

安徽九华山旅游发展股份有限公司

2021 年度董事会工作报告

一、2021 年度工作综述

2021 年，国内疫情多点复发，旅游业跌宕起伏。上半年，国内疫情精准控制，旅游业逐步复苏，公司经营业绩有序恢复；下半年，受区域疫情反复影响，尤其是南京、上海、杭州等核心市场地多发疫情，防控政策收紧，游客接待量快速下降，公司经营业绩也随之波动。面对市场的不断变化，公司管理层和全体员工在董事会的领导下，坚持以市场需求为导向，以经济效益为中心，以疫情防控为保障，以品质服务为抓手，以项目建设为引擎，在全体员工的不懈努力下，同时得益于公司不断完善的旅游产业链和产业体系，全年经营业绩恢复较好，整体保持了平稳发展的健康态势，实现“十四五”良好开局。公司共实现营业收入 4.26 亿元，同比增长 24.81%，实现净利润 6,052 万元，同比增长 10.95%。

报告期内，公司主要从事以下重点工作：

（一）落实从严治党责任，扎实推进党建工作

始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，全面落实新时代党的建设总要求，将党建工作作为年度经营目标考核体系中的重要内容，充分发挥党委“把方向、管大局、保落实”的领导作用，夯实党史学习教育成果，完善落实党建和党风廉政建设工作责任制，持续提升党建工作引领力，推动企业党建工作实现高质量发展。

（二）巩固立体市场渠道，着力运营模式创新

不断巩固现有“三社一线一中心”（中旅、国旅、九之旅、九华在线电子商务公司、预订中心）和会员俱乐部（“九华旅游 603199”微信平台），提升产品数字化生产能力，全面布局抖音、微信视频号、小红书等自媒体流量平台，深化社群营销体系，构筑融媒体宣传矩阵，着力企业商业模式创新，畅通线上线下营销渠道，发挥产业联动优势，实现内外循环，助推旅游业态多元化、数据信息化建设。

（三）坚持常态化疫情防控，安全生产平稳有序

始终将常态化疫情防控和安全生产作为重中之重，将客户和员工的生命财产安全放在首位，精准做好疫情防控。根据疫情防控部门要求，坚决落实好常态化防疫措施，做好员工疫苗接种和核酸检测等工作，在此基础上，制定《防范新冠病毒疫情内控工作指引》，进一步完善疫情防控体系，有效保障企业疫情防控长效机制落到实处。

（四）深化品质管理，提升品牌价值

发挥品牌的引领作用，坚持走以质量打造品牌、以品牌引领高质量发展的道路。上线电子票务系统，实现客运、缆车和索道产品数字化、线上线下售检票一体化，有效提升工作效率及游客体验，提升景区智慧化管理水平；举办系列专项美食制作技艺大赛，对传统地方特色菜肴进行深入挖掘和大胆创新，结合新时代皖南美食文化、池州山水文化、九华山禅养文化等区域特色文化，打造公司酒店特色创新菜肴；对标九华山 5A 级景区旅游服务标准，全面优化升级接待基础设施和综合服务水准，提升企业服务产品形象；积极参与安徽质量品牌故事大赛，讲好质量品牌故事，弘扬九华旅游匠人精神，充分展示企业质量提升和品牌建设成果。

（五）推进重点项目建设，落实企业战略布局

一是文宗古村田园综合体项目，已完成森林穿越步道和田园花海西区建设，并推进古村落和水上休闲区项目建设。二是持续推进狮子峰景区开发项目报批工作。三是大九华宾馆贵宾楼改造项目，已完成项目规划设计方案。四是九华山交通转换中心功能提升项目，积极推进项目规划设计方案报批。

（六）加强人才建设，构筑发展优势

一是大力引进人才。实行常态化招聘，重点招录高学历员工和优秀成熟人才，加强员工队伍优化及人才储备，深化校企合作，构筑稳定的基层人才和专业技能人才引进渠道。二是强化人才培养。加强员工培训，创新培养举措，不断更新后备人才库。三是畅通人才成长通道。完善基层管理岗位公开选拔方案，坚持开展专业技能人才技术等级评定，形成公平、公正和立体化的人才竞争机制。四是完善薪酬分配体系。按“论贡献、绩效优先”“责任与收入对等”的分配原则，薪酬发放向关键重要岗位倾斜、向基层员工倾斜，充分发挥考核激励作用。

