

证券代码：000888

证券简称：峨眉山 A

峨眉山旅游股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>现场投资者交流会</u>
参与单位名称	长江证券、太平洋证券、广发证券、国盛证券、天风证券、方正证券、国泰海通证券、东方财富证券、华西证券、华泰证券、中信建投证券、中信证券、国海证券、国信证券、银华基金、国投瑞银基金、摩根基金、中国证券报、证券时报
时间	2025年5月8日-5月9日
地点	峨眉山大酒店、峨眉雪芽茶叶基地
上市公司接待人员姓名	董事长许拉弟、常务副总经理陈学焦、监事会主席邱胜、营销总监何群、财务总监王蓉、董事会秘书龙舸
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 金顶索道改造的进展情况？景区交通的改善情况？ 答：该项目正在有序推进。公司在前期已取得林草行政主管部门的批复，完成了项目相关建设手续。公司正积极推动项目的有关配套工作。 针对景区交通方面，川零公路峨眉段已经建成，待洪雅段贯通后，有望提高公司控股股东旗下峨眉山旅业公司的运营能力。</p> <p>2. 公司在成本控制方面有哪些举措？ 答：近几年，公司不断加强了成本控制。一是实施集中采购，大幅降低采购成本；二是控制人力成本，紧扣国有企业三年改革深化提升行动，强力推进“三项制度”改革，出台《工资总额管理办法》《负责人薪酬考核管理办法》等相关制度，完成《“三定”方案》，科学建立全员KPI绩效考核体系；三是在能耗方面，公司优化了能源控制。总体来说，成本实现了有效控制，未来公司将继续努力降本增效。</p> <p>3. 如何看待低空旅游在公司未来的发展方向？公司未来</p>

资本开支的规划？

答：公司高度重视、抢抓低空经济风口，积极探索“低空+科创+旅游”发展模式。峨眉山景区已开始在低空经济和无人机应用方面进行尝试，旨在满足游客需求和提升管理服务效率。公司将低空经济视为新的经济增长点，未来将根据市场需要，经严格论证后适时推进低空经济领域的发展。

在资本开支方面，公司目前现金较为充裕，未来如有相应战略规划和资本支出，公司将真实、准确、完整地履行信息披露义务。

4. 怎么看待各地文旅消费券的广泛发放对公司的影响？

答：针对各地大力促进文旅消费的举措，峨眉山也正在积极参与和探索。通过公司的识途旅游网等平台，在峨眉山冰雪温泉节连续三年推出了涵盖公司八大产业的 8000 万消费券派送活动。同时，公司也将适时尝试在传统旺季通过网络形式派送消费券。

5. 乐山国投成为公司的间接控股股东对于公司的影响？

答：对公司的日常经营活动不会产生影响。

6. 公司为改善酒店经营情况有哪些筹划？

答：受环境和周边区域供应市场的影响，公司酒店平均房价和入住率有所下降。公司正积极推进金顶大酒店卧云楼的升级改造。金顶大酒店地理位置优越，对其改造有利于提高客单价和营业收入。对公司旗下其他酒店，公司将根据市场情况，本着增收创利的原则逐步改造。

7. 在乐山全域旅游方面公司会做哪些努力？公司未来会和乐山大佛景区联动吗？

答：公司目前正在开展一些实践探索，本着市场导向、资源共享、合作共赢的原则，公司和乐山大佛景区在促进公司产品消费、文创、旅行社合作探索联动旅游路线以及共同开发研学项目等方面正在展开积极合作。

8. 只有峨眉山演艺项目在今年的规划？

答：2025 年以来“只有峨眉山”项目上座率、收入同比均有所上升，但目前仍处于亏损状态。

下一步，公司将通过以下方面提升盈利能力：一是创新营销模式，重构营销矩阵，重塑品牌特色，拓展市场渠道；二是丰富业态创新产品，改变经营项目单一局面，增加收入来源；打造新消费业态，提高非演艺产品的收入；三是梳理各岗位职责、工作流程，持续推进校企合作和岗位角色调整，优化人员配置，降低人力成本费用。

9. 南山项目的进度？

答：公司积极响应峨眉山市打造峨眉南山的相关规划，并参与了黑垭口至万佛顶森林步道（防火巡护道）的项目建设。

10. 公司在入境游方面有无相关布局？

答：当前，乐山正在加快打造享誉全球的世界重要旅游目的地，公司在乐山整个全球营销计划当中做了一系列安排。一

是走出去，如去年在香港和泰国进行了推广；二是请进来，从去年下半年开始，乐山市政府和公司开展了关于入境游的一系列座谈会，对入境游的相关政策等方面进行探讨，景区配套了史上“最惠”的入境旅游政策；三是充分利用入境游免签政策，吸引更多入境游旅客。

11. 公司对峨眉雪芽茶叶的布局和推广？

答：公司目前重点从以下三个方面优化峨眉雪芽的销售体制。一是根据市场需求开发冷泡茶等新产品；二是加大加盟商的开发，优化加盟政策；三是开发伴手礼，把游客变成峨眉雪芽的茶客，不断提升峨眉雪芽的市场影响力。

12. 作为传统景区，公司在营销方面有哪些措施？

答：一是用好新媒体平台流量优势，讲好峨眉山和峨眉山A故事。目前，公司运营的峨眉山景区官方微信平台粉丝量已破150万，接下来将以公司核心产业产品、景区自然文化资源为核心抓手，通过双微、抖音、官网、微信视频号、小红书等平台持续开展新媒体营销。

二是以峨旅产品一体化营销为核心抓手，持续宣传公司产品、提升公司产品市场竞争力，从产品包装、活动组织、渠道拓展、品牌宣传等方面发力，推进构建公司“1+N一体化营销体系”，赋能公司产业产能升级，助力公司高质量发展。

三是景城企一体化，提前布局全年营销，通过线上线下宣传推广、品牌产品联动、视频营销引领等手段，多措并举，立足成渝本地市场、积极拓展全国重点市场、有序拓展海外市场。依托大峨眉“景城企”、“乐山全球营销”联盟和省文旅厅等平台，借势“峨眉山文旅推介会”宣传景区和公司的优势资源、优惠政策等。

四是围绕公司产业品牌开展统筹推介和借势营销。瞄准年轻人群，以新媒体营销为核心抓手，提升年轻群体、亲子家庭等目标人群的互动粘性，借势“赛事+文旅”、“体育+文旅”、“演艺+文旅”、“科技+文旅”等多元经济带动产业品牌升级。

13. 公司未来有无与网红IP合作的打算？

答：公司已与相应网红运营平台进行了探讨、对接，不断提高公司各个业务板块在社交平台的知名度，精准把握年轻人和各个群体需求。

14. 公司对于徒步游有无新的规划？

答：公司旗下旅行社正在设计峨眉山徒步旅游的方案。同时，公司正在筹划峨眉山冷线的打卡点，以吸引更多徒步爱好者来前来观光、徒步。

15. 公司在提升景区二次消费、提升淡季游客量方面有何动作？

答：公司分类研究亲子游、年轻人、深度游等客群，针对不同类别游客的需要，在服务的品质化、产品的多元化、优惠政策等方面积极探索，不断扩大营销社交朋友圈，深度转化峨

	<p>眉山文化，提升二销水平。</p> <p>在提升淡季游客量方面，公司坚持举办冰雪温泉节，深度研究淡季门票政策，以政策为驱动，通过派送消费券、配套公司八大产业进行优惠，做足淡季文章。</p>
附件清单(如有)	
日期	2025年5月9日