

证券代码：600749

证券简称：西藏旅游

公告编号：2023-029 号

西藏旅游股份有限公司

关于未弥补亏损超过实收股本总额的三分之一的公告

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。

西藏旅游股份有限公司（以下简称“公司”）第八届董事会第二十次会议、第八届监事会第二十一次会议审议通过了《关于公司未弥补亏损超过实收股本总额的三分之一的议案》。具体内容公告如下：

一、情况概述

根据信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告，截至 2022 年 12 月 31 日，公司合并报表累计未分配利润为-163,854,971.65 元，公司实收股本为 226,965,517 元，公司未弥补亏损金额超过实收股本总额的三分之一。

根据《公司法》和《公司章程》相关规定，公司未弥补亏损达到实收股本总额的三分之一时，应在两个月内召开临时股东大会。公司第八届董事会第二十次会议、第八届监事会第二十一次会议审议通过相关议案后，该事项将提交公司 2022 年年度股东大会审议。

二、亏损的原因

2020 年以来，疫情对国内旅游业造成直接影响，市场环境波动、消费需求萎缩的情况下，公司景区游客接待量大幅下滑，主营业务开展不及预期。2022 年，公司动态调整经营策略、落实降本增效等举措，以稳定公司运营，2022 年度，公司实现营业收入 12,069.70 万元，同比降低 30.53%，归属于上市公司股东的净利润-2,938.06 万元，同比降低 31.26%。

三、拟采取的措施

针对公司未弥补亏超过实收股本三分之一的情形，公司董事会及管理层高度重视，并提出多项改善公司经营的举措。

1、打造梯级产品服务体系，形成九重体验闭环

首先，对于现有产品，要以当前效益和未来增长为准绳，调整、优化产品结构，提升业务整体盈利能力。2023年，公司将持续丰富流量型产品体系，如玉松岛、九垂科普体验、藏家民俗体验等产品，在林芝片区以“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，延伸布局墨脱关键节点，实现九大垂直自然带全覆盖，为打造世界级大峡谷公园奠定基础。其次，要深刻认知客户需求、充分利用资源优势打造新产品。针对团客、高端游客、自驾游客、本地游客的不同需求开发设计有针对性的遨游型产品，如林卡有氧度假、九垂自然探秘等。同时公司将积极探索衍生虚拟云游产品，进一步丰富产品体系，如代转山、云转山等产品。在阿里片区依托神山圣湖世界级资源，推进针对高端旅游、朝拜客群的产品开发，加强与政府合作，借助政府共享资源，推进阿里云上旅游产品开发，为打造阿里世界级旅游目的地创造条件。

2、构建差异化客户拓展与转化方式，保障业绩达成

2023年，是抓住旅游复苏关键的一年。首先，围绕产品和传统渠道，关注包车、自驾、专列，确保基本大盘夯实；其次，利用多元新媒体矩阵内容、多种直播模式、热点造势、网红效应重点加强新媒体矩阵推广宣传，强化营销生态体系合作，完善市场启动机制；第三，围绕新型流量产品，通过线上线下齐力引流，搭建林芝旅游港深度运营体系，联动生态伙伴共同完善会员拓展。

3、迭代运营服务体系，提升客户游程体验

首先要升级客户体验，一方面持续关注面客品质和游客心声，不断优化品质、提升口碑。另一方面探索面向高端客群、亲子、小包团等不同游客群体的服务，提供个性化、定制化服务，支撑中高端产品发力。其次要提升运营效率，基于现有业务数据积累对市场和客流进行预测，通过数字技术探索建立客流预测模型，快速实施生产要素调度，提升运营效率。另外，强化收益管理，对周期性单产品进行全面市场预测，根据旅游行业的特点推行动态定价机制平衡供需关系，追求最优收益。

4、推进数智建设，提升服务效率

以数字技术为支撑的智慧运营是公司业务增长、长远发展的必由之路。2023年，公司将继续以募投项目数字化运营平台建设为契机，以提升客户服务效率为

核心、以数据治理体系建设为内线，构建组织的智慧化能力。从游客视角优化景区场景服务，围绕服务与运营场景梳理并构建数字循环路径，实现多场景上线运行，通过采集有效数据、提炼数据资产，打造数据底座，通过数据应用促进系统建设提升数据质量。完善各业务端与智慧赋能端的协同机制，加强融合与共建，实现客户服务效率与内部运营效率的快速提升。

截至本公告日，公司业务、资产、人员、财务、机构等完全独立，会计核算、财务管理、风险控制等各项重大内部控制体系运行良好。受外部环境影响，公司营业收入减少，但公司经营情况未发生重大变化，未出现重大不利因素影响。虽未弥补亏损超过公司实收股本总额的三分之一，但不会对公司持续经营能力产生重大不利影响。

特此公告。

西藏旅游股份有限公司

董事会

2023年3月30日