

西藏旅游股份有限公司

关于上海证券交易所对公司 2016 年年报事后审核问询函的回复公告

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个别及连带责任。

西藏旅游股份有限公司（以下简称“公司”）于2017年3月3日收到上海证券交易所下发的《关于对西藏旅游股份有限公司2016年年度报告的事后审核问询函》（上证公函【2017】0235号）（以下简称：《问询函》）。公司已于2017年3月6日进行了披露，现进行回复并公告：

第一部分：关于经营变化及相关财务信息反映

年报披露，报告期销售费用为3,105.79万元，比上年同期增加40.19%，其中营销返利及广告推广费2,478.22万元，比上年同期增加235%。另外，分季度数据显示，第四季度的销售费用1,603.28万元，占全年销售费用的52%，远高于其他三个季度。销售费用的增幅及变化趋势与营业收入相背离。

1、请分季度分别列示营销返利、广告推广费的具体金额，并结合报告期内营销返利、广告推广活动的起止时间，分析分季度销售费用差异较大的合理性。

西藏旅游回复：

（1）两年数据对比

A. 销售费用对比(扣除合并范围变化影响后的可比口径)

项目	2016 年度	2015 年度
薪酬与福利	3,378,141.88	7,467,410.20
营销返利及广告推广费	24,782,213.64	7,388,860.95

场所能源费	151,594.99	1,264,943.82
办公费	298,144.20	396,718.08
差旅费	1,207,403.79	789,437.10
招待费	584,138.56	794,719.28
车辆使用费	171,691.38	217,278.68
折旧及摊销费	257,351.23	1,882,412.96
其他	227,224.33	401,744.38
合计	31,057,904.00	20,603,525.45

B. 两年旅游板块收入对比

项目	2016 年度	2015 年度
旅游板块收入	107,262,401.62	99,022,501.04

C. 两年公司营销返利分季度情况对比

项目	2016 年度	2015 年度
第一季度	4,690,267.00	
第二季度	4,877,939.00	719,858.00
第三季度	30,646.60	4,098,671.00
第四季度	11,581,346.95	44,130.00
合计	21,180,199.55	4,862,659.00

(2) 情况核查

2016 年与 2015 年相比，旅游板块收入金额增长 824 万元；销售费用增长 1,045 万元，其中：返利费用增长 1,632 万元，销售人员工资及福利减少 409 万元。近年来西藏地区旅游业的整体发展加快，有竞争力的景区也越来越多，公司所有的成熟景区为了和新加入的景区竞争，需要改变经营策略应对市场变化，一是基于成本效益原则，比照市场多数景区的旅行社返利情况，公司通过提高对旅行社的返利比例，提高旅行社对公司所属旅游景区的推广力度，同时根据旅行社要求缩短返利金额结算周期，改变当年确认并结算上年返利费用的惯例，

变更为当年返利费用当年确认并结算；二是通过关闭林芝景区服务中心、内退部份营销员工等方式调整公司销售人员结构和编制的方式来应对市场环境的变化。

2016年以前，公司按惯例在每个自然年结束后1-2个月内向签约旅行社发出对账通知，双方依据各自留存的《西藏旅游股份有限公司景区游览回执两联单》载明的送客数量进行对账确认，按产品项目、超额累进等方式计算返利金额。双方确认后，根据对账确认金额转账结算。基于前段所述背景，2016年2月开始公司与旅行社达成了新的书面协议，提高返利比例，改变次年结算上年的惯例，并从2016年起，当年返利费用当年结算。本公司2016年1-3季度确认的返利费用是根据2016年与旅行社达成的新的返利比例计算的上年的返利金额960万元，2016年4季度确认返利费用是2016年应结算的返利费用1,158万元。

2016年以前，各年的返利金额比较均衡；但均需在次年根据与旅行社的对账结果才能准确估计。2016年由于调整了返利政策，结算的2015年返利费960万元与2015年结算的2014年返利费486万元相比，增长474万元，增长97.53%，主要是2016年调整返利比例形成的。返利费用因当年度结算时间的先后导致各季度之间费用波动。

