



香港中旅國際投資有限公司
CHINA TRAVEL INTERNATIONAL INVESTMENT HONG KONG LIMITED

(股份代号: 308)

2022 全年业绩 发布会

2023年4月

BOARDING PASS
BUSINESS CLASS

NAME OF PASSENGER

TO SHAPOTOU

FROM
HONG KONG

TIME
10:00

DATE
03 APR 23



▶ 免责声明 (Disclaimer)

- 本文所载数据和资料仅为提供资讯目的。不得因任何目的向任何人直接或间接分发、复制、再分发或转递本文的全文或任何一部分。参加这次发布会可视为您同意遵守前述限制。任何不遵守这些限制可能构成违反适用的法律和法规。
- 本文所载资料不构成或不成为出售或认购、或招揽认购或邀请购买或认购任何证券的邀约，本文或其任何部分不构成任何合约或承诺的基础，亦不能据以订立任何合约或承诺。
- 本文载有前瞻性陈述，该等前瞻性陈述建基于现时香港中旅国际投资有限公司（“本公司”）对其与其附属公司营运的有关业务及市场的预期、估计、预测、信念及假设，并非是对未来表现的保证，且受制于市场风险、不明朗因素及非本公司所能控制的因素。因此，实际结果或回报或会与本文中所作假设及所含陈述大有不同。
- 尽管本文所载资料均取自认为是可靠的来源或按当中内容编备而成，本公司概不就有关资料或数据就任何特定用途而言的准确性、有效性、时效性或完备性作任何保证。若资料出现错漏或其他不准确又或由此引起后果，本公司概不负责或承担任何责任。本文所载数据乃按“现况”及“现有”的基础提供，数据内容可能被修订或更改。本公司对使用或依赖本文件所提供的数据而直接或间接产生的任何损失或损害概不负责或承担任何责任。



议程

01 业务回顾

02 发展战略及展望

03 财务概览



01

业务回顾

- 德天景区 | 广西

关键业绩指标

(亿港元)

收入

30.32

↓ 17%

VS 2021: 36.48

经营性应占亏损

-2.57

↓ 1.84

VS 2021: -0.73

股东应占亏损

-3.56

↓ 5.3

VS 2021: 1.74

总资产

237.63

↓ 8%

VS 31/12/2021: 258.08

股东应占权益

161.99

↓ 7%

VS 31/12/2021: 173.34

资金结余¹

30.37

↓ 9%

VS 31/12/2021: 33.41

注1: 剔除2021年出售非核心业务收益2.29亿港元, 受2022年1月起爆发的第五波新冠疫情的负面影响, 经营业务亏损较上年同期增加1.84亿港元; 注2: 资金结余包括现金及银行结余及其他理财产品等;

● 2022年公司管理层面面对新冠疫情持续冲击，积极应对，**稳经营、优存量、拓增量**，为迎接2023年旅游业复苏打下坚实基础

1 保现金流

- 通过数字化等手段引流创收
- 保障旅游地产项目交付
- 港澳业务降本增收、降低现金消耗；酒店业务扭亏
- 整体资产负债状况良好

2 践行精品理念

- 因应度假客群年轻化、亲子游普遍化的趋势，加快产品升级
- 打造“星星酒店”、“夜德天”等一批爆款产品
- 助推旅游景区业务2023年开局业绩超2019年同期水平

3 从运营切入投资

- 推进轻资产管理输出，巩固领先地位
- 桃花源项目从输出管理切入合作投资运营，延续轻重资产结合发展模式

4 数字化转型见初效

- 整体架构初步成型，建立数字化营销、会员体系、智慧景区标准、推动科创应用落地，为目的地引流赋能

5 股东支持、强化激励

- 控股股东中旅集团向本公司属下“中旅物投”注资4亿元，支持红磡酒店建设
- 在2023年1月向骨干员工授出购股权，有效加强公司的发展动力

2022年
收入恢复

68%

2023年 首2月
收入恢复

101%

注1：同比2019年

注2：2023年1-2月恢复率不含旅行社业务，数字来自管理帐

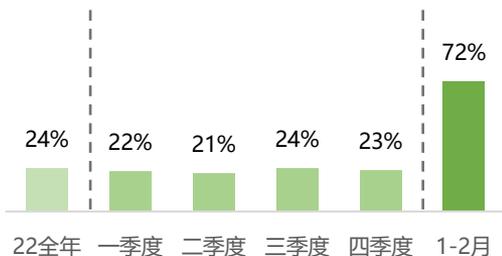


- 疫情最艰难的一年过去后，2023年1-2月旅游探底回升，叠加春节影响，旅游快速复苏，**旅游景区及相关业务总收入恢复至2019年同期水平**，其中：

主题公园

- 由于深圳及周边城市疫情反复，闭园等限制性导致较为依赖团队游客的主题公园2022年整体收入恢复较慢
- 世界之窗闪光世界迎新春、锦绣中华庙会节庆活动有效吸引本地客流，1月接待量超过2019年同期92%

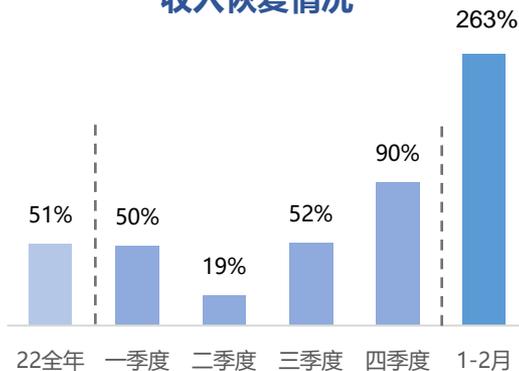
收入恢复情况



自然人文景区

- 跨省游低迷，导致较依赖外地游客的自然人文景区恢复较慢，部分景区如德天，位于疫区，**累计闭园时间长**
- 疫情后游客人数回升，打造的精品产品有效促进二次消费收入

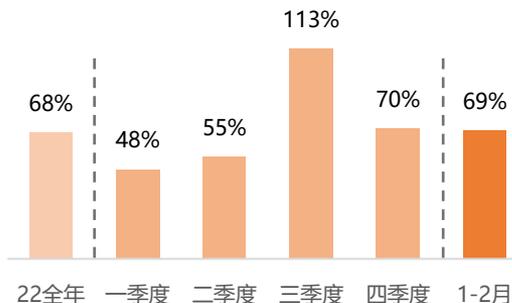
收入恢复情况²



休闲度假区

- 得益于疫情期间短途旅行的盛行，客房升级改造，积极的开拓家庭和团队会务市场等，休闲度假区在2022年取得了较好的表现
- 2023年1-2月总体恢复至2019年的7成左右

收入恢复情况³



注1：收入数据根据管理口径统计，为与2019年同期比较

注2：包含2019-2022年新落地景区，如德天、中沪文旅等

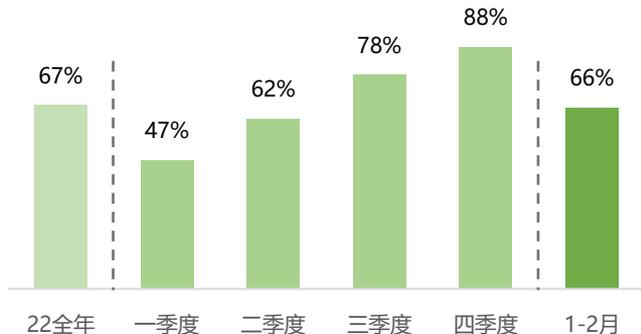
注3：不包含旅游地产的收入

1 拓展港澳本地收入 降低现金消耗 为恢复奠定基础

酒店

- 酒店业务整体收入同比2022年增长21%，主要是由港澳酒店带动恢复
- 北京酒店受疫情影响，收入同比下滑，整体恢复至2019年7成
- 港澳酒店积极争取隔离接待，开拓本地客源，2022年整体收入恢复至2019年7成，开源节流措施行之有效，贡献利润总额约3,200万港元

