

公司代码：600749

公司简称：西藏旅游



**西藏旅游股份有限公司**  
**2019 年半年度报告摘要**

## 一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。
- 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  
不适用

## 二 公司基本情况

### 2.1 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
电话	0891-6339150	0891-6339150
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
电子信箱	haojun@tibtour.com	zhangxl@tibtour.com

### 2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,329,990,303.98	1,348,276,809.73	-1.36
归属于上市公司股东的净资产	1,062,742,870.75	1,055,308,819.06	0.70
	本报告期(1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	36,665,881.43	-5,839,632.19	727.88
营业收入	79,977,390.23	75,118,756.76	6.47
归属于上市公司股	7,434,051.69	-15,902,080.63	

东的净利润			
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,674,027.35	-14,343,440.40	
加权平均净资产收益率(%)	0.7020	-0.0215	
基本每股收益(元/股)	0.0328	-0.0764	
稀释每股收益(元/股)	0.0328	-0.0764	

### 2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		19,460				
截止报告期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	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
国风集团有限公司	境内非国有法人	13.18	29,921,325	0	无	0
上海京遥贸易有限公司	境内非国有法人	11.72	26,592,800	0	无	0
西藏国风文化发展有限公司	境内非国有法人	11.46	26,017,748	0	质押	26,017,748
西藏纳铭网络技术有限公司	境内非国有法人	9.99	22,680,753	0	质押	20,140,940
西藏国际体育旅游公司	国有法人	6.29	14,265,871	0	无	0
乐清意诚电气有限公司	境内非国有法人	4.95	11,234,786	0	无	0
田文凯	境内自然人	4.12	9,346,448	0	无	0
张杰	境内自然人	2.83	6,415,497	0	无	0
北京盈生富通投资有限公司	境内非国有法人	0.84	1,900,509	0	无	0
钱旭璋	境内自然人	0.78	1,770,000	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>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，新奥控股与郑海签署《股权转让协议》，受让郑海持有的乐清意诚100%的股权。上述股权转让事项已完成，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。</p>					

	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	不涉及

#### 2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

#### 2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

#### 2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

### 三 经营情况讨论与分析

#### 3.1 经营情况的讨论与分析

报告期内，公司围绕年度经营目标，聚焦旅游主业，克服各种不利因素，通过一系列创新和提升举措，推动公司总体业绩稳步增长：实现营业收入 7,997.74 万元，同比去年同期的 7,511.88 万元增长 6.47%，归属于上市公司股东的净利润为 743.41 万元，同比去年同期的-1,590.21 万元，实现了较大增长。报告期内，公司的工作重点是：

1、营销创新。报告期内，公司通过线上线下渠道整合、文旅活动等营销创新手段，持续加大景区资源和特色产品的推广力度。

上半年，公司邀请全国 5000 余家渠道商、合作伙伴，相继在西安、武汉、成都、重庆等地举办推介会 23 场次，极大提高了公司资源宣传力度；同时，公司与携程、美团、飞猪等知名 OTA 平台继续保持良好合作关系，景区门票、客运船游等产品线上推广效果明显。

公司成功主办自治区的“林芝第十七届桃花文化节”雅鲁藏布大峡谷分会场，并与世纪佳缘、马蜂窝联合举办“爱情朝圣之旅”，取得良好效果；公司举办的“扁带精英挑战赛”，创造了人类首次跨越最大峡谷的壮举；公司还通过多项现场活动，加强自驾游营销和新媒体渠道传播。

雪巴拉姆藏戏团继 2018 年成功巡演之后，坚持从区内走向区外的发展思路，进一步扩大国内演出的范围、场次和影响，上半年全国巡演在兰州、郑州、长沙、成都等多地成功举办，市场口碑较好，并保持良好的经营效果。《西藏人文地理》则通过与专业发行机构合作，推动杂志通过多种渠道走向全国市场。

2、产品创新。报告期内，公司以特色景区资源为依托，深度挖掘游客需求，相继推出一系列体验良好的产品和服务，培育公司新的利润增长点。

公司在雅鲁藏布大峡谷、巴松措景区引入了热气球观光项目，吸引了大批本地游客和旅游团队体验，热气球在桃花节期间亮相，也对公司品牌推广起到了积极作用。

针对企业和行业客户，公司推出了特色会议主题产品，针对客户的个性化需求，提供高端定制化服务，取得客户的高度认可；同时，公司还针对年轻群体、摄影协会，推出爱情主题和摄影主题产品，创造性地满足了游客多元化需求。

公司在巴松措景区推出摆渡船、无动力水上项目，在雅鲁藏布大峡谷景区开发徒步观光等特色产品，使游客深度融入自然，达到体验和康养的双重效果。

3、服务提升。公司通过员工培训、服务设施改造以及智慧化手段，不断提升游客体验和满意度。

报告期内，公司各景区多次组织一线员工服务标准培训、导游培训，并在游客中心、乘车点、码头等地强化服务细节，增强服务意识、提升游客服务水平。

为进一步提升景区服务设施标准化，公司更新了导览图、指示牌、服务二维码等基础服务设施，在改善景区形象基础上提升了游客体验。

4、智慧旅游。报告期内，公司通过旅游服务与信息技术的有机结合、大数据赋能，持续提升公司景区运营效率和管理水平。

2019 年上半年，公司在雅鲁藏布大峡谷景区推出数字化运营平台，提升客流管理和场景化服务水平，提高业务协同效率，实现游客画像和精准营销。该运营平台成熟之后，将逐步推向公司各景区，并服务于林芝市全域旅游。

针对游客手机应用习惯，公司通过信息化手段逐步实现“全流程场景化服务”，并借助“慧游大峡谷”小程序，向游客提供游前温馨提示、个性化推荐、游中导览和游后评价分享等服务。

目前，公司票务系统、分销系统等已上线运行，在为游客、渠道商提供便捷服务的同时，也提高了各业务单位自驱创值、现场转化的效率。

公司自有电子商务平台 [www.tibtour.com](http://www.tibtour.com) 和“西藏旅游微官网（微信号：e-tibetravel）”自 2018 年下半年推出以来，访问量和粉丝数量快速提高，游客业务咨询和在线预订的响应速度和效率大大提高。

5、管理提升。报告期内，公司借助管理重构、流程梳理和全面预算管理等管理手段，提升公司整体的效率和效益。

通过管理重构，以景区为基础单位的自驱组织通过自我管理、自我创新，发展潜能不断释放。上半年，巴松措船队等多个业务单位通过自驱，超额完成业绩目标并实现价值分享。

通过流程梳理，公司明确了各项业务管理的基本流程，并对授权、分工和职责予以细化，在此基础上，公司各项业务管理日渐精细、科学，管理效率得以有效提升。

2019 年，公司实行全面预算管理，上半年，公司通过明确经营目标、合理控制成本、财务垂直领导、收支两条线等一系列创新举措，有效降低了企业管控风险，推动企业整体业绩稳定增长。

### 3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

### 3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用

西藏旅游股份有限公司

董事长：赵金峰

董事会批准报送日期：2019 年 8 月 11 日