

---

公司代码：600138

公司简称：中青旅

**中青旅控股股份有限公司**  
**2023 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](http://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**

公司本年度拟以 2023 年末总股本 723,840,000 股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 0.85 元（含税），共计分配股利 61,526,400.00 元，剩余可供股东分配的利润 416,810,135.81 元结转至下一年度。该预案尚需提交 2023 年度股东大会审议。

## 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

（一）公司所属行业发展阶段

### 1、2023 年国内旅游市场快速复苏

历经三年的深度萧条，2023 年国内旅游市场快速复苏，多数旅游企业开始恢复正常生产秩序。一方面，随着旅行和接触性消费限制政策全面取消，过去三年累积的旅游意愿快速释放，从需求侧有力推进了旅游经济的快速复苏，提振了行业信心。据文化和旅游部公开数据，2023 年，国内出游人次 48.91 亿，比上年同期增加 23.61 亿，同比增长 93.3%；国内游客出游总花费 4.91 万亿元，比上年增加 2.87 万亿元，同比增长 140.3%。另一方面，旅游业复苏在不同领域存在不同步、不均衡现象，头部旅游企业复苏速度领先；疫情对旅游企业的实际影响仍在延续，旅游市场主体尚未完全恢复生产和投资能力；受消费降级和企业生产能力下降的双重影响，企业收入增长与市场增长之间相对失衡，存在“旺丁不旺财”趋势。

### 2、2023 年国际旅游市场恢复仍需时间

2023 年全球防疫进入新阶段，入出境旅游市场逐步增长，旅游供应链稳步修复。一方面，国家层面先后发布多项促进入出境旅游业务恢复的政策，外部经营环境持续改善，利好入出境旅游业务恢复。另一方面，行业发展仍面临地缘政治冲突、经济复苏乏力、旅行成本上涨等挑战，入出境旅游市场复苏的政策效应释放，以及供应链的全面修复还需要更多的耐心与努力。据中国旅游研究院预测，与复苏快速转入繁荣的国内旅游市场相比，入出境市场还需要 4-5 个季度恢复上一个周期的高峰值。

### 3、国内旅游市场与行业发生重大变革

疫情对旅游消费行为的影响，深刻改变旅游投资方式和供给行为，行业发生多重变革：一是消费特征变化。出境游客群回流，消费升级背景下国内高品质特色化文旅供给依然不足；另一方面，旅游目的地客流大幅提升而消费疲弱，消费分层同时并存。二是客群结构变化。90 后乃至 00 后、“一老一少”成为消费主力军，需求更加个性化、多样化。三是消费场景变化。大众旅游进入新阶段，景区景点、酒店、旅行社依然构成典型旅游业态，但城乡居民生活空间成为泛旅游目的地，城市公园、街区、园区、乡村、文化空间和主题场景等，构建起更多元的文旅目的地体系。四是发展模式变化。旅游重资产投资依靠地产平衡模式难以持续。资本整合、科技驱动、运营驱动成为行业创新力重要支撑。

#### （二）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。2023年，公司荣获“中国旅游集团20强”、“中国500最具价值品牌”、“旅行社品牌20强”、“2023全国乡村振兴优秀案例”等奖项。

中青旅以“国内一流文旅综合服务商”为战略目标，现有业务包括文旅目的地投资运营管理和文旅综合服务业务。文旅目的地投资运营管理业务以乌镇、古北水镇为代表，文旅综合服务业务包括以公民旅游、入境旅游、高端旅游为主要内容的旅行社业务，涵盖会议活动管理、公关传播、数字营销、目的地营销、博览展览、体育营销等多板块的整合营销业务，自营、加盟、托管等酒店运营管理业务。公司策略性投资业务以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。

文旅目的地投资运营管理业务通过对景区的开发、经营和管理，将历史文化遗产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。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会展活动、营销传播、赛事演艺、博览会运营等多种业态协同高效的整合营销服务解决方案。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。

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，探索文旅融合创新业务发展路径与盈利模式，推动文化和旅游深度融合，实现高质量发展。

### 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

	2023年	2022年	本年比上年 增减(%)	2021年
总资产	17,286,872,735.63	17,564,752,231.70	-1.58	17,449,433,532.69
归属于上市公司股东的净资产	6,214,054,394.37	6,019,611,594.10	3.23	6,348,224,400.09

营业收入	9,634,839,565.77	6,416,841,787.68	50.15	8,635,438,895.21
归属于上市公司股东的净利润	193,997,395.84	-333,551,708.91	不适用	21,233,119.25
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	130,170,525.76	-417,718,633.90	不适用	-114,582,084.22
经营活动产生的现金流量净额	920,485,743.89	-312,157,866.71	不适用	904,528,813.49
加权平均净资产收益率(%)	3.17	-5.40	增加8.57个百分点	0.34
基本每股收益(元/股)	0.27	-0.46	不适用	0.03
稀释每股收益(元/股)	0.27	-0.46	不适用	0.03

