

公司代码：603869

公司简称：北部湾旅



北部湾旅游股份有限公司
2015 年年度报告摘要

一 重要提示

1.1 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上仔细阅读年度报告全文。

1.2 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、准确、完整，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。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 致同会计师事务所（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。

1.5 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	北部湾旅	603869	-

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	檀国民	刁少龙
电话	0779-3078098	0779-3078098
传真	0779-3078568	0779-3078568
电子信箱	beibuwangulf@ovationtrip.com	beibuwangulf@ovationtrip.com

1.6 经致同会计师事务所(特殊普通合伙)出具的标准无保留意见的“致同审字(2016)第 110ZA1583 号”《北部湾旅游股份有限公司 2015 年度审计报告》审计，公司（以母公司为主体）2015 年度实现净利润 79,846,634.71 元，加年初余额 196,487,446.97 元，提取盈余公积 7,984,663.47 元，2014 年度分配利润 17,299,200.00 元，2015 年末未分配利润为 251,050,218.21 元；2015 年度期末资本公积余额为 310,345,989.82 元。

为持续稳定地回报股东，让股东分享公司成长和发展的成果，结合公司所处行业特点、发展

阶段和资金需求，公司董事会拟订 2015 年度利润分配预案为：以 216,240,000 股为基数，按照每 10 股现金分红 1 元（含税），利润分配总额 21,624,000.00 元，占归属于上市公司净利润 30.30%；不进行资本公积金转增股本。

二 报告期主要业务或产品简介

（一）报告期内公司所从事的主要业务

报告期内，公司主要从事海洋旅游及健康旅游业务。

海洋旅游业务方面，公司目前正在运营北海-涠洲岛、北海-海口、烟台-长岛、蓬莱-长岛 4 条海洋旅游航线，为游客提供优质的海上旅游服务体验。目前，公司拥有 6 艘高速客船（其中 2 艘为亚洲最豪华的双体高速客船）、3 艘客滚船和 2 艘普通客船；丰富的船舶类型、安全舒适的乘船体验，满足了不同类型游客的多样化乘船需求。公司以运营航线为基础进行产业链的延伸，形成海洋旅游产品，并依托公司在全国布局的 11 家旅行社子公司形成的销售网络进行分销，为游客提供观光、休闲、娱乐、健康于一体的海洋旅游产品。

健康旅游业务方面，公司初步探索并完成了健康旅游一期系列产品的研发，旨在为游客提供修身养性的健康旅游服务。

（二）报告期内公司的经营模式

1、采购模式

（1）海洋旅游

海洋旅游航线采购以保障航线运营的物资为主，海洋旅游产品采购以在自有航线的基础上采购其他旅游要素组合成完整旅游产品为主。

海洋旅游航线物资采购主要包括油料、维修、服务用品等。为规范采购行为，加强对采购活动的管理和监督，公司制定了《物资采购供应管理制度》和《油料采购管理办法》，按照计划性原则、公开透明原则、适度紧缩原则和就近采购原则建立了统一管理、集中采购和分级保管的管理体系。

海洋旅游产品以自有航线为依托、以挖掘当地文化和旅游特色为主导进行产品研发，并依据产品研发进行酒店、餐饮、交通等旅游要素的采购。采购过程中采取集中采购的模式最大程度上降低采购成本、确保服务品质。

（2）健康旅游

依托公司对健康旅游的研究成果，分时间、分地域、分目标客群进行主题健康旅游产品的

研发，完成研发后由公司统筹进行旅游要素的采购，完成产品的开发。采购过程中由公司产品研发中心进行统一采购。

2、服务模式

(1) 海洋旅游

海洋旅游航线业务，北涠航线采用“定点发船”和“加开航班”相结合的模式运营，正常情况下采取“定点发船”的模式，每天平均约 8-12 个航次；在周末、暑期、黄金周和其他节假日等旺季增加开航船舶和班次，每天可达 15-25 个航次。南海旅游航线采用“定点发船”的模式，每天晚上 18:00 从北海启航，次日凌晨到达海口秀英港，晚间 19:00 从海口返航。

海洋旅游服务业务，依托船舶和港口的客流聚集效应，通过各种与客户互动手段发现客户旅游需求，通过产品研发将需求转化为可售产品，为游客提供完整过程服务和单项预定服务。

(2) 健康旅游

健康旅游产品研发完成后，设计完整的健康旅游服务体系，为游客提供售前、售中和售后的旅游服务。售前可让游客预体验，并根据游客需求进行产品微调；售中提供优质的过程服务，将传统的中医养生、设备检测与当地旅游特色相结合融入到旅游过程中；售后与游客保持紧密互动，传递健康养生理念和知识，保持客户紧密度。