收入恢复情况



注1：收入数据根据管理口径统计，为较2019年同期比较

客运

- 2022年因持续封关，采取措施降低运营成本：如退役部分船只减少了维修费、退租非优势航线，进行员工结构优化等，**同比减亏超3成**
- 多元业务创收：开拓香港“专属抗疫巴士”业务；拓展本港和内地包租车业务、传媒广告业务等
- 通关后，因公司准备充分，率先于行业而恢复通车通船，并根据乘坐率，逐步调整班次

证件及其他

- 由于仍未通关，换证需求仍未恢复，2022年证件业务收入较2019年同期仍存在较大差距
- 通关消息发布后，证件业务恢复势头良好

- 港澳业务在正常年度对公司的利润贡献**超50%**，是公司的支柱业务
- 在疫情封关下，港澳酒店业务处于低效运营状态，跨境巴士、港澳客船服务及旅游证件业务更大受影响，令公司短期盈利受压
- 香港与内地和澳门正常通关后，在大湾区发展的带动下，港澳业务**中长期发展向好**的基本面保持不变

1 推进旅游地产保交付

- 有针对性的采取营销政策加快去化，5月起珠海及安吉项目认购金额环比较大幅度增长，2022年销售回款约人民币5.04亿元
- 结合实际调整开发节奏，以确保现金流稳健：
 - 住宅部分：保交付，珠海海泉湾、安吉项目竣备交付，并暂停新增支出
 - 商业部分：珠海海泉湾拟调整部分土地为明年开工，安吉商业小镇拟延后开发
- 2023年初，在政策支持和经济回暖的情况下，内地房地产市场有所恢复，但仍处于调整阶段。本集团将审慎控制新增旅游地产项目的开发规模和时间



珠海海泉湾

1.97
人民币亿元

期内回款金额

91%

累计去化率（货值）



安吉

3.06
人民币亿元

期内回款金额

77%

累计去化率



咸阳海泉湾

-
人民币亿元

期内回款金额

100%

累计去化率

期内确认收入总额

15.2
亿港元

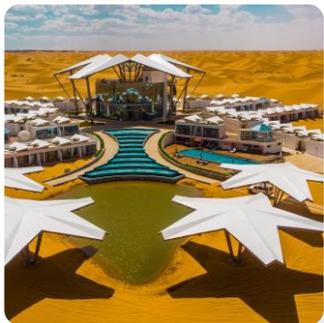
期内确认利润总额

2.5
亿港元

2 践行精品理念 沙坡头及德天恢复显著

- 自然人文景区之中，沙坡头和德天景区2023年首二月表现较好：

沙坡头景区



2023年 首2月营收

+497%

历史新高

较2019年同期

二销占比 近三年

50%

- 星星酒店获评「亚洲最佳旅游度假酒店」
- 暑期平均房价达 **2,400元**；出租率达 **95%**
- 在《一起露营吧》等节目曝光 **超10亿人次**

德天景区



2023年 首2月营收

+126%

历史新高

较2019年同期

二销占比 首2月

70%

- 推出“奇妙·夜德天”等 **20余个精品产品**
- 二销占比从项目落地之初的3%升至**70%**
- 游客群趋**年轻化**

2 践行精品理念 推出一批受市场青睐的爆款

休闲度假区

珠海海泉湾



海王星酒店改造项目抓紧工程收尾及开业筹备中

咸阳海泉湾



海泉宝贝8月投入运营，围绕城市亲子微度假市场的产品体系进一步丰富完善

安吉和乐谷



精品产品助力安吉2023年1-2月营收超2019年，**创历史新高**

主题公园

世界之窗



- 万圣节创新打造“世界奇妙夜”
- 新空中花园将于2023年春节投入运营
- 推进**冰雪世界**儿童拓展展馆等新项目

锦绣中华



新增彩车大巡游、夏日微露营、**漂流河**等多个互动体验产品和项目

获奖情况



年度最佳文旅产业投资集团

2022第六届中国文旅大消费年度峰会暨
“龙雀奖”系列数字藏品颁奖盛典



中国最佳旅游投资机构奖

2020年度第十届艾蒂亚奖颁奖典礼暨
艾蒂亚2021尼山春会



2019优秀文旅投资机构

第四届中国文旅产业年会暨
2019中国文旅风尚榜颁奖盛典

广西德天瀑布

- 中国旅游景区协会会员单位
- 中国生态旅游示范景区
- 2021年度全国文化和旅游新媒体传播力优秀案例
- 2020中国旅游业年度智慧景区创新奖
- 2020年度最佳夜游消费项目

沙坡头景区 星星酒店

- 2021年度中国最受欢迎度假酒店
- 2020年度中国最值得期待新开业酒店
- 2019年度中国最佳旅游规划设计奖
- 2019中国优秀旅游景区
- 2019中国黄河旅游文化奖

安吉 Club Med 度假村

- 2022年度最佳会议度假酒店
- 2021年度中国最佳亲子酒店
- 2020年度中国华东地区最具人气亲子度假酒店
- 2020浙江生态『坡地村镇』建设项目规划设计优秀成果奖
- 2019中国酒店大奖年度最佳酒店

开元森泊度假乐园

- 2022A+Awards建筑景观类别“专业评审奖”
- 携程豪华型人气酒店第3名
- 美团杭州萌控必去景点人气第1名
- 携程2019酒店口碑榜入选酒店
- 2019中国住宿大奖创新旅游奖

3 从运营切入投资 轻资产管理输出维持行业领先地位



景区总数 46

控股景区 13

参股景区 8

输出管理 25

独资及控股景区

- | | | | | |
|------------------------|---------------------------------|----------------|----------------------------|--------------|
| 浙江
宁波慈城古县城
安吉度假村 | 广东
深圳世界之窗
深圳锦绣中华
珠海海泉湾 | 四川
四川泸州老窖景区 | 广西
广西德天瀑布景区
广西花山岩画景区 | 新疆
新疆柏鲁文旅 |
| 宁夏
宁夏沙坡头 | 江西
江西庐山秀峰索道 | 陕西
咸阳海泉湾 | 云南
中旅泸沽湖 (丽江) | |

参股景区

- | | | |
|------------------------|-----------------------------------|--------------------|
| 安徽
黄山玉屏索道
黄山太平索道 | 浙江
杭州开元森泊度假乐园
浙江莫干山开元森泊度假乐园 | 四川
四川战旗村乡村振兴博览园 |
| 吉林
长春净月潭 | 山东
山东日照开元森泊度假乐园 | 湖南
长沙世界之窗 |

