

银子岩景区改扩建工程

项目可行性分析报告

为实现银子岩景区可持续发展，桂林旅游股份有限公司（简称“公司”或“桂林旅游”）之控股子公司桂林荔浦银子岩旅游有限责任公司（简称“银子岩公司”）拟实施银子岩景区改扩建工程项目，将银子岩景区由岩洞观光型景区改造成为具有汽车宿营地功能的观光与休闲度假相结合旅游景区。本项目计划投资总额 5,000 万元，由银子岩公司股东桂林旅游和自然人何荣凤按每股面值 1 元以现金方式对银子岩公司按出资比例增资筹集项目所需资金，其中本公司以非公开发行募集资金增资 4,843.5 万元，何荣凤以现金增资 156.5 万元。增资完成后，银子岩公司注册资本增至 5,719.50 万元，其中，桂林旅游出资额为 5,540.48 万元，占公司注册资本（总出资额）的 96.87%，自然人何荣凤出资额为 179.02 万元，占公司注册资本（总出资额）的 3.13%。

一、桂林荔浦银子岩旅游有限责任公司基本情况

公司名称：桂林荔浦银子岩旅游有限责任公司

注册地址：荔浦马岭小青山

注册资本：719.5 万元

法定代表人：马国钧

经营范围：旅游（含景点门票）、餐饮、休闲娱乐、旅游商品、烟、酒、宾馆服务、旅游客运。

股权结构：银子岩公司为本公司之控股子公司，公司持有 96.87% 的股权，自然人何荣凤持有 3.13% 的股权。

银子岩公司主要从事国家 AAAA 级景区——银子岩景区开发和经营业务，拥有银子岩景区 66 年风景旅游资源使用权（自 2002 年 6 月 26 日起至 2068 年 6 月 26 日止），目前已开发的旅游项目主要为银子岩岩洞观光。

银子岩景区占地面积约 120 亩（不包括石山部分，石山部分面积 1,500 亩），水域面积约 40 亩，包括荔浦县马岭镇永明村龟鳖山、朝寨山、老虎坳山、水养岩等十座山，银子岩、星子岩、斋公岩等六个岩洞，目前仅开发经营了银子岩。

银子岩属层楼式溶洞，总长 10 余公里，现已开发游程约 2 公里，包括下洞、大厅、上洞三大部分，汇集了不同地质年代发育生长的各种类型的钟乳石，特色景点数十个，溶洞精华景点以三绝“音乐石屏”、“广寒深宫”、“雪山飞瀑”和三宝“佛祖论经”、“独柱擎天”、“混元珍珠伞”为代表，被誉为“世界溶洞奇观”。

（一）现有经营项目

目前银子岩公司主要经营项目有银子岩岩洞观光、住宿、餐饮及商品零售业务，具体情况如下表所示：

表 1：银子岩公司经营项目情况

	经营项目	价格		备注
		团队	散客	
1	银子岩岩洞观光	35 元	50 元	
2	住宿	70 元/间	100 元/间	72 间、150 床位
3	餐饮及商品零售	---	---	

（二）经营情况

近几年银子岩景区旅游业务经营情况良好，年接待游客人次、总收入和净利润均呈逐年稳步增长趋势。2007 年累计接待游客 96.10 万人次，同比增长 17.75%；实现销售收入 3644 万元，同比增长 14.42%；净利润 2014.25 万元，同比增长 15.08%。2008 年虽然受南方部分地区冰冻灾害、四川汶川大地震及全球金融危机等一系列不可控因素的影响，银子岩景区仍实现接待游客 91.44 万人次，实现销售收入 3419.95 万元，净利润 2019.95 万元。

游客结构上，银子岩目前以团队游客为主，占游客总数的 97% 以上；收入结构上，分为景区门票、客房、餐饮和其他收入，目前以景区门票收入为主，占收入总额的 85% 以上，门票之外的其他收入占比不大，但总量呈上升趋势。基本情况见下表：

