

# 2024年度

## 环境、社会和公司治理报告

Environmental Social and Governance Report



# 目录

关于本报告	01
致股东的一封信	03
关于祥源文旅	09
主营业务	11
发展历程	13
企业文化	13
认可与荣誉	14
坚持可持续管理	15
ESG 治理架构	15
利益相关方沟通与尽职调查	16
重要性议题管理	17
报告附录	81

## 合规经营 守护企业诚信 19

公司治理	21
合规经营	23
风险管理	25
商业道德	26
党建强基	28

## 创新引领 承担社会责任 29

创新驱动	31
产品安全与质量	39
客户服务保障	43
供应链安全	47
信息安全与隐私保护	50

## 绿色运营 共享生态未来 53

应对气候变化	55
环境合规管理	59
保护生物多样性	61
排放与废弃物管理	63
资源合理利用	64

## 以人为本 推动共同发展 69

员工权益保障	71
职业发展与培训	74
职业健康与安全	77
社会贡献	79

# 关于本报告

本报告是浙江祥源文旅股份有限公司发布的 2024 年度 ESG 报告，其中详细披露与反映了公司及附属公司在经营过程中 ESG 方面的表现，本报告的发布旨在以透明公开的方式与各利益相关方进行有效交流，系统性地回应利益相关方的期望与要求。



## 报告编制依据

本报告遵循《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》，并参考可持续发展会计准则委员会（SASB）标准、气候相关财务信息披露工作组（TCFD）报告框架、联合国可持续发展目标（SDGs）、全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》（GRI 标准）。

## 时间范围

本报告涵盖时间范围如无特殊说明，均为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。为保证报告连续性、完整性，如有内容超出上述时间范围，将在报告中进行说明。

## 组织范围

本报告纳入组织范围包括浙江祥源文旅股份有限公司及其子公司，除特别说明外，本报告范围与公司年度报告范围保持一致。

## 称谓说明

为便于表达和方便阅读，浙江祥源文旅股份有限公司及子公司在报告中以“祥源文旅”“公司”“本公司”或“我们”表述。

## 数据说明

本报告使用的定性、定量信息均来自公司内部数据和公开资料。其中引用的财务数据来自 2024 年度报告中的财务报表，该报告经会计师事务所独立审计并出具标准无保留审计意见。公司董事会承诺本报告不存在任何虚假记载、误导性陈述，并对其内容真实性、准确性和完整性负责。无特别说明，本报告中所涉及的货币种类及金额均以人民币为单位。

## 可靠性保证

本报告披露坚持准确性、可比性、实质性、可验证性原则，客观如实完整披露，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。报告已经过董事会审核和批准，公司董事会对内容真实性、准确性、完整性负责。

## 报告获取

本报告发布中文简体版，电子报告可以通过公司官网（<http://www.600576.com>）、上海证券交易所官网（<https://www.sse.com.cn/>）获取。我们谨向所有对本报告提出建议和意见的利益相关方致谢，并承诺再接再厉，持续提高报告品质。

# 致股东的一封信

## ——精益求精、创新驱动，文旅产业服务商的奋进之路

尊敬的投资者和朋友们：

当您打开这封信时，看到的不仅仅是一家充满活力、持续成长、全国布局的文旅企业，更是我们战略引领、客户为先、潜心经营铸就的全新文旅商业蓝图。

自 2021 年转型聚焦文旅主业以来，祥源文旅通过精益经营和产业投资等方式，不断优化公司资产结构、丰富文旅产品供给、拓展产业合作链条、提升客户服务能力，以期全方位提高公司资产及经营能力、市场影响力和核心竞争力。在此，真诚地与大家分享下我们对公司现状和未来的思考。

### 跨越发展：祥源文旅产业发展的成长之路

近三年来，随着公司完成张家界百龙天梯、黄龙洞游船、湖南凤凰古城沱江游船、安徽齐云山索道、碧峰峡景区、湖南郴州莽山五指峰、广东韶关丹霞山等核心旅游资产的获取，**主营业务已由文化向文旅实现顺利转型**，公司资产结构不断优化，经营效益快速提升，营业收入、净利润均实现突破，**祥源文旅的发展进入了全新阶段**。2024 年，公司实现营业收入 8.64 亿元，同比增长 19.64%；实现归属于上市公司股东的净利润 1.47 亿元，同比下降 3.14%，其中文旅主业收入占比近七成。截至 2024 年 12 月 31 日，公司总资产 45.89 亿元，同比增长 20.63%；归属于上市公司股东的净资产为 28.14 亿元，同比增长 1.02%；资产负债率 33.85%。公司各项财务指标持续向好，投资价值不断凸显。

2024 年，随着莽山五指峰景区、广东丹霞山纳入祥源文旅旗下旅游目的地，公司形成了以“大湘西”、“大黄山”、“大湾区”三大国际级旅游目的地体系，涵盖齐云山旅游度假区、碧峰峡旅游度假区、丹霞山旅游度假区等三大旅游度假区；张家界地貌、大黄山花岗岩地貌、丹霞地貌三类特殊珍稀自然地貌；张家界、黄山、丹霞山、四川大熊猫栖息地四处世界遗产地布局；拥有湖南湘西凤凰古城、湖南张家界（黄龙洞和百龙天梯）、安徽黄山（黄山祥源云谷度假酒店）、四川雅安碧峰峡、广东丹霞山 5 处国家 5A 级龙头景区，及莽山五指峰、四川卧龙大熊猫基地等极具影响力的核心旅游资源。并在此基础上推动自然遗产、在地文化与旅游的深度融合，为游客提供更丰富的旅游产品，营造更舒适的旅游体验。

### 精益求精：祥源文旅的运营实践与价值创造

经营能力的持续提升，是成为一家优秀企业的必然要求。通过多年探索，祥源文旅对于旅游目的地如何更好的运营，也有自身的一些有益实践。

**投资驱动，引领产品升级革新。**近三年，公司持续加大在文旅赛道的投资建设力度，通过收并购、项目提升改造等方式累计投资约 39 亿元，实现产品供给的全面升级，推动公司向休闲度假目的地的全面转型。百龙天梯全面升级基础设施和服务设施，并通过政企携手推进“一票制”，优化资源配置，提升游客体验。齐云山通过新增度假酒店、丰富游娱产品、完善软硬件配套等方式，逐步构建起旅游度假产品体系，实现从“老牌自然景区到小众旅游目的地，再到区域头部旅游度假区”的跃迁。碧峰峡新建悬空透视桥，并全力推进景观电梯、度假酒店等各项的实施，目的地度假体系的焕新升级正在紧锣密鼓地进行。2024 年 9 月公司又以收并购、中标经营权等方式取得湖南郴州莽山、广东韶关丹霞山等核心旅游资产，此举不仅填补了公司在华南市场的空白，更以粤湘交界的“大南岭”区域为核心，构建起辐射粤港澳大湾区的客源枢纽，为公司导入大湾区优质旅游资源及高价值客群提供了重要通道。

**文旅融合，创新体验式产品新纪元。**齐云山深耕传统文化资源，成功打造了“复古游齐云”“风雅徽州集”等特色产品与活动，仅夜游业态就吸引超 100 万人次，带动周边民宿入住率超 90%。公司在凤凰古城投资打造的“湘见·沱江”沉浸式艺术游船项目，已成为中国文化和旅游深度融合的标志性实践项目。公司旗下其他项目也坚定不移地贯彻文旅融合的发展理念，巧妙地将文化元素融入各类活动和场景设计中，持续增强祥源文旅产品的创新力，推动旅游体验的持续升级。

而在创新体验式产品，特别是在低空和旅游相结合方面，公司正在积极探索并加速推进相关产品落地。从 2024 年低空经济首次被写入政府工作报告，到 2025 年政府工作报告再次提及，低空经济作为新质生产力的典型代

文旅与科技助力美好生活



表，一直是各地竞相布局的重点领域。祥源文旅始终与国家政策同频共振，从洞察低空经济的万亿蓝海，到成立低空文旅产业服务商 -- 祥源通航，到完成全国首个山岳景区（丹霞山）eVTOL 首航，开创“空中观花海，云端瞰江淮”（祥源花世界）低空文旅新场景落地，祥源文旅在体验创新、玩法互动等维度，积极构建“低空 + 文旅”新场景，打造文旅产业发展新引擎，助力低空经济“高飞”。与战略合作亿航智能、零重力飞机工业、小鹏汇天等领军企业，共同探索低空经济与文旅消费场景相融合的产业模式，打造全国“低空 + 旅游”新标杆，致力于成为全球领先的“低空 + 文旅”综合服务商。

**创新运营，塑造品牌影响力新高度。**各项目紧跟消费热点，制造话题焦点，通过一系列创新的营销举措，成功打造多次现象级产品，显著提升了祥源文旅品牌的市场知名度和行业影响力。齐云山自 2022 年起，多次荣获央视报道，并积极布局抖音、小红书、视频号等主流内容平台，已成为年轻人热门网红打卡地。

莽山项目以“一座不用爬的山”为话题，成功引起广泛关注，2024 年新媒体曝光量飙升至 4.2 亿次，较 2022 年的 1 亿次大幅增长，抖音参与人数 2.2 万人，播放量高达 14 亿次。同时，在 OTA 平台连续领跑郴州旅游榜单。

公司旗下其他项目也结合各自特点，各展所长。凤凰古城推出的“翠翠的水上婚礼”等主题活动在抖音上斩获数千万曝光，已成为湘西地区备受追捧的旅游景点。碧峰峡自加入祥源以来，频繁登顶美团和抖音的各大榜单，成为川渝地区备受瞩目的旅游胜地。

**区域协同，共同擘画发展新蓝图。**公司充分挖掘各项目地域特色，实现产品、销售和服务的全方位协同。在“大湘西”，利用百龙天梯成功为凤凰古城引流，显著提升游客转化率。在“大黄山”，整合齐云山、祁门红茶及产业园区、祥源黄山云谷度假酒店等资源，推出多线路多产品组合旅游套餐，增强区域综合竞争力。在“成渝”，创新推出“熊猫与茶”文化之旅，实现熊猫 IP 与茶文化巧妙融合。

未来，公司将继续优化旅游目的地的多点布局和区域联动，借助“祥源旅行”，以客户为中心，推出更多优质的旅行产品和精品线路，打造“客户友好型”目的地服务体系，实现从“祥源标准”到“祥源产品标准”的跨越。

**社会共荣，彰显企业责任与担当。**作为一家具有高度责任感的企业，我们深信企业的持续发展与积极履行社会责任是相辅相成的，公司追求的不仅是商业上的卓越，更致力于“产品、服务、经营”的全面向善，将社会责任融入企业文化的 DNA。为此，公司始终将关注弱势群体和推动社会共融视为己任，并结合项目自身特点，持续开发无障碍旅游产品、引进和完善无障碍设施，为特殊人群提供票价优惠。在企业招聘方面，优先考虑本地人才，为他们创造多元化的就业机会，截至目前累计创造就业超 5000 人，吸纳退 / 转军人、残疾人等特殊人员就业超百人。同时，公司积极支持地方经济建设，以百龙天梯为例，自开通以来，已累计缴纳税费近 10 亿元，为张家界的社会经济进步贡献了重要力量。

我们对社会责任的承诺恒久而坚定，我们也将持续评估和改进我们的实践，致力于创造更加积极的社会效益和环境效益。

## 精进治理：祥源文旅持续进步的领航灯塔

当前，文旅企业在行业政策暖风频吹之时，期望实现高质量发展，除了经营业绩的持续提升之外，另一个重要的方面就是增强公司的治理水平。

按照相关法律法规的要求，公司积极健全治理体系、完善治理能力。2024 年 9 月 23 日，公司第九届董事会正式组建完成，董事会每一名成员都将担负起助力公司战略推动和创新发展的历史使命。董事长王衡先生在资本市场和企业综合管理，通过长期的专业积累和丰富经验，创新推动公司“投资运营一体化”战略落地，聚焦文旅融合和数智科技赋能文旅消费体验，自 2017 年加入祥源文旅以来，伴随公司共同走过了一段充满成长与创新的旅程；总裁孙东洋先生深耕文旅行业近 20 年，专注于目的地景区实体经济发展，参与了近百家景区的建设和管理，拥有丰富的文旅经营管理创新实践经验，对景区运营管理有着独到见解；独立董事李勤教授和曾辉祥教授，作为财务和商业管理领域的资深专家，将携手公司董事、财务负责人徐中平先生，共同保障公司财务管理的规范性、内部控制的有效性以及财务指标的稳健性。

此外，公司还聘请了北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长、教授、博士生导师厉新建先生担任独立董事，原上海大世界（集团）公司董事长蔡丰先生担任公司非独立董事，两位董事作为文旅行业的资深专家和经验丰富的职业经理人，将为公司提供宝贵的建议和指导，助推公司可持续健康发展。

最重要的是，公司实际控制人俞发祥先生，将旅游事业视为毕生的追求，对祥源文旅倾注了满腔热忱和全部心血，他不仅将核心资产注入公司，推动祥源文旅实现质的飞跃，还在市场低迷时期，通过增持股份、鼓励上市公司回购等方式，增强市场信心，维护中小投资者的利益。



## 祥源人：以文旅事业的繁荣为己任，砥砺前行

在这个充满挑战与机遇的时代，唯有不断革新与进取，才能立于不败之地。展望未来，新一届董事会和监事会成员将坚定不移地肩负起引领企业高质量发展的使命，矢志不渝地深耕文旅领域，致力于实现公司的持续增长，并为股东创造显著的价值。

**持续做好服务，让游客满意而归。**我们将深化推进“祥源旅行”服务品牌战略，构建一个为祥源的客户和生态链伙伴持续服务的交易平台和交付平台。为此，我们将分两步实施：**第一步是内生式增长**，立足祥源旅游目的地度假资源，从消费者需求出发优化资源配置，将服务理念融入产品设计，并利用科技手段提供高品质服务，逐步形成高标准服务消费者的产品力、服务力、运营力等各项能力，建立客户信任体系，塑造“要度假、找祥源”的品牌形象。**第二步是外延式联动**，运用资源推进目的地运营，发挥祥源各目的地作为地方产业领导者或领先者的龙头示范作用，以开放共赢的方式，与平台方、服务方、资源方、客户方等，通过产品共创、权益互通和收益共享的方式赋能中小企业发展，构建行业信任体系，实现更全面的业务发展和行业价值创造。

**狠抓产品创新，推动提质增效。**公司将深挖各目的地的独特魅力，持续对旗下项目进行产品创新和提质增效。以丹霞山文旅综合体为契机和开端，全链条协同发力，**将丹霞山世界级的旅游资源转化为世界级旅游景区**；优化度假产品供给，提升服务能力，助力齐云山早日创建成为国家级旅游度假区；强化大熊猫主题度假氛围和产品体系，**将碧峰峡打造成为高标准的国际大熊猫主题旅游度假区**；通过体验升级、配套完善等方式，**将百龙天梯从单一景交工具转变为具有强大产品力的旅游体验项目**；通过体验创新、氛围营造等方式，**将黄龙洞升级为主题沉浸式度假景区**；通过基础设施和旅游配套的进一步加强，将湘西文化融入旅游体验，政企携手**将凤凰古城打造为国内外享有盛名的旅游目的地**；通过增产品、优体验、加设施等方式，**将莽山打造成中国南岭最具吸引力的旅游目的地**。

