

公司代码：600749

公司简称：西藏旅游



བོད་ཕྱོང་ལྷན་ཁག་ལ་སྒྲིག་སྦྲུང་བྱེད་པའི་ཁྲུང་གི་སྒྲིག་ཁོར་
西藏旅游股份有限公司
XIZANG TOURISM CO.,LTD.

西藏旅游股份有限公司 2025 年半年度报告摘要

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	/

联系人和联系方式

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	西藏自治区拉萨市柳梧新区国际总部城11栋4层	西藏自治区拉萨市柳梧新区国际总部城11栋4层
电子信箱	luolianying@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	1,466,429,179.26	1,516,366,659.72	-3.29
归属于上市公司股东的净资产	1,044,828,219.90	1,041,175,072.95	0.35
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同 期增减(%)
营业收入	90,339,735.23	91,710,435.84	-1.49
利润总额	2,166,033.22	-2,835,301.54	不适用
归属于上市公司股东的净利润	2,093,238.78	-2,577,161.51	不适用
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	-8,893,960.05	-8,855,567.73	不适用
经营活动产生的现金流量净额	1,280,326.18	2,775,948.44	-53.88
加权平均净资产收益率(%)	0.2007	-0.253	增加0.4537个百分 点
基本每股收益(元/股)	0.0094	-0.0114	不适用
稀释每股收益(元/股)	0.0094	-0.0114	不适用

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）				25,561		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				不适用		
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
西藏旅游股份有限公司—2023 年员工持股计划	其他	1.73	3,935,000	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	0.78	1,766,000	0	无	0
长江证券股份有限公司	国有法人	0.64	1,442,900	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		1、西藏国风文化发展有限公司、西藏纳铭网络技术有限公司、乐清意诚电气有限公司作为新奥控股的全资子公司，构成一致行动人关系。 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《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无				

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 管理层讨论与分析

报告期内，公司实现营业收入 9,034 万元，同比基本持平；实现归属于上市公司股东的净利润 209 万元，成功实现扭亏。截至报告期末，公司总资产规模达 146,643 万元，净资产 104,483 万元，资产负债率 29%。受旅游市场治理等因素影响，公司传统景区业务面临一定压力，阿里景区入境游业务则增长明显，旅行社出入境业务发展稳健。上半年，公司核心经营举措如下：

1. 智慧平台服务触达，生态联动引领发展

平台升级：公司“乐游西藏”智慧旅游服务平台自 2024 年上线后持续优化功能。目前平台已实现 OTA 分销系统对接，整合本地商户资源上线客运租车、酒店餐饮等服务，并推出景区慢直播场景，其智能行程规划与伴游服务深受入藏游客青睐，成为在地旅行新选择。

生态联动：公司携手携程等头部 OTA 平台策划“冬游西藏”、“暑期大促”等主题营销，并通过抖音直播、达人引流等方式精准转化流量；同时联合餐饮、酒店等合作伙伴重构产品组合，优化景区单品和主题线路，驱动智能平台业务呈积极发展态势。

2. 政策红利破局引流，出入境业务快速增长

入境游政策红利：受益于 2025 年入境政策支持，印度香客赴阿里冈仁波齐、玛旁雍错旅行路线恢复。公司通过设施升级、多语服务和产品优化，并战略合作民间香客中心、登山协会及服务合作社专设印度游客通道，促成阿里景区接待规模增长明显。

服务及产品升级：阿里景区推进配套服务场景改造（供氧设施等），联合生态伙伴创新推出“直升机救援+外骨骼装备”等高端产品，满足游客差异化需求；圣地国旅持续完善出境游产品设计，在签证便利化政策支持下，其面向港澳、韩国、东南亚市场的全栈服务赢得本地游客认可，实现业务稳健发展。

3. 以情入品场景创新，客户直连服务升级

情景打造：雅鲁藏布大峡谷景区在拓展南峰下午茶等主题场景的基础上，新增“入院见山”咖啡木屋、“荒野餐桌”等网红打卡地，强化情绪链接与即时消费。公司还联合生态伙伴推出“盐帮非遗”美食等主题产品，升级南峰大本营徒步、新措自然探秘等玩法，深化毕业季青春专线等场景体验，以场景化情绪价值提升景区二次消费转化。

景交联动：公司依托自身优势，精准填补市场在景交联动环节的需求，成功运营林芝“景区直通车”及“拉萨-阿里直达专线”，并适时推出“直通车+门票/食宿”等组合优惠、联合携程直播等互动形式，满足游客多样化的出行需求。

4. 全域联动资源推广，价值传播品牌赋能

区内外联动：公司积极参与西藏自治区、林芝市政府的区外品牌推介及产品推广活动，联合生态伙伴与核心渠道商在客源地举办推介会、设立西安服务站。积极参与林芝半程马拉松、山地车赛等活动，强化品牌曝光和体旅融合效应。

线上品牌传播：公司全面整合抖音、小红书等社交媒体资源，围绕桃花节、明星推介、藏地美食、林芝避暑、“入院见山”体验、心灵之旅等主题进行矩阵式传播，精准触达目标客群，提升线上转化效率。公司动态应对市场变化并调整线上组合与定价策略，赢得用户好评，核心景区及产品 OTA 评分、口碑持续向好。

5. 防控体系日益完善，智慧赋能安全生产

智慧化应用：公司持续完善智能化安全防控体系，通过游客端风险管控（行为监测、安全宣导）、车船端零事故保障（驾驶员监控、灾害预警）及管理端联合应急演练，构建“人-车-环境”综合防护网；同步强化安全文化宣贯与应急处置能力建设，确保全员全域风险精准管控。

安全防控：公司联合消防、交通等部门开展水上应急演练，制定汛期交通预案。借助安全月活动、隐患排查、明确安全责任（安全角色地图）等举措，持续提升安全保障能力，有效护航桃花节、暑期等旅游高峰期的平稳运营。

第四节 重要事项

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