

桂林旅游股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	董事长陈靖女士，副董事长、总裁文政先生，独立董事常启军先生，董事、副总裁郑宁丽女士，董事、副总裁、财务总监、代董秘王小龙先生。
时间	2025年4月29日15:00至17:00
地点	深圳证券交易所“互动易”平台 (http://irm.cninfo.com.cn)“云访谈”栏目
形式	网络
交流内容及具体问答记录	公司于2025年4月29日15:00—17:00采用网络远程的方式在深圳证券交易所“互动易”平台“云访谈”栏目召开2024年度业绩说明会，公司参会领导与投资者互动交流情况如下： 问题一：“一核一优两翼三扩”战略中，存量优化和增量提升具体指哪些举措？2025年计划扩展哪些新业态(如AI文旅、低空经济)？ 问题一回复： 尊敬的投资者，您好！ 存量优化的具体措施主要包括：一是借助AI解锁“未来旅游”新体验，助力人民网打造“AI游桂林”智能平台，推出AI主题游船，推出虚拟导游“数字刘三姐”，在游船中游客可通过AR眼镜沉浸式游览漓江山水；银子岩景区开发“数字财运”祈福新体验，打造AI随身导游，让老景点焕发全新魅力；二是深挖资源禀赋，打造特色产品矩阵，以“休闲度假+深度体验”为核心，构建沉浸体验式文化产品、主题研学产品；三是与新东方文旅、“上新了·故宫”等跨界创新团队合作，开展定制化旅游服务和文创品牌共建等创新项目合作；四是打造尊享服务与商务融合的高端定制类产品。 增量提升的具体措施主要包括：一是开辟文旅消费新赛道，探索低空游览项目，打造“游山水、买全球”的新消费模式；二是打造大漓江中心景区，以漓江为核心，沿岸村落为基点，将山水文化、民俗文化、历史文化、渔家文化、农耕文化、米粉文化、环境保护等内容作为要素，以游船为纽带建设大漓江中心景区，探索2晚3天，3晚4天产品，打造“水陆空”联动项目；三是整合两江四湖、古宋城，联动游船、酒店、娱乐、演艺资源，构建一站式诗意栖居综合体；四是同步推进两

	江四湖主题夜游、银子岩创 5A 级景区、温泉养生 IP 等项目；五是对有稳定现金流和利润的成熟项目探讨收购计划，以外延式增长扩增量，全力推动公司高质量发展。 感谢您对公司的关注！ 问题二：2025 年，公司计划采取哪些措施来提升业绩？ 问题二回复： 尊敬的投资者，您好！ 公司 2025 年的重点工作：一是加大不良资产的优化盘活，甩包袱；二是抓资产经营促内生增长，保存量；三是以项目打造促外延式扩张，扩增量；全力推动公司高质量发展。 感谢您对公司的关注！ 问题三：当前入境游的市场很受关注，公司有采取哪些措施扩大这方面的市场份额吗？ 问题三回复： 尊敬的投资者，您好！ 公司积极参加各类国际文旅宣传和交流活动，积极传播桂林国际旅游形象，提高桂林旅游在国内外旅游市场上的竞争力和知名度。公司注重文旅融合，深挖文化底蕴，打磨核心产品，完善基础设施，提升服务质量，创新旅游体验，吸引更多的境外游客到桂林的景区、景点观光、旅游、度假。 感谢您对公司的关注！ 问题四：请问桂林旅游自 2020 年以来累计亏损近 10 亿元的主要原因是什么？ 问题四回复： 尊敬的投资者，您好！ 自 2020 年初以来，受人员流动受限等因素的影响，桂林旅游业 2020 年、2021 年、2022 年受到了严重冲击，公司游客接待量大幅下滑。 公司 2024 年度亏损的主要原因如下： （1）受区域市场竞争加剧、桂林特大洪水等因素影响，公司游客接待量同比下降； （2）公司投资收益同比减少； （3）对公司在发展过程中形成的不良资产计提了资产减值准备。 感谢您对公司的关注！ 问题五：请问公司低空游览项目、文创项目等进展如何，何时能与游客见面？
--	---

	问题五回复： 尊敬的投资者，您好！ 针对低空旅游项目，2025 年 1 月，公司与广西北投低空经济投资有限公司签署了《低空经济项目战略合作框架协议》，此次公司与广西北投低空公司战略合作协议的签署，标志着公司加快布局低空经济项目的步伐。截至目前，公司与多家合作伙伴进行了接洽，并围绕项目选址地、航线、安全保障等进行了探讨；文创方面，我公司正在与“上新了·故宫”文创团队合作，“上新了·桂林”文创相关店铺有望近期试营业。 感谢您对公司的关注！ 问题六：针对即将到来的五一假期，公司做了哪些准备，当前是否对接待量有相关预计？ 问题六回复： 尊敬的投资者，您好！ 五一假期将至，公司旗下各景区结合自身特色，策划了丰富多彩的互动体验活动，涵盖特色体验、品质服务、亲子互动等内容，旨在为游客提供更好的游览感受。公司旗下两江四湖景区在文昌桥码头举办国潮音乐会，同步在榕湖、杉湖区域增设轻舟巡游互动项目，为游客打造视听与沉浸式游览新体验；银子岩景区创新推出“尊享游览套餐”，通过专属 VIP 通道、资深导游全程深度讲解，满足游客个性化、高品质的游览需求；丰鱼岩景区利用天然场地优势，策划欢乐抓鱼等亲子主题活动，为家庭游客提供亲近自然、亲子互动的欢乐空间；大瀑布酒店推出“文化慢生活”特色产品，将网红露台下午茶与非遗技艺体验相结合，让游客在悠闲时光中感受传统文化魅力；贺州温泉景区打造温泉泼水节，并推出温泉+特色美食休闲组合产品，为游客带来亲水体验与味蕾享受。 感谢您对公司的关注！ 问题七：近期桂林旅游乱象登上微博热搜，虽然很多是行业问题，但公司是当地旅游龙头企业，旗下景区是否存在类似问题，如果存在后续在改善服务、提升产品竞争力方面有哪些举措？ 问题七回复： 尊敬的投资者，您好！ 我们也注意到近期广大网友对公司和桂林旅游业提出的意见和建议，广大网友对桂林山水爱之深、责之切，我们深有感触也深感责任重大。作为桂林旅游的龙头企业，公司一直高度重视服务质量与品牌形象，近期公司已策划“并肩提质增效聚力树新标——我服务我承诺”品牌宣言行动，向社会各界展
--	--

	现“以服务守护山水，以行动兑现承诺”的国企担当。在服务保障方面，“服务承诺”行动已进入实战阶段，全员在岗，强化“横向到边、纵向到底”的服务保障体系，让每位游客都能体验“山水有约，服务有诺”的诚意之旅。在产品创新体质方面，我们依托桂林市政府“AI 桂林”战略合作项目，链入“AI 桂林”全域旅游大脑，通过 VR/AR 技术创新旅游场景，推出更多智慧化场景，重塑“诗与远方”的穿越体验，让游客沉浸于科技与自然的完美融合；加快布局低空经济的步伐，搭建低空经济运营体系、打造特色飞行营地、培育专业人才、构建低空旅游大数据平台和服务体系等，解锁桂林旅游产业新视角；与“上新了·故宫”文创团队联合打造的“上新了·桂林”文创项目即将与大家见面，为桂林旅游增添新的亮点；打造高端定制服务品牌，锚定从“旅游服务商”到“价值共创者”升级。我们一直坚守“服务即产品”的理念，真诚欢迎广大投资者、网友前来体验、监督！ 感谢您对公司的关注！
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无