

FOSUN Holiday
复星旅文

度假让 生活更美好

BETTER HOLIDAY
BETTER LIFE

中期业绩 演示材料

2024

复星旅游文化集团
FOSUN TOURISM GROUP
根据开曼群岛的法律注册成立的有限公司
股份代号: 1992. HK



本文件的原意并非提供任何有关复星旅游文化集团（「**本集团**」）的事宜的详尽说明。阁下应避免倚赖本文件所载的任何数据。本集团目前并无及日后不会就本文件或其中所载任何数据或意见或任何持份者或其顾问可取得的任何其他书面或口头数据或意见的准确性、公平合理性、正确或完整性作出或提供任何陈述、保证或承诺，且目前并无及日后不会就上述内容作出任何明示或暗示。本集团或其任何股东、董事、高级职员、雇员、联属人士、顾问或代表（「**有关各方**」）目前或日后概不就或对于上述内容承担任何责任（包括但不限于失实责任）。有关各方明确表示，彼等概不就因使用本文件或其内容或与本文件相关的任何其他方式而招致的任何损失承担责任。本集团假设本文件载列的信息适用于当前情况，该等信息可能会随时更改，而不另行通知。有关各方概不就促使任何收件人收取本文件的信息、或就更新本文件的信息或更正本文件所包含的任何明显错误承担责任。倘本文件与本集团截至2024年6月30日止的中期业绩公告及本集团截至2024年6月30日止的中期业绩报告（「**中期文件**」）出现任何冲突，概以中期文件为准。

有关前瞻性陈述的提示声明

本推介材料包括前瞻性陈述。除历史事实陈述外，凡涉及复星旅游文化集团（「**本集团**」）预期或预计会发生或可能发生的活动、事件或发展的陈述均为前瞻性陈述（包括但不限于预测、目标，估计和业务计划）。由于各种因素和不确定性以及我们无法控制的其他风险和因素，本集团的实际业绩或发展可能与该等前瞻性陈述所表述者出现重大差异。此外，本集团于本日作出本文件提及的前瞻性陈述，概不承担更新该等陈述的义务。除非另有阐明，此推介材料年度数据均采用2024年1月至6月平均汇率进行折算（EUR/CNY=7.71200, HKD/CNY=0.90869, GBP/CNY=9.02510）；期末数据均采用2024年6月30日的汇率进行折算（EUR/CNY=7.66170, HKD/CNY=0.91270, GBP/CNY=9.04300）。

CONTENTS

目录

1 执行摘要

2 运营概览

3 财务概览

4 战略展望

5 附录

旅游运营¹营业额

人民币**10,649**百万元

▲ **11%**

收入

人民币**9,415**百万元

▲ **6%**

经调整EBITDA

人民币**2,087**百万元

(23年同期人民币2,300百万元)



资本市场认可度与美誉度提升
ESG评级及排名优异

- 蝉联《机构投资者》“中国大陆及中小型企业—最受尊崇企业”，并首次上榜亚洲区，多类别位居前列
- 大中华区酒旅业唯一获评MSCI ESG AAA企业
- 持续入选标普全球《可持续发展年鉴(中国版)》，蝉联“行业最佳进步企业”，全球行业排名跻身至前9%
- 连续三年入选“恒生可持续发展企业基准指数系列”成分股，并获评A等级

归属于股东之利润

人民币**322**百万元

(23年同期存在出售Kemer度假村及售后回租Les Boucaniers度假村的一次性收益)

剔除一次性处置度假村收益的归属于股东之利润

▲ **20%**



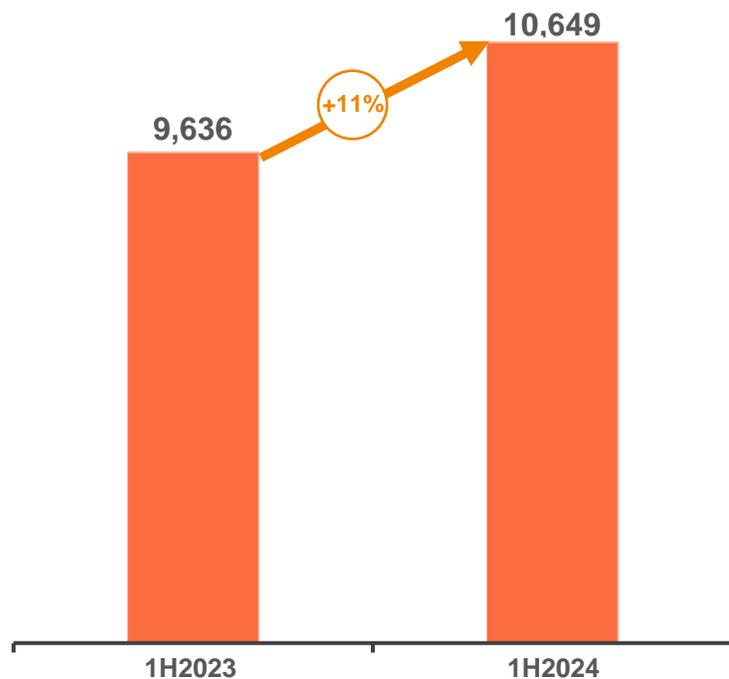
轻资产战略落地的新里程碑
拟积极引入战略伙伴的机会

- 太仓项目二期正式签约，由太仓市政府平台出资超人民币50亿元打造，由复星旅文运营管理
- 2024年4月，出售Club Med法国度假村Cargese，现金净流入人民币78百万元
- 集团正积极探索引入战略合作伙伴共同发展存量及全新目的地项目的机会

