公司代码:600138 公司简称:中青旅

中青旅控股股份有限公司

【2014】年度报告摘要

一重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 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	王蕾	聂阳阳
电话	010-58158717 ,58158702	010-58158717 ,58158702
传真	010-58158708	010-58158708
电子信箱	zhqb@aoyou.com	zhqb@aoyou.com

二主要财务数据和股东情况

2.1公司主要财务数据

单位:元 币种:人民币

	2014年末	2013年末		本期末比上年同期末增减(%)	2012年末	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	8,878,236,935.61	8,259,773,666.27	8,259,773,666.27	7.49	7,778,194,291.47	7,778,194,291.47
归属于上市公司股东的净资产	4,417,537,885.66	2,926,815,551.30	2,926,815,551.30	50.93	2,865,345,240.60	2,865,345,240.60

	2014年	2013年		本期比上年同期增减(%)	2012年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
经营活动产生的现金流量净额	524,228,725.14	494,653,382.58	494,653,382.58	5.98	250,318,171.98	250,318,171.98
营业收入	10,607,231,706.45	9,316,037,547.42	9,316,037,547.42	13.86	10,279,898,405.53	10,279,898,405.53
归属于上市公司股东的净利润	363,715,151.91	244,347,826.67	320,572,682.76	48.85	397,461,856.00	295,215,980.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	267,148,474.46	187,459,086.28	187,459,086.28	42.51	270,949,624.30	270,949,624.30
加权平均净资产收益率(%)	9.6	8.44	10.93	增加1.16个百分点	17.18	12.83
基本每股收益(元/股)	0.53	0.39	0.51	35.9	0.64	0.47
稀释每股收益(元/股)						

2.2截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股东)持股情况表

单位:股

截止报告期末股东总数(户)	55,894
年度报告披露日前第五个交易日末的股东总数(户)	45,806
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	
年度报告披露日前第五个交易日末表决权恢复的优先股股东总数(户)	

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	持有有限条件的股份数量	质押或冻结的股份数量
中国青旅集团公司	国有法人	17.17	124,305,000	21,121,776	无
中青创益投资管理有限公司	国有法人	2.83	20,475,000	0	无
华夏资本-工商银行-华夏资本定向增发一比第3号资产管理计划	其他	1.80	13,050,000	13,050,000	无
民生加银基金-民生银行-民生加银鑫牛定向增发23号分级资产管理计划	其他	1.62	11,700,000	11,700,000	无
国寿投资控股有限公司	其他	1.49	10,753,715	0	无
黑龙江亚丰生物技术有限公司	其他	1.37	9,900,000	9,900,000	无
天弘基金-民生银行-新时代定增1号资产管理计划	其他	1.37	9,900,000	9,900,000	无
山东省文化产业投资有限公司	国有法人	1.37	9,900,000	9,900,000	无
中国工商银行-博时精选股票证券投资基金	其他	1.22	8,798,985	0	无
中国对外经济贸易信托有限公司-投资12期鼎萨证券投资集合资金信托计划	其他	1.21	8,744,009	0	无
上述股东关联关系或一致行动的说明	中青创益投资管理有限公司为中国青旅集团公司控股子公司,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					

2.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

三管理层讨论与分析

2014年,在我国经济发展进入新常态,国内旅游行业持续较高景气度的宏观背景下,公司直面旅游行业转型的挑战,积极拥抱互联网对旅游行业的深度渗透,启动新一轮“品牌扩张、规模优先”战略,保持了良好的发展态势,行业龙头地位进一步巩固。报告期内,公司旅游主业全面互联网化,线上线下融合趋势,协同创新,旅行社业务持续攀升;乌镇景区继续保持高速增长,顺利完成第一届世界互联网大会的接待任务,“文化乌镇”的品牌实现降越式升级转型;古北水镇景区开业第一年实现客流量接近100万人次,远超市场预期;酒店业务稳健发展;策略性投资稳定支撑公司业绩。2014年,公司实现主营业务收入106.07亿元,同比增长13.86%;其中旅游主业实现营业收入79.34亿元,同比增长11.47%;公司实现净利润3.64亿元,同比增长48.85%。

