

新华联文化旅游发展股份有限公司

2022 年度董事会工作报告

一、概述

（一）报告期内总体经营情况

2022 年以来，国际环境更趋复杂严峻，不利影响明显加大，经济发展极不寻常，超预期突发因素带来严重冲击。作为接触性、聚集性、流动性较强的行业，旅游业承受巨大压力。根据文化与旅游部发布的国内旅游抽样调查统计结果，国内旅游总人次 25.30 亿，比上年同期减少 7.16 亿，国内旅游收入（旅游总消费）2.04 万亿元，比上年减少 0.87 万亿元。房地产方面，全国多个城市相继出台多次放松市场的购房政策，但效果不甚明显。全年国内商品房销售面积比上年下降 24.3%，其中住宅销售面积下降 26.8%。商品房销售额比上年下降 26.7%，其中住宅销售额下降 28.3%。全年公司实现营业收入 52.53 亿元，归属于母公司所有者净利润-34.16 亿元，经营活动产生的现金流量净额 6.66 亿元。

（二）公司文化旅游主业经营情况

报告期内，公司旗下各大景区累计闭园达 221 天，各景区见缝插针开展文旅运营，精耕文化游、主题游、节庆游、沉浸游、露营游、研学游、亲子游、夜间游，全力拉动客流和收益。

一是精做节庆经济。针对景区周年庆、春节、端午、中秋、国庆、新年等重大节庆，从主题、内容、形式、引流、创收等方面入手，精做节庆主题活动。长沙铜官窑的“湖湘味铜官过大年”庙会、中秋千灯节，芜湖鸠兹古镇的徽韵国风大赏、新春灯会，西宁童梦乐园的童梦有戏春节趣玩等，使新华联景区登上主流媒体热搜。

二是多种经营创收。铜官窑推出春节年货礼包、望城惠民卡、落地《中国婚礼》影视拍摄、承接首届长沙市旅游发展大会等复合创收，旺季二销与门票收入占比显著提升。鸠兹古镇售出情人节度假双人卡、万圣节销售年卡，举办第六届中国国际动漫创意产业交易会等，全方位提高运营收入。

三是本地市场引流。各大景区今年在跨省游受限的情况下深耕本地旅游市场，铜官窑联手携程开展“赴荣耀之旅”电竞赛事，推出夏日研学游、铜官世界和

大唐仙妖传等沉浸体验产品，吸引年轻主力客群。鸠兹古镇创新高考主题游、研学游以及歌唱祖国快闪等主题活动，成功圈粉。各景区均开展了常态化直播带货，全年直播收入过千万元。

四是打造网红项目。全年景区共引进新项目 34 个，开发和引进二消产品 368 款。铜官窑景区新增星空艺术馆、飞行营地、古镇摩天轮等项目，成为长沙市网红景点。鸠兹古镇增设露营基地、中江书院剧本杀等项目，登上旅游热搜榜。

（三）公司房地产业务经营情况

在房地产营销方面，公司在因城施策、因时施策、因业态施策的基础上，强化对销售价格、团队提成、线上营销等方面的支持管控力度。全年在全板块举行了 3 轮营销竞赛和 3 场专项考核，激发营销团队士气，提速营销节奏，较为有效地提升了回款速度。公司结合各重点项目的产品特点和销售节奏，分类政策指导，设计销售策略，紧盯营销蓄客、活动组织和开盘效果，在唐山、三亚、惠州、醴陵、长沙等项目实现业绩突破。报告期内，公司实现签约销售面积 18.84 万平方米，销售金额 22.60 亿元，结算面积 32.94 万平方米，结算金额 38.13 亿元，为公司的持续发展提供了不可或缺的支持。

（四）人才培养及团队建设情况

2022 年，公司形成了以大景区、地产、酒店、商业、建工、园林、设计院、旅行社、物业等全产业链管理的稳定格局，出台并修订了科学合理的管理制度与标准服务流程，拥有稳定的专业管理团队与优秀的技术人才队伍，并通过完善培训体系、强化激励机制、畅通发展路径，不断深化团队建设，着力提升员工价值。

