踊跃，其他子品牌预计从2020年开始对公司也会有比较积极的贡献。  **8、汇率变化的对出境游的影响？**  答：目前从2019年半年报来看，因为上半年汇率一直在涨，半年报结算时会有汇兑损失。但9月份是有汇兑收益的。综合来看汇兑对利润的影响为百万元级别水平，影响不大。长期上主要是心理方面影响。从行业发展来看，在汇率有大波动抑制出境游时，入境游可能会起到对冲效应。目前入境游在新兴客源地有潜力，亚洲区域如印尼和马来西亚、中东的入境游趋势不错。  **9、公司如何看待Thomas Cook破产事件？公司未来在旅行社业务的考虑？**  答：从发展阶段来看，Thomas Cook已经运行了近170年，中国市场化旅游业务1990年后才开始快速发展，两个国家市场发展阶段不同。目前中国很多消费者旅游需求还未满足，自由行、团队游还有很大的提升空间，现在去谈行业天花板和走向还是有点太早。从行业发展速度来看，出境游行业确实过了增速很快的阶段（2016年为分水岭，2015年及以前增长较快），公司认为行业已经进入相对平缓的阶段。微观角度，欧洲大型的旅游社发展过程中进行了很多并购，业务单元可能多达几百个，但这些业务单元的并购整合可能不好，业务协同不是很明显；同时欧洲传统的旅行社人工非常多（某欧洲前三的传统旅行社仅一家分公司员工即多达几千人），且国外人工成本又高，很多员工临近退休，从而导致企业的包袱很重，阻碍企业发展。公司认为传统旅行社与其说是受到OTA的冲击，不如说是自身管理问题的暴露。  **10、如何看待旅行社与OTA的关系？**  答：因为OTA虽在管理、数据采取方面有优势，但是在内容生产和实际运营方面还是需要与做产品的公司进行合作，双方不一定是竞争关系，是可以共生的。  **11、凯撒旅游拿到日本奥运门票独家代理权，对营收弹性如何？**  答：公司做过多届奥运会独家代理业务（里约、平昌），日本是这十几年中最好的机会，因为是短途旅游市场。从报名情况来看，很多人已经开始做预订。伦敦奥运会收入在1.2亿左右，日本较伦敦会有较大增长，预计将会为公司带来一定的收入，最终销售会在今年Q4和明年Q1体现出来。日本方面也制定了旅游行业的10年战略，旅游强国战略逐渐落地，明年日本基数虽然不小，但预计仍然是增长的态势。  **12、出境游行业的市场集中度是否会有相对显著的提升？**  答：集中度提升是比较确定的趋势，近两年经济状态下，不少中小旅行社受到了来自各方面的冲击，人员、业务也会流向头部企业。且随着头部企业在资金、技术、客户等方面的优势进一步强化，预计集中度还能继续提升。  **13、公司在京津地区零售业务竞争优势是否可以其他区域复制？旅游零售的优势建立是否需要较长的时间？公司未来的渠道策略考虑？**  答：出境游是高价低频，做用户的转化的过程较慢，因此建立壁垒需要时间。这两年公司在运营门店的同时在渠道方面做了很多工作。1）强化线上的运营能力，公司认为线上线下结合的零售模式才是最好的模式。2）侧重拓展企业大客户，开发了中国500强企业服务专区，线下拓展资源，2019年反应效果还不错。3）提高单店单人的收益。在上面三点的基础上，公司在零售业务也会持续有一些思考和探索，会有自己的一些思路，未来业务会有更加扎实的增长。  **14、2010-2015年出境游增长很快，2016年后行业波动大，但目前中国持有护照的人数渗透率仍较低，未来行业的增速态势如何？**  答：预计未来出境游行业会进入比较平稳的状态，考虑到汇率变动趋势短期不会有太大的变化。企业要是想拥有高于行业中枢的增速，就必要找新的业务增长点，例如国内游、本地文化休闲，形式上可以借助定制游、体育户外、研学康养等。 |
| **附件清单**  **（如有）** |  |
| **日期** | 2019年10月9日 |