

主动出击求突破 多措并举促回暖

——景区类上市公司集中发布2020年上半年财务报告

上市公司近期陆续公布2020年上半年财务报告。报告期内,景区严格落实防控措施,积极推进复工复产,取得良好成效。但由于旅游消费持续受到疫情影响,大部分景区经营业绩面临严峻考验,部分景区通过调整战略、营销策划、寻求政府部门帮助等,以求进一步“回暖”。

□ 本报记者 王新兵

报告期内,新冠肺炎疫情带来的巨大冲击,国际形势不确定性增多,宏观经济下行,持续强降雨导致自然灾害频发,在多重因素综合作用下,景区行业整体发展滞缓。

上半年,张家界旅游集团股份有限公司(以下简称张家界旅游)旗下景区景点、景区运输及酒店接待人数严重下滑,营业收入大幅减少。公司实现营业收入13581.62万元,同比减幅达78.93%;实现归属于上市公司股东的净利润亏损6159.55万元,同比减少846.21%;扣非净利润亏损6944.65万元,同比减幅2078.33%。张家界旅游在报告中表示,业绩下降主要是受新冠肺炎疫情影响。自2月21日黄山景区恢复开放以

西安旅游方面表示,面对疫情为行业带来的巨大冲击,公司在常态化做好疫情防控的前提下,在“危”中突破,在“机”中奋进。报告期内,公司注册成立了西安旅游生态商贸有限公司、西安文旅会展展览服务有限公司等4家公司,实现了公司经营主业的更新迭代;旗下旅行社主动发挥旅行社资源配置器功能,联动曲江、西旅景区、西安饮食老字号餐饮企业等推出包价旅游产品、一日游等特色线路,积极培育消费升级产品,线路品牌知名度和附加值有效提升;以研学游为突破口,积极对接14家省内知名博物馆,打造“研学旅游”品牌产品,推动文旅深度融合。

疫情期间,黄山旅游在景区复工复产、疫后旅游市场复苏激活、健康生活产品培育打造、智慧旅游在线旅游服务迭代升级等方面推出了28项举措,倡导并发起横跨黄山市和宣城

下半年已过去两个月,接下来各景区将如何调整战略布局,尤为关键。

张家界旅游分析,当下公司所面临的挑战主要有三方面,一是区域竞争加剧了各景区对旅游客源竞争,同时外来集团化的旅游企业进入张家界旅游市场也带来新的挑战;二是公司旗下部分景区多年来未提质升级,竞争力弱化;三是环保客运受大景区门票降价和优惠票价影响,收入下降。对此,张家界旅游将采取以下应对措施:一是加大市场营销力度,向市场要效益,通过强化宣传、细分客户、加大营销、优化环境等方法,有效整合集团资源,提高

集团品牌的整体核心竞争力。二是调整现有产业结构,丰富集团旅游业态,抓好大庸古城等重点项目,提升工程。另外,由于张家界中工美旅游文创有限公司自成立以来一直处于亏损状态,为防止亏损进一步扩大,张家界旅游决定对文创公司进行清算注销,及时止损。

针对当前所处的困境,黄山旅游积极优化产业和产品结构,加速转型,其旅游向休闲度假转型的探索性项目

收入大幅下滑

来,黄山旅游发展股份有限公司(以下简称黄山旅游)各项业务均已恢复运营,但客流量明显低于预期。报告期内,黄山景区累计接待进山游客51.6万人次,同比减少68.2%;索道及缆车累计运送游客99.95万人次,同比减少69.41%;实现营业收入2亿元,同比减少72.53%;归属于上市公司股东的净利润亏损0.88亿元,同比减幅达152.6%。报告分析,公司营业收入减少主要系受新冠肺炎疫情影响,进山人数下降明显导致门票、酒店等经营收入大幅减少。

大连圣亚旅游控股股份有限公司(以下简称大连圣亚)上半年业绩报告显示,公司营业收入2285.88万元,同比减

企业努力复苏

市两地的“大徽州串门游”主题活动,联合安徽州文化旅游区、徽黄旅游集团共同推出多项爆款宣传活动,还携手中国银行开展积分兑换活动,首创“旅游+银行”渠道互通,实现互利共赢。

上半年,在做好疫情防控的前提下,宋城演艺旗下景区利用闭园停业期对硬件设施、内容创作、市场营销、景区商业等多方面进行了优化升级。

在内容创作方面,宋城演艺与西安世园集团联合打造的西安宋城演艺王国以及大型歌舞《西安千古情》成功推出,用独特的艺术表现手法,为西安文化寻根塑魂。此外,上海宋城演艺王国已基本筹备完成,《佛山千古情》项目也在积极建设推进。下一步,公司将把演