3、销售模式

(1) 海洋旅游

海洋旅游航线业务以船票销售为主，同时通过产业链延伸衍生游客二次消费收入。船票销售以当地旅行社分销、主要客源地旅行社分销、自有网站直销、窗口直销和代理点分销相结合的方式进行。

海洋旅游产品采取与当地旅行社和主要客源地旅行社合作的方式进行分销，通过港口和船上的客流聚集进行直销，依托在全国布局的代理旅行社进行目标市场的分销，并通过淘宝店及与携程等在线旅游服务商合作进行网上销售。

(2) 健康旅游

健康旅游产品采取网上直销、门店直销、子公司分销、异业合作相结合的方式进行销售。公司已经开发了健康旅游专业网站进行产品宣传和销售；公司已经开设两个健康旅游体验店进行产品的体验和直销；各子公司在各自覆盖的市场范围内进行销售；通过与美容院、体检中心等目标客群相近的服务机构合作进行产品的销售。

(三) 行业情况说明

根据国家旅游局公布的数据显示，2015 年我国全年接待国内外旅游人数超过 41 亿人次，旅游总收入突破 4 万亿元，同比去年分别增长 10% 和 12%，全面完成发展目标，实现了“十二五”时期旅游发展的漂亮收官，并开启了旅游发展的新时代。

据《2014 年中国海洋经济统计公报》显示，近年来，我国海洋旅游业务持续发展，年平均增速 20.2%，是我国 12 个主要海洋产业中的“领头羊”。2014 年滨海旅游业增加值 8,882 亿元，比上年增长 12.1%，占全国海洋生产总值的比重 14.8%。海洋旅游产业已经成为推动我国海洋经济持续、健康发展的增长点和重要引擎。

根据 SRI 预测，到 2017 年，全球养生旅游经济总量，预计将从 2013 年的 4940 亿美元，增长到 6785 亿美元，平均年增速达 8.26%，欧洲和北美依然会保持养生旅游的旺盛发展，而中国、印度等亚洲国家将成为新一轮的全球养生旅游热点。同时，老龄化、亚健康 and 慢性病不断促使消费者关注健康和养生方面的消费，全社会的消费结构正在发生显著变化——向维持和改善健康的方向转变。因此，养生旅游将不仅仅是奢华或富裕阶层的专利，中产阶级将成为养生旅游消费的主力军。

根据国家旅游局公布的数据显示，2015 年，我国在线度假旅游市场交易规模约达 5,402.90 亿元，较 2014 年 3,670 亿元同比增长 47.2%，在线渗透率为 13.1%，较 2014 年 11.3% 增长了约 2 个百分点。2015 年上半年，手机支付、手机网购、手机旅行预订用户规模分别达到 2.76 亿元、2.7 亿元和 1.68 亿元，环比分别增长 26.9%、14.5% 和 25%。旅游业务已从传统的线下发展为线下和线上结合的智慧旅游形态。在国家大力推行“互联网+旅游”的背景下，智慧旅游将成为旅游行业未来发展的必然趋势。

三 会计数据和财务指标摘要

单位：元 币种：人民币

	2015年	2014年	本年比上年 增减(%)	2013年
总资产	926,666,518.38	612,322,713.40	51.34	641,705,946.27
营业收入	364,440,764.46	328,841,392.32	10.83	315,462,883.01
归属于上市公司股东的净利润	71,356,202.91	51,888,854.27	37.52	48,406,998.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	69,346,682.63	50,988,161.72	36.01	47,406,047.34

归属于上市公司股东的净资产	772,069,243.40	466,212,163.19	65.60	430,558,616.84
经营活动产生的现金流量净额	112,262,329.26	100,170,110.65	12.07	81,930,525.08
期末总股本	216,240,000.00	162,180,000.00	33.33	162,180,000.00
基本每股收益（元/股）	0.35	0.32	9.38	0.30
稀释每股收益（元/股）	0.35	0.32	9.38	0.30
加权平均净资产收益率（%）	10.51	11.64	减少1.13个百分点	11.81

