

公司代码：600749

公司简称：西藏旅游



西藏旅游股份有限公司
2020 年年度报告摘要



赵金涛

一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）审计，公司 2020 年度归属于上市公司股东的净利润为 4,743,002.14 元，母公司的净利润为 4,723,521.13 元。2020 年初母公司未分配利润-71,799,346.00 元，2020 年末母公司可供股东分配的利润为-67,075,824.87 元。根据《公司法》和《公司章程》有关规定，公司决定 2020 年度不进行利润分配，也不进行资本公积金转增股本。该预案已经公司第七届董事会第二十八次会议、第七届监事会第十九次会议审议通过，尚需提交公司 2020 年年度股东大会审议。

二 公司基本情况

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	*ST藏旅

联系人和联系方式		董事会秘书	证券事务代表
姓名	郝军	张晓龙	
办公地址	西藏拉萨市林廓东路6号	西藏拉萨市林廓东路6号	
电话	0891-6339150	0891-6339150	
电子信箱	haojuna@enn.cn	zhangxlam@enn.cn	

2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务和经营模式

公司目前主要业务，包括康乐旅游目的地运营和传媒文化等。

1、康乐旅游目的地运营

公司的康乐旅游目的地运营业务，主要包括自然和文化类旅游景区、康养综合体项目的开发运营，以及景区与周边主要交通节点之间的短途客运业务等。公司目前运营的景区主要位于西藏自治区林芝和阿里地区，其中林芝地区的景区有雅鲁藏布大峡谷、苯日、巴松措（客运、船游业务）和鲁朗花海牧场景区，阿里地区的景区有神山、圣湖景区，其中雅鲁藏布大峡谷、巴松措景区为国家 5A 级景区，神山、圣湖景区为国家 4A 级景区。同时，公司在位于江西鹰潭的龙虎山景区内，运营有“道养小镇·古越水街”项目。

2、传媒文化

公司的传媒文化业务，包括雪巴拉姆藏戏演出和《西藏人文地理》杂志。藏戏是藏文化的“活化石”及国家非物质文化遗产，雪巴拉姆藏戏的演出足迹已遍布全国，多次获得国内、区内大奖，在收获广泛赞誉的同时，也为公司旅游业务的拓展提供了富有藏区文化特色的市场推广平台。《西藏人文地理》作为公司运营的省级期刊，创刊十六年来已连续发行达 100 期。《西藏人文地理》以“典藏西藏”为主旨和目标，坚持以原创内容，深度解读西藏历史、文化，全方位展示西藏地理、生态资源，多次代表西藏刊物登上国际舞台。

除此之外，公司还运营有旅行社业务，提供商旅、康养、会奖等旅游服务。

（二）行业情况

1、国内旅游行业情况

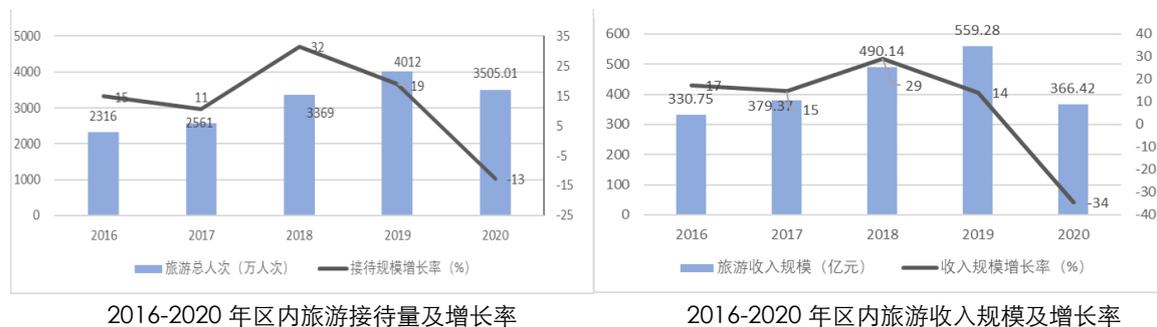
近年来，中国经济运行总体平稳，全国人均可支配收入水平稳中有升，在此背景下，我国旅游服务业发展环境持续稳定。中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）数据显示，2011 年至 2019 年间，全国国内旅游接待规模保持稳定增长，游客接待量和旅游收入的平均增幅均远高于国民经济的总体增速。文化旅游作为国家重点发展的朝阳行业，已成为经济高质量发展不可或缺的组成部分。

