

公司代码：600138

公司简称：中青旅

中青旅控股股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 安永华明会计师事务所（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 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
不进行现金分红，也不进行资本公积金转增股本和其他形式的利润分配。

第二节 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	中青旅	600138	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	范思远	李岚
办公地址	北京市东城区东直门南大街5号中青旅大厦	北京市东城区东直门南大街5号中青旅大厦
电话	010-58158717、58158702	010-58158717、58158702
电子信箱	zhqb@cyts.com	zhqb@cyts.com

2 报告期公司主要业务简介

2.1 公司所属行业发展阶段

2.1.1 旅游消费大众化、需求品质化趋势明显

“十三五”期间，我国旅游经济稳步增长，综合效益显著提升，旅游已成为刚性需求，旅游业作为国民经济战略性支柱产业的地位愈加巩固。我国全面进入大众旅游时代后，旅游业面临高质量发展的新要求，旅游消费需求逐步从低层次向高品质和多样化转变，由注重观光向兼顾观光与休闲度假转变，传统观光旅游发展红利加速消退，休闲度假旅游、主题品质旅游、专项定制旅游等市场存在巨大发展潜力。

2.1.2 旅游经营模式趋于多元化、综合化

近年来，旅游业跨界融合步伐加快，与文化、科技、体育、互联网等产业不断渗透融合，文旅深度融合成为产业发展及经济增长的新动力，旅游新业态不断涌现，富有文化底蕴的旅游景区、度假区、红色旅游、乡村旅游、智慧旅游细分领域等释放出巨大的成长和发展空间，有利于企业开展多元化、综合化经营，进一步丰富旅游有效供给、优质供给。

2.1.3 旅游行业竞争日益激烈化

伴随着旅游市场规模的不断扩大及旅游消费水平的不断提升，旅游业成为城市发展重要产业、资本投资热点，在政府与资本的双重推动下，并购整合与资本运作日益频繁。新冠肺炎疫情进一步催化了旅游行业的加速变革，旅游市场格局不断调整变化，行业整合和优质资源布局引导行业竞争格局不断发生变化，激烈的行业竞争将长期持续。

2.2 公司所处行业地位

中青旅作为国内 A 股首家旅行社类上市公司、中国第一家拥有中央大型金融控股集团发展背景的旅游类上市公司，在资本市场、供应商、同业、客户等方面均积累了丰富的资源，自上市以来打造了旅游服务、整合营销、景区、酒店等多个专业化平台，并积极探索旅游与其他产业的融合发展，不断推进旅游产业价值链的整合与延伸，构建起自己的核心经营模式、品牌优势和竞争壁垒，在旅游行业加速变革的浪潮中打下了坚实的根基。2021 年，公司荣获“中国旅游集团 20 强”、“中国 500 最具价值品牌”、“年度优质文旅企业”、“乡村振兴优秀企业”、“红色旅游优秀企业”等奖项。

2.3 公司从事的业务情况

中青旅以建设全球领先的综合旅游服务商为战略目标，坚持“品质生活系统提供者”定位，现有业务包括以观光旅游、度假旅游、入境旅游、高端旅游为主要内容的旅行社业务；涵盖活动管理、公关传播、数字营销、博览展览、体育营销等多板块的整合营销业务；以乌镇旅游、古北水镇为代表的景区业务；中青旅山水酒店运营的酒店业务；以 IT 硬件代理和系统集成业务、福利彩票技术服务业务及中青旅大厦租赁业务为主的策略性投资业务。

旅行社业务是公司传统核心业务，公司始终坚持以“正品行货、中高端定制、创意主题、目的地服务”为主打，致力于打造一站式互联网旅游服务综合平台，为客户提供定制化、主题化、精品化的旅游服务。整合营销业务通过打造贯穿线上线下的整合营销服务体系，专注于为企业、政府、社团等机构客户提供涵盖活动管理、公关传播、数字营销、博览展览、体育营销等多种业态协同高效的整合营销服务解决方案。景区业务通过对景区的开发、经营和管理，将历史文化传