**坚持战略导向，助公司稳健增长。**我们将深入挖掘并发挥“大湘西”“大黄山”“大湾区”三大国际旅游目的地区域和资源优势，以客户为中心，专注产品和服务的创新及精细化的内容体验，持续深耕文旅运营，强化经营管理，构建系统化的产品矩阵和文旅运营体系，逐步实现从观光游向深度体验的转型，进而升级为微度假和休闲度假服务，全力推进“文旅产业服务商”战略落地。旨在通过精准的战略导向和高效的执行力，为股东创造持续增长的价值。

## 结语

2025年，面对文旅市场竞争新格局与产业融合新趋势，公司坚持“文化IP+旅游+科技”三位一体的发展战略，以客户为中心，以数字科技为驱动，聚焦文旅主赛道，加速从“资源品牌”向“服务品牌”的转型升级，实现从传统源于资源的“资产运营”向运用资源的“目的地运营”发展，最终实现超越资源的“客户运营”，推动公司从“文旅休闲度假目的地投资运营商”向“文旅产业服务商”的战略升级，助力祥源旅行服务品牌全面启航，真正实现“要度假 找祥源”的品牌愿景。

展望未来，公司将持续创新旅游产品体系、建立高标准服务体系、完善目的地生态圈建设，以优质服务推动品牌升级，实现公司发展战略。

我坚信，在祥源文旅新一届领导班子的带领下，在全体员工的共同努力下，以及社会各界的广泛支持下，祥源文旅未来定能乘着文旅产业蓬勃发展的东风，稳健前行，实现跨越式发展，引领中国文旅企业迈向新的发展征程。

我们正站在新的历史起点，我们比以往任何时候都更加具备实现卓越成就的能力、信心和条件，一起铸就辉煌！

浙江祥源文旅股份有限公司

董事长 **王衡**

总裁 **孙东洋**

要度假  
找祥源



# 关于祥源文旅

祥源文旅 (600576.SH) 是一家以旅游目的地投资运营为核心，文旅科技创新融合发展的沪市主板上市公司。公司致力于通过多元化的业务布局和创新的运营模式，推动文旅产业的融合发展。公司以“文旅与科技助力美好生活”为企业使命，已形成“目的地度假、旅行服务、文化及消费、数字科技”协同发展的业务格局，致力于成为全球领先的文旅产业服务商。

未来，公司将深挖传统文化精髓，以客户为中心，以数字科技为手段，聚焦文旅主赛道，重点围绕“熊猫”、“茶叶”两大国际级 IP 进行目的地深度运营，提升服务质量和品牌影响力。并通过持续优化和创新，致力于将“祥源旅行”打造成为文旅休闲度假领域的一站式领军服务品牌，升级“文化 IP+ 旅游+科技”为核心的特色产业模式，引领行业发展，助力更多人实现对美好生活的追求和向往。



# 主营业务

祥源文旅主营业务主要覆盖旅游行业、文化行业、商品销售行业三大行业，包含景区交通及讲解业务、旅游服务业务、动漫及其衍生业务、商品消费业务及其他业务等。公司以旅游目的地投资运营业务为核心，以“文旅与科技助力美好生活”为企业使命，打造“文化 IP+ 旅游 + 科技”的特色文旅产业模式，致力于成为全球领先的文旅产业服务商。

公司深耕文旅产业，依托“大湘西、大黄山、大南岭”三大国际级旅游目的地，投资运营有齐云山、碧峰峡、丹霞山等多个成熟文旅度假区。旗下项目涵盖张家界武陵源、四川大熊猫栖息地、安徽黄山、丹霞山四处世界自然遗产，丹霞山、凤凰古城、张家界（黄龙洞、百龙天梯）、黄山（云谷酒店）、碧峰峡五处国家 5A 级景区以及“张家界地貌”“丹霞地貌”“大黄山花岗岩地貌”三大世界地质公园资源。

公司以“大熊猫”“茶”两大国际 IP 为核心，升级景区度假模式，并依托翔通动漫、其卡通旗下“绿豆蛙”“酷巴熊”等 IP 资源，推出《疯了！桂宝》《西游记之再世妖王》等动画作品，构建一站式休闲旅游度假生态体系。

在科技板块，公司通过小岛科技提供智慧文旅项目的软硬件集成建设、数字化运营及技术支持，提高景区运营效率并为祥源旅行提供技术支撑。借助数字手段，公司创新推出《湘见·沱江》沉浸式艺术游船、巨幅数字光影长卷《颍州西湖赋》，广受市场欢迎。

2024 年，公司成立祥源旅行和祥源通航，前者致力于构建“线上 + 线下”全渠道服务体系，打造一站式文旅休闲度假服务品牌；祥源通航专注于低空文旅领域，通过飞行基地运营、航空展销营地、航空主题乐园三大核心业务，推动“低空 + 文旅”融合发展，力争成为全球领先的低空文旅综合服务商。两大业务平台将协同创新，以数字化手段赋能文旅场景，为游客提供更丰富的休闲度假体验，同时助力低空经济高质量发展。

通过丰富业态、提升服务，推动文旅产业升级，促进文化与旅游深度融合，公司打造集观光、体验、文化、休闲、度假于一体的高品质目的地，增强品牌影响力，实现高质量发展。



## 动漫及动画影视



翔通动漫 IP



其卡通动画电影

## 祥源茶业



祁红博物馆



祥源茶园

## 小岛科技



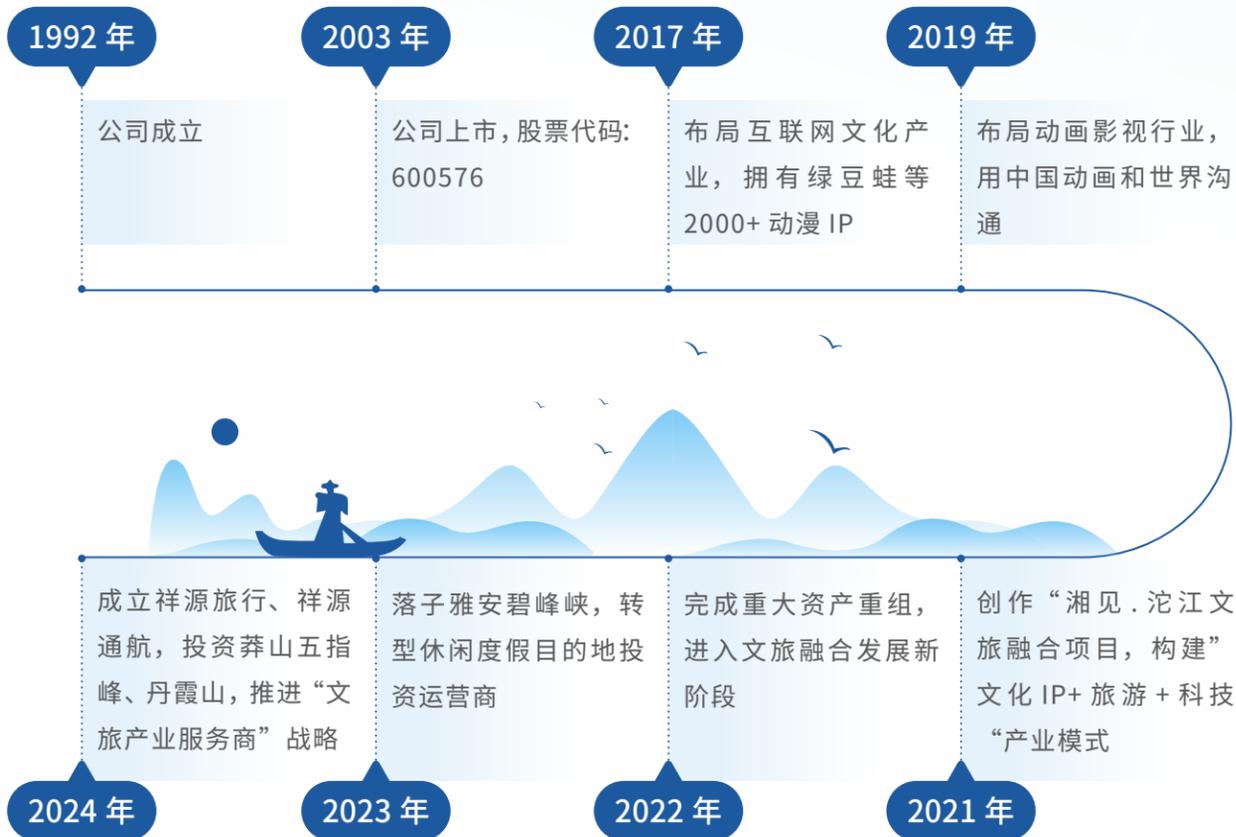
## 祥源旅行



## 祥源通航



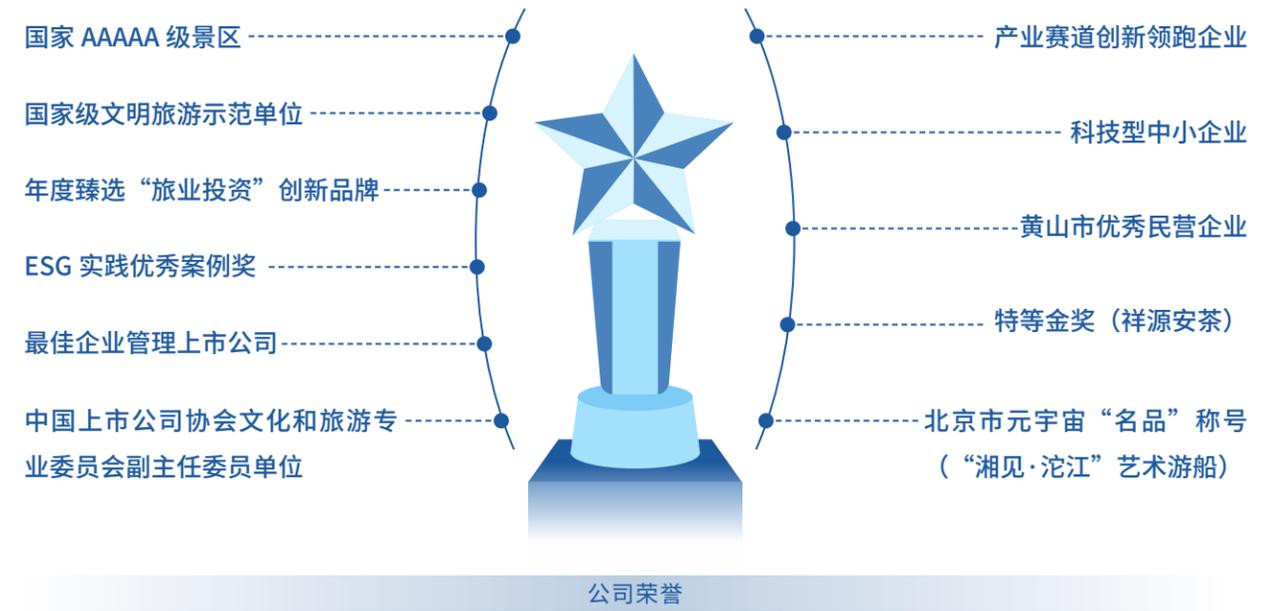
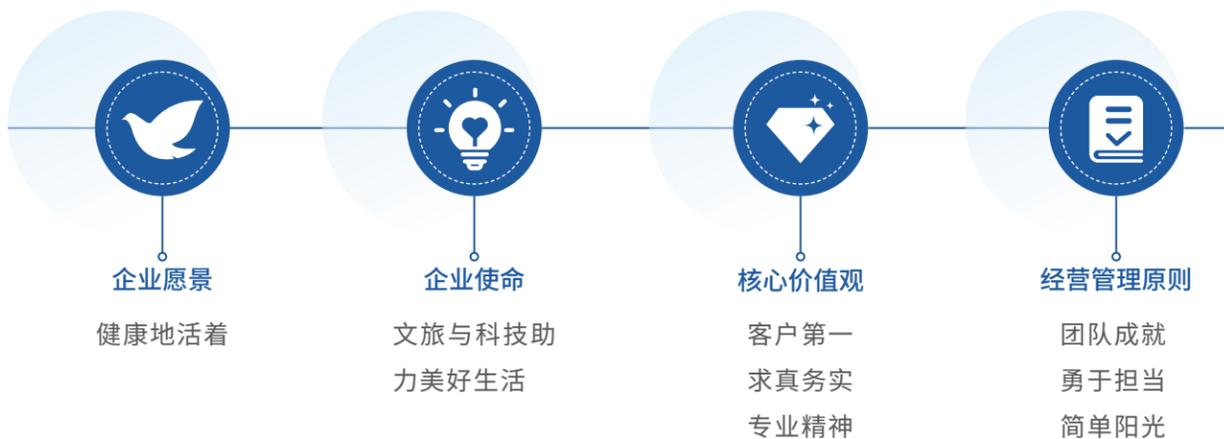
## 发展历程



## 认可与荣誉



## 企业文化



# 坚持可持续管理

## ESG 治理架构

祥源文旅将 ESG 管理作为企业发展的核心战略，系统性地将 ESG 理念深度融入公司整体战略规划与运营管理体系。公司建立 ESG 治理架构，通过“董事会-ESG 专项小组-各职能部门”三级管理体系，确保 ESG 战略的有效实施与持续优化。公司通过建立健全 ESG 管理制度、优化信息披露机制、强化风险管理体系，不断提升 ESG 治理的科学性与规范性。



## 利益相关方沟通与尽职调查

利益相关方的期望和诉求是推动公司持续提升可持续发展绩效的重要源泉和动力。我们将利益相关方的反馈意见视为 ESG 工作改进的关键依据。2024 年，我们进一步完善信息反馈机制，深化与政府及监管机构、客户、股东与投资者、员工、供应商等核心利益相关方的积极对话与沟通，实现企业可持续发展与利益相关方价值共创的良性循环。

重点利益相关方	重点专注议题	沟通方式 / 渠道
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合规经营</li> <li>• 应对气候变化</li> <li>• 环境合规管理</li> <li>• 带动当地就业</li> <li>• 产品和服务安全与质量</li> <li>• 乡村振兴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 配合监管机构核查</li> <li>• 参与政府调研活动</li> <li>• 政策执行</li> <li>• 信息披露</li> </ul>
 股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 风险管理</li> <li>• 合规管理</li> <li>• 创新驱动</li> <li>• 产品和服务安全与质量</li> <li>• ESG 治理</li> <li>• 信披与投关</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 股东大会</li> <li>• 业绩说明会</li> <li>• 交易所互动</li> <li>• 投资者交流活动 (日常交流、路演、线上沟通等)</li> </ul>
 客户	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 创新驱动</li> <li>• 应对气候变化</li> <li>• 供应链安全</li> <li>• 产品和服务安全与质量</li> <li>• 数据安全与客户隐私保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 客户满意度调研</li> <li>• 售后服务与投诉渠道</li> <li>• 客户交流活动</li> <li>• 产品展销会</li> <li>• 公司官网</li> </ul>
 员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 员工权益保障</li> <li>• 职业健康与安全</li> <li>• 职业发展与培训</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 内部管理会议</li> <li>• 员工培训</li> <li>• 各级沟通会</li> </ul>
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 供应链安全</li> <li>• 促进行业发展</li> <li>• 反不正当竞争</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 公开透明采购</li> <li>• 长期稳定合作</li> <li>• 行业研讨交流</li> </ul>
 社区与公众	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 废弃物管理</li> <li>• 能源利用</li> <li>• 环境合规管理</li> <li>• 社会贡献</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 支持社区建设</li> <li>• 推动绿色低碳发展</li> <li>• 开展公益活动</li> </ul>

