

Sunriver
祥源文旅

2025 年度

环境、社会与公司治理 (ESG) 报告

ENVIRONMENTAL SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) REPORT

浙江祥源文旅股份有限公司



目录 CONTENTS

关于本报告 1

致全体利益相关方的一封信 3

报告附录

ESG关键绩效表 79

对标索引表 85

01

企业概况与发展战略

| | |
|----------------------|----|
| 企业基本布局与业务定位 | 7 |
| ESG企业发展历程与2025年关键里程碑 | 8 |
| 企业文化和核心价值观 | 10 |

02

可持续发展治理体系与管理机制

| | |
|--------------|----|
| ESG治理 | 13 |
| 利益相关方沟通与尽职调查 | 14 |
| 重要性议题管理 | 15 |

03

治理筑基 合规致远 —— 打造行业现代化治理标杆

| | |
|-----------|----|
| 公司治理 | 19 |
| 合规经营 | 23 |
| 风险管理 | 25 |
| 党建引领和商业道德 | 27 |

04

创新驱动 价值赋能 —— 以科技与创新引领高质量发展

| | |
|-------------|----|
| 创新驱动 | 31 |
| 产品安全与质量 | 36 |
| 客户服务保障 | 41 |
| 供应链安全 | 45 |
| 数据安全与客户隐私保护 | 48 |

05

绿色运营 生态共生 —— 构建行业低碳可持续发展典范

| | |
|-----------|----|
| 应对气候变化 | 53 |
| 环境合规 | 55 |
| 生物多样性保护 | 58 |
| 污染物与废弃物排放 | 60 |
| 资源合理利用 | 62 |

06

以人为本 共融共赢 —— 践行企业社会责任与价值共生

| | |
|---------|----|
| 员工权益保障 | 67 |
| 员工培训与发展 | 70 |
| 职业健康与安全 | 73 |
| 社会贡献 | 75 |

关于本报告

(一) 报告说明

在全球可持续发展理念日益深入、国内ESG监管体系不断完善的时代背景下，文旅产业作为连接经济发展与社会福祉的重要载体，其可持续发展能力已成为企业核心竞争力的关键组成部分。公司始终秉持“文旅与科技助力美好生活”的企业使命，将ESG（环境、社会和公司治理）理念深度融入企业战略规划与日常运营，致力于实现经济效益、环境效益与社会效益的协同统一。

本报告作为浙江祥源文旅股份有限公司（以下简称“祥源文旅”“公司”或“我们”）面向利益相关方发布的第八份环境、社会和公司治理（ESG）报告。报告详细披露了祥源文旅2025年度环境、社会和公司治理责任领域的实践举措、关键绩效与未来规划，旨在与各利益相关方进行交流，系统回应利益相关方的期望和要求。

(二) 报告编制依据与规范

本报告严格遵循《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》国内监管要求，深度参照国际可持续准则理事会（International Sustainability Standards Board, ISSB）的《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》（IFRS S2）的建议框架、联合国可持续发展目标（SDGs）及全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》（GRI标准），确保报告内容的合规性、专业性、可比性与实质性。

(三) 报告时间与组织范围

时间范围：本报告涵盖的时间区间为2025年1月1日至2025年12月31日。为保证报告的连续性、完整性与可比性，部分追溯性信息（如历史发展历程、长期战略规划等）及未来展望内容超出上述时间范围的，已在报告中专项说明。

组织范围：本报告的披露范围包括披露范围覆盖公司及全资、控股子公司，与财务报告范围一致。

(四) 数据说明

数据说明：本报告所使用的定性描述与定量数据均来源于公司内部正式统计记录、对外公开披露信息及第三方权威机构鉴证数据。报告中涉及的货币种类及金额均以人民币为单位，除特别说明外，百分比数据均保留两位小数。

(五) 报告可靠性保证与获取方式

公司董事会郑重承诺，本报告不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对报告内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。报告编制过程严格遵循准确性、可比性、实质性、可验证性原则，所有披露的信息、数据及案例均有完整的内部记录和外部佐证支撑。

本报告电子报告可通过公司官方网站 (<http://www.600576.com>)、上海证券交易所官网 (<https://www.sse.com.cn/>) 免费查阅下载。

我们诚挚欢迎各利益相关方对本报告提出宝贵意见和建议，反馈邮箱：sunriver@600576.com，联系电话：0571-85866518。

致全体利益相关方的一封信

精益经营, 创新驱动 以人为本, 实干解题

——祥源文旅创新发展之路

岁聿云暮, 一元复始。当第一缕曙光跃上齐云山的云涛雾海, 漫过丹霞山的赤壁丹崖, 铺洒在莽山五指峰的千重云海之上, 我们伫立于时间的渡口, 回望2025年的深耕笃行, 硕果盈枝, 奔赴2026年的征途万里、大有可为。

此刻, 我们谨以最诚挚的敬意与感恩, 致所有与祥源文旅同行的伙伴: 感谢悉心指导和关怀我们的各级领导, 为我们指引发展方向; 感谢始终信任、携手相伴的客户与股东, 以坚定选择赋予我们前行的底气与力量; 感谢志同道合、共谋发展的合作伙伴, 与我们并肩开拓、共赢未来; 更感谢每一位拼搏奋进的祥源人及默默奉献的家属, 你们在朔风里为游客点亮暖灯, 在烈日下为安全坚守岗哨, 在夜色中为发展躬身耕耘, 让“祥源”成为旅途中最温暖的标识, 让山河辽阔因人文温度而熠熠生辉。因为有你, 山河有温情, 旅途有故事, 前行有力量。

2025——深耕山河写答卷 创新实干铸业绩

2025, 是祥源文旅锚定主业、笃行实干的一年, 是创新突破、硕果累累的一年。我们以“深耕山河写答卷, 创新实干铸华章”为初心, 把发展实绩写在祖国的大地上, 刻在山岳的褶皱里, 融在江河的浪花中, 映在每一位游客舒展的眉眼间。

这一年, 奋斗铸就企业荣光。公司营业收入117,252.25万元, 同比增长35.69%; 实现归属于上市公司股东的净利润11,352.55万元; 国庆黄金周营收近亿元, 同比再攀两成新高。一组组跃动的数字背后, 是数千名祥源文旅人将“精益经营”刻入管理全流程、把“用心服务”融入运营每一环的生动注脚, 是企业高质量发展的坚实底气。

这一年, 战略擘画发展新局。我们前瞻布局“低空经济”万亿蓝海, 携手亿航、零重力等行业伙伴, 让丹霞山、齐云山的绝色山水和机翼同框, 打造文旅新场景; 以轻资产模式托管多个优质项目, 将实战沉淀的“祥源经验”提炼为可复制、可推广的“祥源模式”; 将“莽山模式”植入大瑶山盘王界景区, 让“无障碍旅游”从理念变为现实, 让山水之美惠及每一个人, 彰显企业人文担当。

这一年, 创新业态丰富体验。“万古丹霞”大型山水实景光影秀, 将亿万年地质年轮幻化为可穿越的时光隧道, 让自然景观与文化科技深度融合; 碧峰峡熊猫IP跨界登上国际舞台, 让中国文旅IP绽放世界光彩; 长江三峡总统六号等游轮驰骋在长江碧波之上——解锁水上文旅新体验。我们以多元创新兑现“旅行不止于风景”的承诺。让研学少年在探索中收获新知, 银发在漫游中享受惬意, Z世代在齐云小镇逍遥街“汉服+剧本杀+文化解码”的沉浸式体验中, 邂逅传统文化的别样魅力。

这一年, 开放合作共赢未来。从牵手昆山市人民政府深化区域协同, 到携手京东旅行打造消费新生态, 从结盟无忧传媒激活流量势能, 我们的“朋友圈”跨越山海、联通中外。以“内容+流量”“场景+供应链”的双向赋能, 让“长三角一体化”的蓝图落笔生根, 让“国际化”的文旅名片印刻在海外游客的出行旅程中, 祥源品牌的影响力远播四海。

这一年, 暖心服务传递温情。以神秘访客计划精准把脉服务短板, 以指南针标兵评选树立行业服务标杆, 以常态化安全培训筑牢运营安全防线。我们以匠心雕琢每一处细节, 以真心做好每一次服务, 将游客的“满意”升级为“惊喜”, 将偶发的“投诉”转化为真诚的“点赞”。我们深知: 文旅行业的核心竞争力, 藏在服务的温度里, 立在游客的口碑中, 服务的温度远胜山岳的海拔, 游客的认可强于华丽的广告。

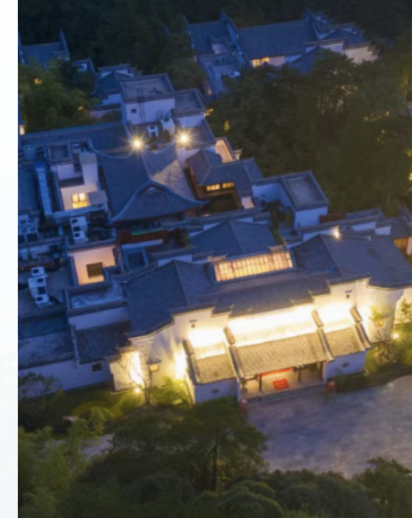
这一年, 责任担当彰显格局。A股成长示范案例、ESG价值传递奖、世界旅游名山、金鸡奖最佳美术片……一座座沉甸甸的奖杯, 是行业与社会对祥源的认可, 是一束束追光, 照亮祥源“产品向善、经营向善、服务向善”的初心与坚守。20余年深耕的“祥源丹霞助学基金”惠及88名寒门学子, 孤独症儿童在阜阳生态乐园绽放纯真微笑, 卧龙大熊猫苑爱心捐款驰援香港诠释“山河一家、同心同行”。我们始终坚信, 优秀的企业不仅要创造商业价值, 更要以商业成功反哺社会, 将发展成果转化为滋润社会的涓涓细流, 让企业发展与社会进步同频共振。

文旅大势——冰火交融新境 守正创新向未来

近年来, 全球经济在变局中求索, 文旅行业在挑战中前行。但越是在充满不确定性的时代, 人们对诗与远方越为坚定。文旅产业, 正是那束穿透迷雾的光, 照亮人们心灵的“精神彼岸”, 成为满足人民美好生活需要的重要载体。

我们敏锐洞察到, 行业发展的底层逻辑正在发生深刻变革: 从“到此一游”的浅层打卡, 向“到此疗愈”的深度体验转变, “情绪价值”成为文旅消费的核心关键词, “疗愈式度假”成为新趋势, 人们渴望在与自然的对话中寻找内心的平静, 在山水之旅中实现自我和解, 这正是我们坚守自然景区、深耕山水体验的价值原点与初心所在。

文旅与科技助力美好生活



行业发展从“资源为王”的传统模式，向“运营制胜”的新范式跨越，门票经济的时代渐行渐远，场景经济、体验经济的浪潮奔涌而至；硬件红利趋于饱和，数字赋能成为行业发展的核心动力；标准化产品泛滥，个性化、沉浸式体验成为市场刚需。唯有在运营颗粒度上做到“微米级”精进，在服务品质上实现“极致化”追求，方能在行业大浪淘沙中站稳脚跟、实现“公里级”领跑。

科技赋能从“互联网+”向“低空+AI+XR”深度演进，AIGC让定制游从奢侈品变为日用品，数字孪生让沉睡的文化遗产“活”起来、“火”起来，eVTOL让“景区最后十公里”的盘旋山路，变为直抵云端的空中通途。文化与数字科技的深度融合，正在以超预期的速度重构文旅消费业态、体验与心理，我们始终站在科技，将这些前沿技术，转化为游客可触、可感、可享的体验升级，为“祥源模式”插上数字羽翼，让科技赋能文旅高质量发展。

时代东风为文旅行业发展注入强劲动能。中央经济工作会议将“文旅消费”列入2026年八大扩内需重点领域，国务院《推动文旅高质量发展的实施方案》明确“到2027年人均出游次数达5次”的目标，政策红利持续释放，文旅消费市场潜力巨大。与此同时，“双碳”战略的深入推进，让“绿色景区”“低碳文旅”从加分项变为准入证，可持续发展成为文旅行业的必答题。

冰与火交织，破与立并举。大势所趋，守正创新。这场行业变革的本质，是游客需求与产业结构的深度重构：游客不再是被动的服务接受者，而是文旅产业的定义者、参与者；文旅产品不再是单一的功能性服务，而是情感共鸣、精神认同的载体与纽带。在这一新范式下，新思想、新业态、新模式交织成波澜壮阔的产业图景，也为祥源文旅指明了发展方向：以精益经营对冲外部波动，以以人为本凝聚全员心力，以创新驱动穿越行业周期，以社会责任赢得长期红利，在时代浪潮中坚定前行，在行业变革中勇立潮头。

2026——同心同行启新程 担当精进谱新篇

时间不语，却回答所有问题；实干笃行，方见岁月峥嵘。2026年，是“十五五”规划开局的关键之年，也是祥源文旅精益深耕、创新破局的攻坚之年。我们深知，时间可以伸缩折叠，却唯不可倒退；发展难免遭遇挑战，却绝不能停滞。面对新的征程，我们拒绝将“困难”翻译为“停滞”，而是将其转化为稳步前进的动力，让寒意淬炼破局锋芒，让压力成为战略跳板。

新的一年，我们将以“精益经营，创新驱动 以人为本，实干解题”为指引，提出“123经营方针”，以实干笃定前行，以创新擘画未来，以担当成就梦想：

一个核心任务——精益经营，极致服务好每一位游客。我们将锚定秉承核心战略不动摇，深耕文旅主赛道，重点把握文旅消费新趋势，匠心打造高品质文旅产品，深入挖掘多元化市场潜力，以精益经营推动经营业绩持续创新高。始终把游客满意度、可持续发展能力和品牌影响力作为业务发展的核心指标，以极致服务打造祥源文旅的金字招牌。

两条增长曲线——深耕主业，拓展旅行和低空新局。第一曲线聚焦自然山岳型景区提质升级，全力推进丹霞山“世界级旅游景区”建设、齐云山“国家级旅游度假区”创建，持续擦亮莽山五指峰“无障碍特色旅游目的地”高辨识度品牌，筑牢“山岳旅游领导者”金字招牌；第二曲线发力低空、旅行、主题邮轮三大增量赛道，上半年实现低空旅游示范飞行，启航零碳游轮，推出“祥源·森呼吸”旅行品牌，三箭齐发抢滩新大陆。

三大组织保障——以人为本，锻造全新工作机制。成立创新实验室，“揭榜挂帅”机制激发全员创新活力，让创新成为企业发展的核心基因；设立创新基金，以资本杠杆撬动战略支点，为新业态、新项目发展保驾护航；升级“祥源企业文化”，将“客户唯一”铸入文化基因，让“服务好每一位游客”成为全体祥源人的行动自觉与企业本能；立体化激励推动身份跃迁：让员工从打工者变身合伙人，让股东从投资者变为价值共创者，让所有利益相关方共享祥源文旅持续成长的发展红利，凝聚起同心同行、共创未来的磅礴力量。

2026，是精益深耕之年，是创新破局之年，更是全体祥源人使命必达的攻坚之年！让我们携手并肩，以游客为中心，以奋斗者为根，以大地为纸，以星辰为墨，用行动共同开创祥源文旅高质量发展的崭新局面！

祝愿伟大祖国山河锦绣，繁荣昌盛；愿天下旅行者，皆能与祥源相伴，邂逅山河之美，珍藏一路温暖，一场美好！

浙江祥源文旅股份有限公司

董事长 **王衡**
总裁 **方言**

企业概况与发展战略

企业基本布局与业务定位

祥源文旅介绍

祥源文旅(证券代码:600576)是一家以景区目的地业务为核心,文旅科技创新融合发展的沪市主板上市公司。公司以“文旅与科技助力美好生活”为企业使命,已形成“目的地度假、旅行服务、文化及消费、数字科技”协同发展的业务格局,致力于成为全球领先的文旅产业服务商。