承与旅游复合式可开发相结合，定位“综合型目的地”，提供景区内全产业链业务服务，并持续提升景区综合服务能力、丰富景区内涵，推动景区转型升级，精心打造高品质文化型旅游目的地。酒店业务专注于国内中端精品连锁酒店的投资开发和经营管理，采用“投资直营+品牌加盟+委托管理+兼并收购”商业模式完善布局规模，坚持打造文化型、智慧型品牌酒店，以差异化经营为市场提供特色鲜明的酒店住宿场所及精选服务。策略性投资业务为公司IT硬件代理和系统集成业务，福利彩票技术服务业务以及中青旅大厦租赁业务，每年为公司贡献净利润。

目前公司已按照控股型架构打造形成旅行社与旅游互联网平台、会议展览与整合营销平台、景区开发建设与管理平台、酒店运营与管理平台，同时积极布局产业融合领域，探索“旅游+”发展路径与盈利模式，构建在细分业态的领先优势。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	17,449,433,532.69	17,055,421,298.07	2.31	16,436,703,099.78
归属于上市公司股东的净资产	6,348,224,400.09	6,326,566,696.57	0.34	6,592,202,921.37
营业收入	8,635,438,895.21	7,150,717,615.55	20.76	14,053,574,128.39
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	8,610,354,107.31	7,134,757,046.71	20.68	/
归属于上市公司股东的净利润	21,233,119.25	-232,078,311.60	-	568,155,186.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-114,582,084.22	-395,051,681.93	-	432,038,611.13
经营活动产生的现金流量净额	904,528,813.49	609,453,910.26	48.42	596,210,562.30
加权平均净资产收益率(%)	0.34	-3.59	增加3.93个百分点	8.95
基本每股收益(元/股)	0.0293	-0.3206	-	0.7849
稀释每股收益(元/股)	0.0293	-0.3206	-	0.7849

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	1,398,194,909.90	2,122,167,513.00	2,710,443,385.43	2,404,633,086.88
归属于上市公司股东的净利润	-65,186,874.51	98,810,825.61	3,637,334.03	-16,028,165.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-95,482,708.04	96,288,891.81	-5,233,108.29	-110,155,159.70
经营活动产生的现金流量净额	-90,723,512.28	264,432,747.73	471,777,822.02	259,041,756.02

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

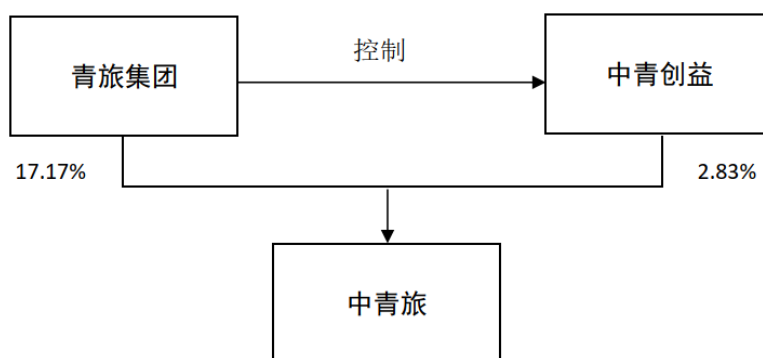
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		65,354					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		54,803					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
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）		0					
前 10 名股东持股情况							
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、 标记或 冻结情 况		股 东 性 质
					股 份 状 态	数 量	
中青旅集团有限公司	0	124,305,000	17.17	0	无		国 有 法 人
中青创益投资管理有限公司	0	20,475,000	2.83	0	无		国 有 法 人
中国工商银行股份有限公司—华安媒体互联网混合型证券投资基金	19,957,760	19,957,760	2.76	0	无		其 他
交通银行—汇丰晋信动态策略混合型证	18,833,080	18,833,080	2.60	0	无		其

券投资基金							他
中国光大集团股份公司	6,177,942	14,416,306	1.99	0	无		国 有 法 人
香港中央结算有限公司	-9,006,395	9,259,222	1.28	0	无		其 他
中国农业银行股份有限公司—华安智能生活混合型证券投资基金	8,519,664	8,519,664	1.18	0	无		其 他
基本养老保险基金—零零三组合	2,514,400	7,393,275	1.02	0	无		其 他
MORGANSTANLEY&CO. INTERNATIONALPLC.	4,032,928	4,032,928	0.56	0	无		其 他
首域投资管理（英国）有限公司—首域中国 A 股基金	0	3,865,033	0.53	0	无		其 他
上述股东关联关系或一致行动的说明	中国青旅集团有限公司的控股股东为中国光大集团股份公司，中青创益投资管理有限公司的控股股东为中国青旅集团有限公司，其他股东之间是否存在关联关系或是否属于一致行动人尚不清楚。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