## 重要性议题管理

祥源文旅遵循上交所可持续发展报告指引和指南，参考国内外 ESG 政策法规、监管机构最新政策指引、同行 ESG 管理优秀实践以及外部专家建议，基于双重重要性原则，从“影响重要性”（即对经济、环境、社会可持续性影响的重要程度）和“财务重要性”（即对公司财务影响的重要程度）两个维度对议题重要性进行评估，形成公司 ESG 重要性议题矩阵。



重要性议题识别与分析流程



# 合规经营 守护企业诚信

祥源文旅高度重视合规与稳健运营，通过完善治理架构和强化风险管理，为可持续发展奠定基础。公司严格遵守法律法规，维护公平竞争，注重环境、社会与治理的平衡，致力于实现经济效益与社会价值的双赢，推动行业健康发展。

## 回应的ESG议题：

- 党建引领
- 公司治理
- ESG治理
- 利益相关方沟通
- 信披与投关
- 合规经营
- 反商业贿赂及反贪污
- 反不正当竞争

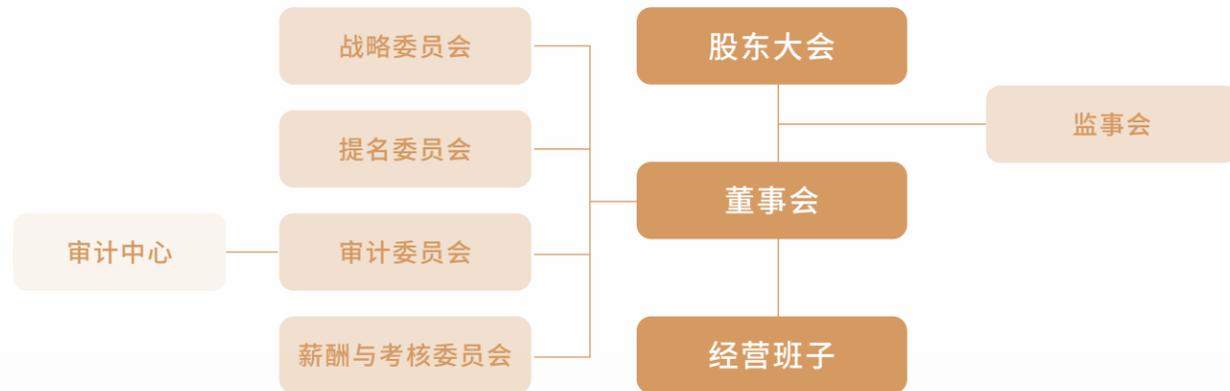
联合国可持续发展目标 (SDGs)



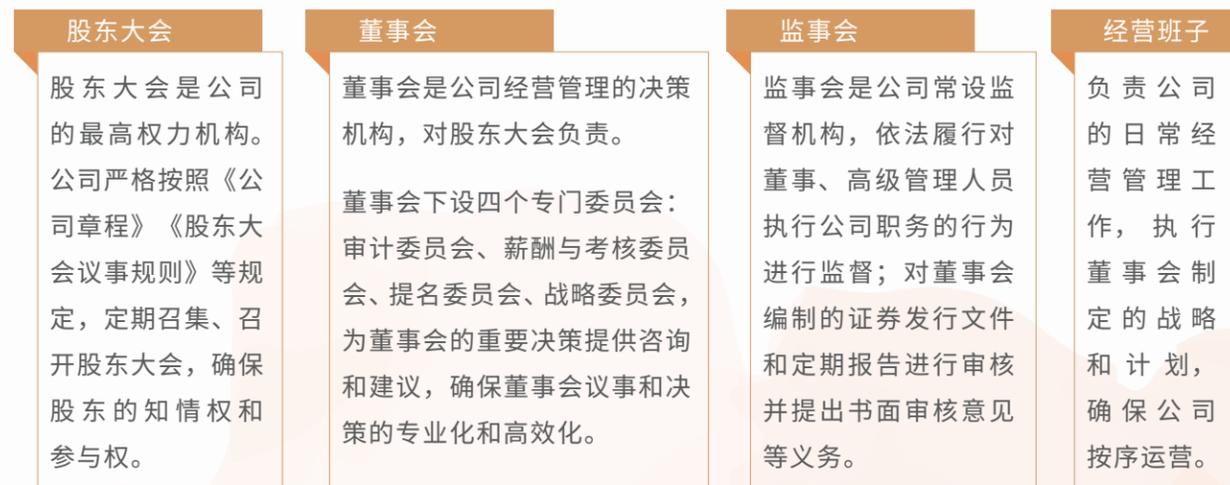
## 公司治理

### 三会运作

祥源文旅严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规和监管要求，并依照相关法律法规制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》等一系列制度和规范性文件。公司建立由股东大会、监事会、董事会（以下简称“三会”）和经营班子组成的治理体系，明确“三会”运作规范和相关组织权责，强化治理架构。



治理结构



治理职责

### 关键绩效

#### 2024 年三会召开情况

股东大会	董事会会议	董事会会议成员出席率	监事会会议
4 次	13 次	100%	10 次

上述会议年通过议案

80 项

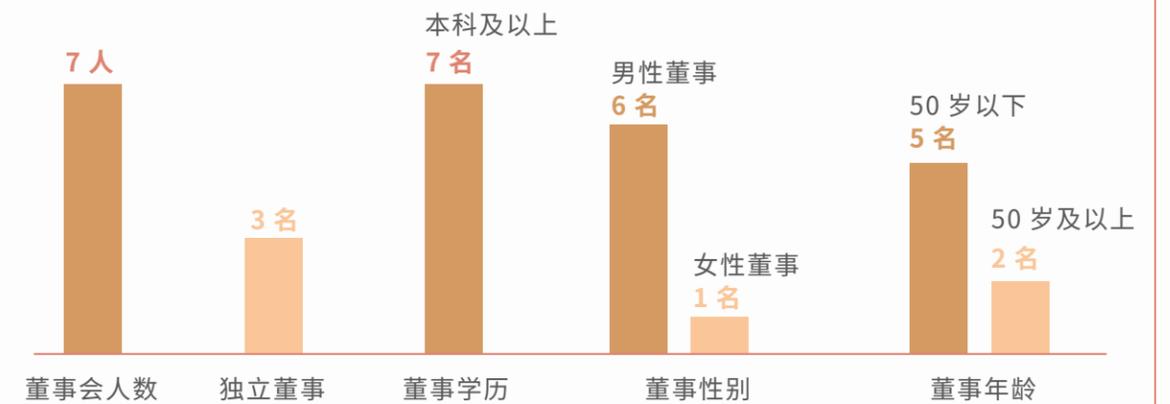
#### 2024 年委员会会议召开情况

战略委员会会议	审计委员会会议	薪酬与考核委员会会议	提名委员会会议
3 次	10 次	1 次	2 次

### 董事会多元化

董事会是公司的重要决策机构，由 7 位董事组成，其中独立董事 3 人，占比 42.86%；其中女性董事 1 人，占比 16.67%。现任董事会成员拥有产业发展、企业管理、投融资管理、财务管理、法学等多领域的专业能力，具备丰富行业经验，可为公司的高质量发展带来多元化视角。

### 2024 年董事会构成



董事会成员结构

## 投资者关系

祥源文旅制定《投资者关系管理制度》，积极管理与股东的关系。对外，公司通过常态化沟通渠道，加强与投资者之间的信息交流，增加投资者对公司的进一步了解；对内，公司持续完善制度规范，加强高管薪酬与企业经营的挂钩激励，以保障公司价值及股东利益。

透明信披	公司制定《信息披露事务管理制度》，以及时、公正地向股东披露公司信息。
关联交易	公司制定《关联交易决策制度》，以保护全体股东的合法权益，保证公司与关联人之间的关联交易符合公平、公正、公开的原则。
内幕信息	公司制定《内幕信息管理制度》，做好信息公开前的保密工作，以维护信息披露的公平原则，保护广大投资者的合法权益。
对外投资	公司制定《对外投资管理制度》，以规范公司对外投资行为，保障所有中小股东权益。

### 股东权益保护举措

## 合规经营

祥源文旅坚持合规经营，持续完善公司风险管理与内控体系，严格遵循《上海证券交易所上市公司内部控制指引》《企业内部控制基本规范》等法律法规及其他适用配套指引的要求，建立包括内部控制日常监督和专项监督的完整、科学的合规运营体系，从业务流程开始到结束，做好合规管理。

## 审计管理

为规范内部管理、强化监控与治理，公司制定了《审计管理制度》。公司董事会下设审计委员会，指导公司内控体系建设和有效运行工作，负责公司有关财务报表披露、内部控制过程监督等工作。审计委员会下设审计中心，负责执行具体的内部审计工作，如信息、数据的可靠性和完整性，政策、制度、计划、流程、法律法规的遵从性，资金资产的安全性，资源使用的经济有效性以及已设定目标的达成情况等。

公司还聘请了外部独立第三方审计对报告期的财务、内控出具外部鉴证报告。2024 年年度报告中，由具有证券资质的会计师事务所出具标准无保留意见的内控鉴证报告和财务审计报告，于 2025 年 4 月 18 日发布。

## 税务管理

公司财务管理中心负责公司税务管理，包括税务管理体系搭建、税务风险评估、纳税信用等级维护等一系列与税务相关的事项。

公司财务管理中心通过财务检查、税务专项检查、日常申报审核等形式，做好税务管控及前期风险管理。由于多缴税款、进项税流失等给企业造成直接经济损失的，公司财务管理中心视具体情况追究相关人员责任。



## 透明信披

为了加强公司信息披露工作的管理，保护公司、股东、债权人及其他利益相关者的合法权益，规范公司的信息披露行为，根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——信息披露事务管理》等相关法律法规、规范性文件，祥源文旅制定了《信息披露事务管理制度》，以及时、公正地披露信息，并保证所披露的信息真实、准确、完整，不出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

监事会对本制度的实施情况进行定期或不定期检查，对发现的重大缺陷及时督促公司董事会进行改正，并根据需要要求董事会对制度予以修订。董事长为实施信息披露事务管理制度的第一责任人，董事会秘书负责具体协调，证券事务代表协助董事会秘书工作。



 <p>信披咨询电话 0571-85866518</p>	 <p>传真 0571-87565771</p>	 <p>邮箱 irm@600576.com</p>
---	---	--

信披事项咨询途径

## 风险管理

祥源文旅建立并完善符合自身业务实际和运作模式的风险管理框架。制定了《风险评估流程指引》《风险管控指引》，评估和管控所有发生在业务流程和管理流程的风险事项，全方位提升风险控制和管理水平。

### 风险评估

为全面、准确地了解公司的运营安全现状，公司收集数据进行分析，提前发现潜在风险，并对其进行风险发生两个维度的评估：1、风险发生的可能性；2、风险产生的影响或后果。

风险评估由审计监察总经理全权负责，下设风险评估小组负责风险评估具体事项的执行，包括确定最小审计单元、收集评估数据、执行风险评估、审计单元排序，最后由审计监察总经理批准风险评估结果，并形成风险评估报告。风险评估报告通过批准后，交由审计管理员保存。

### 风险管理

公司建立了风险管理三道防线，其中运营管理中心主导负责，组织相关职能部门对各事业部经营情况进行风险管控环节的评估，对发生偏差的运行环节进行及时纠偏，确定事业部下一阶段经营策略及发展方向。如事业部运营情况较原定目标发生重大偏离，存在较大运营风险，公司将启动刹车机制，调整事业部经营策略。

第一道防线

业务（事前）

各单位负责人是本单位风险管控第一责任人。

第二道防线

运营（事中）

运营管理中心需贴近业务一线，优化制度流程，识别重大风险，提升运营效能，加强过程管控。

第三道防线

审计（事后）

审计中心将按计划对各事业部及职能中心开展专项审计，及时纠偏问责运营风险。

风险管理三道防线

公司将 ESG 理念要求贯穿到风险管理以及决策流程中，加强对非财务风险的管控，实时收集、整理和分析与 ESG 目标相关的数据，如能源消耗数据、温室气体排放数据、员工培训数据等。通过数据分析，及时发现异常情况，精准定位问题，为采取针对性措施提供有力支持。

## 商业道德

### 反腐败

祥源文旅严格遵守《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规，制定《员工商业行为准则》，致力于营造道德、诚信的企业形象，规范商业行为，与利益相关方共同营造公平、公正、公开的商业活动环境。

在日常工作中，公司不断加强反腐败反商业贿赂的法律法规教育，不定期对员工进行反贪腐培训。公司与所有供应商签订《供应、承建须知及廉政约定》，以互相监督诚信经营。

除了防范机制，对于已经发生的未知贪腐事件，公司建立举报与投诉机制，如电话、邮箱等途径。接到举报或投诉后，公司对相关举报将展开调查，且对举报投诉人的姓名、工作单位、家庭住址等有关情况及举报的内容严格保密，举报材料列入密件管理。在后续宣传报道和对举报投诉有功人员的奖励时，除征得举报投诉人的同意外，不公开举报投诉人的姓名、工作单位。

邮件  
xyxzhz@600576.com

电话  
0571-85866518

信件  
浙江省杭州市密渡桥路 1 号白马大厦 12 楼

反腐败举报途径

2024 年

关键绩效

腐败事件发生数量

0 次



### 反不正当竞争

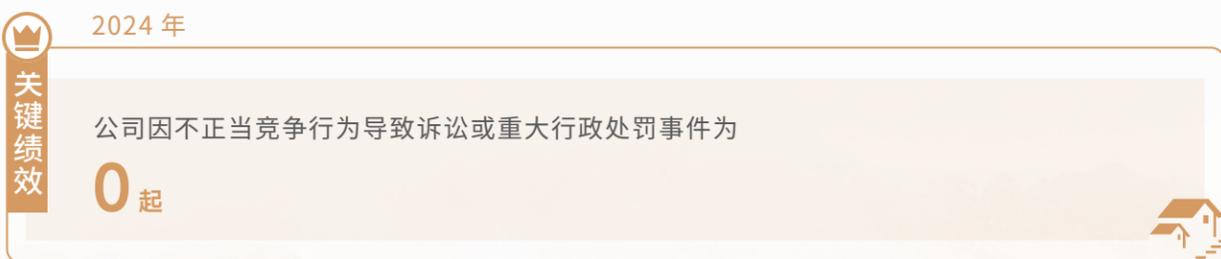
祥源文旅主张打造公平的市场，以廉洁自律的经营理念和实践塑造企业形象，避免不正当竞争事件发生，严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规，制定了《员工商业行为准则》，规定所有员工在参与市场竞争时，面对竞争者、客户和供应商，始终坚持诚信公正的态度，如实表述产品信息，避免做出损害公平竞争精神和消费者利益的行为。

2024 年

关键绩效

公司因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚事件为

0 起



## 党建强基



为深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，同时发挥党建引领作用，祥源文旅党支部坚持组织建设规范化，践行高质量发展要求，深入践行新时代非公党建“54321”工作模式，积极践行企业社会责任，持续深耕文旅产业主赛道，为中国文旅创新高质量发展贡献力量。

公司制定《党建工作标准手册》，其中包含《党建工作责任制度》《党员教育培训制度》《党务公开工作制度》等 21 项党的组织制度，引导、丰富党员工作、生活、教育等的一系列行为规范。



# 创新引领 承担社会责任

“坚持可持续发展的创新驱动模式”，祥源文旅始终将创新视为企业高质量发展的重要引擎。我们不断深耕产品与服务的升级，立足文旅行业，力求成为业内具有影响力的标杆品牌。同时，依循“为客户提供健康的产品与服务体验”的企业文化，祥源文旅充分整合多领域资源与技术优势，为每一位游客提供富有特色且高水准的旅游体验。