及时调整战略

花山谜窟改造提升项目、花海艺境项目有望在年底前亮相;文化旅游CBD项目已正式开工建设,艺术小镇项目前期工作顺利完成。与此同时,公司将大力发展景区二次消费项目,推动公司由门票经济向产业经济转型发展,提高区域内旅游综合收入水平。

华侨城集团方面表示,将进一步推进全国各重点区域项目建设,进一步优化产业和产品结构,加速复苏步伐。华东地区方面,推动滁州明湖康养小镇、

起冲击,拟在A股市场首次公开发行股票并上市,目前正在接受证券公司辅导并已进入辅导备案。

近年来,全力冲击IPO的旅游景区不在少数,例如井冈山旅游、普陀山旅游都曾两度递交申请,但中途都因各种原因撤回。更早一点,贵州黄果树瀑布、河南云台山、湖北武当山、山西五台山等国内知名旅游景区也都流露出IPO意向,并接触了相关投行。不过,近5年内运作成功并上市的只有九华旅游、天目湖旅游和西域旅游3家,就算是近10年来成功上市的也仅有6家。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云表示,旅游产业是人民群众美好生活的重要组成部分,是在物质生活日益丰富的当下迫切需要的精神消费,是疫情常态化背景下经济内循环的重要组成部分和以消费为主体的国民经济发展的新动力,前景广阔,愈加受到资本市场的欢迎。旅游企业希望借助资本的力量,加快对业态、产品、服务进行创新,使企业发展能够跟上乃至引领市场消费需求,处于竞争优势地位,所以对IPO充满信心。

靠“门票经济”难以上市

记者了解到,2000年以前,旅游景区上市的条件不算“苛刻”,自2006年国家相关部门出台《风景名胜区条例》后,门槛陡然拔高。因为条例规定,风景名胜门票由管理机构负责出售,门票收入和风景名胜资源有偿使用费,实行收支两条线管理;风景名胜区管理机构不得将规划、管理和监督等行政管理职能委托给企业或者个人行使。也就是说,景区门票不再作为上市公司主体的收入,这对于国内大部分严重依赖门票经济的景区来说无疑是一记重击。

据了解,常州恐龙园以文化品牌构建和输出为特色的景区发展之路,形成了独有特色和竞争优势,同时其参与

少82.52%;营业利润亏损5167.28万元,同比减少576%。报告分析称,公司经营业绩不佳主要是两方面原因,一是公司经营受季节影响明显,第二、三季度主营业务收入占全年50%以上。而今年上半年景区基本处于暂停营业状态,导致公司收入大幅下降。二是今年公司股东大会、董事会改组、解聘原高管后,被解聘高管阻碍董事会正常履职等一系列事宜,进一步导致公司陷入资金极度吃紧、融资极度困难等局面。

宋城演艺发展股份有限公司(以下简称宋城演艺)半年报披露,新冠肺炎疫情对公司上半年业绩造成不可避免的影响,报告期内,公司实现营业总收

入2.83亿元,同比减少80.04%;归属于上市公司股东的净利润3984.83万元,同比减少94.92%。若同比均不考虑数字娱乐平台及六间房与密境和风重组的财务数据,则公司营业总收入同比减少72.64%;归属于上市公司股东的净利润1047.70万元,同比减少98.08%。

西安旅游股份有限公司(以下简称西安旅游)上半年实现营收1.05亿元,同比下降70.79%,净利润亏损1884.72万元,同比下降232.91%。丽江玉龙旅游股份有限公司(以下简称丽江旅游)三条索道共计接待游客65.17万人次,同比减少68.99%,索道业务营业收入5130.79万元,同比减少67.7%;《印象丽江》演出共计接待游客12.6万人次,同比减少82.74%,实现营收1251.33万元,同比减少83.82%。

了包括400场文旅活动、500余项高品质旅游产品的2020华侨城文化旅游节。主题活动方面,策划推出“1+4+5”系列主题活动,开展“自然康养、欢乐休闲、文化艺术、历史民俗、美食潮玩”五大创新体验活动。为助力公司文化和旅游产业再升级,深圳国际会展中心皇冠假日酒店、襄阳奇梦海滩水公园、深圳欢乐谷魔力飞梭、恐怖塔以及成都欢乐谷水公园2.0项目等旗下旅游新产品也陆续落地,受到业界关注。

面对困境,各景区还积极寻求政府部门帮助,借助税收减免、停业补贴、信贷金融支持等相关政策,解决燃眉之急。据媒体报道,报告期内桂林旅游共收到政府补助629万元,华侨城集团获得政府补贴1.26亿元,宋城演艺获得补贴2530万元,张家界旅游、黄山旅游分别获得补贴540万元和510万元。