### 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	1,657,756,086.53	2,520,587,965.98	2,556,149,390.84	2,900,346,122.42
归属于上市公司股东的净利润	-4,801,532.12	111,275,512.56	99,727,193.45	-12,203,778.05
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-7,384,993.14	107,513,658.82	93,361,074.82	-63,319,214.74
经营活动产生的现金流量净额	-56,478,835.01	55,508,695.20	632,894,605.52	288,561,278.18

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

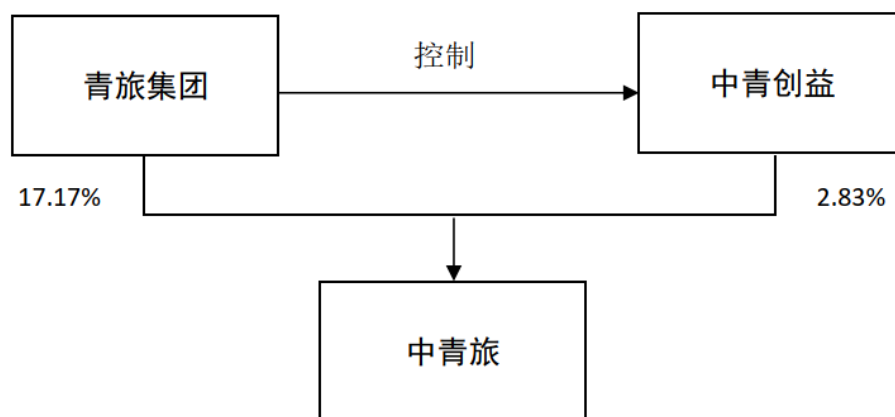
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	77,090
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	76,540
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
中国光大集团股份公司	0	21,631,806	2.99	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
中国银行股份有限公司—富国中证旅游主题交易型开放式指数证券投资基金	2,858,000	6,351,700	0.88	0	无		其他
青岛君厚私募基金管理 有限公司—君厚知 存价值共享私募证券 投资基金	-3,822,900	4,394,400	0.61	0	无		其他
易方达丰利股票型养 老金产品—上海浦东 发展银行股份有限公司	4,229,700	4,229,700	0.58	0	无		其他
辽宁方大集团实业有 限公司	4,136,397	4,136,397	0.57	0	无		境内非国 有法人
龚佑芳	3,906,800	3,906,800	0.54	0	无		境内自然 人
香港中央结算有限公 司	2,471,996	3,665,333	0.51	0	无		其他
太平人寿保险有限公 司	3,500,000	3,500,000	0.48	0	无		国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	中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						

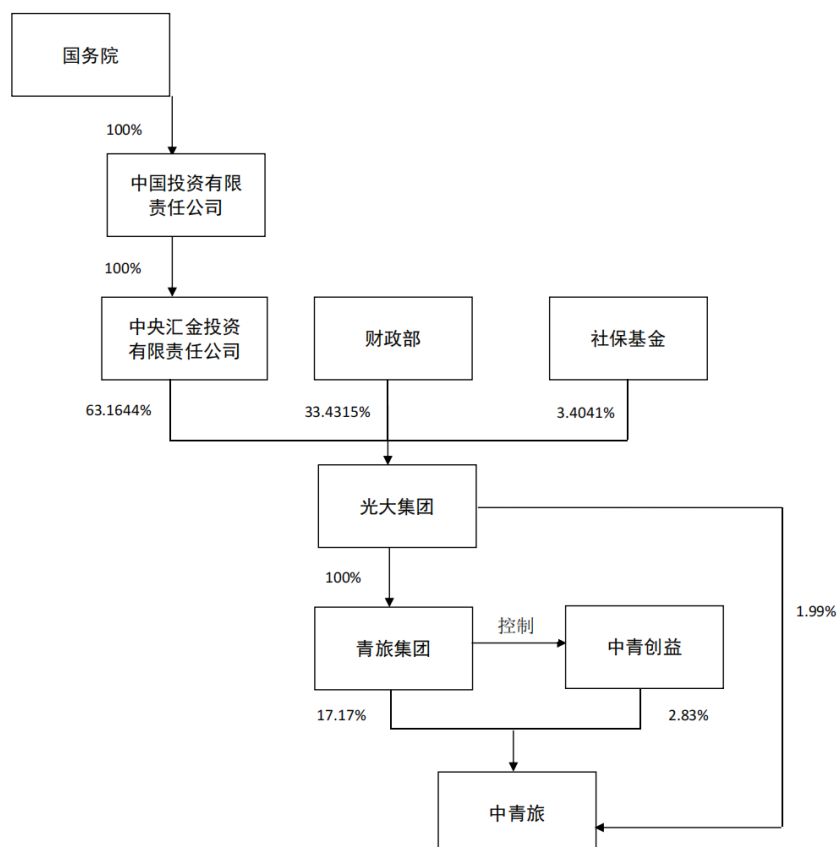
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