## 回应的ESG议题：

- 创新驱动
- 促进行业发展
- 知识产权保护
- 产品和服务安全与质量
- 数据安全与客户隐私保护
- 供应链安全

联合国可持续发展目标 (SDGs)

9 产业、创新和基础设施



12 负责任消费和生产



17 促进目标实现的伙伴关系



## 创新驱动

### 治理

祥源文旅将持续升级的技术和服务视为推动公司长远发展的源动力，为系统化推进旅游产品与服务的创新，公司制定《创新管理规则》，为创新提供制度保障。公司成立了研发项目评估小组，由产品中心、市场人员、财务人员、经营层人员组成，对项目不同阶段进行评估，充分做到研发工作每一步都有章可依，有效提高研发效率与质量。

### 战略

祥源文旅积极践行创新驱动发展战略，聚焦旅游文创行业特点，结合自身发展实际，针对文旅行业特定创新方向，深入分析生态开发、智慧旅游、文旅融合等创新过程可能存在的风险与机遇，并制定相应应对措施和激励政策，确保创新战略有效落地实施。

### 影响、风险和机遇管理

#### 产学研合作

祥源文旅深刻认识到创新人才引进和科研实力提升的重要性，因此积极与众多高等院校及科研机构开展产学研协作，形成长期的战略合作伙伴关系。公司通过多途径招揽创新人才，并为研发团队配备了先进技术设施和优越的创新环境，从而推动技术的快速进步。这一策略的实施使得研发团队得以扩充，为公司在关键技术领域取得持续的发展和突破打下了坚实的基础，也为文旅产业培养了许多高素质人才。

### 案例

#### 祥源文旅与浙江工商大学携手共建“智慧文旅空间站”

祥源文旅与浙江工商大学旅游学院（省内唯一完整旅游管理培养体系）开展数字文旅人才培养研讨会。学院 2024 年新设“数字文旅创新班”，以“立足地方、融合创新、面向未来”为方向，培养兼具数字技术与文旅专业的复合型人才。

双方将在人才培养、科研合作、技术交流三方面深度合作，通过共建“智慧文旅空间站”，推动产学研融合，探索产业发展方向，培育文旅新质生产力。



校企合作座谈



共建“智慧文旅空间站”

案例

校企联动，景德镇艺术职业大学师生走进祥源文旅

祥源文旅与景德镇艺术职业大学深化“校企联动、产学研合作”合作，通过组织师生实践活动、高管专题讲座等形式，围绕行业现状、品牌规划、景区运营等开展深入交流，实现校企资源精准对接。未来双方将以艺术创作和人才培养为核心，构建产学研合作平台，通过资源互通、优势互补，共同培育符合行业需求的新型文旅人才，打造“产业-教育”协同发展的良性生态体系，为文旅产业创新发展提供人才支撑和智力支持。



景德镇艺术职业大学师生走进祥源文旅

研发流程管理

针对研发创新领域的风险和机遇，祥源文旅持续完善系列保障机制，旨在强化企业抵御风险的能力，同时不断巩固提升公司的自主创新能力与核心竞争力。

创新立项评估

创意者制定商业计划书，提交项目评估小组进行评估。项目评估组长组织评估，于三个工作日内完成。

产品上市评估

通过立项的项目由创意团队研发并试销，提交试销报告和效益分析表供评估。通过上市评估的产品进入2年新品管理期，由原项目组负责原料、生产等，期满后转入常规库或淘汰。

销售绩效评估

产品完成上市评估当日起满一年、满二年进行销售绩效评估，根据评估结果，享受相关提成与奖励。

研发项目关键流程

创新产品

在文旅产品创新方面，各景区经营主体围绕自身业务特点，结合当地文化进行产品创新，积极提升产品的文化、科技属性，增加更多的互动元素，激发游客的参与感和传播热情。

案例

祥源百龙天梯入选“新质生产力赋能旅游集团创新范例”

祥源百龙天梯位于世界自然遗产地——张家界武陵源风景名胜区的核心区，是世界最高的户外观光电梯，也是现代科技和自然景观完美结合的创新典范。项目以新质生产力为驱动，通过引入数字化技术、先进制造和人工智能，以及智慧运营和倡导无障碍游览的理念，既优化了目的地的运营效率和服务质量，也提升了游客的综合体验感，在为业界的文旅与科技创新融合发展提供借鉴作用的同时，也为旅游强国建设贡献了鲜活的创新范例。



百龙天梯

案例

熊猫为媒，碧峰峡打造生态文旅创新典范

四川雅安市碧峰峡旅游景区依托其独特的生态资源和大熊猫文化，打造了极具特色的创新生态旅游案例。景区内建有中国保护大熊猫研究中心雅安碧峰峡基地，集科研、繁殖、旅游多功能于一体，现拥有60余只珍贵大熊猫，其中包括“福宝”等海归大熊猫，我们还专门设立了“海归大熊猫乐园”，彰显了基地对熊猫保护和国际交流的投入与特色。



碧峰峡大熊猫主题旅游度假区

碧峰峡大熊猫基地通过设立白熊坪、幼儿园、海归大熊猫乐园三个特色区域，创造性地融合了科普教育和互动体验，游客不仅能近距离观赏大熊猫生活习性，还能参与喂养、互动合影等体验活动，激发公众对大熊猫及生态保护的关注。

景区创新地以熊猫元素为核心，开发了一系列特色文创产品，包括熊猫玩偶、主题服饰、纪念明信片等，既满足了游客的个性化需求，也进一步支持了熊猫保护的可持续发展。

未来，碧峰峡将持续深化生态保护与文旅融合创新，持续提升游客的生态体验感知，打造以熊猫为特色的生态文旅品牌，助推当地文旅产业高质量发展。

案例

非遗焕新夜，齐云舞龙年

齐云山生态文化旅游度假区积极探索“非遗+旅游”创新融合路径，打造以非遗为核心的特色旅游新亮点。2024 年龙年伊始，齐云山创新推出“横江舞金龙”项目，金龙蜿蜒百米穿行于横江山水间，同时展现“齐云打铁花”“炭花舞”“抖火壶”等多重非遗项目。景区还联手千万级流量博主和央视、新华社等权威媒体，实现“炭花舞”等非遗项目“出圈”，有效提升非遗知名度。齐云小镇持续深耕非遗创新，集聚徽州剪纸、徽州糕饼制作技艺、徽州三雕等 27 项非遗，构建旅游与非遗深度融合基地，让游客全天候沉浸式感受传统文化的魅力，助推非遗保护与文旅产业双向赋能，真正让非遗“活”起来、旅游“火”起来。



齐云山“横江舞金龙”

指标与目标

祥源文旅制定清晰的创新发展目标与指标，致力于通过不断增加研发投入和激励创新，持续提升公司在行业内的影响力。公司高度重视人才队伍的建设，将其视为推动企业发展的核心。通过实施科学的人才招聘和培养策略，公司成功吸引了众多高质量的专业技术人才，这为公司的持续创新提供了强大的支持。

关键绩效

2024 年

全年研发投入

1,682.67 万元

研发投入占营收比例

1.95%

研发人员人数

95 人

研究人员占职工总人数比率

6.48%

知识产权保护

祥源文旅遵循《中华人民共和国专利法实施细则》《2024 年知识产权强国建设推进计划》政策法规，持续深化知识产权战略布局，全面构建完善的知识产权管理体系。通过持续的技术创新，公司已成功研发多项具有自主知识产权的核心技术成果。

关键绩效

2024 年

公司累计获得专利

42 项

新增专利授权数量

6 项

专利绩效

2024 年  
新增专利申请数量

8 件

新增发明专利  
申请数量

1 件

新增实用新型专利  
申请数量

7 件

2024 年  
新增专利授权数量

6 件

新增发明专利  
授权数量

1 件

新增实用新型专利  
授权数量

5 件

## 促进行业发展

祥源文旅作为文旅行业的领军企业，在持续提升自主创新能力、强化核心技术研发的同时，更以开放共享的姿态推动行业协同发展。公司通过搭建产学研合作平台、分享技术创新成果等方式，充分发挥标杆企业的示范引领作用，为促进文旅产业转型升级和高质量发展注入强劲动能。

### 案例

#### 全国首个——祥源文旅联合发起成立文化旅游可信数据空间联盟

祥源文旅参与了在杭州千岛湖举行的“文旅可信数据空间”国家试点建设工作座谈会。在此会议上，祥源文旅与 36 家涉文涉旅企事业单位共同发起成立全国首个文化旅游可信数据空间联盟。



“文旅可信数据空间”国家试点建设工作座谈会

### 案例

#### 祥源通航首飞，打造低空旅游“祥源样本”

祥源文旅积极响应国家低空经济发展战略，通过旗下祥源通航布局“低空+文旅”产业，在祥源花世界落地打造了“飞行航空乐园”，并成功完成 eVTOL 低空飞行首航。项目以无人驾驶航空器空中观花为特色，创造了全新文旅体验场景，开启了“文旅+低空”融合发展的创新试验田。

祥源文旅将围绕“科技+文旅”超级 IP 打造、景区低空运营网络建设和智慧管理系统研发等核心板块，输出标准化服务方案，推动低空旅游产品商业化落地。同时，通过与行业龙头企业的战略合作，持续探索低空观光、研学游、光影秀等创新场景和玩法，开创低空旅游体验新标杆，助力区域文旅产业多元化、融合化发展，积极推动文旅产业高质量发展。



丹霞山首飞



花世界首飞

# 产品安全与质量

## 治理

祥源文旅深刻认识到产品质量与安全对企业持续发展的重要性，严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，并对照 ISO 9001 等国际质量管理体系要求，制定全面和完善的制度，例如祥源丹霞山的《运营质量安全管理制及操作指引》以及祥源茶业的《工厂现场管理办法》《过程检验管理办法》等一系列产品质量安全相关制度，建立了适合文旅产业特点的质量安全管理体系。



美国雨林联盟 (RA) 认证

为确保质量控制的持续性和有效性，公司构建了“总经理—质量安全部—各部门人员”为核心的三层质量安全管理架构。



质量安全管理架构

## 战略

祥源文旅将产品安全与质量作为战略发展中的重中之重，通过构建动态化、系统化的质量安全管理体，持续优化产品质量与安全战略。结合公司实际情况，有针对性地制定风险管控措施和机遇响应策略，确保产品质量安全体系的有效性持续改善，保障游客权益并提升企业竞争优势。

## 影响、风险和机遇管理

### 产品质量管控流程

针对产品安全与质量领域的风险与机遇，祥源文旅建立了完善的管理流程体系，以强化风险管控能力，提升机遇把握力度，保障公司稳定健康发展。



HACCP 体系认证证书

ISO 9001 认证证书

中国质量认证中心有机产品认证证书



### 产品质量管控举措

公司针对旅游目的地服务链，进行工业化改造和专业化分工，加快旅游目的地服务商线上化与数字化，提升整体运营效率及产品质量。各景区通过精细化升级服务，提升景区环境、游玩设施及游客体验。通过微创新、多措并举，提升旅游品质。

**祥源茶业**

公司定期召开质量专题会议，管理层及各部门参会，通报安全情况并部署工作。针对问题落实整改，跟踪闭环；同时开展质量培训，持续强化全员质量意识。

**张家界百龙天梯**

景区每年投入专项资金用于百龙天梯维护与安全提升，严格落实日常检查并强化应急演练，通过标准化预案和严格管理，全方位保障游客安全。

产品质量管控示例

### 提升产品可及性

祥源文旅通过实施一系列创新和改进措施，显著提升了其旅游产品的可及性。首先，公司通过景区资源整合，推出多样化的套票产品，如“丹霞山+莽山优惠套票”、“三索一梯套票”等，简化了购票流程，并通过提供成本效益更高的选择，使得更多消费者能够以更低的价格享受更丰富的旅游体验。与此同时，湖南莽山五指峰景区凭借全方位无障碍设施，实现了山岳旅游的普惠可及，让老年人和残障人士都能轻松登顶、亲近大自然。此外，祥源文旅也优化了线上服务平台，使预订和信息查询变得更加便捷，支持多种支付方式，以适应不同游客的需求。

公司还针对特定群体如家庭、学生等，设计了定制化的旅游产品和优惠政策，确保不同类型的游客都能找到合适的旅游方案。通过提高旅游产品和服务的可访问性和可负担性，祥源文旅不仅增强了客户满意度，还扩大了其市场份额，加强品牌的市场竞争力。这些举措综合提升祥源文旅的产品可及性，使其能够更好地满足日益多样化和个性化的市场需求，促进了公司的持续成长和行业地位的提升。

**案例** 一站式旅行服务品牌“祥源旅行”亮相

为进一步聚焦用户运营，优化旅行产品供给，公司全新旅行服务品牌——“祥源旅行”开启全面内测，致力于打造文旅休闲度假业务“线上+线下”全链路服务能力和“祥源旅行”一站式旅行服务品牌，实现让更多人“要度假，找祥源”目标。借助数字化技术平台，“祥源旅行”将拓展、整合、集聚外部产品资源，推出探索体验类、亲子度假类、研学玩乐类、人文康养类等全球化业务，满足游客多样化的旅行需求。

秉持“让游客轻松愉快、玩遍全球”的理念，“祥源旅行”将坚持“品质服务、放心旅行、便捷体验”十二个字宗旨，根据游客需求，严控产品品质，量身定制差异化的旅行计划。同时，优化整合景区周边酒店、餐饮、交通等配套资源，为游客提供一站式的旅行解决方案和便捷智能的旅行体验。

## 指标与目标

祥源文旅明确产品质量安全提升目标，持续推动产品质量安全管理的升级与改进，不断提高顾客满意度与市场竞争力。



## 客户服务保障

## 治理

祥源文旅高度重视客户服务管理体系建设，始终秉持“客户第一、求真务实、专业精神”的核心价值观，制定《客户管理指引》，系统性地提高客户服务水平，持续满足客户需求并提升服务效率。公司构建以运营管理中心为主、各单位为辅的客户管理架构，管理客户资源，落实客户需求，协调资源配置工作，切实做好客户服务保障。