由于市场环境、业务情况和公司营销策略的变化，一方面2016年的营销返利费用增加，另一方面公司2016年签约旅行社登记送客量比2015年增长了18%，增加景区板块营业收入824万元；同时，提高旅行社的推广力度并减少公司自身营销人员后，相较于2015年度，2016年销售费用-薪酬福利下降了409万元。

(3) 公司两年的广告推广费用分季度情况。

广告推广	2016年度	2015年度
第一季度	163,275.00	154,740.00
第二季度	531,778.81	869,559.15
第三季度	1,329,567.99	400,412.00
第四季度	1,577,392.29	1,112,290.80
合计	3,602,014.09	2,537,001.95

广告推广费是当年发生当年列支。

(4) 公司分季度销售费用差异较大的主要原因是营销返利所致。

营销返利波动的原因如上所述。

广告推广费波动是因西藏地区旅游的季节性所致。二、三季度为西藏地区旅游旺季。公司相关市场推广活动一般会在二、三季度旅游旺季以景区推介会、电台、电视台、自驾俱乐部活动等形式签署合同并实施，三、四季度根据活动效果向相关单位支付市场活动经费。

公司 2016 年度的营销返利支出确认金额与 2015 年度相比有较大的增长，主要是由于 2016 年度市场竞争环境和营销方式变化形成的。根据《公司会计准则第 28 号会计政策、会计估计变更和差错更正》第三条，会计政策，是指公司在会计确认、计量和报告中所采用的原则、基础和会计处理方法。公司管理层认为相关返利比例变化、结算周期缩短的交易条款是公司与旅行社 2016 年达成的，对返利费用一直都采取的是与旅行社对账、计算、双方认可确定才确认的方式，不属于会计政策变更。公司的会计处理是当年市场环境和营销方式变化的结果，并非会计确认、计量和报告方式的改变。2016 年相关返利费用的确认、计量和报告，与 2015 年及以前年度相比，均为与旅行社对账后确认并结算，会计处理均计入在双方确认的当期。

据上述分析，虽然 2016 年返利费用与 2015 年相比，有较大幅度的增长，但 2016 年销售费用中的人工工资下降 409 万元，收入上升 824 万元，公司 2016 年度基于当地市场情况调整的以旅行社为基础的营销方式在当年度就形成了效益，从一个侧面也说明，将当年度确认和计算的旅行社返利确认在 2016 年度利润表也是对经济实质的最佳反映。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

在评价管理层会计处理的适当性时，我们也对公司的此项变化是否构成会计政策变更进行了关注，并与公司管理层进行了讨论。企业管理层认为相关返利比例变化、结算周期缩短的交易条款是公司与旅行社 2016 年达成的，对返利费用一直都采取的是与旅行社对账、计算、双方认可确定才确认的方式，不属于会计政策变更。

根据《企业会计准则第 28 号会计政策、会计估计变更和差错更正》第三条，会计政策，是指企业在会计确认、计量和报告中所采用的原则、基础和会计处理方法。公司的会计处理是当年市场环境和营销方式变化的结果，并非会计确认、计量和报告方式的改变。2016 年相关返利费用的确认、计量和报告，与 2015 年及以前年度相比，均为与旅行社对账后确认

并结算，会计处理均计入在双方确认的当期。总体上分析，我们认为管理层的观点具有合理性。

问题 2：请说明营销返利费用的确认原则，是否与营业收入线性相关，并结合营销返利的支付对象、支付渠道等，以游客数量、旅行社收入等数据为基础，量化分析营销返利政策对相关业务板块营业收入的影响。

西藏旅游回复：

营销返利费用的确认原则是依据经双方确认后的旅行社年度的实际业绩、按公司返利标准计算确定。公司的营销返利活动主要针对签约旅行社（公司销售主渠道，近两年送客数量达到全部游客数量的 60%左右），是以签约旅行社与公司共同确认的年度旅行社为公司景区输送游客数量（区分不同产品）为基准，按照约定的送客数量阶梯确定返利标准，以超额累进方式计算，确定给予签约旅行社的销售奖励。营销返利的计算依据与渠道送客数量有关，与营业收入具有相关性，但不完全线性相关。

