

公司代码：600138

公司简称：中青旅

中青旅控股股份有限公司
2024 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1、本年度报告摘要来自年度报告全文，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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，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、立信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司本年度拟以2024年末总股本723,840,000股为基数，向全体股东按每10股派发现金红利0.70元（含税），共计分配股利50,668,800.00元，剩余可供股东分配的利润411,884,581.82元结转至下一年度。该预案尚需提交2024年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

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	中青旅	600138	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	范思远	李岚
联系地址	北京市东城区东直门南大街 5 号 中青旅大厦	北京市东城区东直门南大街 5 号 中青旅大厦
电话	010-58158717、58158702	010-58158717、58158702
电子信箱	zhqb@cyts.com	zhqb@cyts.com

2、报告期公司主要业务简介

（一）公司所属行业发展阶段

2024 年，中国文旅产业伴随着国际局势和经济形势的变化在跌宕中复苏发展。2024 年，习近

平总书记对旅游工作做出重要指示，着力完善现代旅游业体系，加快建设旅游强国，推动旅游业高质量发展行稳致远。根据国内旅游抽样调查统计结果，2024 年，国内出游人次 56.15 亿，比上年同期增加 7.24 亿，同比增长 14.8%。2024 年，国内游客出游总花费 5.75 万亿元，比上年增加 0.84 万亿元，同比增长 17.1%。旅游在扩大消费需求、服务美好生活、营造祥和氛围中的作用日益彰显，快速发展的文旅产业也已成为更好满足人民对美好生活向往的重要途径。

随着外交、移民、公安、口岸、金融等部门政策红利的不断释放，针对外籍人员入境出台了一系列便利措施，加上文化和旅游系统在全球范围内加大推广“你好！中国”，全年入境游客数量实现了超预期增长，出境旅游市场也呈加速复苏态势。据国家移民管理局数据，2024 年，全国移民管理机构累计查验出入境外国人 6488.2 万人次，同比增长 82.9%；累计查验内地居民出入境 2.91 亿人次，同比增长 41.3%。

与此同时，部分地区、部分企业面临增收不增利甚至营收不增反降的情况，一方面是相较 2023 年高基数的自然回落，另一方面，国内经济回升向好基础还不稳固，有效需求不足，特别是消费不振，穷游作为一种更为经济实惠的旅游方式开始成为新的常态，消费者在旅游决策过程中更加注重性价比，对旅游产品的价格敏感度不断提高。

综合来看，2024 年旅游业市场保持稳健增长，国家层面政策密集出台，但也受到群众就业增收面临压力、国内需求不足的影响。

（二）公司所处行业地位

中青旅作为国内 A 股首家旅行社类上市公司、中国第一家拥有中央大型金融控股集团发展背景的旅游类上市公司，在资本市场、供应商、同业、客户等方面均积累了丰富的资源，自上市以来打造了旅游服务、整合营销、景区、酒店等多个专业化平台，并积极探索旅游与其他产业的融合发展，不断推进旅游产业价值链的整合与延伸，构建起自己的核心经营模式、品牌优势和竞争壁垒，在旅游行业加速变革的浪潮中打下了坚实的根基。2024 年，公司荣获“优选文旅集团”、“年度文旅上市集团”、中国旅行社协会“旅行社品牌 20 强”等荣誉。

中青旅以“国内一流文旅综合服务商”为战略目标，现有业务包括文旅目的地投资运营管理和文旅综合服务业务。

文旅目的地投资运营管理业务以乌镇、古北水镇为代表，通过对景区的开发、经营和管理，将历史文化遗产与旅游复合式可开发相结合，定位“综合型目的地”，提供景区内全产业链业务服务，并持续提升景区综合服务能力、丰富景区内涵，推动景区转型升级，精心打造高品质文化型

旅游目的地。同时不断在轻资产输出方面进行尝试，通过“运营前置、策划先行”的原则，打通顶层规划设计、建设咨询、文旅运营等服务链条，提供文旅全周期服务，助力“城市更新、文化自信、乡村振兴”等国家战略。

