

# 安徽九华山旅游发展股份有限公司

## 2020 年度董事会工作报告

### 一、2020 年度工作综述

2020 年，新冠肺炎疫情的发生，给世界各国经济发展带来严重冲击和影响，居民收入减少，旅游需求下滑，游客出行受限，消费方式剧变，对旅游经济造成巨大损失。随着国内疫情的有效控制，国内旅游由最初的全部停摆逐渐向有序复苏转变，旅游需求的进一步释放给旅游产业带来了新的发展动力。

2020 年，面对新冠肺炎疫情的巨大冲击，公司也经历了从最初的停工停业、业绩亏损，到逐步复工复产、扭亏为盈。在市场旅游需求疲软、旅游消费方式转变等诸多复杂因素交织下，公司始终将疫情防控和安全生产放在首位，对外扩展宣传渠道，加大在线平台建设，对内加速产品创新，强化品质品牌内功打造和企业规范管理，经营上增收减支，管理上提质增效，保证企业平稳度过危机。

报告期内，公司实现营业收入 3.41 亿元，同比下降 36.52%，实现归属于上市公司股东的净利润 5,454.96 万元，同比下降 53.39%。主要工作情况如下：

#### （一）严抓党建内控，确保稳健运行

坚持党的领导，紧密围绕公司党委“把方向、管大局、保落实”重要作用，全面学习贯彻落实习近平总书记系列重要讲话精神，把党建工作融入到公司治理和经营管理各环节，以高质量党建引领高质量发展。一是严格按照要求召开党委会、党委中心组集体学习会议、警示教育和政治监督集体谈话和专题研讨等各类会议，发挥党组织领导作用。二是严格执行《党委议事规则》《重大事项请示报告制度》《“三重一大”决策制度实施办法》等规章制度，全面落实党委决策前置程序，凡属重大决策、重要人事变动、重大项目安排和大额资金使用，均事先提交党委会议研究。同时，进一步健全纪委、财务、审计、督察四方牵制的内控体系。

#### （二）强化防疫管控，重视安全生产

在疫情防控方面，公司积极落实政府防疫要求，多措并举实施好常态化疫情防控，认真做好流调信息登记，开发“九华通”微信小程序追踪记录轨迹，强化

游客接待服务区域环境卫生消毒等措施，全方位保障游客和员工生命安全，有序推进企业正常生产经营。在安全生产方面，坚持安全生产就是最大的效益，明确责任主体，抓严抓实安全生产管理制度建设、员工安全知识培训、安全检查、应急预案制定、设备设施维护以及项目安全建设等，强化常态化监管，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。

### **（三）加速产品创新，拓宽市场渠道**

报告期内，公司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，利用新兴网络自媒体渠道扩大宣传覆盖面。在产品创新方面，一是着力打造精品主题酒店产品，在餐饮菜品、客房氛围布置以及相关配套设施建设等方面，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，提升增值服务。在复工复产期间，酒店开展外卖餐饮推广活动，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。二是旅行社利用团队游、跨省游重启和旅游消费信心恢复的契机，加大线上产品研发、集团购买市场开拓，以高品质定制化产品吸引游客，打好产品“组合拳”，有效提升企业内部产业联动效率。在渠道推广方面，一是积极创新宣传形式，充分借助现代自媒体强大的传播优势与转化率，加强“两微一抖”及头条等自媒体内容建设，利用抖音全员推送及直播带货深度运营抢占游客认知高地，打通新销售渠道，放大宣传效应，提升品牌曝光率。报告期末，公司微信公众号“九华旅游 603199”粉丝总数 18.7 万，全年各分子公司发布抖音视频 1,055 个，总播放量达 2,800 万次。二是升级赋能九华在线，针对“无预约不旅游”出行特点，完善旅游攻略，创新传播与互动方式，强化线上平台运营，深化与各大 OTA 合作，打造立体化线上营销宣传矩阵。