5A景区
13

4A景区
16

3 从运营切入投资 轻重并举发展、桃花源项目切入合作运营

25家

输出管理景区**25家**

2022年增加输出管理项目**9个**，包括新疆项目

5A级

5家

4A级

11家



30+年
景区管理经验



与领先度假品牌合作及推动自有品牌孵化，加快拓展速度

从输出管理 切入合作运营

2015年开始输出管理桃花源**5A景区**，通过展示运营能力和产品能力，助推与地方国资合资增量产品，2022年开始切入合作运营

将挖掘生态文化资源，引进国家地理IP，打造华中首个国家地理探索营和亲子度假目的地



常德桃花源景区



4 数字化能力 平台助力景区数字化转型初见成效



平台交易额

4,100万元



会员数

91万



赋能景区

17家



上线小程序

20个



接入渠道

13个

- 构建一站式小程序，数字化平台提升景区的对客服务能力和直销比例
- 对接OTA，接入微信、抖音等流量生态，为各景区打通销售链路
- 平台持续丰富数字化营销手段，助力景区营销
- 德天、泸沽湖、新疆等目的地运营取得一定进展
- 景区管理看板激活数据潜能，赋能管理层高效决策提升管理水平

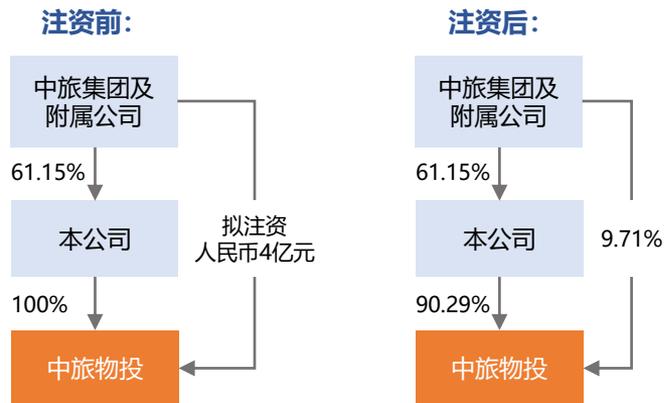


5 股东支持 中旅物投获增持资金

交易简介

- 本公司控股股东香港中旅（集团）有限公司（「中旅集团」）为**支持本公司红磡酒店建设项目**，向本公司全资附属公司香港中旅物业投资有限公司（「中旅物投」）注资人民币4亿元，该项目于2022年9月30日通过股东会
- 中旅物投主要持有红磡酒店建设项目、澳门维景酒店及本港投资物业

股权结构



项目裨益

1、支持红磡酒店建设，减轻资金压力

- 红磡酒店正进行主体施工，未来1年尚需约10亿港元建设资金
- 本次交易将为红磡酒店建设项目带来更充足的资金



红磡酒店建设项目

酒店定位：中端酒店
房间数：536间房
位置：距红磡地铁站约500米
开业时间：约2023年底
特色：顶楼海景无边际泳池

2、分散风险

在新冠疫情及宏观环境不明朗的2022年中，交易可将部分不可控风险分散

3、释放公司资产价值、避免摊薄独立股东股权

- 作价乃按中旅物投的评估值计算（与账面值比较出现较大溢价），有利于释放公司资产价值
- 相对于中旅集团直接增持上市公司股权，本次交易不影响上市公司的公众持股量

5 优化管治 股权激励

中旅国际于 **2023年1月27日** 向骨干员工授出购股权，将市值管理与员工利益捆绑在一起，有效促进了公司的发展动力

1、行使价

- **1.72港元**

2、购股权数目

- **6,140.4 万份**（其中董事：499.6 万份；其余骨干员工：5,640.8 万份）

3、购股权生效期

- **第一批33%：** 可于 **2025年1月27日** 至 **2030年1月26日** 行使；
- **第二批33%：** 可于 **2026年1月27日** 至 **2031年1月26日** 行使；及
- **余下34%：** 可于 **2027年1月27日** 至 **2032年1月26日** 行使

4、绩效目标

第一批生效：

- 2023年**投入资本回报率(「ROIC」)** 不低于1.0%，且不低于对标企业75分位值；
- 以2021年净利润为基数，2023年**净利润复合增长率**不低于5.0%，且不低于对标企业75分位值；及
- 2023年，完成**经济增加值(「EVA」)** 考核目标，且EVA增长值大于0

第二批生效：

- 2024年**ROIC**不低于1.5%，且不低于对标企业75分位值；
- 以2021年净利润为基数，2024年**净利润复合增长率**不低于5.0%，且不低于对标企业75分位值；及
- 2024年，完成**EVA**考核目标，且EVA增长值大于0

第三批生效：

- 2025年**ROIC**不低于2.0%，且不低于对标企业75分位值；
- 以2021年净利润为基数，2025年**净利润复合增长率**不低于5.0%，且不低于对标企业75分位值；及
- 2025年，完成**EVA**考核目标，且EVA增长值大于0

5、承授人考核

- 承授人于每个归属日期的购股权归属比例，将取决于承授人在紧接的前一年的表现考核结果



02

发展举措及展望

- 星星酒店 沙坡头 | 宁夏

景区业务	巩固、发展 核心竞争力	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">投资能力</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">产品能力</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">运营能力</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;">数字化能力</div> </div>
	抓住行业创新 发展机会	<ul style="list-style-type: none"> ● 投资旅游目的地: 强化项目落地能力, 推动布局优化, 推进自然人文、城市及城市周边休闲度假项目的拓展 ● 产品及IP整合与孵化: 聚焦头部产品品牌或IP, 合作打造双品牌, 或引入优质产品植入, 以及内生孵化
	提高运营效率 和回报	<ul style="list-style-type: none"> ● 以客户为导向, 研究市场偏好, 把握旅游消费趋势; ● 制定标准化业务流程和全过程对客服务体系, 健全服务标准和规范; ● 以抓世界一流企业建设为契机, 开展对标提升
港澳及 海外业务	<ul style="list-style-type: none"> ● 做强做优港澳业务: <ul style="list-style-type: none"> ➢ 推动存量业务恢复和红磡酒店建设; ➢ 推动港澳物业资产盘活, 优化存量资产结构, 腾出资金拓展优质增量; ➢ 扩大大湾区跨境客运业务规模 ● 做精海外项目: 推进马尔代夫安巴拉项目高质量开发; 探索系统化、规模化发展机遇 	

2023年重点工作安排



经营举措

- **景区经营举措**：抓住行业复苏机遇，通过精品产品打造、标准化服务流程等运营提升，提高整体效益

主题公园：做好活动和产品引入，积极创收；把握本地市场，采取本地化营销措施；积极推进两园规划，谋划发展

自然人文景区：持续推出精品产品，打造度假标杆品牌，提高二次消费比例

休闲度假区：抓住周边亲子度假以及企业特色市场，扩大目标群体；精品产品打造和服务提升，丰富产品内容和体验

- **在港业务**：在做好存量业务经营提升的基础上，拓展如跨境交通客运等行业的优势业务

发展举措

着力打造精品、标杆产品及IP

- 依托优质资源，深耕精品项目和拳头产品，持续保持市场热度
- **城市及周边度假品牌**：通过并购整合与自主孵化，打造可复制的度假产品组合
- **精品酒店软品牌**：依托泸沽湖酒店等项目，孵化精品酒店软品牌，逐步打造设计师品牌连锁

持续深化数字化转型

- 全面升级数字化平台功能，平台交易额GMV 2.2 亿元以上
- 完善会员权益体系，年内新增会员90万人，提升复购率达到20%
- 开展数字化营销，短视频/直播交易额突破2500万元，打造数字藏品平台，为旅游场景赋能