（五）积极践行社会责任

公司多年以来持续积极履行社会责任。2022 年，芜湖鸠兹古镇举办公益性演出“梨簧戏”专场，助力传统非遗文艺术的传承和发展。西宁童梦乐园承办青海省“世界野生动植物日”宣传活动，致力保护生态环境。惠州新华联向一线社区人员捐赠防暑物资。上海新华联向上海市闵行区社区捐赠爱心蔬菜包。湖南海外旅游员工向益阳沅江黄茅洲镇三星村孤残老人捐赠生活物资。银川新华联商管向立交桥社区捐赠民生物资，慰问低保户家庭。

二、公司未来发展的展望

（一）行业竞争格局和发展趋势

我国旅游行业经过多年的发展，旅游收入成为国民经济的重要组成部分，旅游业已成为我国经济发展的支柱性产业之一。同时，随着旅游业在城市经济发展中的产业地位、经济作用逐步增强，旅游业对城市经济的拉动性、社会就业的带动力以及对文化与环境的促进作用日益显现。随着国家社会经济的持续发展，人均可支配收入的不断提升，以及带薪休假、法定节假日等制度的进一步落实，我国居民的旅游消费能力与意愿不断增强，居民的旅游消费需求不再满足于单纯的观光旅游，居民对文化旅游、休闲度假旅游等新型旅游方式的消费需求日趋强烈，使得旅游投资和消费市场已日趋成熟，旅游产品愈加丰富。在实践中，文化与旅游两个产业的重合度越来越高，文化旅游将作为一项具有潜力的智慧产业，以资本、创意和科技为驱动，刷新人们之前对旅游业的认识。

房地产方面，2022年11月，央行、银保监会、证监会“三箭齐发”，通过增加信贷投放、债券发行、恢复股权融资等措施，支持房企保交楼、保民生、纾危解困和平稳发展。12月6日，中央政治局会议明确下一年经济工作总体目标为推动经济运行整体好转，实现质的有效提升和量的合理增长。国家层面推出的一系列促经济，稳增长的利好政策，有力地提振了市场信心与行业预期。

（二）未来发展战略

当前，支撑中国旅游经济发展的基本面没有改变，持续增长的大众旅游基本面没有改变，国民旅游发展的中长期趋势没有改变，公司坚定将文化旅游作为公司的核心竞争力。公司精做文旅运营，放大主业价值：升级景区运营管理、用文化为景区赋能、做强“新旅游”经济、做大“研学游”市场、做精抱团发展文章、创立多元盈利模式。各景区未来将围绕打造特色活动、完善品牌塑造、提高运营质量、有效吸引客流等方面开展工作，全力推进各景区标准化、规范化和体系化建设。根据旅游市场发展形势，实现各景区营销精准化定位、市场精细化突破、服务标准化提升，切实提升游客的体验感和满意度，为公司文化旅游业务的健康、稳定和可持续发展打下坚实基础。

房地产业务短期内仍将作为文旅产业的有益补充，为公司提供现金流和业绩支撑，公司将力保现有项目的开发速度，加快现有产品的销售节奏，确保产品交付，同时努力推动大宗物业的处置，优化资产结构，降低负债水平，平滑公司业绩，促进公司良性、健康的发展。

（三）下一年度经营计划

1、文化旅游发展计划

公司将坚定不移聚焦文化旅游主业发展。2023年，各大文旅景区将力图深度融合文化、旅游、休闲，围绕“吃住行游娱购”六大旅游要素，精做文旅运营和管理。公司将继续推进大景区管理，实行管理、营销、宣传推广等工作一体化；全面开展景区规划和升级工作，结合当地市场和客群需求，进一步开发景区演艺内容，大力发展夜游经济，全面丰富儿童及亲子体验项目，打造有文化力、有生命力、有竞争力的旅游产品。

2、房地产业务发展计划

房地产项目开发建设方面，公司将坚持“严密、科学、高效、卓越”工作原则，制定科学详细的工程进度计划、施工组织计划和质量管控目标，强化过程管控和量化考核检查，推动工程标准化建设，聚焦交付目标的落地，不断提升工程品质和客户满意度。

房地产项目销售方面，公司将结合行业政策与市场变化，深入产品研究，重新整合和挖掘产品价值，创新营销思路与方法，强化营销生态链的构建，推动跨区域、跨业态联动营销，加快产品去化节奏。