表 2：银子岩景区近年经营情况表

		2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年 1—6 月
接待人数(人次)		666,763	817,812	961,008	914,406	442,634
其中	团队	624,860	780,107	911,258	887,315	415,517
	散客	21,490	37,705	49,750	27,091	16,193
	境内	513,265	657,795	819,170	815,126	384,624
	境外	133,085	160,017	141,838	99,280	47,086
总收入(万元)		2,619.2	3,184.8	3,644.24	3,419.95	1,639.3
其中	门票收入	2,267.1	2,812.1	3,265.87	3,089.91	1,499.32
	客房收入	28.8	25.5	24.51	13.37	6.45
	餐饮收入	124.3	133.2	138.47	118.81	51.88
	其他收入	147.7	214.0	215.39	197.86	81.65
净利润(万元)		1,328.5	1,756.9	2,014.25	2,019.95	862.66

备注：2005 年至 2008 年净利润已经审核。

(三) 客源分布情况

银子岩景区的客源以境内市场为主，境内游客人次占接待游客总人次的 85% 以上，境内市场又以两广、长三角及华北、湖南、湖北地区为核心和重要客源地；境外市场以台港澳、东南亚为主。

表 3：客源分布情况表

		2004	2005	2006	2007	2008	备注
核心市场	境内	两广、京	两广、京、豫	粤、长三角、京	粤、长三角、京	粤、长三角、京	占客源总量 50%以上
	境外	台港、泰、马、韩、日	台港、韩、新马、泰、日	台港澳、马、泰、韩	台、港、马、泰、韩、日、新	台、港澳、马、泰、韩、	占境外客源总量 90%以上
重要市场	境内	长三角、豫、湘、鄂	长三角、闽、湘、鄂、鲁、川	湘、鄂、鲁、闽、晋、川	湘、鲁、鄂、川、闽、豫	湘、鲁、鄂、川、闽、豫	占总量 25%左右
	境外	欧美加	欧美加	欧美加	欧美加	东南亚、韩	占境外客源总量 5%左右
机会市场		其他地区	其他地区	其他地区	其他地区	其他地区	占总量 10%—20%

二、银子岩景区竞争力分析

（一）优势

1、集自然和田园风光于一体

银子岩景区是大桂林旅游圈新开发的旅游景区，景区内山、泉、岩错落其间，集自然、田园风光于一体，是田园山水之典范，被称为“桂林山水的代表”。银子岩岩洞内，景点密集，有利于合理安排游览路线，是桂林最具特色、保存最为完好的岩洞，被国内外洞穴、岩溶、地质专家誉为“世界溶洞宝库”。洞外一片田园风光，前有广阔的田野，俊秀的小青山、朝寨山拔地而起，桃林郁郁葱葱，四季果树香飘万里，景色怡人。自营业以来，该景区多次位列桂林市旅游局景区满意度调查前三名。

2、区位优势凸显，辐射力强

银子岩景区位于漓江游览的延长线上，距桂林市区 85 公里，距桂林旅游次中心——阳朔仅 20 公里，二级公路直通景区内，交通便捷。桂林至贺州高速公路已于 2009 年 2 月全线贯通，广州至贺州高速公路预计 2009 年底通车。届时银子岩景区将成为珠三角（桂林最大的旅游客源地）游客进入桂林的门户。通往湖南的桂林至黄沙河高速公路预计于 2009 年底建成通车；昆明至汕头高速公路已开工建设，预计 2010 年底开通；湘桂铁路复线已开工（设计时速 200 公里），预计 2011 年底建成；设计时速 250 公里/小时的贵阳至广州高速铁路桂林至广州段将于 2009 年 10 月开工建设，预计将于 2012 年 10 月全线通车。届时桂林、阳朔将成为高速公路交汇地。银子岩景区既具备潜力发展成为珠江三角洲游客进入桂林大旅游圈的驿站和集散地，成为一个多功能的、满足不同层次、多元化需求的旅游景区；又可以作为漓江游览的延伸产品，市场辐射面广、力度强。