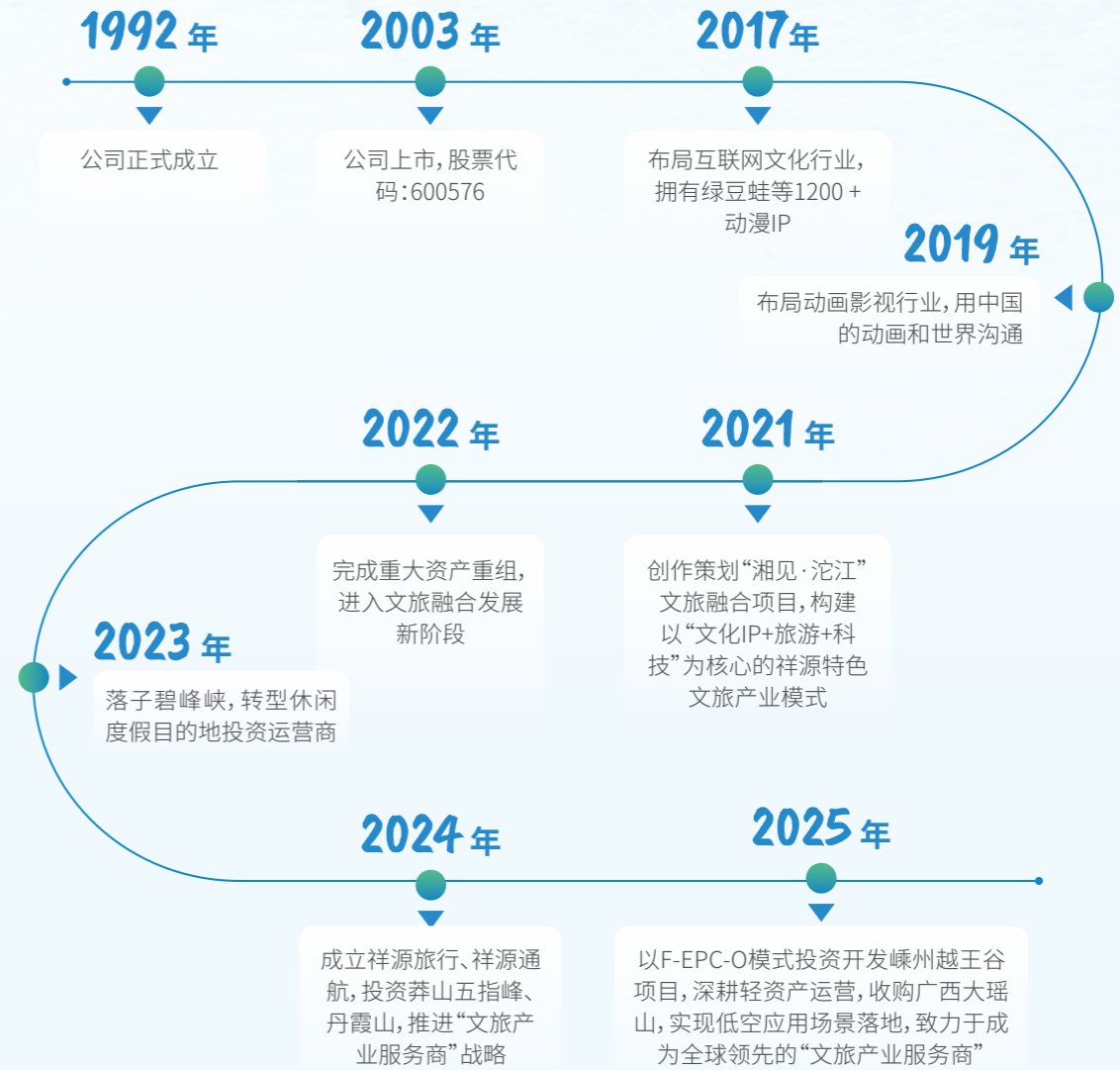
公司景区目的地板块重点布局了“大湘西”“大黄山”“大南岭”“大川渝”四大核心区域,涵盖齐云山、碧峰峡、丹霞山三大旅游度假区以及湘西凤凰古城、张家界百龙天梯、张家界黄龙洞景区、湖南莽山五指峰景区、四川卧龙大熊猫基地、广西大瑶山盘王界景区等一批极具影响力的核心旅游项目,并通过委托管理方式管理了合肥花世界、阜阳生态园等十多家旅游景区。

未来,公司将深挖景区在地文化IP,以客户为中心,以数字科技为手段,聚焦文旅主赛道,重点围绕“熊猫”“茶叶”两大国际级IP进行目的地深度运营,提升服务质量和品牌影响力,并通过持续优化和创新,致力于将“祥源旅行”打造成为文旅休闲度假领域的一站式领军服务品牌,升级“文化IP+旅游+科技”为核心的特色产业模式,打造中国文旅景区第一股,引领行业发展,助力更多人实现对美好生活的追求和向往。



ESG企业发展历程与 2025 年关键里程碑

祥源文旅发展历程



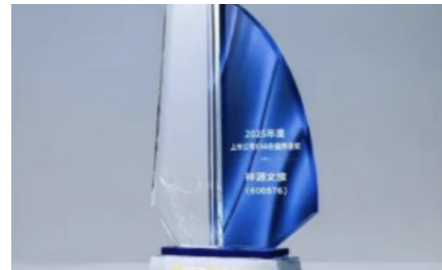
2025年,公司在业务拓展、品牌建设、可持续发展等多个领域取得了显著成就,关键里程碑事件不仅彰显了公司的核心竞争力,也为未来发展奠定了坚实基础。其中,碧峰峡景区凭借在生态保护、文旅融合、可持续运营等方面的突出表现,成功获评“国家生态旅游示范区”;凤凰古城“社区韧性发展模式”因在文化保护与旅游开发协同、社区参与及包容性发展等方面的卓越实践,入选联合国世界旅游组织可持续旅游最佳实践案例,成为民族旅游发展的标杆。

2025年奖项与荣誉

荣膺 A 股成长示范案例



上市公司 ESG 价值传递奖



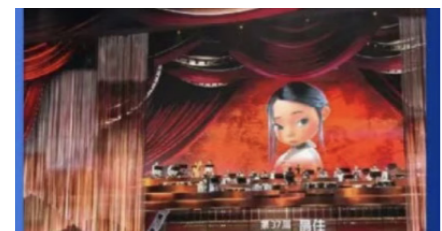
年度最具投资价值奖



旗下丹霞山景区荣膺世界旅游名山称号



旗下其卡通联合制作动画电影《守龙者》荣获第 37 届中国电影金鸡奖最佳美术片奖



旗下大瑶山景区荣膺全国山岳型无障碍示范景区称号



企业文化和核心价值观

企业文化是企业发展的灵魂，是凝聚员工、引领方向的精神旗帜。祥源文旅始终重视企业文化建设，形成了独具特色、内涵丰富的文化体系：



可持续发展治理体系 与管理机制

ESG治理

利益相关方沟通与尽职调查

重要性议题管理



ESG治理

祥源文旅始终将ESG管理置于企业高质量发展的核心位置,严格遵循ESG披露相关监管要求,将ESG理念系统性、深层次融入公司整体战略规划、经营决策及运营管理全流程,实现ESG与主营业务发展同频共振、协同推进,彰显文旅企业可持续发展的责任与担当。

为保障ESG战略落地见效,公司构建了“董事会-ESG专项小组-各职能部门”三级ESG治理架构,明确各层级权责边界,形成决策、统筹、执行、监督闭环管理机制,确保ESG战略部署自上而下高效传导、落地生根。同时,公司持续健全ESG管理制度体系,优化ESG信息披露机制,强化ESG风险识别、评估与管控能力,不断提升ESG治理的科学性、规范性与可追溯性,为可持续发展筑牢治理根基。

2025年,公司全面升级ESG治理体系,进一步细化并明确董事会、ESG专项小组及各职能部门在ESG管理中的职责与权限,完善考核与监督机制,推动ESG治理从“规范运营”向“提质增效”转型,确保ESG战略持续优化、有效落地,助力公司实现经济效益、环境效益与社会效益的协同发展。

ESG管理架构及工作职责



利益相关方沟通与尽职调查

祥源文旅深刻认识到,利益相关方的期望与诉求是推动公司持续提升可持续发展绩效的重要动力。2025年,公司进一步完善利益相关方沟通机制,通过多元化的沟通渠道与形式,与政府及监管机构、股东与投资者、客户、员工、供应商、社区与公众等核心利益相关方开展深度对话与交流,精准识别其ESG关切点,形成双向价值共创的良性循环。

祥源文旅基于“影响重要性”与“财务重要性”双重原则,识别出六大核心利益相关方,并通过调研、访谈、问卷等多种方式,系统梳理了各利益相关方的ESG关切点,建立了常态化、多元化的沟通渠道,并在2025年开展了一系列富有成效的沟通活动:

重要利益相关方关注议题及沟通途径、成效

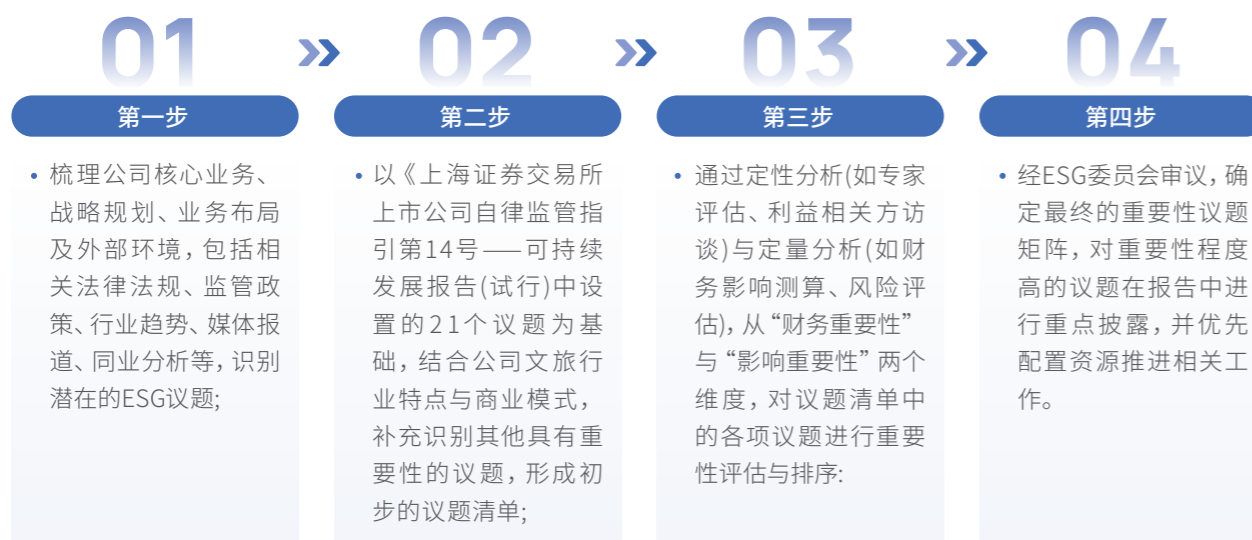
| 重要利益相关方 | 关注议题 | 沟通方式/途径 |
|--|---|---|
|  政府及监管机构 | <ul style="list-style-type: none"> • 合规经营 • 产品质量与安全 • 应对气候变化 • 环境合规管理 • 带动当地就业 • 乡村振兴 | <ul style="list-style-type: none"> • 配合监管机构核查 • 参与政府调研 • 政策执行 • 信息披露 |
|  股东与投资者 | <ul style="list-style-type: none"> • 创新驱动 • 产品质量与安全 • 风险管理 • 合规运营 • ESG治理 • 信披与投关 | <ul style="list-style-type: none"> • 股东会 • 业绩说明会 • 交易所互动 • 股东回馈 (日常交流、路演、线上沟通等) |
|  客户 | <ul style="list-style-type: none"> • 创新驱动 • 应对气候变化 • 供应链管理 • 产品质量与安全 • 信息安全与隐私保护 | <ul style="list-style-type: none"> • 客户满意度调查 • 售后服务与投诉渠道 • 客户交流活动 • 产品展销会 • 公司官网 |
|  员工 | <ul style="list-style-type: none"> • 员工培训与发展 • 职业健康与安全 • 员工权益与福利 | <ul style="list-style-type: none"> • 员工培训 • 内部管理会议 • 各级沟通会 |

| 重要利益相关方 | 关注议题 | 沟通方式/途径 |
|--|---|--|
|  供应商 | <ul style="list-style-type: none"> • 供应链管理 • 反贪污和廉洁建设 • 促进行业发展 • 反不正当竞争 • 平等对待中小企业 | <ul style="list-style-type: none"> • 公开透明采购 • 长期稳定合作 • 行业研讨交流 |
|  社区及公众 | <ul style="list-style-type: none"> • 社区与公益 • 废弃物管理 • 能源利用 • 环境合规管理 | <ul style="list-style-type: none"> • 支持社区建设 • 推动绿色低碳发展 • 开展公益活动 |

重要性议题管理

祥源文旅遵循“双重重要性”原则(即对公司财务影响的重要性与对经济、环境、社会可持续性影响的重要性),结合最新监管要求、行业特性、利益相关方反馈及同行实践,建立了系统化的 ESG 重要性议题识别、评估与管理流程,确保ESG工作聚焦核心、精准发力。

重要性议题识别与分析流程



重要性议题矩阵



治理筑基 合规致远 —— 打造行业现代化 治理标杆

祥源文旅始终将合规经营与完善公司治理作为企业可持续发展的核心基石，严格遵守国家法律法规与监管要求，建立健全治理架构与内部控制体系，坚守商业道德底线，加强风险管理，以诚信经营塑造企业品牌形象，为公司高质量发展提供坚实保障。

公司治理

合规经营

风险管理

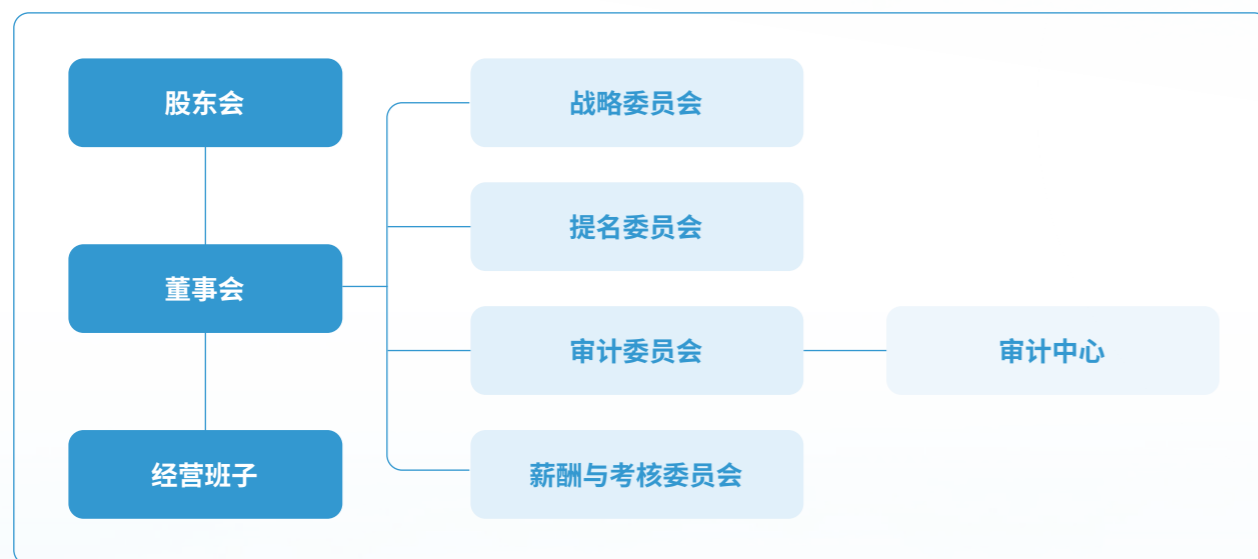
党建引领和商业道德



公司治理

两会运作

祥源文旅严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规和监管要求,构建了由股东会、董事会和经营班子组成的治理结构,明确了各治理主体的权责边界与运作规范,确保公司治理的规范化、专业化与高效化。



治理结构与职责分工



董事会多元化

公司高度重视董事会多元化建设,致力于打造结构合理、专业互补、富有活力的董事会团队,为公司长期稳健发展筑牢治理根基。

截至2025年末,公司董事会由7名董事组成,其中独立董事3名,占比42.86%;女性董事1名,占比14.29%。董事会成员平均年龄约49岁,涵盖产业发展、企业管理、投融资管理、财务管理、文旅行业研究等多个领域的专业背景与丰富经验,能够为公司的战略决策与高质量发展提供多元化的视角与专业支撑。具体构成如下:



学历结构

本科及以上学历董事 **7名**, 占比 **100%**
其中硕士及以上学历董事 **3名**, 占比 **42.86%**



性别结构

男性董事 **6名**, 占比 **85.71%**
女性董事 **1名**, 占比 **14.29%**



年龄结构

50岁以下董事 **3名**, 占比 **42.86%**
50岁及以上董事 **4名**, 占比 **57.12%**



专业背景

具有企业管理背景的董事 **2名**
财务管理背景的董事 **3名**
文旅行业研究背景的董事 **2名**



投资者关系

2025年,祥源文旅高度重视投资者关系管理及公司治理规范化建设,严格遵循监管要求,结合公司经营发展实际,通过制定完善一系列核心管理制度、落地多元化实操举措,切实保障全体股东合法权益,维护公司良好治理秩序与资本市场形象,具体工作开展如下:

公司修订完善《投资者关系管理制度》,将投资者关系管理融入年度经营重点,积极推进股东关系精细化管理。对外,依托上证路演中心、公司官网投资者专栏、专属邮箱(irm@600576.com)等常态化沟通渠道,搭建多元互动平台,公司于2025年召开3次业绩说明会,就公司经营成果、财务指标等投资者关心的问题开展线上互动交流,同时主动收集投资者诉求、及时回应咨询,增进投资者对公司经营发展、战略布局及财务状况的深入了解;针对市场关注的相关事项,积极参与联合沟通会,主动传递公司经营实情,化解市场疑虑。对内,持续完善制度规范,强化高管薪酬与企业经营业绩的挂钩激励机制,结合2025年公司经营数据优化激励考核,切实保障公司价值提升与股东利益实现。