四 2015 年分季度的主要财务指标

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	69,732,986.88	102,811,585.59	118,114,380.62	73,781,811.37
归属于上市公司股东的净利润	3,169,705.24	33,290,250.35	41,494,908.60	-6,598,661.28
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	2,975,261.69	32,359,778.26	40,723,323.83	-6,711,681.15
经营活动产生的现金流量净额	3,512,816.20	49,985,771.01	65,156,563.54	-6,392,821.49

五 股本及股东情况

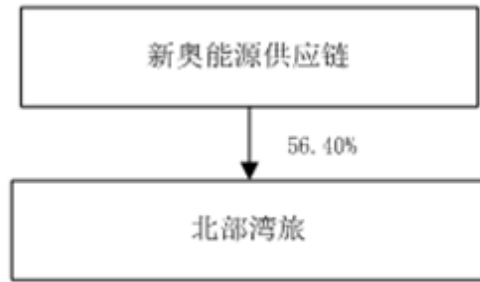
5.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

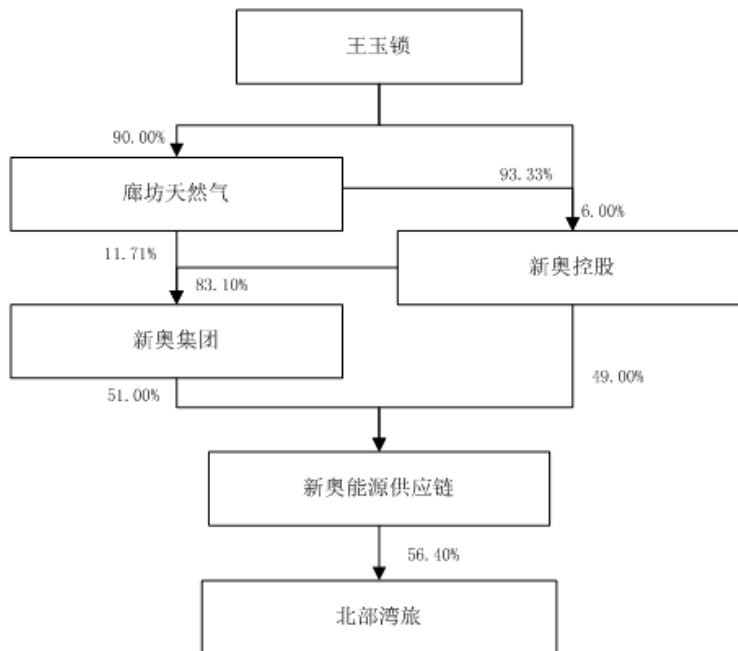
截止报告期末普通股股东总数（户）		29,375					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		27,551					
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例 (%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	

新奥能源供应链有限公司	0	121,959,360	56.40	121,959,360	无		境内非国有法人
北京亿恩锐投资中心（有限合伙）	0	21,407,760	9.90	21,407,760	无		境内非国有法人
上海万丰锦源投资有限公司	0	8,109,000	3.75	8,109,000	无		境内非国有法人
北京华戈天成投资有限公司	0	6,422,328	2.97	6,422,328	无		境内非国有法人
深圳市天禄行信息咨询有限公司	0	2,757,060	1.28	2,757,060	无		境内非国有法人
深圳市方基创业投资合伙企业（有限合伙）	0	1,524,492	0.70	1,524,492	无		境内非国有法人
陕西省国际信托股份有限公司-陕国投祥瑞 2 号结构化证券投资集合资金信托计划	1,110,000	1,110,000	0.51	0	未知		未知
中山证券-工商银行-中山证券金利集合资产管理计划	354,500	354,500	0.16	0	未知		未知
陈小英	0	330,000	0.15	0	未知		境内自然人
樊士岭	-29,000	256,300	0.12	0	未知		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司第一大股东与第二大股东同为公司实际控制人王玉锁先生实际控制的企业。公司未知前 10 名其他股东之间是否存在关联关系或者属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	0						

5.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



5.3 公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

不适用。

六 管理层讨论与分析

报告期内，公司实现营业收入 36,444.08 万元，较上年同期增长 10.83%；实现净利润 7,138.68 万元，较上年同期增长 37.49%；实现每股收益 0.35 元/股，较上年同期增长 9.38%。公司营业收入、净利润、每股收益指标同时创历史新高。

七 涉及财务报告的相关事项

7.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

无

7.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

无

7.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

本期纳入合并财务报表范围的子公司包括烟台新绎、北海新绎、旅游接待、港务公司、船代公司和金海公司，详见“附注九、在其他主体中的权益”，合并范围较上年无变化。

7.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

无