### **（四）重视品质管理，塑造品牌形象**

报告期内，公司始终以“成就游客完美旅程”为价值导向，持续推进品质提升和品牌塑造。针对疫情后游客对品质安全出行的迫切要求，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，坚持“怀匠心、立匠德、铸匠力”，围绕顾客价值，拓宽服务范畴，完善增值服务，不断满足新时代游客精致化、个性化、差异化、特色化的旅游体验需求。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。在 2020 携程集团全球合作伙伴峰会上，公司聚龙大酒店、东崖宾馆、平天半岛大酒店、五溪山色大酒店、大九华宾馆均荣膺 2020 携程酒店口碑榜“最受欢迎酒店”。此外，公司还积极派出辅导组对池州等地多家结对民宿、农家乐开展现场“一对一”帮扶指导，输出品牌管理理念，带动池州旅游服务专业化水平的整体提升。

#### **（五）强化增收节支，优化内部管理**

报告期内，公司加强内部管理，提升经营效率，保障企业健康稳定发展。一是做好增收节支。在增收方面，强化企业内部营销和产品创新，积极争取各项政府补助和鼓励资金；在成本管理控制方面，从员工管理、原料物资采购、工程项目建设等方面入手，优化成本管控，提升资源利用效率。二是抓牢企业规范发展，梳理修订完善企业内控制度和流程，全面提质升级人力资源管理、财务成本控制、市场渠道体系管控、安全生产管理等，增强企业应变和抗风险能力。三是坚持员工培训不放松，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。2020 年，公司被省职业技能鉴定中心列为职业技能等级自主认定企业，充分彰显出公司在人才队伍技能培养方面的显著能力。

#### **（六）推进项目建设，夯实发展基石**

报告期内，公司稳定推进项目建设，为长远发展奠定坚实基础。一是积极推进内部更新改造，有效提升经营设备设施档次。二是顺利完成五溪山色大酒店配套休闲设施项目。三是持续推进五溪山色文化旅游度假区扩建项目，完成文宗古村奠基，打造涵盖“一山一水一村落”和“徽韵村落、禅意山舍”为文化主题的田园综合体、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，助推产业链不断延伸，增强品质品牌竞争力。四是积极探索池州区域优质旅游资源，为未来打造全域旅游目的地储备优质项目。

## **二、董事会日常工作**

### **（一）董事会会议召开情况**

报告期内，董事会严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，依法履行法定权利和义务，共召开了五次会议，审议了相关议案，内容涉及提名补

选董事、定期报告、经营管理、规范运作等事项，有力保障了公司各项工作稳定有序开展。具体情况如下：

1. 2020年2月20日，公司召开第七届董事会第六次会议，审议通过了《关于拟入伙安徽省中安旅游大健康产业基金合伙企业(有限合伙)暨关联交易的议案》《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》《关于提请召开2020年第一次临时股东大会的议案》。

2. 2020年4月28日，公司召开第七届董事会第七次会议，审议通过了《2019年度总经理工作报告》《2019年度董事会工作报告》《2019年度财务决算报告》《2019年度利润分配方案》《2020年度财务预算报告》《关于续聘会计师事务所的议案》《2019年年度报告》《2019年年度报告摘要》《关于2019年日常关联交易执行情况及2020年日常关联交易预计的议案》《2019年度内部控制评价报告》《2019年度募集资金存放与使用情况的专项报告》《未来三年（2020-2022年）股东分红回报规划》《关于提名补选第七届董事会非独立董事候选人的议案》《2020年第一季度报告》及其正文、《关于会计政策变更的议案》《关于提请召开公司2019年年度股东大会的议案》，听取了《董事会审计委员会2019年度履职情况报告》《2019年度独立董事述职报告》。

3. 2020年7月17日，公司召开第七届董事会第八次会议，审议通过了《关于提名补选第七届董事会非独立董事候选人的议案》《2020年半年度报告》及摘要。

4. 2020年10月16日，公司召开第七届董事会第九次会议，审议通过了《2020年第三季度报告》及其正文。

5. 2020年12月30日，公司召开第七届董事会第十次会议，审议通过了《关于拟参与竞拍池州市九华山弘愿旅游发展有限公司100%股权暨关联交易的议案》《关于调整第七届董事会非独立董事候选人的议案》《关于修订〈九华旅游企业年金方案〉的议案》《关于提请召开公司2021年第一次临时股东大会的议案》。

