

公司代码：603136

公司简称：天目湖

江苏天目湖旅游股份有限公司
2025年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1、 本年度报告摘要来自年度报告全文，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 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会及董事、高级管理人员保证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。
- 3、 公司全体董事出席董事会会议。
- 4、 大信会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 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

公司董事会拟定的2025年度利润分配方案为：拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利2.00元（含税），预计总额54,025,342.00元（含税）。

同时公司亦可根据盈利情况和资金需求状况进行中期利润分配。年度股东会审议的下一年中期分红上限不应超过相应期间归属于公司股东的净利润。董事会根据股东会决议在符合利润分配的条件下制定具体的中期分红方案。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

第二节 公司基本情况

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	天目湖	603136	无

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	虞雯
联系地址	溧阳市天目湖旅游度假区环湖西路1号
电话	0519-87985901
传真	0519-87981828
电子信箱	yw@tmhtour.com

2、报告期公司主要业务简介

2025年是“十四五”规划收官之年，我国旅游行业在政策引导、需求变化与科技融合的多重作用下，进入恢复与转型并行的关键阶段。国内旅游市场整体保持增长，出入境旅游逐步回暖，但市场分化加剧，消费行为更趋理性，行业竞争从规模扩张转向品质与效率的深度博弈。文化和旅游部等部门数据显示，行业呈现“需求多元化、供给品质化、服务智慧化”的发展特征，旅游业作为国民经济战略性支柱产业的地位进一步巩固，但市场主体在经营端仍面临较大的转型压力与盈利挑战。

（一）政策体系持续完善，筑牢行业高质量发展根基

1. 提振消费发力，文旅成服务消费重点领域。2025年国家层面持续出台系列政策举措提振消费，政府工作报告明确提出释放文化旅游服务消费潜力；中办、国办印发《提振消费专项行动方案》，商务部等9部门出台《关于扩大服务消费的若干政策措施》，均重视文旅消费。各地持续开展文化和旅游消费季活动，通过消费券、满减等惠民举措撬动市场需求，推动消费持续扩大。

2. 规范融合并举，健全行业发展保障体系。相关部门持续完善行业标准，推动“文旅+百业”“百业+文旅”深度融合，交旅融合进入场景化落地、产业化赋能新阶段，2025年全国开行旅游列车2485列，同比增长33.6%，为旅游市场发展提供了坚实的基础设施支撑。一系列政策的落地实施，不仅营造了公平有序、安全优质的行业发展环境，更有效激发了市场主体活力，推动旅游经济从复苏增长向繁荣发展稳步迈进。

3. 监管体系更加完善，市场环境持续净化

市场热度的攀升对行业治理提出了更高要求。国务院办公厅印发《关于进一步加强旅游市场综合监管的通知》，围绕旅游经营事前事中事后全流程，进一步明确文旅、公安、交通、市监、网信等各部门职责，构建起职责明确、协同高效的综合监管机制。通知特别强调要严厉打击“大数据杀熟”、虚假宣传、强迫购物等乱象，推动在线旅游平台良性竞争，保障游客权益。

（二）需求侧消费演变，理性回归与情绪价值主导

1. 消费决策逻辑重塑，情绪价值成为关键变量。2025年的旅游市场，消费者不再满足于“去过”，而更追求“玩好”。随着理性消费时代的全面到来，游客的决策逻辑发生了深刻变化——情绪价值已成为影响消费决策的关键变量。从“反向旅游”“平替旅游”到“Citywalk”持续走红，从特种兵式打卡到沉浸式慢充，游客越来越注重旅行过程中的情感共鸣与自我实现。

2. 休闲经济不断壮大，旅游空间从景区向全域延伸。游客正从“看风景”向“享体验”深度转变，亲子研学、康养度假、户外探险、乡村休闲等融合业态持续火热，康养旅居、小城反向游等细分市场快速崛起，休闲经济不断壮大。这一趋势推动旅游供给从标准化向个性化、从功能型向情感型加速转型，旅游空间也从传统景区向城市街区、乡村田野、文化场馆等全域空间延伸。在此背景下，以景区为核心吸引物、深度融合周边资源的“景区+”融合产品备受市场青睐，如“景区+研学”“景区+康养”等复合型产品，既保留了景区的流量基础，又延展了消费场景与体验深度，成为当前文旅市场最具活力的增长点。

