

证券代码：600749

证券简称：西藏旅游

公告编号：2024-014 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”）第八届董事会第二十九次会议、第八届监事会第二十九次会议审议通过了《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）的审计报告，截至 2023 年 12 月 31 日，公司合并报表累计未分配利润为-149,307,964.50 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二十九次会议、第八届监事会第二十九次会议审议通过相关议案后，该事项将提交公司 2023 年年度股东大会审议。

二、亏损的原因

2020-2022 年，外部环境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。2023 年，国内旅游市场加速回暖，公司基于近年来积淀，以产品和市场活动相结合的营销策略，以数智化、标准化共同赋能游客服务和安全运营，推进全年主营业务稳定增长。2023 年度，公司实现营业收入 21,253.42 万元，增幅 76.09%，归属于上市公司股东的净利润 1,454.50 万元。

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、聚焦核心 IP，立足内容产品，丰富差异化产品供给

公司将立足林芝国际生态旅游度假区和阿里冈底斯国际旅游合作区，以“藏地文化+高原康养+九垂乐游”为主线，链接区域生态旅游服务要素，丰富特色场景的深度体验产品。针对自由新生代，公司将以线上传播平台为抓手，深度挖掘在地文化价值，联合生态合作伙伴共同开展网红打卡、主题集市、文化休闲相关产品培育。针对中产人群和新潮银发客群，公司将更加注重休闲度假、九垂博物、高原康养相关生态要素组合，建立与游客的深度情感链接，实现在地文化体验升级，以及目的地体验的从“点”到“面”，从而逐步形成完善的差异化产品供应体系。

2、精准品牌营销，搭建全周期的客户服务体系

在精准客群分析的基础上，公司将以“立品牌、强体验、阔宣传、高热度”的立体传播，通过官方平台、营销渠道、异业品牌的联合推广，深度触达游客需求，首先，公司将深度整合优势品牌资源，通过林芝桃花节、冈仁波齐转山大会等成熟 IP，联动渠道联盟，激活传播热度，加大曝光量，提高粉丝量；其次，基于各景区丰富的特色产品体系，通过数智营销吸引游客，扩大品牌影响力；公司还将联合政府部门、传统线下渠道，持续开展目的地营销，夯实存量大盘。依托日益完善的智慧平台和服务机制，公司将进一步实现客户服务、客户反馈、客户留存的全周期服务管理，强化游客体验重塑口碑，挖潜产品品牌价值。

3、构建区域行业生态圈，助力旅行生态良性进化

2023 年，公司与区内核心旅游景区发起设立的西藏自治区旅游景区协会正式挂牌成立，目前会员单位超过三十家，协会在提升旅游景区服务质量、促进旅游产业升级转型方面发挥了积极力量。在此基础上，公司还将进一步构建林芝景区协会、民宿协会等西藏旅游区域生态圈建设，同时加强与航司、铁路等异业合作，激活入藏流量。公司还将加速高原康养联盟建立，从学术科研、卫生健康、政府支持层面打破高原反应恐惧的传统认知，消除游客进藏心理障碍，提升区域性整体市场活力。

4、围绕“创新+”多元体验服务打造，建设高品质高绩效生态联盟

基于全方位的客户需求、组织能力认知和反思，以及 2023 年“场景主理人分享模式”的成功实践，公司将逐步打破现有以专业、区域而设立的组织，围绕

客户服务、用户创值重构生态组织，主要分为：整合区域生态资源、开发新产品、提供跨场景游程服务的能力平台型生态组织；直面进藏客户品质需求的场景运营生态组织；在现有服务场景中成长、为新场景赋能的能力裂变型生态组织。与此同时，公司还将通过内外部人才挖掘、关键角色培养等方式储备产品设计、营销推广、旅程管家、主理人等关键角色，加速实现生态组织的可持续发展和能力裂变。

5、完善数字化标准化治理模型，助力区域文旅数智建设

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，公司募投项目数字化运营平台建设持续推进，2024年公司将加大投入力度，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，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

2024年4月9日