公司严格执行《信息披露事务管理制度》,坚守及时、公正、准确、完整的信披原则,结合2025年经营管理及重大事项推进情况,规范信息披露流程,及时披露定期报告及临时公告,涵盖业绩数据、关联交易、制度修订、重大投资等关键信息,同时严格履行信息暂缓披露程序,在暂缓情形消除后第一时间披露相关事项,确保股东及广大投资者能够及时、全面获取公司信息,保障信息披露的透明度与公信力。

公司严格落实《关联交易决策制度》,明确关联交易的决策流程与管理规范,2025年针对与关联方共同投资等关联交易事项,严格履行董事会、独立董事专门会议审议程序,关联董事依法回避表决,确保公司与关联人之间的关联交易严格遵循公平、公正、公开的原则,准确披露关联交易金额、交易背景及对公司的影响,有效防范关联交易风险,切实保护全体股东的合法权益。

公司健全《内幕信息管理制度》,完善内幕信息管理体系,严格做好信息公开前的保密工作,规范内幕信息知情人登记、管理流程,结合2025年重大事项(如制度修订、对外投资)推进情况,强化内幕信息保密教育,防范内幕交易行为,切实维护信息披露的公平原则,保护广大投资者的合法权益不受侵害。

公司严格执行《对外投资管理制度》,结合2025年战略发展布局,对公司对外投资行为进行全面规范,明确投资决策流程、风险管控要求,2025年参与嵊州越王谷项目投资等事项时,严格履行审议程序,合理评估投资风险与收益,通过科学有效的管理,保障公司对外投资的合理性与安全性,切实维护全体中小股东的合法权益。

合规经营

祥源文旅坚持合规经营,持续完善公司风险管理与内控体系,严格遵循《上海证券交易所上市公司内部控制指引》《企业内部控制基本规范》等法律法规及其他适用配套指引的要求,建立包括内部控制日常监督和专项监督的完整、科学的合规运营体系,从业务流程开始到结束,做好合规管理。

股东权利保护

祥源文旅始终将股东权益保护放在重要位置,通过完善制度建设、规范信息披露、优化投资者关系管理等举措,切实保障全体股东的合法权益:

透明信息披露

严格执行《信息披露事务管理制度》,建立了“董事会秘书牵头、各部门协同”的信息披露工作机制,确保信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。

▶ 2025年,祥源文旅共披露各类公告**69**份,涵盖定期报告、重大事项公告、股份回购、股东回馈活动业绩说明会、ESG报告等相关公告无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

关联交易管理

修订《关联交易决策制度》,明确关联交易的决策程序、定价原则与披露要求,确保关联交易的公平、公正、公开。

▶ 2025年,祥源文旅发生关联交易**3**笔,均按照相关制度规定履行了审批程序与信息披露义务,未发生违规关联交易。

内幕信息管理

修订《内幕信息知情人和外部信息使用人登记关联制度》,明确内幕信息的范围、内幕信息知情人的登记与管理、内幕信息的保密与披露等要求,防范内幕交易行为,维护信息披露的公平原则。

▶ 2025年,祥源文旅未发生内幕信息泄露或内幕交易事件。

投资者关系管理

通过股东会、业绩说明会、投资者交流会、路演活动、线上互动平台等多元化渠道,加强与投资者的沟通与交流,及时回应投资者关切,提升投资者对公司的了解与认可。

▶ 2025年,祥源文旅召开股东会**5**次、业绩说明会**3**次,回复上证E互动平台提问**72**条。



祥源文旅 2025 年股东回馈活动

为建立长效、多样的股东回报机制,感谢广大股东长期以来对祥源文旅的关心与支持,公司开展 2025 年股东回馈活动,以多重权益与专属福利,搭建与投资者双向奔赴的沟通桥梁。向长期给予公司关怀与支持的投资者,致以最诚挚的谢意。

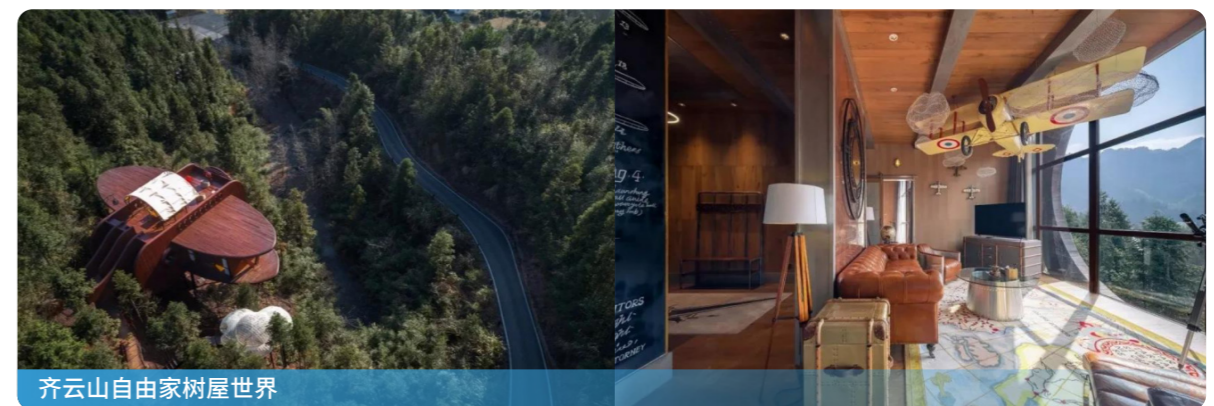
在核心回馈权益方面,祥源文旅为股东准备了三大重磅福利。

一是旗下景区核心项目免票权益,符合条件的股东及股东代表可免费畅享安徽齐云山景区月华索道(双程)+横江竹筏、湖南黄龙洞游船+语音讲解、凤凰沱江游船、张家界百龙天梯VIP服务、莽山五指峰景区门票+索道、四川雅安碧峰峡动物园门票、卧龙神树坪大熊猫基地门票、水上丹霞游船+丹霞索道+翔龙湖渡船套票等多项核心体验,部分涉及的景区门票需投资者自行购买。



齐云山景区横江竹筏、四川雅安碧峰峡动物园、张家界百龙天梯

二是旗下酒店住宿“住一间送一间”优惠,股东及股东代表入住齐云山自由家树屋世界、齐云山祥富瑞度假酒店、黄山祥源云谷度假酒店、湖南凤凰古城祥源熊公馆、四川雅安碧峰峡祥源萌趣酒店等旗下指定酒店的指定房型,可选择支付一间或一间以上房费享受当晚同房型一间免单,或支付一晚房费核销后,在活动权益有效期内享受同房型再次入住免费的权益。



齐云山自由家树屋世界

三是股东专享采购优惠权益活动期间,公司为符合条件的股东准备了“股东专享”礼券,领取权益后可享受“祥源茶”部分商品采购优惠,具体优惠产品及优惠政策以活动页面为准。

2025 年度股东回馈活动,是祥源文旅践行长期股东回报承诺、深化投资者关系管理的重要举措。未来,公司将持续完善股东回报体系,以稳健经营与高质量发展为基石,不断推出更多元化、更具价值的感恩回馈活动,与广大股东同心致远、携手共进、共创长期价值。

税务与法务合规

祥源文旅始终将股东权益保护放在重要位置,通过完善制度建设、规范信息披露、优化投资者关系管理等举措,切实保障全体股东的合法权益:

税务合规管理

财务管理中心负责统筹税务管理工作,建立了完善的税务风险防控体系,包括税务管理体系搭建、税务风险评估、纳税信用等级维护、税务合规培训等。祥源文旅严格遵守国家税收法律法规,依法履行纳税义务,2025年缴纳税款合计**8,368万元**,纳税信用等级持续保持**A级**。同时,通过财务检查、税务专项检查、日常申报审核等形式,加强税务管控及前期风险管理,防范税务风险。

法务合规管理

设立法务部专门负责公司的法律合规工作,建立了覆盖合同管理、知识产权保护、劳动用工、诉讼仲裁、合规培训等各个领域的法务合规管理体系。2025年,公司开展合规培训1场,覆盖员工1500余人次;未发生重大违法违规事件、不正当竞争诉讼或重大行政处罚,有效防范了法律合规风险。

风险管理

祥源文旅建立了完善的风险管理框架,制定了《风险评估流程指引》《风险管控指引》等制度,构建了“三道防线”的风险管理体系,全方位提升风险控制和管理水平,确保公司稳健运营。

祥源文旅风险管理架构“三道防线”

01

第一道防线：业务层

- 各业务单元、子公司负责人是本单位风险管控的第一负责人,负责在日常业务运营中识别、评估和控制潜在风险,将风险管理嵌入业务流程的各个环节;

02

第二道防线：运营层

- 运营管理中心、风险管理部门等职能部门牵头开展风险识别、评估与监控工作,优化制度流程,制定风险应对策略,指导和监督各业务单元的风险管理工作,加强过程管控;

03

第三道防线：审计层

- 审计中心作为独立的监督部门,按计划对各事业部及职能中心开展专项审计、内部审计,及时发现风险管理中的问题与漏洞,提出整改建议并跟踪整改落实情况,实现风险的事后纠偏与问责。

ESG风险融入与管控

2025年,祥源文旅立足自身业务实际与运作模式,建立并持续完善全面风险管理框架,严格制定并执行《风险评估流程指引》《风险管控指引》等核心制度,全面覆盖业务流程与管理流程中的各类风险事项,全方位提升公司风险控制与管理水平,同时将ESG理念贯穿于风险管理全过程,重点聚焦气候风险、环境合规风险、数据安全风险、供应链ESG风险、产品质量安全风险等非财务风险的识别、评估、应对与监控,实现ESG风险与整体风险管理的深度融合。

风险识别

- 公司通过定期开展ESG风险专项评估、广泛收集利益相关方反馈、持续跟踪文旅行业动态及监管政策变化等多种方式,全面、系统识别各类ESG相关风险,确保风险识别无遗漏、无死角,为后续风险管控奠定坚实基础。

风险评估

- 公司建立了标准化、规范化的评估体系,一方面组织专业团队,从风险发生的可能性与影响程度两个核心维度,将识别出的ESG风险划分为高、中、低三个等级,实施分级管控;另一方面明确风险评估组织架构,由审计监察总经理全权负责风险评估工作,下设风险评估小组具体执行各项事宜,包括确定最小审计单元、收集整理评估数据、开展风险评估实操、完成审计单元排序等,评估工作完成后形成风险评估报告,经审计监察总经理批准后,交由审计管理员统一归档保存,确保评估流程合规、结果可追溯。

风险应对

- 公司构建了风险管理三道防线,由运营管理中心主导,组织各相关职能部门对各事业部经营情况开展风险管控环节评估,对运行过程中出现的偏差及时进行纠偏,同步明确事业部下一阶段经营策略及发展方向,保障整体经营稳健有序。

风险监控

- 建立ESG风险动态监控机制,定期收集、整理和分析与ESG目标相关的数据,如能源消耗数据、温室气体排放数据、客户投诉数据、供应商ESG评级数据等,通过数据分析及时发现异常情况,精准定位问题,为风险应对提供有力支持。

党建引领和商业道德

党建引领

祥源文旅党支部深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，坚持组织建设规范化，践行高质量发展要求，深入践行新时代非公党建“54321”工作模式，充分发挥党建引领作用，推动党建工作与经营管理深度融合。

优化党支部班子结构。坚持“一岗双责”，选优配强支部委员推动党务与业务骨干双向培养、交叉任职，增强班子整体功能。定期召开支委会，研究部署党建工作，确保各项任务落到实处，严格组织生活制度。全面落实“三会一课”、组织生活会、民主评议党员等制度。

增强党内政治生活的政治性、时代性、原则性。2025年组织开展党课学习10次、组织生活会1次，推动党员在严肃认真的组织生活中锤炼党性、提升修养。

加强党员教育管理。依托“学习强国”、党建微信群等平台，推动党员教育常态化、全覆盖。组织开展党员评优活动，激发党员在企业重大任务、重点项目中的先锋模范作用，持续优化党员队伍结构。



党建活动



春风化雨润新芽，党旗引领植树忙



组织开展学习中央八项规定精神



庆祝建党104年七一主题活动暨党支部组织生活会



祥源文旅党组织生活会

反腐败与反不正当竞争

祥源文旅严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规，制定《员工商业行为准则》《反商业贿赂管理制度》等一系列制度，致力于营造道德、诚信、公平、公正的商业环境。

制度建设

明确禁止商业贿赂、不正当竞争等行为，规范员工在商业活动中的行为准则，明确责任追究机制，从制度层面防范腐败与不正当竞争风险。

预防教育

加强反腐败与反不正当竞争的法律法规教育，定期对员工进行培训，提升员工的合规意识与商业道德水平。

2025年，公司共开展反腐败与反不正当竞争培训 **4**场，覆盖员工 **1700**人次。

监督机制

与所有供应商、合作伙伴签订《廉政约定》，明确双方在廉洁合作方面的权利与义务，互相监督诚信经营；建立举报与投诉机制，设立反腐败举报电话、邮箱及信件渠道，严格保密举报信息，对收到的举报线索及时开展调查处理。

2025年，公司未发生腐败事件及不正当竞争行为。

创新驱动 价值赋能 —— 以科技与创新引 领高质量发展

创新驱动

产品安全与质量

客户服务保障

供应链安全

数据安全与客户隐私保护



创新驱动

祥源文旅始终将创新视为企业高质量发展的核心引擎,坚持“文化IP+旅游+科技”三位一体的创新发展模式,以满足游客多样化、个性化的需求为导向,持续深化产品与服务创新,强化知识产权保护,保障产品质量安全,完善客户服务体系,构建安全稳定的供应链,以创新赋能文旅产业升级,以责任担当创造更大社会价值。

治理

祥源文旅深刻认识到,创新人才是创新驱动发展的核心动力。为此,公司积极与众多高等院校及科研机构开展产学研协作,形成长期的战略合作伙伴关系,共同培养高素质创新人才,推动技术创新与成果转化。

祥源文旅制定《创新管理规则》,建立了“创意立项-研发试销-上市评估-绩效跟踪”全流程创新管理体系,明确了创新项目的评估标准、审批流程、资源配置与激励机制,为创新工作提供了坚实的制度保障。公司成立研发项目评估小组,由产品中心、市场人员、财务人员、经营层人员组成,对创新项目的可行性、市场前景、经济效益等进行全面评估,确保研发工作科学、高效推进;在创新项目推进过程中,严格遵循科技伦理治理要求,将数据安全、个人信息保护、算法公平透明、技术向善纳入创新项目全流程评估与管控,杜绝滥用新技术侵害公众权益,以合规伦理护航创新发展。

战略

祥源文旅积极践行创新驱动发展战略,结合文旅行业发展趋势与自身业务特点,明确了智慧文旅、低空文旅、非遗创新、数字文创四大创新方向,深入分析创新过程中可能存在的风险与机遇,制定了相应的应对措施与激励政策,确保创新战略有效落地实施。2025年,公司围绕四大创新方向,共立项创新项目**20个**,其中智慧文旅类**6个**、低空文旅类**4个**、非遗创新类**5个**、数字文创类**5个**。

影响、风险和机遇管理

人才培养

祥源文旅高度重视人才队伍建设,构建“选、用、育、留”全链条人才管理机制,着力提升员工专业素养与创新能力,助力公司可持续发展。公司推进人才培养专项工作,实施应届毕业生专项招聘与培养计划,吸纳优秀应届毕业生充实人才队伍,同时打造“领导力+专业力”双通道培养体系,选派核心员工参加各类专业培训及高阶学习,强化核心人才综合能力提升;积极搭建创新激励平台,完善创新价值驱动的激励机制,激发员工创新积极性与创造力,鼓励员工在工作中探索创新。此外,公司持续加强研发人才队伍建设,2025年研发人员规模稳步增长,为公司数字化、智慧文旅等领域的创新发展提供坚实人才支撑。

人才培养实践活动



2025年企业新录用人员岗位技能培训



职业生涯规划培训



砺才营二期-实习生培训



“麦芽计划”

产品与服务创新实践

2025年,祥源文旅各景区经营主体围绕自身业务特点,结合当地文化与资源优势,推出了一系列富有创新性的文旅产品与服务,显著提升了游客体验与品牌影响力:

智慧文旅创新

- 祥源丹霞山风景区推出“丹霞低空研学之旅”,整合低空飞行体验与地质科普教育,开发AI导览系统,为游客提供个性化的研学服务,年接待研学团队超2000个;祥源齐云山度假区引入智慧票务系统、智能监控设备等,实现景区运营数字化管理,提升运营效率与游客便利性。