发力突破运营能力

- 编制自然人文景区、旅游休闲度假区两套服务标准
- 选取自然人文景区、旅游休闲度假区各1家试点打造服务标杆
- 围绕“服务大众”的主线，开展全年“3+4+N”系列营销活动

1 投资旅游目的地

自然人文景区：

- 聚焦中西部旅游资源富集地区，加强央地合作，争取年内获取优质的自然人文景区项目
- 积极与国家林草局、国家公园管理局对接，实现国家公园试点合作项目的突破

城市及城市周边休闲度假：

- 重点关注业内领先的休闲度假品牌，借用其优质资源和市场影响力实现业务拓展和共同发展
- 对存量项目通过投资新产品、旧产品改造、外部合作等方式激发活力，逐步实现转型

港澳及海外：

- 拓展优势业务：收购跨境客运企业，强化在大湾区综合跨境交通行业的领先地位；
- 探索收购和打造标杆型旅游目的地和IP

2 产品及IP整合

聚焦头部产品品牌或IP：

- 通过优质收购、联营或联合孵化，孵化集成拳头新产品，构建可复制的产品模型，逐步在细分领域形成领先优势



3 产品研发孵化

周边度假产品打造：

- 继续推动与开元森泊等业内优秀企业的合作，同时研究“小特精”的周边度假产品创新，以优秀品牌来撬动大城市群周边优质资源

精品住宿：

- 构建具备中旅基因并体现行业地位的精品酒店产品体系，孵化中旅自有品牌的高端营地产品体系和精品主题酒店布局

亲子产品：

- 推动桃花源项目与中国国家地理 IP 合作，打造桃花源亲子自然度假目的地



四川、西藏、新疆、云南等

- 在旅游资源富集地区（2023年春节，四川省的旅游收入和云南省的游客接待量位列全国第一），以轻重并举模式获取旅游目的地项目
- 获取景区内核心产品及二消，实现从景区流量到多元消费的转化
- 与已深耕当地核心景区和旅游目的地的同业合作，打造香格里拉、南疆环线精品产品

马尔代夫

- 在马尔代夫借力世界级海岛旅游资源和发展潜力较高市场环境，打造度假村，享受增长及回报，促进高质量发展

整体运营

- 通过获取核心产品及业务取得景区整体的运营权

流量管控

- 公域流量转私域，内部汇聚景区流量，交叉导流，协同赋能

点状投资

- 有选择性的投资经济效益良好的产品

景区头部企业

- 公司是中国景区头部企业之一，将继续整合、打造内地最优质的景区产品

核心城市周边

- 利用森泊等IP，获取城市群周边稀缺资源，合作打造文旅新地标
- 打造休闲度假目的地，形成旅游景区与旅游地产的结合

香港

- 扩大大湾区跨境客运业务规模
- 围绕香港本地文化特色风俗、国际地位，探索发展新型旅游目的地的机会

在旅游资源富集地 轻重并举，稳步落地标杆项目

为加快一流旅游目的地投资和运营，从消费端为主向消费端与产品供给端并重发展，本公司将通过战略合作、投资合作，整合目的地资源

云南精品酒店项目



- 云南是典型的多民族、多文化、多宗教地区，峰峦重叠起伏，峡谷急流纵横，境内雪峰林立，适宜开发旅游文化体验产品
- 拟在世界自然遗产、国家重点风景名胜区“三江并流”的腹心地区合作开发精品文化酒店，打造细分市场标杆产品

四川5A级景区



- 四川与云南交界处，原生态的自然风光和独特的地貌，是令人向往的诗和远方，近年随着交通改善，游客人数迅速增长
- 正在与当地企业探索**点状投资世界级历史文旅度假村寨**，植入藏地特色民宿等网红产品，同步推动目的地的整体运营合作和产品升级

新疆库尔德宁营地



- 库尔德宁景区（4A）是天山旅游大环线的重要节点，是天山世界遗产地和西天山国家级自然保护区，**被中国地理杂志评为“中国最美的森林”**
- 已经通过输出管理获取景区管理权，为丰富景区产品，提升景区服务品质，公司拟与政府共同合作投资营地项目，打造高端营地产品



“景区+特色酒店”全新度假模式

- 以5A级景区和国家级旅游度假区双轮驱动，整合周边旅游资源，形成以“沙漠、黄河、星空”为核心的多元产品体系
- 规划酒店住宿、主题娱乐、运动冒险、亲子研学、艺术文化、夜游休闲六大主题产品线，实现从旅游景区到度假目的地的转变
- 2023年沙坡头沙漠传奇一期项目将投入运营

完整星星酒店产品布局

- 加快景区钻石酒店建设，以补足一期缺乏的奢华产品，树立沙漠“野奢”度假品牌
- 实现星星酒店高端化、差异化发展，形成高、中、低三个档次的产品

巩固星星酒店品牌地位

- 奢华产品有助于酒店品牌形象提升，提高“星空主题”系列品牌产品竞争力，树立度假酒店市场标杆性地位，有利于创造长期优良的经营业绩

投资额

8,200万

人民币

客房

30间

奢华

预期开业時間

23年8月

▶ 产品和标杆打造：深化景区品牌IP 构建桂西南大德天边关目的地



香港中旅國際投資有限公司
CHINA TRAVEL INTERNATIONAL INVESTMENT HONG KONG LIMITED

打造大德天区域性旅游目的地，增强品牌知名度，国内力争达到与贵州黄果树瀑布齐名，国际上力争跻身世界级跨国瀑布景区行列。计划通过3-5年的打造成为中越边境旅游示范区、国际旅游合作先行先试的标杆项目：

- 项目用地600亩，目前已经获取70亩用地，计划开发中越友谊酒店、南法水街等体验项目
- 在稻田咖啡区开展“稻田音乐会”，丰富咖啡屋内容，并推出新产品“天空之戒”，持续引爆市场
- 持续推进桂西南大德天旅游集散共享中心建设，着力构建桂西南大德天边关旅游目的地



产品和标杆打造：马尔代夫安巴拉岛 打造首个海外度假标杆项目



香港中旅國際投資有限公司
CHINA TRAVEL INTERNATIONAL INVESTMENT HONG KONG LIMITED

1、布局高增长市场

- 马尔代夫是**世界顶级海岛度假目的地**，梦幻的美景、远离尘嚣的氛围，吸引了各大高端酒店品牌入驻
- 疫情前，2010-2019年国际游客人数的年复合增长率为8.9%
- **旅游业恢复良好**，在第一大客源国中国游客缺席的情况下，2022年国际游客人数基本恢复至2019年同期水平

2、发展计划

- 于2022年8月31日交割后，与项目合作方中国港湾共同推进开发建设。中国港湾在马尔代夫建设经验丰富，已成功建造2个度假村
- 2023年将聘请知名设计机构创造全新度假体验，联合国际品牌管理，延续精品战略，打造独特的**中高端度假村**
- 项目建设期预期为2-3年



