

公司代码：600706

公司简称：曲江文旅



西安曲江文化旅游股份有限公司

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 <http://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、 华兴会计师事务所（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

鉴于2025年12月31日公司合并报表期末未分配利润、母公司报表期末未分配利润均为负，故2025年度利润分配方案为：不进行利润分配，也不进行资本公积金转增股本。

本议案经公司第十届董事会第四十三次会议审议通过后，尚需提交公司股东会审议。

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

截至报告期末，公司母公司财务报表中存在累计未分配利润-520,245,409.22元。根据《公司法》及《公司章程》的相关规定，公司不具备现金分红的前提条件。

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	曲江文旅	600706	长安信息

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	李崧
联系地址	西安市雁塔区雁翔路 3369 号曲江创意谷 A 座 16 层
电话	029-89129355

传真	029-89129223
电子信箱	qjwldsh@126.com

2、 报告期公司主要业务简介

（一）行业情况

2025 年，国内旅游市场稳步增长，消费升级与业态创新凸显。国内出游人次 65.2 亿，国内居民出游花费 63003 亿元，通过免签入境外国人 3008 万人次，内地居民出境 16792 万人次，餐饮收入 57,982 亿元。2025 年西安接待游客 3.27 亿人次，游客花费 4026.2 亿元，同比分别增长 6.7%、7.06%（数据来源：文化和旅游部、OTA 平台公开数据）。

按照《国民经济行业分类与代码（GB/T4754-2011）》，公司主营业务及所处行业情况如下：

1. 旅游景区管理业务：主要有景区管理、公园管理、水族馆管理服务、游乐园管理。截至报告期，全国共有5A级旅游景区358个，4A级旅游景区3200多个，西安市共有A级景区91个。行业正经历从“规模扩张”向“质效提升”的深层变革，公司通过文旅商融合发展、票根经济消费联动、新技术新场景开发、新业态新产品开发等多元方式力求突破传统“门票经济”。

2. 旅游演艺发展业务：主要有文艺创作与表演、文物及非物质文化遗产保护利用、文化活动服务。截至报告期，全国大中型旅游演艺项目演出 19.87 万场，票房收入 174.42 亿元，观众人数 8798.97 万人次；西安市 23 台旅游演艺接待游客 1743.2 万人次，票房收入 15.88 亿元。行业正经历从追求“视觉效果”向兑现“情绪价值”的深刻变革，公司通过统一管理演职人员、统一提升演艺产品、统一开发共享舞台，统一扩大市场规模等多元方式力求突破传统“剧票经济”。

3. 酒店餐饮管理业务：主要有旅游饭店管理、正餐服务、园区和单位后勤管理服务。截至报告期，全国共有五星级酒店830家，4星级及以下酒店7017家。行业正经历从“旅游配套服务”向“旅游目的地营建”发展的深层变革，公司通过酒餐融合、酒旅融合、酒演融合等多元方式力求突破“观光旅游服务经济”。

4. 旅行服务业务：主要有旅行社及相关服务、数字内容服务、互联网旅游出行服务平台。截至报告期，全国旅行服务业正在向垂直互联网方向发展，截至报告期全国旅行社约 6 万多家。截止 2025 年 12 月 31 日，西安市旅行社团队接待 44.81 万批次，共计 881.59 万人；陕西省共接待入境游客 92.67 万人次；全省离境退税商店从 41 家增至 219 家，实现 11 个市（区）全覆盖，“即买即退”便捷服务商店从 6 家增至 19 家。行业正经历从“大众旅游批发”向“分众旅行垂直定制服务”发展的深层变革，公司通过促进 MICE 旅行、购物旅游、美食旅游、演艺旅游、非遗文旅、国际传播等多元方式力求突破“基于文化 IP 产业链集成运营的机制瓶颈”。

（二）公司概况

公司战略定位为“旅游目的地整合运营商”，以收费式旅游景区运营为基础，内涵式发展旅游演艺、旅游商业、旅游餐饮、旅行服务、电子商务等主营业务，外延式发展旅游科技、高端生产和生活服务业。2026年发展主题为“非遗文旅 主客共享”，基于人类非物质文化遗产西安鼓乐分支大唐芙蓉园东仓鼓乐社、陕西省非遗御宴宫唐代菜点和宴会制作技艺、陕西省非遗大唐芙蓉园上巳节传统节日风俗的保护传承，夯实非遗特色景区发展基础，探索国际传播和国潮出海发展路径。