低空文旅创新

- 祥源通航已在广东丹霞山、安徽祥源花世界、四川汶川、嵊州越王谷等多个文旅目的地完成eVTOL试航，稳步打造公司低空旅游专业运营平台。2025年11月，祥源通航与海昌海洋公园签署战略合作协议，围绕低空经济与主题公园开展深度合作，实现两大文旅上市平台在资本市场与业务层面的协同联动。双方将聚焦五大核心方向：eVTOL在海昌海洋主题园区的落地选址、低空观光与飞行体验产品打造、联合市场推广、区域低空交通网络建设，以及“海洋+航空”主题研学与飞行营地开发。依托祥源文旅丰富的目的地资源与低空旅游运营经验，结合海昌海洋公园独特的滨海资源与主题场景优势，双方将共同打造“海洋、陆地、低空”三位一体的沉浸式文旅消费新体验，推动业态创新与价值升级。



祥源通航飞行基地

非遗创新

- 祥源齐云山度假区打造“徽州非遗沉浸式体验季”，整合徽州剪纸、徽州糕饼制作技艺、徽州三雕等27项非遗资源，推出“横江舞金龙”“齐云打铁花”等非遗主题活动，夜间文旅消费占比提升至35%；祥源文旅以齐云山逍遥街（由齐云小镇焕新升级）为核心载体，深度践行ESG文化传承理念，推动非遗文化活化创新。街区以“古风沉浸+仙侠叙事”为基调，深度挖掘徽州及各地非遗资源，创新引入剪纸、铁画、扎染、制陶等非遗项目，打造非遗体验集群，推出多项非遗衍生产品，同时邀请非遗传承人现场展演炭花舞、皮影戏、打铁花等10多项省级、国家级非遗项目，丰富非遗传播形式。通过创新打造六米巨型徽州鱼灯巡游等特色活动，结合NPC互动、“逍遥通宝”互动机制及数字化光影技术，实现非遗文化从“静态展示”向“沉浸式体验”转型，让非遗文化在现代文旅场景中焕发新生，既丰富了游客文化体验，也助力非遗文化的传承与传播，践行企业文化责任与可持续发展理念。祥源凤凰古城迭代“湘见·沱江”2.0版本，融入非遗表演、数字文创等元素，成为湘西文旅融合新标杆。

数字文创创新

- 祥源文旅以祥源碧峰峡为核心载体，深度挖掘熊猫IP价值，结合数字科技赋能，推动熊猫IP从“景观展示”向“数字化体验+数创二销”双轨转型，践行ESG生态文旅与文化传播理念。景区依托数字科技手段，上线智慧导览系统，游客扫码即可查看熊猫成长档案、预约“云投喂”互动，实现与熊猫IP的沉浸式联动；打造熊猫主题全景玻璃轿厢青云梯，将熊猫文化与峡谷景观、数字观景技术深度融合，提升游客体验感的同时，打造IP数字化标志性场景。在数创二销领域，景区开设“祥源旅物”官方文创店，集结以福宝、七仔等明星熊猫为核心的系列衍生品，通过跨界合作将熊猫元素与户外产品、生活好物有机融合，构建“内容+商品”双轮驱动的二销模式，显著提升客单价与二次消费转化率；同时借助数字化运营手段，整合IP商品化资源，推动熊猫IP衍生产品向全渠道延伸，实现IP价值与消费价值的双向提升，既丰富了生态文旅体验，也通过IP创新运营践行企业可持续发展责任，助力熊猫文化的广泛传播与文旅产业的高质量发展。

多元业态驱动业绩增长，沉浸式体验引领消费新潮

2025年，沉浸式旅游成为文旅市场核心亮点。祥源文旅文化为魂、科技为翼，打造全场景沉浸式夜游产品矩阵，旗下景区游客与营收持续攀升，品牌影响力显著提升，相关创新体验获央视等中央及地方主流媒体高频聚焦报道，成为假日文旅市场标杆。

在安徽齐云山度假区推出“复古游齐云”互动演绎与“国庆逍遥季”系列主题活动，围绕“仙、侠、隐、仕”文化内核打造全场景沉浸体验，假日期间三度登上央视报道，景区客流与经营数据连创新高。湖南凤凰古城以《湘见·沱江》沉浸式艺术游船、“翠翠带你游古城”等特色项目为核心，融合苗疆文化与光影演艺，多次获央视及省级媒体重点关注，成为湘西文旅融合与夜间经济的标志性产品。



中央广播电视总台财经频道(CCTV-2)《经济信息联播》栏目

顺应游客需求多元化升级趋势，公司各目的地以文化赋能、科技融合、业态创新为抓手，持续打造差异化体验产品。齐云山推出白岳秋灯节、白岳仙侠会等意境文旅产品；丹霞山创新推出“万古丹霞”光影秀，联动地质研学、客家文化与潮流体验，构建多维度假产品体系；莽山五指峰打造“云上修仙大会”，以云海山岳场景打造特色沉浸体验；黄龙洞以“寻龙”主线与数字光影活化亿年溶洞资源，为游客带来奇幻探索新体验。



齐云山“白岳秋灯节”与“白岳仙侠会”

在非遗活化与文化遗产方面，各景区深入挖掘在地文化，推动非遗技艺传承与现代表达完美结合。齐云山融合徽州鱼灯巡游、横江炭花舞、齐云打铁花、抖火壶等非遗表演，打造古今交融的夜游氛围；丹霞山以非遗炭花舞、香火龙等传统技艺点亮假日夜空；阜阳生态乐园以大型非遗打铁花演艺，呈现震撼视觉盛宴，让非遗文化在沉浸式场景中焕发新生，以文化体验驱动消费提质升级。



齐云山鱼灯巡游

知识产权保护

知识产权 保护

公司遵循《中华人民共和国专利法实施细则》《2025年知识产权强国建设推进计划》等政策法规，持续深化知识产权战略布局，全面构建完善的知识产权管理体系。通过建立知识产权台账、开展知识产权培训、加强专利申请与维护等举措，有效保护公司的核心技术成果与创新成果，防范知识产权风险。2025年，公司未发生知识产权侵权或被侵权事件。

指标与目标

2025年核心绩效完成情况

| 指标名称 | 单位 | 2025年 | 2024年 |
|--------------|----|---------|---------|
| 研发投入总额 | 万元 | 2455.36 | 1682.67 |
| 研发投入占营业收入比例 | % | 2.09 | 1.95 |
| 研发人员人数 | 人 | 95 | 95 |
| 研发人员占员工总人数比率 | % | 5.42 | 6.48 |
| 新增专利申请数量x | 件 | 10 | 8 |
| 新增专利授权数量 | 件 | 7 | 6 |
| 公司累计获得专利总数 | 件 | 50 | 42 |

产品安全与质量

祥源文旅深刻认识到，产品质量与安全是企业生存与发展的生命线，直接关系到游客的生命财产安全与企业的品牌声誉。公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，建立了完善的产品质量安全管理体系，确保为游客提供安全、优质的文旅产品与服务。

治理

对照ISO 9001等国际质量管理体系要求，祥源文旅制定了《运营质量安全管理制度及操作指引》《工厂现场管理办法》《过程检验管理办法》等一系列产品质量安全相关制度，涵盖景区运营、餐饮服务、住宿服务、文创产品生产等各个业务环节，形成了全方位、全流程的质量安全管理制度体系。

美国雨林联盟 (RA) 认证



HACCP 体系认证证书



ISO 9001 认证证书

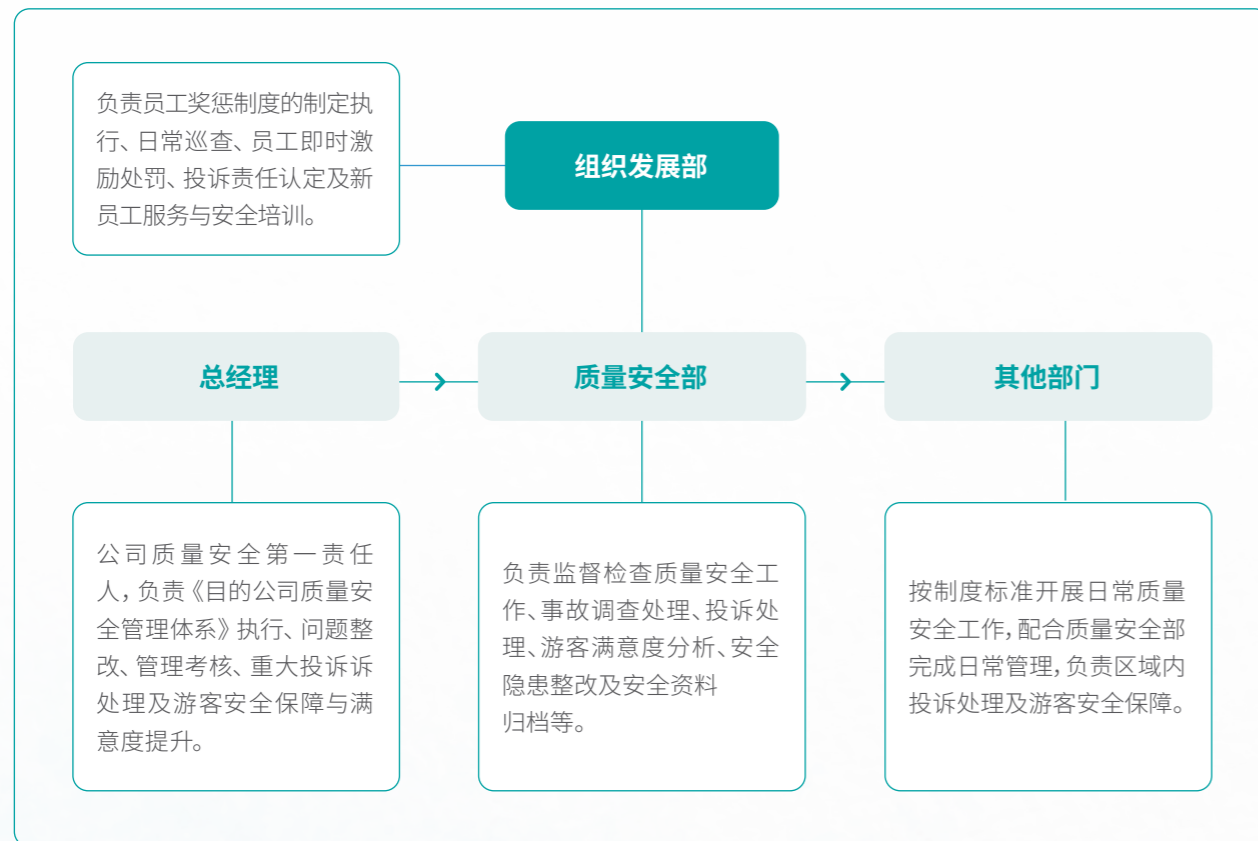


中国质量认证中心 有机产品认证证书



祥源文旅构建了“总经理—质量安全部—各部门质量专员”三级质量安全管理架构,明确了各层级的质量安全职责。总经理作为公司质量安全第一责任人,全面负责质量安全管理体系的执行与改进;质量安全部负责监督检查质量安全工作、事故调查处理、投诉处理、游客满意度分析等;各部门质量专员负责本部门质量安全日常管理、安全隐患整改及安全资料归档等工作,形成了责任明确、协同配合的质量安全管理格局。

质量安全管理架构



战略

紧扣文旅行业高质量发展要求,围绕公司“打造高品质文旅体验”的核心定位,祥源文旅确立“安全为基、质量为核心、体验为王”的产品安全与质量发展战略,将质量管控贯穿全面融入文旅产品设计、开发、运营、服务全生命周期,以标准化、精细化、品质化管理体系持续推动产品与服务迭代升级。公司聚焦景区游览设施、旅游服务产品、文创衍生产品三大核心领域,构建覆盖全品类的质量安全标准体系:在景区设施方面以零安全隐患、高标准运营为目标,实现设备采购、安装、运维、检测全流程规范化管理;在旅游服务方面,坚持标准化与个性化相结合,不断优化服务流程、提升专业服务能力;在文创产品方面,坚守品质保障、文化赋能理念,严格把控选材、生产、检验等关键环节。通过全方面、全链条质量战略的落地实施,公司持续打造高品质文旅产品矩阵,致力于树立文旅行业产品安全与质量管理标杆,以卓越体验不断增强客户黏性,全面提升品牌美誉度与市场竞争力。

影响、风险和机遇管理

全流程质量安全管控

祥源文旅建立了“风险识别—风险评估—风险应对—风险监控”的全流程质量安全管控体系,强化对产品质量安全的全方位管理:

风险识别 结合日常巡检、顾客反馈、行业标准、法规要求等多渠道信息,对产品质量与安全的各个环节进行全方位风险识别,包括景区设施安全、消防安全、食品安全、特种设备安全、服务质量等方面。

风险评估 对识别的风险根据发生概率与影响程度进行分类分级,划分为高、中、低三个风险等级,重大风险及时上报并启动紧急应对措施。

风险应对 针对不同级别风险制定差异化应对措施。高风险项目立即组织整改,明确整改责任人、整改措施与整改时限;中等风险项目持续优化工作流程,加强日常管控;低风险项目定期监控,确保风险可控。

风险监控 定期对风险应对措施效果进行评估回顾,详细追踪风险整改与落实情况,通过日常巡检、专项检查、游客反馈分析等方式,持续监控质量安全风险变化情况,确保质量安全管理体系持续有效运行。

2025年,未发生重大质量安全事故。

重点领域质量安全管控举措

2025年,祥源文旅将运营安全纳入ESG治理核心范畴,持续强化景区设施安全与食品安全全流程管控,切实保障游客权益与运营稳定。

景区设施安全

- 持续推进核心设施提质升级与安全运维,张家界百龙天梯围绕设备智能化、安全化开展专项升级改造,严格执行24小时实时监测、日常巡检与节前安全大排查制度,常态化开展特种设备应急演练,全面提升应急处置能力。公司对旗下索道、观光车、游船等特种设备实施定期检测与闭环维护,严格落实特种设备安全技术规范,确保设施合规稳定运行。

食品安全

祥源茶业建立产品全链条质量追溯体系，为产品赋予专属溯源标识，实现从种植、生产到销售的全程可查可控，持续完善食品安全管理体系。各景区餐饮单位严格执行采购验收、储存加工、食品留样等管理制度，常态化开展食品安全培训与专项整治，建立日常巡检与监督检查机制，严守食品安全底线，保障游客饮食安全。

服务质量

祥源文旅以提升游客体验为核心，推行“服务标准化+个性化”双轨管理模式，持续完善服务质量管控体系。公司构建覆盖服务流程、规范与礼仪的旅游目的地标准化体系，明确各环节服务标准，夯实标准化服务基础；常态化开展员工服务技能与质量安全专项培训，提升一线人员专业素养与服务能力。同时，建立多维度服务质量监控机制，通过客户满意度调研、“神秘访客”暗访等方式，全面评估服务水平，及时识别并优化服务短板，切实保障游客服务体验，践行企业社会责任。

产品可及性提升

2025年，祥源文旅践行包容性发展理念，从无障碍设施、产品价格、线上线下服务三方面系统提升旅游产品可及性，覆盖全龄与特殊群体：



无障碍设施升级

以莽山五指峰、大瑶山盘王界等为标杆，持续完善无障碍步道、电梯、提升机、无障碍卫生间、轮椅租赁、母婴室等全场景设施，构建全龄友好游览体系，为老年人、残障人士、母婴等群体消除出行障碍。



产品与价格普惠

推出老年、学生、残障人士等专属优惠政策，整合景区资源打造多样化组合套票，简化购票流程、降低旅游成本，满足不同客群消费需求。



线上线下协同服务

优化“祥源旅行”数字化平台功能，提升线上预订便捷性；同步设置线下专属服务通道与人工协助，实现“线上高效、线下暖心”的全链路服务覆盖，保障不同群体均可便捷获取文旅服务。

祥源文旅战略收购广西大瑶山盘王界景区 打造业绩增长新动能

12月2日，祥源文旅(600576.SH)发布《关于全资子公司收购金秀莲花山景区开发有限公司100%股权的公告》，宣布广西金秀大瑶山盘王界景区正式成为祥源文旅旗下目的地。此次收购将进一步拓展祥源文旅核心景区目的地资源布局，强化湘南粤北休闲度假目的地的联动与优势互补；作为继莽山之后重点打造的第二座无障碍景区，大瑶山项目有望成功复制“莽山模式”，以“无障碍旅游”为差异化路径，打造营收和利润的新增长，助力公司实现高质量发展。



大瑶山盘王界景区

为响应“一老一小”群体的出行需求，在配套设施方面，景区建设有1650米盘王索道、133米和153米两部高悬崖垂直观光电梯及8.5公里无障碍游步道，彻底打破了山岳型景区对老年人、残障人士、婴幼儿家庭等行动不便群体的天然壁垒，将全面构建全龄友好、轻松舒适的山岳旅游体验。