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，共召开了四次会议。具体情况如下：

1. 2021年4月28日，公司召开第七届董事会第十一次会议，审议通过了《2020年度总经理工作报告》《2020年度董事会工作报告》《2020年度财务决算报告》《2020年度利润分配方案》《2021年度财务预算报告》《关于续聘会计师事务所的议案》《2020年年度报告》和《2020年年度报告摘要》、《关于2020年日常关联交易执行情况及2021年日常关联交易预计的议案》《2020年度内部控制评价报告》《关于补选第七届董事会专门委员会委员的议案》《2021年第一季度报告》及其正文、《关于修订〈九华旅游财务管理制度〉的议案》《关于九华山交通转换中心功能提升项目的议案》《关于九华山狮子峰景区项目的议案》《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》《关于吸收合并池州市九华山弘愿旅游发展有限公司的议案》《关于设立安徽九华山旅游发展股份有限公司九华山中心大酒店分公司的议案》《关于提请召开公司2020年年度股东大会的议案》，听取了《董事会审计委员会2020年度履职情况报告》《2020年度独立董事述职报告》。

2. 2021年7月29日，公司召开第七届董事会第十二次会议，审议通过了《2021年半年度报告》及摘要。

3. 2021年10月19日，公司召开第七届董事会第十三次会议，审议通过了《关于修订〈公司章程〉的议案》《关于修订〈股东大会议事规则〉的议案》《2021年第三季度报告》。

4. 2021年11月14日，公司召开第七届董事会第十四次会议，审议通过了《关于大九华宾馆商务楼隐患整改及装饰改造项目的议案》。

（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. 2021年1月21日，公司召开2021年第一次临时股东大会，审议通过了《关于补选第七届董事会非独立董事的议案》《关于修订〈九华旅游企业年金方案〉的议案》。

2. 2021年6月2日，公司召开2020年年度股东大会，审议通过了《2020年度董事会工作报告》《2020年度监事会工作报告》《2020年度财务决算报告》《2020年度利润分配方案》《2021年度财务预算报告》《关于续聘会计师事务所的议案》《2020年年度报告》《2020年年度报告摘要》《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》《关于吸收合并池州市九华山弘愿旅游发展有限公司的议案》《关于设立安徽九华山旅游发展股份有限公司九华山中心大酒店分公司的议案》，听取了《2020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425,669,227.21元，同比增长24.81%；实现归属于上市公司股东的净利润60,523,299.71元，同比增长10.95%。报告期末，公司总资产1,491,159,466.01元，比上年度期末增长3.93%；净资产1,275,755,066.27元，比上年度期末增长3.58%。

（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	425,669,227.21	341,043,065.16	24.81
营业成本	250,256,109.00	198,350,934.47	26.17
销售费用	24,499,797.33	20,218,660.89	21.17
管理费用	73,677,251.62	59,059,631.77	24.75
财务费用	-454,740.21	-857,020.78	46.94
经营活动产生的现金流量净额	120,125,995.86	94,391,328.66	27.26
投资活动产生的现金流量净额	-195,501,867.94	-87,705,152.91	-122.91
筹资活动产生的现金流量净额	-16,832,000.00	-24,349,600.00	30.87

1. 收入和成本分析

报告期内，公司实现主营业务收入 420,439,538.50 元，较上年同期增长 24.82%，主营业务成本 247,651,948.45 元，较上年同期增长 26.11%。

（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	420,439,538.50	247,651,948.45	41.10	24.82	26.11	减少 0.60 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	152,210,127.69	148,784,698.95	2.25	21.58	28.94	减少 5.58 个百分点
索道缆车业务	170,616,184.35	36,922,537.42	78.36	26.20	12.99	增加 2.53 个百分点
客运业务	73,645,292.01	40,332,851.16	45.23	28.73	24.48	增加 1.87 个百分点
旅行社业务	23,967,934.45	21,611,860.92	9.83	24.59	35.93	减少 7.52 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	420,439,538.50	247,651,948.45	41.10	24.82	26.11	减少 0.60 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	247,651,948.45	100	196,370,015.45	100	26.11	
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	148,784,698.95	60.08	115,392,217.84	58.76	28.94	
索道缆车业务	索道缆车成本	36,922,537.42	14.91	32,678,756.42	16.64	12.99	
客运业务	客运成本	40,332,851.16	16.29	32,400,257.16	16.50	24.48	
旅行社业务	旅行社成本	21,611,860.92	8.73	15,898,784.03	8.10	35.93	
合计	合计	247,651,948.45	100.00	196,370,015.45	100.00	26.11	