1.旅行社业务

近年旅游经营新业态不断涌现,行业竞争日趋激烈,公司积极迎应新形势下的市场变化,用互联网思维重塑业务,以旅游网为龙头的旅游生态圈的构建,有力的促进了线下业务的转型升级。2014年,公司旅行社业务线上线下深度融合,营收稳步增长。

报告期内,公司“中青旅”商标被认定为驰名商标;在国家旅游局发布的“2013年度全国旅行社集团十强”名单中,公司位列第二;在国家旅游局发布的“2013年度全国百强旅行社”名单中,公司位列第二;公司及中青旅国际会展公司分别获国青国“首都文化企业30强”和“首都文化企业30佳”称号。

2014年,公司继续探索规范旅游、休闲度假、会展业务、商旅管理四大商业模式专业化发展,并正式进军高端旅游业务。

观光旅游业

作为公司旅行社业务的传统板块,面对日益加剧的外部竞争和互联网大趋势的冲击,公司继续深化内部一体化进程,推进产品升级和业务转型,线上线下协同模式初见成效。观光公司在保持品质运营的同时,不断探索适应市场需求的新产品,2014年成功运营津沪两地个邮轮大项目,面向中产阶层的“私家定制游”推出以来广受市场推崇。2015年3月份公司正式发布的参团游新品牌——“团缘”,打造中国家庭出游的首选品牌。

度假旅游业

报告期内,公司度假旅游业务积极应对竞争加剧的市场环境以及东南亚、港澳等市场出现的不利因素,在坚持规模和效益双重提升的前提下,通过更具竞争力的产品和服务继续拓展市场,2014年实现快速增长。

在内部管理方面,度假公司继续客户需求分析和跟踪,建立客户数据分析和共享体系,加强对市场、客户、业务的分析和管理。在与趋势同频发展,持续保持高效协作和对接机制的同时,积极开拓第三方网络平台销售渠道,仅海淀旅行社13当天预定订单即超4000万,稳居淘宝旅行旅游线路类目双11排名第一。在产品开发并级方面,2014年部分度假长线产品实现全国联运,覆盖全国更多市场;推出更多高附加值产品,如海岛拍摄、跟团延住等。通过一系列举措,公司度假旅游业务在OTA微页的市场竞争中仍保持了商品市场和城市市场的领先优势。

会展业务

经过12年的发展,公司会展业务已通过自有线旅行社业务的发展格局,中首旅国际会议展览有限公司不断拓展整合营销服务的产业链,形成包括会议管理、活动管理、国际会议组织管理、奖励旅游、公关传播、数字营销、展览展示、博览会运营、体育营销、体育赛事服务等线下整合营销服务体系,并已经迅速上数字平台的开发应用,2014年会展公司围绕把握市场动态,展示了强进的发展势头,传统业务继续保持高速增长,博览会产业、体育产业等新兴市场战略布局初具成效。全国化发展战略已实现立足北京、覆盖环渤海、长三角、珠三角和中西部,辐射全国的核心市场布局。11月会展公司圆满完成首届世界互联网大会活动创意、活动管理、会务保障等整包支持服务,展示了卓越的服务整合能力。报告期内,会展公司业绩再创新高,实现会展业务收入2.06亿元,同比增长16%;会展公司实现净利润5477万元,同比增长11.61%。

2014年初成立的中青旅博汇(北京)会展运营管理有限公司,为瑞内外大型博览会、节庆活动提供整合服务解决方案,圆满承接了2014年青岛世界园艺博览会和第十一届世界葡萄大会等大型博览会项目。

为适应市场的需求与变化,公司对联合体官网的定位进行重新调整,致力于为政府、企业、大型赛事组委会等机构客户提供体育赛事咨询、运营管理及接待服务,体育营销、观赛旅游等一站式的专业体育赛事服务,并顺利承接了2014奥迪quattro杯高尔夫世界总决赛接待项目和2014年沸雪北京世界单板滑雪赛接待服务项目。

作为会展公司发展最快速的板块之一,中旅旅展科会关公司实现稳步快速增长的第7年,以整合营销的综合实力再次进军中国会关公司TOP25榜单,获身中国市场最优秀的公关公司行列,特别在数字营销领域2014年取得了新的突破。