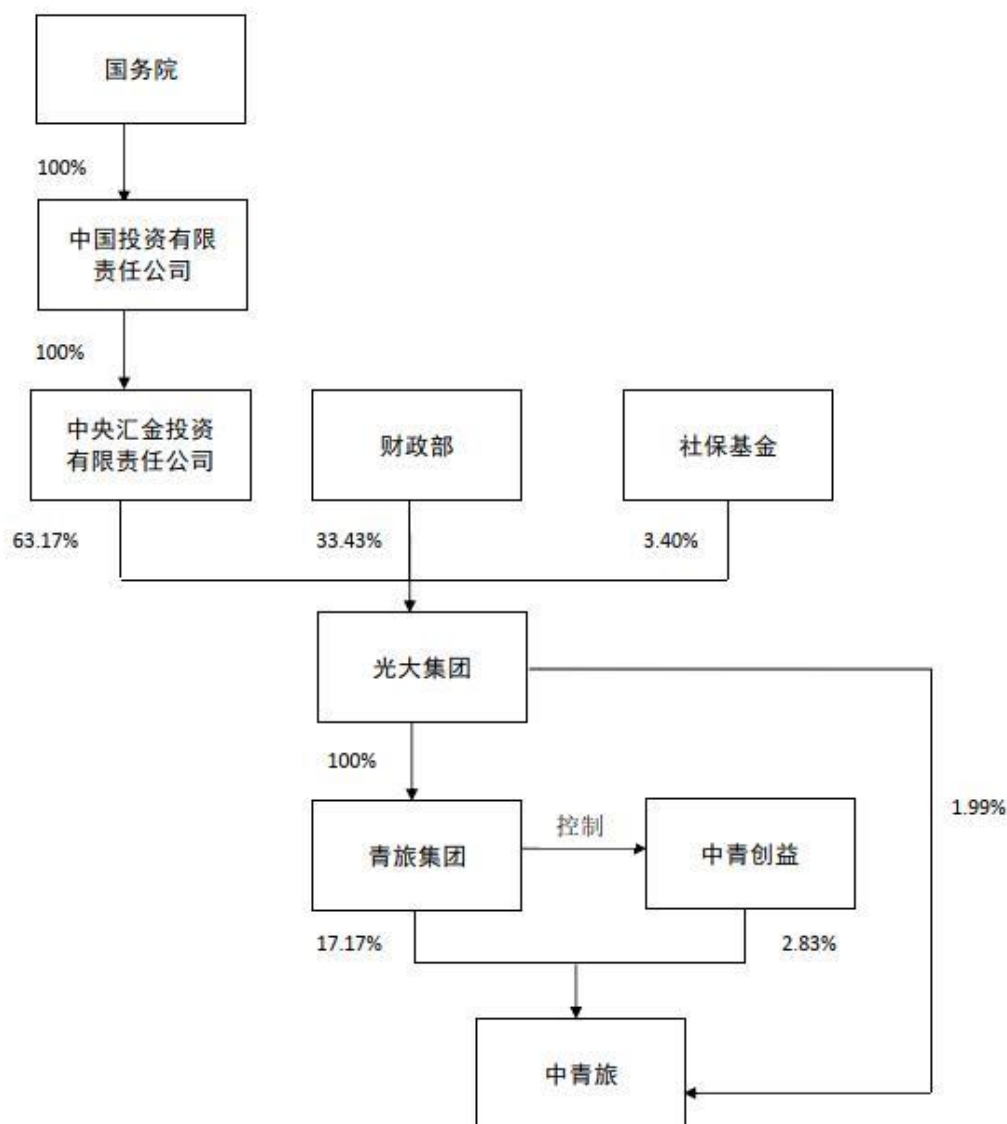
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