### 5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
中青旅控股股份有限公司 2022 年度第一期中期票据	22 中青旅 MTN001	102281967	2025-08-30	500,000,000	3.15

### 5.2 报告期内债券的付息兑付情况

□适用 √不适用

### 5.3 报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

□适用 √不适用

### 5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

主要指标	2023 年	2022 年	本期比上年同期增减(%)
资产负债率(%)	51.71	53.87	-2.16
扣除非经常性损益后净利润	130,170,525.76	-417,718,633.90	不适用
EBITDA 全部债务比	0.13	0.01	增加 12 个百分点
利息保障倍数	2.87	-1.40	增加 427 个百分点

## 第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2023 年,旅游消费展现出蓬勃生机,旅游市场繁荣有序。公司抓住行业恢复机遇,立足“国内一流文旅综合服务商”的中长期发展定位,围绕“文旅目的地投资运营管理和文旅综合服务”主业,扎实做好生产经营,各业务板块业绩全面提升,实现营业收入 96.35 亿元,同比增长 50.15%,实现归属于上市公司股东净利润 1.94 亿元,同比大幅扭亏为盈。

### 乌镇景区

报告期内,乌镇景区聚焦产品与服务迭代更新,优化管理和营销,保持并巩固休闲度假、文化会展复合型目的地优势。2023 年,乌镇景区共接待游客 772.07 万,同比增长 568%,其中东栅景区接待游客 227.42 万,同比增长 1309.92%,西栅景区接待游客 544.64 万,同比增长 447.65%。



---

乌镇公司实现营业收入 17.84 亿元，同比增长 183.65%；实现净利润 2.84 亿元，经营业绩稳健复苏。

2023 年，乌镇景区创新产品赋能，持续丰富业态场景，策划乌镇中国年、闺蜜节、好好生活节、乌镇纳凉季、暖冬奇妙夜等特色主题活动，推出货郎担、围炉煮酒、市集等新产品、新业态，升级“乌镇如意桥夜市”、“乌镇早茶客”等活动，进一步提升游客沉浸式休闲度假体验。沉淀文化乌镇底蕴，成功举办第十届乌镇戏剧节，包含 28 部特邀剧目 87 场演出、2000 余场古镇嘉年华演出及数十场青年竞演、小镇对话、戏剧工作坊等活动，形成独特的景区文化护城河，并不断扩大戏剧节品牌对乌镇全年文化活动的辐射影响，举办北栅粮仓艺术展、“茅盾文学周”、“鲁迅来到乌镇”、“列宾笔下的托尔斯泰”特展等活动，不断丰富文化氛围和文化消费场景。发挥会展小镇优势深耕会展行业，成功服务第十届世界互联网大会·乌镇峰会、中国上市公司协会首届“董秘履职评价发布典礼”、2023 华为用户大会等大型会议，在会展业务中继续保持竞争优势。此外，乌镇景区重视数字化技术赋能精细管理，通过实现系统数据标准化、建设客流密度分析系统、加强网络和数据安全保障等，提升数字化景区建设，报告期内入选文化和旅游部 2023 年国家旅游科技示范园区名单。

### 古北水镇景区

报告期内，古北水镇深耕独特资源禀赋，在实现自主运营平稳过渡的基础上持续提升精细化运营能力，通过构建前端产品设计、中端市场营销、后端服务质量的三端管理实现质效并进。2023 年景区共接待游客 152.36 万，同比增长 34.89%，实现营业收入 7.35 亿元，同比增长 6.78%，经营业绩实现盈利，较 2022 年大幅改善。

2023 年，古北水镇景区依托特色资源，擦亮长城招牌，推出“大家说长城”系列话题，强化司马台长城 IP，先后推出“长城脚下过大年”、挚爱季、星空音乐季、国风红叶季、奇幻童话季等活动，打造“遇见纳兰”系列无人机灯光秀、“耀古北”数字艺术馆、融合传统文化推出主题套餐产品及系列文创产品，不断丰富休闲业态和互动体验感，提升景区吸引力。在谋求产品升级的同时，强化营销，景区梳理客户画像推出年票增强客户粘性，上线京津冀一卡通，通过限时优惠带动淡季客流，新增奥林匹克公园至古北水镇专线，进一步夯实周边游市场优势。为热门电视剧《西出玉门》、央视专题节目《春满山河暖人间》等提供实景拍摄，特色活动多次亮相《新闻联播》及央视现场直播，为打造全国型休闲度假目的地奠定基础。