在内容体验上，景区深度融合瑶族文化，推出以瑶族祖先盘王为原型的《盘王赞歌》实景互动演艺，打造全国首座沉浸式互动山岳旅游体验。暑期推出的“瑶族王子”IP曾引发全网关注，累计播放量超2亿次，并获多家省市级官方媒体推荐。在产品体系方面，景区已构建起覆盖“无障碍旅游、轻游乐体验、自然科普、实景演艺、康养产品”等多维度的产品体系，正朝着将大瑶山盘王界打造为广西全域旅游新名片的目标稳步迈进。



《盘王赞歌》实景互动演艺

指标与目标

2025年，祥源文旅持续强化质量安全管理，核心绩效整体向好：

景区特种设备检测、设施完好率、旅游服务**达标率**
文创产品检验合格率**均保持高水平**
未发生重大产品安全质量事故。

产品质量投诉量**同比下降**
整改完成率**100%**
游客产品质量满意度**稳步提升**

质量安全培训覆盖人次**同比增长**
供应商质量考核合格率**持续优化**
全面夯实质量安全管理基础。

客户服务保障

祥源文旅始终秉持“客户第一、求真务实、专业精神”的核心价值观，将客户满意度作为衡量服务质量的核心指标，建立了完善的客户服务管理体系，持续提升客户服务水平，满足客户多样化需求。

治理

祥源文旅制定《客户管理指引》《投诉处理机制》等制度，明确客户服务标准、服务流程、投诉处理程序及考核机制，为客户服务工作提供规范化指引。

构建以运营管理中心为主、各单位为辅的客户服务管理架构，运营管理中心负责统筹客户服务工作，制定客户服务战略与计划，协调资源配置；各景区、业务单元设立客户服务部门或岗位，负责具体客户服务工作的落实，包括咨询服务、投诉处理、游客满意度调研等。

建立“客户反馈接收—问题分类与分派—问题解决—客户确认—执行与跟进”的全流程售后服务体系，确保客户反馈得到及时、有效地处理。客户反馈接收渠道涵盖电话、电子邮件、社交媒体、移动应用、景区意见箱等，实现24小时内确认收到并告知后续处理流程；问题分类后分派至相应部门妥善处理，确保处理过程透明、高效；处理完成后及时与客户确认满意度，并进行后续跟进，确保问题彻底解决。

战略

祥源文旅紧扣文旅行业服务升级趋势与公司“以客户为中心，打造极致文旅体验”的核心定位，制定“标准化为基、个性化为翼、数字化赋能、全周期保障”的客户服务发展战略，将服务保障贯穿游客“售前咨询—游中体验—售后反馈”全流程。售前聚焦高效答疑，搭建多渠道咨询平台，实现景区信息、产品服务精准触达；游中聚焦优质体验，完善景区便民服务设施、规范一线服务流程、优化突发情况处置，兼顾标准化服务与个性化需求；售后聚焦高效响应，建立全渠道诉求反馈与闭环处理机制，实现诉求“快速接收、及时处置、有效回访”。同时，以数字化技术赋能服务升级，打造智慧客服体系，推动服务流程优化、诉求处理提效，通过全周期、高品质的服务保障，提升游客体验感与满意度，树立文旅行业客户服务标杆。

影响、风险和机遇管理

客户服务提升具体举措

祥源文旅建立了“风险识别—风险评估—风险应对—风险监控”的全流程质量安全管控体系，强化对产品质量安全的全方位管理：

便民服务提质

旗下各景区游客中心完善母婴室、医疗服务点、免费充电区、行李寄存处等设施，提供咨询预约、迷童认领、失物招领、轮椅租赁、VIP 导游等全场景服务，满足游客多元需求。



个性化产品创新

凤凰古城持续运营“翠翠的水上婚礼”定制服务，打造文旅 IP 体验；碧峰峡围绕熊猫文化推出亲子喂养、互动合影等个性化项目，深化亲子旅游体验。



客户沟通闭环

通过满意度调研、神秘访客暗访、客户座谈会、线上评论区等多渠道收集反馈，建立问题整改机制，持续优化产品与服务，提升游客满意度。



客户投诉应对与管理

2025 年，祥源文旅建立健全客户投诉应对与管理体系，多措并举保障客户诉求得到有效解决，持续提升客户体验：

畅通投诉渠道

搭建线上线下多元化投诉反馈平台，结合景区现场意见箱、官方联系渠道等，明确诉求接收流程，确保客户投诉快速响应、及时接收；

规范处理流程

完善投诉处理相关规范，明确处理标准与责任分工，对一般投诉高效处置、重大投诉专项协调，提升投诉处理效率与质量；

强化跟踪改进

建立投诉跟踪管理机制，定期统计分析投诉情况，深挖问题根源，针对性优化产品与服务；加强员工服务管理，对服务过程中出现的问题及时整改、强化警示，防范同类问题重复发生；

持续优化提升

通过常态化投诉管理与服务改进，推动客户投诉量稳步下降、投诉解决质量持续提升，不断提升客户满意度，践行以客户为中心的经营理念。



用心服务好每一位游客 | 祥源文旅“神秘访客”计划, 持续助力服务升级

为持续提升服务品质、深化精细化经营, 祥源文旅启动“神秘访客”计划, 目前首期月度招募已顺利完成。该计划通过线上公开招募, 邀请游客以匿名身份对景区服务、产品及活动开展全流程体验与专业评估。



“神秘访客”围绕购票入园、交通接驳、项目体验、住宿餐饮、环境卫生等关键环节, 以普通游客视角沉浸式体验服务全流程, 客观记录游览感受、及时反馈问题建议, 精准发掘潜在服务细节短板与管理优化空间, 为景区服务提升提供真实、可落地的改进方向。

截至目前, “神秘访客”计划第一阶段工作已顺利落地实施。活动累计吸引全国超500名游客积极报名参与, 经严格筛选, 共有32名访客完成首轮景区暗访评估。结合首轮反馈结果, 各景区巩固核心服务优势的同时, 进一步明确了体验升级路径, 为持续提升服务品质奠定坚实基础。

未来, 祥源文旅将推动“神秘访客”计划逐步覆盖旗下全部景区, 建立常态化、机制化服务监督与提升体系, 坚守用心服务每一位游客的初心, 以持续优化的服务质量不断提升游客满意度与品牌口碑。

指标与目标

2025年核心绩效完成情况

| 指标名称 | 单位 | 2025年 | 2024年 |
|----------|----|-----------|-----------|
| 客户投诉处理率 | % | 100 | 100 |
| 客户投诉解决率 | % | 100 | 100 |
| 客户隐私泄露事件 | 件 | 0 (无泄露事件) | 0 (无泄露事件) |

负责任营销

祥源文旅始终坚持清廉、公正的文化价值导向, 制定《商家管理措施》《业务及舞弊红线——市场销售》等制度, 全面构建清廉、透明、可持续的营销生态, 为游客提供放心可信赖的旅游服务:

合规营销

严格执行监管部门的价格政策, 要求各景区、经营主体明码标价、公平交易, 严禁价格欺诈、乱收费及强迫诱导消费等行为; 依法依规开展广告宣传和市场推广, 确保营销内容真实、准确, 不夸大宣传。

廉洁管控

在营销过程中全面落实合规经营与廉洁准则, 对任何违反合同或突破价格政策的行为均采取严肃处理措施, 确保各类舞弊风险得到有效控制; 积极配合文旅主管部门的整治行动, 通过内部巡查和专项培训提升全员合法合规意识, 持续营造阳光透明的消费环境。

2025年, 公司未发生因不当营销行为受到监管处罚的情况。

供应链安全

祥源文旅始终将供应链安全与可持续性作为企业ESG管理的重要组成部分, 不仅严格把控自有产品与服务的质量标准, 更通过构建全流程、负责任的供应链管理体系, 实现供应链的安全稳定、合规透明与协同发展, 推动产业链上下游共同践行可持续发展理念。

治理

祥源文旅始终将产品品质与服务质量置于发展核心位置, 不仅对自有产品建立严苛的全流程质量管控标准, 更对供应链实施全维度、全链条的品质监督与管理。公司严格遵循《中华人民共和国招标投标法》等法律法规要求, 制定并落地《供应商管理制度》《采购管理制度》等系列内部规章, 构建标准化、规范化的供应链管理体系, 同时搭建阳光采购平台, 实现集团内供应商资源互通共享与集中统一管理, 确保采购流程透明、高效、合规。在采购招标、合作洽谈、款项支付等环节坚持公平公正原则, 平等对待中小企业供应商, 不设置不合理门槛, 助力中小企业融入产业链供应链。此外, 公司组建内部专业审核团队, 定期对供应链管理体系进行全面核查与评估, 持续迭代优化管理举措, 以高标准供应链管控筑牢产品与服务的品质根基。



战略

祥源文旅依据《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国政府采购法》等法律法规, 修订完善《供应商管理制度》《采购管理制度》《供应链ESG管理指引》等一系列内部制度, 明确供应商准入、评估、合作、退出全生命周期的管理要求, 将ESG指标全面融入供应链管理各环节; 兼顾中小企业发展需求, 在供应商准入评估中兼顾规模与实力, 为中小企业提供公平竞争机会; 建立“供应链管理委员会—采购中心—各业务单元采购专员”三级管理架构, 供应链管理委员会统筹供应链战略规划与重大决策; 采购中心负责供应商统一管理、采购流程规范与ESG绩效监控; 各业务单元采购专员负责具体采购执行与供应商日常沟通, 形成权责清晰、协同高效的管理格局。

影响、风险和机遇管理

● 供应商全生命周期管理

祥源文旅建立了“风险识别—风险评估—风险应对—风险监控”的全流程质量安全管控体系, 强化对产品质量安全的全方位管理:

准入审核

- 建立“合规资质+ESG绩效+业务适配”的供应商准入审核机制。合规资质方面, 核查供应商营业执照、行业许可、环保认证、质量体系认证等基础文件; ESG绩效方面, 从环境合规、劳动权益、商业道德、社会责任等维度设置评估指标, 对供应商进行分级评分; 业务适配方面, 评估供应商产品/服务质量、供应能力、价格竞争力等核心业务指标。

合作管理

- 与核心供应商签订廉洁约定及可持续合作相关承诺, 明确双方在合规经营、环境保护、劳动保护等方面的责任与义务; 搭建集团统一的供应商管理平台, 实现供应商信息、采购订单、履约情况、ESG绩效等数据的集中管理与实时共享, 确保采购过程公开、公平、透明。

履约评估与分级

- 建立供应商年度综合评估体系, 采用百分制评分标准, 从产品质量、交付能力、价格合理性、ESG表现等维度进行全面考核, 将供应商划分为五个等级, 实施差异化合作关系管理。对表现优秀的供应商给予优先合作、订单倾斜等激励; 对不合格供应商, 在自履约评定之日起 1-2 年内不得参与公司各类采购。

供应商赋能

- 组织供应商ESG专项培训, 覆盖核心供应商, 培训内容包括环保合规、劳动权益保护、商业道德等核心议题; 编制《供应商ESG实践指南》, 为供应商提供明确的行动指引; 针对ESG表现薄弱的供应商, 开展辅导, 帮助其提升可持续管理能力。

阳光采购与风险管控

祥源文旅建立了“风险识别—风险评估—风险应对—风险监控”的全流程质量安全管控体系,强化对产品质量安全的全方位管理:



阳光采购机制

推行“管理+IT”融合的标准化采购模式,通过明源系统、合同中台及OA系统实现采购需求提报、招标、评标、签约、付款等全流程线上化运行,所有关键环节均保留操作痕迹,确保采购全程可追溯、可核查;建立统一的阳光采购平台,实现集团内供应商资源共享,扩大采购竞争范围,保障采购过程的公正性与经济性。

风险管控举措

定期开展供应链 ESG 风险评估,重点识别环境合规、劳动用工、商业贿赂、供应链中断等潜在风险,建立风险台账并制定差异化应对措施;加强对供应商的日常监督,通过现场检查、资料核查、第三方审计等方式,核实供应商 ESG 承诺的履行情况;建立供应链应急响应机制,针对自然灾害、政策变动等突发事件,制定备选供应商方案,保障产品与服务供给的连续性。

指标与目标

2025年核心绩效完成情况

| 指标名称 | 2025年数据 |
|---------------|---------|
| 供应商廉洁承诺书签署比例 | 100% |
| 重大供应链风险事件发生次数 | 0次 |

数据安全与客户隐私保护

治理

祥源文旅高度重视信息安全与隐私保护,严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规及行业标准,制定了《信息安全管理制度》,并配套完善数据分类分级、客户隐私保护、网络安全应急等相关管理规范,明确信息安全与隐私保护的管理目标、职责分工、操作规范与责任追究机制,形成覆盖数据收集、存储、传输、使用、销毁全生命周期的管理制度体系。

公司成立专门的信息安全管理团队,统筹信息安全技术防护、风险监测、应急处置等日常工作;各业务部门在日常落实安全措施,违规行为将被严格追责,形成高效协同的管理架构。同时,公司持续维护 ISO 27001 信息安全管理体系、ISO 20000 信息技术服务管理体系认证,通过定期内部审核与外部认证复核,确保信息安全管理体系的有效性、合规性;依据相关法律法规开展合规自查与整改,保障各项工作合法合规。



战略

在数字化转型背景下,祥源文旅秉承风险防控和机遇响应双轮驱动理念,将信息安全与客户隐私保护视为企业核心竞争力与品牌公信力的重要组成部分,构建前瞻性信息安全战略体系。通过完善制度体系、强化技术防护、加强人员培训等多维度举措,构建全方位、多层次的信息安全防护网络,保障公司数据资产、客户隐私及业务运营的安全稳定。

影响、风险和机遇管理

数据分类分级管理

公司将数据分为公开、内部、敏感、机密四个级别，制定差异化管理策略：

敏感及机密数据需加密存储与传输，定期盘点和复核权限，执行严格的访问管控与操作审计。

公开数据

可公开获取的信息，如公司新闻、产品介绍等

敏感数据

如员工、客户、供应商的身份、联系方式等个人信息；

内部数据

仅限内部使用的运营管理信息

机密数据

如客户信息、交易记录、库存信息、财务报表等业务数据及系统日志、配置信息等系统数据。

技术防护体系

采用“分区分域”网络架构，对生产网、办公网、访客网进行隔离，部署防火墙、IDS（入侵检测系统）、流量审计设备等进行实时防护；访问控制遵循最小权限原则，远程接入需多因素认证。

建立数据加密体系，敏感及以上数据传输采用SSL/TLS、IPSec VPN等加密协议，禁止明文传输，并与第三方签订安全协议；大型文件传输需拆分加密并进行MD5/SHA-256校验，确保数据完整。



风险管控与人员培训

建立常态化信息安全风险监测机制，实时监控网络安全与数据访问行为，及时发现潜在风险；制定网络安全应急预案，明确应急响应流程与处置措施，定期组织应急演练，提升突发事件处置能力。

祥源文旅十分注重信息安全与隐私保护宣贯，定期面向全体员工开展内部培训，增强员工信息安全意识，形成全员参与的信息安全防护网络，保障业务安全稳定运行。



客户隐私保护专项举措

在业务开展中遵循“最小必要”原则，仅收集实现产品功能所必需的客户信息，明确告知客户信息收集目的、范围与使用方式；为客户提供信息查询、更正、删除等自主管理渠道。

涉及第三方合作共享客户信息时，严格审核其信息安全保障能力，签订数据安全与隐私保护协议，明确共享范围、用途与保护责任，定期核查履行情况，防范数据泄露风险。



指标与目标

2025年核心绩效完成情况

| 指标名称 | 2025年数据 |
|------------|---------|
| 信息泄露事件发生次数 | 0起 |

绿色运营 生态共生 —— 构建行业低碳可 持续发展典范

应对气候变化

环境合规管理

生物多样性保护

污染物与废弃物排放

资源合理利用



应对气候变化

祥源文旅深刻认识到文旅产业与生态环境的共生关系，始终将绿色发展理念贯穿于景区规划、建设、运营全流程，以“减量化、再利用、资源化”为核心，积极应对气候变化，严格落实环境合规要求，加强生物多样性保护，优化能源与水资源利用，规范废弃物管理，推动循环经济发展，致力于打造“生态友好、低碳环保、可持续运营”的绿色文旅标杆。

治理

为应对气候变化带来的挑战，祥源文旅将气候变化管理纳入可持续发展治理架构，由董事会领导和监督气候变化议题相关工作，ESG委员会统筹气候治理、风险研判与目标落地，明确管理层、各部门及景区在气候风险管理中的职责分工，各业务单元推进落实具体工作，持续提升气候风险应对能力。

公司建立常态化气候变化风险评估与监测机制，定期评估气候变化风险和机遇发生的可能性、潜在影响及其后果，同时评估相关风险和机遇对公司财务状况的影响，并将评估结果全面纳入公司整体风险管理体系，基于评估结果制定相应应对措施，以降低潜在风险，提升企业在应对气候变化方面的韧性。

战略

公司积极响应国家“双碳”战略号召，结合行业发展动态、政策导向演变及监管标准更新，参照国际可持续准则理事会 (International Sustainability Standards Board, ISSB) 的《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》(IFRS S2) 的建议框架，识别与业务板块相适配的气候风险项和机遇项，评估潜在影响并制定应对措施。