投资总额
**4,250万美
元**

客房

103间

建设期

2-3年



产品和标杆打造：存量项目提升 种子产品落地



3月

泸沽湖酒店
动工



5月

珠海帆酒店开业
泸州隐庐酒店开业



6月

沙漠传奇一期
整体投入运营



7月

钻石酒店开业
林隐酒店二期开业



9月

安吉农场开业



4月

云南精品酒店项目
合资公司可研
通过审批



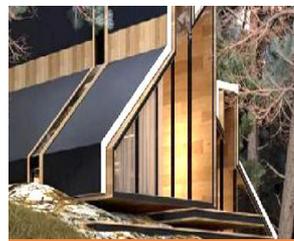
5月

张坝酒店
试运营



6月

沙漠传奇开业
花楼恋歌运营



8月

库尔德宁营地开业
新疆云杉酒店开业



伺机
推进

世界之窗新增
一个重点项目

红磡酒店项目



- 红磡货仓改建酒店项目
- 四星级酒店，**536间客房**
- 预计2023年底完成整体装修工程，**2024年第一季度试营业**

深圳宝安中旅大厦项目



- 商业综合体项目
- “甲级写字楼+街区商业”综合体项目，占地1.4万平米，**总建筑面积约6.2万平米**
- 预期**2023年底开始预售**，2024年底完工

客运业务



- 发展产品，提高流量，发展会员系统，整合内外部资源，以信德中旅为平台打造大湾区跨境智能交通平台
- 通过外部收购等横向与纵向扩大业务规模

酒店业务



- 港澳酒店与会务、OTA等合作，拓展收入，并继续加强成本及现金流管控
- 红磡酒店预期在2023年底试营业

物业与科技



- 出售与置换：择机出售或置换经营效率较低物业，提高资产经营回报
- 科技：拓展安全等有关业务，形成新的业绩增长点

项目拓展



- 围绕香港本地文化特色风俗、国际地位，探索发展新型旅游目的地机会





03

财务概览

- 开元森泊度假酒店 | 杭州



- **收入下降6.16亿港元（下降17%）：**国内旅游景区业务因闭园和出行限制，收入下滑
- **经营业务应占亏损（增亏1.84亿港元）：**受2022年1月起爆发的第五波新冠疫情的负面影响
- **股东应占亏损由盈转亏（增亏5.3亿港元）**
 - 2021年录得处置收益约2.3亿港元
 - 投资性物业由2021年录得公允价值变动收益0.4亿港元，转为2022年亏损0.9亿港元
 - 2022年1月起爆发的第五波新冠疫情的负面影响
- **股东应占利润由盈转亏，不派发股息**

财务状况良好，投融资能力较强



- 期末总资产减少约20亿港元（下降8%）
 - 主要是因地产结转，减少了总资产近11亿港元
 - 经营性亏损对资金的消耗
- 股东应占权益减少11亿港元（下降7%）
 - 业绩亏损带来约3.6亿港元下降
 - 汇兑变动带来约9.2亿港元下降
 - 出售中旅物投10%股权增加1.2亿港元
- 期末资金结余为30.37亿港元，减少3亿港元（下降9%）
 - 期内业务转亏，净经营现金流出
 - 净现金约为18.08亿港元
- 资产负债比率下降约2个百分点，财务稳健

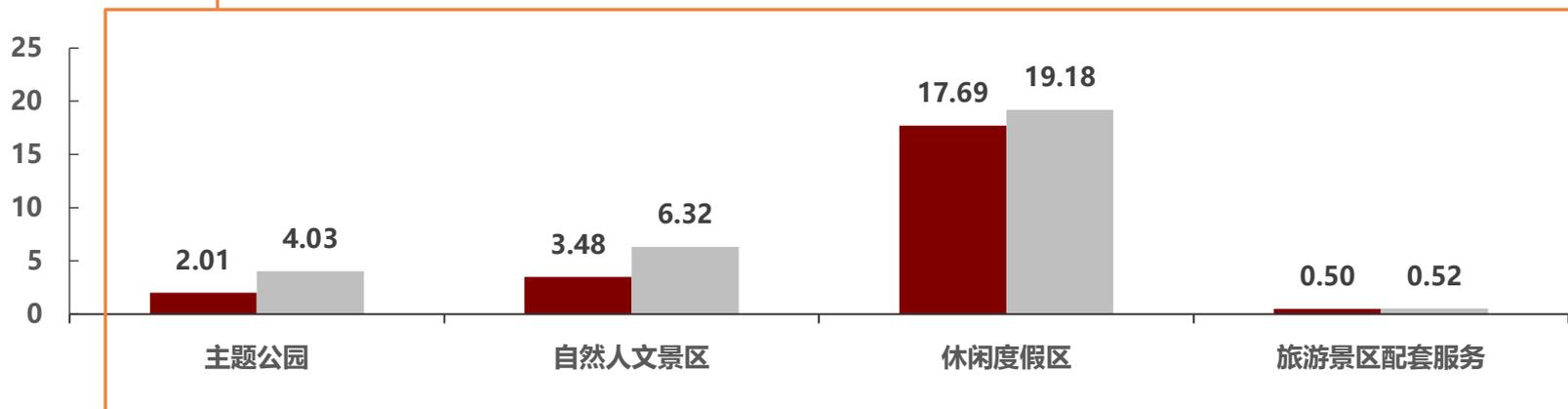
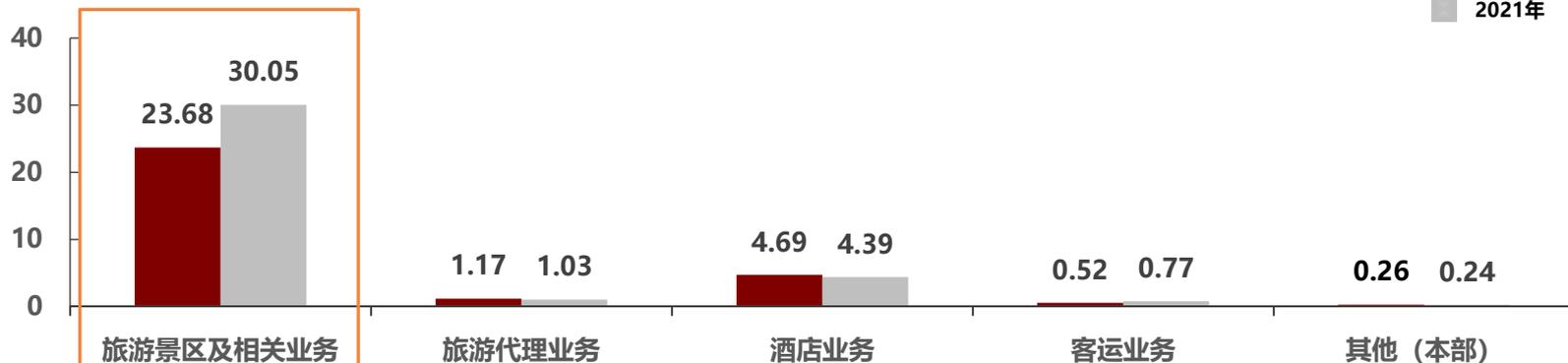
注1：资金结余包括现金及银行结余及其他理财产品等