文旅综合服务业务包括旅行社业务、整合营销业务、酒店运营管理业务。旅行社业务是公司传统核心业务，公司始终坚持以“正品行货、中高端定制、创意主题、目的地服务”为主打，致力于打造一站式互联网旅游服务综合平台，为客户提供定制化、主题化、精品化的旅游服务。整合营销业务通过打造贯穿线上线下的整合营销服务体系，专注于为企业、政府、社团等机构客户提供涵盖会展活动、营销传播、赛事演艺、博览会运营等多种业态协同高效的整合营销服务解决方案。酒店运营管理业务专注于“中国文旅酒店先锋”定位，坚持打造文化型、智慧型品牌酒店，以差异化经营为市场提供特色鲜明的酒店住宿场所及精选服务。

公司策略性投资业务以 IT 硬件代理和系统集成业务、福利彩票技术服务业务及中青旅大厦租赁业务为主，每年为公司贡献净利润。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	17,691,336,640.63	17,286,872,735.63	2.34	17,564,752,231.70
归属于上市公司股东的净资产	6,308,173,517.11	6,214,054,394.37	1.51	6,019,611,594.10
营业收入	9,956,818,409.65	9,634,839,565.77	3.34	6,416,841,787.68
归属于上市公司股东的净利润	160,449,900.56	193,997,395.84	-17.29	-333,551,708.91
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	101,130,628.10	130,170,525.76	-22.31	-417,718,633.90
经营活动产生的现金流量净额	282,668,361.07	920,485,743.89	-69.29	-312,157,866.71
加权平均净资产收益率(%)	2.56	3.17	减少0.61个百分点	-5.40
基本每股收益(元/股)	0.221665	0.268011	-17.29	-0.46

稀释每股收益 (元 / 股)	0.221665	0.268011	-17.29	-0.46
----------------	----------	----------	--------	-------

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	1,922,317,820.37	2,428,342,677.82	2,697,113,044.53	2,909,044,866.93
归属于上市公司股东的净利润	-28,998,995.53	101,569,558.77	80,488,174.86	7,391,162.46
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-28,062,800.14	101,892,908.68	78,829,650.13	-51,529,130.57
经营活动产生的现金流量净额	29,529,653.16	167,718,674.16	130,238,693.11	-44,818,659.36

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数 (户)							72,439
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数 (户)							66,521
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数 (户)							0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数 (户)							0
前十名股东持股情况 (不含通过转融通出借股份)							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
中青旅集团有限公司	1,447,786	125,752,786	17.37	0	无		国有法人
香港中央结算有限公司	21,800,676	25,466,009	3.52	0	无		其他
中国光大集团股份公司	0	21,631,806	2.99	0	无		国有法人
中青创益投资管理有限公司	0	20,475,000	2.83	0	无		国有法人

龚佑芳	3,356,100	7,262,900	1.00	0	无	境内自然人
中国银行股份有限公司—富国中证旅游主题交易型开放式指数证券投资基金	-163,075	6,188,625	0.85	0	无	其他
招商银行股份有限公司—南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	4,079,900	4,772,300	0.66	0	无	其他
辽宁方大集团实业有限公司	0	4,136,397	0.57	0	无	境内非国有法人
招商银行股份有限公司—华夏中证1000交易型开放式指数证券投资基金	1,914,800	2,568,500	0.35	0	无	其他
郑家训	2,410,000	2,410,000	0.33	0	无	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	中青旅集团有限公司的控股股东为中国光大集团股份公司，中青创益投资管理有限公司的控股股东为中国青旅集团有限公司，其他股东之间是否存在关联关系或是否属于一致行动人尚不清楚。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前10名股东情况

□适用 √不适用

5、公司债券情况

√适用 □不适用

5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率 (%)
中青旅控股股份有限公司 2022 年度第一期中期票据	22 中青旅 MTN001	102281967	2025-08-30	500,000,000	3.15

5.2 报告期内债券的付息兑付情况

适用 不适用

5.3 报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

适用 不适用

5.4 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

单位:元 币种:人民币

主要指标	2024 年	2023 年	本期比上年同期增减 (%)
资产负债率 (%)	51.98	51.71	0.27
扣除非经常性损益后净利润	101,130,628.10	130,170,525.76	-22.31
EBITDA 全部债务比	0.11	0.13	-2
利息保障倍数	3.29	2.87	42