2020 年，受新冠疫情全球蔓延的影响，景区运营类上市公司一度面临业绩大幅下滑或亏损的局面，但随着跨省游、组团游的逐步解禁，国内“外防输入、内防扩散”的疫情防控机制常态化，国内旅游复苏发展的市场环境持续向好。文旅部数据显示，2020 年全年国内旅游人数 28.79 亿人次，同比下降 52.1%。分季度来看，一季度国内旅游人数 2.95 亿人次，同比下降 83.4%；二季度国内旅游人数 6.37 亿人次，同比下降 51.0%；三季度国内旅游人数 10.01 亿人次，同比下降 34.3%；四季度国内旅游人数 9.46 亿人次，同比下降 32.9%。国内旅游人数降幅逐渐收窄，旅游市场信心逐渐恢复。

中国旅游研究院研究报告显示，中长期发展来看，旅游业在中国经济增长“一枝独秀”的大形势下，支撑旅游业发展的基本面不会改变，持续增长的大众旅游基本面没有改变，旅游市场持续向好和稳定发展格局没有改变。旅游研究院院长戴斌对 2021 年旅游经济运行持相对乐观预期，并指出“根据保守预测，2022 年我国旅游业就能恢复到疫前的正常水平。”

2、区内旅游行业情况

旅游业是带动西藏经济发展和富民兴藏的支柱产业。“中央第六次西藏工作座谈会”、“西藏十三五发展纲要”中，旅游业带动西藏社会经济发展的重要地位已逐步确立。近年来，西藏旅游行业的接待量及收入规模的平均增长率均保持在 18% 以上，年均旅游收入占全区 GDP 的比重超过 25%，高于全国平均水平。



2020 年旅游市场平稳复苏。受疫情影响，上半年区内旅游行业基本停滞，随着 7 月份跨省游业务的逐步开放，下半年各景区游客接待量实现稳步提升。根据西藏统计局《2020 年全区经济运行情况》数据显示，2020 年全区接待国内外游客 3505.01 万人次，比上年下降 12.6%，实现旅游收入 366.42 亿元，下降 34.5%。

2020 年区内智慧旅游快速发展，在疫情防控、出行、消费、导览等方面的智慧化应用逐渐丰富，为游客提供了更加便捷、个性化的旅游服务。支持旅游业发展的大交通条件快速改善。铁路运输方面，川藏铁路建设取得较大进展，拉萨至林芝段铺轨完成，拉林铁路预计 2021 年 7 月建成通车；航空运输方面，2020 年拉萨新开航线数量增加，每周执飞航班较 2019 年增长 17.5%。自治区政府工作报告显示，2021 年西藏拟新增航线 29 条国内航线，区内航线票价年内再降 20%，2021 年西藏民航旅客吞吐量将突破 600 万人次，旅游人次和收入双双增长 20% 以上。航线、班次、旅游便利性和经济性的持续改善将有力促进西藏全时全域旅游的可持续发展。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

2020年

2019年

本年比上年

2018年

			增减(%)	
总资产	1,367,733,636.77	1,320,516,942.12	3.58	1,348,276,809.73
营业收入	125,925,459.99	187,918,350.69	-32.99	178,599,166.66
扣除与主营业务无关的业务 收入和不具备商业实质的收 入后的营业收入	119,662,025.80	/	/	/
归属于上市公司股东的净利 润	4,743,002.14	20,842,355.56	-77.24	21,265,319.11
归属于上市公司股东的扣除 非经常性损益的净利润	-25,051,967.54	6,117,110.82	-509.54	4,336,677.09
归属于上市公司股东的净资 产	1,033,788,289.23	1,055,157,295.27	-2.03	1,055,308,819.06
经营活动产生的现金流量净 额	20,935,761.82	79,803,420.80	-73.77	38,167,337.09
基本每股收益 (元/股)	0.0213	0.0919	-76.82	0.0978
稀释每股收益 (元/股)	0.0213	0.0919	-76.82	0.0978
加权平均净资产收益率 (%)	0.4549	1.9538	减少1.50个百 分点	2.3673