注2：净现金为现金及银行结余扣除控股公司借款、银行贷款及其他借款后的余额

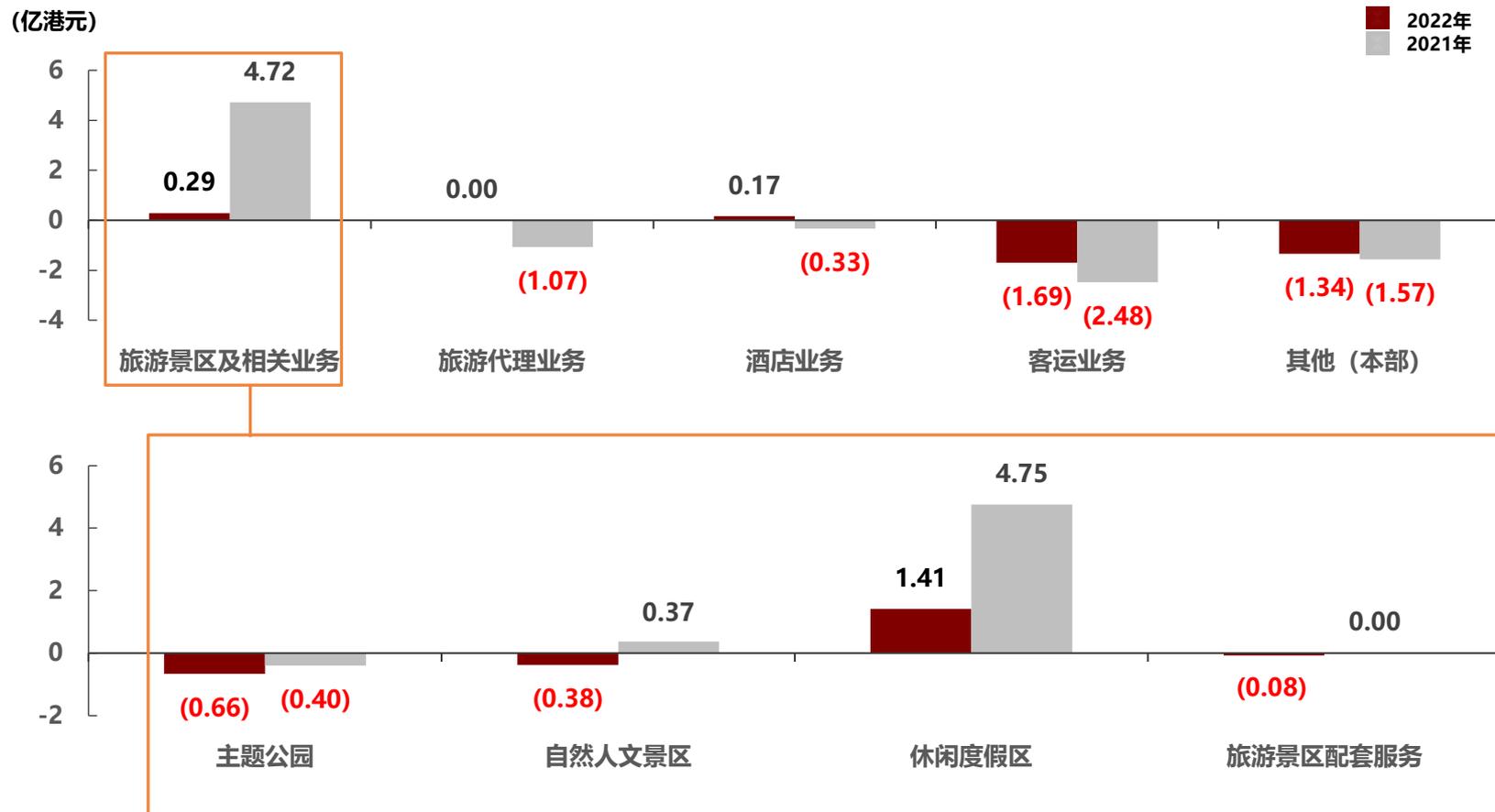
各业务板块 收入同比情况

(亿港元)

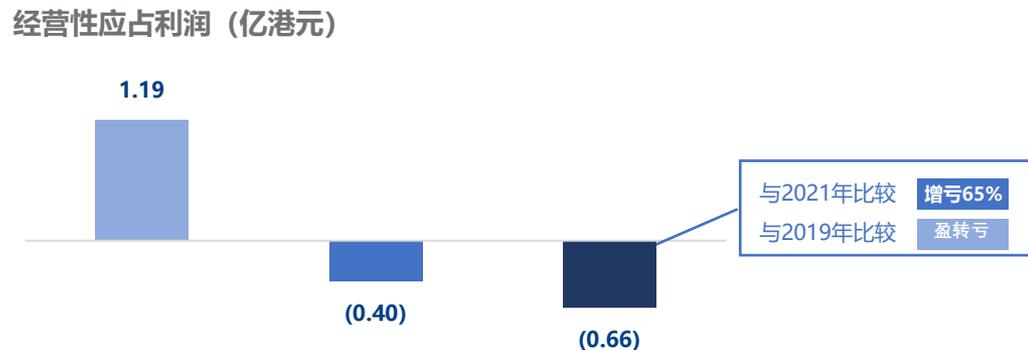
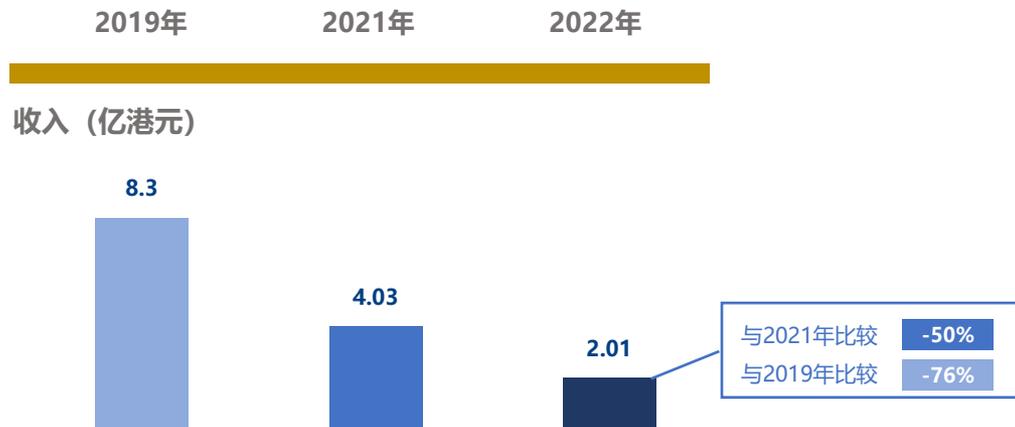
■ 2022年
■ 2021年