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2024 年，公司实现营业收入 99.57 亿元，同比增长 3.34%，实现归属于上市公司股东净利润 1.60 亿元，同比下降 17.29%。

2024 年旅游市场消费格局发生较大变化，行业供给端竞争加剧，中青旅坚持文旅融合发展，提升文化与品牌附加值，通过创新差异化产品和提升精细化运营能力提升市场竞争力，以质取胜，扩大“国内一流文旅综合服务商”品牌影响力和客户服务能力，经营态势保持稳定。

中青旅自上市以来，始终深耕旅游主业，面对新的市场机会和挑战，持续蓄力优势资源，夯实核心能力，在景区、整合营销、旅行社服务、酒店等业务基础上，构建形成目前聚焦文旅目的

地投资运营管理和综合旅游服务的差异化业务特色和发展格局。公司锚定高质量发展要求，聚焦“数字、文化、生态、质量、安全”五个方面，努力提升数智运营能力、资本运营与治理能力、风险防范与化解能力、绿色发展与资源整合力、文旅融合创新力。

（一）文旅目的地投资运营管理业务

公司在乌镇、古北水镇等国内领先文旅目的地综合体投资运营基础上，积累了丰富的景区投资和筹开运营经验，团队具备成熟创意与标准化运营管理能力，通过长期积淀的文旅目的地营销经验和各地旅游发展大会服务项目，公司广泛深度链接各地政府文旅提升资源，通过“运营前置、策划先行”的原则，打通顶层规划设计、建设咨询、文旅运营等服务链条，提供文旅全周期服务，助力“城市更新、文化自信、乡村振兴”等国家战略。目前已实现以华东、华南、华北、西部四大区域为核心的首轮布局。

1. 乌镇景区

报告期内，乌镇景区继续深化塑造文旅目的地内核，以内容创新、产品迭代、科技赋能为抓手，保持度假乌镇的市场竞争力，发挥文化乌镇的品牌影响力，拓展会展乌镇的发展空间。2024年乌镇景区共接待游客 743.38 万，其中东栅景区接待游客 213.05 万，西栅景区接待游客 530.33 万，同比均略有下降。乌镇公司实现营业收入 16.81 亿元，同比下降 5.81%，净利润 2.95 亿元，同比增长 3.98%。

2024 年，乌镇景区将文旅融合作为景区价值的关键提升点，将去同质化作为增强景区竞争力的核心举措。在经营业态的迭代升级上，充分利用现有场景挖掘二次消费潜力，创新推出“好好生活节”、“古镇消夏节”、“乌村夏令营”等年度品牌活动，打造沉浸式、场景化、年轻态景区新面貌。同时重点推进配套设施改造并延展景区活动范围，东栅景区基础设施提质升级、打造茅盾文学主题书店，增强休闲度假氛围；堤上酒店推出“运河长堤 Party”、“眺运河露台缤纷夜”等活动，发力主题酒店运营，提升入住率；北栅粮仓举办“层叠的年轮”艺术展、“戏梦粮仓”活动提供更多体验空间及艺术形式，寻求以新业态、新玩法、新场景激发消费新需求。在拓展文化乌镇品牌内涵上，景区聚焦自有 IP 打造，成功举办第十届乌镇戏剧节，并持续放大其对全年文化活动的辐射效应，实验性推出贺春季演、乌镇仲夏夜特别演出季，依托木心美术馆举办“上海赋”、“萧邦之心”、“《木心遗稿》朗读会”等专题活动，以交互体验、深度参与挖掘文化消费潜力。在巩固会展乌镇优势上，景区高标准服务第十一届世界互联网大会·乌镇峰会，圆满完成京东星火计划、中国建筑装饰博览会暨顶墙展、乌镇健康大会等多个千人大型商务会议及展览活