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	5,476,412.48	18,128,370.05	74,414,568.35	27,906,109.11
归属于上市公司股东的 净利润	-18,684,889.53	-13,836,940.43	31,442,439.71	5,822,392.39
归属于上市公司股东的 扣除非经常性损益后的 净利润	-18,812,127.42	-17,361,251.92	32,114,959.28	-20,993,547.48
经营活动产生的现金流 量净额	-10,216,431.98	-11,265,465.74	47,477,308.51	-5,059,648.97

第三季度为西藏旅游行业的传统旺季，且跨省游业务于7月份陆续开放，公司景区游客接待量稳步回升，第三季度公司经营业绩恢复较为明显。

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股本及股东情况

4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

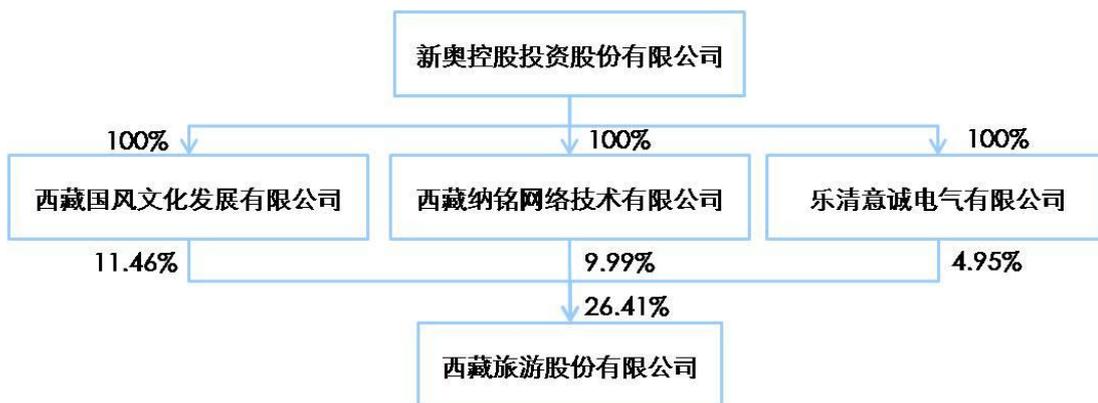
截止报告期末普通股股东总数 (户)	21,470
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)	21,003
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)	

年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）

股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 (%)	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
国风集团有限公司	0	29,921,325	13.18	0	无	0	境内非国有 法人
上海京遥贸易有限公司	0	26,592,800	11.72	0	无	0	境内非国有 法人
西藏国风文化发展有限公司	0	26,017,748	11.46	0	质押	26,017,748	境内非国有 法人
西藏纳铭网络技术有限公司	0	22,680,753	9.99	0	质押	20,140,940	境内非国有 法人
西藏国际体育旅游公司	0	14,265,871	6.29	0	无	0	国有法人
乐清意诚电气有限公司	0	11,234,786	4.95	0	无	0	境内非国有 法人
张杰	1,640,103	8,456,300	3.73	0	无	0	境内自然人
田文凯	-155,000	7,726,348	3.40	0	无	0	境内自然人
西藏旅游股份有限公司回购专用 证券账户	2,565,000	4,770,000	2.10	0	无	0	境内非国有 法人
钱旭璋	65,400	1,836,000	0.81	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、2018年7月8日，新奥控股分别与国风集团有限公司、西藏考拉科技发展有限公司签署了《股权转让协议》，受让其分别持有的国风文化与西藏纳铭100%的股权，从而间接收购国风文化及西藏纳铭持有的公司股份。2019年6月27日，公司控股股东与郑海签署《股权转让协议》，受让郑海持有的乐清意诚100%的股权。本次协议收购后，新奥控股通过国风文化、西藏纳铭及乐清意诚间接持有公司股份59,933,287股，占公司总股本的26.41%。国风文化、西藏纳铭、乐清意诚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	不适用						

