

公司代码：600138

公司简称：中青旅

中青旅控股股份有限公司
2025 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会及董事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性，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 本半年度报告未经审计。

1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

不进行现金分红，也不进行资本公积金转增股本和其他形式的利润分配。

第二节 公司基本情况

2.1 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	中青旅	600138	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	高鹭华	李岚
电话	010-58158717、58158702	010-58158717、58158702
办公地址	北京市东城区东直门南大街5号中青旅大厦	北京市东城区东直门南大街5号中青旅大厦
电子信箱	zhqb@cyts.com	zhqb@cyts.com

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	17,840,002,407.17	17,691,336,640.63	0.84
归属于上市公司股东的净资产	6,320,898,432.29	6,308,173,517.11	0.20
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	4,865,732,420.82	4,350,660,498.19	11.84
利润总额	170,100,617.99	169,962,090.80	0.08

归属于上市公司股东的净利润	66,852,961.86	72,570,563.24	-7.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	63,582,684.63	73,830,108.54	-13.88
经营活动产生的现金流量净额	8,325,463.69	197,248,327.32	-95.78
加权平均净资产收益率(%)	1.06	1.16	减少0.10个百分点
基本每股收益(元/股)	0.092359	0.100258	-7.88
稀释每股收益(元/股)	0.092359	0.100258	-7.88

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位: 股

截至报告期末股东总数（户）				70,695		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				0		
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
中青旅集团有限公司	国有法人	17.37	125,752,786	0	无	0
中国光大集团股份公司	国有法人	2.99	21,631,806	0	无	0
中青创益投资管理有限公司	国有法人	2.83	20,475,000	0	无	0
中国银行股份有限公司－富国中证旅游主题交易型开放式指数证券投资基金	其他	1.04	7,502,025	0	无	0
香港中央结算有限公司	其他	1.01	7,340,737	0	无	0
龚佑芳	境内自然人	1.00	7,262,900	0	无	0
招商银行股份有限公司－南方中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.74	5,337,800	0	无	0
辽宁方大集团实业有限公司	境内非国有法人	0.57	4,136,397	0	无	0
招商银行股份有限公司－华夏中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.44	3,150,000	0	无	0

符永涛	境内自然人	0.38	2,777,300	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		中国青年旅集团有限公司的控股股东为中国光大集团股份公司，中青创益投资管理有限公司的控股股东为中国青旅集团有限公司，其他股东之间是否存在关联关系或是否属于一致行动人尚不清楚。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无				

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

☐适用 ☒不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

☒适用 ☐不适用

新控股股东名称	中国光大集团股份公司
新实际控制人名称	/
变更日期	
信息披露网站查询索引及日期	2025 年 6 月 5 日，公司在上海证券交易所网站（ http://www.sse.com.cn/ ）披露《关于控股股东所持股份无偿划转的公告》（临 2025-019），根据《上市公司国有股权监督管理办法》《关于企业国有资产办理无偿划转手续的规定》（财管字〔1999〕301 号），光大集团作为国家出资企业，经其董事会、股东会决议，将其全资子公司青旅集团直接持有的公司 17.37%股份无偿划转至光大集团。光大集团与青旅集团于 2025 年 6 月 4 日签署《中国光大集团股份公司与中国青旅集团有限公司关于中青旅控股股份有限公司 17.37%股权（125,752,786 股）之无偿划转协议》。本次划转不会导致公司主要业务结构发生变化，不会对公司正常经营活动产生影响。无偿划转双方正在按照有关法律法规办理股份过户登记手续。划转实施后，公司控股股东由青旅集团变为光大集团，公司实际控制人无变化。

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

☒适用 ☐不适用

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率（%）
中青旅控股股份有限公司 2022 年度第一期中期票据	22 中青旅 MTN001	102281967	2022-08-26	2025-08-30	500,000,000	3.15

反映发行人偿债能力的指标:

