

证券代码:603099

证券名称:长白山

公告编号:2024-021

**长白山旅游股份有限公司**  
**关于 2023 年度业绩及现金分红说明会**  
**召开情况的公告**

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。

**一、本次说明会召开情况**

长白山旅游股份有限公司（以下简称“公司”）于 2024 年 3 月 26 日（星期二）下午 15:00-16:00 通过“进门财经”（<https://s.comein.cn/Ak885>）以网络音频的形式召开了 2023 年度业绩及现金分红说明会。公司董事长、董事会秘书、独立董事参加了本次会议，就公司的经营业绩、现金分红等投资者关注的问题与投资者进行了沟通交流。

**二、本次说明会投资者提出的主要问题及公司的回复情况**

**1、简要介绍一下公司 2023 年主要财务指标，与 2019 年对比情况。**

答：2023 年度长白山景区接待游客 274.8 万人，较 2022 年增长 260.5%，较 2019 年增长 9.4%。伴随客流量恢复增长，公司收入、利

润指标全面超过 2019 年，并创造了公司成立以来最好成绩。主营业务收入 6.2 亿元，较上年同期增长 218.73%，较 2019 年同期增长 32.8%；归属上市公司股东净利润 1.38 亿元，较上年同期增长 340.59%，较 2019 年同期增长 83.45%，实现扭亏。截止报告期末，公司净资产 10.39 亿元，较期初增加 14.67%，较 2019 年期末减少 3.96%。

2、2023 年公司实现扭亏，公司董事会通过了每 10 股派送现金红利人民币 0.78 元（含税），共计分配利润人民币 20,800,260.00 元，占当年合并报表归属于上市公司股东净利润的 15.07%。请您介绍一下公司对分红的考虑。

答：1. 公司今年投资经营计划中列出了用于项目建设与设备更新计划支出近 1.6 亿元。一是为提升接待能力，公司今年计划更新、购置一批车辆。二是为打造区域文明、安全、便捷的交通生态，今年公司计划进一步扩展巡游出租车、包车业务，计划新增城市公共交通业务，西南景区班线业务。这些项目和线路不同程度需要新增配一部分车辆。

2. 公司投建的温泉部落二期项目计划二季度开工，需要做好项目的资金储备，保障项目建设资金需求。

3. 长白山 2025 年将迎来沈白高铁开通，冰雪旅游进入快速增长期，长白山旅游也正在加快从单季避暑游向“避暑+冰雪”双季游、双旺季的转变。为此，公司需要加大投入，积极找寻成熟项目，加快布局冰雪游、度假游、亲子游等业务，积极培育新项目、新产品，抢

占新增市场份额，提升盈利能力。

综上，2024 年公司需要保持充裕的现金储备，以确保公司的持续、稳健发展。

### 3、公司发展优势及发展战略有什么变化么？今年经营安排情况？

答：未来一个时期，公司将积极抢抓沈白高铁通车和吉林打造旅游产业万亿级目标这两个重要机遇，坚定“四个一”（建设世界级旅游目的地一个目标，聚焦旅游主业这一定位，抓住资源整合这一关键、努力实现“冰雪旅游第一股”这一突破）发展思路，统筹提升旅游客运、景区管理、酒店管理、产品营销“四大业务板块”发展质效，围绕“六要素”稳步推进产业投资，优化避暑、冰雪产品供给，推动产品和服务升级，培育更多避暑、冰雪的新增长点。今年，长白山景区接待游客目标为 320 万人次，力争达到 350 万人次。公司将按照这个目标积极配置资源，组织运力，做好游客接待。主要做好以下几个方面。

一是抓基础、固优势。守牢安全发展底线，有序推进老旧车辆更新，新增购置车辆，缓解旅游交通高负荷高强度与当前市场旺盛需求之间的矛盾。拓展区域公共交通业务，提升全域集散枢纽交通链接能力。