商旅业务

2014年国家在公务差旅政策和肌空代理费方面的调整对整个商旅市场产生了较大影响,商旅公司积极应对,一方面不断提升服务质量,稳定老客户,拓展新客户和异地市场,一方面积极优化操作流程,加快并做信息技术系统。公司商旅业务营业收入较2013年略有下滑。

入境业务

2014年,受到发现经济形势和国内地接成本上涨等不利因素影响,入境旅游市场继续低迷态势,公司入境业务实现了稳定现有客户的目标,保持了市场份额,并积极开拓新市场,其中日韩的海外营销业务,入境在线电子商务平台等新业务发展快速,为适应入境旅游散客化趋势,着力开发入境散客产品,并已初见成效。

高端旅游业务

2014年,公司成立高端旅游事业部,正式进军高端旅游市场,发布中青旅高端旅游品牌——“鲲悦”。2015年初,公司出资设立中青旅鲲悦(北京)旅游有限公司,公司高端旅游业务开始公司化运营,国求旅立发展以更好地开拓发展空间。

2014年,公司完成高端旅游板块的队伍组建,确定产品标准和业务流程,并推出环球海岛、环球自驾、东方快车等多个产品系列,百万新娘、百万婚礼等系列产品陆续推向市场,产品覆盖欧洲、美洲、大洋洲、东南亚、南亚、中东非洲、国内、目标感觉市场目的地。

邮轮业务

2014年是邮轮网络布局,启动平台化、网络化、移动化建设的第一年,作为公司互联网业务的发展主体和主业品牌,邮轮网以技术为驱动,以建设具有开放性、专业性与领先性的高品质度假旅游平台为目标,市场份额进一步扩大,多项经营数据实现高速增长,荣获第二届中国旅业互联网风云榜五项大奖。

报告期内,邮轮网还实现平台化一期建设,为更多品类上线和供应商提供便捷的接口,并在不断提升服务质量的基础上实现和供应商的深度合作,为公司旅游主业提供多元化、全球化的地产产品网络,外部优质供应商给公司带来,邮轮网在线旅游平台运营。

目前邮轮网已实现了传统网站、移动客户端、移动网站全方位的在线预订和支付,并全年持续迭代优化;同时,邮轮网投入专门的人力物力,在所有营销、智能推荐、人机交互等方面进行了多项人性化创新,运营效率和用户体验不断提升。

在服务体系上,打通邮轮网、呼叫中心、连锁店三渠道,形成三位一体的网络化系统服务。一年来,邮轮网品牌扩张走向全国,营销活动实现北京、上海、广州、南京、杭州五地联动。

2.景区业务

乌镇景区

2014年乌镇景区继续保持快速发展的良好态势,多项经营数据再创历史新高,首届世界互联网大会和第二届乌镇戏剧节的成功举办,乌镇的品牌知名度和市场影响力空前提升,景区全年共实现营业收入8.67亿元,同比增长20.72%,实现净利润1.11亿元,同比增长9.9%;全年累计接待游客932.6万人次,同比增长21.68%;其中本景区实接外游客365.7万人次,同比增长17.22%,西塘景区接待游客326.9万人次,同比增长27.12%。

2014年,乌镇景区加快推进电子商务平台建设,除原有的淘宝、OTA合作平台外,新增京东商城、Agoda、工商银行融e购等纳税平台,并开发有自有微信服务号,开通了门票、住宿、餐饮和相应消费项目的预订和支付功能,乌镇景区电子商务平台基本搭建完成。

为满足更多游客入住需求,景区持续推出新客房,截至报告期末客房总量达到1642间;通过对车船票程和销售运营模式的优化以及高质量存货产,大大提高了营收能力;在硬件设施不断完善的基础上,建立商务会议和会展任务体系,提升商务接待质量,强化景区商务会议接待的竞争优势,充其是世界互联网大会的圆满承接,乌镇景区作为大型会议目的地的影响力空前提升,景区商务会议接待市场前景乐观。

