

江苏天目湖旅游股份有限公司 关于 2022 年半年度网上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法律责任。

一、本次说明会召开情况

江苏天目湖旅游股份有限公司(以下简称“公司”)于 2022 年 9 月 7 日(星期三)下午 16:00 通过中国证券网(<https://roadshow.cnstock.com>)召开了 2022 年半年度网上业绩说明会。公司董事长孟广才、独立董事张燕、董事会秘书虞雯、财务总监彭志亮参加了本次会议, 就公司的经营业绩、股东活动、未来发展等投资者关注的问题与投资者进行了沟通交流。

二、本次业绩说明会投资者提出的主要问题及公司的回复情况

1. 请问, 在未来的战略合作中, 溧阳城建对公司的战略协同作用具体表现在哪些方面? 可为公司带来哪些优势资源?

回答: 国资进入公司后, 保持公司灵活的机制和经营管理团队不变, 并从各方面助力于企业的发展。政企深度合作有利于增强产业协同效应, 有利于公司进行产业布局, 符合公司“巩固根据地、深耕长三角”的未来发展战略规划。双方优势互补, 合作共赢。具体优势表现如下:

资源优势: 双方基于未来发展规划, 充分发挥资源效应, 有利于推动绿色生态产业化发展、产业结构绿色化升级和文化旅游生态化融合。

资金优势: 综合体项目所需资金量大, 政府资金来源充分, 上市公司有多元化融资平台, 双方有利于集中精力做重大项目。

专业性优势: 公司具备全文旅产业链策划设计和建设能力, 强在高效运营。而政府强在整体规划与社会资源协调。政企合作分工明确, 共享社会和企业发展的成果。双方合作将有利于成功打造文旅项目, 进一步丰富目的地旅游产品类型, 有利于开拓客源市场, 形成旅游目的地集聚区效应, 带动地方经济发展。

品牌优势: 溧阳市政府积极利用各项渠道宣传, 提升天目湖知名度, 巩固天目湖品牌。上市公司在发展过程中不遗余力地推动天目湖品牌发展, 支持政府工作, 形成政企相互成就

的良性循环。

准入性优势: 政府成为企业外延式发展的强大助力, 上市公司可以进入领域增加。同时, 公司外延发展需求下, 政府可进一步为企业背书, 加快推进外延进程。

2. 据您了解, 公司上半年除了搞经营, 还做了些什么?

回答: 上半年度公司除了做好“开源节流”的经营管理工作外, 还持续加强推动产品与项目升级迭代的工作, 积极谋划未来发展。1. 洞察市场客户需求, 强化特色产品研发落地。2. 从游览空间、经营时间、线路优化、产品品质四个纬度切入, 上半年度在天目湖山水园景区实施完成了五个项目: 一是重点打造天目湖暑期核心时间段的夜游产品和旺季特色夜游线路, 二是海洋世界升级改造建设工作, 强化游客参与度。三是围绕中心区核心吸引物打造与商业业态的转型, 四是完成水世界区域的扩建与亲子童玩产品的扩充。五是创新游览项目, 联动外部景詹大桥等打造旅游新布局。3. 围绕商业板块, 重点实施了两个门店的升级改造, 创新商品展陈方式, 优化商业业态布局。4. 持续在根据地及长三角区域进行文旅产品项目的策划。5. 继续围绕“巩固根据地、深耕长三角、关注城市群”的专业化发展战略, 重点做好五大战略区域项目资源调查与评价等。

3. 天目湖旅游近期有什么优惠活动, 有没有针对我们股东的特惠?

回答: 2022年9月, 值上市5周年之际, 公司推出了5重好礼回馈社会各方。

一重礼: “感恩师资, 欢庆佳节”——全国教师免票, 9月10日-9月12日, 全国教师山水园、南山竹海景区免票。

二重礼: “感恩有你, 山水畅游”——天目湖旅游股东开放月, 9月7日-9月27日, 持有天目湖股票的股东山水园、南山竹海免票。

三重礼: “感恩员工, 风雨同舟”——天目湖旅游员工内购月, 9月7日-9月27日, 公司员工特惠内购公司旗下度假产品。

四重礼: “感恩同行, 美暖相伴”——战略合作渠道免票, 9月7日-9月27日, 战略合作渠道执行相关优惠政策。

五重礼: “感恩相候, 美好共鉴”——上海市民、新市民特享福利, 9月7日至9月27日, 购御水温泉大门票或住天目湖旅游旗下酒店免天目湖山水园和南山竹海景区双园门票。

4. 具体说一下公司的“一站式旅游模式”是什么样的?