## **（二）董事会召集召开股东大会的情况**

报告期内，公司董事会召集召开股东大会具体情况如下：

1. 2020年3月10日，公司召开2020年第一次临时股东大会，审议《关于拟入伙安徽省中安旅游大健康产业基金合伙企业（有限合伙）暨关联交易的议案》，该议案未通过，审议通过了《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》。

2. 2020年6月16日，公司召开2019年年度股东大会，审议通过了《2019年度董事会工作报告》《2019年度监事会工作报告》《2019年度财务决算报告》《2019年度利润分配方案》《2020年度财务预算报告》《关于续聘会计师事务所的议案》《2019年年度报告》《2019年年度报告摘要》《未来三年（2020-2022年）股东分红回报规划》《关于补选第七届董事会非独立董事的议案》，听取了《2019年度独立董事述职报告》。

公司董事会根据《公司法》《证券法》等有关法律法规和《公司章程》及公司制度的有关规定，严格执行股东大会通过的各项决议，确保公司稳健运行。

### 三、报告期内主要经营情况

报告期，公司实现营业收入341,043,065.16元，同比下降36.52%；实现归属于上市公司股东的净利润54,549,591.87元，同比下降53.39%。报告期末，公司总资产1,434,839,417.77元，比上年度期末下降0.46%；净资产1,231,624,160.24元，比上年度期末增长2.60%。

#### （一）主营业务分析

##### 利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位：元 币种：人民币

| 科目            | 本期数            | 上年同期数           | 变动比例（%） |
|---------------|----------------|-----------------|---------|
| 营业收入          | 341,043,065.16 | 537,219,493.88  | -36.52  |
| 营业成本          | 198,350,934.47 | 278,635,822.70  | -28.81  |
| 销售费用          | 20,218,660.89  | 28,362,609.87   | -28.71  |
| 管理费用          | 59,059,631.77  | 76,114,821.77   | -22.41  |
| 财务费用          | -857,020.78    | -464,804.59     | -84.38  |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 94,391,328.66  | 224,483,668.41  | -57.95  |
| 投资活动产生的现金流量净额 | -87,705,152.91 | -102,210,028.46 | 14.19   |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | -24,349,600.00 | -18,815,600.00  | -29.41  |

#### 1. 收入和成本分析

报告期内公司实现主营业务收入 336,838,945.82 元，同比减少 36.84%，主要受新冠肺炎疫情影响。

##### （1）主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位：元 币种：人民币

| 主营业务分行业情况 |                |                |         |               |               |              |
|-----------|----------------|----------------|---------|---------------|---------------|--------------|
| 分行业       | 营业收入           | 营业成本           | 毛利率 (%) | 营业收入比上年增减 (%) | 营业成本比上年增减 (%) | 毛利率比上年增减 (%) |
| 旅游服务业     | 336,838,945.82 | 196,370,015.45 | 41.70   | -36.84        | -28.91        | 减少 6.50 个百分点 |
| 主营业务分产品情况 |                |                |         |               |               |              |
| 分产品       | 营业收入           | 营业成本           | 毛利率 (%) | 营业收入比上年增减 (%) | 营业成本比上年增减 (%) | 毛利率比上年增减 (%) |
| 酒店业务      | 125,197,679.75 | 115,392,217.84 | 7.83    | -25.10        | -22.83        | 减少 2.72 个百分点 |
| 索道缆车业务    | 135,196,959.60 | 32,678,756.42  | 75.83   | -41.44        | -17.80        | 减少 6.95 个百分点 |
| 客运业务      | 57,207,314.15  | 32,400,257.16  | 43.36   | -36.96        | -30.64        | 减少 5.16 个百分点 |
| 旅行社业务     | 19,236,992.32  | 15,898,784.03  | 17.35   | -56.83        | -60.50        | 增加 7.67 个百分点 |
| 主营业务分地区情况 |                |                |         |               |               |              |
| 分地区       | 营业收入           | 营业成本           | 毛利率 (%) | 营业收入比上年增减 (%) | 营业成本比上年增减 (%) | 毛利率比上年增减 (%) |
| 池州市       | 336,838,945.82 | 196,370,015.45 | 41.70   | -36.84        | -28.91        | 减少 6.50 个百分点 |