3. 需求迭代升级，体验化与个性化成主流。消费者不再满足于“去过”，而更追求“玩好”，旅游消费需求呈现出多层次、个性化、情感化的显著特征，情绪价值已成为影响消费决策的关键变量。从“打卡景点”转向“感受生活”，“为一场演出奔赴一座城”的票根经济、赛事文旅融合等新模式，游客越来越注重旅行过程中的情感共鸣与自我实现，让旅游消费的内涵和外延不断拓展。同时，定制游、私家团、包车游等个性化出行产品仍保持高热度，满足了不同群体对专属旅行体验的需求，旅游消费的精细化、多元化特征愈发明显。

（三）供给侧融合突破，产品与业态创新持续升级

1. 跨界融合持续深化，新赛道加速形成。2025年，旅游业与农业、体育、康养等产业的融合更加深入，主题研学、山地越野、中医养生等新业态百花齐放。旅游景区不再局限于传统的山水人文，而是向复合功能空间转型。旅游景区产品类型更加多元，从沉浸式演艺剧场的遍地开花到

低空旅游的试点运行，供给端的创新有力回应了消费端的分层需求。

2. 业态创新升级，融合化与数字化特征凸显。新技术的深度应用，正从体验内容与运营模式两个维度重塑文旅产业：一是以数字演艺、沉浸式体验为代表的业态融合创新，通过5G、VR、AI、全息影像等技术打造“穿越式”、“互动式”数字文旅产品，让游客获得超越物理空间的沉浸式观感；二是以智慧旅游为核心的运营管理数字化变革，通过建设集预约预订、智能导游、客流管理于一体的数字文旅平台，全面提升服务效率与游客体验。

公司长期致力于成为“中国一站式文旅模式的实践者”，打造“产品复合、市场多元、服务系统”的一站式旅游目的地，为客户提供全方位一站式旅游服务体验。三十年来，公司主要从事旅游项目开发与经营业务，拥有复合型文旅项目的策划、设计、建设与运营的综合能力，是集观光、休闲、度假、高端旅游等功能于一体的综合旅游服务商。公司旗下现拥有3个国家AAAAA级旅游景区、1个主题乐园、2个文旅综合体、2个品牌系列9家酒店、1家全国百强五星旅行社以及全区覆盖的综合商业公司。

2025年，公司紧抓机遇，通过精准的市场与客群需求洞察，持续完善公司产品序列，策划推出特色体验活动，为“一站式模式”实现流量加码和品质加持。

报告期内，公司主营业务如下：

1. 景区、乐园与综合体业务

(1) 国家AAAAA级旅游景区

天目湖山水园：“山水诗意，江南典范”。天目湖山水园是天目湖的核心景区，也是天目湖诗意天成的精华所在，精致山水的代表。景区四面群山枕水，湖中岛屿散落、湖岸曲折通幽。拥有慈孝文化园、状元文化区、奇石馆、龙兴岛、中国茶村等特色景点，以及山水文化、鱼文化、茶文化、游轮观光等丰富的文化底蕴。2023-2025年，天目湖持续打造夜游品牌“宴·夜天目湖”大型沉浸式夜游。结合灯光艺术、水幕投影与实景演出，升级打造行进式演出，游客可乘船赏景、逛特色市集，解锁“夜经济”下的诗意天目湖。2025年夜游创新迭代，融合江南首创百米竹筏、千架次焰火无人机、特色花灯装置打造大型山水实景演出“千里江山融合演绎”。2025年景区举办“龙跃天目湖”主题龙舟赛，在山水画卷中演绎一场古今交融的端午民俗盛典。

天目湖南山竹海：“天堂南山，梦幻竹海”。天目湖南山竹海以竹文化为主题，集自然资源、生态保护和旅游观光为一体，是长三角地区负有盛名的天然氧吧和度假胜地。2025年春秋两季，景区打造“南山竹海登山赛”，该赛事主打“轻户外”理念，全程设置1200米平缓登山路线。选手从寿星广场出发，途经观海亭、听涛亭等标志性景点，最终登顶“吴越第一峰”。路线设计兼顾趣味性与大众参与度，无论是亲子家庭、好友组合，还是独行游客，皆能在漫步竹海的过程中找到属于自己的节奏与乐趣。

天目湖御水温泉：五星温泉主题景区，竹海森林里的温泉。60个温泉泡池，四大泡池区域各具特色，山顶至高处的360°竹尖观景温泉，可供游客休养和度假休闲。连续多年推出“冰雪温泉季”活动，利用冬季资源，结合天目湖独特的自然风光，打造了冰雪氛围与温泉体验相结合的旅游产品，吸引了大量冬季游客，有效延长了旅游旺季。