报告期内，公司获得“2024年度文旅集团 MBI 百强品牌”称号；公司运营管理的大唐不夜城街区获得首批“陕西商旅名街”授牌，大唐不夜城客户服务部工作人员获得全国导游大赛铜奖；曲江海洋极地公园获得2025年陕西省古生物学会颁发“科普教育基地”、西安市文化和旅游局颁发市级文明旅游示范单位、第四届西安市科普讲解大赛二等奖、陕西省文化和旅游厅颁发的“2024年省级文明旅游示范单位”；大型实景演艺《梦长安》项目获得“光影长安奖”；御宴宫餐厅获得陕西省餐饮服务量化等级认证A级称号，同时获得“2025年中华节气菜特色餐厅”称号，御宴宫餐厅管理人员获得2024年度陕西餐饮业金牌管理人物奖和正餐卓越之星奖；曲江银座酒店获得“2024年全省旅游住宿业卓越商旅酒店”，酒店餐饮管理公司获得“社会化管理先进集体”；曲江池遗址公园获得“西安市全民健身示范园区”称号等相关荣誉。

公司报告期内从事的业务主要如下：

1.旅游景区运营管理业务收入占比 45.38%：公司市场化运营管理的景区主要有国家5A级旅游景区“大唐芙蓉园·大雁塔景区”、国家4A级旅游景区“曲江海洋极地公园”，开展公建物业管理并提供大众游客服务的旅游景区主要有大唐不夜城景区、西安城墙景区，开展公建物业管理并提供市民游客服务的城市公园主要有曲江池遗址公园、唐城墙遗址公园、唐大慈恩寺遗址公园。其中，旅游景区演艺产品主要有大唐芙蓉园景区《鼓》《梦回大唐》《大唐追梦》，西安城墙景区《梦长安》，现象级景区互娱演艺产品主要有“不倒翁小姐姐”“盛唐密盒”等。公司积极促进演艺旅游发展。

2.酒店餐饮管理业务收入占比 24.8%：公司自主运营的文化主题精品酒店主要有大唐芙蓉园景区芳林苑酒店、唐华·华邑酒店，文化主题精致餐厅主要有大唐芙蓉园景区御宴宫餐厅、大唐不夜城景区老字号餐厅。公司积极促进美食旅游业务发展。

3.旅行服务、旅游商品销售及电子商务业务收入占比 11.13%：公司积极促进 MICE 旅行、购物旅游、在线服务业务发展。

4.体育休闲服务业务收入占比 18.24%：公司体育休闲服务业务主要为大型路跑赛事和越野跑赛事运营、商旅服务、线上商城、赛事技术服务等。

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	2,455,930,893.95	3,030,808,196.36	-18.97	3,639,736,542.92
归属于上市公司股东的净资产	463,234,936.85	659,474,800.42	-29.76	767,256,709.84
营业收入	967,003,679.50	1,253,152,389.59	-22.83	1,503,936,973.00
利润总额	-123,657,428.92	-146,762,769.61	不适用	-225,324,851.51
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	869,916,197.79	1,119,191,423.05	-22.27	1,352,384,559.17
归属于上市公司股东的净利润	-196,239,863.57	-131,323,615.46	不适用	-195,379,236.43
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-295,871,323.37	-130,973,912.33	不适用	-222,345,920.77
经营活动产生的现金流量净额	110,162,427.93	205,019,979.73	-46.27	253,376,466.49
加权平均净资产收益率(%)	-34.96	-18.72	不适用	-22.59
基本每股收益(元/股)	-0.77	-0.51	不适用	-0.77
稀释每股收益(元/股)	-0.77	-0.51	不适用	-0.77

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	306,124,269.18	225,706,215.01	205,975,072.36	229,198,122.95
归属于上市公司股东的净利润	-43,608,929.35	29,728,251.22	-10,959,463.33	-171,399,722.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-43,374,448.35	-27,365,779.00	-12,462,652.17	-212,668,443.85
经营活动产生的现金流量净额	104,662,578.74	22,963,935.96	67,244.18	-17,531,330.95

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

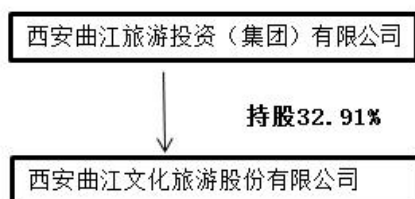
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		38,706					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		35,818					
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	
西安曲江旅游投资（集团） 有限公司	-30,568,248	83,942,873	32.91	0	质 押	57,250,000	国 有 法 人
西安曲江文化金融控股 （集团）有限公司	10,358,215	10,358,215	4.06	0	质 押	10,358,215	国 有 法 人
史幼君	4,000,000	4,000,000	1.57	0	未 知	0	境 内 自 然 人
陈瑞岳	4,000,000	4,000,000	1.57	0	未	0	境

