

西藏旅游股份有限公司

关于 2021 年度业绩说明会召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、本次说明会召开情况

西藏旅游股份有限公司（以下简称“公司”）于 2022 年 4 月 19 日通过指定信息披露媒体披露《关于召开 2021 年度业绩说明会的公告》（公告编号：2022-028 号）。

2022 年 4 月 25 日（星期一）13:00-14:00，公司通过上证路演中心（<http://roadshow.sseinfo.com>），以网络互动方式召开本次业绩说明会，公司董事长赵金峰先生、独立董事宋衍蘅女士、副总裁刘德军先生、财务总监兼董事会秘书罗练鹰女士参加了本次说明会，就公司 2021 年度经营成果和财务状况等投资者关注的问题与投资者进行沟通交流。

二、本次说明会投资者提出的主要问题及公司回复情况

问题 1、尊敬的领导您好，我是西部证券分析师黄羽沁，当前疫情不断反复，国内各景区都纷纷开展线上业务，请问公司当前线上业务具体发展情况如何？

答：您好，感谢您的关注。随着移动互联网的迅猛发展，旅游企业在“互联网+”下广泛使用信息技术发展智慧旅游，借助智慧互联赋能线上旅游，为游客提供更加便捷的目的地选择、出行方式、配套资源、客诉反馈等服务，实现旅游+互联网的深度融合。2021 年，公司启动将数智化综合运营平台项目确定为募投项目，拟投资总额 5,500 万元，为搭建多功能旅游目的地营销和全域旅游平台提供保障，实现内外部优质资源联动和生态联盟搭建。目前，公司充分利用互联网推出各景区的 VR 实景体验、景区智慧导览等服务，并适时通过抖音、携程星球号等开展景区线上直播，为游客线上体验提供多种选择。谢谢！

问题 2、2021 年公司业绩如何，公司战略定位是否有发生变化？

答：尊敬的投资者您好，公司 2021 年度实现营业收入 17,373 万元，较上年同期增长 4,781 万元，增幅 38%；核心旅游景区营业收入达到 2019 年的 105%，与疫情前基本持平。2021 年整体毛利率 39%，较上年同期略有增长。

近年来，随着国内旅游消费升级，公司确定了打造“康乐旅游目的地”的战略目标，公司将持续聚焦旅游主业，通过产品创新发掘资源价值、通过营销创新提升传播效果、通过体验创新深挖游客价值。将产品、营销、运营和服务以智慧旅游载体协同发力，为游客提供更具吸引力和美好体验的定制化、特色化旅游产品，公司将致力把自身打造为具有独特自然和人文特色的专业旅游运营商。谢谢！

问题 3、2021 年国内旅游承接了很多境外高端游的需求，请问公司对此是否对此有一定应对举措？

答：尊敬的投资者您好，2020 年疫情发生以来，受出境游相关政策限制，国内旅游大循环对出境旅游的替代效应明显。2021 年西藏自治区全年接待游客 4,150 万人次，较 2019 年增长 3.75%，旅游经济复苏水平高于国内旅游业平均水平。2021 年，针对客群结构变化和游客体验个性化，公司深度打造专业服务和产品体系，完善游客精益服务+产品体系，增强游客体验满足感。同时，为满足各类游客的差异化需求，公司充分利用已有的自然资源、特色人文资源、高原康养资源，打造有高原风景特色、高端康养特色为一体的中高端产品生态圈，积极探索中高端客群产品和服务模式，以个性化、定制化服务，支撑中高端产品发力，在疫情防控常态化的大环境下实现中高端客源转化。谢谢！

问题 4、2021 年疫情反复，请介绍公司在此背景下为 2021 年经营突破所做出的努力？

答：尊敬的投资者您好，受疫情存续影响，旅游行业正经历前所未有的变局，智慧旅游、旅游商业模式、游客消费需求等发生变化。2021 年，面对疫情大环境，公司创新精准营销，深挖市场需求，以线下产品推介、线上主题活动等方式深耕客源市场，并通过与渠道商策划包机、包列等活动，稳定景区客流增长；产品打造方面，公司充分利用西藏自然资源、人文资源、高原康养资源，以客户需求为中心，打造多场景活动特色为一体的产品生态圈。根据盈利能力和业务周期属性，推出部分优势产品，以多元产品体系强化产品价值贡

献；公司还通过优化服务品质、健全安全体系、降本增效等举措，保障公司各项业务良性运营，实现经营能力和风险防御能力的可持续性不断增厚。谢谢！

问题 5、公司 22 年的战略规划是什么？

答：尊敬的投资者您好，近年来，随着国内旅游消费升级，公司确定了打造“康乐旅游目的地”的战略目标。公司将持续聚焦旅游主业，通过产品创新发掘资源价值、通过营销创新提升传播效果、通过体验创新深挖游客价值。将产品、营销、运营和服务以智慧旅游载体协同发力，为游客提供更具吸引力和美好体验的定制化、特色化旅游产品，公司将致力把自身打造为具有独特自然和人文特色的专业旅游运营商。谢谢！