## 战略

祥源文旅积极践行客户服务保障战略，明确客户投诉风险的防控措施和客户服务提升机遇的把握策略，增强客户满意度，确保客户管理体系的有效运行，提升市场竞争力。

## 影响、风险和机遇管理

### 客户服务管理流程

针对客户服务领域的风险与机遇，祥源文旅持续完善客户服务管理流程体系，强化对客户反馈的风险识别、风险评估与响应能力，及时把握服务提升机遇，持续提高客户满意度。

### 风险识别

通过定期客户反馈分析、投诉记录检查和客户满意度调查等多渠道，全面识别客户服务风险。

### 风险应对

根据不同风险等级制定差异化应对策略，高风险迅速整改，中等风险优化服务流程，低风险加强日常监控。

### 风险评估

依据风险发生可能性与影响程度，对风险进行分类分级，重大风险即时上报处理。

### 风险控制

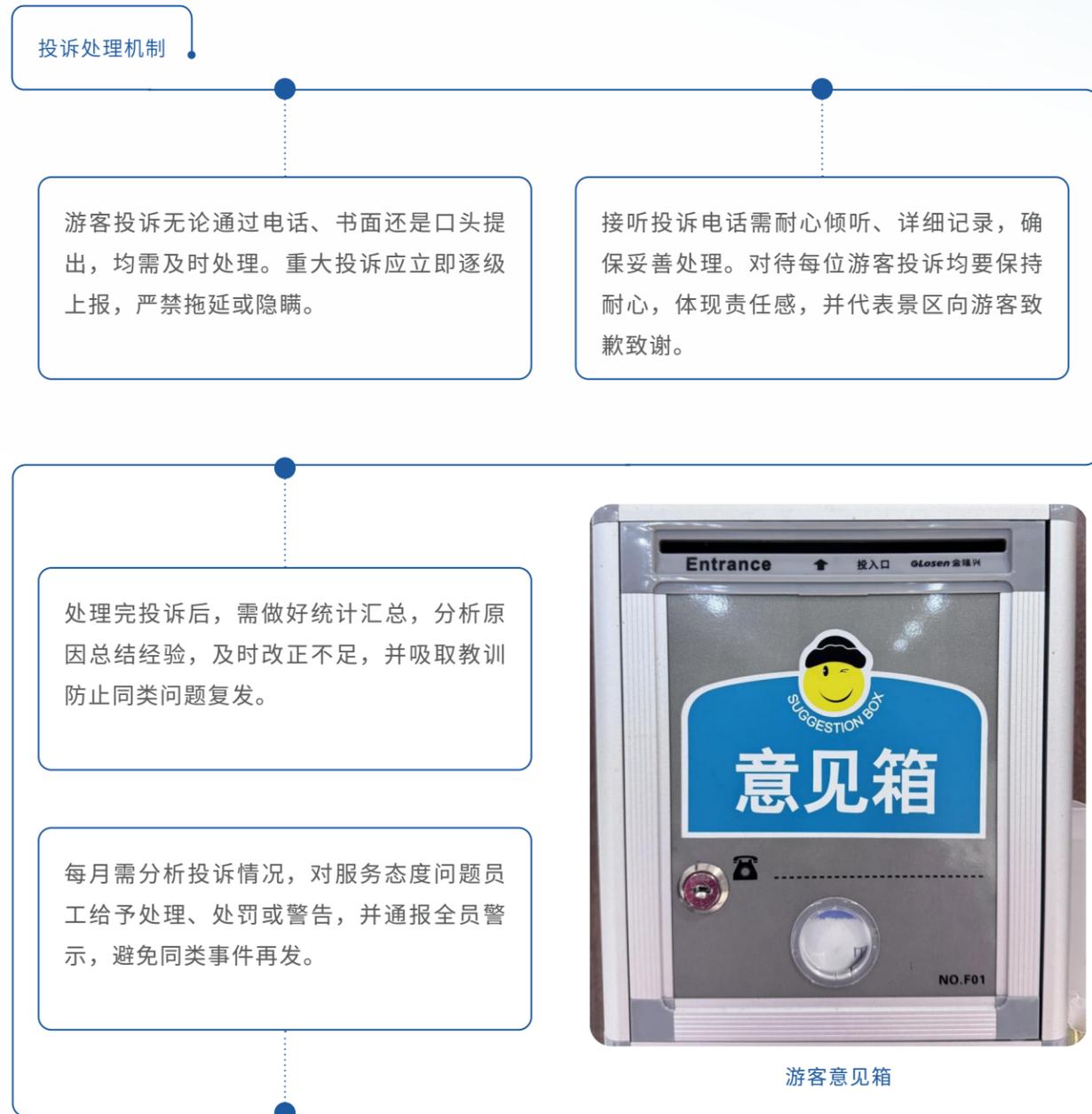
定期回顾风险应对策略与实际效果，详细追踪整改情况，确保客户服务风险处于有效控制之中。

## 客户服务具体措施



## 应对客户投诉机制

祥源文旅始终坚持客户优先原则，提高旅游服务质量，使游客和公司建立一种沟通的良性关系，公司在景区制定《投诉处理机制》保证客户的投诉得到有效解决，在游客中心设置了意见箱并标明了投诉电话，指定专人负责处理有关旅游投诉事务。



## 提升客户满意度

祥源文旅致力于通过提供卓越的服务和独特的旅游体验来提升客户满意度，不断优化服务流程、丰富旅游产品，并实施个性化服务策略。

祥源茶业

制定《祥源茶业渠道管理办法》《祥源茶业渠道客户分级管理办法》，围绕策略模块、数据报表模块、培训服务模块、助销模块和业务督导模块建立服务体系，为客户提供优质服务。

凤凰古城景区

设立质量管理专门机构，负责服务品质提升跟进。制定并持续修订《游客满意度调查表》，每月不定期进行至少 15 天游客满意度调研，并进行统计分析，将游客不满意内容及及时反馈至各部门限期整改并进行整改效果跟踪。开设 24 小时投诉热线，保证线下投诉渠道畅通。

莽山五指峰景区

在游客中心提供了一系列服务内容提升客户满意度，服务内容包括咨询服务（景区咨询与预约服务）、迷童认领服务、充电宝租借服务、VIP 导游服务、失物招领服务、景区游玩指南发放、行李寄存服务、轮椅租赁服务、母婴服务室、医务室基础服务、免费便民服务等。

满意度提升示例

## 指标与目标

祥源文旅制定明确的客户服务目标与关键指标，持续提升客户服务能力，确保客户权益与满意度不断提升。

指标	单位	目标	2024 年完成情况
1 客户投诉数量	次	持续降低	☑
2 每百万营收客户投诉量	次	持续降低	☑
3 客户投诉处理率	%	100	☑
4 客户投诉解决率	%	100	☑
5 客户隐私泄露事件	件	0 (无泄露事件)	☑

## 负责任营销

祥源文旅始终坚持清廉、公正的文化价值导向，制订了《商家管理措施》《业务及舞弊红线 - 市场销售》等制度，全面构建起清廉、透明、可持续的营销生态，为游客提供放心可信赖的旅游服务，同时也为行业树立诚信经营的示范标杆。公司旗下各旅游景区严格执行监管部门的价格政策，完善内部约束机制，对经营主体提出明码标价、公平交易、严禁价格欺诈、乱收费及强迫诱导消费的要求。

在营销过程中，公司全面落实合规经营与廉洁准则，依法依规开展广告宣传和市场推广，对任何违反合同或突破价格政策的行为均采取严肃处罚措施，确保各类舞弊风险得到有效控制。我们积极配合文旅主管部门的整治行动，通过内部巡查和专项培训提升全员合法合规意识，持续营造阳光透明的消费环境。

**关键绩效**

因不当营销行为受到监管处罚为 **0** 起

## 供应链安全

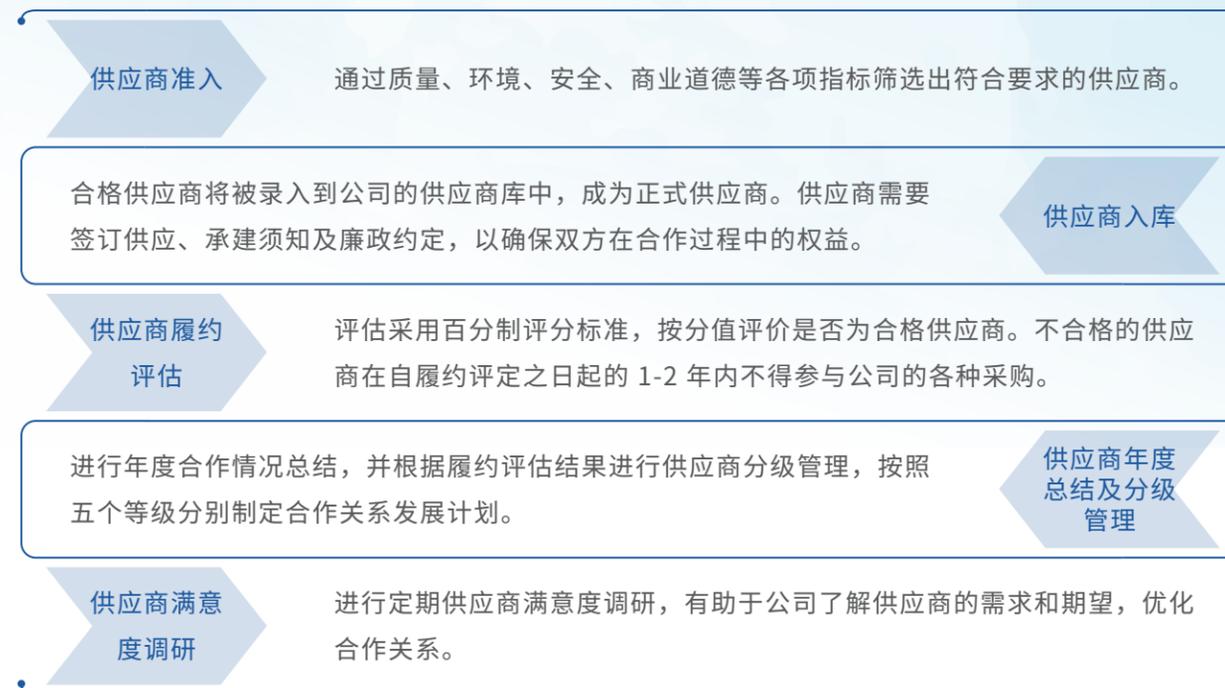
## 治理

祥源文旅始终将产品品质与服务质量放在首位，不仅严格把控自有产品的标准，同时对整个供应链进行全方位的质量监控。公司依据《中华人民共和国招标投标法》等法律法规，制定并落实了《供应商管理制度》《采购管理制度》等内部管理制度。公司搭建了阳光采购平台，实现集团内供应商资源共享和对供应商的统一管理。公司内部专业团队对供应链管理体系进行审核，持续优化供应链管理。



## 战略

公司通过识别供应链全环节过程中潜在的风险和机遇，制定完善的供应商准入、评估及退出机制，为供应链安全提供有力保障。通过加强供应商管理，我们不断提升供应商的整体质量水平，确保采购的各类产品和服务均达到高标准品质要求。



## 影响、风险和机遇管理

公司建立了完备的供应链管理体系，定期进行风险评估，保障产品和服务供给的稳定性和连续性。公司推行阳光采购，降低供应链违规舞弊风险，打造责任供应链体系。



### 阳光采购线上运行，全程可追溯

所有招标采购关键步骤均实现“线上阳光化运行”，这不仅加强了过程管控，还确保了采购全程的追溯与反查，从而有效促进采购过程的公开、公平和透明。

### 管理+IT 融合，打造标准化采购

公司构建了标准的招标采购模式，通过“管理+IT（明源系统、合同中台及 OA 系统）”的方式实现采购行为的信息化和标准化。

### 供应商平台统一，采购更透明

建立统一的供应商管理平台，实现全集团供应商资源共享，进一步保障采购过程的竞争性和公正性。

## 指标与目标

祥源文旅制定清晰的供应链管理目标与指标，致力于通过不断增强供应链建设保障公司稳定运营并降低成本，为股东创造利润。

### 关键绩效

供应商廉洁承诺书签署比例

100%



## 信息安全与隐私保护

### 治理

祥源文旅高度重视信息安全与隐私保护，严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规及行业标准，制定了《信息安全管理制度》。公司自主研发“智能进销存信息管理系统”，建立并实施了覆盖数据分类分级、数据传输安全、网络安全管理及责任监督的全方位信息安全管理体系，通过了 ISO 27001、ISO 20000 等信息安全管理体系认证，保障数据资产的完整性、保密性和可用性。



“智能进销存信息管理系统”计算机软件著作权登记证书



ISO 20000 信息技术服务管理体系认证证书



ISO 27001 信息安全管理体系认证证书

## 战略

祥源文旅秉承风险防控和机遇响应双轮驱动理念，构建前瞻性信息安全战略体系，既筑牢数字安全屏障保障业务连续性，又赋能业务创新突破提升运营效率。通过“攻防兼备、主动防御”，既有效应对潜在安全威胁，更通过安全能力建设转化为市场竞争优势，持续强化品牌公信力与市场认可度。

## 影响、风险和机遇管理

公司采取系列举措加强对信息安全和隐私保护的风险和机遇管理。我们设立专门的信息安全管理团队，制定制度、管理流程，并让各业务部门在日常落实安全措施，违规行为将进行严格责任追究。对于隐私数据，根据业务特性进行分类分级管理，具体划分如下：



隐私数据分类

在此基础上，公司将数据分为公开、内部、敏感和机密四个级别，并制定差异化的管理策略。敏感和机密数据需加密存储传输，定期盘点和复核权限。传输时，敏感及以上数据采用 SSL/TLS、IPSec VPN 等加密协议，禁止明文传输机密数据，并与第三方签订安全协议。大型文件传输需拆分加密并进行 MD5/SHA-256 校验，确保数据完整。

我们采用“分区分域”架构，对生产、办公、访客等网络进行隔离，并部署防火墙、IDS 和流量审计设备进行实时防护。访问控制遵循最小权限原则，远程接入需多因素认证。同时，我们定期扫描漏洞，要求高危漏洞 24 小时内修复，以降低风险。

在日常管理上，公司十分注重信息安全与隐私保护宣贯，定期面向全体员工开展内部培训，增强员工信息安全意识，形成全员参与的信息安全防护网络。

## 指标与目标

祥源文旅制定信息安全保护目标，明确关键指标，持续提升信息安全治理能力，确保企业运营稳定、数据资产安全。

指标	单位	目标	2024 年完成情况
信息泄露事件	起	0 (无泄露事件)	✓



# 绿色运营 共享生态未来

祥源文旅将绿色和可持续发展理念深度融入运营实践，在应对气候变化、环境合规管理、废弃物管理、能源与水资源管理以及保护生物多样性等方面，公司不断强化措施，持续提升运营的绿色化水平。针对极端气候风险，祥源文旅重视保障员工与游客安全，完善安全预案与防护措施。同时，公司积极承担社会责任，通过面向社会大众与中小学生的环保教育活动，传递生态保护理念。

## 回应的ESG议题：

- 应对气候变化
- 环境合规管理
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 能源利用
- 水资源利用
- 绿色设计
- 生态系统和生物多样性保护

联合国可持续发展目标 (SDGs)



## 应对气候变化



### 治理

为了应对气候变化带来的挑战，公司高度重视气候变化风险的评估与管理，将气候变化要求纳入可持续发展治理架构。公司董事会领导和监督气候变化议题相关工作，各部门及景区推进落实气候变化议题的具体工作，持续提升气候风险的应对能力。

公司评估气候变化风险和机遇发生的可能性、潜在影响及其后果，同时评估相关风险和机遇对公司财务状况的影响。基于评估结果，公司将制定相应的应对措施，以降低潜在风险，并提升企业在应对气候变化方面的韧性。

### 战略

公司紧密结合行业发展动态、政策导向的演变以及监管标准的更新，积极响应国家“双碳”号召。公司依据 TCFD（气候相关财务披露工作小组）对气候风险和机遇的分类，结合祥源文旅业务板块，识别适用的气候风险项和机遇项，评估潜在风险和机遇对公司的财务影响，并制定相应应对措施。