第三节 重要事项

1 经营情况讨论与分析

2021 年，国内疫情呈现阶段性“多点散发”的特征，疫情防控常态化趋势增强。在疫情冲击及疫后旅游消费需求结构调整等因素影响下，旅游行业复苏持续承压。面对多重压力，公司坚持稳中求进工作总基调，顺应行业变革，围绕优势业务提升核心能力，利用疫情平稳期提升业绩和经营水平，持续降本增效，实现经营业绩正向回暖。报告期内，公司实现营业收入 86.35 亿元，同比增长 20.76%；实现归属于上市公司股东的净利润 2,123.31 万元，较 2020 年实现扭亏为盈。

1.1 景区业务

乌镇景区

报告期内，在长三角区域疫情多次出现及零星散发及国内人口流动政策跨区域人员流动管控等多重不利因素影响下，乌镇景区积极应对，健全精细化管理流程，在严控成本费用的同时保证景区安全有序运营，景区经营业绩保持稳中向好态势。2021年，乌镇景区共接待游客人次368.73万人次，同比增长22.10%，其中东栅景区接待游客126.53万人次，同比增长32.28%，西栅景区接待游客242.20万人次，同比增长17.38%。2021年实现营业收入17.58亿元，同比增长121.25%；实现净利润5,820.24万元，同比下降57.03%。剔除政府补贴及房地产业务影响，景区经营收入同比增长13.65%，净利润较2020年减亏5,975万元。

2021年，乌镇景区构建起景区立体化安全防控体系，面对当地突发疫情，推出开设24小时超市、为滞留游客免费提供餐饮和住宿等温情防疫措施，受到游客广泛好评。同时，乌镇景区以市场为导向强力推进重点产品升级，在长远定位上，继续发挥“文化+会展”双轨发展优势，以“乌镇戏剧节”、“木心美术馆”等文化项目为依托，开展“无尽夏”、青年竞演、古镇嘉年华、艺术特展等活动，营造沉浸式文化体验氛围，持续沉淀景区文化底蕴，加速向重视内容与人文价值的深度休闲度假游转变；为2021年世界互联网大会、全球结婚产业潮流峰会、无极限“星乐营”、《和平精英》国际主播公开赛总决赛等大型活动提供服务，在会展业务中继续保持竞争优势；细化市场研判，以本地婚庆市场为切入口，与专业类媒体平台和婚庆机构合作，挖掘培养新目标客群，打造婚礼目的地品牌形象，继续开拓省内疗休养市场，策划多元化产品线路，完善景区产品体系，借助周边市场为短期疫情影响下景区业绩的稳定与恢复提供助力。

古北水镇景区

报告期内，古北水镇紧抓疫后周边游市场快速恢复的契机，2021年接待游客152.01万人次，同比增长30.43%；实现营业收入7.68亿元，同比增长34.32%；实现净利润5,465.60万元，较2020年实现扭亏为盈。

2021年，古北水镇在保障景区及游客安全的基础上，勇于创新，围绕“产品、服务、成本、营销”要素，顺应疫后消费需求变化，提升品牌影响力及美誉度。古北水镇在报告期内继续秉持“长城+”战略，携手谷歌艺术与文化举办司马台长城项目发布会，拍摄国家对外宣传片《中国2021》，提高司马台长城知名度，并将文创、餐饮等产品与长城元素结合，开展长城脚下过大年、长城下的红叶小镇、童话小镇、长城下的冰雪嘉年华等系列活动，构建具有特色的竞争壁垒，入选第一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区，受邀参加2021北京冰雪文化旅游季活动，凭借“冰

“火交融精彩之旅”成为京郊冰雪旅游必打卡路线之一；创新营销方式，加强新媒体融合，举办多场“云游+直播带货”活动，增强开放性与参与性，进一步挖掘潜在客群，巩固周边游市场，在疫情缓和期针对客源地旅行社召开产品推荐会，为疫后拓展全国旅游市场提前铺垫。

濮院景区

根据现阶段疫情防控及旅游市场恢复情况，濮院景区预计将于 2022 年试营业。

1.2 整合营销业务

报告期内，中青博联克服行业竞争激烈、客户需求多变、项目被迫延期或取消等艰难局面，多措并举，实现业务强势复苏。报告期内，中青旅博联实现营业收入 17.32 亿元，同比增长 47.20%，实现净利润 4,371.78 万元，同比增长 3,430.07%。