报告期内，本公司主营业务收入均来自旅游服务业，按照产品类别分为：酒店业务、索道缆车业务、客运业务和旅行社业务，且全部集中在安徽省池州市境内。

## (2) 成本分析表

单位：元 币种：人民币

| 分行业情况 |         |                |              |                |                |                   |      |
|-------|---------|----------------|--------------|----------------|----------------|-------------------|------|
| 分行业   | 成本构成项目  | 本期金额           | 本期占总成本比例 (%) | 上年同期金额         | 上年同期占总成本比例 (%) | 本期金额较上年同期变动比例 (%) | 情况说明 |
| 旅游服务业 | 旅游服务业成本 | 196,370,015.45 | 100          | 276,245,291.84 | 100            | -28.91            |      |
| 分产品情况 |         |                |              |                |                |                   |      |
| 分产品   | 成本构成项目  | 本期金额           | 本期占总成本比例 (%) | 上年同期金额         | 上年同期占总成本比例 (%) | 本期金额较上年同期变动比例 (%) | 情况说明 |
| 酒店业务  | 酒店成本    | 115,392,217.84 | 58.76        | 149,526,300.87 | 54.13          | -22.83            |      |

|        |        |                |        |                |        |        |              |
|--------|--------|----------------|--------|----------------|--------|--------|--------------|
| 索道缆车业务 | 索道缆车成本 | 32,678,756.42  | 16.64  | 39,756,127.91  | 14.39  | -17.80 |              |
| 客运业务   | 客运成本   | 32,400,257.16  | 16.50  | 46,714,249.12  | 16.91  | -30.64 | 受疫情影响收入减少所致。 |
| 旅行社业务  | 旅行社成本  | 15,898,784.03  | 8.10   | 40,248,613.94  | 14.57  | -60.50 | 受疫情影响收入减少所致。 |
| 合计     |        | 196,370,015.45 | 100.00 | 276,245,291.84 | 100.00 | -28.91 |              |

## 2. 费用

单位：元

| 科目   | 本期数           | 上年同期数         | 变动比例 (%) | 说明                     |
|------|---------------|---------------|----------|------------------------|
| 销售费用 | 20,218,660.89 | 28,362,609.87 | -28.71   |                        |
| 管理费用 | 59,059,631.77 | 76,114,821.77 | -22.41   |                        |
| 财务费用 | -857,020.78   | -464,804.59   | -84.38   | 主要受活期存款利息增加、银行手续费减少影响。 |

## 3. 现金流

单位：元

| 科目            | 本期数            | 上年同期数           | 变动比例 (%) | 说明           |
|---------------|----------------|-----------------|----------|--------------|
| 经营活动产生的现金流量净额 | 94,391,328.66  | 224,483,668.41  | -57.95   | 主要受营业收入减少影响。 |
| 投资活动产生的现金流量净额 | -87,705,152.91 | -102,210,028.46 | 14.19    |              |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | -24,349,600.00 | -18,815,600.00  | -29.41   |              |

## (二) 资产、负债情况分析

### 资产及负债状况

单位：元

| 项目名称   | 本期期末数         | 本期期末数占总资产的比例 (%) | 上期期末数        | 上期期末数占总资产的比例 (%) | 本期期末金额较上期期末变动比例 (%) | 情况说明         |
|--------|---------------|------------------|--------------|------------------|---------------------|--------------|
| 在建工程   | 16,303,650.79 | 1.14             | 4,086,862.06 | 0.28             | 298.93              | 主要系支付工程款增加所致 |
| 长期待摊费用 | 5,193,492.45  | 0.36             | 8,568,874.48 | 0.59             | -39.39              | 主要系花台栈道、服    |

|         |               |      |               |      |         |                             |
|---------|---------------|------|---------------|------|---------|-----------------------------|
|         |               |      |               |      |         | 装费摊销所致                      |
| 递延所得税资产 | 8,086,140.12  | 0.56 | 4,745,899.88  | 0.33 | 70.38   | 主要系企业所得税可抵扣暂时性差异增加所致        |
| 应付账款    | 32,669,775.49 | 2.28 | 52,106,279.70 | 3.61 | -37.30  | 主要系应付工程设备款减少所致              |
| 预收款项    |               |      | 7,832,796.77  | 0.54 | -100.00 | 系销售预收款项重分类至合同负债项目所致         |
| 合同负债    | 7,992,708.72  | 0.56 |               |      |         | 系销售预收款项重分类至合同负债项目所致         |
| 应交税费    | 26,020,388.52 | 1.81 | 40,490,011.02 | 2.81 | -35.74  | 主要系疫情影响,本期应纳税所得额减少所致        |
| 其他流动负债  | 1,364,392.66  | 0.10 | 954,697.69    | 0.07 | 42.91   | 系销售预收款项相关的增值税销项税额重分类至其他流动负债 |