问题 6、旅游 IP 对游客的吸引力与日俱增，请问公司目前对于自身旅游 IP 是如何定义，后续如何打造？

答：尊敬的投资者您好，在林芝片区，公司以“九大垂直自然带”为核心 IP，以大峡谷为核心吸引，实现鲁朗、苯日、巴松措等关键资源的全面链接，并向周边区域延伸，巩固领先优势，为打造世界级大峡谷公园奠定基础。与此同时，公司借助林芝桃花节、彩林节等独有 IP 开展推广活动，持续提升林芝各景区热度，努力做到淡季不淡，旺季更旺。公司在阿里片区依托神山圣湖世界级资源，推进针对国内高端旅游、极限探险产品开发，并通过加强政府合作，借助共享资源提高阿里国内旅游知名度，共同打造阿里地区世界级旅游目的地。谢谢！

问题 7、现阶段，传统的旅游产品已经逐渐满足不了游客不断增长的需求，公司 2021 年在产品体系方面有没有做相应升级？

答：尊敬的投资者您好，2021 年，为满足各类游客的差异化需求，公司充分利用已有的自然资源、特色人文资源、高原康养资源，以客户需求为中心，打造有高原独有风景特色、康养特色和多场景活动特色为一体的产品生态圈。以西藏林芝康养旅游目的地为依托，制定动静结合的联动产品体系，其中以 5A 景区雅鲁藏布大峡谷和巴松措为中心，辐射苯日神山、雅尼湿地、鲁朗花海牧场景区以及其他原始森林、绝美冰川等深度体验旅游产品，并联合自治区内和全国客源地渠道商，进行线上线下全方位的产品宣传推广；通过不断提升的智慧化运营系统，着力于景区观光车、观光游艇等产品价值深挖，实现人次接待

量和销量营收的双增长；此外，公司根据盈利能力和业务周期属性，优先推出雅鲁藏布大峡谷深度游、南峰大本营深度体验游、阿里户外星空体验、巴松措水上运动、苯日江心岛越野等新线路体验产品，构建多元化产品体系，极大提升游客体验感，同时强化产品价值贡献。谢谢！

问题 8、ESG 已经被纳入上市公司投资者关系管理工作指引，请问公司是否有相关体现？

答：尊敬的投资者您好，公司各景区均位于边疆、少数民族聚居和宗教融合地区，生态环境和地域文化等方面独具特色而又相对脆弱，公司在推行发展战略、提升自身经营业绩的同时，结合当地旅游产业发展规律及自身特点，自觉履行社会责任，在边疆稳定繁荣、农牧民致富创收、民族文化保护和发展、生态环境保护等方面做出了自身应有的贡献。谢谢！

问题 9、2021 年是“十四五”开局之年，我国在“十四五”时期将全面进入大众旅游时代，公司 2021 年及后续健康持续发展是否受到了正面影响？

答：尊敬的投资者您好，2021 年是“十四五”开局之年，《“十四五”旅游业发展规划》指出，旅游业发展仍处于战略机遇期，在国家政策助力下，旅游业逐步恢复，旅游业投资将保持恢复势头。

2021 年，西藏“大交通”的快速发展为西藏旅游业注入新动力，拉林铁路开通对沿线集聚效应和辐射效应持续提升。未来随着川藏铁路、中尼铁路、京藏高速等一系列大交通的布局，进出藏交通环境有望大幅改善，进藏游客人数也将快速提高，全区旅游市场增长可期。谢谢！

问题 10、拉林铁路的正式运营为公司的发展带来哪些积极效应？

答：尊敬的投资者您好，2021 年 6 月 25 日，拉林铁路正式通车，拉林铁路有力带动了区域性旅游产业的发展。拉林铁路始发于拉萨火车站，经山南市多个站点后最终抵达林芝，演绎了“最美景观大道”，为公司林芝各景区带来了天然流量。其次，拉林铁路在改善沿线投资环境等方面发挥着重要作用，为我公司在林芝地区的资源布局以及未来发展将产生深远影响。谢谢！

三、其他事项

关于公司 2021 年度业绩说明会召开的详细情况，请参考上海证券交易所上证路演中心（网址：<http://roadshow.sseinfo.com/>）。公司对长期以来关注和支持公司发展的投资者表示衷心感谢！

特此公告。

西藏旅游股份有限公司

董事会

2022 年 4 月 25 日