

证券代码：000888

证券简称：峨眉山 A

峨眉山旅游股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>现场投资者交流会</u>
参与单位名称	兴证全球基金、中信建投基金、招商基金、兴业基金、财通证券、成都锦天成资管、东北证券、东方证券、东吴证券、方正证券、广发证券、国海证券、国金证券研究所、国联基金、国联证券、国盛证券、国泰君安、国投瑞银基金、国信证券、海富通基金、海南旗泓私募基金管理有限公司、海通证券、华创证券研究所、华泰证券、华西证券、民生证券研究院、上海证券报华西中心、申万宏源、松华资产、西南证券、兴业证券、长江证券、招商海外商社、证券时报、中国银河证券、中金公司、中睿合银投资管理有限公司、中信建投证券、中信证券、紫欣投资、前海开源基金、渤海人寿
时间	2024年9月10日9:30-11:30
地点	成都峨眉山雪芽大酒店
上市公司接待人员姓名	董事长许拉弟、总经理马令、监事会主席邱胜、营销总监何群、财务总监王蓉、董事会秘书龙舸

投资者关系活动
主要内容介绍

1. 公司未来分红计划？分红比例是否能提升？

答：公司自 1997 年上市以来，共计分红 26 次，累计分配金额达 8.37 亿元，充分维护了股东的合法权益；截止 2024 年 6 月末，公司累计未分配利润 13.23 亿元。未来，公司将根据实际经营情况，综合考虑盈利水平、资金支出安排等，合理确定利润分配政策，继续履行利润分配责任，增强投资者回报水平，请及时关注公司相关公告。

2. 地方政府是否有文旅支持政策落地？

答：近年来，省、市先后出台《省政府办公厅关于印发大峨眉交旅融合先行示范区建设方案的通知》《大峨眉交旅融合先行示范区暨交通强市试点建设乐山行动方案》《中共乐山市委关于以发展新质生产力为重要着力点加快构建现代化产业体系扎实推进高质量发展的决定》等政策，我公司将准确把握新形势任务要求，以“学好政策、找足政策、强化沟通、多元交流、资源共享、狠抓落地”为导向，积极争取政策支持，力争实现政策申报及时全覆盖。同时，公司牢固树立和深化景城企一体化全域发展格局，加快探索文旅融合发展新路径。

3. 随着九寨沟直达高铁的开通，公司如何加强与其他景区的合作，承接客流？

答：今年以来，公司面对内外经济、社会、交通等环境条件的变化，围绕“产业强企、创新兴企、实干立企”实践定位，实施“155”发展战略，即锚定勇当“打造享誉全球的世界重要旅游目的地”领头雁的战略定位，明确景区接待人数、收入利润、资产负债率、净资产收益率“五大工作目标”，确保公司在经营管理、深化改革、防风化险、市场营销、党建引领方面实现“五个提升”，不断增强企业核心功能、提高核心竞争力，推动公司新时代高质量跨越发展。

未来，公司将做好以高质量项目建设、高标准产品设计推动公司转型发展，承接和满足不同客流的个性化需求，特别是随着高铁时代的带来，作为九寨沟景区的友好景区，公司迎来新的机遇，公司会着重加大与周边景区、世界遗产地等各个景区、特别是上市旅游企业的合作联动；通过打造品牌集群、研发文旅产品和以大数据链为核心的营销决策模式创新市场营销；坚持游客至上，着力优化服务水平；持续深化改革，破立并举，深化“三项”制度改革和市场化经营机制改革，激发企业内生动力和创新活力；进一步守牢安全生产底线，完善风控体系建设；聚焦夯基固本，着力加强党的建设，强化人才支撑六个方面的工作。

4. 金顶索道最新进展情况？

答：金顶索道改造提升项目已完成图纸设计，进入预算编制阶段，索道设备开始生产。金顶索道拟于 2025 年年底前完工并于 2026 年上半年前投入运营，改造完成后，将彻底解决游客长时间排队问题，增加游客在金顶的游览时间，极大提升峨眉山旅游的美誉度、舒适度，从而带动游客增长。

5. 未来南山的规划和项目？

答：目前《峨眉山风景名胜区总体规划（2022—2035）》正在报批中。在本次修编报批的总体规划中，景区重点将打通北上南下、南上北下的旅游环线，拓展新的游览空间和游览线路，实现景区提质扩容。目前，《总规》正在按国家相关部委和专家意见进行修改。