以乌镇旅游为主体投资的横店明园目前属工作正在积极、稳妥的推进中。

古北水镇景区

2014年是古北水镇景区开始运营,在未做大规模推广的前提下景区开业第一年就迎来了976万人次的客流,经营情况超出预期。古北水镇公司全年实现总营收1.97亿元,净利润1.16亿元,距除对古北房地产公司投资收益后古北水镇公司于报表的亏损,作为公司投资收益的不断完善和高企,温泉、冰雪项目等新增项目的陆续推出,景区品质不断提升,2014年,古北水镇景区共接待两百余个商务会议,商务会议市场成长可期。

为进一步增强古北水镇的资金实力,满足古北水镇对于新增项目开发的资金需求,降低古北水镇财务费用,2014年北京古北水镇旅游有限公司再次增资,增资完成后注册资本由13.02亿元人民币增至15.32亿元人民币。

3.酒店业务

2014年经济大环境以及国家政策的不断影响,国内酒店行业也遭受一定的影响,公司通过调整客源结构、强本控费、提升管理、强化服务等措施,保持了业务的稳健增长。区域布局以北京、广州、深圳为立足点,进一步向珠三角、环渤海、长三角辐射,做坚实内部末共有分店47家。在酒店数量增长的同时,公司重新梳理品牌体系,在山水核心品牌下设山水时尚、山水设计、山水私享五个子品牌,并不断提升品牌竞争力和影响力。2014年6月,中青旅山水大酒店国饭店分会和上海盈鼎酒店咨询有限公司共同评选的2014中国连锁酒店中端品牌规模10强,中青旅山水旗下的中档商务酒店品牌“山水时尚”在中档品牌酒店中名列第四名。

4.策略投资业务

中青旅创科技有限公司2014年全资商创新高,其中第三季度业务实现数倍在代理中增长第一,系统集成业务客户稳定。全年营业收入同比去年增长23.96%。

中青旅风采科技有限公司坚守合法合规经营,通过长期销售渠道、强化营销宣传力度等举措,云、贵、川三省福利彩票业务保持了良好的销售业绩,并中标云南省福彩中心彩票相关服务合作项目。

中青旅绿程投资置业有限公司继续慧源项目的规划设计和市场推广工作,投资额约共计建筑面积2.38万平方米。

中青旅大厦继续高品质、高利用率运营,大厦出租率继续保持100%,为公司带来持续稳定的租金收入和利润来源。

5.、其他

完成商融资工作,增强公司资本实力

证券代码:600138 证券简称:中青旅 公告编号:临2015-006

中青旅控股股份有限公司
第六届董事会第六次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

中青旅控股股份有限公司以下简称“公司”)第六届董事会第六次会议于2015年4月16日在公司会议室召开,会议通知于2015年4月13日以书面形式送达董事。会议应到董事11人,实到董事11人,会议由董事长张建新主持。会议的召开符合《公司法》、《公司章程》的规定。会议以记名投票表决的方式,审议通过了如下议案:

一、公司2014年度董事会工作报告

表决结果:11票赞成,0票反对,0票弃权。

此项议案需提交2014年度股东大会审议。

二、公司2014年度工作报告

表决结果:11票赞成,0票反对,0票弃权。

本议案需提交2014年度股东大会审议。

三、公司2014年度财务决算报告

公司本年度实现营业收入106.07亿元,同比增长13.86%;其中旅游主业实现营业收入79.34亿元,同比增长11.47%;公司实现净利润3.64亿元,同比增长48.85%。

1.旅行社业务

近年旅游经营新业态不断涌现,行业竞争日趋激烈,公司积极迎应新形势下的市场变化,用互联网思维重塑业务,以旅游网为龙头的旅游生态圈的构建,有力的促进了线下业务的转型升级。2014年,公司旅行社业务线上线下深度融合,营收稳步增长。

报告期内,公司“中青旅”商标被认定为驰名商标;在国家旅游局发布的“2013年度全国旅行社集团十强”名单中,公司位列第二;在国家旅游局发布的“2013年度全国百强旅行社”名单中,公司位列第二;公司及中青旅国际会展公司分别获国青国“首都文化企业30强”和“首都文化企业30佳”称号。