(二) 存在的问题

1、配套设施不能满足游客增长需要

银子岩景区初期由民营资本投资开发，因投入不足，相关设施条件较差。本公司收购后，客源大幅增长，各种配套设施已不能满足需要，尤其是景区主要道路交通拥挤，制约了游客量的增长。桂林—贺州—广州，昆明—汕头，桂林—黄沙河等高速公路，以及湘桂铁路复线、贵阳—广州高速铁路开通后，景区外围通达性将出现根本改观，游客量将获得再一次的大幅增长，改善景区内交通条件、完善配套设施成为迫切需要。

2、游览、收入结构单一

目前银子岩景区以单一的岩洞观光游览为主，游客停留时间短，人均消费额不高，收入结构以景区门票收入为主。2007年、2008年景区年接待量已分别达96万人次、91万人次，如果游客的住宿、购物、餐饮、娱乐等附加收入能进一步提升，景区收益将大幅增长。2010年前后景区外围交通条件的根本性改观将带动景区游客的大幅增长，从珠三角到桂林的游客将以大巴车、自驾车游为主，市场的变化迫切需要景区改变目前以单一的岩洞观光游览为主的格局，建设成具有汽车宿营地功能的休闲度假中心，不断提高景区综合效益。

3、尚未形成多功能、可满足不同层次、多元化需求的旅游景区的格局

目前银子岩景区主要作为漓江游览的延伸产品，提供银子岩岩洞旅游观光服

务。由于漓江游客集中于下午时段，景区上午和晚上时段游客稀少，下午时段游客拥挤，景区资源未能得到充分、有效的利用。为改变目前这种状况，迫切需要对景区进行改造升级，将其建设成为具有多功能、可满足不同层次、多元化需求的旅游景区，以改善客源结构，实现景区不同时段游客接待量合理分布，提升景区整体接待能力。

（三）机遇

1、中国和桂林旅游业正处于黄金发展期

“十一五”期间将是我国旅游业战略提升和快速发展的黄金时期。根据世界旅游组织 2020 年发展规划的预测，中国将跃居为世界第一大旅游目的地和第四大客源市场，中国旅游业将在相当长的一个时期内处于发展的黄金期。

桂林是广西旅游的龙头，旅游业是桂林最具城市优势、最具品牌效应、最具综合竞争力、最具发展潜力的产业。桂林已确立了“旅游立市”发展战略，提出了建设现代化国际旅游城市的总目标，建成中国旅游强市的近期目标。桂林大规模城市改造完成后，旅游城市配套功能进一步完善，环境有了根本改观，桂林旅游业迎来了难得发展机遇，近年来旅游收入稳步增长，入境旅游人数连创新高，旅游产业综合效益不断提高。

2、中国旅游业正进入转型升级时期

在经济稳步发展，人均收入水平逐步提高，可支配收入和闲暇时间也大大增加的背景下，人们旅游需求日益旺盛，出游动机更加多元化，对旅游产品的需求也日益多元化。经过 30 多年的发展，中国旅游业正进入转型升级时期，由观光旅游向观光旅游、休闲度假游、生态旅游、会展旅游等相结合的方向发展，旅游业发展开始进入产品多元化、市场多元化时代。

3、交通通达性的改善给景区带来历史性的发展机会

桂林—贺州—广州高速公路将于 2009 年底全线开通，桂林—黄沙河高速公路、昆明—汕头高速公路，以及湘桂铁路复线、贵阳—广州高速铁路等正在建设中，这些高速公路和高速铁路的建成将极大改善银子岩景区乃至整个大桂林的外部交通条件，推动国内外游客特别是珠三角及东南亚游客的增长。特别值得一提的是，桂林—贺州—广州高速公路开通后，由珠三角地区驾车 4 个小时左右即可

抵达桂林，桂林作为珠三角后花园的旅游度假功能将进一步加强，这将直接刺激珠三角地区自驾游和公路客运游游客数量的增长，拉动桂林周末休闲度假旅游产品的市场需求。银子岩景区地处广州-桂林高速公路附近，是珠三角地区进入桂林第一门户，将成为高速公路开通后最大的受益者之一。