影响、风险和机遇管理

应对气候变化的管理举措

风险识别与应对

公司系统识别气候变化带来的实体风险与转型风险，并建立分级管控与应对机制：

- **实体风险：**针对台风、暴雨、洪水等极端天气引发的设施受损、运营中断、商品损坏及人员安全等急性风险，公司定期开展安全隐患排查与设施加固维护，建立极端天气应急预案与气象预警联动机制，优化仓储防水防潮能力，完善数据备份机制；针对平均气温升高导致的能源消耗增加、设备寿命缩短及仓储难度加大等慢性风险，公司定期检测维护受气温影响的设备，优化仓储环境与库存管理，降低运营风险。
- **转型风险：**针对碳达峰相关法规带来的合规与信息披露要求，建立温室气体排放数据常态化管理机制，持续跟进法律法规并按标准披露应对进展；针对绿色创新要求提升带来的研发压力，增加研发投入与人才储备，开展产学研合作以满足市场低碳需求；针对客户低碳偏好与利益相关方期待，通过行业论坛分享绿色实践、获取权威认证、发布专项报告等方式，传播可持续发展成果，维护品牌形象与市场竞争力。

机遇挖掘与落地

公司积极把握低碳发展机遇，推动绿色转型：

- 引入先进气象预警系统，加强与气象部门合作，完善应急响应流程，减少运营中断，保障游客与员工安全；
- 把握可再生能源利用、低碳旅游市场增长等发展机遇，在景区逐步推广太阳能、风能等可再生能源应用，替换传统高耗能设备；
- 开发“低碳研学”“生态康养”等主题旅游产品，满足市场绿色消费需求；同时参与碳交易市场相关研究与实践，探索碳资产增值路径，挖掘绿色发展新动能。

能源结构优化

- 在齐云山、碧峰峡等景区部署太阳能照明与热水系统，新增太阳能发电装机容量1.2兆瓦，分阶段推进可再生能源设备建设，替换燃油观光车与行政用车为新能源车辆，降低能源依赖与温室气体排放。

运营节能降耗

- 公司持续推进全场景节能降碳：对景区索道、电梯、中央空调等大型设备进行节能改造，优化运行参数，降低能耗；推行绿色办公，倡导无纸化办公、双面打印，合理控制办公区域照明、空调使用时间，减少能源浪费；加强员工节能意识培训，开展“节能降耗从我做起”主题活动，形成全员参与的节能氛围。

碳足迹管理

- 已完成公司旗下所有景区及办公场所的碳盘查工作，建立温室气体排放台账，定期监测范围1（直接排放）、范围2（间接排放）的排放数据，为减排决策提供数据支撑；探索范围3（价值链上下游排放）的碳足迹核算方法，逐步实现全价值链碳管理。

指标与目标

2025年核心绩效完成情况

| 指标名称 | 2025年数据 |
|------------------------|-------------------|
| 范围 1 直接碳排放量 | 1,023.56 吨二氧化碳当量 |
| 范围 2 间接碳排放量 | 10,609.24 吨二氧化碳当量 |
| 温室气体排放总量 (范围 1 + 范围 2) | 11,632.80 吨二氧化碳当量 |
| 温室气体排放强度 | 9.92吨二氧化碳当量 / 百万元 |
| 温室气体排放密度 | 6.63 吨二氧化碳当量 / 人 |

公司将根据业务发展计划动态调整目标与规划,在各业务环节充分考虑气候变化影响,积极践行环保理念,推动文旅行业绿色低碳转型。

环境合规管理

祥源文旅将环境管理视为企业社会责任的核心内容,积极履行环境保护的责任与使命,落实可持续发展要求,致力于构建系统完备、运行高效的环境合规管理体系,推动文旅产业绿色低碳转型。

治理

公司持续完善环境合规管理制度体系,修订并实施《环保管理制度》《环境合规管理办法》《突发环境事件应急预案》《航运公司安全与防污染管理制度》《安环保洁标准化》等规范文件,明确环境管理目标、职责分工、操作规范与考核要求,形成覆盖水、气、声、固废等各类污染物排放管理的全流程制度闭环。

公司构建“环境管理专项工作组-景区环保执行小组”两级环境管理架构:由环境管理专项工作组统筹环境战略规划与重大决策;各景区环保执行小组负责本景区环保设施运行、污染物排放管控、环境隐患排查等具体工作,实现环境管理责任层层落实。

公司持续维护 ISO 14001 环境管理体系认证,通过定期内部审核、管理评审与外部认证复核,确保环境管理体系有效运行;各景区严格执行环境影响评价制度与“三同时”制度,确保新建、改建、扩建项目环保合规,将绿色低碳理念深度融入企业运营与战略规划。



环境管理 ISO 14001 认证证书

战略

祥源文旅将环境合规管理作为企业长期价值创造的核心支柱,构建全周期环境合规战略体系,全力推动文旅产业绿色低碳转型。公司全面识别并科学评估环境合规管理中的潜在风险与发展机遇,将环境合规要求深度融入日常生产运营全流程。

通过优化能源结构、强化碳减排全流程管控、深化全维度污染防治等系统性举措,持续完善ESG可持续发展体系,显著提升企业绿色低碳转型的治理效能与落地成效,为景区生态保护与长期可持续发展奠定坚实基础。

影响、风险和机遇管理

污染物排放管控

- 在各景区安装污水在线监测设备、废气监测设备,实时监控污染物排放浓度,确保达标排放;升级污水处理设施,采用先进的污水处理工艺,处理后水质均达到《城镇污水处理厂污染物排放标准》一级A标准;加强施工扬尘、餐饮油烟、船舶尾气等废气排放管控,采取洒水降尘、油烟净化、尾气处理等措施,减少废气排放。

环境隐患排查与整改

- 建立常态化的环境隐患排查机制,重点检查环保设施运行状况、污染物排放情况、危险废物存储与处置情况等,建立隐患台账,明确整改责任人、整改措施与整改时限,实行闭环管理。

突发环境事件应急管理

- 完善突发环境事件应急预案,明确应急响应流程、应急处置措施与责任分工;配备应急救援物资,包括污水处理药剂、消防器材、防污染设备等;定期组织突发环境事件应急演练,提升应急处置能力。2025年,持续开展环境应急演练,未发生重大突发环境事件。

环保培训与宣传

- 持续开展环境合规培训,培训内容包括环保法律法规、环境管理制度、污染防治技术等,提升员工的环境合规意识与实操能力;在景区设置环保宣传标识,通过景区广播、电子屏、宣传手册等多种形式,向游客宣传环保知识,倡导绿色旅游理念。

为更好地落实环境管理体系、提升突发环境事件的应对能力响应速度，公司定期在各景区和子公司开展环境保护及应急处置培训。



反恐、防爆应急救援演练



水上救援培训演练



安全消防培训



景区消防演练



“太空天梯”应急救援演练

指标与目标

2025年核心绩效完成情况

| 指标名称 | 2025年数据 |
|--------------|----------|
| 环保总投入 | 48.44 万元 |
| 环保总投入占营业收入比例 | 0.04% |

生物多样性保护

祥源文旅旗下多个景区地处世界自然遗产地、国家重点生态功能区，拥有丰富的生物多样性资源。公司始终将生物多样性保护作为环境管理的核心内容，坚持“保护优先、合理利用”的原则，通过生态修复、科普宣传、监测保护等多种举措，守护生态平衡，促进人与自然和谐共生。

核心保护举措和重点实施项目

生态修复与保护

- 持续推进景区生态修复，在齐云山、莽山等景区开展植被修复实践；
- 划定生态保护红线，明确核心保护区、缓冲区与实验区的范围，禁止在核心保护区开展任何旅游开发活动；
- 加强对景区内野生动植物的保护，建立野生动植物监测点，定期开展监测，记录物种数量与分布变化情况；
- 严厉打击非法捕猎、采摘等破坏野生动植物资源的行为。

科普宣传与教育

- 依托碧峰峡、齐云山等景区的科普教育基地资质，开展形式多样的生物多样性保护科普活动。
- 在景区设置生态解说设施，详细介绍景区内的动植物种类、生态特点及保护意义，提升游客的生态保护意识。

旅游活动生态管控

- 合理规划旅游线路，避开生态敏感区域，控制进入核心生态区的游客数量；推广“无痕旅游”理念，引导游客文明游览，不随意丢弃垃圾、不干扰野生动物生活；
- 在景区内设置垃圾回收点、环保厕所等设施，减少旅游活动对生态环境的影响。

碧峰峡大熊猫保护项目

- 作为中国保护大熊猫研究中心雅安碧峰峡基地的运营方，持续加大对大熊猫保护的投入，改善大熊猫栖息环境，完善繁育设施；
- 优化“白熊坪、幼儿园、海归大熊猫乐园”三大特色区域的体验项目，在保障大熊猫福利的前提下，为游客提供近距离观赏、科普学习的机会，激发公众对大熊猫及生态保护的关注与支持。

齐云山生物多样性监测项目

- 与高校科研团队合作，开展齐云山景区生物多样性本底调查；
- 建立生物多样性数据库，为生态保护决策提供科学依据；开展珍稀植物培育与引种驯化工作，提升景区生态系统的稳定性与多样性。



“认养一棵树，共赴一个春”碧峰峡植树节主题活动

2025年3月8日，碧峰峡景区举办“认养一棵树，共赴一个春”植树节主题活动，吸引10余组家庭通过线上预约参与。活动现场，孩子们与家长携手完成树苗认养，在专业讲解中系统学习植树知识与生态保护理念，随后共同挥锹培土、浇灌新苗，并为亲手栽种的小树苗命名、写下专属寄语，在沉浸式劳作中近距离感受自然生机与生命力量。此次活动以亲子互动为纽带，让环保理念从课堂走向实践，不仅加深了孩子们对自然的认知与热爱，更让参与家庭深刻体会到人与自然和谐共生的意义，以微小行动传递绿色责任，助力生态保护理念在日常中生根发芽。



“世界清洁日 丹霞山在行动”丹霞山生态保护公益活动

2025年9月20日世界清洁日，丹霞山以“丹霞之魂，净山有礼”为主题开展生态公益行动，通过组织徒步拾荒、环境净化等实践，打造“丹霞红+生态绿”可持续活动样板，以实际行动守护世界自然遗产地生态本底，传递绿色低碳理念，提升公众生态保护参与度，持续擦亮丹霞山生态名片，推动世界自然遗产保护与公众环保行动深度融合，助力区域生态环境持续向好。



“以生态廊道为桥，护航莽山生物多样性”莽山野生动物保护举措

莽山景区在栈道规划建设与日常运维阶段，坚持生态优先原则，科学预留并优化野生动物专用通行廊道，同时建立常态化生态巡查与管护机制，确保通道持续畅通，为区域内野生动物迁徙、觅食等活动提供安全、稳定的自然空间，有效降低人类活动对野生动物栖息环境的干扰，切实推动生物多样性保护与旅游开发协同发展。



动物觅食、迁移通道

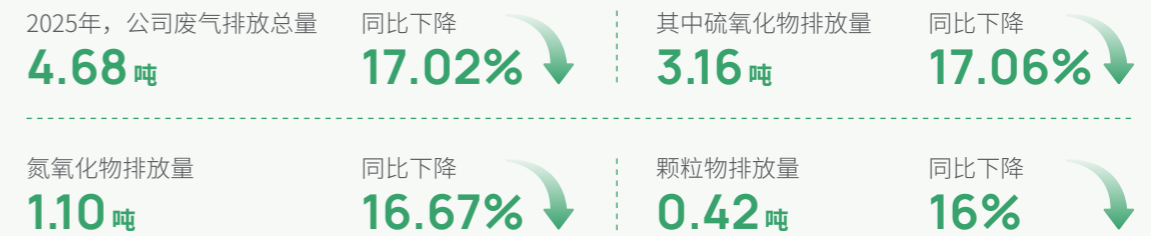
污染物与废弃物排放

废气排放管理



祥源文旅高度重视废气排放管控，严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》等相关法律法规，多措并举推进废气减排：

- 1 对景区内燃油船舶、观光车等移动污染源实施升级改造，逐步更换为新能源设备，从源头降低化石燃料依赖；
- 2 对餐饮油烟进行深度净化处理，全量安装高效油烟净化设施，确保净化效率稳定达标；
- 3 强化施工扬尘精细化管理，通过洒水降尘、覆盖防尘网、设置围挡等组合措施，有效抑制扬尘排放；
- 4 建立废气排放设备定期检测与维护机制，确保各项排放指标持续符合环保标准。



废水排放管理



祥源文旅持续推进废水处理设施升级与精细化管理，严格遵循《中华人民共和国水污染防治法》等法规要求：

- 1 对各景区污水处理设施进行迭代升级，采用MBR膜处理、人工湿地等先进工艺，显著提升污水处理效率与出水水质；
- 2 建立污水处理设施常态化运维机制，安排专人负责设备运行监控、药剂添加、污泥清理等工作，保障设施稳定运行；
- 3 全面覆盖景区内厕所污水、餐饮污水、船舶污水等各类废水的收集与处理，实现应收尽收、达标排放；
- 4 定期开展废水排放水质检测，完整记录检测结果并归档留存，确保水质稳定达到一级A标准。



莽山景区规范污水无害化处理流程

景区沿途公厕均配套建设化粪池,经初步处理后的污水,再接入专业污水处理设备进行深度净化,确保污水达标排放。



污水处理设备

● 固体废弃物管理

祥源文旅建立“分类收集、减量化、资源化、无害化”的全流程废弃物管理体系,严格落实《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法规要求:

分类收集与
规范处置

在景区内设置分类垃圾桶,明确可回收物、厨余垃圾、有害垃圾、其他垃圾的分类标准与收集流程;安排专人负责垃圾清运,做到日产日清;可回收物交由专业回收机构资源化利用,厨余垃圾采用无害化技术转化为有机肥料用于景区绿化,有害垃圾全部交由有资质单位安全处置,其他垃圾送至指定处理厂进行无害化处理。

减量化与
资源化举措

在景区内推广可降解塑料制品、环保餐具等绿色产品,减少一次性用品使用;倡导游客自带水杯、购物袋,在游客中心提供免费饮用水与环保袋领取服务;加强员工垃圾分类培训,提升分类准确率;推行“光盘行动”,从源头减少厨余垃圾产生。

2025年,公司无害废弃物产生量

1,132 吨

无害废弃物回收量

24 吨

有害废弃物产生量

0.10 吨

与去年持平,有害废弃物处置率保持

100%

资源合理利用

能源利用

祥源文旅依据GB/T23331-2020能源管理体系要求,结合公司实际运营情况,完善能源管理手册与程序文件,明确能源管理体系范围、流程及服务内容,建立能源消耗统计、监测、分析与持续改进机制;组建专门的能源管理团队,负责能源消耗数据收集、评估、审核及节能措施落地,定期基于体系运行情况优化能源管理战略。

多维度举措推进节能降碳

实施景区环保升级与绿色建筑实践

新建功能用房采用木结构、塑木板替代传统混凝土建材,降低碳排放与冬夏季能耗;

推行无纸化办公

鼓励员工以电子文件、视频会议替代纸质打印与线下会议,减少纸张消耗与差旅能耗;

优化行政车辆管理

加强出行调配与线路规划,推行共乘用车与规范用车要求,避免公车私用与无效能耗;

实施精细化用电管理

在无/少游客时段暂停机房广播、游客中心大屏等设备运行,下班后关闭办公用电设备,降低非运营时段能耗;

严格控制物资采购与领用

加强出行调配与线路规划,推行共乘用车与规范用车要求,避免公车私用与无效能耗;

旗下祥源茶业板块已率先强化能源管理,并于2024年成功取得能源管理体系认证,彰显了公司在可持续发展领域的实践成效。

2025年,公司能源消耗总量

| | |
|-----------------|-----------------|
| 汽油 | 柴油 |
| 105.66 吨 | 132.98 吨 |

| | |
|---------------|-------------------|
| 液化石油气 | 天然气 |
| 3.87 吨 | 13.57 万立方米 |

外购电力
1,999.48 万千瓦时



水资源利用

祥源文旅高度重视水资源保护, 严格遵守《中华人民共和国水法》, 制定《节约用水管理制度》, 明确用水指标与日常管理要求, 通过用水指标控制、日常巡查、节水设备采购等措施强化全流程水资源管理。

多措并举提升水资源利用效率



在景区内推广安装节水龙头、节水马桶等节水器具, 加强用水设施日常巡查与维护, 及时修复漏水点, 降低管网漏损率;



升级景区绿化灌溉系统, 采用滴灌、喷灌等高效节水灌溉方式, 结合天气与植物需水规律优化灌溉调度, 减少灌溉用水浪费;



在齐云山恒温水池等项目中采用循环用水设计, 引入水循环泵技术, 实现水资源重复利用;