2014年,公司继续探索规范旅游、休闲度假、会展业务、商旅管理四大商业模式专业化发展,并正式进军高端旅游业务。

观光旅游业

作为公司旅行社业务的传统板块,面对日益加剧的外部竞争和互联网大趋势的冲击,公司继续深化内部一体化进程,推进产品升级和业务转型,线上线下协同模式初见成效。观光公司在保持品质运营的同时,不断探索适应市场需求的新产品,2014年成功运营津沪两地个邮轮大项目,面向中产阶层的“私家定制游”推出以来广受市场推崇。2015年3月份公司正式发布的参团游新品牌——“团缘”,打造中国家庭出游的首选品牌。

度假旅游业

报告期内,公司度假旅游业务积极应对竞争加剧的市场环境以及东南亚、港澳等市场出现的不利因素,在坚持规模和效益双重提升的前提下,通过更具竞争力的产品和服务继续拓展市场,2014年实现快速增长。

在内部管理方面,度假公司继续客户需求分析和跟踪,建立客户数据分析和共享体系,加强对市场、客户、业务的分析和管理。在与趋势同频发展,持续保持高效协作和对接机制的同时,积极开拓第三方网络平台销售渠道,仅海淀旅行社13当天预定订单即超4000万,稳居淘宝旅行旅游线路类目双11排名第一。在产品开发并级方面,2014年部分度假长线产品实现全国联运,覆盖全国更多市场;推出更多高附加值产品,如海岛拍摄、跟团延住等。通过一系列举措,公司度假旅游业务在OTA微页的市场竞争中仍保持了商品市场和城市市场的领先优势。

会展业务

经过12年的发展,公司会展业务已通过自有线旅行社业务的发展格局,中首旅国际会议展览有限公司不断拓展整合营销服务的产业链,形成包括会议管理、活动管理、国际会议组织管理、奖励旅游、公关传播、数字营销、展览展示、博览会运营、体育营销、体育赛事服务等线下整合营销服务体系,并已经迅速上数字平台的开发应用,2014年会展公司围绕把握市场动态,展示了强进的发展势头,传统业务继续保持高速增长,博览会产业、体育产业等新兴市场战略布局初具成效。全国化发展战略已实现立足北京、覆盖环渤海、长三角、珠三角和中西部,辐射全国的核心市场布局。11月会展公司圆满完成首届世界互联网大会活动创意、活动管理、会务保障等整包支持服务,展示了卓越的服务整合能力。报告期内,会展公司业绩再创新高,实现会展业务收入2.06亿元,同比增长16%;会展公司实现净利润5477万元,同比增长11.61%。

2014年初成立的中青旅博汇(北京)会展运营管理有限公司,为瑞内外大型博览会、节庆活动提供整合服务解决方案,圆满承接了2014年青岛世界园艺博览会和第十一届世界葡萄大会等大型博览会项目。

为适应市场的需求与变化,公司对联合体官网的定位进行重新调整,致力于为政府、企业、大型赛事组委会等机构客户提供体育赛事咨询、运营管理及接待服务,体育营销、观赛旅游等一站式的专业体育赛事服务,并顺利承接了2014奥迪quattro杯高尔夫世界总决赛接待项目和2014年沸雪北京世界单板滑雪赛接待服务项目。

作为会展公司发展最快速的板块之一,中旅旅展科会关公司实现稳步快速增长的第7年,以整合营销的综合实力再次进军中国会关公司TOP25榜单,获身中国市场最优秀的公关公司行列,特别在数字营销领域2014年取得了新的突破。

商旅业务

2014年国家在公务差旅政策和肌空代理费方面的调整对整个商旅市场产生了较大影响,商旅公司积极应对,一方面不断提升服务质量,稳定老客户,拓展新客户和异地市场,一方面积极优化操作流程,加快并做信息技术系统。公司商旅业务营业收入较2013年略有下滑。

入境业务

2014年,受到发现经济形势和国内地接成本上涨等不利因素影响,入境旅游市场继续低迷态势,公司入境业务实现了稳定现有客户的目标,保持了市场份额,并积极开拓新市场,其中日韩的海外营销业务,入境在线电子商务平台等新业务发展快速,为适应入境旅游散客化趋势,着力开发入境散客产品,并已初见成效。