风险类型	潜在风险说明	财务影响	应对措施
气候变化实体风险			
急性风险 (气候变化引起的极端天气如台风、暴雨、洪水等极端情况)	<ul style="list-style-type: none"> <li>可能增加景区设施的安全隐患，导致设备受损、交通中断，并破坏景区的电力和通讯系统，影响正常运营与游客安全。</li> <li>可能导致景区及酒店暂停开放，造成运营中断，降低客流量，进而影响整体营收。</li> <li>可能破坏公司茶叶存储环境，导致商品因湿度、温度变化或物流受阻而受损，影响销售并增加成本压力。</li> <li>可能损坏办公场所设施，影响机房正常运行，导致软件崩溃、数据丢失，进而影响企业正常运营，并可能带来直接经济损失。</li> <li>可能对员工与顾客的安全、健康和体验产生负面影响。</li> </ul>	运营成本 + 资产价值 - 营业收入 -	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期开展安全隐患排查，针对老化或易受损设施进行必要的加固和维修，确保景区设施的稳定性和安全性。</li> <li>密切关注天气预报和极端天气预警信息，建立完善的应急预案，确保及时响应，提前做好</li> <li>提升仓储设施的防水、防潮、防霉能力，优化存储环境，以降低极端天气对茶叶及其他商品质量的影响，确保供应链稳定。</li> <li>定期排查并加固办公场所设施，确保关键设备的安全运行，同时建立完善的数据备份机制，防范因自然灾害导致的数据丢失和业务中断风险。</li> </ul>
慢性风险 (平均气温升高 等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>平均气温升高可能导致供水需求和制冷需求增加，进而提升能源消耗。</li> <li>能源消耗的增长会加重公司电力线路的负荷，缩短设备使用寿命，并增加高功率用电带来的火灾隐患。</li> <li>温度上升可能增加部分货物的储存难度，对仓储环境的温湿度控制要求更高。</li> </ul>	运营成本 + 资产价值 -	<ul style="list-style-type: none"> <li>关注受外部气温变化影响的设备使用寿命及性能变化，定期检测维护，确保设备稳定运行。</li> <li>提升仓储和库存管理能力，优化存储环境，提高流转效率。</li> </ul>

风险类型	潜在风险说明	财务影响	应对措施
气候变化转型风险			
政策与法律风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>随着《2030年前碳达峰行动方案》《联合国气候变化框架公约》等法规和标准的发布，气候变化信息披露要求不断完善和深化。</li> <li>若公司未能及时掌握最新的环境法规动态，可能导致信息披露不符合要求，影响合规性。</li> </ul>	运营成本 +	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立温室气体排放数据的常态化管理机制。</li> <li>相关工作小组持续跟进法律法规，审核公司环境实践的合规性。</li> <li>ESG 报告依据国际标准和国内监管要求，持续披露气候变化应对进展。</li> </ul>
技术风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>法律法规以及新兴绿色产品的出现要求公司有着更高的绿色创新能力，增加研发成本的同时也增加研发难度。</li> </ul>	研发成本 +	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加研发投入、人才储备，开展产学研合作，积极开发绿色创新理念产品，以满足政府、游客、供应商对绿色低碳的产品服务需求。</li> </ul>
市场风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场对公司业务的绿色环保要求日益提升，客户更倾向于选择提供绿色低碳旅游、文创及茶叶产品的企业。</li> </ul>	运营成本 + 营业收入 -	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过行业论坛分享绿色实践，获取权威认证提升公信力，发布专项报告披露环保举措，借助媒体传播可持续发展成果。</li> </ul>
声誉风险	<ul style="list-style-type: none"> <li>利益相关方对企业的低碳运营有着更高的期待，如果公司无法提升低碳运营能力，可能对企业品牌形象造成不良影响。</li> </ul>	运营成本 + 营业收入 -	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过行业论坛分享绿色实践，获取权威认证提升公信力，发布专项报告披露环保举措，借助媒体传播可持续发展成果。</li> </ul>

祥源文旅气候变化风险识别表

机遇类型	机遇描述	潜在财务影响	应对措施
极端天气预警技术发展机遇	随着气象监测与预警技术的发展，公司可快速获取极端天气信息，提前部署应急措施，保障游客与员工安全，减少运营中断，提升景区应变能力。	营业收入 +	引入先进气象预警系统，加强与气象部门合作，完善应急响应流程，提升景区气候风险管理水平。
可再生能源利用机遇	应对气候变化推动可再生能源设施成本持续下降，公司可在景区逐步部署太阳能照明、新能源车辆等绿色设备，降低能源依赖和排放，提升运营可持续性。	运营成本 -	分阶段推进可再生能源设备建设，评估光伏、电动交通等技术的经济性与适用性，提升使用效率。

机遇识别表

## 影响、风险和机遇管理

气候变化既是挑战，也是祥源文旅发展的新契机。公司识别相关的气候风险与机遇，将气候风险管理纳入公司风险评估和管理体系，针对关键风险与机遇制定应对措施。通过不断提升气候变化应对能力，不仅能强化文旅业务的核心竞争力，也有助于吸引更多游客，为未来创造更多可持续的增长空间。

## 指标与目标

2024 年，公司对旗下所有企业及办公场所进行了碳排放测算，涵盖范围 1、2 的全部排放数据。测算结果将成为企业可持续发展和低碳转型的重要参考，为环境管理决策提供科学依据。鉴于公司业务和规模会不断变化，我们将根据业务发展计划，动态调整目标和规划，力求在各业务环节中充分考虑对气候变化的影响，积极践行环保理念并推动可持续发展。

指标	单位	2024 年
范围 1 直接碳排放量	吨二氧化碳当量	781.45
范围 2 间接碳排放量	吨二氧化碳当量	3,866.54
温室气体排放总量（范围 1、2）	吨二氧化碳当量	4,647.99
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万元	5.38
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 人	3.17

温室气体排放情况

## 环境合规管理

### 治理

祥源文旅将环境管理视为企业社会责任的核心内容，积极履行环境保护的责任与使命，落实可持续发展要求。公司相继制定并实施《公司环保管理制度》《航运公司安全与防污染管理制度》《安保保洁标准化》等规范，并通过 ISO 14001 环境管理体系认证，构建起系统化的管理框架，将绿色低碳理念深度融入企业运营与战略规划。



环境管理 ISO 14001 认证证书

为提升环境风险应对能力，祥源文旅在旗下各景区建立了多层次的环境风险应急预案，制定并实施《景区应急安全保障预案》《应急救援操作安全制度》《高低压配电房管理制度》《景区管理部园务后勤制度》等制度，为应对突发事件提供了系统化的安全防护与应急指引。

### 战略

祥源文旅将环境合规管理作为企业长期价值创造的核心支柱，构建全周期环境合规战略体系，推动文旅产业绿色低碳转型。公司全面识别并评估环境合规管理中的潜在风险与发展机遇，在日常生产运营中落实环境合规管理。通过优化能源结构、强化碳减排管理、深化污染防治等系统性举措，持续完善 ESG 可持续发展体系，显著提升绿色低碳转型治理效能。

## 影响、风险和机遇管理

### 低碳环保举措

为确保环境保护实效，公司构建了环保管理架构，专项工作组常态化监测水质、空气质量、生物多样性及污染物排放等核心指标，并建立动态评估优化机制，实现环境管理的闭环管控。同时，公司创新开展沉浸式环保宣教，通过生态解说、智慧标识等提升环保意识；同时推行标准化操作指引，将节能降耗等纳入考核，推动全员共建绿色景区，夯实可持续发展基础。

### 突发环境风险事件应急预案

我们充分认识到突发环境风险事件对公司业务和游客安全的重要影响，并将保障游客与员工生命财产安全视为重中之重。为此，公司从“突发事件发生前—发生时—发生后”三个阶段入手，在日常工作中深入开展环境风险识别与隐患排查，并及时做好风险存档管理；一旦发生突发情况，则立即启动应急预案并进行有效处置；发生后根据受损情况，及时做好善后工作并持续完善预案。

### 环境保护相关培训

为更好地落实环境管理体系、提升突发环境事件的应对能力与响应速度，公司定期在各景区和子公司开展环境保护及应急处置培训。



景区安全应急演练



环境保护培训



水上应急演练



景区消防安全演练

## 指标与目标

未来，祥源文旅积极响应国家“双碳”战略号召，持续推进绿色运营升级改造。公司将不断完善景区基础设施，优先采用更加环境友好、低能耗、低污染的设备和技术，全面提升能源利用效率与环境管理水平，努力打造绿色、低碳、可持续的文旅景区。



## 保护生物多样性

生物多样性对于维护地球生态平衡至关重要，人类的生产生活也与之密切相关。祥源文旅统筹推进生态环境保护与生物多样性保护工作中，在景区运营过程开展全面生态环保系列工作，为生态环境可持续发展做出积极贡献。

作为全国科普教育基地，公司旗下的碧峰峡景区积极响应号召，在市科学技术局、市、区科协和林业部门的指导下，开展了多项保护生态的科普与宣传活动。报告期内，碧峰峡共有 9 场科普讲堂，吸引近 20 万人次参与，累计发放自编科普教材 2 万余份，向社会大众及中小学生传递保护与尊重生物的理念。

### 案例

#### “保护野生动植物，人与自然和谐共生”主题宣传活动

2024 年 3 月 3 日是第 11 个“世界野生动植物保护日”。在科协倡导、林业部门指导下，碧峰峡作为全国科普教育基地，于当日在碧峰峡野生动物世界面向广大游客与青少年开展了“保护野生动植物，人与自然和谐共生”主题宣传活动，呼吁公众保护野生动植物、提高生态保护意识，并进一步强化人与自然和谐共生理念。



### 案例

#### “植此青绿，浇个朋友”植树节主题活动

3 月 9 日，碧峰峡开展“植此青绿，浇个朋友”植树节主题活动，20 组家庭线上预约参与。孩子们和家长一起种下“心愿树”，并在植树后绘制风筝，感受自然之美。通过本次活动，孩子们与家长共同感悟环保理念，更深刻地体会到人与自然和谐共生的重要性。



### 案例

#### 关爱生灵、关注鸟类主题宣讲活动

2024 年 3 月 26 日至 4 月 1 日，野生动物世界面向广大游客开展了为期一周的关爱生灵、关注鸟类主题宣传活动。期间举办了亲子手工体验与 12 场科普讲解，吸引约 1800 人参与。活动旨在弘扬爱鸟护鸟理念，营造积极浓厚的鸟类保护氛围。



## 排放与废弃物管理

祥源文旅高度重视废弃物排放管理，严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《公共机构生活垃圾分类工作评价参考标准》等相关法律法规，对运营中产生的废弃物料、厨余垃圾、厕所污水及厨房污水等进行明确处置要求。

公司旗下子公司数量众多，废弃物排放情况也各不相同。为提升管理成效，总公司制定废弃物管理方针和标准性文件，各子公司则结合自身实际细化责任划分、完善工作流程并明确职务职责等相关制度。通过定期检测排放指标，总公司将持续确保废弃物管理的有效落地。

### 关键绩效

硫氧化物排放量

3.81 吨

氮氧化物排放量

1.32 吨

颗粒物排放量

0.50 吨

废气排放总量

5.64 吨

无害废弃物排放总量

416 吨

有害废弃物排放总量

0.10 吨

废水排放总量

27,317 吨



## 资源合理利用

祥源文旅注重提升能源管理水平，依据 GB/T23331-2020 能源管理体系要求并结合公司实际运营情况，编制了能源管理手册，明确了管理体系的范围、流程及服务内容，同时严格遵守相关法规与标准并不断改进。为保障有效实施，公司组建了专门的能源管理团队，落实各项管理措施，定期收集、评估和审核体系运行情况，并据此进行战略调整。

### 能源利用

祥源文旅严格遵守《中华人民共和国循环经济促进法》等法律法规，制定《绿色办公倡议书》《节能降耗倡议书》等制度。通过绿色办公与绿色运营双轮驱动提升能效。旗下祥源茶业板块强化能源管理，2024 年成功取得能源管理体系认证，彰显了公司在可持续发展领域的实践成效。



- 各部门办公区域生活垃圾置于垃圾袋中，由保洁员定时清理。
- 纸张等可回收固体废物定期清理，集中存放。
- 最终处理时检查分类垃圾桶存放情况，防止分类错误。



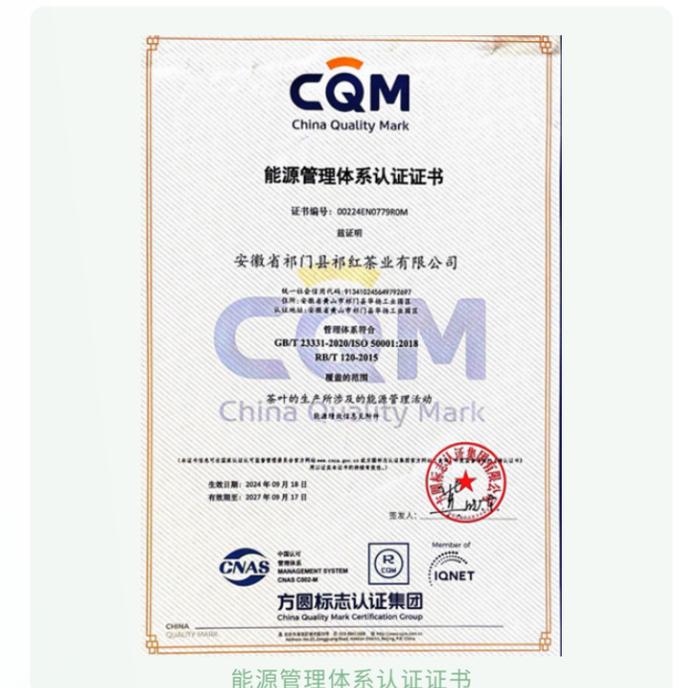
- 按分类表妥善分类、收集、保管有毒有害不可回收废弃物，定期统一回收处置。
- 贴信息标签，注明名称、编号、危险性、日期及数量。
- 向环保部门申报登记废物产生量、流向等，制定管理计划和应急预案。



- 回收利用：对废物充分回收和合理利用。
- 清洁生产：采用清洁技术减少废弃物产生量。
- 无害化处置：尽量采取无害化处理方式。



废弃物处理措施





景区环保升级

- 实施游船电池升级项目，以环保锂电池替代传统硫酸电池
- 建设节能建筑，景区采用木结构及塑木板替代混凝土建功能用房，减少碳排放并降低冬夏季能耗



木制房屋



无纸化办公

- 提倡员工以电子文件办公，减少纸张浪费
- 打印机默认双面打印，减少彩打、重复打印次数
- 鼓励员工使用视频会议，减少线下会议室使用



节能减排标语

节约用纸标语



行政车辆管理

- 加强行政车辆调配，去往同一个方向的人员，共用车辆
- 提升出行线路规划能力，提前设计好最优线路，节约能源消耗
- 规范用车要求，避免公车私用



节约用电

- 无 / 少游客时暂停运行机房广播、游客中心大屏幕以及索道设备
- 下班后应关闭办公用电设备



节能窗



其他节能降耗举措

- 严格控制物资采购及领用，优先利用公司现有资源，按需分配，拒绝过量采购物资
- 提倡员工出差乘坐绿色低碳交通工具



2024 年

汽油	柴油	天然气
77.28 吨	88.65 吨	10.26 万立方米
液化石油气	外购电力	能源消耗总量
11.30 吨	720.56 万千瓦时	61.84 吨标准煤

水资源利用

祥源文旅高度重视水资源保护，严格遵守《中华人民共和国水法》，在日常管理中对用水行为提出明确要求，通过用水指标控制、日常巡查、采购节水设备等措施强化管理。同时，公司还在齐云山恒温水池项目中采用循环用水设计，引入水循环泵技术，以提高水资源利用效率。



污水处理设备



节约用水标语



总耗水量	水耗强度
1,051,652 吨	1,217.02 吨 / 百万营收

## 循环经济

公司积极响应国家可持续发展战略，深入贯彻“减量化、再利用、资源化”的循环经济发展原则：在景区和度假区服务环节，通过多种方式引导和鼓励游客使用可循环利用资源，培养绿色环保的消费习惯；在生产采购环节，优先选择可回收利用的原材料和环保包装材料，又通过技术创新推动资源循环体系的闭环构建，为实现绿色发展目标贡献力量。

### 案例

#### 祥源茶业绿色包装

公司旗下的祁门安茶采用天然箬叶和竹子进行包装，天然无污染，在保证产品美观度的同时，贯彻公司绿色环保理念。通过增加可回收材料的使用，我们以可持续的方式实现文化与自然的和谐共生。