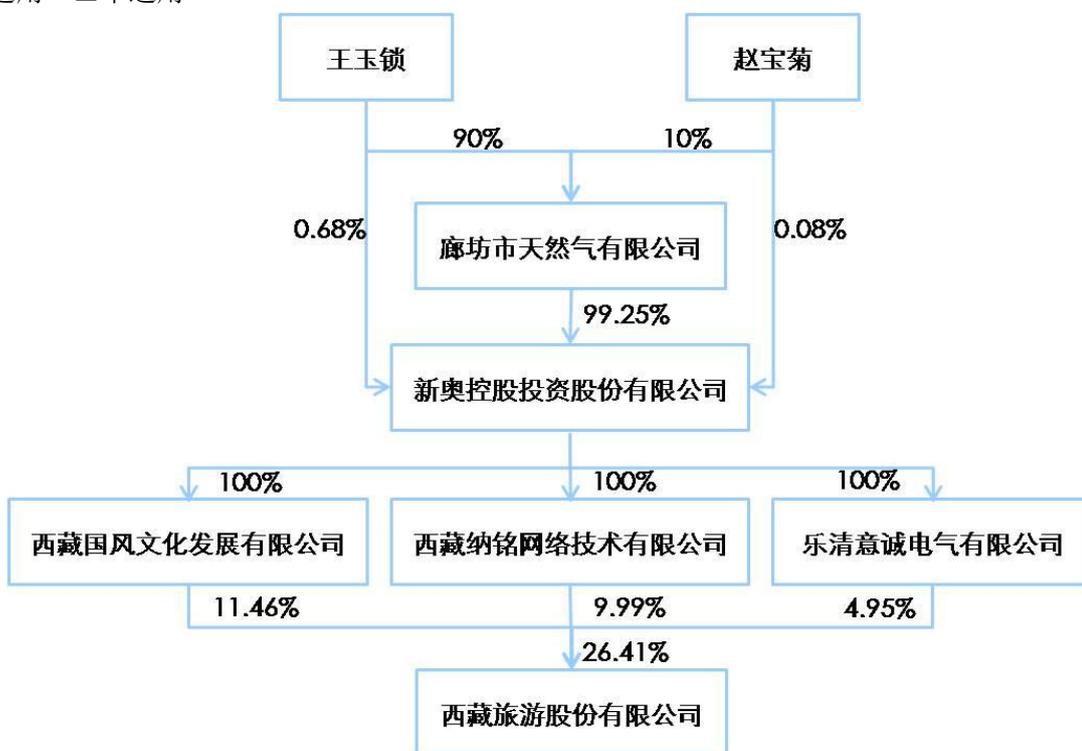
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

报告期内，面对新冠肺炎疫情带来的困难和挑战，公司按照国家文化和旅游部的通知及西藏自治区相关部门的统一部署，科学全面开展疫情防控的同时，及时调整发展思路，一方面通过 C 端客户（个人客户为主的直接客户）营销、本地旅游市场开发和数字化能力建设，挖潜全域旅游市场。一方面增加康乐产品内容、加快 5A 景区建设和全面降本增效等举措改善经营，提升公司

可持续发展能力：

1、打造精准营销能力。报告期内，公司针对不同时期的市场环境迅速调整营销策略，跨省游开放前，公司以主题活动为吸引物，以定向精准推广为手段，电商和散客渠道共同发力，有效开发本地 C 端客户。跨省游开放后，公司针对渠道市场快速布局，通过合作包销、包机包列等举措提升客流量，对公司业绩恢复起到了关键支撑作用。与此同时，公司还通过新媒体矩阵和主题活动产品，丰富线上直采产品，树立自有品牌效应，加大市场份额。报告期内，公司还推出清明踏青交友活动、医护人员优惠活动、巴松措短视频大赛等线下活动，举办了苯日彩跑节、大峡谷音乐节、彩林节、工布新年等主题活动，通过抖音等新媒体平台实现良好的曝光效果，吸引大量区内外游客直接参与。

2、打造康乐旅游产品。为适应游客健康、高品质的旅游消费需求，公司充分利用景区自然和人文资源，结合三济抑熵理论及康乐元素，构建了融合客户需求、信息交互、目的地资源的康乐旅游产品三维模型，多维度满足游客需求，让游客在旅行中收获健康、愉悦的体验。报告期内，公司巴松措景区推出藏药浴元素的泡椒酒吧，以及怡养、健康的水上瑜伽和禅修课程等；大峡谷景区利用峡谷天然温泉推出的温泉疗养服务；苯日景区推出西藏美食和文艺表演的藏式特色林卡项目。各景区还推出了以松茸等山珍为代表的特色餐饮，倡导健康食疗，受到游客追捧。

