

张家界旅游集团股份有限公司

2019 年度董事会工作报告

2019 年，在公司股东大会的支持指导下，董事会严格按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所主板上市公司规范运作指引》等法律法规以及《公司章程》的要求，贯彻落实股东大会通过的各项决议，认真履行董事会的职责，切实维护股东和公司的利益，促进公司的发展。现就 2019 年度的工作情况作如下报告，同时提出 2020 年公司工作计划及重点工作：

一、2019 年整体情况

2019 年是旅游行业的迭代之年，原有的支撑旅游行业的传统产业面临着危机。在发改委 2018 年以来实施的景点景区门票下降政策的大环境下，景区门票利润微薄；同时新增旅游景点景区、新建旅游项目却并未减少，竞争激烈，各景区旅游人数的摊薄。在市场竞争激烈及利润不断降低的双重环境下，公司董事会、经营班子和全体员工，聚焦“市值管理、收入增加、项目驱动、营销扩容、依法治企、党建引领”的方针，努力完成年度利润目标，安全、优质、高效的完成了全年游客接待任务，主要工作如下：

（一）生产经营情况正常

全年共实现接待购票游客人数为618.27万人，较上年同期596.49万增加21.98万人，增幅为3.68%；全年实现营业收入42,525.87万元，较上年同期46,839.39万元减少4,313.52万元，减幅为9.21%；全年实现

归属于上市公司股东的净利润1,105.59万元，较上年同期2,640.39万元减少1,534.8万元，减幅58.13%；全年实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润525.78万元，较上年同期2,117.93万元减少1,592.15万元，减幅75.17%。

（二）多举措创新争创收

面对门票降价和同质化产品增多等困难，公司主动创新产品，解决困难，力争多渠道创造收入，丰厚公司利润。一是丰富产品的多样化和差异化。公司针对不同游客的不同消费观念，推出景区环保客运车VIP包车定制服务、张国际酒店推出尾房促销活动等一系列创新产品，不但有效增加公司收益，同时给游客带去了体验式旅行的新感受；二是提升企业行业规范和业务能力。公司再次对中国旅行社进行股权结构改革，重新拟定经营思路，为公司做出更符合消费者偏好的产品创造了条件。三是启动公司票价管理工作。积极推进环保客运公司门票分离工作，同时完成宝峰湖景区大门、游船、环保车票分离工作。

（三）把握市场精准营销

报告期内，公司针对目标市场进行精准营销，以跨界联合与整合资源、抱团发展为核心思路。公司积极开发旅游市场的其他需求，勇敢的进行跨界联合，在现有客群的基础上，针对人群未来的需求进行有选择的跨界发展，跟乌克兰（张家界）交响乐团对接合作，推出“十里画廊、宝峰湖红歌音乐会”；公司在现有客群的基础上，将旅行社、景区、酒店与新媒体合作，开展了网红打卡活动、“捷兔友慢跑”活动、华服展演等一系列活动。

（四）克难驱动项目建设

2019 年公司着力解决大庸古城项目重点难点问题，统筹协调各方力量，充分保障人力、财力、物力等方面给予的情况下，通过层层分解任务、明确责任目标等方式，全面完成项目主体建设，有序开展室内外装修工程。同时积极布局项目品牌与业态落位，对非遗文化内容、古城文化建设、智慧景区规划、古城街巷命名、古城整体营销与品牌进行了系统的包装与规划，积极有序筹备大庸古城项目开业各项工作。

（五）持续规范内控治理

一是持续完善公司治理，高效规范三会运作。报告期内，公司董事会共召集召开 1 次股东大会；董事会共召开 7 次会议，其中 2 次现场会议、5 次通讯表决会议。二是严格履行信息披露义务，提高信息披露质量。2019 年共计公开信息披露 68 批次，对公司股票价格及投资者产生重大影响的信息进行了公正、公开、公平和及时的披露；三坚持履行上市公司在公司治理、股东回报、对外沟通、外部监督的社会责任，特别强调发挥审计委员会的监督作用，多次组织审计委员会召开关于募投项目的跟踪专题会议，并与审计委员会聘请第三方审计机构对公司募投项目进行审计复审。四是启动公司战略规划编制，将公司未来发展具体方向和内容明确化。

（六）常态化多元化沟通

常态化的投资者多元沟通机制，建立了与股东、投资者的固定沟通机制。公司积极主动、有计划性地做好与投资者地沟通工作，创新服务手段，积极拓展投资者沟通渠道，采取“请进来”、“走出去”的