## 四、未来发展趋势讨论与分析

### (一) 行业竞争格局和发展趋势

#### 1. 旅游业发展趋势

据文化和旅游部统计,受新冠肺炎疫情影响,2020年度国内旅游人数28.79亿人次,比上年同期下降52.10%。国内旅游收入2.23万亿元,比上年同期下降61.10%,疫情对旅游行业产生了巨大的冲击,但随着疫情防控经验的丰富和新冠疫苗的成功研制,国内疫情防控已取得明显成效。从中长期来看,旅游市场持续向好和稳定发展格局没有改变,旅游业依然承担着稳就业和促消费的压舱石和加速器的作用。

2021年,是国家“十四五”发展规划的开局之年,我国处在重要战略机遇期和关键发展期。从国际层面看,受疫情蔓延影响世界经济遭受重创,新旧动能转换,世界多极化加速发展,国际体系面临新的挑战,国际形势不稳定性不确定性显著上升。从国内来看,我国发展处于“两个大局”和“两个一百年”交汇下的重要战略机遇期,已经转向高质量发展阶段,形成了以国内大循环为主,国内国际双循环相互促进的新发展格局,市场发展前景广阔。



从旅游行业来看，旅游行业已经成为我国五大幸福产业之首，旅游逐渐成为“美好生活”的核心构成，成为国计民生的重要内容。国家对旅游产业的大力支持，旅游与其它产业的融合不断加强，旅游+等业态层出不穷。随着新冠肺炎疫情的蔓延，出境游预计相当长时期都将受到影响，而国内疫情的有效控制和疫苗的广泛普及，为国内带来了更加宽松自由的旅游环境，出境游的萎缩，旅游市场重新分配，旅游需求进一步释放，国内旅游行业未来前景可期。

## 2. 九华山旅游环境变化趋势

九华山是风景名山、历史名山和文化名山，其独特的自然风光和人文底蕴是吸引游客的核心内涵，也是公司核心竞争力的重要保证。

九华山地理位置优越，交通非常便捷，北俯长江，南望黄山，是国家战略长江经济带示范区建设的重要组成部分。境内G3京台高速、G50沪渝高速、池州港旅游码头、九华山机场等，已构成立体化交通网络。景区至周边县区都开通了旅游“直通车”、公交车和直达班线。目前，北上广深、东南沿海、长三角、珠三角等主要客源地都实现交通网络全覆盖，景区“最后一公里”问题全面解决。

受国内外多种因素及新冠肺炎疫情持续影响，2021年九华山旅游市场会出现以下变化：**一是**后疫情时期，经济增长和未来收入增长的不确定性导致游客消费能力下降，消费更趋理性；**二是**团队游比重下降，散客化愈发明显，出游多为自由行、自费性、定制性；**三是**出游方式发生变化，一日游为主体，来山游客行程有可能缩短、过夜率下降，家庭出游占比显著提升；**四是**会议、奖励旅游、康养市场有恢复性增长；**五是**线上预订占比持续上升，景区门票预约制促使游客消费方式进一步升级，在线预订和营销迎来新机遇。

## 3. 公司未来发展环境及竞争格局

公司位于安徽省池州市境内，主要业务分布于九华山风景区，拥有的四大主营业务（酒店业务、索道缆车业务、旅游客运业务和旅行社业务）形成了比较完整的旅游业务链，将旅游业的“食、住、行、游、购、娱”有机的结合起来，在九华山风景区旅游市场一直占据着主导地位，目前，公司经营九华山风景区内的索道缆车业务，并获得了景区内旅游客运业务专营权，酒店业务占据着中高端市场，具有明显的竞争优势和一定的市场份额。