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	24,499,797.33	20,218,660.89	21.17	
管理费用	73,677,251.62	59,059,631.77	24.75	
财务费用	-454,740.21	-857,020.78	46.94	主要受活期存款利息减少影响。

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	120,125,995.86	94,391,328.66	27.26	
投资活动产生的现金流量净额	-195,501,867.94	-87,705,152.91	-122.91	主要受本期收购子公司影响
筹资活动产生的现金流量净额	-16,832,000.00	-24,349,600.00	30.87	主要受本期股利分配同比减少影响

(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
货币资金	61,087,387.09	4.1	153,295,259.17	10.68	-60.15	主要系本期购买子公司弘愿旅游支付现金对价所致，对价金额为

						10,482.13 万元
应收账款	916,762.60	0.06	1,614,642.23	0.11	-43.22	主要系账龄 1 年以内的期末应收款余额同比减少 70.19 万元
预付款项	2,578,468.54	0.17	3,965,681.93	0.28	-34.98	主要系预付门票款同比减少所致
其他应收款	1,660,205.12	0.11	1,214,955.16	0.08	36.65	主要系账龄 1 年以内的往来款同比增加 69.33 万元
使用权资产	4,905,156.81	0.33				因执行新租赁准则，本公司合并财务报表相应调整 2021 年 1 月 1 日使用权资产 538.44 万元
无形资产	154,156,912.81	10.34	100,690,471.04	7.02	53.1	主要系本期企业合并增加 5,125.13 万元
商誉	9,558,473.16	0.64				本期购买子公司弘愿旅游，合并成本大于取得的可辨认净资产公允价值份额
长期待摊费用	846,284.17	0.06	5,193,492.45	0.36	-83.7	主要系执行新租赁准则，将景区停车场地使用权 180 万重分类至使用权资产
递延所得税资产	12,236,332.91	0.82	8,086,140.12	0.56	51.32	主要系企业所得税可抵扣暂时性差异增加所致
一年内到期的非流动负债	64,016.06	0.004				因执行新租赁准则，本公司合并财务报表相应调整 2021 年 1 月 1 日一年内到期的非流动负债 6.2 万元
租赁负债	3,458,407.76	0.23				因执行新租赁准则，本公司合并财务报表相应调整 2021 年 1 月 1 日租赁负债 352.24 万元
递延所得税负债	9,237,564.95	0.62				系非同一控制企业合并资产评估增值所致

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，2021 年国内旅游总人次 32.46 亿，比上年同期增加 3.67 亿，增长 12.8%。国内旅游收入（旅游总消费）2.92 万亿元，比上年同期增加 0.69 万亿元，增长 31%。新冠疫情已经持续了将近两年的时间，在国内外多极新格局和风险挑战增多的复杂局面下，我国旅游业经历了严峻的挑战和漫长的恢复。随着国内科学研判、分类指导、动态调整、精准防控的机制越来越成熟，2021 年国内虽然受局地多点散发疫情影响，旅游经济复苏进程在下半年出现明

显波动，但全年旅游经济总体上呈现阶梯型复苏的态势。2022年，疫情仍将是影响旅游复苏最大的不确定因素。

从国际层面来看，地缘政治格局深刻调整与演化，战争风险骤增，当前国际形势处在剧烈的变动中，格局的重新塑造进程在加剧，全球性高通胀持续，加之新冠疫情仍在全球肆虐，病毒频繁变异增加了疫情防控和全球经济复苏的不确定性，全球经济预计向中低速增长回归。

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。2022年，我国经济工作的主基调是“稳字当头、稳中求进”，着力实现宏观经济大盘和社会大局“双重稳定”，经济增速将会有所放缓，李克强总理在政府工作报告中指出，2022年发展主要预期目标是：国内生产总值增长5.5%左右，居民收入增长与经济增长基本同步，宏观经济的需求收缩、供给冲击、预期转弱在旅游领域都会有更明显的体现。

在此基础上，党的十九届系列全会，以及《“十四五”旅游业发展规划》和相关纾困政策的密集出台，从刺激需求、保护供给双端利好旅游行业恢复，为投资拉动和创新驱动的旅游经济增长注入了强大动能，旅游行业复苏向上的进程不会停止，创新发展的势头不会减弱，提供更多优秀文化产品和优质旅游产品，满足人民文化需求和增强人民精神力量，将成为旅游行业未来发展的重要目标。