(2) 主题乐园

天目湖水世界：毗邻自然山水类景区的水上乐园，每年暑期开放，拥有惊险刺激的水上游乐设备，以及“巨碗滑道”“巨蟒滑道”等数十项游乐项目，是亚洲领先的生态型水世界。2025年7月，“泰酷文化艺术之旅”Thai Cool Culture Festival暨天目湖水世界泰狂欢开幕式在水世界盛大开幕，本次“泰酷文化艺术之旅”暨天目湖水世界泰狂欢开幕式，是溧阳天目湖拥抱国际、展现开放姿态的重要窗口。活动将天目湖的江南灵秀与泰国风情巧妙融合，为游客打造了深度沉浸的文化体验。

(3) 文旅综合体

南山小寨项目：南山小寨以徽派建筑为基调，以“古代市井文化”为核心精神，南山竹海原

生态文化为内涵，复古还原了颇具江南风情的古街市，包含住宿、餐饮、商业、游客服务中心等。

平桥石坝综合体项目：平桥石坝是中国最大的非钢筋混凝土水库大坝之一，也是亚洲最大的浆砌石拱坝。平桥石坝公园为开放式景点，集自然景观、水利工程和文化旅游于一体。公司团队对现有景区实施升级改造，优化商业休闲业态布局，新增露营项目，进一步拓展项目业务产品，着力打造特色休闲文旅综合体。

2. 酒店与餐饮业务

(1) “御水温泉”系列酒店

御水温泉·竹溪谷酒店：“身在野，心自奢”。拥有花、艺、文、茶、棋5大主题客房，50栋独栋式别墅错落隐于竹海，环绕山谷而建，每套别墅自带独立泳池和独立温泉泡池，共120间舒适客房。配套江南特色的竹景餐厅、书香阁、室内室外无边泳池、竹泉馆、SPA水疗及童趣乐园等项目，是中国野奢迭代之作，当代“野奢”新定义者。

御水温泉·度假酒店：“隐于竹海，伴以温泉”。五星标准建造的现代度假酒店，拥有各类景观客房与套房共计240间，配备中西餐厅、各类大小会议室与多功能厅，提供度假休闲、商务洽谈和培训团建场所。

御水温泉·森酒店：“森野梦幻，亲子度假”。3大主题，5种房型，18套套房，以“自然”“融合”“亲子”为关键词，点缀星空、绿野、幽竹元素，融入御水品牌概念与高标准，贯彻品牌核心设计审美的同时，呈现丰富充盈的森空野境。

御水温泉·客栈：“居于竹间，尊享自然”。邻近天目湖御水温泉·度假酒店，拥有41间客房，保留传统的古老院落，同时将现代的生活理念注入传统文化中。

(2) “遇”系列特色酒店

遇·天目湖酒店：“居于湖畔，乐享亲子”。原生态亲子度假酒店，共81间/套客房，10种房型，原木系和藤编家具，配套现代化品牌设施，主打情侣度假和亲子出游。

遇·十四澜酒店：“临湖美居，绝色山水”。高端全湖景酒店，共14间客房，包括5间榻榻米湖畔大床房和9间湖畔带阁楼家庭房，是山水园景区内唯一临湖亲水酒店。

遇·碧波园酒店：“湖畔隐居，画中的家”。酒店位于天目湖畔，地理位置绝佳，融入“画中的家”核心设计理念，点缀湖波、绿野、山水元素，拥有8种房型23间客房，沿袭天目湖“遇”品牌概念与高标准，演绎湖居生活的中式美学。

遇·湖林里酒店：“亲子树屋，童话秘境”。木屋主题房设有4种主题共19间客房，以临湖特色与东方柔美意境为灵感元素，以木屋造型与森野主题为客房架构，融入绿色环保、智能科技、营造温馨、时尚、舒适的睡眠环境。

遇·竹隐居酒店：“江南山居，风情客栈”。江南庭院式精品酒店，拥有各类特色客房167间，传统徽派建筑风格与现代建筑风格融合，隐逸竹景尽显江南风情，清幽雅致尽享山水休闲。

(3) 特色业务

湖畔露营帐篷基地：帐篷营地位于天目湖山水园湖畔区域，配备单人帐篷、家庭双人帐篷和家庭大帐篷等多品类帐篷产品，并配套丰富的拓展活动、特色夜读、主题沙龙等活动，满足细分人群的需求。