6. 公司未来的资本开支计划？

答：截止 2024 年 6 月底，公司货币资金余额 13.7 亿元，现金流充沛。未来，公司将根据经营需要和市场需求有序推进酒店部分设施改造。

7. 今年文物保护经费新增一千多万，未来如何预期？

答：根据峨眉山风景名胜区管理委员会《关于提取峨眉山文物保护经费的通知》，从 2024 年 1 月 1 日起，每年将峨眉山景区门票收入的 5%（计入成本，不作为与公司分配的收入），按照“收支两条线”原则计提为峨眉山文物保护经费，用于峨眉山文物的日常保养、维护、修缮及展示利用等支出。2024 年上半年度本公司计提文物保护经费 11,114,623.42 元。

8. 公司客流结构如何？旺季客流瓶颈在哪？淡季如何做针对性营销？

答：景区 2024 年上半年，旅行社团队占比约 12%。近年来，峨眉山景区团散比基本维持在 12%-20%之间，主要变化趋势取决于假期旅游的散客化效应，暑假、寒假及国家法定假日散客量增大，旅行社团队占比相对较低，平时则相对较高。游客中女性性别比例偏高，有助于开展家庭游、亲子游等消费活动。

旺季景区接待量受景区内交通的制约，未来，随着川零公路、金顶索道改造提升项目的积极有序推进，有助于增大景区接待量。

为了增加峨眉山景区淡季客流量，公司多年以来不断打磨“峨眉山冰雪温泉节”品牌活动，持续提升景区品牌度、客流量和人均消费水平。

9. 如何拉长游客的消费逗留时间？

答：游客在景区逗留时间直接影响消费总量。目前，随着峨眉山外部交通的建设，峨眉山景区周边已形成集航空、高速、高铁于一体的密集交通网络，游客快进的问题得到有效解决。如今，我们现在着力打造慢游网络的升级，并以产品升级、产业整合、强化营销为重点，不断拉长游客的消费逗留时间。

10. 公司未来针对年轻群体的营销、新媒体流量的推广方面有何动作？

答：公司持续关注峨眉山景区和公司产品年轻化，在拓宽推广渠道方面，公司从多年前就不断探索，从两微一端转变为抖音等短视频营销、网络营销和数字精准营销；在内容方面不断大胆尝试，根据游客的兴趣，推出 1 人消费等新产品，峨眉山景区黄金门票供不应求。

	<p>11. 游客复购情况?</p> <p>答:公司自1997年成立,经过20多年的发展,逐步从“吃、住、行、游、购、娱”的传统六要素到“商、养、学、闲、情、奇”新旅游六要素发展,以峨旅八大文旅产业为核心抓手,强化景区品牌和公司产业一体化营销,提升二销和客单价。着力构建峨旅产品一体化营销体系,打造峨旅产品推介书、推介官、宣传片,形成公司总部营销和产业营销“一股绳、一盘棋”、景区品牌和公司产业营销“同步走”。通过“一张票、一根绳”旅游刚需,带动“一张床、一杯茶、一台戏、一张网、一文创、一营地”等二销产品,整体提升公司产业销售转化。强化跨界合作销售,与中国石油、国家电网等大型企业合作,拓展大客户销售渠道。加强峨眉山A文旅产业与峨眉山文化的融合发展,通过文化赋能,提升公司产业的体验价值和品质。</p> <p>12. 酒店上半年的盈利情况</p> <p>答:上半年公司宾馆酒店业务实现营业收入9,414.92万元,同比增长10.09%。今年以来,面对消费降级和竞争加剧,酒店各自利用自己的特色,不断寻找增长点,突出优势,加强与景区的链接、串联公司的产业,修炼内功、向消费者充分展示公司的产品。</p> <p>13. 演艺项目的扭亏举措?</p> <p>答:公司经营班子和云上旅投高度重视《只有峨眉山》项目运营情况,积极采取以下举措,助力云上旅投提高盈利能力。</p> <p>一是聚焦提质增效。公司重构营销矩阵、加大线上推广力度,提升剧目品牌知名度、美誉度,大力提升散客转化率;打造演艺+组合产品,借势景区门票、索道政策,搭建更丰富产品体系;通过研学产品开发、场地租赁、演艺节目输出等经营业务布局,摆脱单体旅游演艺项目的束缚,助力多元化经营,提高项目收益。</p> <p>二是持续降本增效。巩固校企合作模式,优化演出角色,提高员工技能,实现一岗多能,进一步降低人力成本;加大内控管理,降低日常能耗、设施设备维修和采购等其他经营性支出;积极与银行沟通,通过降低贷款利息、债务置换等方式缓解偿债压力,减少财务费用支出。</p> <p>三是加大项目扶持。公司积极向上级行政部门专题汇报项目经营情况及面临困难和问题,希望能加大对项目扶持力度,帮助项目延长孵化期,步入正常经营。</p>
附件清单(如有)	
日期	2024年9月10日