3、推动全场景数字化运营。近年来，公司智慧旅游业务快速发展，通过游客动态画像、数字化平台应用，赋能景区运营、游客服务和精准营销。公司智慧旅游平台在核心景区已实现健康登记、分时预约等功能升级，提高了疫情防控工作效率；借助“慧游”系列小程序，景区实现了游客即时互动并认知客户需求，有效提高游客体验和满意度评分；公司协助林芝旅游发展局，为“林芝美宿之约旅游季暨旅游消费券发放活动”提供了全方位支持；目前，公司正积极参与林芝市智慧旅游平台搭建，并主动探索自治区全域旅游的合作共建。

4、落实 5A 景区顺利挂牌。报告期内，疫情影响导致公司营收大幅下滑，在自有资金周转相对困难的情况下，公司优先保障雅鲁藏布大峡谷景区 5A 建设投资，以打造良好的游客体验环境，培育细分、多元的消费内容，为景区盈利模式转型奠定基础。2020 年 11 月，雅鲁藏布大峡谷景区正式获得文化和旅游部授牌，成为全国 2020 年首个新晋“国家 5A 级旅游景区”。大渡口遗址、大桑树爱情广场、观山台和亲水台温泉等焕然一新，改造升级的游客中心、候车大厅和智慧导览系统，为游客提供了更加便捷、舒适的体验。

5、降本增效确保业绩目标。报告期内，公司强化降本增效原则，通过承接政府会议、代理林芝啤酒、争取政策扶持等主动创值举措提高收入，并采用轮岗排班、控制费用、降低采购成本等

举措，有效降低运营成本，提高景区运营效率；各景区还通过产品创新、收入结构优化、全员营销、直播带货等形式，提高内容消费产品销量和游客转化率；公司还通过出租闲置资产等措施，有效提高了资产运营效率，争取政策性支持也取得明显成效。

1 报告期内主要经营情况

(1) 经营情况分析

报告期内，新冠疫情对公司主营业务产生不利影响，公司 2020 年度实现营业收入 12,592.55 万元，较去年同期 18,791.84 万元减少 6,199.29 万元，降低 32.99%。

报告期内，公司销售费用 623.22 万元，较去年同期 1,359.70 万元减少 736.48 万元，降低 54.16%，销售费用率为 4.95%，较去年同期的 7.24%降低 2.29 个百分点，主要原因是受疫情影响，公司于 2020 年林芝桃花节等重要节日期间，减少了区外营销推广活动；管理费用为 5,409.54 万元，较去年同期 6,904.42 万元减少 1,494.87 万元，降低 21.65%，主要原因是受疫情影响，公司大力推动降本增效措施，收益较为明显；报告期内，公司财务费用为 441.26 万元，较去年同期 181.65 万元增加 259.61 万元，增加 142.91%，主要原因银行贷款增加。

报告期内公司归属于母公司股东的净利润为 474.30 万元，较上年同期的 2,084.24 万元降低 77.24%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为亏损 2,505.20 万元。

(2) 景区游客接待情况

游客接待量下降。受疫情影响，公司各景区于 2020 年 1 月下旬至 3 月下旬暂停营业，春节、藏历新年、林芝桃花节期间均未接待游客；本地旅游于 2020 年 4 月恢复，受西藏本地游客基数较小等因素限制，各景区游客接待量恢复较为缓慢；随着跨省旅游于 2020 年 7 月逐步开放，公司林芝各景区游客接待量虽自 7 月下旬开始快速回升，但全年接单量仍较上年有所下降；阿里地区的神山、圣湖景区因普兰口岸未开放等因素影响，全年游客接待量下滑明显。

自由行比重有所增长。随着在线旅游平台与景区的互动性不断增强，通过线上平台自主预定、参加自驾俱乐部等方式选择自由行的游客日益增多，五一、十一假期期间，公司多个景区散客接待量与团队游客已基本持平。公司在林芝地区开设散客接待中心，为自由行游客提供多样化的服务，散客中心推出的景区专线班车也为游客自助出行创造了便利条件。

景区特色体验项目广受关注。公司热气球观光项目自 2019 年在大峡谷景区、巴松措景区推出以来，吸引了大批游客体验；巴松措景区的新能源帆船项目、湖畔泡泡屋项目以良好的游客体验和口碑宣传，已成为巴松措景区新的网红打卡景点；苯日景区的玻璃观景平台、江心岛户外体验项目已成为本地游客周边游的热门选择。