二是抓扩容、增效益。坚定“景区国际化”“景城一体化”发展方向，同步发力“避暑+冰雪”双旺季，加快温泉部落二期项目建设。提升运力配置，扩大“日出日落”等定制化产品流量，拉长“开放时

间”置换“承载空间”。

三是抓冰雪、强品牌。聚焦“长白天下雪”品牌 IP，深化冰雪产品布局，加大冰雪项目投资，释放冰雪+景区、冰雪+小镇、冰雪+温泉、冰雪+运动、冰雪+娱乐等要素合力，增强冰雪产品供给。

四是抓整合、促协同。持续推动流量、品牌、管理输出，深化拓展合作领域、合作方式和合作内容，引领区域旅游资源集约化发展。持续打造以“雪绒花”“云顶市集”为代表的新兴业态，丰富假日消费、街区消费、民俗消费、婚恋消费等特色消费，加快形成“多点支撑、多元均衡”的产业格局。

五是抓营销、强推广。实施“形象宣传+产品落地”的立体营销，推动跨界合作、品牌共建。加强长白天下雪、飘雪温泉、长白春雪、22度夏天等品牌打造推广。

#### 4、如何突破自然类景区接待能力上限这一瓶颈？

答：长白山景区接待虽然已经接近 300 万量级，但距离瓶颈还有较大空间。长白山景区接待能力主要由基础设施、游客组织、交通承载等多方面因素构成。今年公司将协同景区从“时间、空间”两个维度来提升长白山接待能力。

时间上：一是弥合淡旺季差异。长白山景区淡旺季客流量差异较大，淡季仍有增幅空间。特别是 6 月、9 月、12 月与旺季景色相近，但游客量距离上限还有较大空间；二是延长景区开放、关闭时间。公司今年推出观星空、日出日落等产品，以“时间”换“空间”。

空间上：一是均衡北西南三坡游客分布。2023 年北坡接待游客

占比接近入区游客总数的 80%，西南坡只占 20%。而西坡即使在旺季入区游客数量距离接待上限还有较大空间。未来随着长白山机场航线的进步拓展，沈白高铁的开通，西南坡游客将会增加，三坡游客分布不均衡问题将有望缓解。二是分流组织还有空间。公司将联合景区在今年实行天池景点分时预约方式，把游客分散到不同景点，缓解游客过于集中一个景点问题。

#### **5、新的冰雪季有哪些谋划？冰雪旅游有哪些储备项目？**

答：2023-2024 这个冰雪季，公司积累了一些冰雪旅游运营的经验。今年公司将围绕冰雪运动、冰雪民俗、冰雪娱乐等积极谋划新项目、新产品，计划扩大雪绒花、云顶市集项目，放大粉雪谷、雾凇冬漂、雪谷穿越、雪地摩托车等项目流量。依托公司旅游客运业务拓展与周边冰雪项目的经营合作，积极找寻成熟项目、优质资源推动项目投资，在冰雪旅游新赛道争取更多份额。

#### **6、酒店业务是否能够持续增长？二期项目进展情况？**

答：公司酒店业务在 2023 年实现了大幅增长，营业收入比 2022 年增长 161%，比 2019 年增长 190%。在公司营收中占比已经超过 22%。酒店业最主要收入来源是皇冠假日酒店。2023 年皇冠假日酒店的入住率、平均房价、可售房平均收入三项指标照比 2019 年分别增长 60%/82%/191%，但仍有空间。例如 2023 年入住率不到 48%。酒店业务持续增长的几个因素，一是长白山客流量在增长；二是长白山公司具有景区、交通、雪场、温泉等优质资源和优势资源，为酒店业务提供较好的配套；三是公司在未来一段时间还会持续深化酒店托管业务，

不断加大向温泉部落二期这样的酒店投资，保持酒店业务持续增长。

温泉部落二期项目预计将在今年二季度开工。

特此公告。

长白山旅游股份有限公司董事会

2024年3月27日