

“降价令”发威 倒逼提档升级

多家山岳型景区旅游上市公司“门票依赖症”难破

本报记者 张家振 北京报道

随着2019年半年报陆续披露,国内旅游类上市公司交出了或喜或忧的年中考“答卷”。

据了解,国内A股、港股、美股和新三板旅游类上市公司多达200多家,但年营收规模体量超过百亿元的只有6家,且多是中国国旅、中青旅等以旅游服务为主业的企业,以景区运营、门票收入为主的门票型景区上市公司在营业收入难做大的同时,还面临着营业收入、净利润下滑明显的挑战。

长期以来,山岳型景区类上市公司因依赖“门票+景区客运”收入,营收结构单一而饱受诟病。受2018年全国景区“降价令”推行下,这类景区受影响尤为明显,凸显了“门票依赖症”承压、二次消费难突破的困境。

营收方面,尽管多家景区还在增长,但“早涝保收”的门票经济盈利模式正在受到挑战,增速已显乏力;净利润方面,黄山旅游、丽江旅游、桂林旅游、张家界等净利润同比均出现了大幅下滑。

对于业绩下滑的原因,上述多家公司称系因“降价令”影响,门票、索道票价下调所致。多家山岳型景区上市公司负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示,降价令的影响要分短期和长期两方面来看,随着降价令逐步推行,短期内会对公司经营业绩和盈利能力带来压力;但从长期来看,降价有助于促进消费带动游客量增长,可以弥补因降价带来的不利影响,同时有助于倒逼公司加快转型升级步伐,逐步降低对门票经济的依赖。

“早涝保收”成过去时

这些山岳型景区类上市遇到了共同的挑战,“早涝保收”“坐着收钱”的门票经济商业模式正成为过去时。

Wind统计数据 displays,在国内200余家全口径旅游类上市公司中,共有12家旅游景区经营类登陆A股,分别为张家界、峨眉山A、桂林旅游、丽江旅游、云南旅游、黄山旅游、三特索道、曲江文旅、西藏旅游、长白山、天目湖和九华旅游。

这也是国内旅游类上市公司中的中坚力量,基本囊括了国内五A级景区最好的山岳景区资源,且多以景区门票收入和景区客运、索道等收入为主。如今,这些山岳型景区类上市遇到了共同的挑战,“早涝保收”“坐着收钱”的门票经济商业模式正成为过去时。

8月31日,以“景区门票+景区客运(索道、观光车)”为主要营收来源的三特索道提交了半年报答卷。数据显示,今年上半年,三特索道实现营收2.83亿元,同比增长6.11%;但净利润亏损3719.95万元,

“降价令”冲击明显

不少景区门票收入遇到冲击,面临营业收入和净利润降低的挑战。

据了解,为进一步激发文化和旅游消费潜力,增强人民群众的获得感、幸福感,国家发改委自去年6月份就发布指导意见,要求降低重点国有景区门票价格。今年3月,国家发改委再度发文要求推进更大范围降价,2019年原则上完成辖区内所有实行政府定价管理的5A、4A景区门票成本监审调查、价格评估调整工作。

文化和旅游部党组成员王晓峰表示:“去年6月,国家发展改革委已经推动981个国有景区在‘十一’长假前出台免费开放或降价措

施(免费开放74个,降价907个),我们将会同有关部门继续推动国有景区更大范围、更大力度降价。”

而在今年8月份,国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》,要求推动景区提质扩容,推动景区设施设备更新换代、产品创新和项目升级、优化游览路线和方式的同时,推出消费惠民措施,继续推动国有景区门票降价。

据了解,国有景区门票降价将直接带来两个变化,一是不少景区门票收入遇到冲击,面临营业收入

和净利润降低的挑战,另一方面,景区门票降价后有望提升游客量增加收入,两者相互抵消重新实现新的平衡。

但是从降价初期的影响来看,通过降低门票价格吸引客流的效果在短期内表现并不明显。记者梳理张家界、黄山旅游、峨眉山A和丽江旅游等山岳类景区上市公司半年报发现,今年上半年上述四家公司接待游客量分别为259.85万人次、162.4万人次、160.11万人次和147.87万人次,分别同比增长4.49%、9.6%、0.1%和11.44%。但游

海、庐山、千岛湖等项目得益于精准营销强化IP,实现了稳定增长。张家界的半年报也姗姗来迟。今年上半年,张家界实现营业收入1.7亿元,同比减少10.76%;净利润825.45万元,同比下滑59.01%。对于营业收入和净利润出现双下滑的原因,张家界解释称,主要系环保客运营业收入减少1370.53万元、宝峰湖景区营业收入减少410.07万元和张家界中旅因接待团队人数下降导致营业收入减少1138.96万元所致。