公司营销返利的支付对象为旅行社，支付渠道为银行转账支付。通过营销返利政策的调整，公司 2016 年营销返利政策效果的量化分析如下：2016 年签约旅行社登记送客量比 2015 年增长了 18%，景区板块营收增加 824 万元，取得较好的效果。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认为公司营销返利费用如实反映了公司的营销返利政策，符合会计准则。

问题 3：请说明广告推广费用的确认原则，报告期广告推广费的支付对象、支付渠道等，并分析说明广告推广对相关业务板块营业收入的影响。

西藏旅游回复：

公司的广告推广费用确认原则主要为（1）景区及市场活动宣传物料制作：由于物料每年均需更新，所以这部分费用结算时即确认当期费用；（2）广告宣传：公司广告宣传费用的绝大部分为服务商年度服务费用，包括公司景区旅游纪念品设计制作、VI 系统设计、品牌规划设计、宣传片制作、景区影音资料拍摄、收集、存档、知识产权管理等。该费用会依据服务商提供的服务内容及成果在年终进行年度结算，结算时即确认费用。（3）市场推广：公司营销部门会在二、三季度旅游旺季以景区推介会、电台、电视台、自驾俱乐部活动等形式签署合同并实施市场推广活动。三、四季度根据活动效果向相关单位支付市场活动经费，由于周期短，实施及结算不会跨年，结算即确认当期费用。（4）踩线费用：公司邀请区外

组团社到公司景区实地踩线，便于组团社推出包含公司景区的旅游线路，是在同业内的宣传推广活动，费用开支很少，也不会跨年实施，结算即确认当期费用。

公司广告宣传费用主要支付对象为物料供应商、广告服务商、媒体、自驾俱乐部等。支付渠道为银行转帐。由于公司属于景区资源开发及运营公司，活动定位于维持最基本的营销活动，给予经销商一定的宣传推广支持，因此广告宣传费用总体支出金额不大，占总收入比例有限，广告宣传无法直接与相关板块的销售收入挂钩，但其是公司旅游经营不可或缺的内容。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认为公司广告宣传费遵照了公司的会计政策，符合会计准则。

问题 4：请说明报告期营销返利、广告宣传费用确认是否符合会计准则，是否符合收入和费用配比原则。

西藏旅游回复：

如问题 1 所述，营销返利费在 2016 年以前基本均衡，2016 年较 2015 年金额增长较快的原因是业务活动和经环境发生变化，与旅行社的交易条款发生变化所致。各年度公司均在与旅行社对账确定返利金额后确认费用。本期交易条款、交易方式的变化带了 2016 年收入增长和营业费用-销售人员薪酬福利费的降低，符合收益和成本计入同一期间的原则。

如问题 3 所述，广告宣传费主要是景区及市场活动宣传物料制作费、广告宣传费、市场推广费、踩线费用等，无法与销售收入直接挂钩，对销售收入的影响可能具有长期性，也可能滞后，但因具有不确定性，均在发生当期进入费用，会计处理符合会计基本准则谨慎性的规定。

公司营销返利费用、广告宣传费用的确认和计量，如问题 1 和 3 所述，符合会计准则。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

公司营销返利费用、广告宣传费用的确认和计量，如问题 1 和 3 所述，符合会计准则。

二、关于资产减值及处置

问题 5：应收账款坏账准备计提。年报披露，报告期应收账款坏账准备计提 357.68 万元。其中，对工布江达县管委会的应收账款 122.02 万元全额计提坏账准备。另外，2015 年转回对工布江达县巴松措景区管委会应收账款的坏账准备金额 615.16 万元。请说明工布江达县巴松措景区管委会与工布江达县管委会是否为同一方，如是，请说明 2015 年转回坏账准备 2016 年又全额计提的原因；如否，请说明 2015 年未计提及转回坏账准备的具体情况，对工布达江县管委会应收账款的形成原因、账龄、本年全额计提减值准备的判断依据及合理性。