高端旅游业务

2014年,公司成立高端旅游事业部,正式进军高端旅游市场,发布中青旅高端旅游品牌——“鲲悦”。2015年初,公司出资设立中青旅鲲悦(北京)旅游有限公司,公司高端旅游业务开始公司化运营,国求旅立发展以更好地开拓发展空间。

2014年,公司完成高端旅游板块的队伍组建,确定产品标准和业务流程,并推出环球海岛、环球自驾、东方快车等多个产品系列,百万新娘、百万婚礼等系列产品陆续推向市场,产品覆盖欧洲、美洲、大洋洲、东南亚、南亚、中东非洲、国内、目标感觉市场目的地。

邮轮业务

2014年是邮轮网络布局,启动平台化、网络化、移动化建设的第一年,作为公司互联网业务的发展主体和主业品牌,邮轮网以技术为驱动,以建设具有开放性、专业性与领先性的高品质度假旅游平台为目标,市场份额进一步扩大,多项经营数据实现高速增长,荣获第二届中国旅业互联网风云榜五项大奖。

报告期内,邮轮网还实现平台化一期建设,为更多品类上线和供应商提供便捷的接口,并在不断提升服务质量的基础上实现和供应商的深度合作,为公司旅游主业提供多元化、全球化的地产产品网络,外部优质供应商给公司带来,邮轮网在线旅游平台运营。

目前邮轮网已实现了传统网站、移动客户端、移动网站全方位的在线预订和支付,并全年持续迭代优化;同时,邮轮网投入专门的人力物力,在所有营销、智能推荐、人机交互等方面进行了多项人性化创新,运营效率和用户体验不断提升。

在服务体系上,打通邮轮网、呼叫中心、连锁店三渠道,形成三位一体的网络化系统服务。一年来,邮轮网品牌扩张走向全国,营销活动实现北京、上海、广州、南京、杭州五地联动。

2.景区业务

乌镇景区

2014年乌镇景区继续保持快速发展的良好态势,多项经营数据再创历史新高,首届世界互联网大会和第二届乌镇戏剧节的成功举办,乌镇的品牌知名度和市场影响力空前提升,景区全年共实现营业收入8.67亿元,同比增长20.72%,实现净利润1.11亿元,同比增长9.9%;全年累计接待游客932.6万人次,同比增长21.68%;其中本景区实接外游客365.7万人次,同比增长17.22%,西塘景区接待游客326.9万人次,同比增长27.12%。

2014年,乌镇景区加快推进电子商务平台建设,除原有的淘宝、OTA合作平台外,新增京东商城、Agoda、工商银行融e购等纳税平台,并开发有自有微信服务号,开通了门票、住宿、餐饮和相应消费项目的预订和支付功能,乌镇景区电子商务平台基本搭建完成。

为满足更多游客入住需求,景区持续推出新客房,截至报告期末客房总量达到1642间;通过对车船票程和销售运营模式的优化以及高质量存货产,大大提高了营收能力;在硬件设施不断完善的基础上,建立商务会议和会展任务体系,提升商务接待质量,强化景区商务会议接待的竞争优势,充其是世界互联网大会的圆满承接,乌镇景区作为大型会议目的地的影响力空前提升,景区商务会议接待市场前景乐观。

以乌镇旅游为主体投资的横店明园目前属工作正在积极、稳妥的推进中。

古北水镇景区

2014年是古北水镇景区开始运营,在未做大规模推广的前提下景区开业第一年就迎来了976万人次的客流,经营情况超出预期。古北水镇公司全年实现总营收1.97亿元,净利润1.16亿元,距除对古北房地产公司投资收益后古北水镇公司于报表的亏损,作为公司投资收益的不断完善和高企,温泉、冰雪项目等新增项目的陆续推出,景区品质不断提升,2014年,古北水镇景区共接待两百余个商务会议,商务会议市场成长可期。

为进一步增强古北水镇的资金实力,满足古北水镇对于新增项目开发的资金需求,降低古北水镇财务费用,2014年北京古北水镇旅游有限公司再次增资,增资完成后注册资本由13.02亿元人民币增至15.32亿元人民币。