酒店板块经过一系列的投资改造升级硬件和品质提升强化软件已经初步完

成全面的转型升级。在竞争不断加剧、消费者需求多样化的环境下,公司酒店凭借着独特的文化内涵、准确的市场定位、高质的服务水平和科学的运营管理在市场中依然占据着强有力的竞争力地位。

交通板块始终坚持走规范安全生产管理之路,通过不断排查安全隐患,有效巩固了公司索道、客运、游船等业务的安全运营,实现了安全管理、服务水平、技术保障和风险防控方面的稳步提升,全年运营持续安全稳定。

在景区整体竞争上,公司各板块均保持着强有力的优势地位。虽然传统旅行社不可逆的受到互联网新业态的冲击,但公司已经积极推进产品转型,不断加大定制游、康养、亲子等创新产品开发力度,有效拉动内部消费,同时调整市场渠道,前瞻性的扩展九华旅游在线电子商务平台,引进一流技术人才和先进平台企业运作模式,把九华在线打造成池州市旅游企业的营销平台和大型OTA落地服务平台,构筑私域流量池,提升长尾消费,线上渠道收入占比不断增长,企业品牌宣传覆盖面持续扩张,同时依托着公司完善的产业联动优势和较强的口碑号召力,线上线下产业加速融合,已成为公司收入的一个新增长点。

## **(二) 公司未来发展战略**

坚持走旅游专业化发展道路,坚持品牌化发展战略,坚持人才培养战略,致力打造“满意加惊喜”品牌服务理念,构筑旅游精品产品,不断提升客户体验感、获得感,不断创造生活新方式,不断成就游客完美旅程,努力将公司打造成国内领先旅游产业集团,开创九华旅游跨越发展的新局面。

拥抱国家长江三角洲区域一体化发展战略的有利时机和文旅融合发展的历史性机遇,引领和带动池州市旅游高质量发展方向,充分提升产业链优势,重点做好景区、酒店、索道及交通、田园综合体、旅居康养等五大核心板块建设,探索文创、休闲、农业、体育等产业融合产品,进一步巩固提升公司的核心竞争力和行业地位。

公司将以成熟的经营模式和科学的管理理念为依托,利用并购重组、出资入股、品牌输出等方式,提升企业可持续、跨区域发展和应对风险防范能力,推动九华山、池州乃至周边地域优质旅游资源的整合开发,做大做强数字旅游区域平台,搭建完成以九华旅游为核心的区域旅游综合体。

## **(三) 经营计划**

考虑目前面临的经济环境、疫情趋势、行业形势及市场需求等因素对预期的影响，在疫情无重大反复的情况下，公司预计2021年经营计划目标：全年力争实现营业收入4.3亿元，实现利润总额0.94亿元，净利润0.7亿元。为完成上述目标任务，将重点做好以下工作：

### **1. 强化市场渠道扩展升级，构筑全媒体宣传阵地**

一是做好九华旅游在线升级和赋能创新。加强与大型 OTA 沟通学习交流，学习互联网企业经营模式，研究线上销售合作方式，打通从预订到消费的堵点，引进高端技术人才和先进平台企业运作模式，利用先进技术，进一步推进景区智慧化建设，打造池州市旅游企业的营销平台和大型 OTA 落地服务平台。二是不断优化升级“九华旅游 603199”微信公众平台，以满足客户需求为第一要务，深耕优质内容，持续加大平台推广，进一步提高微信公众号的知名度。三是拓展宣传渠道，巩固“两微多抖一头条”阵营，提升产品数字化生产能力，借助新媒体宣传平台，使产品转化为图文、视频等方式，扩大宣传覆盖面，提升游客体验，做好客户流量转化，打造全媒体文化传播阵地。四是强化旅行社创新定制产品开发，做好中远程市场开拓，打通线上营销线下落地服务循环。