将达标处理后的中水用于景区绿化灌溉、道路冲洗、厕所冲洗等场景, 进一步提升水资源循环利用水平。

2025年, 公司总用水量
822,989.12 吨

同比下降
23%

水耗强度
701.90 吨/百万营收

同比下降
42.33%

循环经济

绿色包装推广

- 公司旗下祥源茶业扩大箬叶、竹子等天然环保包装的使用范围, 所有茶叶产品均采用可降解、可回收的绿色包装; 在景区文创产品销售中, 推广使用环保包装材料, 减少塑料包装的使用。

资源回收利用

- 景区游船电池全部升级为环保锂电池; 对景区内废弃木材、石材等建筑废料进行回收加工, 用于铺设步道、制作景观小品等; 收集游客丢弃的可回收物, 进行分类加工后再利用, 实现资源循环。

绿色消费引导

- 在景区内设置环保宣传标识, 引导游客践行绿色消费理念; 推出“绿色旅游套餐”, 鼓励游客选择步行、骑行等低碳出行方式, 参与生态保护活动; 对自带环保用品、参与垃圾分类的游客给予门票优惠、文创产品兑换等奖励, 激发游客的绿色消费积极性。



以人为本 共融共赢 —— 践行企业社会责任与价值共生

祥源文旅始终坚持“以人为本”的核心价值观，将员工视为企业最宝贵的财富，全力保障员工合法权益，促进员工职业发展，守护员工职业健康与安全；积极履行社会责任，深度参与乡村振兴，开展公益慈善活动，推动社区共建共享，实现企业与员工、社会的协同发展、共同繁荣。

员工权益保障

员工培训与发展

职业健康与安全

社会贡献



员工权益保障

祥源文旅严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国未成年人保护法》《禁止使用童工规定》等相关法律法规，结合企业实际制定《员工招聘管理制度》《招录回避制度》《劳务派遣管理制度》等多项管理制度，坚持公平、公正、公开的原则，构建多元化、包容性的职场环境，全方位保障员工合法权益，增强员工的归属感与幸福感。

合规雇佣

公司在招聘、录用、晋升、薪酬等各个环节，坚决杜绝因性别、年龄、民族、种族、宗教信仰、身体状况、户籍等因素产生的歧视行为，为所有求职者提供平等就业机会；执行规范面试程序，对关键岗位实施背景调查与多轮评估，实现人岗精准匹配；拓宽招聘渠道，积极吸纳特殊群体就业，报告期内未发生使用童工或强制劳动等违法现象。

平等与包容

倡导尊重差异、相互包容的职场文化，通过不同的工作坊、员工交流会，“总经理面对面”沟通会等沟通渠道，鼓励员工表达不同观点与建议，营造开放、平等的沟通氛围；组织各类文体活动，与赛事，如讲解比赛、运动会、节日活动等，增进员工之间的交流与凝聚力，让不同背景的员工都能融入企业大家庭。

关键绩效

截至 2025 年底，公司员工总数 **1,754** 人 其中：



女性员工
774 人



占比
44.13%



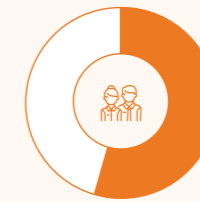
少数民族员工
266 人



占比
15.17%



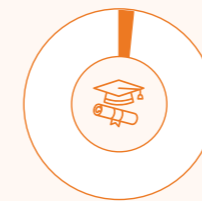
30 岁以下员工 **558** 人
占比 **31.81%**



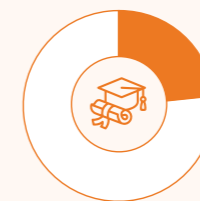
31-50 岁员工 **950** 人
占比 **54.16%**



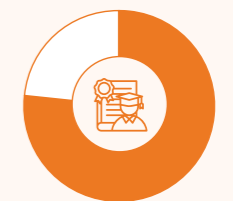
30 岁以上员工 **246** 人
占比 **14.03%**



硕士及以上学历员工 **36** 人
占比 **2.05%**



本科学历员工 **408** 人
占比 **23.26%**



大专及以下学历员工 **1,310** 人
占比 **74.69%**



公司重视女性员工发展，中高层女性员工占比提升至

19%

专业岗位女性员工占比提升至

33%



员工歧视事件

0 件

薪酬与福利

祥源文旅秉持“战略导向、绩效驱动、市场接轨、兼顾公平”的薪酬理念，持续优化薪酬福利体系，构建“岗位+绩效+能力”三位一体的薪酬体系，薪酬水平与市场接轨，确保同工同酬；建立科学的绩效考核机制，考核结果与薪酬调整、奖金发放直接挂钩，激励员工积极工作；对核心骨干员工、偏远地区员工给予薪酬倾斜，提高员工的满意度与忠诚度。



合规保障

- 依法为全体员工缴纳“五险一金”，社保覆盖率100%；为员工购买补充商业保险，包括雇主责任险、意外伤害保险等，提升员工保障水平。

带薪休假

- 包含年休假、婚假、产假、陪产假、哺乳假、丧假等，其中年休假根据司龄提供5-15天不等。

特色福利



节日关怀

春节、端午、中秋等传统节日发放过节费或实物福利，每年8月15日司庆日为员工提供特别假期与庆典活动；



补贴津贴

高温季节为一线员工提供防暑降温补贴，按月发放通讯补贴，为员工提供食堂或餐补；



关爱保障

设立关爱基金，在员工生日、婚育、重大疾病或家庭变故等特殊时刻，组织探访或发放慰问金；



发展与生活优惠

为员工及家属提供景区游览、内部产品购买等优惠权益，员工及家属凭工卡可享受门票、酒店、茶叶等产品的折扣优惠，积极鼓励员工在职培训、职称考取，并给予考证奖励或补贴。

关键绩效

| 指标名称 | 2025 年数据 |
|---------|----------|
| 员工总数 | 1,754人 |
| 劳动合同签订率 | 100% |
| 社保覆盖率 | 100% |

员工培训与发展

祥源文旅始终将员工的职业成长视为企业可持续发展与人才战略的核心要务，秉持“内部培养为主，外部引进为辅”的人才方针，建立完善的职业发展与培训体系，助力员工实现个人与企业的共同成长。

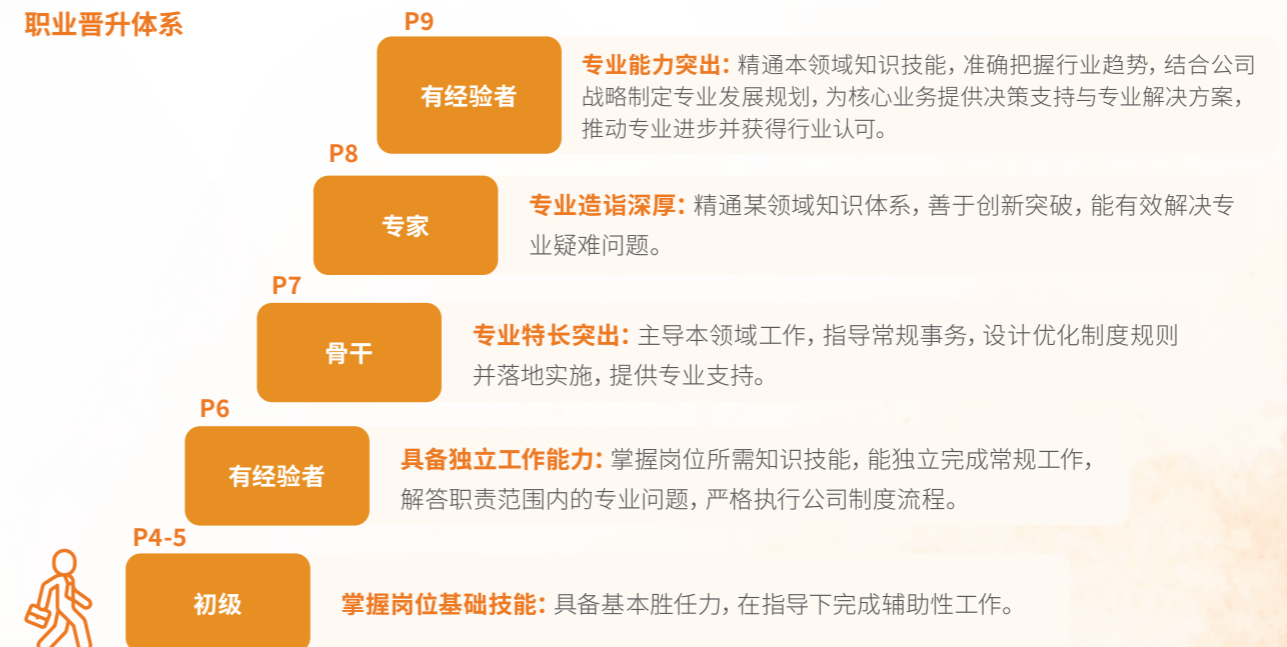
职业发展

公司基于“公开、公平、公正、以业绩与能力为导向”的人力资源管理理念，制定《集团内部招聘管理制度》《考核培训制度》《员工手册》等政策，明确晋升与培养机制，持续激发员工潜力并实现组织活力提升。

清晰的职业晋升体系

祥源文旅升级原有职业发展通道，以管理、专业、服务三大职业序列导向，全面推动人才可持续发展与社会责任践行：管理序列强化公司治理与决策效能，保障运营的合规性与长远战略落地；专业序列聚焦业务专业领域深耕，以专业技术保障运营，持续创新推动专业突破；服务序列评定星级员工，深耕一线对客服务，通过技能提升与标准化服务传递人文关怀，提升游客满意度。为不同类型、不同特长的员工提供清晰的发展路径。

职业晋升体系



公开透明的晋升机制

实行公开透明的内部竞聘制度，持续推行内部竞聘会；2025年，共举办4次不同层级的内部竞聘，为员工提供跨部门、跨岗位的流动与晋升机会。通过内部竞聘晋升员工156人，占晋升总人数的78%；建立破格晋升机制，对业绩突出、能力卓越的员工给予破格提拔，加速优秀人才成长；为外派及偏远地区员工提供薪酬福利倾斜、职业发展优先等激励政策，鼓励员工到关键岗位历练。

分层分类人才培养

实施“文旅新锐计划”“中层干部培养计划”“核心骨干赋能计划”等一系列人才培养项目，针对不同层级、不同岗位的员工制定个性化的培养方案；与高校合作开展定向培养，建立人才储备基地，为公司输送高素质专业人才；选派核心员工至行业标杆企业参访研讨学习、参加各类行业研讨会等外部学习活动，拓宽外部视野与前瞻性思维。

员工培训

公司制定《人力资源管理制度》《培训管理制度》等规范性文件，完善以“为了前线”“快乐学习”“资源倾斜”三大原则为核心的培训体系，实现从需求识别到培训评估的全流程闭环管理。

九大培训项目全覆盖



新员工培训 帮助新人快速了解企业文化、规章制度与工作流程；



大学生培训 通过集中培训、军训及实习，为应届毕业生积累专业技能与职场经验；



在职培养 针对不同岗位职级开展梯队培养（如“中层干部培养计划”），保障内部人才梯队建设；



战略性培养 面向高管及关键岗位人才，选派参加综合培训项目，强化战略视野；



高校合作 与高校定向合作，为“旅游商学院”整合资源与师资；



出国考察 选派核心人员赴海外交流学习，开拓国际视野；



标杆学习 组织行业内交流或标杆企业考察，汲取先进经验；



文化 / 制度培训 通过专题培训提升员工对公司核心价值观的认同与执行力；



其他形式学习 满足临时性、专项性培养需求，提供灵活学习方式。

多元培训形式

采用集中培训、线上学习、专题讲座、案例研讨、岗位练兵等多种形式，结合内部培训师（业务骨干、技术专家）与外部优质资源（专业机构、高校），丰富课程供给，提升培训实效性。

关键绩效

2025年，公司持续加大培训投入与覆盖：

员工培训总投入
87.27 万元

培训总人次
6,687 人次

培训总学时
29,075.10 小时

员工人均培训时长
4.35 小时

培训覆盖率
93%

职业健康与安全

祥源文旅始终将员工职业健康与安全放在首位，严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》等相关法律法规，制定并落实《文旅运营质量安全管理制

职业健康管理体系

公司设定安全管理目标，搭建安全管理架构，建立安全小组，由总经理担任组长，质量安全负责人担任执行组长，各部门负责人为组员；安全工作采用双线条管理机制，由归属部门和责任区域负责人共同管理。

公司持续维护 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证，通过定期内部审核、管理评审与外部认证复核，确保体系有效运行；每年开展职业健康安全风险评估，识别潜在风险并制定防控措施，将职业健康安全管理体系融入日常运营全流程。



关注员工身心健康

祥源文旅定期组织全员进行职业健康体检，体检覆盖率100%，为员工建立健康档案，跟踪员工健康状况；针对高空作业、户外作业、餐饮服务等特殊岗位员工，开展专项健康检查，提供针对性的健康防护建议；在景区设置医务室，配备专业医护人员与常用药品、急救设备，为员工与游客提供基础医疗服务；开展健康讲座8场，覆盖员工1500余人次，内容包括职业病预防、心理健康、急救知识等，提升员工的健康意识与自我防护能力。

更为员工配备必要的劳动防护用品，如安全帽、安全带、防护服、口罩、手套等，确保员工在工作过程中的人身安全；加强对景区特种设备、消防设施、电气设备等的日常检查与维护，定期进行检测与校验，确保设备安全稳定运行；在危险区域设置明显的安全警示标识，提醒员工注意安全；规范作业流程，制定安全操作规程，对高空作业、动火作业、有限空间作业等危险作业实行审批制度，派专人进行现场监护。

职业健康管理体系

公司制定《安全应急预案》，不断完善应急管理体系，建立以总经理为总指挥、副总经理为副总指挥的应急组织机构，下设综合协调组、抢险组、救护组、调查组、保障组、信息组，明确应急处置分工。



持续推进分层分类培训机制，培训内容覆盖消防灭火及应急疏散、电梯困人事故救援、森林防火、高海拔环境失温防范、食品与交通安全防护等领域。



通过模拟真实场景、组织专项演练与强化学习考核，提升员工应急处置与自救互救能力，实现对事故或事件的早发现、早报告、早处理。

报告期内，公司加大安全生产投入，加强应急救援队伍建设、应急物资储备及相关设施设备检修维护，为游客与员工安全筑牢坚实基础。

关键绩效

| 指标名称 | 2025 年数据 |
|--------------|----------|
| 职业健康体检覆盖率 | 100% |
| 安全培训总人次 | 2,050人次 |
| 安全培训总时长 | 9,830 小时 |
| 人均安全培训时长 | 4.80 小时 |
| 重大安全生产事故发生次数 | 0 次 |



社会贡献

祥源文旅积极履行企业社会责任，以“在保护中发展，在发展中传承”为理念，祥源文旅积极履行企业社会责任，以“在保护中发展，在发展中传承”为理念，深度参与乡村振兴战略，开展公益慈善与志愿服务，推动社区共建共享，为地方经济社会发展与和谐稳定贡献文旅力量。

乡村振兴

公司立足景区资源禀赋，以产业赋能、就业带动、文化传承为核心，助力乡村全面振兴：

产业赋能 ① 深化“山上+山下”联动模式，整合乡村旅游与农产品资源，打造“非遗+旅游”“农事体验+采摘”等特色产品，带动周边村庄发展文旅配套产业；引导村民发展民宿、餐饮等业态，提供经营指导与客源引流，培育乡村旅游示范主体。

就业带动 ② 优先招聘本地村民、返乡青年与农村剩余劳动力，创造本地就业岗位，为乡村员工提供技能培训与职业发展支持，帮助其提升就业能力与收入水平。

文化传承 ③ 挖掘保护乡村传统文化与非遗技艺，打造非遗展示与体验空间，邀请非遗传承人入驻开展教学与展示活动；借助新媒体平台宣传乡村文化与旅游资源，提升乡村知名度与影响力。

湖南莽山五指峰景区系统性推进无障碍环境建设，既打通了特殊群体的通道，也带动当地就业增收，以文旅融合激活地方经济活力，为乡村振兴注入持续动力。



湖南莽山五指峰无障碍环境建设



公司通过设立“祥源丹霞助学基金”，已累计发放助学金超 240 万元，搭建起长效化、体系化助学支持平台。



祥源丹霞助学基金



安徽阜阳生态乐园创新开展孤独症儿童关爱项目，以自然与动物互动体验为核心，探索“生态+人文”双轨公益路径。



安徽阜阳生态乐园创新开展孤独症儿童关爱项目

公益与志愿服务

祥源文旅打造“祥源志愿”服务品牌，以多元公益行动传递温暖：



公益实践

聚焦乡村教育、扶贫济困、生态保护等领域开展公益捐赠，支持乡村学校改善教学条件，向困难群众发放慰问物资，参与生态修复与野生动植物保护项目。



志愿服务

组建志愿者队伍，开展景区文明引导、公益讲解、扶贫助困等志愿服务；在各景区设立志愿讲解点，为游客提供免费人文历史与自然景观讲解服务；开展“关爱留守儿童”“敬老助老”等主题公益活动，覆盖乡村弱势群体。