☒适用 ☐不适用

主要指标	报告期末	上年末
资产负债率	52.38	51.98

	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	4.8248	4.4080

第三节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

√适用 □不适用

2025 年上半年，旅游消费需求越发多元，市场竞争日趋激烈，行业机遇与挑战并存。公司充分发挥文旅综合服务商的优势，立足存量业务深挖消费潜力，探索增量业务开拓发展空间，同时严控成本费用支出，提升精细化管理水平，第二季度实现营收 28.12 亿元，同比提升 15.80%，实现净利润 10,055.82 万元，较去年同期持平。上半年经营业绩总体保持平稳，实现营业收入 48.66 亿元，同比增长 11.84%；同时，部分业务受细分领域市场竞争加剧及天气原因影响，投资收益降低，报告期内实现归属于上市公司股东的净利润 6,685.30 万元，同比下降 7.88%。

（一）文旅目的地投资运营管理业务

1.乌镇景区

报告期内，乌镇景区坚持传统文化与当代艺术碰撞融合、度假目的地与会展小镇功能属性互补的发展路径，围绕“乌镇戏剧节”“世界互联网大会永久会址”等核心IP，持续深化内涵，创新产品，拓展边界，强化差异化竞争壁垒。第二季度，乌镇景区紧跟“夜游”“避暑”“慢生活”的消费趋势，升级推出“好好生活节”、“乌镇消夏节”等主题IP活动，提供传统非遗活动体验、现代科技互动、读书会、经典情景剧演艺等体验项目；依托木心美术馆、乌镇大剧院等文化资源，接连举办“贝多芬：英雄与人”特展、贝多芬专题音乐会、《暗恋桃花源》经典版重返乌镇等特色活动，提升景区沉浸式文艺氛围和复合盈利能力；聚焦重点市场及重点客群，全面升级亲子夏令营、互联网夏令营、戏剧夏令营产品，精准对接研学旅游市场需求；围绕“会+展”拓展商务市场，举办乌镇国际设计周暨世界联合设计大会、一汽奔腾新能源车系发布会、充电不止于内容2025 充电UP主交流日等商务活动；拓展会展外延，将景区资源与婚宴市场需求相结合，提供一站式婚礼定制化服务，上半年共接待婚宴 40 余场。同时，积极构建全方位营销体系，拓展新媒体及小众渠道运营并创新营销方式，与小米手机、哔哩哔哩、和平精英等品牌跨界合作，推出联合专属福利、主题活动等，有效提升乌镇景区在年轻客群中的知名度和吸引力。

报告期内，受天气原因及周边市场竞争加剧影响，乌镇景区接待游客 337.12 万，同比下降 11.92%，其中东栅接待游客 107.74 万，西栅接待游客 229.38 万。乌镇公司实现营业收入 7.42 亿元，同比下降 13.56%；通过严格执行降本增效举措，实现净利润 1.42 亿元，同比下降 7.07%。

2.古北水镇景区

因持续受到京郊景区热度下降、周边游市场消费需求外溢等因素影响，报告期内古北水镇景

区接待游客 49.01 万，同比下降 18.37%；实现营业收入 2.05 亿元，同比下降 25.29%；因固定成本费用压缩空间较小，景区经营净利润继续承压。面对严峻的市场环境及景区自身发展阶段带来的挑战，古北水镇致力于挖掘内生动力，充分利用长城、汤泉等独特资源禀赋，围绕特色产品打造、业态丰富度提升、自有IP培育、会议市场拓展、营销策略调整等多方面发力，第二季度经营情况呈现向好趋势。

2025 年上半年，古北水镇景区以长城文化、夜游业态为核心，充分利用水镇现有场景资源，融合独特的文化底蕴与创意，打造奇遇古北水镇主题活动，为游客呈现超级巡游、百场演艺、沉浸互动、提灯夜游、奇遇音乐会、长城脚下脱口秀等精彩纷呈的活动，并增加演艺场景密度，优化演艺内容，改善游客交互体验细节，将演艺内容与景区内消费场景结合，以互动演艺激发消费潜力。提升客群画像精准度，紧抓重点亲子市场，推出长城戍边文化与非遗初探、长城文明深度解码及跨学科实践等研学产品。聚焦自有IP培育，结合墙绘、文创、巡游等活动，全新推出古北喵偶天团独特互动IP，构筑差异化优势。此外，古北水镇景区紧扣长城脚下的商务会奖胜地的定位，举办国际金融经济学前沿论坛、康明斯在华五十周年客户日等会议，进一步开拓潜在商务客户并推动转化落地。同时，景区在报告期内全方位加强营销宣传，提升短视频运营水平，强调以活动、体验分享为内容拉升景区热度。逐步深化达人合作，着力加强新媒体板块运营，结合景区主题活动打造品牌传播新亮点。