西藏旅游回复：

工布江达县巴松措景区管委会与工布江达县管委会是同一方。应收工布江达县管委会应收账款是历年形成的应收旅游门票分成款。截止 2014 年年末，历年累计应收工布江达县管委会款项余额为 1,762.69 万元，并在单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款里计提了 615.16 万元的坏账准备。2015 年公司为收回上述款项积极与之协商且工布江达县管委会获得了创建巴松措 5A 景区经费，将其中 1,642.00 万元在 2015 年 6 月收回，同时转回了 615.16 万元坏账准备；对于余下的款项，考虑到与当期收回的款项性质相同，2015 年年末按账龄对余额计提了 18.10 万元坏账准备。公司在 2016 年进一步进行催收时了解到工布江达县管委会用于创建巴松措 5A 景区经费已无余款，且账龄已达 3 年以上，公司判断收回可能性很小，2016 年按全额计提了坏账准备。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认可公司的判断及会计处理。

问题 6：其他应收款坏账准备计提。年报披露，报告期其他应收款坏账准备计提 560.29 万元。其中，对北京太合环球影业公司的其他应收款 194 万元全额计提坏账准备。另外，2015 年收回或转回坏账准备金额 187.28 万元，对太合环球影业按照账龄计提 58.2 万元。请说明 2015 年收回或转回坏账准备的原因，对太合环球影业的其他应收款上年按账龄计提而本年全额计提坏账准备的判断依据及合理性。

西藏旅游回复：

- (1) 2016 年坏账准备报表数据计提应为 424.39 万元；
- (2) 2015 年转回坏账准备 187.28 万元的主要原因系当年公司收回西藏圣地天创演艺有限公司欠款 1,932.19 万元，同时冲回按照账龄计提的 384.11 万元坏账准备所致；

(3) 公司应收北京太合环球影业公司的款项为电影投资款。公司一直致力于与对方协商并收回相关款项。2015 年，公司还能与对方单位相关人员进行接洽，就如何收回欠款进行沟通，因此 2015 年度以前，相关款项按公司坏账政策，计提坏账准备。2016 年度，因北京太合环球影业公司相关人员变动，公司不能联系到对账的相关人员。公司判断回收的可能性很小，故按全额补计了坏账准备。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认可公司的判断及会计处理。

问题 7：存货跌价准备计提。年报及相关临时公告披露，本年计提跌价准备的存货主要包括库存过期刊物、无法使用的酒店设备及客房用品、滞销或过期的旅游纪念品等。请结合最近两年出版刊物的销量情况、酒店翻修及营业情况、相关旅游公司纪念品销售情况等，说明相关存货状态的变化，以及上年未计提而本年计提跌价准备的判断依据及合理性。

西藏旅游回复：

(1) 关于计提存货跌价准备的过期刊物，主要是西藏圣地文化有限公司的《西藏人文地理》杂志。由于受新媒体冲击，为扩大销量，《西藏人文地理》杂志主要采取向代理商、公司自营景区、公司自营酒店免费铺货的方式进行销售，杂志主要库存在渠道中。2014 年、2015 年、2016 年三年销售收入分别为 167.34 万元、78.14 万元、33.98 万元。考虑到《西藏人文地理》杂志不是时效性很强的新闻刊物，即便过刊也存在销售或者作为公司宣传资料赠送游客的价值，其不能等同于新闻报纸杂志一样过刊即损失大部分价值，2015 年末，公司计划在来年加大杂志在自营景区及自营酒店的推售。从 2016 年的销售来看，未取得明显效果，呈逐年萎缩之势。且《西藏人文地理》杂志目前主要业务方向及业务开展方式拟逐渐转向新媒体、互联网化，纸媒业务在可预见未来会逐步收缩，为谨慎起见，公司决定对以前库存的过刊计提存货跌价损失准备 241.11 万元。

(2) 计提存货跌价损失准备的无法使用的酒店设备及客房用品，主要属于公司喜马拉雅酒店·拉萨店。为提高在拉萨市场的竞争力，喜马拉雅酒店·拉萨店大规模重新装修，2016 年装修工程接近尾声，拟于 2017 年重新营业。在拉萨店筹备运营的过程中，运营筹备组提出原酒店的部分酒店设备以及布草等低值易耗品在新装修酒店无法适用，应予更换，故在 2016 年计提跌价准备 123.58 万元。