祁门安茶绿色包装

实现文化与自然和谐共生



# 以人为本 推动共同发展

祥源文旅始终坚持“以人为本”的理念，积极构建多元包容的企业文化，持续加强健康与安全管理，为员工提供可靠保障和舒适工作环境；同时通过公平、高效的人力资源体系挖掘并激励人才，尊重员工权益，助力个人与组织的共同成长。公司积极承担企业社会责任，不断深化与社区的公益合作，切实关怀弱势群体、支持地方建设，与各方携手共建和谐、可持续发展的社会生态。

## 回应的ESG议题：

员工权益保障

职业健康与安全生产

职业发展与培训

社会贡献

乡村振兴

联合国可持续发展目标 (SDGs)



## 员工权益保障

### 合规雇佣

祥源文旅严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国未成年人保护法》《禁止使用童工规定》等法律法规，并结合企业实际情况制定了《员工招聘管理制度》《招聘回避制度》《劳务用工管理制度》等多项管理制度，确保招聘全流程合法合规。公司坚持公平公正原则，通过多渠道提供平等就业机会，执行规范面试程序。关键岗位实施背景调查与多轮评估，实现人岗精准匹配，维护员工合法权益。

在报告期公司 **未发生** 录用童工或强制劳动等违法现象。

### 平等与包容

我们倡导多元、平等与包容的组织文化，深知多元化背景、性别和年龄结构的员工团队对于企业服务品质、产品创新和文化建设至关重要。公司在招聘以及日常管理中，坚决避免因种族、肤色、性别、年龄、家庭背景、宗教信仰、身体状况或国籍等差异而产生的歧视，致力于为所有员工提供多元且平等的工作环境，共同营造和谐融洽的氛围。公司确保同工同酬、提高女职工在职工代表大会中的参与比例，以及保障女性在婚育期间的合法权益。

#### 关键绩效

员工总人数

**1,465** 人 其中

新招应届毕业生人数

**107** 人

占比

**11%**

少数民族员工占比

**15%**

残障人员数量

**9** 名

占比

**0.6%**

员工歧视事件

**0** 件

#### 按性别划分

654 人

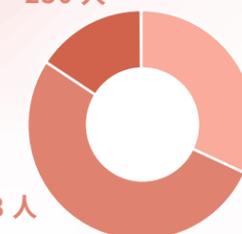


811 人

■ 男性员工  
■ 女性员工

#### 按年龄划分

230 人



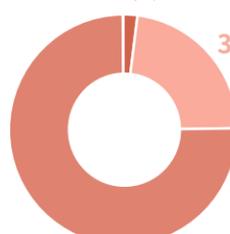
467 人

768 人

■ 30 岁以下 (不含 30 岁)  
■ 30-50 岁 (含 30 岁, 不含 50 岁)  
■ 50 岁以上

#### 按学历划分

29 人



334 人

1102 人

■ 硕士及以上  
■ 本科  
■ 大专及以下

#### 按层级划分

8 人



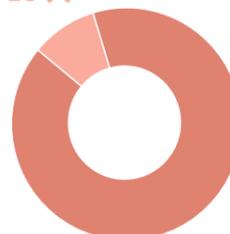
57 人

1400 人

■ 高层管理者  
■ 中层管理者  
■ 基层员工

#### 按雇佣类型划分

15 人



1450 人

■ 全职员工  
■ 兼职员工

#### 关键绩效

中高层女性员工占比

**17%**

专业岗位女性员工占比

**30%**

## 薪酬与福利

祥源文旅秉持“战略导向、绩效驱动、市场接轨、兼顾公平”的薪酬理念，持续优化薪酬福利体系。公司根据职级、岗位、地区、能力与绩效等多维度确定薪酬标准，并对优秀人才给予激励。绩效管理方面，建立完善的反馈与申诉机制：考核结果公示后开展一对一绩效面谈；员工可在规定时限内提出申诉，确保评价客观公正。公司依法为员工缴纳五险一金，同时提供差异化福利方案，满足不同员工需求。



- 带薪休假**
- **年休假：**根据司龄与相关制度规定，提供 5 ~ 15 天不等的带薪年假。
  - **婚假、丧假：**按照国家法规及公司管理细则统一执行。
  - **产假、陪产假、哺乳假：**为符合政策的育龄女性和男性员工提供相应带薪假期，并配置母婴室、育儿关怀等。
  - **病假、工伤假：**设立合理的带薪病假和工伤保障，保障员工健康与安全。

- 节日津贴与司庆关怀**
- **传统节日关怀：**春节、端午、中秋等发放过节费或实物福利，并适度组织节日活动。
  - **司庆日特别假期：**每年 8 月 15 日为司庆日，员工可享受特别假期、庆典活动。
  - **十年纪念品：**入职满十年可获“十年纪念品”与专属纪念活动。



中秋节福利

- 补贴与津贴**
- **防暑降温：**高温季节为一线员工提供当日补贴。
  - **通讯补助：**根据员工岗位级别、出勤情况核定，按月报销或发放。
  - **关爱金：**在生日、婚育、重大疾病或家庭变故等特殊时刻，公司统一组织探访或发放慰问金。

- 特色福利**
- **员工食堂或餐补：**按实际出勤天数或固定标准享受。
  - **景区游览与内部产品优惠：**员工及家属凭工卡可在公司景区享受门票、酒店、游玩项目等优惠，部分特色产品（茶叶、农产品等）也可内部折扣购买。
  - **购房优惠：**符合一定司龄、职级及服务承诺的员工可获购房折扣或补助。
  - **职业发展支持：**积极鼓励员工在职培训、职称考取，并给予考证奖励或补贴。



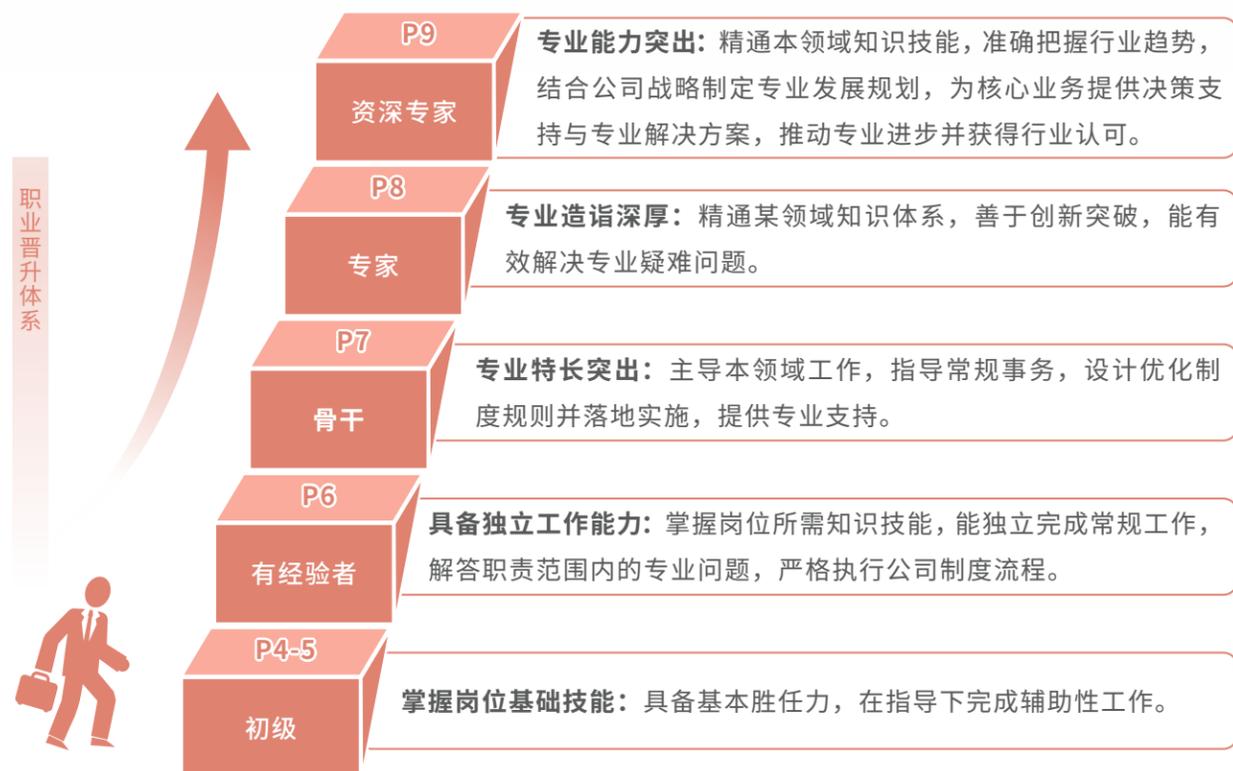
尾牙活动

## 职业发展与培训

### 职业发展

祥源文旅始终将员工的职业成长视为企业可持续发展与人才战略的核心要务。基于“公开、公平、公正、以业绩与能力为导向”的人力资源管理理念，公司制定《集团内部招聘管理制度》《考核培训制度》等政策，并制定《员工手册》明确晋升机制，不断激发员工潜力并实现组织活力提升。

我们鼓励并优先内部培养管理人员，为员工提供比同行业更快速的职业发展机会，让有能力、有意愿承担挑战性工作的员工脱颖而出。晋升评估以企业文化认同度和日常表现为首要标准，严格参照《集团职级标准》评估任职资格，确保晋升人员专业与综合素质达标。同时结合绩效考核与同事评价，对业绩突出者实施破格晋升机制，加速优秀人才成长。



公司每两年举办内部竞聘会，为员工提供公开透明的晋升流动平台。针对特殊岗位，设立多元化内部调配通道，优先选拔内部人才。外派及偏远地区员工享有薪酬福利倾斜政策。对个性型人才实行“因材施教”方针，量身定制发展计划，并给予适当自主权。未来将持续优化招聘晋升体系，完善绩效培训机制，打造开放竞争的人才生态。

## 员工培训

祥源文旅深谙“内部培养为主，外部引进为辅”的人才方针，公司制定《人力资源管理制度》《培训管理制度》等规范文件，进一步完善了以“为了前线”“快乐学习”“资源倾斜”三大原则为核心的培训体系，有效保障从需求识别到培训评估的各个环节都有章可循，优化培训流程。公司设立九大培训项目对新员工、在职员工、管理干部等不同群体的针对性培养，公司不断强化学习型组织建设，助力员工个人能力提升与企业战略目标实现之间的双向共赢。

培训项目	培训内容
 新员工培训	帮助新员工了解企业文化、各项规章制度与工作流程，快速融入企业氛围。
 大学生培训	通过短期集中培训、军训及实习项目，让应届毕业生积累专业技能与职场经验，为后续人才储备打下坚实基础。
 在职培养	针对不同岗位职级标准的知识与技能要求，结合梯队培养需求开展，如“中层干部培养计划”等，保障公司内部人才梯队建设。
 战略性培养	主要面向集团高管或关键岗位人才，选派参加 EMBA 班、职业经理人班等综合培训项目，强化战略视野与综合管理能力。
 高校合作	与高校建立定向培养关系，在旅游、酒店等领域深入合作，夯实专业技能储备，为“旅游商学院”建设做好资源整合与师资储备。
 出国考察	面向董事会成员、经营班子或因业务需求指定的其他人员，赴海外知名企业或院校交流学习，开拓国际视野。
 标杆学习	以业内交流或标杆企业考察的方式，汲取行业先进经验，优化创新自身经营模式。
 文化、制度培训	通过企业文化宣贯、员工行为规范、标准化制度流程等专题培训，提升员工对公司核心价值观的认同度和执行力。
 其他形式的学习	满足临时性、专项性培养需要，为员工提供更加灵活的学习方式和内容补充。

### 关键绩效

员工培训投入约  
**28.6** 万元

参与培训  
**5,277** 人次

培训时长  
**24,316.5** 小时

人均培训  
**4.61** 小时

培训覆盖率约为  
**90%**

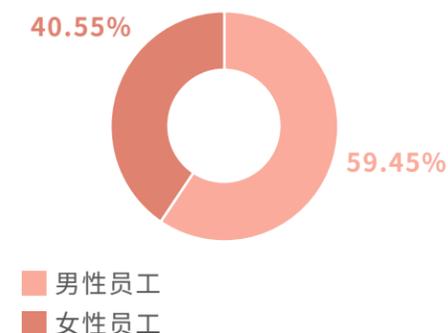


新入职员工培训会

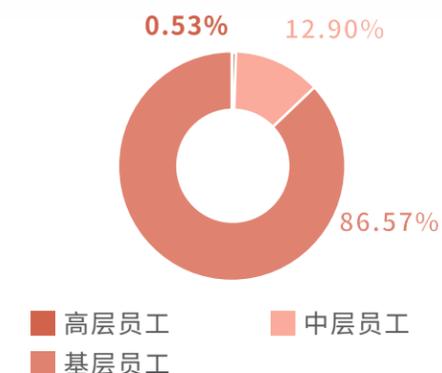


职业技能提升培训

### 按性别划分

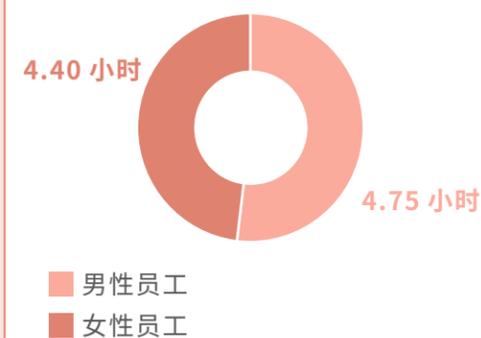


### 按层级划分

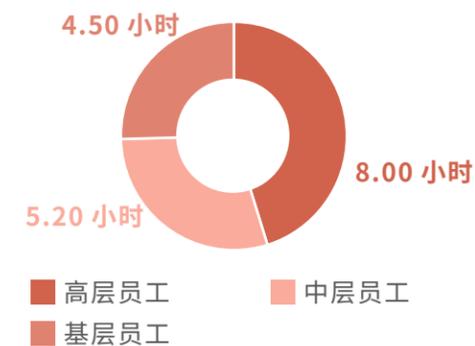


受训员工百分比

### 按性别划分



### 按层级划分



员工平均培训时长

## 职业健康与安全

祥源文旅高度重视打造健康而稳定的员工队伍，切实保障员工健康与安全，在日常管理中严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国消防法》等相关法律法规，制定并落实《文旅运营质量安全管理制

### 职业健康管理体系

我们设定安全管理目标，搭建安全管理架构，建立安全小组，由总经理担任组长，质量安全负责人担任执行组长，各部门负责人为组员；安全工作采用双条线管理机制，由归属部门和责任区域负责人共同管理。截至报告期末我们已获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证。



ISO 45001 职业健康安全管理体系认证



### 关注员工身心健康

我们秉持着“健康地活着”的企业愿景，持续关注员工的身心健康，定期为员工组织免费体检。此外，我们还为员工及其家属提供优惠增项服务，关注员工及其家庭健康福祉，致力于持续提升员工的幸福感与归属感。

