



## 第一节 重要提示

- 1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 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不适用

## 第二节 公司基本情况

### 2.1 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
A股	上海证券交易所	西藏旅游	600749	*ST藏旅

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	罗练鹰	张晓龙
电话	0891-6339150	0891-6339150
办公地址	西藏拉萨市林廓东路6号	西藏拉萨市林廓东路6号
电子信箱	luoliany@enn.cn	zhangxlam@enn.cn

### 2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,449,721,710.31	1,541,121,690.87	-5.93
归属于上市公司股东的净资产	1,025,639,253.20	1,018,585,418.26	0.69
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	91,710,435.84	90,664,828.46	1.15
归属于上市公司股东的净利润	-2,577,161.51	2,974,028.86	-186.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,855,567.73	617,147.59	-1,534.92
经营活动产生的现金流量净额	2,775,948.44	-3,789,262.41	不适用
加权平均净资产收益率(%)	-0.2530	0.2977	减少0.5507个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.0114	0.0130	-187.69
稀释每股收益(元/股)	-0.0114	0.0130	-187.69

### 2.3 前10名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数(户)						33,702
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						0
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
西藏国风文化发展有限公司	境内非国有法人	12.68	28,787,748	0	无	0
上海京遥贸易有限公司	境内非国有法人	11.72	26,592,800	0	无	0

西藏纳铭网络技术有限公司	境内非国有法人	9.99	22,680,753	0	无	0
西藏国际旅游文化投资集团有限公司	国有法人	6.29	14,265,871	0	无	0
乐清意诚电气有限公司	境内非国有法人	4.95	11,234,786	0	无	0
张杰	境内自然人	3.52	7,983,000	0	无	0
国风集团有限公司	境内非国有法人	2.41	5,476,561	0	无	0
西藏旅游股份有限公司—2023年员工持股计划	其他	2.10	4,770,000	0	无	0
钱旭璋	境内自然人	1.32	3,005,500	0	无	0
中国银行股份有限公司—富国中证旅游主题交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.22	2,771,400	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>1、2018年7月8日，新奥控股分别与国风集团有限公司、西藏考拉科技发展有限公司签署了《股权转让协议》，受让其分别持有的国风文化与西藏纳铭100%的股权，从而间接收购国风文化及西藏纳铭持有的公司股份。2019年6月27日，公司控股股东与郑海签署《股权转让协议》，受让郑海持有的乐清意诚100%的股权。本次协议收购后，新奥控股通过国风文化、西藏纳铭及乐清意诚间接持有公司股份59,933,287股，2023年10月28日，国风文化通过公司披露增持计划公告，截至报告期末，国风文化累计增持197.97万股，增持后，新奥控股及其一致行动人持股合计62,703,287股，占公司总股本的27.63%。国风文化、西藏纳铭、乐清意诚作为新奥控股的全资子公司，构成一致行动人关系。</p> <p>2、除上述关联关系外，公司未知其他流通股股东之间是否存在关联关系或是否属于一致行动人关系。</p>					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

**备注：**西藏国际旅游文化投资集团有限公司所持股份，为其全资子公司西藏旅投体育旅游有限公司（公司原股东）所持公司股份于2024年4月无偿划转形成，此次划转属于国有股份行政划转，不涉及要约收购。详见公司于2024年4月23日披露的《关于持股5%以上股东股份无偿划转过户完成的公告》（公告编号：2024-018号）。

#### 2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前10名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

## 第三节 重要事项

### 3.1 公司经营情况的讨论与分析

#### （一）主要经营指标

2024年上半年，旅游行业理性消费和差异化选择日益突显，西部地区长线游市场受下沉消费和出境游影响，消费降级较为普遍。面对复杂多变的国内外经济形式，公司围绕“强粘客户，产品创新，平台发力，稳中求进”的经营思路，始终坚持以客户为中心，以市场为牵引，紧跟行业市场动态，积极调整经营策略。同时克服行业淡季、气候、交通等客观因素干扰，扫除客户固化认知中的屏障，让市场重新认知西藏旅游环境，上半年取得较为稳定向好的经营业绩。

截至报告期内，公司资产总额为144,972万元，较上年末减少约6%，主要为自有资金偿还贷款，资产与负债同时减少，负债率降至29%；净资产总额为102,783万元；上半年公司实现营业收入9,171万元，较去年同期略有增长，主要是核心旅游景区业务运营持续向好，其中景区体验产品服务通过融入特色文化元素，注重实景体验打造，增强产品动线吸引热度，丰富增值服务选择，提高现场应急保障等措施，倍受中高端客群的青睐与关注。上半年景区体验产品服务收入与去年同期相比，增长趋势较为强劲；归属于上市公司股东的净利润为-258万元，半年度内减亏较为明显；经营活动产生的现金流量净额为278万元，公司整体资金使用较为充裕。

#### （二）主要经营举措

随着国内旅游业发展趋于平稳，以及县域旅游下沉市场和出入境游政策影响，公司主要从产品创新、数字营销、发展平台等维度入手，挖潜客户诉求，注重媒体融合，提高运营效率，稳定经营业绩。上半年主要经营举措如下：

##### **第一，完善产品价值评估机制，构建客户体验闭环服务**

近年来，旅游消费需求分化，情感价值受到普遍关注，公司凭借“九大垂直自然带”“一山两湖”核心IP的市场引领优势，重点探寻游客回归松弛感和情绪消费诉求的定制系列产品，陆续推出融合自然探秘、藏地人文和地域沉浸式体验等定制产品，形成以“藏地文化+高原康养+九垂乐游”特色产品链，满足游客对藏区文化、生活方式、挖掘自然及极限挑战等常规体验需求，以及融藏韵、合藏境、浸藏风等情绪释放的需求。2024年初，公司陆续新增定线包车、非定线运输服务、小包团入藏游、定制出入境游等业务，为下一步丰富业务结构，增厚收益来源做好铺垫；针对客群结构和消费行为的演进，公司各景区交互体验内容产品体系日渐丰富，特别是雅江南峰大本营、露营基地、玉松岛、江心岛等产品在业内OTA平台传播影响成效显著，市场认可度有所提高。