祥源文旅莽山五指峰“无声咖啡”亮相长沙公益市集

11月15日，祥源文旅旗下莽山五指峰景区携“无声咖啡”精彩亮相“手语星球·残健共融”艺术市集公益活动。这不仅是一场传递温暖的公益实践，也是莽山五指峰“莽山有大爱 沟通无障碍”理念的生动延伸，更彰显了祥源文旅以文旅力量践行社会责任、助力美好生活的坚定担当。

本次活动以“残健共融”为核心理念，致力于为残障群体搭建平等融入社会的桥梁。**项目发起人、湖南省残疾人福利基金会会长、著名主持人汪涵先生**亲临现场助阵，在与观众的亲切互动中传递公益初心，让更多人感受到“莽山有大爱”的温暖力量。作为手语星球联盟公益项目中唯一的乡村合作伙伴，莽山“无声咖啡”以失聪女孩江梦南的励志故事为启发，从人员招聘、专业培训到菜单设置，全面对标长沙手语星球咖啡馆的运营标准。这一创新实践不仅为听障人士提供了稳定的就业岗位和展现自我价值的舞台，更让专业的服务与人文关怀在瑶乡的山水人文中生根发芽。



社区共建与和谐发展

祥源文旅打造“祥源志愿”服务品牌，以多元公益行动传递温暖

社区沟通与合作

建立常态化社区沟通机制，通过座谈会、入户走访等方式倾听居民诉求，及时回应社区关切；与社区联合开展文化活动、节日庆典等，增进企情感联结；支持社区环境整治、垃圾分类宣传等公共事业，助力社区治理。

利益共享

合理规划旅游运营，降低对社区居民生活的影响；优先采购社区农产品与手工艺品，促进本地经济循环；为社区居民提供景区优惠、就业优先等权益，让社区共享旅游发展红利，实现游客、企业与社区的多方共赢。



发起成立丹霞地貌保护与旅游发展联盟，推动遗产保护与生态价值转化

2025年12月，祥源文旅支持在广东韶关举办“丹霞地貌研讨会暨广东省丹霞地貌区域分布及特征科学考察项目启动会”，联合全国13省丹霞地貌保护区及国内外科研院所、行业机构共同发起成立**丹霞地貌保护与旅游发展联盟**。联盟以“保护优先、永续利用”为原则，搭建跨区域、跨学科、跨领域协作平台，聚焦丹霞地貌科学保护、科普教育推广与生态旅游可持续发展，积极探索生态价值转化路径，助力地方社区经济与自然遗产保护协同共进，力争形成可复制、可推广的丹霞保护利用行业范式。



深化政企协同，以熊猫IP赋能生态研学与区域发展

2025年12月，四川省阿坝州及汶川县县委县政府一行赴祥源卧龙大熊猫苑考察调研，就大熊猫国家公园建设、生态研学发展等事宜深入交流。祥源文旅围绕基地运营、项目规划及“生态熊猫、网络熊猫、文创熊猫”三大IP打造、自然教育研学基地建设等情况进行汇报。依托卧龙神树坪基地在大熊猫饲养、繁育与科研方面的优势地位，双方进一步明确政企协同发展路径。未来，公司将持续提升运营效能、完善研学产品体系、联动周边文旅资源，深化熊猫IP价值转化，助力汶川打造“研学之州”，共建集生态保护、研学教育、文旅体验于一体的大熊猫文化体验目的地，实现生态价值与地方文旅产业协同发展。



关键绩效

| 指标名称 | 2025 年数据 |
|------------|----------|
| 公益慈善捐赠总投入 | 56.28 万元 |
| 员工参与志愿服务人次 | 155 人次 |
| 员工志愿服务总时长 | 277 小时 |

报告附录

ESG关键绩效表

经济绩效

| 指标名称 | 单位 | 2025 年 | 2024 年 | 2023 年 |
|---------------|----|------------|------------|------------|
| 营业总收入 | 万元 | 117,252.25 | 86,411.94 | 72,226.15 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 万元 | 11,352.55 | 14,655.02 | 15,129.63 |
| 总资产 | 万元 | 521,195.57 | 458,929.93 | 380,450.39 |
| 基本每股收益 | 元 | 0.11 | 0.14 | 0.14 |

环境绩效

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2025 年 | 2024 年 |
|--------|--------------------|-------------|-----------|----------|
| 温室气体排放 | 范围1直接碳排放量 | 吨二氧化碳当量 | 1,023.56 | 781.45 |
| | 范围2间接碳排放量 | 吨二氧化碳当量 | 10,609.24 | 3,866.54 |
| | 温室气体排放总量 (范围1+范围2) | 吨二氧化碳当量 | 11,632.80 | 4,647.99 |
| | 温室气体排放强度 | 吨二氧化碳当量/百万元 | 9.92 | 5.38 |
| | 温室气体排放密度 | 吨二氧化碳当量/人 | 6.63 | 3.17 |
| 环保投入 | 环保总投入 | 万元 | 48.44 | 71.82 |
| | 环保总投入占营业收入比例 | % | 0.04 | 0.08 |
| 废水排放 | 废水排放总量 | 吨 | 636,779 | 27,317 |
| | 化学需氧量 (COD) 排放量 | 吨 | 0.02 | 0.02 |
| 废气排放 | 废气排放总量 | 吨 | 4.68 | 5.64 |
| | 氮氧化物 (NOx) 排放量 | 吨 | 1.10 | 1.32 |
| | 硫氧化物 (SOx) 排放量 | 吨 | 3.16 | 3.81 |
| | 颗粒物 (PM) 排放量 | 吨 | 0.42 | 0.50 |

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2025 年 | 2024 年 |
|-------|----------|--------|------------|--------------|
| 固体废弃物 | 无害废弃物产生量 | 吨 | 1,132 | 416.00 |
| | 无害废弃物回收量 | 吨 | 24.00 | 20.00 |
| | 无害废弃物处置量 | 吨 | 1,108.00 | 396.00 |
| | 有害废弃物产生量 | 吨 | 0.10 | 0.10 |
| | 有害废弃物回收量 | 吨 | 0 | 0.10 |
| 能源使用 | 汽油消耗量 | 吨 | 105.66 | 77.28 |
| | 柴油消耗量 | 吨 | 132.98 | 88.65 |
| | 天然气消耗量 | 万立方米 | 13.57 | 10.26 |
| | 液化石油气消耗量 | 吨 | 3.87 | 11.30 |
| | 外购电力消耗量 | 万千瓦时 | 1,999.48 | 720.56 |
| | 能源消耗总量 | 吨标准煤 | 2,993.77 | 61.84 |
| 水资源使用 | 总用水量 | 吨 | 822,989.12 | 1,051,652.00 |
| | 水耗强度 | 吨/百万营收 | 701.90 | 1,217.02 |

● 社会绩效

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2025 年 | 2024 年 | |
|--------------|--------------|--------------|----------|----------|-------|
| 创新研发 | 研发投入总额 | 万元 | 2,455.36 | 1,682.67 | |
| | 研发投入占营业收入比例 | % | 2.09 | 1.95 | |
| | 研发人员人数 | 人 | 95 | 95 | |
| | 研发人员占职工总人数比率 | % | 5.42 | 6.48 | |
| | 新增专利申请数量 | 件 | 10 | 8 | |
| | 新增专利授权数量 | 件 | 7 | 6 | |
| | 有效专利总数 | 件 | 50 | 42 | |
| | 每百万营收有效专利数 | 件 | 0.04 | 0.05 | |
| 员工雇佣 | 员工总数 | % | 1,754 | 1,465 | |
| | 残障人员员工人数 | 人 | 15 | 9 | |
| | 新招募员工 | 报告期内吸纳的就业人数 | 人 | 580 | 844 |
| | | 其中:新招应届毕业生人数 | 人 | 84 | 107 |
| | 按性别划分的员工人数 | 男性员工人数 | 人 | 980 | 811 |
| | | 女性员工人数 | 人 | 774 | 654 |
| | | 女性员工占比 | % | 44.13 | 44.64 |
| | 按年龄划分的员工人数 | 30岁及以下员工 | 人 | 558 | 467 |
| | | 31-50岁员工 | 人 | 950 | 768 |
| | | 51岁及以上员工 | 人 | 246 | 230 |
| | 按层级划分的员工人数 | 高层管理者 | 人 | 76 | 8 |
| | | 中层管理者 | 人 | 206 | 57 |
| | | 基层管理者 | 人 | 1,472 | 1,400 |
| | 按雇佣类型划分的员工人数 | 全职员工 | 人 | 1,632 | 1,450 |
| | | 劳务派遣员工 | 人 | 35 | 0 |
| | | 兼职员工 | 人 | 87 | 15 |
| | 按学历划分的员工人数 | 大专及以上学历员工 | 人 | 1,310 | 1,102 |
| 本科学历员工 | | 人 | 408 | 334 | |
| 硕士及以上学历员工 | | 人 | 36 | 29 | |
| 按民族比例划分的员工人数 | 少数民族员工人数 | 人 | 266 | 220 | |
| | 少数民族员工占比 | % | 15.17 | 15.00 | |

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2025 年 | 2024 年 | |
|---------|---------------|-------------|-----------|-----------|----|
| 员工培训 | 员工培训总投入 | 万元 | 87.27 | 28.60 | |
| | 员工培训总人次 | 人次 | 6,687 | 5,277 | |
| | 员工培训总学时 | 小时 | 29,075.10 | 24,316.50 | |
| | 员工人均培训时长 | 小时 | 4.35 | 4.61 | |
| | 培训覆盖率 | % | 93 | 90 | |
| 员工流失 | 员工总流失率 | % | 26.10 | 26.31 | |
| | 按性别划分的员工流失比率 | 男性员工流失率 | % | 40 | 47 |
| | | 女性员工流失率 | % | 48 | 53 |
| 员工流失 | 按年龄划分的员工流失比率 | 30岁及以下员工流失率 | % | 50 | 56 |
| | | 31-50岁员工 | % | 28 | 33 |
| | | 51岁及以上员工 | % | 17 | 11 |
| 员工满意度 | 员工满意度 | % | 88 | 92 | |
| 劳工准则 | 劳动合同签订率 | % | 100 | 100 | |
| | 社会保险覆盖率 | % | 100 | 100 | |
| | 员工歧视事件总数 | 件 | 0 | 0 | |
| | 经确认的强迫劳动事件 | 例 | 0 | 0 | |
| | 经确认的童工事件 | 例 | 0 | 0 | |
| | 人均带薪休假天数 | 天 | 6 | 6 | |
| 职业健康与安全 | 安全生产总投入 | 万元 | 61.5 | 43.24 | |
| | 安全生产投入占营业收入比例 | % | 0.05 | 0.05 | |
| | 安全培训总人次 | 人次 | 2,050 | 1,548 | |
| | 安全培训总时长 | 小时 | 9,830 | 8,638 | |
| | 人均安全培训时长 | 小时 | 4.80 | 5.58 | |
| | 职业健康体检覆盖率 | % | 100 | 100 | |
| | 工伤率 | % | 2 | 0 | |
| 社会贡献 | 慈善捐赠总投入 | 万元 | 56.28 | 100.80 | |
| | 员工参与志愿服务人次 | 人次 | 155 | 322 | |
| | 员工志愿服务总时长 | 小时 | 277 | 1,303 | |

● 治理绩效

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2025年 | 2024年 | |
|-------|--------------|-------|-------|-------|---|
| 公司治理 | 股东会 | 次 | 5 | 4 | |
| | 董事会会议 | 次 | 11 | 13 | |
| | 董事会成员出席率 | % | 100 | 100 | |
| | 审议通过议案总数 | 项 | 41 | 80 | |
| | 战略委员会会议 | 次 | 2 | 3 | |
| | 审计委员会会议 | 次 | 8 | 10 | |
| | 提名委员会会议 | 次 | 1 | 2 | |
| | 薪酬与考核委员会会议 | 次 | 1 | 1 | |
| 董事会构成 | 董事会总成员数 | 人 | 7 | 7 | |
| | 独立董事 | 名 | 3 | 3 | |
| | 董事学历 | 本科及以上 | 名 | 7 | 7 |
| | | 其他 | 名 | 0 | 0 |
| | 董事性别 | 男性董事 | 名 | 6 | 6 |
| | | 女性董事 | 名 | 1 | 1 |
| | 董事年龄 | 50岁以上 | 名 | 4 | 2 |
| 50岁以下 | | 名 | 3 | 5 | |
| 合规经营 | 信息披露公告数量 | 份 | 69 | 86 | |
| | 不正当竞争诉讼或处罚次数 | 次 | 0 | 0 | |

对标索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》对标索引表

| | | | |
|----|----|--------------|--|
| 环境 | 1 | 应对气候变化 | 第五章 绿色运营 生态共生 第一节 应对气候变化 |
| | 2 | 污染物排放 | 第五章 绿色运营 生态共生 第四节 污染物与废弃物排放 |
| | 3 | 废弃物处理 | 第五章 绿色运营 生态共生 第四节 污染物与废弃物排放 |
| | 4 | 生态系统和生物多样性保护 | 第五章 绿色运营 生态共生 第三节 生物多样性保护 |
| | 5 | 环境合规管理 | 第五章 绿色运营 生态共生 第二节 环境合规管理 |
| | 6 | 能源利用 | 第五章 绿色运营 生态共生 第五节 资源合理利用 |
| | 7 | 水资源利用 | 第五章 绿色运营 生态共生 第五节 资源合理利用 |
| | 8 | 循环经济 | 第五章 绿色运营 生态共生 第五节 资源合理利用 |
| 社会 | 9 | 乡村振兴 | 第六章 以人为本 共融共赢 第四节 社会贡献 |
| | 10 | 社会贡献 | 第六章 以人为本 共融共赢 第四节 社会贡献 |
| | 11 | 创新驱动 | 第四章 创新驱动 价值赋能 第一节 创新驱动 |
| | 12 | 科技伦理 | 第四章 创新驱动 价值赋能 第一节 创新驱动 |
| | 13 | 供应链安全 | 第四章 创新驱动 价值赋能 第四节 供应链安全 |
| | 14 | 平等对待中小企业 | 第四章 创新驱动 价值赋能 第四节 供应链安全 |
| | 15 | 产品和服务安全与质量 | 第四章 创新驱动 价值赋能 第二节 产品安全与质量 第三节 客户服务保障 |
| | 16 | 数据安全与客户隐私保护 | 第四章 创新驱动 价值赋能 第五节 数据安全与客户隐私保护 |

| | | | |
|-----------|----|-----------|---|
| 社会 | 17 | 员工 | 第六章 以人为本 共融共赢 第一节 员工权益保障 第二节 员工培训与发展 第三节 职业健康与安全 |
| 可持续发展相关治理 | 18 | 尽职调查 | 第二章 可持续发展治理体系与管理机制 第二节 利益相关方沟通与尽职调查 |
| | 19 | 利益相关方沟通 | 第二章 可持续发展治理体系与管理机制 第二节 利益相关方沟通与尽职调查 |
| | 20 | 反商业贿赂及反贪污 | 第三章 治理筑基 合规致远 第四节 党建引领和商业道德 |
| | 21 | 反不正当竞争 | 第三章 治理筑基 合规致远 第四节 党建引领和商业道德 |

反馈意见表

祥源文旅打造“祥源志愿”服务品牌,以多元公益行动传递温暖:

尊敬的读者:

您好!感谢您在百忙之中阅读本报告,这是祥源文旅发布的2025年度ESG报告。

为发挥本报告的沟通交流作用,并有效推进祥源文旅的ESG管理与实践,我们诚挚邀请您填写意见反馈表,帮助我们持续改进。

浙江祥源文旅股份有限公司

地址:浙江省杭州市密渡桥路1号白马大厦12楼 邮箱:sunriver@600576.com

电话:0571-85866501

官网:www.600576.com

您的信息:

姓名: _____ 岗位名称: _____

所在行业: _____ 邮箱地址: _____

选择性问题:(请在相应的位置打“✓”)

1. 您对祥源文旅ESG报告的总体评价为?

非常好 好 一般 差 非常差

2. 您认为本报告在反映祥源文旅对环境、社会和公司治理的重大影响方面表现如何?

非常好 好 一般 差 非常差

3. 您认为祥源文旅在利益相关方沟通方面表现如何?

非常好 好 一般 差 非常差

4. 您认为本报告在信息和数据披露的真实性、准确性和有效性方面表现如何?

非常好 好 一般 差 非常差

5. 你认为本报告的总体框架、内容设计和形式上可读性如何?

非常好 好 一般 差 非常差

开放性问题:

您对报告中哪一部分最感兴趣?

您认为本报告哪些ESG信息对您最有用?

您对祥源文旅今后发布ESG报告有何意见或建议?



浙江祥源文旅股份有限公司

地址: 浙江省杭州市密渡桥路1号白马大厦12楼

电话: 0571-85866501

邮箱: sunriver@600576.com

官网: www.600576.com