3、资金管控计划

公司将在深入研究国家政策、重点把握行业现状的基础上，立足实际，制定符合自身发展的资金筹措和使用计划，进一步降低企业负债总量，优化公司资产负债结构，力促公司稳健运营。

4、企业治理计划

公司将结合发展现状和战略需要，持续深化企业改革，从制度完善、流程锻造、体系优化、严格考核等方面入手，提高景区及各项目公司的管理水平。进一步强化全流程计划管控，确保企业计划到位，高效运行；进一步提升成本管控水平，精确成本测算、预算、动态管控、强控和后评估，实现降本增效。

5、人才培养及团队锻造计划

公司未来将着力打好人才“引育留用”组合拳，持续提升队伍素质能力，因地制宜、因产制宜，精准化引进与配置人才。面对新形势下人力资源的供需挑战，公司进一步挖掘内部人才潜力，适时寻访引进外部人才，力促形成板块人才良性

互动、良性循环。同时，公司将加大“线上学习+在岗锻炼”实施力度，不断提高人才培养质量，采取一系列培养措施，优化培养体系，细化培训内容，强化培训成效，为企业可持续发展提供高质量的人才保障。

（四）可能面临的风险及对策

1、宏观经济风险

近年来国内外经济形势复杂多变，国际形势对宏观经济的扰动可能影响居民的消费支出，进而对公司的主营业务——文化旅游及房地产均造成一定影响，公司的整体经营将受到一定的挑战。

2、政策及行业形势风险

2022年12月14日，中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》。在持续提升传统消费方面，《纲要》提出促进居住消费健康发展。坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”定位，加强房地产市场预期引导，探索新的发展模式，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度，稳妥实施房地产市场平稳健康发展长效机制，支持居民合理自住需求，遏制投资投机性需求，稳地价、稳房价、稳预期。长期看，政策调控有利于房地产市场平稳健康发展，但短期内可能造成市场供需及价格的波动。公司将密切关注国家宏观政策、经济形势和行业发展趋势，结合自身发展状况，优化产品结构，提升产品质量，加快去化速度，确保公司房地产业务平稳发展。

3、债务风险

面对公司部分债务逾期的情况，公司将积极与债权人及相关方进行沟通，争取获得债权人谅解、达成展期与和解，同时将积极筹措还款资金，力争妥善解决债务逾期问题。公司将不断尝试多种营销模式，努力保持产品的去化能力和去化速度，最大限度回笼资金；进一步加大酒店、商场等非景区大宗物业的处置力度，争取实现现金增量。同时，公司将通过重整及预重整引入新的投资人，通过司法程序最大限度地偿还债务，彻底解决羁绊公司发展的债务问题，促使公司重回良性发展的轨道。

4、海外业务风险

由于海外项目可能受到国家政策、海外政局、当地法律、市场环境、突发事件以及环保要求等复杂因素影响，公司将慎重推进既有的海外项目，加强风险监

控，确保海外业务风险可控。

5、退市风险

公司因最近一个会计年度经审计的期末净资产为负值，同时三个会计年度扣除非经常性损益前后净利润孰低者均为负值，且最近一年审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性，触及《深圳证券交易所股票上市规则（2023年修订）》（以下简称“《股票上市规则》”）第9.3.1条第（二）项及9.8.1条第（七）项的规定，公司股票将被实施退市风险警示及其他风险警示。

2023年4月18日，公司召开第十届董事会第十五次会议，审议通过了《关于拟向法院申请重整及预重整的议案》，拟以公司不能清偿到期债务且明显缺乏清偿能力，但具有重整价值为由，向有管辖权的人民法院申请对公司进行重整及预重整，该事项尚需通过股东大会审议。法院能否决定公司进行预重整、公司的重整申请能否被法院裁定受理以及具体时间尚存在不确定性。根据《股票上市规则》相关规定，如法院裁定受理公司的重整申请，深圳证券交易所将对公司股票交易实施退市风险警示。如公司因重整失败而被宣告破产，则公司股票及衍生品将面临被终止上市的风险。

新华联文化旅游发展股份有限公司董事会

2023年4月27日