(3) 公司开发的旅游纪念品具有本地藏族文化特色，有长期销售价值，可以不计提存货跌价损失准备。但是公司在 2016 年考虑拟在 2017 年加大二次消费的营销力度，改善公司的收入结构，准备推出新型旅游纪念品的销售。由于新型旅游纪念品的推出，2016 年以前

开发的产品有可能面临滞销，并可能影响新型旅游纪念品的销售，因此公司决定对部分旅游纪念品进行了下架处理，故在 2016 年将此部分存货计提了跌价准备 121.18 万元。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们抽查了部分实物，认可公司的判断及会计处理。

问题 8：无形资产减值准备计提。年报及相关临时公告披露，本年计提减值准备的无形资产主要包括景区售票厅的闲置或拆除、景区设施的破损或重建等。请结合最近两年相关景区的经营情况，说明相关无形资产的状态变化，以及上年未计提而本年计提减值准备的判断依据及合理性。

西藏旅游回复：

公司本年计提减值准备的无形资产涉及三项：一是大峡谷景区的观水台，该观水台原为木质结构，因临江水汽较重，悬空的木质平台易腐朽，为排除安全隐患，公司在 2016 年将该观水台全部拆除并重建为钢混结构，以降低安全生产风险。二是鲁朗景区的木质栈道，同样基于安全生产的考虑，在 2016 年全部拆除并重建为钢混结构。三是巴松措景区的游船售票厅，原为木质结构，景区冬季游船售票厅供暖只能使用电暖气等设施，且与岸边树林接壤，有较大安全隐患。为降低安全生产风险，公司决定在 2016 年建设船队管理用房时将游船售票厅一并拆除重建。以上资产属于景区经营资产，在 2016 年基于当年状况进行改建，根据董事会决议计提了减值准备。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们通过抽盘，认可公司的判断及会计处理。

问题 9：固定资产减值准备计提。年报及相关临时公告披露，本年计提减值准备的固定资产主要包括景区废弃板房、设备等。请结合最近两年相关景区的经营情况，说明相关固定资产的状态变化，以及本年计提减值准备的判断依据及合理性。

西藏旅游回复：

2016 年计提的固定资产减值准备，主要包括：（1）巴松措景区的日式客房，此客房为活动式板房，已经过多次搬迁。2016 年 6 月巴松措度假酒店部分建成对外试营业，为引导

游客到客单价较高的新建度假村住宿，避免内部竞争，这些客单价较低的老旧日式板房正式停运；（2）经与政府安全生产最新标准核对，公司部分游船不符合最新安全标准，为降低安全生产风险，2016年公司决定将不符合新安全标准的船舶予以停运封存。以上固定资产属于景区经营资产，根据董事会决议计提了减值准备。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们通过抽盘，认可公司的判断及会计处理。

问题 10：固定资产处置及报废。年报披露，处置或报废的固定资产原值 1,640.23 万元，包括房屋及建筑物 611.02 万元、运输工具 998.09 万元、其他设备 31.12 万元，固定资产处置损失 608.97 万元。请分别说明固定资产处置、报废的具体情况，结合报废资产最近两年的状态变化说明上年不报废而本年报废的判断依据及合理性，以及上述资产处置及报废是否履行了必要的决策程序，是否达到临时公告披露标准。

西藏旅游回复：

处置或报废的固定资产损失金额应为 785.41 万元，其中处置固定资产原值为 1,368.96 万元，损失金额为 588.15 万元；报废固定资产原值为 271.27 万元，损失金额为 197.26 万元；原披露金额 608.97 万元固定资产处置损失对应的是非流动资产处置损失（含固定资产、无形资产、在建工程）。2016 年处置的固定资产主要为：