动，为客人提供多元化会展模式，进一步夯实景区商务会展洽谈能力及大客户长期合作基础，打造会展服务市场标杆。此外，乌镇景区近年来在智慧景区建设上不断发力，“刷脸”进景区、扫脸入住、智能布草、智能床垫、自助语音导览、智慧停车系统、WiFi 全覆盖等智能设施设备，为游客带来一站式智能服务体验。

2.古北水镇

受周边游市场消费需求持续外溢影响，报告期内古北水镇接待游客 129.84 万，同比下降 14.78%，实现营业收入 5.55 亿，同比下降 24.46%，因折旧摊销等成本费用较为固定，营业收入同比下降导致净利润持续承压。

古北水镇围绕“光之城”打造核心 IP，着力挖掘特色资源与历史文化底蕴，通过持续丰富业态、提高品牌推广力度等举措，进一步挖掘潜在客群，增强内生动力。报告期内，星空音乐季、红叶季、长城脚下逛庙会、冰雪体验季等主题活动内容不断推陈出新，长城音乐喷泉水舞秀、无人机孔明灯秀等常态化演出不断优化升级，各类演出场次突破 230 场，并融合非遗文化新增 15 项新手工体验，推出 10 余款数字文创礼物，以多样性、创新性体验场景强化文旅融合力度。依托《江山竞秀》、《很高兴认识你》、乌兰图雅演唱会、吕思清“一叶知秋”音乐会等知名 IP，结合演艺活动及新增业态，以“长城下的文化体验”为核心品牌定位，加大与新媒体、OTA 等营销渠道合作力度，通过短视频、社交媒体传播、达人直播等方式，大幅提升品牌影响力及市场辨识度。凭借特色资源禀赋及高质量文旅融合发展模式，古北水镇荣膺北京市首家国家级旅游度假区，并入选国家文化产业示范基地。未来，古北水镇将坚守传统文化底蕴，并持续挖掘消费需求，激发消费新活力，优化营销策略，挖掘中远端客群，积极提升景区业绩。

3.拓展业务

近年来，公司依托央企背景和文旅综合服务能力，打通政府、市场及产品、业态，整合旗下优势资源，为有提升发展诉求的地方政府提供策划、规划、投资、建设、营销、运营等服务，在新市场环境下对轻资产输出业务模式进行有益尝试，拓展新成长空间。报告期内咸阳秦文化城市夜游、威海栖霞街特色街区、邯郸广府古城提升改造等项目相继开业，有效助力当地城市更新改造。以科技场馆运营为契机，积极开拓空间运营新业务，旗下子公司全面运营中国科技馆，并成功中标深圳市科技馆运行项目，打造场馆运营标杆项目。

咸阳市秦文化城市夜游项目围绕“一河、两岸、双桥”布局，以“梦回咸阳”为文化标识，融合光影水秀等科技手段与美学创作，构建“历史场景+互动体验+文创消费”夜游业态，是全国首个以“秦文化”为核心的城市夜游文旅项目，5月1日景区古渡廊桥项目开业，报告期内累

计接待游客超过 220 万人次，荣获“年度文旅演艺创新项目”奖项。威海栖霞街特色街区项目挖掘街区百年历史文脉，利用数字光影科技手段复原当地历史贸易盛况，通过变百年老宅为艺术展厅、打造海滨文化体验场景、引进外地品牌首进威海等方式丰富“精致威海”内涵。7月26日威海栖霞特色街区开业，报告期内累计接待游客超 200 万人次，荣获龙雀奖“2024 年度沉浸式商业文旅综合体”。邯郸广府古城提升改造项目以科技创新为驱动，以历史文化为灵魂，打造城墙数字光影秀、护城河光影游船夜游、无人机表演秀等夜游项目，并增添非遗体验、国潮旅拍等特色项目，充分发掘广府古城文化底蕴，塑造文旅融合新地标。10月1日邯郸广府古城项目开业，报告期内接待游客 150 万人次，荣获“年度文旅科技创新应用项目”，“不一样的广府了不起的邯郸”国庆主题活动周案例入选中国旅游研究院“文化和旅游深度融合发展地方范例”。