### **2. 推进重点项目建设，保障企业可持续发展**

一是五溪山色度假区项目。围绕“一山一水一村落”，打造涵盖休闲、度假、旅居、养老等多功能，集山地度假圣地和新型田园综合体等多业态类型度假项目。二是做好九华山交通转换中心功能提升改造项目前期工作，进一步完善景区公共基础设施，提升游客换乘服务体验，树立九华山接待窗口形象。三是加快推进狮子峰项目报批工作，做好政策研究，积极跟进审批流程。四是大九华宾馆、九华山中心大酒店升级改造项目，调整产品市场定位，提升产品档次质量，构筑酒店优势服务品牌。五是谋划储备好一批支撑企业高质量发展新项目。通过研究未来旅游发展趋势，消费需求的升级，结合全市旅游资源实际，思考谋划旅游休闲度假、旅居项目，进一步增强企业核心竞争力和应急应变抗风险能力。

### **3. 深入推进品质提升，构筑企业品牌向心力**

一是始终以客户需求为中心，强化全员品质意识和品质能力提升，深入了解游客品质需求痛点，秉持为顾客创造价值的理念。二是强化品质管理制度体系建设，不断丰富品管体系内容，做到标准化、规范化和实用性，切实提升品质管理

的针对性和有效性。三是充分利用品质专业小组的平台优势，不断发现和培养认知水平、专业素养较高的不同领域的“领军人物”，形成品质管“明星”带动效应，以点带面，提升全员品质管理能力。四是优化品质管理工作机制，磨合好 9S 品质管理模式，打通服务与销售之间的堵点，形成内部品质与外部口碑相互促进、内外资源一体化的服务优势。

#### 4. 做好常态化疫情防控和安全生产

严格按照疫情防控要求，做好常态化疫情防控，为游客创造良好的旅游出行安全环境，充分保证游客和员工的安全。时刻将安全生产放在首位，抓好企业安全生产工作，压实安全生产主体责任，实现安全生产“七个零”目标。

#### 5. 助推人力资源转型改革，打造职业人才团队

一是大力引进人才，拓宽人才引进渠道，注重高素质人才引进，严把人才进口关，加强员工队伍优化及人才储备。二是做好常态化人才培养，通过挂职锻炼、定向培养、定期轮岗、关键岗位锻炼，创新培训形式，不断更新后备人才队伍，提升员工整体素质和素养，培养主人翁意识和工匠精神，构筑职业化经理人团队。三是完善制度管理体系，优化人力资源调配、薪酬分配、绩效考核、内部选拔等工作，进一步完善人力资源管理体系，调整人才结构，科学合理做好人力资源规划，发挥人力资源效益最大化，建立适应企业创新转型发展的人力资源工作机制。四是畅通年轻人晋升渠道和职业发展通道，完善基层管理岗位公开选拔方案，优化调整考核内容及考核权重，突出考核重点，形成更加公平、公正的人才竞争机制，将合适的人放在合适的岗位上，营造公正、透明、阳光的职场环境，为企业长久发展提供人才支撑和保障。

**特别提示：**以上经营计划仅为公司 2021 年经营事项的前瞻性陈述，不构成公司对投资者的业绩承诺，也不代表公司对 2021 年度的盈利预测，能否实现取决于行业发展状况等诸多变化因素，存在较大不确定性，投资者应当理解经营计划与业绩承诺之间的差异，注意投资风险。

#### （四）可能面对的风险

##### 1. 重大疫情、自然灾害等不可抗力风险

重大疫情、自然灾害是经营中的不可抗力因素，特别发生在旅游旺季，将直接对公司的经营业绩产生不利影响。

新冠肺炎疫情在全球迅速蔓延，对旅游业产生了巨大的冲击，疫情的反复对行业发展影响存在较大不确定性。目前，国内的疫情防控已形成常态化机制，国内旅游预计将逐渐恢复。公司将持续做好日常疫情防控工作，同时加快市场推广、产品创新和服务品质提升等，减少疫情对公司经营产生的不利影响。

## **2. 景区容量受限风险**

随着九华山周边大交通的改善，堵车、排队等问题接踵而至，对景区承载量和客运、索道带来压力。尤其是黄金周等节假日高峰，景区客流量承载负荷较大，自然生态环境、旅游资源也容易遭受破坏，将影响景区和公司的持续性发展。

## **3. 行业特有安全性风险**

公司的索道和缆车属于特种设备，客运业务从事游客运输，都对安全性有极高的要求，如果因管理不善或遇到极端天气，可能会发生安全问题，将对日常经营和公司形象产生不利影响。

安徽九华山旅游发展股份有限公司

二〇二一年四月