巢湖半汤温泉小镇等签约项目开工;力争南京欢乐谷、宁波欢乐海岸商业开业,打造华东文旅集群。西部地区方面,全力推进包括西安欢乐谷在内的泮东文旅融合示范区项目建设。北方地区方面,推进青岛华侨城4个产业项目的建设、筹备、开业等工作,紧抓淄博华侨城河西、河东文旅项目建设,推进河南华侨城中原欢乐谷、水公园、海洋馆项目开工建设。华南地区方面,推进中山欢乐海岸项目建设,将通过“商业+娱乐+文化+旅游+生态”商业模式,带动价值增值。中部地区方面,推进襄阳华侨城奇幻谷、奇趣童年的项目建设。

资本化之路机遇与挑战并存

西南证券策略首席分析师朱斌表示,在当前创业板注册制交易条件下,各行各业的优质企业都获得了快速IPO的机会,旅游企业也不例外,尤其今年旅游业作为受疫情影响最严重的行业之一,通过IPO能够解决流动性和投资资金的难题助力企业渡过难关,具有现实意义。

据披露的数据显示,西域旅游此次公开发行股份后共募集资金2.79亿元,将主要用于天池游客服务中心改扩建项目、天池景区灯杆山游客服务项目、天山天池景区车间车改造项目,以及归还银行贷款。这笔资金及时到位,大大缓解了西域旅游建设发展的困境,这让西域旅游尝到了上市的甜头。

吴丽云表示,景区资本化之后更利于拓展新业务、把握新机遇。以常州恐龙园为例,借助IPO,公司将更有精力去关注新业务的发展,无论是研学旅游、夜间旅游,还是沉浸式体验,都是当下大热的新业态和新产品,完成对景区产品的提质升级,将更能适应市场需求,吸引新客。也就是说,在资本的保障下,景区可以通过持续创新在竞争中始终处于领先优势地位。

近年来,证监会多次表态要大力发展直接融资,景区因此迎来新机遇。不过,谋求上市的景区必须摆脱同质化竞争,单一门票经济等运营模式,多元发展、激发活力,让资本持续产生兴趣,否则投资热潮过后就会陷入“寒冬”。当下,受全球经济发展滞缓、新冠肺炎疫情尚未结束等因素影响,即便是已经成功上市的山西旅游似乎也不敢“安枕无忧”。下半年,西域旅游能否扭转局势、能否募集到更多资金、能否规避股市风险等,都有待观察。那些更复杂、更专业的问题不仅限于西域旅游要面对的,也是所有冲A的旅游企业要考虑清楚的。

一位业内人士透露,除了上述原因,存在历史沿革及股权演变为复杂,涉及文化遗产、宗教信仰,土地、林地等使用权不明确等情况的景区在冲击IPO时也会格外艰难。



丹泉景区中华酒道 景区供图

广西河池丹泉景区:

香醇美酒待游人

□ 孟萍

地处云贵高原南麓的广西南丹县,产酒历史源远流长,曾留下了“汉武帝丹泉美酒宴王母”的传说。丹泉酒凭借独特的酿造技艺,被列入“广西非物质文化遗产”名录。广西丹泉集团现为广西最大、全国十强白酒生产基地。

近年来,为了持续打响丹泉酒品牌,广西河池市南丹县开创了“酒文化+旅游”发展新路径。丹泉集团投资4亿多元,打造了集科普观光、文化展示及体验、旅游休闲于一体的4A级旅游景区丹泉洞天酒文化旅游景区。

美酒醉游客

作为广西工业旅游的拳头产品,丹泉景区位于南丹县城区东郊丹泉酒厂区内。景区主要由两部分组成,一个是酒文化工艺展览体验馆,另一个是洞天酒海藏酒洞。

进入景区,游客便开启了色香味俱全的酒文化之旅。在讲解员的引导下,首先来到酒文化工艺体验馆,了解酒的知识。这里全方位、立体式向游客展现世界多种酒的酿酒历史、生产工艺、产品特点、饮用方式等知识,让大家切身感受到酒的神秘魅力。丹泉酒文化工艺展览体验馆由环球酒韵、中华酒道、丹泉酒魂3个展厅及酱香万里、米香大地、浓香九州3个体验厅组成。

展厅里介绍的知识很有趣,如“喝酒了为什么会脸红?”“解酒该喝什么?”引得游客一边观看一边讨论,气氛热烈。

紧接着,游客来到了体验馆,仿佛进入了酒厂的生产车间。酱香万里、米香大地和浓香九州3个主题沿着游道依次展示。其中酱香酒工艺体验馆是向游客全方位展示丹泉酱香酒酿造工艺的体验馆。展厅围绕酱香酒“四高一长”的工艺,以石窖、石甑、古法等传统工艺,向游客展示酱香酒酿造的每一道工艺环节,游客还可以通过参观、实物陈列、品鉴、触摸体验、购买、封藏等方式了解神秘的酱酒文化。来自南丹的游客黄小姐将这体验馆的各种酒都品尝了一小杯。她端着刚蒸出来的糯米酒说道:“这酒太好喝了!”