					知		内 自然 人
冯秀梅	4,000,000	4,000,000	1.57	0	未知	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	1,519,800	3,155,801	1.24	0	未知	0	其 他
周宇光	2,984,083	2,984,190	1.17	0	未知	0	境 内 自 然 人
J.P.MorganSecuritiesPL C—自有资金	1,727,961	2,187,465	0.86	0	未知	0	境 外 法 人
UBSAG	1,148,088	1,617,851	0.63	0	未知	0	境 外 法 人
北京通三益保健食品有限 责任公司	0	1,029,600	0.40	1,029,600	未知	0	境 内 非 国 有 法 人
上述股东关联关系或一致行动的说明	西安曲江旅游投资(集团)有限公司与西安曲江文化金融控股(集团)有限公司为一致行动人。除控股股东及一致行动人,公司未知其他股东之间有无关联关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

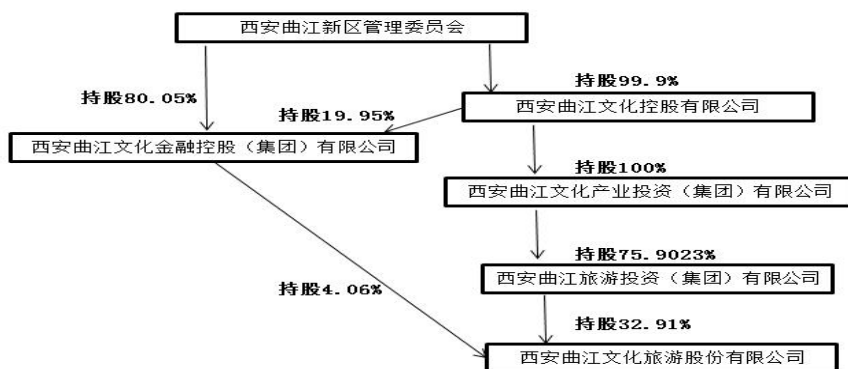
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

报告期内，重要的经营举措主要有3项：

（一）优化组织架构，重组核心企业

公司以“中后台、大中台、小前台”为原则，基本完成了西安曲江文旅景区管理有限公司（简称“景区公司”）、西安曲江文旅酒店餐饮管理有限公司（简称“酒餐公司”）、西安曲江文旅演艺发展有限公司（简称“演艺公司”）、西安曲江文旅旅行服务有限公司（简称“旅服公司”）4个二级全资核心企业的业务、组织、流程再造工作，并将西安曲江如华物业管理有限公司（简称“如

华物业”)提级为二级公司进行管理。

(二) 运营模式改革,精细化管理成效显著

公司以“网格化、一体化、市场化”为原则,基本完成了精细化管理机制落地工作,全年固定成本较去年同期下降18%,其中:人工成本较同期下降3.5%,劳务成本较同期下降68.9%,能源费较去年同期下降23.3%,租赁费较去年同期下降72.20%,财务费用较去年同期下降36.9%,维修费较去年同期下降48.5%。

(三) 创新产品落地,产业化运营布局初成

公司以“资源开发、产品开发、市场开发”为重点,基本完成了【世无双】艺术中心、【妙长安】汉服产业发展中心、【长安寻】非遗乐舞考古中心、【长安巡】生活创想服务中心四项产品组合设计、产业发展规划、试点产品落地工作。计划对内以“品牌运营”促进要素优化、流动和组合,对外以“产品组合”促进资源链接、整合和开发。

1.新业态多点突破。一是MICE拓展15大行业60余家品牌资源,营业收入同比激增61.94%;二是科技赋能体验加速落地,MR技术“金甲卫城”项目接待游客1.7万人次,AI魔镜旅拍吸引2.3万人次游客体验;三是国际传播促进入境接待超过35万人次,同比涨幅50%。

2.新产品矩阵成型。孵化“过门酥肉”“唐安颂”“花禧集”“长安雪造所”“长安八景宴”“唐御宴”等自营产品。

3.新渠道拓展显效。开发29条西安一日游线路产品,覆盖200余家酒店客户终端;卡类产品全年引流5.3万人次。渠道协同效应持续放大。

4.新媒体营销初见成效。一是长安灯会·花朝季132天,推出31项产品,曝光量24.37亿,接待3314万人次;二是长安舞会·音乐季72天,推出13项产品,曝光量1.3亿,接待2087万人次;三是长安诗会·书画季53天,推出7项产品,曝光量5000万,接待1062万人次;四是长安酒会·美食季46天,推出11项产品曝光量500万,接待718万人次。

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