

公司代码：603199

公司简称：九华旅游

安徽九华山旅游发展股份有限公司  
2020 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	九华旅游	603199	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张先进	俞昌海
电话	0566-5578822	0566-5578829
办公地址	安徽省池州市青阳县五溪新城区	安徽省池州市青阳县五溪新城区
电子信箱	jhgf@jiuhuashan.cc	jhgf@jiuhuashan.cc

### 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	1,335,174,895.62	1,441,498,993.32	-7.38
归属于上市公司股东的净资产	1,145,139,580.65	1,200,375,260.31	-4.60
	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	-78,381,835.63	95,457,067.72	-182.11
营业收入	76,926,765.21	290,299,962.67	-73.50
归属于上市公司股东的净利	-31,454,032.10	80,597,488.62	-139.03

润			
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-36,548,652.37	76,989,917.46	-147.47
加权平均净资产收益率(%)	-2.65	7.06	减少9.71个百分点
基本每股收益(元/股)	-0.2842	0.7282	-139.03
稀释每股收益(元/股)	-0.2842	0.7282	-139.03

### 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)				10,348		
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	
安徽九华山文化旅游集团有限公司	国有法人	32.63	36,109,376	0	无	0
安徽省高新技术产业投资有限公司	国有法人	14.70	16,267,338	0	无	0
安徽嘉润金地企业管理有限公司	境内非国有法人	14.46	16,000,000	0	质押	16,000,000
安徽省国有资本运营控股集团有限公司	国有法人	2.33	2,580,000	0	无	0
青阳县城市建设经营发展有限公司	国有法人	2.32	2,570,815	0	无	0
郑惠华	境内自然人	0.97	1,071,200	0	未知	
安徽省信用担保集团有限公司	国有法人	0.87	960,034	0	无	0
刘梅英	境内自然人	0.68	750,000	0	未知	
谢曼曼	境内自然人	0.51	570,000	0	未知	
顾永刚	境内自然人	0.46	507,600	0	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	省高新投为文旅集团参股股东，除此之外，未发现上述股东存在关联关系和一致行动的情况					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用					

### 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

2020年上半年，受新型冠状病毒肺炎疫情影响，世界经济出现严重衰退，国内经济下行压力持续增加，居民收入减少现象加剧，旅游需求下滑，游客出行受限，消费方式剧变。5月份以来，随着国内疫情防控取得阶段性成果，游客出行环境逐渐宽松，国内旅游市场逐渐向好发展。由于海外疫情持续肆虐蔓延，国内旅游成为游客消费释放的重点，其中以周边游、本地游、省内游、家庭游复苏最为显著。

报告期内，公司开展了以下主要工作：

#### （一）强化疫情防控，狠抓安全生产

报告期内，公司始终将安全生产工作置于首位。在疫情防控方面，公司积极落实政府防疫要求，坚决执行常态化疫情防控，配合流调工作，落实疫情可追溯系统，开发“九华通”微信小程序，确保游客旅途期间信息可查询可追溯，实现游客人员轨迹有效跟踪记录，增设红外智能测温通道，显著提升检测效率，避免人员聚集，同时做好游客接待和服务区域环境卫生消毒，全方位保障游客和员工生命安全，有序推进企业复工复产。在日常安全生产方面，强化运营秩序管理，对安全生产管理制度建设、员工安全知识培训、安全检查、设备设施维护以及项目安全建设等基础工作抓严抓实，落实安全生产责任制，制定应急预案，提高应急处置能力，防范非系统性安全事故发生。报告期内，公司安全生产形势平稳有序。

#### （二）强化市场推广，创新产品模式

报告期内，公司转换市场推广思路，认真研究疫后游客消费心理与需求变化，加大产品服务和创新，利用网络渠道大力推广产品，努力实现应收尽收、全员创收。在产品创新方面，一是酒店适时开展外卖餐饮等各类创新产品推广活动，上线外卖点餐小程序，采用无接触配送服务，助力拓宽酒店营收渠道，打通本地高端餐饮外卖市场。同时，公司着力打造精品主题酒店产品，丰富亲子、禅修、运动以及休闲度假主题产品内涵，充分满足客户消费需求，努力提升客户服务产品附加值。二是公司旅行社不断加大线上产品研发、集团购买市场开拓，坚持以高品质定制化产品吸引游客，打好产品“组合拳”，有效加强企业内部消费产业联动，实现公司全产业链价值最大

化、顾客体验最优化。三是随着景区实名制分时预约的常态化，线上旅游预订流量成为各家争夺的焦点，九华在线不断强化网络信息化建设，推进线上营销体系搭建，保证线上产品展示和竞争力，以品质服务获得市场广泛好评。在市场推广方面，公司积极创新宣传形式，加强“两微一抖”及头条等自媒体内容建设，利用抖音营销及直播带货深度运营抢占游客认知高地，如参与“云游江淮-品游池州”大型直播活动，助力花台景区线上推广，打造网红打卡地，充分借助现有自媒体强大的传播优势与转化率，放大宣传效应，打通全新销售渠道。

### **（三）强化内部控制，升级管理水平**

报告期内，公司加强内部管理，提振经营效率，努力实现增收节支，保障企业健康稳定发展。一是增进成本管理控制，从员工管理、原料物资采购、工程项目建设等多方面入手，优化成本管控，提升资源利用效率。二是梳理企业内部管理制度，促进人力资源管理、财务成本控制、市场渠道体系管控、安全生产管理等方面实现全方位提质升级，确保流程制度科学合理，持续锻造企业核心竞争力。三是苦练内功，坚持员工培训不放松，狠抓素质素养基本功。坚持召开技术交流分析会和技术岗位理论考核，举办厨艺交流培训、岗位技能大赛、直播培训等，通过以赛代训、实战演练等方式，持续提升员工服务技能水平和综合素质素养。

### **（四）强化品质管理，提升品牌价值**

报告期内，公司始终坚持以“成就游客完美旅程”为价值导向，持续推进品质品牌管理优化升级，不断丰富公司品牌价值内涵。针对疫情后游客对品质安全出行追求的日益迫切，公司各酒店强化产品准确定位，打造特色主题文化酒店产品，从卫生保洁、菜肴品质、服务意识、职业素养、环境营造、客史档案收集等方面精准优化，围绕顾客价值，拓宽服务范畴，完善增值服务，有效提升游客消费体验，满足客户高品质服务需求。随着品质提升工作的不断推进，公司逐渐探索出一条品质品牌打造之路，社会口碑和企业影响力不断提升，九华旅游的品牌力已成为客户选择产品的重要依据。

### **（五）强化项目建设，增强发展后劲**

报告期内，公司持续稳定推进项目建设，为公司长远发展奠定坚实基础。一是五溪山色大酒店升级改造项目，五溪山色度假区体育运动中心建设正有序进行中。二是持续推进五溪山色文化旅游度假区扩建项目，打造涵盖田园综合体、五溪山地度假综合体和高端民宿等多种业态的旅游综合产品，助推公司产业链不断延伸，切实增强企业品质品牌竞争力。三是积极探索池州区域周边优质旅游资源，为未来打造全域旅游目的地储备优质项目。

## **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