了解了文化,品过了美酒,游客便来到了天然藏酒洞——洞天酒海。拾级而上,映入眼帘的是巨大的“天下第一坛”,酒坛高13.9米,内有1900吨存酒。辗转洞道,“天成酒窖”景点同样令人震撼,800多个密封的酒缸整齐摆在山洞里,不用靠近便可闻到浓郁的酒香。金屋藏酒、石窟酒窖、百福酒廊等21个景点,将酒的魅力展现得淋漓尽致,不少游客流连忘返。

景区讲解员徐刘杏介绍,这是一个形成于3.5亿年前的天然溶洞,一期开发建设面积13.3万平方米,常年温度16-17摄氏度,湿度85%~95%,拥有最佳的藏酒条件,酒香不易扩散。洞内藏酒5万吨,是经吉尼斯认证的目前世界上最大天然藏酒洞。“在洞里游览了1个多小时,被酒香环绕,感觉快要醉了。”对酒情有独钟的贵州游客高先生说。

旅游富乡民

丹泉景区于2007年获得全国工业旅游示范点,2016年1月通过国家4A级景区验收,目前年接待游客50余万人次,旅游综合收入5000多万元。

广西丹泉集团旗下子公司广西丹泉文化旅游投资有限公司总经理王芳介绍,丹泉酒业依托自身特点和资源优势,走出了一条经

工业带动农业、旅游业共同发展的道路,成为广西农业产业化重点龙头企业,乡村旅游扶贫成效显著。

丹泉酒业采取“公司+基地(洞天酒海景区)+农户”的旅游扶贫模式,按照国家5A级景区标准,投入9亿元建设“洞天酒海丹泉酒文化博览体验馆、洞天酒海藏酒洞就是这一项目的先期建设部分。丹泉酒业有限公司可以提供就业岗位和技术培训实施旅游扶贫,提供了包括酿酒车间生产、产品销售、导游、运输、维修、保洁、管理等就业岗位,全县11个乡镇100多个村(社区)的群众在公司就业。

黄世亮是来自罗富镇罗富村老街街的脱贫户,家庭负担很重,而当进入丹泉洞天酒文化旅游景区工作后,生活条件逐渐好转。“我在丹泉景区工作,一个月给我带来了两三千元收入,一年下来有3万元左右,光是这份稳定的收入就让我实现了脱贫摘帽。”黄世亮说,这两年他得到了政府部门、景区方面的特殊关照,生活、看病都有了保障,打心眼里感激。

据了解,“十二五”以来,丹泉集团累计安排415名贫困群众就业,带动400多户贫困户1400多人脱贫。丹泉集团旗下10个全域旅游项目,共为“十三五”南丹建档立卡贫困户提供超过1000个就业岗位。

“造城”树品牌

南丹县的群众一般把丹泉景区称为“酒洞”。的确,藏酒洞是景区的核心景观,景区在开放之初也只有藏酒洞一个景点。但随着近年来的发展,景区不断扩容升级,丹泉文化广场、丹泉酒文化馆、丹泉酒工艺体验馆、丹泉湖、花田酒地景观长廊等相继建成开放,景观特色更加多元化,旅游内涵也得到了丰富和提升。

目前,丹泉集团正全力打造“丹泉特色小镇”等产城融合和全域旅游项目,项目计划总投资5亿元,按照国家5A级景区标准,打造以丹泉酒业为核心,以丹泉酒文化工艺体验馆、丹泉文化旅游产业园、万园酒文化风情园、羊角山养生公园、莲花山生态文化主题公园等为支撑的“一核五园”布局。推动丹泉集团成为集白酒酿制、休闲度假、文化展示、电子商务于一体的特色小镇,成为全国产城融合发展的经典之作。

小镇将挖掘产业特色、人文底蕴和生态禀赋,形成“产、城、人、文”四位一体有机结合的重要功能平台。融入南丹千年土司文化、酒文化、炼丹文化、佛教道教文化等地域特色文化内涵,以白酒产业和文旅产业为核心,融入电商物流、商贸服务等产业,建设宜居、宜商、宜游的国家级特色小镇,争创国家5A级景区。

从办一个景区到建一座城,体现了丹泉人对全域旅游和产城融合发展的长远眼光和胸怀。据了解,小镇项目建设成后,预计可为当地提供就业岗位6000多个,将进一步带动当地群众增收致富。

“目前规划建设内容和投资总体已完成80%,计划在2020年底以前全部建成。”广西丹文化旅游投资有限公司总经理王芳介绍说,下一步,丹泉集团将继续发力旅游板块,利用3到5年的时间,打造2个5A级景区和4个4A级景区,实现集团的主产业加上融合产业的总产值突破50亿元,实现旅游产业的年接待能力突破200万人次的目标。