3.酒店业务

2014年经济大环境以及国家政策的不断影响,国内酒店行业也遭受一定的影响,公司通过调整客源结构、强本控费、提升管理、强化服务等措施,保持了业务的稳健增长。区域布局以北京、广州、深圳为立足点,进一步向珠三角、环渤海、长三角辐射,做坚实内部末共有分店47家。在酒店数量增长的同时,公司重新梳理品牌体系,在山水核心品牌下设山水时尚、山水设计、山水私享五个子品牌,并不断提升品牌竞争力和影响力。2014年6月,中青旅山水大酒店国饭店分会和上海盈鼎酒店咨询有限公司共同评选的2014中国连锁酒店中端品牌规模10强,中青旅山水旗下的中档商务酒店品牌“山水时尚”在中档品牌酒店中名列第四名。

4.策略投资业务

中青旅创科技有限公司2014年全资商创新高,其中第三季度业务实现数倍在代理中增长第一,系统集成业务客户稳定。全年营业收入同比去年增长23.96%。

中青旅风采科技有限公司坚守合法合规经营,通过长期销售渠道、强化营销宣传力度等举措,云、贵、川三省福利彩票业务保持了良好的销售业绩,并中标云南省福彩中心彩票相关服务合作项目。

中青旅绿程投资置业有限公司继续慧源项目的规划设计和市场推广工作,投资额约共计建筑面积2.38万平方米。

中青旅大厦继续高品质、高利用率运营,大厦出租率继续保持100%,为公司带来持续稳定的租金收入和利润来源。

5、其他

完成商融资工作,增强公司资本实力

证券代码:600138 证券简称:中青旅 公告编号:临2015-007

中青旅控股股份有限公司
关于公司2015年度担保计划的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

一、担保情况概述

为满足子公司业务正常发展需要,公司自2014年度股东大会审议,预计为子公司提供不超过人民币137亿元的担保和机票代理资质反担保,包括:为中青旅国际会议展览有限公司预计提供不超过25亿元额度的银行授信担保;为北京中青旅信息科技有限公司预计提供不超过10亿元额度的银行授信担保;为外公司中青旅信息科技有限公司提供不超过10亿元额度的银行授信担保;为公司中青旅国际会议展览有限公司下属各旅行社类控股子公司提供机票代理资质反担保。

目前公司为中青旅会展提供的担保额为1.6亿元,为中青旅信息提供的担保额度为人民币8亿元,为其他子公司提供的担保金额为0。

- 本次担保金额及已为其担保余额:
- 对外担保逾期的累计金额:无

二、担保情况概述

为满足子公司业务正常发展需要,公司自2014年度股东大会审议,预计为子公司提供不超过人民币137亿元的担保和机票代理资质反担保,包括:为中青旅国际会议展览有限公司预计提供不超过25亿元额度的银行授信担保;为北京中青旅信息科技有限公司预计提供不超过10亿元额度的银行授信担保;为外公司中青旅信息科技有限公司提供不超过10亿元额度的银行授信担保;为公司下属各旅行社类控股子公司提供机票代理资质反担保。

上述担保事项已经公司第六届董事会第六次会议审议通过,尚需提交公司2014年度股东大会审议通过。

上述对担保子公司的担保事项均为本年度担保计划内,担保对象为公司合资方对该担保对象的持股比例不超过50%的子公司,公司下属外资旅行社类控股子公司提供机票代理资质反担保,担保对象为公司全资子公司,公司下属控股子公司提供机票代理资质反担保,担保对象为公司控股子公司,担保对象均为公司合并报表范围内的子公司,上述担保事项不涉及关联担保。

上述担保计划为公司根据子公司日常经营需要而作出,公司将在上述担保计划内根据实际情况在各子公司之间调剂使用,但调剂发生时,被调剂对象的资产负债率不低于被调出对象。

公司对上述担保事项的风险控制情况:

公司将在上述担保计划内根据实际情况在各子公司之间调剂使用,但调剂发生时,被调剂对象的资产负债率不低于被调出对象。