方式，通过主动服务投资者，如邀请投资者参观公司大庸古城的建设现场、宣传展厅等活动，并不定期的上门与投资者交流，增进与投资者的感情、树立开放、透明的资本市场形象。

二、2019 年主要经营指标分析

(一) 公司 2019 年度主要会计数据和财务指标如下：(万元)

	2019 年	2018 年	本年比上年增减
营业收入	42,525.87	46,839.39	-9.21%
归属于上市公司股东的净利润	1,105.60	2,640.39	-58.13%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	525.78	2,117.93	-75.17%
经营活动产生的现金流量净额	15,583.00	14,753.43	5.62%
基本每股收益(元/股)	0.03	0.07	-57.14%
稀释每股收益(元/股)	0.03	0.07	-57.14%
加权平均净资产收益率	0.69%	1.69%	-1.00%
总资产	266,802.69	249,597.94	6.89%
归属于上市公司股东的净资产	160,245.00	157,940.12	1.46%
销售费用	2,267.42	2,266.82	0.03%
管理费用	7,525.63	8,038.80	-6.38%
财务费用	416.90	415.27	0.39%

(二) 公司 2019 年度主要景区景点具体情况：(万人、万元)

公司	指标	2019 年	2018 年	同比增减(%)
环保客运	购票人数	313.38	335.51	-6.57%
	营业收入	14,970.45	1,7020.13	-12.04%
宝峰湖	购票人数	48.89	78.71	-37.89%
	营业收入	4,421.24	6,748.50	-34.49%
十里画廊观光电车	购票人数	137.45	126.57	8.60%

	营业收入	5,430.21	5,011.53	7.97%
杨家界索道	购票人数	118.55	55.78	112.49%
	营业收入	6,464.55	3,531.45	83.06%
张家界国际大酒店	营业收入	1,608.60	1,608.57	0.00%
张家界中旅	营业收入	14,129.07	14,110.68	0.13%

（三）公司 2019 年度主要财务情况分析

公司 2019 年度较上年同期营业收入有所下滑、净利润大幅减少的主要原因是：

1、营业收入有所下滑的主要原因。

因武陵源核心景区门票政策（湘发改价费〔2018〕544 号、张政办函〔2018〕99 号）下调环保客运价格，以及从 2019 年 4 月 10 日起扩大特殊群体的政策性免票范围等，影响环保客运营业收入同比减少 2,414.81 万元；宝峰湖公司因购票人数下降及政策性免票范围扩大（由原来的小孩身高 1.2 米变为 14 周岁以下，老年人 70 周岁变为 65 岁以上）等影响营业收入同比减少 2,327.26 万元；杨家界索道本期实现营业收入 6,464.55 元，较上年同期 3,531.45 万元增加 2,933.10 万元。

2、净利润大幅减少的主要原因。

①受票价调整及优惠票政策，环保客运公司、宝峰湖公司收入下降的同时成本不降，导致净利润分别减少 1,880.81 万元、1,159.45 万元。

②因 2016 年递延所得税转回影响大庸古城公司亏损增加 670.28 万元。

三、公司未来发展的讨论与分析

（一）行业竞争格局和发展趋势

1、行业竞争格局

旅游业作为一个综合性强、市场化程度高的产业，其面临的竞争日益加剧。一是交通环境的改善拉近了景区间的时空距离，游客出游选择增多，加剧了区域之间的竞争；二是能源、地产、水利、电器、农业、保险等大中型企业集团开始转型投资旅游，产业资本的迅速涌入加剧了市场竞争；三是为了进一步提高企业的盈利水平，强化和提升市场竞争地位，目前国内少数旅游企业已经开始着手转变以价格竞争为主要竞争手段的粗放经营方式，通过“多元组合”、“多业态资源整合平台”等新兴经营模式，逐步培养企业对各旅游要素和其他旅游相关资源的整合能力，并开始以服务品质、企业品牌等非价格因素设计高端旅游产品，吸引高端客户，培植和提升自身的市场竞争力。

2、行业发展趋势

（1）旅游行业原有的支撑产业，传统景区、酒店、旅行社都面临着危机。景区传统门票经济受到降价影响将难以为继，酒店业持续受到经济不景气与人力成本持续上升的影响冲击，旅行社则受到原有