中青博联围绕“整合营销服务生态圈”的打造，强化整合服务价值与优势，2021 年深度参与迪拜世博会、联合国第 44 届世界遗产大会、第二届联合国全球可持续交通大会、北京·平谷世界休闲大会、第四届进博会、2021 服贸会等十余场联合国级、国家级大型会议活动，在服务高规格国际会议和主场外交领域的领先地位进一步巩固；承接了“走进三星堆 读懂中华文明”主题活动、“纹”以载道——故宫腾讯沉浸式数字体验展、100 件文物读中华文明史等大型品牌营销项目，以创意服务助力中国文化遗产发扬；为 2021 年中国扬州世界园艺博览会、第十届中国花卉博览会等多场大型博览会项目提供专业运营管理服务，成为国内博览会运营领域首屈一指的专业机构；助力北京 2022 年冬奥会、中华人民共和国第十四届运动会顺利举办，服务大型体育赛事活动能力进一步加强，为健康中国战略做出贡献。

1.3 酒店业务

报告期内山水酒店立足智慧酒店领导者战略，围绕健康与安全两大市场核心需求，以市场开拓为龙头，以强化内部管理为主线，以调整结构、集中效益为手段，持续迭代升级酒店智能运营管理体系，把生活场景融入酒店业“无人化”、“智慧化”发展目标，先后上线微信小程序、优选商城、客房派单系统等，精准掌握客户动态需求及消费习惯，运用大数据管理持续提升运营效能，降低运营成本，满足客人个性化精准服务需求，提高综合收益。2021 年，山水酒店业务稳步恢复，实现营业收入 3.88 亿元，同比增长 11.84%；通过精细化成本管控，较 2020 年减亏 1,167 万元。

报告期内，山水酒店蝉联“中国饭店集团 60 强”、“中国酒店集团 50 强”、“中国杰出本土酒店集团”、“中国最受欢迎酒店品牌”等荣誉，旗下新化山水酒店入选“旅游助力乡村振兴 50 典型案例”，武汉山水富丽华酒店荣获“中国最佳城市地标酒店”。

1.4 旅行社业务

报告期内，受制于境外疫情未得到有效控制，出入境旅游业务仍处于基本停滞状态，国内旅游市场竞争进一步加剧，催化传统旅行社业务加速变革。中青旅旅行社业务精准研判疫后旅游市场恢复趋势，坚定转型发展之路，抓资源、拓渠道、促转型，快速布局国内游市场，重点打造定制游、房车游、红色旅游等特色产品，致力于为国内游客提供更便捷、活力、富有创意和个性化旅行生活方式；积极拓展新业务，进行景区运营的开拓性尝试，与水岸潮白度假区合作，推进房车营地项目落地；快速融入新营销理念，直播带货、视频号发布、短视频制作、主题沙龙等，为消费者带去全方位的产品介绍及体验；通过持续优化成本管控举措，优化用工模式，提升人效，力争降本增效。

1.5 文旅业务拓展

报告期内，公司持续布局“旅游+”业务板块，深耕产业链，战略投资普德赋上海“光明之城”沉浸式演艺项目，首次与国际知名 IP 团队合作打造国内顶级演艺项目，计划 2022 年试运营；投资科技文旅创意公司大连博涛，以“文化+科技”赋能文旅项目，增强公司内容提供与打造能力；智慧文旅继续拓展业务区域，陆续中标北京文旅入境游产品研发与推广旅游服务采购项目、北京市扩大文化旅游夜间消费项目、吉林市全域智慧旅游项目等；挖掘文旅产业运营标的，作为受托方提供运营管理服务，重庆南川东街、山东莒国古城等项目开放运营，初见成效，为进一步扩大公司文旅服务业务辐射范围奠定基础。

1.6 策略性投资业务

公司策略性投资业务包括创格科技、风采科技以及中青旅大厦物业出租业务。2021 年，策略性投资业务持续为公司带来稳定的利润贡献，在疫情下为公司业绩提供了有利支持。

2 报告期内主要经营情况

2021 年全年公司共实现营业收入 86.35 亿元，较去年增加 20.76%，实现归属于上市公司股东的净利润 0.21 亿元，同比 2020 年增长 2.53 亿元，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润-1.15 亿元，较去年同期增加 2.80 亿元。

3 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用