（1）阿里普兰县城的制氧厂（原值 322.56 万元），因普兰县政府统一规划，将制氧厂片区规划为边贸口岸，并于 2016 年 7 月开工建设，预计政府补偿部分为 80.00 万元，处置损失为 211.06 万元；

（2）自治区 2016 年明确了高原适用车辆标准，公司原有部分运营车辆不符合该标准而被运管部门要求强制统一换配载客不高于 29 座的高原适用车辆。公司阿里景区原有 53 座和林芝景区 37 座营运车辆在 2016 年均不能上路运营，为保证公司景区游客接待，公司决定按照自治区标准更换运营车辆。该部分车辆处置原值为 957.47 万元，处置损失为 353.45 万元；

（3）本年鲁朗景区处置了一批固定资产，包括洒水车、电瓶车、拖拉机等，因年限较长，本年度无法通过年检，也无维修价值。该部分固定资产原值 88.93 万元，处置损失 23.64 万元。

（4）巴松措湖尾老度假村，因巴松措度假村于 2016 年 6 月部分建成开始试运营，为引导游客到客单价较高的新度假村住宿，客单价较低的老湖尾度假村设施陈旧公司决定停止运营，故 2016 年做报废处理，原值 271.27 万元，报废损失 197.26 万元。

(5) 以上资产处置及报废均在 2016 年发生，故公司在 2016 年作了报损处理。

(6) 由于公司 2015 年净利润数基数较小，公司疏忽了累计处置、报废损失已经达到了信息披露标准并应履行决策程序。公司拟近期召开董事会对上述处置、报废事宜进行审议并进行披露。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们通过抽盘，认可公司的会计处理。

问题 11：无形资产处置。年报披露，处置的无形资产原值 183 万元，为巴松措景区旅游项目收益权，形成处置损失 372.48 万元。请说明上述无形资产处置的具体情况，是否履行了必要的决策程序，是否达到临时公告披露标准。

西藏旅游回复：

无形资产处置及报废损失金额应为 149.32 万元，其中处置的无形资产原值为 25.60 万元，损失为 20.82 万元；报废的无形资产原值为 157.41 万元，损失为 128.50 万元。原 372.48 万元对应的是非流动资产报废损失（含固定资产、无形资产、在建工程）。

(1) 处置的无形资产有两项，一是巴松措创 5A 临时用板房，2016 年创建结束，停止使用，原值为 19.29 万元，处置损失为 16.48 万元；另外一个为巴松措油库，依据安全生产监督部门要求，景区不能自建油库，需自行拆除。为降低安全生产风险，公司决定按照安监部门要求进行拆除，该油库原值为 6.31 万元，处置损失为 4.34 万元。

(2) 报废的无形资产为巴松措湖心岛栈道、观景台、浮桥等，均为 2016 年巴松措景区在与政府共创 5A 景区过程中发现不符合 5A 标准，且存在安全隐患，公司决定拆除重建，原值为 157.41 万元，报废损失 128.50 万元。

(3) 以上资产处置及报废均在 2016 年发生，故公司在 2016 年作了报损处理。

(4) 由于公司 2015 年净利润数基数较小，公司疏忽了累计处置、报废损失已经达到了信息披露标准并应履行决策程序。公司拟近期召开董事会对上述处置、报废事宜进行审议并进行披露。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们通过抽盘，认可公司的会计处理。

问题 12：无形资产确认。年报披露，本年由在建工程转入的无形资产景区经营收益权的账面原值合计 2,883.04 万元。请说明经营收益权的初始确认原则、确认时点，并分项说明报告期各项收益权确认是否符合会计准则。

西藏旅游回复：

公司无形资产主要为景区经营收益权。根据财政部[财会（2008）11 号]《关于印发公司会计准则解释第 2 号的通知》第五条解释，公司取得的经营收益权属于 BOT 业务，列入无形资产核算。

公司确认原则为将投资建设的无法确认产权的景区道路等旅游基础设施按照建造过程中支付的工程费用作为在建工程处理，完工验收投入使用时确认为无形资产；完工验收投入使用后发生的支出，比如维护和保养费用，在费用发生时计入当期损益。本年确认的无形资产明细如下：