各业务板块 经营性应占利润同比情况



各业务分析 – 主题公园



- 由于深圳及周边城市疫情反复，闭园等限制性导致较为依赖团队游客的主题公园整体收入出现下滑，同比下降2.02亿港元
- 同比小幅增亏

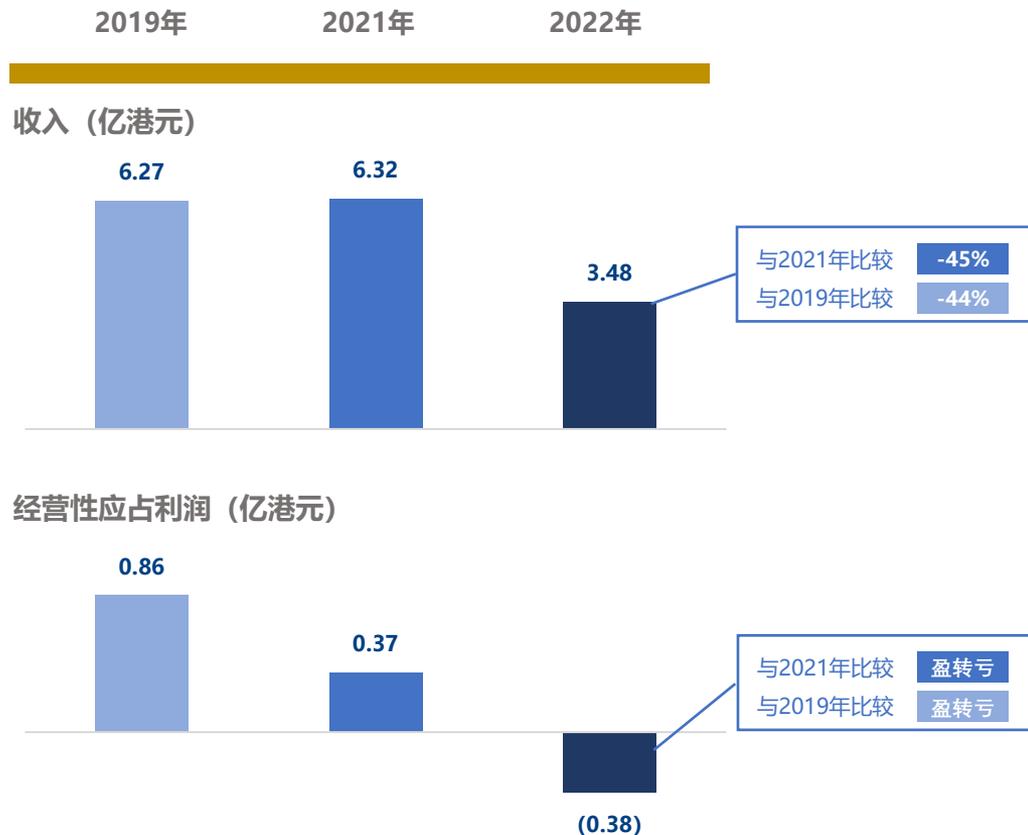
世界之窗

- 收入较2021年同期下降53%
- 闪光世界迎新春等活动提高2023年初收益

锦绣中华

- 收入较2021年同期下降44%
- 春节庙会节庆活动有效吸引本地客流

各业务分析 – 自然人文景区



- 跨省游低迷，导致较依赖外地游客的自然人文景区恢复较慢

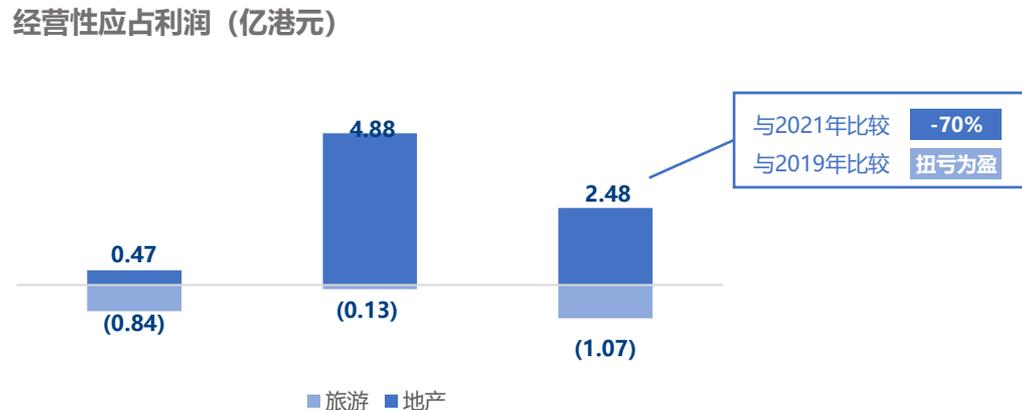
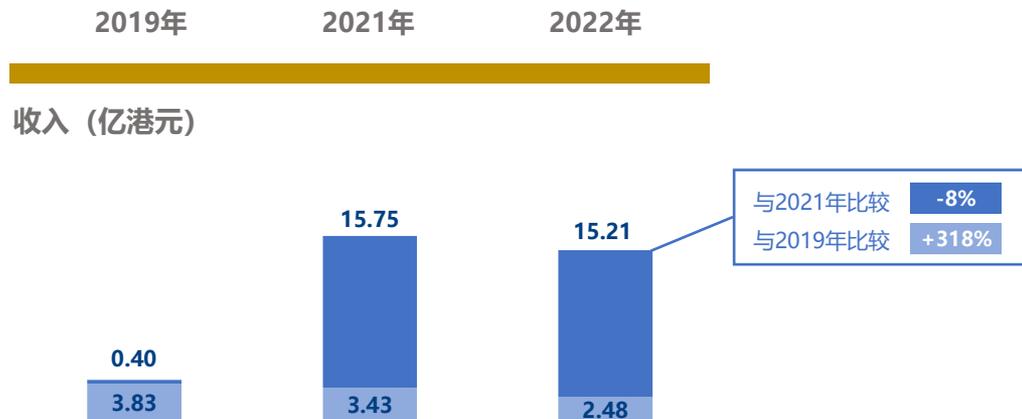
德天景区

- 受疫情影响，闭园率达27%
- 经营性应占亏损0.19亿港元，由盈转亏

沙坡头景区

- 受疫情影响，闭园率达15%
- 经营性应占亏损0.32亿港元，同比增亏

各业务分析 – 休闲度假区



- 收入较2021年同期下降9%，较2019年同期增长318%

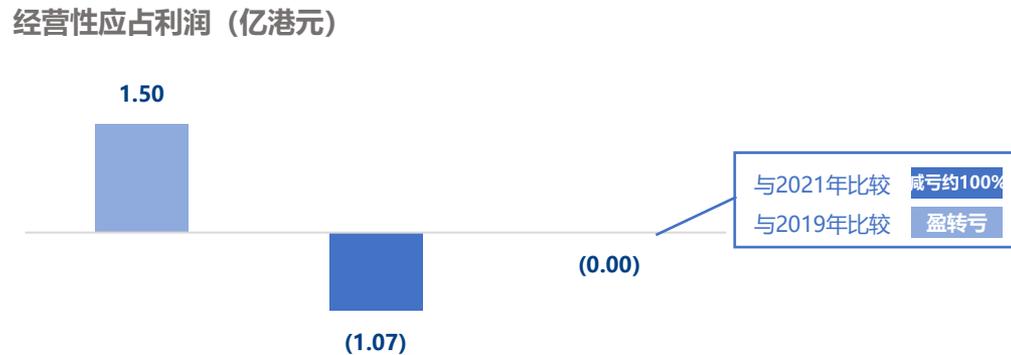
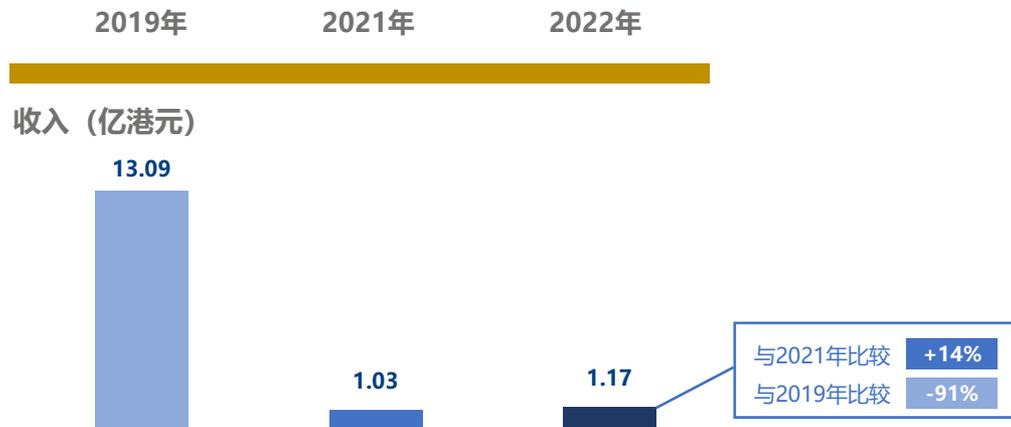
旅游