(4) 餐饮业务

除综合型和住宿类酒店外，公司旗下另拥有知味渔府、珍味堂、御膳楼等纯餐饮业态，凝练提升本土特色，塑造舌尖文化与旅游深度融合的美食IP，打磨形成以网红鱼头为代表的天目湖湖鲜、溧阳“三黑三白”为代表的溧阳农家菜系列、以全竹宴为代表的南山竹海山珍系列、高端自助和国宴养生系列美食，选材天然，原汁原味，是天目湖乃至溧阳文化、旅游的重要组成部分。

3. 综合商业

天目湖商业公司：立足用户需求，以旅游商业业态规划、商业运营管理及文旅商品研发为核心业务，涵盖商业业态定位、策划、招商、运营以及在地文化延伸商品研发及销售。公司整合集

团商业资源及周边商业资源，同步线上线下的销售模式，为游客提供“能带走的旅行”“本土严选”服务，真正做到了一站式无忧购物。

4. 旅行社业务

天目湖旅行社：连续多年荣获“全国百强旅行社”，是公司一站式文旅模式强大的纽带，为全域旅游及全产业旅游提供市场化、定制化服务。公司充分运用旅行社多元化业务的整体资源和优势，将每个资源和业务单元协作松散相互脱节的“点”，紧固为上中下游有机紧密合作运营的“链”。

5. 综合业务

除大众旅游外，结合高质量旅游发展需求，公司持续开发提供个性化、专属化、小众化的定制产品线路与服务，满足不同细分市场的游客需求。

（1）疗休养业务

公司已获江苏省职工（劳模）疗休养天目湖基地和上海职工疗休养基地等称号。基地深厚的人文底蕴、优越的生态环境、丰富的全域疗休养资源和成熟完善的一站式服务配套体系，被业界称为“最具生态特色”的一站式疗休养基地。公司基于让广大职工“疗有所养，疗有所得”的服务理念，对基地配套与服务精心设计，打造了完善的康疗服务体系，优异的休憩配套体系，优质的休养资源，提供一站式服务、管家式跟踪、班组式管理，充分满足职工劳模在疗休养体验中的实际需求，关注职工身心健康，使广大职工能够做到“身心皆养”。

（2）研学游与社会实践业务

公司拥有全国研学旅行基地（营地）、全国科普教育基地、省级爱国主义基地、常州中小学劳动教育实践基地等优质资源。作为溧阳全域研学旅行资源整合者和江苏研学旅行实践者，天目湖率先发展研学旅行产业，打造“行走中的课堂”主题研学体系和国内领先的一站式研学基地。天目湖研学旅行以“研而有心，研而有信，研而有省”三大关键词为特色，布局研学特色课程体系的研发设计，以诚信的原则，“1+1+1”标准模块化研学团队，确保研学品质，配套科学全面的系统评价与持续改善机制，形成了独具特色的研学体系。

（3）亲子体验业务

公司积极创新亲子游产品，主动迎合市场新变化，升级产品和服务标准，开发更多符合家庭需求的亲子产品，包括夏令营、冬令营、采茶之旅、挖笋之旅、亲子DIY系列活动、熊猫生日会等，满足游客对亲子旅游、品质旅游的需求，使亲子出行不再只是单一的看风景形式，而是成为家长对孩子的教育由家庭到社会、由校园到户外的场景延伸。

（4）红色党建业务

公司以沙河精神展馆和溧阳生态创新展馆等为载体，创新开展“红色党建+绿色生态创新”活动。通过追溯红色记忆，引导广大党员不忘初心、牢记使命，履职尽责，形成“支部搭平台、党员展风采、旅游树形象”的旅游产业发展新常态，打造天目湖独具特色的党建品牌。

（5）培训拓展业务

公司具备丰富的课程培训和团队拓展资源，可提供个性化的定制服务，由专业培训讲师进行课程设计与指导，并开展丰富多彩的课间活动及团队熔炼游戏，助力团队建设，凝聚团队力量。

（6）特色旅居业务

公司深刻理解“银发”群体需求，依托溧阳世界长寿文化之乡的文化脉络，持续完善旅居软硬件配套和高质量服务体系，提供健康咨询、个性化饮食计划，策划主题摄影、健康登山、养生太极等特色活动，打造富有特色的银发旅游品牌。