地处西南板块的传统旅游热门目的地桂林旅游和丽江旅游的业绩表现同样并不乐观。根据桂林旅游发布的2019年上半年财报显示,净利润为992万元,相比2018年上半年的2930万元下降66.16%;受持续降雨、景区门票价格下降、公司成本费用上升等影响,营业利润165.67

万元,同比下降94.46%。丽江旅游同样进入了营业收入、净利润双下滑通道。其中,公司今年上半年实现营业收入3.18亿元,同比下降7.07%;净利润9804万元,同比下降了17.53%。对于业绩下滑的原因,丽江旅游归结为与国有景区门票直接相关的索道票价下调所致,索道运输收入直接下



本报资料室/图

滑了22.43%。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院高级研究员王兴斌分析指出,一些景区业绩的下降,与门票经济有很大关系。虽然这些景区门票调整后,游客人数出现了上涨,但是目前来看,国内很多地方的传统景区还是没有摆脱对门票经济的依赖。

游三条索道共计接待游客210.17万人次,同比增长21.92%。其中,玉龙雪山索道接待游客147.87万人次,同比增长11.44%;云杉坪索道接待游客53.67万人次,同比增长67.91%;牦牛坪索道接待游客8.63万人次,同比增加11.80%。但在价格调整方面,在2018年10月1日起执行新票价后,玉龙雪山索道票价从180元调整为120元;云杉坪索道票价从55元调整为40元;牦牛坪索道票价从60元调整为45元。

下转 B19

新华联文旅转型多年地产营收占比仍超六成

主营业务已现亏损

本报记者 余燕明 北京报道

如果并非从政府拿到了1.4亿元财政补助,以及由参股企业计入2.3亿元投资收益,新华联文化旅游发展股份有限公司(000620.SZ,下称“新华联文旅”)在2019年上半年将会出现亏损。

实际上,新华联文旅的主营业务已经出现亏损,并且在过去几个

主营业务开始亏损

今年上半年,新华联文旅实现营业收入32.7亿元,比上年同期增长了10%;营业总成本则达到了34.9亿元,比上年同期增加了16%。

当期34.9亿元营业总成本里,包括了23.4亿元营业成本、1.9亿元税金及附加、2.3亿元销售费用、2.9亿元管理费用以及4.4亿元财务费用。

因此,2019年上半年,新华联文旅实现的32.7亿元营业收入减去34.9亿元营业总成本之后,当期该公司主营业务将会录得2.2亿元的亏损。

实际上,过去几个财务期内,计入三项费用及税金后,新华联文旅的主营业务已经处于盈亏的平衡点上。

财务期内,该公司主营业务的亏损面不断放大。

几乎是在2011年借壳上市后,新华联文旅就开始布局文旅业务,并在2016年索性由“新华联不动产股份有限公司”更名为现在的“新华联文化旅游发展股份有限公司”。

但文旅转型至今,新华联文旅仍然是一家依靠住宅开发与销售

其中,2018年上半年,新华联文旅实现营业收入29.7亿元,营业总成本30亿元,经营利润微幅亏损3000万元左右。

另外在2017年上半年,该公司的主营业务亏损了近1.5亿元;2016年上半年亏损了7800万元;2015年上半年亏损了2700万元。

在今年上半年,新华联文旅的主营业务亏损面则进一步扩大至2.2亿元。

不过,好在主营业务之外,新华联文旅从政府取得的财政补助、对参股企业的投资收益,填补了公司主营业务的亏损。

当期,新华联文旅从政府取得财政补助超过了1.4亿元,而上年同期则只有348万元。

这些财政补助主要是新华联

的地产商。

在2019年上半年,新华联文旅的业务收入结构里,商品房销售收入占比达到了6成以上。而在2018年,商品房销售的收入比重则超过了8成。

不过,新华联文旅的转型,在它的资产负债表上有所反映,即固定资产、在建工程及无形资产的不断增加。

文旅在全国各地布局后,当地政府向其给予的扶持、奖励资金。如当期该公司确认了1.33亿元“文化旅游产业扶持资金”,从长沙市政府拿到了50万元文化发展专项资金等。

另外,新华联文旅对参股企业的投资收益则主要来自联营企业——长沙银行。

到目前为止,新华联文旅间接持有长沙银行8.46%的股份。作为联营企业,新华联文旅对长沙银行所持的权益按照权益法核算。

今年上半年,长沙银行的归母净资产由年初的310亿元,增加至期末的322亿元,对应新华联文旅持有长沙银行的股份,按照权益法核算的投资余额由年初的26.1亿元,增加至期末的27.4亿元。