4、阳朔旅游市场地位的巩固直接带动银子岩景区业务的增长

阳朔作为桂林旅游次中心的地位、功能正日益强化，成为国内外知名度极高的旅游目的地，尤其是成为了休闲度假游客、自驾车游客、自助旅游者的天堂。银子岩景区凭借区位优势，已融入阳朔旅游市场，必将吸引越来越多的阳朔散客前往旅游。

三、银子岩景区改造的目标

（一）改造成为具有汽车宿营地功能的休闲度假中心

银子岩景区作为一个观光型产品，自开发以来一直作为漓江游览的延伸，其主要客源为游览漓江的游客。目前漓江游览的方式为上午从桂林磨盘山、竹江码头发船，中午后抵达阳朔码头。作为漓江游览的延伸，银子岩景区的游客主要集中在下午时段，从而导致交通拥挤，而其他时段游客稀少，资源利用不充分。

银子岩景区改造后将成为具有鲜明特色的观光、休闲度假相结合的旅游景区，成为具有汽车宿营地功能的休闲度假中心，推动景区升级换代，改变景区游览格局，在质和量上提升景区效益。

（二）成为珠三角游客进入桂林的起点站

桂林—贺州—广州高速公路全线开通后，经由高速公路进入桂林的珠三角游客将出现快速增长，而近年快速增长的自驾车游预计将出现爆炸式的增长。

改造后的银子岩景区作为珠三角经高速公路进入桂林的第一站，既可容纳快速增长的珠三角游客特别是自驾车游客，又可作为拟开发的漓江分时、分段、双向度假游的起点站。作为起点站，可将经高速公路进入的珠三角游客，经银子岩景区—阳朔逆漓江向桂林输送，改变以前单纯由桂林向阳朔输送游客的情况，使银子岩景区成为珠三角游客进入桂林的真正的南大门。

同时，经桂林的汕头—昆明，贵阳—广州高速公路开通后，银子岩还可以成

为从大西南经桂林到珠三角地区的中继站。

四、银子岩景区改扩建的内容与规模

（一）总体目标

将银子岩景区改造成为具有汽车宿营地功能的观光与休闲度假相结合的旅游景区。

（二）项目备案与环评

本项目已经广西区发改委桂计登字〔2005〕93号文批准，给予立项备案。广西区环保局桂环管字〔2005〕106号文批复了《桂林荔浦银子岩景区改扩建项目环境影响报告书》，同意项目建设。

（三）项目选址和土地取得

本改扩建工程项目选址于荔浦县马岭镇永明村委小青山，拟占用土地4.4653公顷（67.98亩），银子岩公司已取得1.25公顷（18.75亩）的土地使用权，另3.2153公顷为新增用地，本公司将通过招标、拍卖或挂牌方式取得该地块土地使用权。

（四）主要建设内容

对现有景区进行改造、扩建，使景区扩展成具有岩洞观光、运动休闲度假酒店和汽车宿营地三大功能区的综合性景区。

1、全天候、配套完善的岩洞观光区

岩洞观光区包括高峰流量达每小时1,500人次的岩洞、大型生态停车场、全天候游览环线、大型洗手间、游客多功能中心和多功能团餐餐厅（包括溶洞步道、声光系统改造）。

2、以运动休闲为主题的休闲度假酒店区

规划320间客房的中心度假酒店，配套游泳池、网球场、SPA中心、红山攀岩俱乐部以及酒店区停车场。

3、汽车宿营地

汽车宿营地接待中心（含餐厅、超市）、停车场、加油站、汽车维护站、50套自助式家庭汽车旅馆、露营区和房车驳接区。

银子岩景区—景观整体规划图



(四) 建设规模

项目投资总额 5,000 万元，各功能区投资规模如下：

表 4：银子岩景区改扩建工程项目投资概算表

分类	项目	投资额(万元)	
新增土地使用权取得	新增 3.2153 公顷土地使用权的取得	840	
溶洞观光区	景区道路环线	240	1120
	停车场	260	
	购物中心	150	
	多功能团餐厅	270	
	溶洞道路、声光改造	200	
运动休闲度假酒店区	度假酒店	2,360	2,580
	停车场	60	
	游泳池和运动设施	80	
	环境配套设施	80	
汽车宿营地	自助式汽车旅馆	300	460
	接待中心	80	
	露营区及配套	50	
	维护中心及加油站基础	30	
合计		5,000	