### 整合营销业务

报告期内，中青博联全面提升运营质效，整体经营业绩全面回暖，全年实现营业收入 21.87

---

亿元，同比增长 108.99%；净利润 4,452.32 万元，同比扭亏为盈。

2023 年，中青博联继续深耕国际会议管理、大型活动管理、博览会运营管理等业务领域，发展专业优势，深度服务第三届“一带一路”国际合作高峰论坛、中俄商务论坛、第六届中国国际进口博览会、2023 中国服务贸易交易会、第三届中国国际消费品博览会等多场高规格国际会议、主场外交活动，为国家重点战略区域项目提供支持，为战略客户完成多个大型境内外企业营销活动。同时，加快推进智慧会展及数字营销板块产品更新迭代，以数字化技术和创意化内容积极构建多元化客户服务平台。在新业务拓展方面，自主 IP 方面落实有成，继续着力推进 2023 年 OA 海洋展、第二届 PDI 预制菜大会、第一届全球消费者大会等自主 IP 会展项目及国内首部魔术儿童剧《我是哪吒》等多个自主 IP 演艺活动项目，进一步丰富业态，巩固行业领先地位。

### 酒店业务

2023 年，酒店行业呈现出较好的复苏态势，山水酒店实现营业收入 4.10 亿元，同比增长 27.77%，较 2022 年减亏 3,944.17 万元，但仍未实现扭亏。山水酒店已开启以“山水悦文”、“山水悦旅”两条品牌线升级开启文旅酒店探索之路，转变发展模式，围绕“中国文旅酒店先锋”的定位，强调理念升级、产品升级、品牌焕新，升级标杆产品，力求提升品牌溢价力和竞争力，推广机器人、自助入住机以及智能客控的应用，努力提升信息化应用能力，通过重塑连锁运营核心能力及体系，为山水酒店长远发展奠定了基础。

### 旅行社业务

报告期内，公司旅行社业务根据出入境政策及文旅消费呈现的新特点，发挥创新优势，打造“世界遗产系列”、“极地探索系列”、“臻选游学系列”、“寻味系列”、“极客邮轮系列”、“自然探索系列”等精品口碑旅游路线，突出“有文化、有深度、有品质、有趣味”的产品调性，聚焦年轻化家庭亲子游、研学、康养等细分赛道，同时丰富目的地签证+机票+酒店产品，满足自由行客群需求，提升市场占有率及品牌影响力；持续办好签证“一张纸”服务，在出境签证业务基础上稳健开拓入境签证业务，打造高质量全球签证申请中心，继埃塞俄比亚中国签证申请中心成功开业后，先后中标菲律宾、以色列、沙特海外签证中心运营权，其中菲律宾签证中心已于 2024 年 1 月开业；营销渠道上，布局由单一零售平台向“批发+零售”综合旅游服务商转型，推进线上平台与线下门店双渠道驱动，利用“一面屏”，开发上线“中青旅臻选”小程序，加强新媒体电商领域销售力度；入境游业务充分利用客源维护、专业双语导游人才等优势，根据政策调整迅速搜集客户需求并整合供应链，第一时间完成国际文化小大使团、中非青年大联欢、国际学校研学旅行等活动，继续保持入境市场的优势地位。2023 年，旅行社业务实现营业收入 12.98 亿元，同比提升 179.62%，

---

经营情况持续向好。

### **文旅业务拓展**

报告期内，公司创新业态活力涌现。城市更新方面，成功复制江西吉安后河景区“一条河”经验，突破性打造深圳东门商业步行街项目，持续跟进咸阳秦文化城市、渭南沈河老街等文旅项目，用文旅商融合创新模式为赋能当地文旅发展提供综合解决方案。建好“一座园”实现博览会创新性运营，通过“保留性改造”、“创新性开发”和接续运营，为第十二届江苏省（连云港）园艺博览会会址进行创新性开发，深度挖掘大圣 IP，致力于将园区转化为长期的文化旅游项目。采用会期与会后运营相结合的方式，为河北省第六届（沧州）园林博览会提供“整体运营、活动策划组织、商业招商管理”三位一体的全链式整合服务。积极探索可持续的乡村振兴服务方案，江西余江“稻稻油”项目以“一块田”赋能县域农业产业振兴，海南五指山“水满热带雨林旅游度假区”毛纳村文旅项目先后荣获“全国乡村旅游重点村”、海南省第三批“乡村振兴典型案例”等荣誉称号。

### **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。2023年，策略性投资业务持续为公司带来稳定的利润贡献，为公司业绩提供了有力支持。

2 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