完善优势产品体系的同时，公司基于藏区服务水平相对落后的现状，不断强化景区基础服务内容体系落地，通过增设中老年游客服务通道促进智慧旅游与适老化服务融合；通过餐厅菜品公示、品质标准建设增进游客满意度和信任度，守护游客权益和旅程体验；在智慧能力不断提升的基础上，智伴出行、管家客服等平台服务模式与产品体系形成紧密、高效衔接，“内容触达-客户画像-消费决策-出行体验”的藏地旅行体验服务游线逐步形成闭环。

## **第二，持续推进数智系统应用，助力平台赋能提质提效**

近期旅游市场呈现出稳定增长和需求分化的多样性特征，为稳定区域市场份额、看齐国内旅游行业标杆，公司在多年数字化技术和数源沉淀的基础上，持续构筑景区综合运营管理数智化闭环体系，力求实现服务内核的智能高效。公司上半年持续推进数智系统全面覆盖业务应用场景中，将数字治理融入到业务生产轨迹中，实现完整的业财一体化运行机制。随着用户需求的不断变化，旅游景区品牌传播更加注重个性化和智能化。公司运用大数据、人工智能等技术精准分析入园游客需求和消费模式，搭建全场景、全链路的品牌传播矩阵，积极获取市场流量和关注，扩大公司品牌影响力。

入藏旅游市场团散结构发生变化，自由行、自驾游和家庭出游群体不断增加，为满足市场需求变化，沉淀私域流量，统一线上线下载流量归集，联合生态伙伴展开全域营销，公司重点打造“乐游西藏”作为本地区与生态资源深度融合的自营平台，平台兼具营销推广、客户服务、综合管理、记录分享等功能为一体。平台运转能从内容生产，产品推广，客群需求，模型形成，迭代更新等方面为西藏旅游提供增力引擎；平台在运转过程中能不断积累业务数据，优化交易模型，从而对不同场景之下的获客方式、服务品质和产品组合等方面形成良性循环。“乐游西藏”运营后将不断的综合市场反馈，逐步升级为游客在藏旅行首选的一站式综合服务平台和社交分享平台。

## **第三，链接资源建立生态联盟，共享品质创建共赢氛围**

随着西藏自治区旅游景区协会、林芝市旅游景区协会常态运转，西藏全区优势旅游资源得以高效贯通，区域旅游品牌合力逐步显现，公司作为景区协会的主要发起方，通过区域性旅游品牌的深度协作，形成了更加丰富和多样的旅游产品组合，市场适应能力和创新优势进一步显现；跨界合作方面，公司深度链接新东方文旅、神州租车等行业资源，实现专业优势联动，共同拓展研学、自驾等产品联合开发与推广，探索一体化深度旅行服务；在整合内外部优势渠道资源、产品内容的基础上，公司推出“旅游+文化”、“旅游+自然”“旅游+挑战”等不同层面的深度组合产品，根据产品与客户强粘性，优化价格体系及服务标准；借助“乐游西藏”平台，链接西藏区内外不同生态旅游商家，从资源衔接、营销共享、产品组合、客户导流、利益分配等方面，给予深度赋

能及技术支持，为更多 C 端客户提供更便捷的在藏旅游体验，促进西藏旅游生态合作联盟共创共赢环境。同时，公司不断完善一站式旅程接待服务，从贯通游前专属对接、游中尊享服务、游后关怀跟踪等过程管理，提升游客获得感和价值认同。

#### **第四，践行绿色旅游低碳理念，筑牢安全经营生产底线**

今年以来公司持续加大数智安全基础设施及标准岗位建设投入，安全生产智能标准化日益深入，在数智化、新技术、新能源推广应用的绿色低碳理念进一步贯彻执行。公司全面贯彻安全首问责任制，提高全员责任意识，以岗位职责、主动担当推动基础安全工作执行落实；积极推动数智交通安全建设，提高自营车辆安全预警与严格实施入园外部车辆管控，实现车辆运营全过程监控实时化、可视化，杜绝高危交通风险发生；与政府交通部门合作，增设测速雷达、高清监控摄像及智能道闸等先进物联网设备，整治景区内违停、超速等违规行为，为景区安全生产构筑坚实防线，为游客安全无忧体验旅程提供坚实的保证。

### **3.2 公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项**

适用 不适用

#### **2023 年员工持股计划**

2023 年 2 月至 4 月，公司筹划 2023 年员工持股计划并完成缴款和股份非交易过户，具体情况详见公司 2023 年 2 月 23 日、3 月 1 日、3 月 11 日、4 月 7 日、4 月 11 日，通过指定信息披露媒体和上海证券交易所网站披露的相关公告。2024 年 3 月 8 日召开 2023 年员工持股计划管理委员会第一次会议，同意公司对新奥控股先行出资垫付的 1,430,000 股（11,440,000 份）预留份额实施分配。4 月 9 日，第八届董事会第二十九次会议审议通过关于 2023 年员工持股计划第一个锁定期届满暨解锁条件成就，具体内容就详见公司通过指定信息披露媒体和上海证券交易所网站披露的相关公告（公告编号：2024-005 号、公告编号：2024-015 号）。员工持股计划的实施，预计将对公司稳定经营、业绩改善形成积极支撑。

西藏旅游股份有限公司

董事会

2024 年 8 月 14 日