五、资金来源与投资方式

本项目计划投资总额 5,000 万元，由银子岩公司股东桂林旅游和自然人何荣

凤按每股面值 1 元以现金方式对银子岩公司按出资比例增资筹集项目所需资金，其中本公司以现金增资 4,843.5 万元，何荣凤以现金增资 156.5 万元。本公司拟通过本次非公开发行股票募集公司增资所需资金，何荣凤则自筹解决其增资所需资金。

六、运营与管理

（一）建设时间安排

银子岩景区改扩建工程项目预计建设期为1年，景区及时做好各项前期准备工作，若2009年底募集资金到位，立即动工兴建，预期2010年底竣工验收，并投入运营。

（二）实行边建设边营业

实行边建设边营业，采取有效措施，妥善安排施工区域及进度，合理配置施工队伍、机械，确保景区能基本正常营业，将项目建设对银子岩景区收入影响降至最低，力争在建设期间景区收入能有所增长。

（三）运营思路

项目完成后，以将银子岩景区建设成为具有汽车宿营地功能的观光与休闲度假相结合的旅游景区为目标，从企业治理结构、人力资源、市场营销、产品开发等方面不断完善与提升景区竞争力。

进一步完善企业法人治理结构；进一步完善企业激励与约束机制；实施企业品牌运营和企业文化建设。根据改造后经营内容、范围变化，在现有员工155人基础上，通过市场招聘、公司内部调节等方式，增加300人，重点引进管理、销售、工程技术方面人员及优秀服务人员。在提高景区市场竞争力方面，重点做好：

（1）依托公司优势，形成优势互补、良性互动、共同发展格局。本公司作为大型的旅游上市企业，融“吃、住、行、游、娱、购”旅游六要素为一体，拥有桂林最大的旅游车队、船队，多处国家级景点、景区、酒店及旅行社、航空服务网络，这是银子岩景区发展的坚强后盾。改造后要继续发挥公司优势，通过一体化运营，在公司范围内形成优势互补、整体成长的局面，提升银子岩景区及公司整体市场竞争力。

(2) 进一步巩固和发展作为漓江游览延伸的产品市场，保证景区接待量的稳步增长。经过近年的经营运作，银子岩景区在国内外旅游市场已经具有一定知名度。改造完成后银子岩景区要进一步挖掘和提升漓江游览市场占有率，保证客源市场稳中有升。

(3) 做好新市场的开发拓展，不断提高市场占有率。在进一步巩固和发展现有作为漓江游览延伸产品市场的同时大力开拓新的客源、新的市场，形成景区新的利润增长点：紧紧抓住高速公路开通的机遇，联合两广、湖南、四川、贵州等地自驾车俱乐部及其他旅游散客运营商，利用自驾车宿营地吸引自驾车族进入景区；通过阳朔、桂林景区专线车形成散客进入景区通道，加强大型旅游网络商合作，进一步拓展散客市场。充分发挥改造后景区会议、休闲功能完善的优势，利用景区良好的知名度、美誉度，配套田园风光、民俗村寨等特色，大力开拓休闲、会议商务等高端旅游市场。

七、市场前景

(一) 市场定位

以境内客源市场为主，境外客源市场为辅。境内客源市场方面，将大力拓展自驾车和公路旅游市场，继续巩固和提高漓江游览市场占有率，以珠三角、广西、长三角及湖南、湖北为主，努力开拓东北、西南客源市场；境外客源市场以台港澳及东南亚为主，带动欧美客源市场。

(二) 市场预测

如果景区不进行改造，接待量在达到96万人次后，因接待能力有限，此后将再难以持续增长。

如实施景区改造，接待能力得到巨大提升，同时随着桂林交通条件的根本性改善，参考桂林市旅游规划情况，项目建成营运后，银子岩景区游客量预测为：预计2009年恢复性增长，达到96万人次，其他年份如下：

表 6：银子岩景区市场预测

单位：万人次

	近期			中期			远期	
	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	---
	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	---
游客量预测	96	100	105	115	124	132	132	132