(3) 非公开发行股票募集资金使用情况

2018 年 3 月，公司完成非公开发行股票事项，扣除相关发行费用后，取得募集资金净额 56,960.72 万元，当年使用募集资金 144.83 万元用于购置景区运营观光客车，2019 年，经公司第七届董事会第九次会议、第七届监事会第七次会议审议通过，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过，公司已终止原定募投项目。截至报告期末，公司严格按照《募集资金三方监管协议》的规定，存放和使用募集资金，公司闲置募集资金主要用于暂时补充流动资金和现金管理。

闲置募集资金暂时补充流动资金

2020 年 1 月 14 日，公司于 2019 年 1 月继续用于暂时补充流动资金的募集资金 1 亿元已归还至募集资金专用账户，2020 年 1 月 16 日，公司第七届董事会第十八次会议审议通过了《关于继续使用部分闲置募集资金暂时补充流动资金的议案》，同意公司继续使用不超过 10,000 万元闲置募集资金暂时补充流动资金。2021 年 1 月 14 日，上述用于暂时补充流动资金的募集资金已归还至募集资金专用账户，补充流动资金的使用期限和使用额度未超出董事会授权范围。具体可参考公司通过指定信息披露媒体披露的公告：2020-003 号、2021-003 号。

闲置募集资金的现金管理

2020 年，公司使用闲置募集资金共取得理财利息收入 1,166.93 万元。2020 年 4 月 17 日，公司第七届董事会第十九次会议、第七届监事会第十二次会议审议通过了《关于继续使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司使用总额不超过人民币 46,000 万元的闲置募集资金进行现金管理，该事项已于 2020 年 6 月 29 日经公司 2019 年年度股东大会审议通过。2020 年 7 月 1 日，公司召开第七届董事会第二十一次会议、第七届监事会第十四次会议，审议通过《关于增加使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意公司在 2019 年年度股东大会审议通过的闲置募集资金现金管理额度 46,000 万元的基础上，增加现金管理额度 4,000 万元。截至 2020 年 12 月 31 日，除尚未到期的现金管理产品之外，公司已到期的结构性存款均已按期赎回，获得收益共计 781.21 万元。闲置募集资金现金管理未超出授权使用范围。具体可参考公司通过指定信息披露媒体披露的公告：2020-010 号、2020-011 号、2020-016 号、2020-036 号、2020-037 号、2020-038 号、2020-041 号、2020-050 号、2020-057 号、2021-001 号。

2020 年度募集资金存放与实际使用情况的专项报告

公司按照《上市公司监管指引第 2 号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》和《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法》等法律法规及《西藏旅游股份有限公司募集资金管理制度》的规定对募集资金的存放和使用进行管理，在履行相关审批程序后，通过闲置募集资金现金

管理、暂时补充流动资金等方式合理使用募集资金，提高募集资金使用效率。详情请参考公司通过指定信息披露媒体披露的《西藏旅游股份有限公司 2020 年度募集资金存放与使用情况专项报告》(2021-010 号)。

(4) 公司主营业务投资情况

2020 年度，雅鲁藏布大峡谷景区 5A 建设作为公司重点投资项目，已顺利完成。景区智慧化平台建设、游客导览系统、观景平台改造全面完成并投入使用。大峡谷汽车营地、亲水台温泉、尼洋河江心岛户外体验、敢敢咖啡、南峰下午茶等项目均顺利完成。

2 导致暂停上市的原因

适用 不适用

3 面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

4 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

详见公司 2020 年年报全文第十一节，五、44 重要会计政策及会计估计的变更。也可参考公司于 2020 年 4 月 18 日通过指定信息披露媒体披露的《会计政策变更的公告》(2020-020 号)。

5 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

6 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

适用 不适用

本公司合并财务报表范围包括西藏巴松措旅游开发有限公司、西藏圣地文化有限公司、林芝新绎旅游开发有限公司(原名西藏鲁朗旅游景区开发有限公司)等 13 家公司。与上年相比，本年合并范围减少西藏天创旅游产品销售有限公司、增加阿里景区运营管理有限公司。详见公司 2020 年年报全文附注“九、在其他主体中的权益”相关内容。

西藏旅游股份有限公司

2021 年 2 月 25 日