- 受疫情及珠海海泉湾更新改造部分客房的影响，整体收入较2021年同期下滑

地产

- 旅游地产项目结转收入同比基本持平，应占净利润同比减少2.4亿港元，主要是地产市场低迷，利润率下降

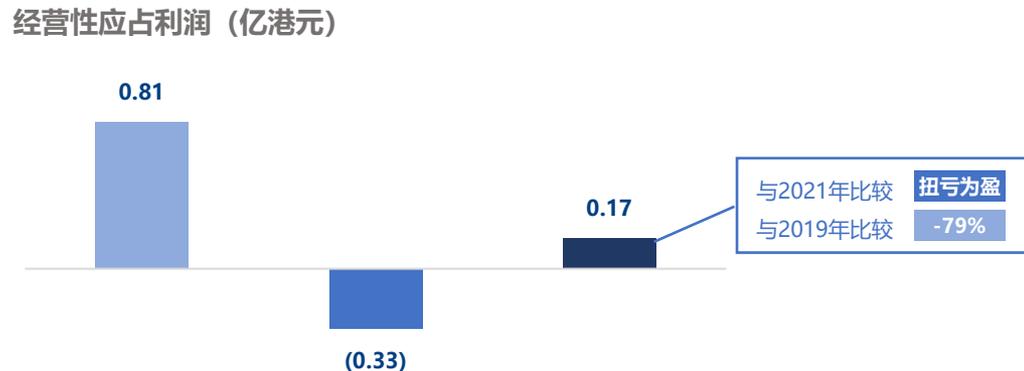
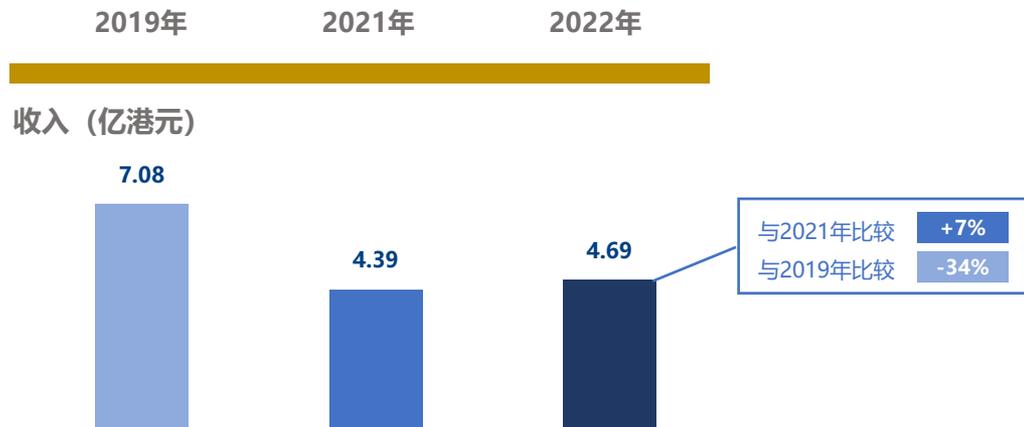
各业务分析 – 旅游代理服务



旅游代理服务

- 由于期内年末开关消息逐渐明朗，旅游代理服务需求小幅恢复，收入同比上升14%

各业务分析 – 酒店业务



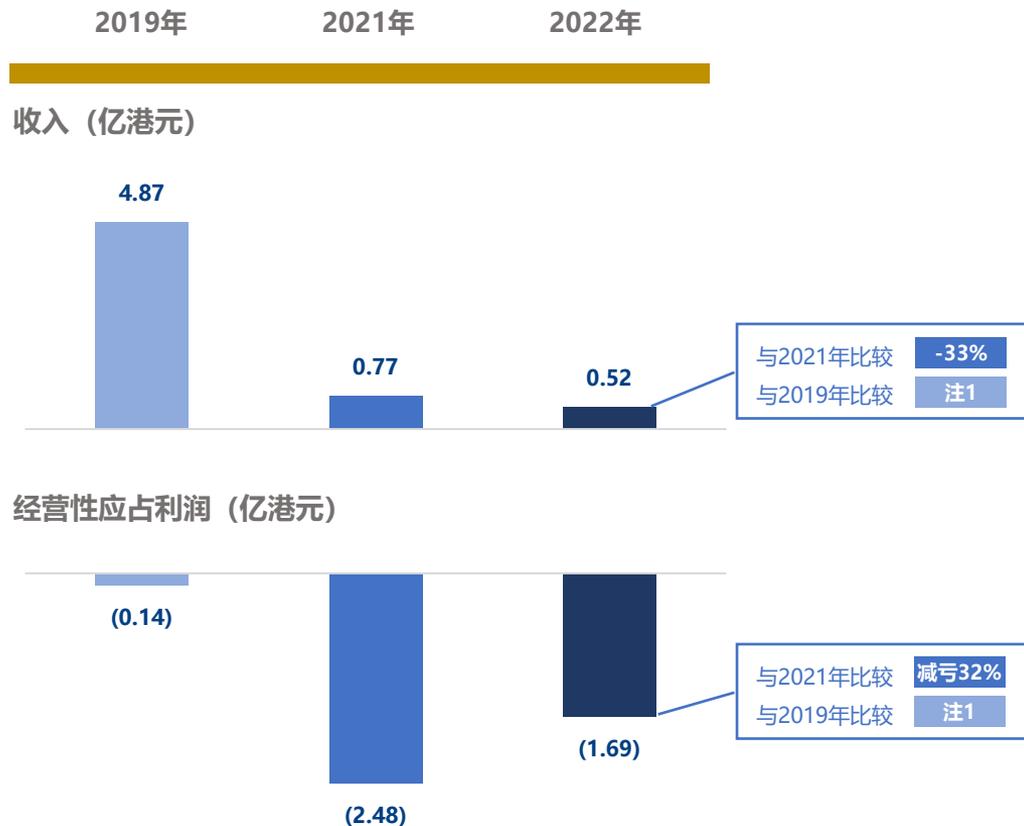
港澳酒店

- 经营性应占利润由亏转盈，主要因九龙维景积极承接隔离酒店业务等
- 平均入住率76%，较2021年同期83%下降7个百分点，主要因香港第五波疫情影响了第一季度表现

北京酒店

- 平均入住率36%，较2021年同期59%下降23个百分点
- 平均房价人民币532元，较2021年同期人民币576元下降8%

各业务分析 – 客运业务



- 由于期内香港未通关，跨境客运业务停滞，且年初的第五波疫情影响本地业务收入，收入同比下滑

车业务

- 收入主要来源于本地包车、租车等服务
- 有效控制成本，同比减亏

船业务

- 期内停运，于2023年1月8日复航
- 实施成本压减措施，同比减亏0.62亿港元

注1：所占权益占比调整（信德中旅整合于2020年7月16日完成，公司对船业务持股由29%增至50%，对车业务持有由100%下调至50%），2019年业绩与2022年业绩较难对比

Q&A