文旅转型难见成效

从2011年借壳上市以后,新华联文旅就开始布局文旅业务。

过去几年间,这家开发企业则高喊“转型”,目标是落实“文旅+金融+地产”的战略定位,由单一“开发商”转变为“开发商+运营商+服务商”的多重角色。

但时至今日,新华联文旅仍然是一家典型的开发企业。

2019年上半年,新华联文旅的营业收入构成里,商品房销售收入接近20亿元,占当期32.7亿元营业收入比重的60%。

当期新华联文旅的其他业务收入接近13亿元,占比约为40%。据悉,新华联文旅的其他业务,主要包括建筑、装修业、酒店经营和物业管理等,这些业务今年上半年的毛利率低至不到9%。

而在2016~2018年度,新华联文旅的商品房销售收入占比分别为88%、83%和81%,在其营收结构里仍处绝对比例。

即便新华联文旅已经涉足文旅业务并高喊“转型”多年,但在该公司的营收结构里,却从未披露过文旅业务收入占比,尤其是古镇等旅游景区的运营管理收入情况。

与大部分文旅项目布局在核心一、二线城市不同,新华联文旅选址的古镇等旅游景区位于更加偏远的城市。

目前,新华联文旅拥有了长沙新华联铜官窑古镇、四川新华联阆中古城、芜湖新华联鸠兹古镇、西宁新华联同乐园四大旅游景区。湖南长沙、四川阆中、安徽芜湖、青海西宁等城市,均将对新华联文旅的运营能力形成考验。

新华联文旅的转型,反映在上市公司的资产负债表上,则是固定资产、在建工程以及无形资产的不断累积与增加。

到2019年6月底,新华联文旅账面上的固定资产余额为78亿元、在建工程余额接近40亿元、无形资产接近17亿元,这三

项资产总额合计约为135亿元,占上市公司期末总资产的近四分之一。

固定资产、在建工程和无形资产的构成及新增部分,主要是其名下持有几个旅游景区的房屋建筑物,如酒店、古镇等,及其附带的土地使用权等。而这些资产均是由新华联文旅长期自持,而不会像存货一样用于出售变现。

在2016~2018年末,新华联文旅资产负债表上固定资产、在建工程和无形资产这三项资产总额分别为57亿元、82亿元、129亿元,过去几年间均有大幅增加。

不断投入并沉淀在账面上的固定资产、在建工程及无形资产,由上市公司长期自持的情况下,将会占用巨量资金。因此,通过这三项资产进行抵押后,新华联文旅向金融机构取得了借款。

比如,2019年6月底,新华联文旅资产负债表上固定资产与无形资产的账面余额合计为95亿元,其中账面价值约54亿元用于抵押借款。

期末,新华联文旅持有现金资源约为55.5亿元,但其中只有25.5亿元现金可供自由支出,近30亿元货币资金受到限制。

而接下来的一年内,新华联文旅将有接近86亿元的短期借款会陆续到期,该公司期末持有的现金资源无法覆盖短期借款。至2019年6月底,新华联文旅的全部有息借贷规模已经从年初近244亿元,增加到253亿元。

在2016~2018年度,新华联文旅平均四个季度末结余的货币资金余额分别为52亿元、72亿元、61亿元,到今年6月末则进一步减少至55.5亿元。

新华联文旅方面没有回应公司账面上沉淀金额庞大的固定资产、在建工程、无形资产后,对上市公司的资金占用情况,以及后续将会如何改善、提升公司的流动性水平。

公告

北京家捷网通科技有限责任公司/张祖国:我拟将所持有的北京蓝波万维宽带网络有限责任公司(以下简称“蓝波公司”)94.71%股权对外转让,根据《公司法》及蓝波公司章程,通过中国邮政向你公司/你寄送股权转让通知书和召开临时股东会议的通知,但被退回。现公告如下:

一、我拟将持有的蓝波公司94.71%股权转让给北京中昊盛泰投资管理有限公司,转让价款人民币30万元,股权转让协议

书签署生效后五日内一次性汇款支付。受让人除支付股权转让价款外,还应承担此次股权转让所涉全部税费。

二、请你公司/你自公告之日起30日内,书面回复我,是否同意我对外转让蓝波公司94.71%股权,以及是否按照上述同等条件,购买我持有的蓝波公司股权。逾期视为同意我对外转让上述股权。

三、定于2019年10月11日15:00在北京市朝阳区朝阳门外

大街18号丰联广场A座30层会议室召开蓝波公司股东会,由我召集,议题为:

1. 我拟将所持有的蓝波公司94.71%股权转让给北京中昊盛泰投资管理有限公司的议案;
2. 其他股东是否行使优先购买权的议案;
3. 解除刘树榕先生董事职务,选举陈丁诚为新董事的议案;
4. 公司章程修正案的议案。

北京丰联广场大厦有限公司
2019年9月9日