回答: 公司较早定位了一站式旅游的战略发展模式, 其核心要义在于“产品复合、市场多元、服务系统”。公司一站式模式强调产品必须具备独立个性发展特色, 同时强调产品和产品之间相辅相承, 协同发展。一站式旅游模式在疫情下验证了其优势, 公司有着更多的市场通道和更快速的恢复能力。



(1) 产品复合: 每个产品独具个性特色与竞争力。产品与产品之间共生共荣, 相互支撑。复合型产品开发, 有所为有所不为。

通过系统性规划与差异性产品的持续投资, 体验性、活动性内容的持续优化, 以点带面, 打破淡旺季明显与差异化需求的限制, 进一步丰富区域内产品厚度, 增强目的地效应。

(2) 市场多元: 依托复合型产品开发多元化市场渠道, 并定制开发细分市场客户需求业务, 重视品牌建设和多元化市场营销工作的开展, 适应国内观光、休闲、度假、疗养等丰富梯度的市场客群。

多元化市场使企业不局限于单一区域和结构的客源, 在激励竞争环境和极端情况下, 具有较强的反脆弱性, 持续推动天目湖品牌及经营效益提升。

一站式旅游模式给予游客更多选择, 延长停留时间, 做到全时空覆盖, 四季皆旺, 老少皆宜, 从而使天目湖摆脱一日游竞争红海, 进入两日及以上周边休闲度假目的地市场序列。

(3) 服务系统: 既有适合大众旅游的标准化服务, 又有适合细分市场的特色与个性服务。

天目湖依托游客中心、智慧平台与服务管家, 构建一站式管家服务, 为游客提供行程规划、线路定制、游览安排、餐饮住宿、购物体验等系统服务, 实现一站式旅游无缝对接。

天目湖的顾客满意系统经历了三次认知实践迭代。通过 MOT 峰值体验设计, 创造服务产品。实现客户反向驱动天目湖的组织设计, 商业模式打造和战略实现。

5. 公司未来要取得更好的发展有何凭借?

回答: 公司取得良好发展凭借的核心竞争力主要为五个方面: (1) 精确定位且系统打造“一站式旅游”的发展模式优势。(2) 全产业链文旅项目的策划、建设和运营能力优势。(3) 天目湖品牌建设和市场营销优势。(4) 与国资强强联合下的综合优势。(5) 持续改进与创新机制的优势。

6. 请问暑期客流恢复情况? 省外游客占比?

回答: 暑假期间, 疫情形势整体向好, 文旅市场复苏明显。公司洞察市场客户需求, 充分发挥“一站式旅游模式”的优势, 利用天目湖水世界、御水温泉·竹溪谷等优势产品引爆暑期经营, 打造夜公园, 开发夜游、夜航产品等延长经营时间, 发挥度假休闲产品优势, 定制体验活动等, 给游客提供更多选择, 取得了较好的业绩。暑期接待游客人次显著提升, 客源以长三角区域为主。

7. 2022 年下半年, 公司还有哪些活动?

回答: 中秋节有山水园“一览月华”、御水温泉“竹尖邀月”、御水温泉·竹溪谷酒店“云池灯会”、南山竹海“品味中秋”系列度假赏月活动。

国庆期间以“奇妙漫游季”为主题, 分别打造山水园“奇·朋克潮玩周”、南山竹海“奇·



仙侠奇遇传”、御水温泉度假酒店“乐·森林音乐会”、遇系列酒店“妙·气球大冒险”等度假酒景活动。

11 月份将举办冰雪温泉节，推出系列特色泡池和温泉网红打卡点，举办御水温泉秋季美食节，充分展示溧阳的暖冬风情。通过全域联动、行业互动的发展策略，实现从散点发展到区域品牌 IP 的打造，助推溧阳冬季旅游格局再次升级。

8. 公司在保护中小股东利益方面有什么措施呢？

回答：公司一贯重视保障投资者权益，关注投资者诉求，不断提高投资者关系管理工作水平。公司制订了严格的股东大会议事规则，董事会议事规则，独立董事制度和关联交易决策中关联方回避制度等等。公司信息及时透明，对于公司的重大事项及时公告，让投资者及时了解公司的经营动态。公司根据公司的长远发展和对股东的责任实施较为稳定的现金分红政策。公司通过证券部等与投资者建立联系。投资者可以通过电话、电子邮件等方式与公司证券部取得联系，公司也会适时积极主动的与投资者交流沟通，在信息披露规则允许的条件下为投资者答疑解惑，从而增加投资者对公司经营情况的了解。任何股东都可以向公司提出建议，公司也会认真听取并及时反馈。

9. 请问公司资金充沛不，存在流动性压力吗？

回答：公司整体流动性良好。一方面，公司近三年的资产负债率为 19.81%、34.97%及 20.80%，从负债率情况看，公司整体资产负债率相对较低，经营风险较小；另一方面，公司融资能力好且融资成本较低。

10. 公司半年度归母净利润大幅下滑，公告称，主要是受长三角疫情波动影响。但 2020 年同期疫情对旅游业冲击更大，业绩尚优于今年。请问彭总，今年业绩的影响因素还有哪些具体原因？

回答：2022 年上半年度受新冠疫情持续影响，尤其公司所在地区——长三角区域实行较为严格的疫情防控政策，整体影响面较广且持续时间较长，因此公司上半年度 3 月-5 月的营业收入较 2020 年同期下降明显。2020 年仅在 2 月-3 月受到疫情影响，后续市场迅速恢复。

特此公告。

江苏天目湖旅游股份有限公司董事会

2022 年 9 月 8 日