（7）宠物友好游憩业务

公司紧跟市场需求，以宠物友好为核心理念，设计推出系列宠物友好专线，园区打造“泊狗处”、宠物专享套餐、宠物客房礼遇等专享设施，打造宠物友好专线，营造温馨美好的携宠旅行度假氛围。

此外，公司依托景区自有优质资源和周边资源，借助全域旅游契机，策划IP主题活动，推出

各类体验性极强的产品活动，如素墨竹社手工体验、徒步登山、颂钵疗愈、国风茶禅、国风诗会、森林艺术展等，让游客在青山绿水间享受休闲度假的自由。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	1,707,749,451.41	1,781,654,461.90	-4.15	1,740,232,880.56
归属于上市公司股东的净资产	1,371,095,270.28	1,339,312,288.00	2.37	1,332,520,857.74
营业收入	508,070,184.47	536,204,952.43	-5.25	629,889,317.51
利润总额	137,867,137.92	161,098,089.47	-14.42	223,059,934.61
归属于上市公司股东的净利润	95,321,089.57	104,662,021.50	-8.92	147,001,058.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	89,422,892.62	100,833,160.79	-11.32	139,606,161.11
经营活动产生的现金流量净额	188,873,497.83	192,051,380.11	-1.65	315,821,380.13
加权平均净资产收益率(%)	7.06	7.88	减少0.82个 百分点	11.67
基本每股收益(元/股)	0.35	0.39	-10.26	0.54
稀释每股收益(元/股)	0.35	0.39	-10.26	0.54

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	104,922,974.23	141,391,076.16	139,503,249.95	122,252,884.13
归属于上市公司股东的净利润	13,842,231.52	40,885,069.43	28,526,760.48	12,067,028.14
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	12,568,103.38	40,357,150.45	28,000,542.50	8,497,096.29
经营活动产生的现金流量净额	15,435,563.29	37,062,598.73	64,365,183.45	72,010,152.36

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前10名股东情况

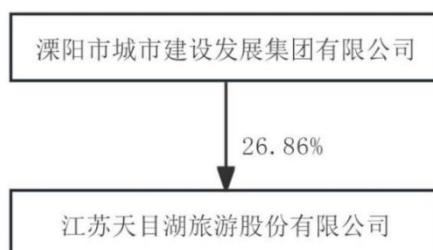
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	21,120
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	19,466
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
溧阳市城市建设发展集团有限公司	0	72,543,790	26.86	0	无	0	国有法人
孟广才	0	52,937,615	19.60	0	无	0	境内自然人
陈东海	0	10,087,991	3.73	0	无	0	境内自然人
陶平	0	9,251,000	3.42	0	无	0	境内自然人
史耀锋	0	8,631,879	3.20	0	无	0	境内自然人
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	1,406,180	2,858,552	1.06	0	无	0	其他
中欧基金－中国太平洋人寿股票相对收益型产品（保额分红）－中国太平洋人寿股票相对收益型产品（保额分红）单一资产管理计划	0	1,541,965	0.57	0	无	0	其他
中欧基金－新华人寿保险股份有限公司－传统价值均衡型组合－中欧基金新华人寿价值均衡型组合单一资产管理计划	0	1,503,795	0.56	0	无	0	其他
中国建设银行－易方达增强回报债券型证券投资基金	0	1,419,688	0.53	0	无	0	其他
杨凤仙	0	1,400,345	0.52	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司控股股东与前十名其他股东之间不存在关联关系，不属于一致行动人；公司未知前十名其他股东之间是否存在关联关系和一致行动人关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

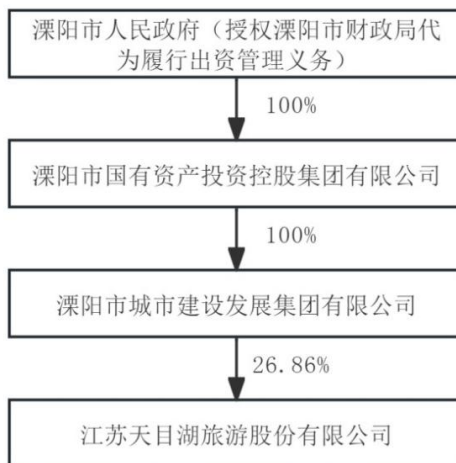
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5、公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露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。

2025年，公司实现营业收入 50,807.02 万元，归属于上市公司股东的净利润 9,532.11 万元。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用