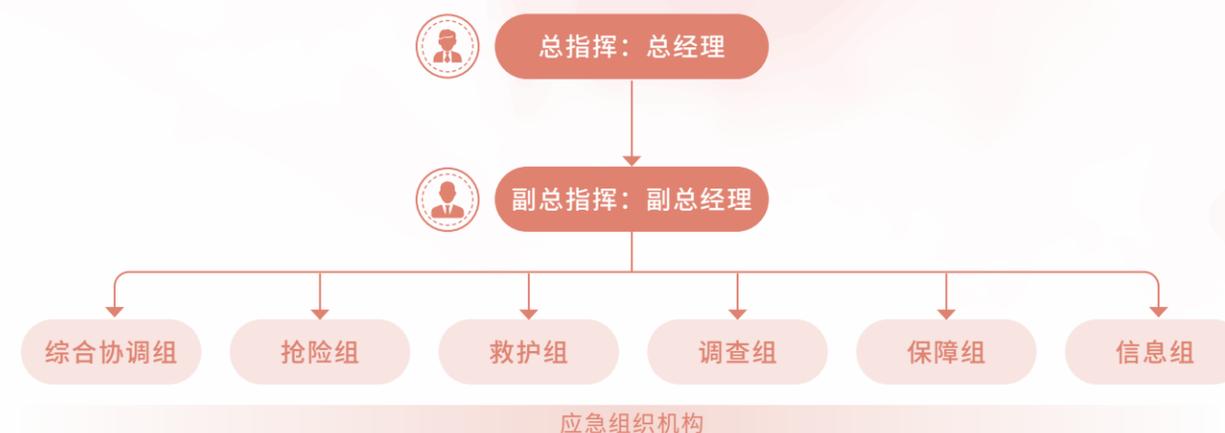
**关键绩效**

安全事故发生为 **0**

职业健康体检覆盖率为 **100%**

## 应急演练与培训

为保障公司员工生命安全，公司制定《安全应急预案》，不断完善应急管理体系，建立应急组织机构，并通过多层次的演练与培训提升全员安全意识。报告期内，公司加大安全生产方面投入，加强应急救援队伍建设、应急物资储备以及相关设施设备的检修与维护，为保障游客与员工安全提供了坚实的基础。



公司结合业务特性和实际需求，持续推进分层分类培训机制。培训内容涵盖消防灭火及应急疏散演练、电梯困人事故救援、森林防火及高海拔环境失温防范、食品与交通安全防护等多个领域。通过模拟真实场景、组织专项演练以及强化学习考核，进一步提升了员工应急处置与自救互救能力，实现了对事故或事件的早发现、早报告、早处理，切实筑牢了企业安全生产的“第一道防线”。同时，公司也将不断完善培训计划，拓宽培训形式，以更加系统、有效的方式提升全员的应急意识与安全技能。



高海拔失温培训



交通安全培训



日常安全培训



森林防火培训



商业食品安全培训



消防安全培训

**关键绩效**

全年安全培训覆盖率达 **96%**

累计培训 **1,548** 人次

总培训时长为 **8,638** 小时

人均安全培训时长 **5.58** 小时

## 社会贡献

### 公益活动

祥源文旅在追求经济效益的同时，不忘履行企业公民的责任，以显著的社会责任感主动对接社区需求。我们坚持“回馈社会”的核心价值观，积极参与各项社会公益活动，通过实际行动展示企业的责任与担当。

#### 案例

##### 景区志愿讲解与指引服务

祥源文旅创新打造志愿者服务体系，全面提升游客文化体验。专业讲解志愿者免费提供景区人文历史、自然景观的深度讲解，帮助游客深入理解旅游目的地的文化内涵；同时设立专职指引志愿者，为游客提供路线规划、交通导引、设施查询等全方位咨询服务，特别为外地游客及长者、儿童、残障人士等特殊群体提供个性化协助。通过员工志愿服务，让每位游客都能深度感受景区魅力。



讲解志愿服务



指引志愿服务

#### 关键绩效

公益慈善捐赠总投入

100.8 万元

员工参与志愿服务

322 人次

员工志愿服务总时长达

1,303 小时



### 乡村振兴

祥源文旅深知乡村振兴作为国家战略的重要组成部分，不仅是促进经济高质量发展的关键举措，更是实现生态、文化、社会多重效益的重要途径。我们始终以“在保护中发展、在发展中传承”为使命，通过深耕文化旅游资源，推动传统文化与现代旅游模式的深度融合，积极践行企业 ESG 理念，探索乡村振兴的新模式和路径。

#### 案例

##### 凤凰古城——社区韧性与文化传承的典范

在 2024 年 10 月 30 日至 11 月 1 日于海南三亚举办的世界旅游联盟年会上，祥源旗下凤凰古城荣登《可持续旅游：社区韧性发展新路径》研究成果榜单。该报告由世界旅游联盟联合联合国旅游组织联合发布，从乡村振兴与可持续发展、政府与社区合作、经济增长与共同繁荣、文化保护与旅游开发、环境可持续性、居民参与及包容性发展七大关键维度，全面剖析了凤凰古城如何在传承文化遗产的同时，实现旅游产业的创新发展，树立了民族旅游发展的标杆。



#### 案例

##### 齐云山——“山上+山下”模式助推乡村振兴

在《2024 世界旅游联盟——旅游助力乡村振兴案例》研究中，祥源旗下齐云山凭借成立合资企业平台、构建“山上+山下”双向发展结构、深挖在地文化、外拓营销边界等四大措施，显著提升了区域旅游综合收入，并促进村民增收。齐云山的实践有效地推动了地方资源转化，从传统景区向旅游目的地的转型升级，体现了旅游与其他经济部门之间协同融合的成功模式，为乡村振兴提供了可复制、可量化的发展经验。



#### 案例

##### 非遗旅游：传承与创新的双轮驱动

祥源文旅与合肥工业大学经济学院实践团队开展深度合作，在黄山休宁县共同推进“短剧赋能非遗旅游，青春力量助推乡村振兴”主题项目。公司积极配合实践团队走访齐云山非遗店铺、徽州博物馆等地开展问卷调研，深入了解非遗与旅游融合发展现状。通过组织与管委会的专业座谈，祥源文旅帮助团队深入理解“文化+旅游”战略内涵。双方联合摄制的非遗文化短剧《纸韵千年》，通过抖音、小红书等新媒体平台广泛传播齐云山非遗文化，为乡村振兴注入创新活力。



# 报告附录

## ESG 关键绩效表

经济绩效				
指标名称	单位	2024 年数据	2023 年数据	增长率
营业总收入	万元	86,411.94	72,226.15	19.64%
归属于上市公司股东的净利润	万元	14,655.02	15,129.63	-3.14%
总资产	万元	458,929.93	380,450.39	20.63%
基本每股收益	元	0.14	0.14	0.00%

环境绩效			
指标名称	单位	2024 年数据	
温室气体排放	范围 1 直接碳排放量	吨二氧化碳当量	781.45
	范围 2 间接碳排放量	吨二氧化碳当量	3,866.54
	温室气体排放总量 (范围 1、2)	吨二氧化碳当量	4,647.99
	温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万元	5.38
	温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 人	3.17
环保投入	环保总投入	万元	71.82
	环保总投入占营业收入比例	%	0.08
废水排放	废水排放总量	吨	27,317
	化学需氧量 (COD) 排放量	吨	0.02
废气排放	废气排放总量	吨	5.64
	氮氧化物 (NOx) 排放量	吨	1.32
	硫氧化物 (SOx) 排放量	吨	3.81
	颗粒物 (PM) 排放量	吨	0.50

环境绩效			
指标名称	单位	2024 年数据	
固体废弃物排放	无害废弃物产生量	吨	416.00
	无害废弃物回收量	吨	20.00
	无害废弃物处置量	吨	396.00
	有害废弃物产生量	吨	0.10
	有害废弃物回收量	吨	0.10
能源使用	汽油	吨	77.28
	柴油	吨	88.65
	天然气	万立方米	10.26
	液化石油气	吨	11.30
	外购电力	万千瓦时	720.56
	能源消耗总量	吨标准煤	61.84
	水资源使用	总用水量	吨
水耗强度		吨 / 百万营收	1,217.02

社会绩效			
指标名称	单位	2024 年数据	
创新研发	研发投入总额	万元	1,682.67
	研发投入总额占营业收入比例	%	1.95
	研发人员人数	人	95
	研究人员占职工总人数比率	%	6.48
	2024 年新增专利申请数量	件	8
	2024 年新增专利授权数量	件	6

社会绩效				
指标名称		单位	2024 年数据	
创新研发	有效专利总数	件	42	
	每百万营收有效专利数	件	0.05	
员工雇佣	员工总数	人	1,465	
	残障人员员工人数	人	9	
	新招聘员工	报告期内吸纳的就业人数	人	844
		其中：新招应届毕业生人数	人	107
	按性别划分的员工人数	男性员工	人	811
		女性员工	人	654
		女性员工占比	%	44.64
	按年龄划分的员工人数	30 岁及以下员工	人	467
		31-50 岁员工	人	768
		51 岁及以上员工	人	230
	按层级划分的员工人数	高层管理者	人	8
		中层管理者	人	57
		基层员工	人	1,400
	按雇佣类型划分的员工人数	全职员工	人	1,450
		劳务派遣员工	人	0
		兼职员工	人	15
按学历划分的员工人数	大专及以下学历员工	人	1,102	
	本科学历员工	人	334	

社会绩效				
指标名称		单位	2024 年数据	
员工雇佣	按学历划分的员工人数	研究生 /MBA 及以上学历员工	人	29
	按民族比例划分的员工人数	少数民族员工数量	人	220
		少数民族员工占比	%	15
员工培训	员工培训总投入		万元	28.60
	员工培训总人次		人次	5,277
	员工培训总学时		小时	24,316.50
	员工培训人均时长		小时	4.61
	员工培训覆盖率		%	90
员工流失	总流失率		%	26.31
	按性别划分的员工流失比率	男性员工	%	47
		女性员工	%	53
	按年龄划分的员工流失比率	30 岁及以下员工	%	56
		31-50 岁员工	%	33
51 岁及以上员工		%	11	
员工满意度调查	员工满意度		%	92
	员工满意度提升比例		%	1
劳工准则	劳动合同签订率		%	100
	社会保险覆盖率		%	100
	员工歧视事件总数		件	0
	经确认的强迫劳动事件		例	0

社会绩效			
	指标名称	单位	2024 年数据
劳工准则	经确认的童工事件	例	0
	人均带薪休假天数	天	6
职业健康与安全	安全生产总投入	万元	43.24
	安全生产投入占营业收入比例	%	0.05
	安全培训总人次	人次	1,548
	安全培训总时长	小时	8,638
	人均安全培训时长	小时	5.58
	工伤率	%	0
	安全生产培训覆盖率	%	96
	职业健康体检覆盖率	%	100
	职业病发生率	%	0
	年度重大安全生产事故	起	0
	百万工时伤害率	%	0
	因工伤损失工作日数	个工作日	0
	每百万营收因工伤损失工作日数	日 / 百万元	0
	因工死亡人数	人	0
	每亿营收因公死亡人数	人 / 亿元	0
	社会贡献	慈善捐赠总投入	万元
员工参与志愿服务人次		人次	322
员工志愿服务总时长		小时	1,303

治理绩效				
	指标名称	单位	2024 年数据	
公司运作	股东大会	次	4	
	董事会会议	次	13	
	董事会会议成员出席率	%	100	
	监事会会议	次	10	
	上述会议年通过议案	项	80	
	战略委员会会议	次	3	
	审计委员会会议	次	10	
	提名委员会会议	次	2	
	薪酬与考核委员会会议	次	1	
	董事会构成	董事会总成员数	人	7
		独立董事	名	3
董事学历		本科及以上	名	7
		其他	名	0
董事性别		男性董事	名	6
		女性董事	名	1
董事年龄		50 岁以上	名	2
	50 岁以下	名	5	
投资者权益	全年披露公告份数	份	86	
合规经营	不正当竞争诉讼或处罚次数	次	0	

## 对标索引表

### 上海证券交易所上市公司自律监管指引第 11 号——可持续发展报告（试行）议题索引

维度	序号	议题	对应条款	对应报告章节
环境	1	应对气候变化	第二十一条至第二十八条	第三章 第一节 应对气候变化
	2	污染物排放	第三十条	第三章 第四节 排放与废弃物管理
	3	废弃物处理	第三十一条	第三章 第四节 排放与废弃物管理
	4	生态系统和生物多样性保护	第三十二条	第三章 第三节 保护生物多样性
	5	环境合规管理	第三十三条	第三章 第二节 环境合规管理
	6	能源利用	第三十五条	第三章 第五节 资源合理利用
	7	水资源利用	第三十六条	第三章 第五节 资源合理利用
	8	循环经济	第三十七条	第三章 第五节 资源合理利用
社会	9	乡村振兴	第三十九条	第四章 第四节 社会贡献
	10	社会贡献	第四十条	第四章 第四节 社会贡献
	11	创新驱动	第四十二条	第二章 第一节 创新驱动
	12	科技伦理	第四十三条	不涉及。祥源文旅经营活动暂未涉及。
	13	供应链安全	第四十五条	第二章 第四节 供应链安全
	14	平等对待中小企业	第四十六条	不适用。“平等对待中小企业”议题的适用主体为：报告期末应付账款（含应付票据）余额占总资产的比重超过 50% 的企业；自身或者控股子公司通过国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期尚未支付中小企业款项信息的企业，祥源文旅不适用该议题。
	15	产品和服务安全与质量	第四十七条	第二章 第二节 产品安全与质量 第三节 客户服务保障
	16	数据安全与客户隐私保护	第四十八条	第二章 第四节 信息安全与隐私保护
	17	员工	第五十条	第四章 第一节 员工权益保障 第二节 职业发展与培训 第三节 职业健康与安全
可持续发展相关治理	18	尽职调查	第五十二条	坚持可持续管理 - 利益相关方沟通与尽职调查
	19	利益相关方沟通	第五十三条	坚持可持续管理 - 利益相关方沟通与尽职调查
	20	反商业贿赂及反贪污	第五十五条	第一章 第四节 商业道德
	21	反不正当竞争	第五十六条	第一章 第四节 商业道德

## 反馈意见表

尊敬的读者：

您好！感谢您在百忙之中阅读本报告，这是祥源文旅发布的 2024 年度 ESG 报告。

为发挥本报告的沟通交流作用，并有效推进祥源文旅的 ESG 管理与实践，我们诚挚邀请您填写意见反馈表，帮助我们对报告进行持续改进。

浙江祥源文旅股份有限公司

地址：浙江省杭州市密渡桥路 1 号白马大厦 12 楼 邮箱：Sunriver@600576.com

电话：0571-85866501 官网：www.600576.com

### 您的信息：

姓名：\_\_\_\_\_ 岗位名称：\_\_\_\_\_

所在行业：\_\_\_\_\_ 邮箱地址：\_\_\_\_\_

### 选择性问题：（请在相应的位置打“✓”）

1. 您对祥源文旅 ESG 报告的总体评价为？

非常好 好 一般 差 非常差

2. 您认为本报告在反映祥源文旅对环境、社会和公司治理的重大影响方面表现如何？

非常好 好 一般 差 非常差

3. 您认为祥源文旅在利益相关方沟通方面表现如何？

非常好 好 一般 差 非常差

4. 您认为本报告在信息和数据披露的真实性、准确性和有效性方面表现如何？

非常好 好 一般 差 非常差

5. 你认为本报告的总体框架、内容设计和形式上可读性如何？

非常好 好 一般 差 非常差

### 开放性问题：

您对报告中哪一部分最感兴趣？

您认为本报告哪些 ESG 信息对您最有用？

您对祥源文旅今后发布 ESG 报告有何意见或建议？

文旅与科技助力美好生活



浙江祥源文旅股份有限公司

电话: 0571-85866501

官网: [www.600576.com](http://www.600576.com)

邮箱: [Sunriver@600576.com](mailto:Sunriver@600576.com)

地址: 浙江省杭州市密渡桥路1号白马大厦12楼