业务范围不断变窄及利润不断降低的双重影响，迭代发展成为目前旅游企业的必须思考的问题。

(2) 旅游行业发展已过了资源为王的初级阶段，近年来在旅游发展热潮中，涌现了一大批资源一般、区位一般的景点景区，凭借着运营，赶超老牌景区，运营为王是景点景区未来发展的必然方向。而在目前的阶段，流量是运营的根本和基础，拓展流量渠道，使得流量不被某一种方式所局限，用运营思维去进行流量的二次转化。

(3) 在国内游方面，游客旅游频次明显增加，家庭出游需求及短途周边游成新宠。高铁和自驾出行带动周边短途游和周末游高速发展。

(3) 打造特色文化、体育旅游。将是今后一段时期旅游产业发展的方向。文化体育与旅游的融合发展已被纳入国家战略决策，在融合过程中，将不断呈现新技术、新逻辑、新模式，文化项目的活化、IP 的创造与传承将成为未来文旅融合的重要领域。

(二) 面临的困难和问题

1、行业风险

旅游业容易受到政治、经济、军事、社会、自然灾害、突发事件、重大疫情等各种重大事件的影响而出现波动，尤其是 2020 年年初的新冠疫情对企业的经营及其业绩产生重大影响。近年来的景区门票政策的不断调整，对旅游业也带来许多不确定因素，如不能顺势转变，就有可能被淘汰。

2、市场风险

一是外部竞争日趋激烈，不断面临挑战。随着旅游业的发展，公司不但面临着本土逐渐发展起来一批成熟的景点景区对旅游客源进行竞争,同时还面临着外来集团化的旅游企业进入张家界旅游市场，他们在产品开发、服务创新和宣传促销等方面有一定优势，将成为公司面临的新挑战。二是内部竞争力弱化，品质有待提质。公司旗下宝峰湖、观光电车等景区，多年未提质升级；环保客运受大景区门票降价和优惠票价影响，收入下降等。三是大庸古城项目业态前景、盈利水平存在不确定因素，有一定的债务风险。

（三）公司发展战略

公司未来发展坚持为“一体两翼”战略，将以旅游为主业，以产业整合和资本运作为两翼，以张家界为基地，以湖南为大本营，通过对优质旅游资源的有效控制，形成区域内的核心竞争力。以传统旅游为主导，融合文化、体育新业态，全面提升公司的市场占有率和盈利水平，牢固确立“中国山水第一股”的地位和品牌。

四、2020 年经营计划

受 2020 年一季度爆发的新冠肺炎疫情影响，公司 2020 年度接待人次、营业收入、归属于公司股东的净利润均较 2019 年度有所下降。

2020 年度公司景区景点计划接待游客 498.70 万人，计划完成营业收入 36,616.33 万元。

在本次疫情结束后，公司将利用旅游业复苏的有利时机，采取强

化市场促销、严格控制成本、争取有利政策支持等手段，尽量减少本次疫情对公司造成的不利影响。

五、2020 年工作要点

（一）持续推进项目建设

全力推进大庸古城项目收尾建设，着力保证项目开业前业态、团队人才、运营管理、宣传营销相关事宜充分落地。确保 2020 年打一个漂亮的开业仗，打造高品质的服务设施和高标准、高诚信的经营管理水准和服务质量，丰富公司旅游产品供给。

（二）积极推动门票分离

紧抓环保车票价从核心景区门票分离工作，深度研究分开定价、单独销售，合并运行的可操作模式。力争 2020 年完成分离工作，充盈公司利润。

（三）强化集团市值管理

（1）规范经营管理行为

持续组织新法学习，按照新证券法的各项要求，结合公司经营情况进一步完善相关制度，优化流程、规范操作、控制风险、强化管理，促进公司合法经营，不断提升合规意识和诚信意识。

（2）加强投资者关系管理

积极加强创新公司 IR 活动，建立多种渠道完善公司管理层了解投资者的意见的途径，形成股东与公司之间良好的关系，增强投资者

对公司的了解、理解和信任，提升公司的信誉。

（3）谋求控制优质资源

整合旅游目的地资源，引入战略合作伙伴，强强联合，盘活存量，引进增量，同时加快推进并购重组、优化股权结构、提高投融资能力的步伐。

（四）制定集团战略规划

深入开展制定战略规划工作，力争 2020 年出台战略规划方案，为公司做大做强长期发展作出指引，进一步巩固公司旅游产业发展基石，实现旅游全产业链扩张。

张家界旅游集团股份有限公司董事会

2020 年 4 月 24 日