（二）文旅综合服务业务

公司文旅综合服务业务包括涵盖会议活动管理、公关传播、数字营销、目的地营销、博览展览、体育营销等多板块的整合营销业务，以公民旅游、入境旅游、高端旅游、商务旅游、出入境签证为主要内容的旅行社业务，自营、加盟、托管等酒店运营管理业务。

1.整合营销业务

整合营销业务凭借专业队伍、优质客户资源以及科学精细管理能力，在会展活动、赛事演艺、营销传播领域保持较强的竞争优势，同时，积极探索空间运营服务业态，落地自主 IP 会议，并强化科技驱动，挖掘智慧会展潜力，着力打造新增长点。

中青博联夯实会展主业，深度参与服务 2024 全球可持续交通高峰论坛、中非合作论坛峰会、2024 中国服务贸易交易会、第七届中国国际进口博览会、2024 北京市旅发大会、2024 成都世界园艺博览会等不同类型的高规格会议，并参与保障北京市政府参加 46 届世界遗产大会并举办中轴线申遗活动，助力多家企业出境营销、参展活动，彰显品牌影响力。顺利举办珠海国际海洋智能科技展览会、OA 2024 国际海洋科学技术装备设备展览会等自主 IP 会议，探索从项目服务商向活动主办方的转型发展。升级自主研发产品“智运营”，构建集营销推广、会议管理、会员服务、成果汇编、数据沉淀于一体的智慧会展运营平台。2024 年底，中青博联成功引入战略投资者，未来将紧密协同，积极拓展粤港澳大湾区市场，推动与战略投资者多层次、多领域合作。报告期内，中青博联全年实现营业收入 19.88 亿，受整体市场环境影响，同比略有下降，实现净利润 4,516.58 万元，同比持平。

2.旅行社业务

受国际环境仍具不确定性、欧美等远程市场供应链尚未完全恢复等因素影响，出入境旅游市场仍存在一定复苏空间，在行业竞争更趋激烈的总体基调下，公司旅行社业务通过机构整合、业务创新，报告期内实现扭亏为盈。

报告期内，公司旅行社业务充分发挥卓越的产品研发力与服务能力，凭借创新化、细分化、主题化产品不断提升市场占有率。以创新产品引领市场，将多样化体验、小众目的地深度探索融入路线设计理念，推出“探索世界遗产”“体验民俗风情”“追寻文化遗迹”“造访自然奇迹”等一系列涵盖全球 100 余个国家及地区的精品旅游线路。以细分客群需求为导向，针对多元化出行偏好精准匹配产品，打造“非凡游学”、“芳华旅行家”、“潮游荟”等升级品牌。以主题化趋势为方向，推出春季赏花、户外徒步、体育赛事、冰雪运动等数百种主题玩法。营销渠道上，“批发+零售”双轮驱动，持续线下门店布局，并借助新媒体平台加速品牌营销推广，提升销售渠道覆盖能力。出境签证业务继续保持行业领先，入境签证业务稳健拓展，目前埃塞俄比亚、菲律宾、沙特、英国 4 国 8 城签证中心已开业。同时，公司较完整地保留了服务英、日、西语系境外游客的高水平导游团队，在入境旅游市场发展态势不断向好的趋势下进行快速响应，2024 年已服务 1200 人德国籍邮轮访问团、中日书法交流团、顶级商学院 200 名学生访问团等多个大型境外入境团队，入境业务板块将继续夯实传统入境团队游接待业务，并适应散客化趋势，提升专业定制旅游产品能力。

3.酒店业务

酒店业务在产品上将住宿与主题文化、当地民俗、周边出行、休闲功能结合，为消费者提供一站式旅宿服务。在营销上，加强会员活动策划，优化会员政策，提高会员粘性。同时借助 OTA 和新媒体渠道，通过短视频种草、直播等多元化营销手段，全方位展示酒店特色，积极开拓客源渠道。专注于“中国文旅酒店先锋”定位，坚持打造文化型、智慧型品牌酒店，以差异化经营为市场提供特色鲜明的酒店住宿场所及精选服务。

（三）策略性投资

策略性投资业务保持平稳发展态势，为公司提供稳定的收入和利润贡献。其中，创格科技 2024 年实现营业收入 38.83 亿元，实现净利润 5,005.69 万元。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用