八、经济效益分析

（一）财务分析的依据和说明

1、项目建设期为 12 个月，第 2 年项目建设完成投入营运，第 3 年至第 6 年为增长经营期，第 7 年后为稳定经营期。从谨慎性出发，考虑到可能出现的各种不确定因素，以 2011 年游客接待量（105 万人次）为基础进行测算。

2、改造完成后，自驾车游客及其他散客将大幅增加，景区游客结构逐步改善，预计到 2011 年团队游客与散客比例为 85%：15%。

3、本项目为改扩建项目，进行财务分析时只计算项目营业收入及成本费用的增量部分。

（二）新增营业收入估算

	新增项目	计算依据	计算公式	新增收入
1	新增门票收入	改扩建后提高门票价，团队由 35 元提升为 45 元；散客由 50 元提升为 60 元。	105×10	1050 万元
2	新增游客门票收入	如不实施改造游客量为 96 万人次，改造后为 105 万人次，增量为 9 万人次。	$9 \times 85\% \times 45 + 9 \times 15\% \times 60$	425 万元
3	新增团餐收入	目前因餐厅档次不高，且接待能力有限，仅约 9% 的团队在景区就餐。改造后，餐厅档次及接待能力提升，预计就餐的团队（不过夜）比例增加 15%，餐标按 13 元/人次计。	$105 \times 85\% \times 15\% \times 13$	174 万元
4	新增住店客人用餐收入	新增客房 320 间，按 55% 住房率，每年按 360 天，每个客人餐费 30 元计。	$(320 \times 360 \times 55\% \times 30) / 10000$	190 万元
5	新增酒店房费收入	新增客房 320 间，按 55% 住房率，客房价格 160 元/间.天，每年按 360 天计。	$(320 \times 360 \times 55\% \times 180) / 10000$	1140 万元

6	新增其他收入	现有其他收入每年 150 万元，预计新增 100 万元/年。		100 万元
	合计			3079 万元

（三）新增成本费用估算

	新增项目	计算依据	计算公式	新增成本费用
1	新增营业税金及附加	按营业收入的 5.5% 计。	$3079 \times 5.5\%$	169 万元
2	新增土地使用权摊销	按 40 年摊销。	$840/40$	21 万元
3	新增固定资产折旧	扣除土地取得费用后，其他投资转化为固定资产，综合固定资产折旧按 25 年计。	$(5000 - 840)/25$	166 万元
4	新增工资及福利	景区现有职工 155 人，根据新增建设内容及游览范围新增劳动定员 300 人，工资及福利按每年 20000 元/人计。	300×2	600 万元
5	新增客房变动成本	参考桂林同档次酒店水平，按每间客房每天 50 元计。	$320 \times 360 \times 55\% \times 50/10000$	317 万元
6	新增餐饮成本	餐饮按 50% 综合毛利率计。	$(174 + 190) \times 50\%$	182 万元
7	新增广告促销费用	按每年 150 万元计。		150 万元
8	新增修理费	按每年 44 万元。		44 万元
9	新增办公费用	按每年 140 万元计。		140 万元
10	新增其他成本	如景区公共设施使用、维护及其他不可预见费用，按每年 200 万元计		200 万元
	合计			1989 万元

（四）经济效益测算

	经济效益指标	计算公式	预测值
1	新增利润总额	新增收入-新增成本费用	1090 万元
2	新增净利润	新增利润总额 \times (1-15%的企业所得税税率)	926.5 万元
3	投资年收益率（静态）	新增净利润/投资总额	18.53%

九、结论

通过上述分析可知，银子岩景区改扩建工程项目适应了中国旅游业由观光游向休闲度假游转型的发展趋势，契合了银子岩景区外围交通条件根本性改善带来的市场机遇，有利于提升景区整体竞争能力，实现可持续发展。从效益测算来看，本改扩建工程完工并投入运营的初期可为公司新增年 926.5 万元净利润，投资年收益率（静态）为 18.53%。因此，本项目在投资方向上是正确的，财务上是可行的。

桂林旅游股份有限公司董事会

2009年8月11日