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。

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，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。公司积极推进市场渠道和产品优化转型，引进一流技术人才和先进平台企业运作模式，推动九华旅游在线电子商务平台建设，构筑池州市旅游企业的营销平台和大型 OTA 落地服务平台，加速融媒体宣传矩阵构建，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，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，成为公司收入的一个主要增长点。

（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，致力打造优质品牌服务理念，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。

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，引领和带动区域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，经审慎研判，公司预计 2022 年度营业收入 4.40 亿元，利润总额 0.94 亿元，净利润 0.70 亿元。为完成上述目标任务，将重点做好以下工作：

1. 凝心聚力抓党建

紧密围绕企业发展大局和生产经营中心任务，继续发挥党委“把方向、管大局、保落实”的领导作用，加强思想政治建设、组织建设、班子建设、人才管理和思想宣传教育，抓好战略性全局性方向性工作，深入推进全面从严治党，夯实党建工作基础，以高质量党建工作营造风清气正的政治环境，推动公司各项工作落实落地。

2. 全力以赴抓市场

积极拥抱疫后旅游市场需求变化，全力推动市场营销“数字化”转型，精准触达“C”端，实现线上线下相融合，构筑立体化营销矩阵。丰富“九华旅游 603199”微信公众平台线上宣传推广和线下引流，借力 OTA 平台延伸营销触角，直达“C”端，深化“九华旅游社区”社群营销，重点开展抖音、小红书等短视频宣传，持续推行直播带货，搭建私域流量，不断完善“两微一抖”宣传矩阵，同时以三家旅行社和预订中心为抓手，打造中远程团队市场和目的地散客市场营销体系，充分发挥公司产业链优势，深化服务产品创新，持续提升产品数字化生产能力，助推线上线下服务融合，打造一站式落地服务体系。

3. 严格落实抓防疫

始终把疫情防控放在讲政治的高度。严格按照风景区和属地疫情防控要求，科学做好常态化疫情防控，坚决克服麻痹思想、厌战情绪、侥幸心理和松懈心态，做好“验二码、一米线、测体温、戴口罩”等常态化防疫措施，做好经营场所公共区域卫生消毒等，从严从紧落实各项防控措施，守住来之不易的防控成果。

4. 全面覆盖抓安全

抓好常态化安全生产工作，坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的工作

方针，坚持“党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责”的管理要求，健全各单位一把手负总责、全体员工共同参与、总部职能部门加强监管的工作机制，牢守安全底线，从严落实各项安全生产措施，实施闭环管理，实现安全生产“七个零”目标。

5. 苦修内功抓品质

持之以恒抓好品质工程，提升公司差异化竞争力。坚持品质提升“一把手”工程的理念，持续完善各分子公司自检自纠和品质办巡检督办的双轨制质量管理体系，通过夯实品质管理基础、完善服务流程设计、巩固优质交流平台和推动产品创新等举措，持续提升接待水平，培育精益求精的工匠精神，推动企业精细化管理，增进服务产品人文内涵，不断促进公司品牌口碑的持续提升。

6. 面向未来抓项目

一是持续推进狮子峰景区项目报批。**二是**推进文宗古村项目建设。**三是**推进九华山交通转换中心项目，建设满足游客自驾、在线预订等需求，融合智慧景区、立体停车场以及长途汽车站等功能的综合服务集散中心，提升九华山游客服务中心接待能力。**四是**做好大九华宾馆改造项目安全施工。**五是**推进石台旅游综合体项目。**六是**鉴于当前疫情反复和经济下行压力，行业洗牌加剧，旅游产业投资处于深度转型，公司将根据战略发展需要，抢占先机，加大项目前期调查与风险评估，加速区域旅游资源掌控布局，谋划储备资源性旅游项目，为企业未来发展奠定坚实基础。

7. 持续推进抓规范

坚持抓好企业的规范化运作水平。进一步强化预算控制、成本管控、审计督察、人力资源、工程采购招议标、安全生产等全链条和全要素管理，完善内控体系建设和管理，增强核心竞争力和预防抵抗风险能力，不断推进企业高质量发展。

特别提示：以上经营计划仅为公司 2022 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 2022 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

二〇二二年三月