收益权名称	明细项目	金额
雅江景区旅游项目 经营收益权	大峡谷二期停车场工程	9,183,388.24
	大峡谷观水台	369,011.94
	人行桥工程	1,818,687.48
	派镇调度中心停车场值班室	500,000.00
	观景台工程	1,528,253.31
	派镇大峡谷公共厕所工程	459,800.00
	林芝地区米瑞两江汇合观景台	276,671.79
	尼洋河观景台及停车场	241,600.00
	停车场及摊位工程	961,305.88
巴松措景区旅 游项目经营收益权	巴松措员工宿舍、员工餐厅及木巴餐厅改造工程	1,260,645.00
	船队管理用房工程	1,623,784.90
	湖心岛栏杆、栈道、观景台提升改造工程	911,960.00
	结巴村码头整改工程	1,207,939.50
	求子洞码头工程	1,357,931.00

收益权名称	明细项目	金额
	停车场改造工程	1,018,147.30
鲁朗景区旅游 项目经营收益权	鲁朗观景台停车场工程	229,836.93
	鲁朗花海工程二期工程	911,377.00
	鲁朗亭子栈道及挡土墙工程	3,380,027.00
阿里景区旅游 项目经营收益权	导引导视工程	437,937.38
	神山圣湖景区工程	550,048.20
	阿里零星工程	602,043.01
合计		28,830,395.86

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认为公司上述景区经营资产与景区经营收益权相关，确认为无形资产符合会计准则。

三、其他

问题 13：年报披露，报告期非经常性损益项目中非流动资产处置损益金额为 954.42 万元，而附注七、70 营业外支出表中披露的非流动资产处置损失合计、计入当期非经常性损益的金额均为 981.44 万元。请说明差异原因并予以更正。

西藏旅游回复：

因工作失误数据上传错误，经复核非经常性损益项目中非流动资产处置损益金额应为 976.74 万元，其中营业外支出的非流动资产处置损失合计、计入当期非经常性损益的金额均为 981.44 万元，营业外收入中非流动资产处置利得 4.70 万元。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认为公司应作更正。

问题 14: 年报披露, 其他应收款本期计提坏账准备金额 560.29 万元, 而附注七、9 其他应收款分类披露表披露的坏账准备期末金额与期初金额差额为 424.40 万元。请说明差异原因并予以更正。

西藏旅游回复:

因工作失误数据上传错误, 经复核其他应收款本期计提坏账准备金额应为 424.40 万元。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为:

我们认为公司应作更正。

问题 15: 年报披露, 主营业务分行业情况表中列示的旅游景区资源开发与运营、旅游服务、传媒文化子行业营业成本比上年增减比例分别为-3.78%、14.40%、-95.4%, 而成本分析表中上述三个子行业营业成本本期金额较上年同期变动比例分别为 7.56%、13.48%、-21.04%。请说明差异原因并予以更正。

西藏旅游回复:

因工作失误数据上传错误, 经复核公司成本分析表中旅游景区资源开发与运营、旅游服务、传媒文化营业成本本期金额较上年同期变动比例应为-3.78%、14.40%、-95.40%。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为:

我们认为公司应作更正。

问题 16: 年报披露, 应收账款前五名占应收账款年末余额合计数的比例为 56.19%, 而在附注十、2. 信用风险披露中, 应收账款前五名金额占比为 68.48%。请说明差异原因并予以更正。

西藏旅游回复:

因工作失误数据上传错误, 经复核应收账款前五名金额占比应为 56.19%。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为:

我们认为公司应作更正。

问题 17：年报披露，其他应收款-西藏自治区户外协会期末余额 331.50 万元，西藏国际体育旅游公司 144.78 万元，西藏圣地矿业勘查开发公司 84.31 万元，而关联方非经营性资金占用及其他关联资金往来情况汇总表中上述三家单位期末资金往来余额分别为 150.79 万元、84.31 万元、331.22 万元。请说明差异原因并予以更正。

西藏旅游回复：

因工作失误数据上传错误，经复核其他应收款期末余额-西藏自治区户外协会 331.22 万元、西藏国际体育旅游公司 150.79 万元、西藏圣地矿业勘查开发公司 84.31 万元。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认为公司应作更正。