3.拓展业务

公司聚焦“城市更新”的国家战略和属地政府的需求痛点，通过运营前置，参与文旅全周期开发运营，打通策划、规划、投资、建设、营销、运营全链条，在持续服务运营河北邯郸广府古城、陕西咸阳城市夜游、山东威海栖霞街、江西吉安后河等文旅项目基础上，签约广东省石龙镇中山路历史文化街区项目、湖北省黄冈市遗爱湖片区更新项目，提升中青旅文旅综合项目规划与运营能力，积极培育发展动能。

（二）文旅综合服务业务

1.整合营销业务

报告期内，中青博联积极应对会展市场有效需求不足的外部环境，立足大会展、大营销、大运营优势领域，紧盯重点项目，凭借创意引领、科技赋能、资源协同整合的模式，深度赋能机构客户整合营销需求，营业收入及净利润同比均基本持平。

2025 年上半年，中青博联参与服务第五届中国国际消费品博览会、第八届数字中国建设峰会、第五届福州国际数字产品博览会、2025 工业互联网大会等多场高规格会议展览活动，策划助力多家企业境内境外营销活动，上半年执行会议展览项目超 3000 个，继续保持在会议会展领域优势地位。报告期内公司运营日本大阪世博会中国馆，持续中国科技馆，正式运营深圳科技馆，高水平服务获得市场认可。此外，中青博联打造自主IP、赛事等创新业态，圆满完成接力长城大学联赛 2025 决赛（超级海南之夜）项目，探索增量业务。

2.旅行社业务

旅行社业务紧跟消费需求变化，抢抓市场恢复机遇，以产品创新、渠道建设为核心动能，在激烈的竞争中保持稳定发展，2025 年上半年实现营业收入同比提升，净利润扭亏为盈。

报告期内，旅行社板块大力研发国内游产品，上线春季、暑期系列专题，覆盖超过 500 条国内精品主题路线，创新推出博物馆citywalk、自驾云贵川等产品，持续打造新疆“丝路梦想号”特色旅游专列，并进一步拓展企业定制服务，达成千人规模项目。出境游产品持续细分客群，针对银发客群，推出涵盖欧洲、中东非等六大目的的 15 条适老路线；针对高端客群，聚焦瑞士、埃及、澳大利亚、北欧等目的地，推出“星球探索”系列高端旅游产品、南北极包船项目等。同时，积极响应入境旅游市场发展向好态势，提升接待服务水平，拓展客源地，报告期内承接挪威太极拳爱好者代表团访华活动、哥伦比亚商学院 2025 年中国行活动等。出境签证业务继续保持行业领先地位，已开业的海外入境签证业务稳定为公司贡献利润。营销方面，稳中求进布局线上线下一体化渠道，报告期内线下新开业 25 家门店，线上抖音直播间、OTA平台运营均取得新突破，并新增打造芳华旅行家、遨游大咖说旅游等宣传类营销账号，推动全渠道销售能力进一步提升。

3.酒店业务

山水酒店坚持“以客户为中心”理念，升级“山水+”会员体系，为超千万会员打造“住宿+旅行”一站式深度体验，提升用户粘性与品牌忠诚度。积极推进新一代智慧酒店系统落地，驱动运营效率升级。持续加强渠道精细化运营，优化OTA平台展示，加强新媒体运营工作，提升渠道转化率。报告期内山水酒店入选中国旅游饭店业协会公布 2024 年度中国饭店集团 60 强名单。

（三）策略性投资

策略性投资业务保持稳中向好发展态势，持续为公司提供收入和利润贡献。