问题 18：年报披露，重要在建工程项目本期其他减少金额合计 2,929.75 万元，其中雅鲁藏布江景区工程本期减少 1,484.45 万元，由在建工程转入的无形资产金额合计 2,883.04 万元，其中雅江景区旅游项目经营收益权转入 1,533.87 万元。请说明在建工程其他减少的具体项目及金额，以及雅江景区项目数据的差异原因。

西藏旅游回复：

在建工程-其他减少项目明细如下：

项目名称	工程名称	转入无形资产 金额	报废金额
雅鲁藏布江景区 工程	大峡谷二期停车场工程	9,183,388.24	
	大峡谷观水台	369,011.94	
	人行桥工程	1,818,687.48	
	派镇调度中心停车场值班室	500,000.00	
	观景台工程	1,528,253.31	
	派镇大峡谷公共厕所工程	459,800.00	
	林芝地区米瑞两江汇合观景台	276,671.79	
	尼洋河观景台及停车场	241,600.00	
	油库工程		467,100.00

项目名称	工程名称	转入无形资产 金额	报废金额
巴松措工程	巴松措员工宿舍、员工餐厅及木巴餐厅改建工程	1,260,645.00	
	船队管理用房工程	1,623,784.90	
	湖心岛栏杆、栈道、观景台提升改造工程	911,960.00	
	结巴村码头整改工程	1,207,939.50	
	求子洞码头工程	1,357,931.00	
	停车场改造工程	1,018,147.30	
鲁朗景区工程	鲁朗观景台停车场工程	229,836.93	
	鲁朗花海牧场二期工程	911,377.00	
	鲁朗亭子栈道及挡土墙工程	3,380,027.00	
阿里景区工程	导引导视工程	437,937.38	
	神山圣湖景区设施	550,048.20	
	阿里零星工程	602,043.01	
大峡谷酒店装 修工程	停车场及摊位工程	961,305.88	
合计		28,830,395.86	467,100.00

经过核查，重要在建工程项目本期其他减少金额合计 2,929.75 万元，包括转入无形资产 2,883.04 万元，报废 46.71 万元（报废在建工程为大峡谷景区自建油库，因县安监部门检查排除安全隐患，不允许景区自建油库，要求公司自行拆除）。其中雅鲁藏布江景区工程本期减少 1,484.45 万元，包括转入无形资产-雅江景区旅游项目经营收益权 1,437.74 万元，报废 46.71 万元。由在建工程转入的无形资产金额合计 2,883.04 万元，其中雅江景区旅游项目经营收益权转入 1,533.87 万元，包括由在建工程-雅鲁藏布江景区工程转入 1,437.74 万元，由在建工程-大峡谷酒店装修工程转入 96.13 万元。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认为公司披露内容正确。

问题 19：年报披露，公司报告期施工合同纠纷诉讼尚未判决，涉诉金额 978.69 万元。请根据《编报规则第 15 号》第五十八条，补充披露年报附注或有事项。

西藏旅游回复：

经核查，2016 年 1 月，西藏金凯新能源股份有限公司因建设工程施工合同纠纷，将公司诉至西藏阿里地区中级人民法院。请求判令公司支付工程款 8,986,000 元、支付工程增量款 115,220 元、赔偿拖欠工程款利息 685,726.75 元，三项共计 9,786,946.75 元。2016 年 1 月 20 日，阿里中级人民法院受理本案，公司组织律师、监理工程师等专业人员积极应诉。

2016 年 9 月西藏阿里地区中级人民法院开庭审理并做出判决，后公司就此判决向西藏自治区高级人民法院提起上诉，2016 年 12 月，西藏自治区高级人民法院组成合议庭进行审理并作出民事裁定，将此案发回阿里地区中级人民法院重审，目前该案件尚未审理结束。

公司年报审计机构信永中和会计师事务所认为：

我们认为公司应补充披露。

特此公告。

西藏旅游股份有限公司

董事会

2017 年 3 月 29 日