2024年上半年集团营业额稳健增长，盈利结构优化

旅游运营¹营业额

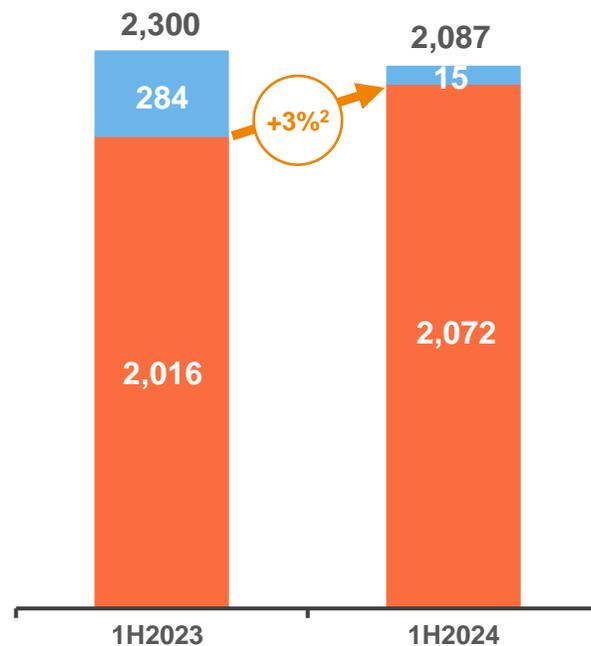
(人民币百万元)



经调整 EBITDA

(人民币百万元)

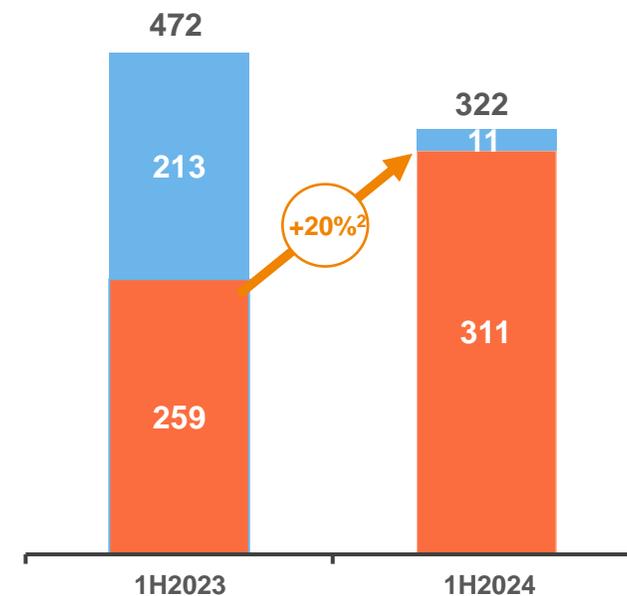
■ 剔除一次性处置度假村收益 ■ 一次性处置度假村收益



归属于股东之利润

(人民币百万元)

■ 剔除一次性处置度假村收益 ■ 一次性处置度假村收益



注:

¹旅游运营包括Club Med及其他、三亚亚特兰蒂斯、度假资产管理中心和复游会及相关业务

²剔除一次性处置度假村收益的增长率

Club Med 地中海俱乐部

- 营业额人民币**8,894**百万元，同比**+10%**
- 经调整EBITDA人民币**2,003**百万元
- 平均每日床位价格人民币**1,922**元，同比**+8%**
- 容纳能力同比**+4%**
- 平均客房入住率**70.4%**，同比**+1**个百分点
- 产能高端化，**100%**度假村是高端及尊享系列

ATLANTIS SANYA 三亚·亚特兰蒂斯

- 营业额维持高位，人民币**866**百万元
- 入住率创新高**89.6%**，同比**+3**个百分点
- 经调整EBITDA人民币**294**百万元
- 平均每日房价人民币**2,044**元

FOSUN Holiday 复星旅文



太仓阿尔卑斯国际度假区
TAICANG ALPS RESORT



丽江地中海国际度假区
LIJIANG CLUB MED RESORT

- 太仓：
营业额人民币**113**百万元，到访**29**万人次
- 丽江：
营业额人民币**46**百万元，同比**+15%**，
到访**11**万人次，同比**+67%**



复游会

- 营业额稳定，人民币**173**百万元
- 会员规模**690**万，同比**+13%**



经营活动净现金流

2024上半年
人民币**12**亿元
(2023年上半年：人民币**17**亿元)



现金及银行结余

截至2024年6月30日
人民币**35**亿元
(2023年12月31日：人民币**30**亿元)



未使用的银行贷款额度

截至2024年6月30日
人民币**33**亿元

CONTENTS

目录

1 执行摘要

2 运营概览

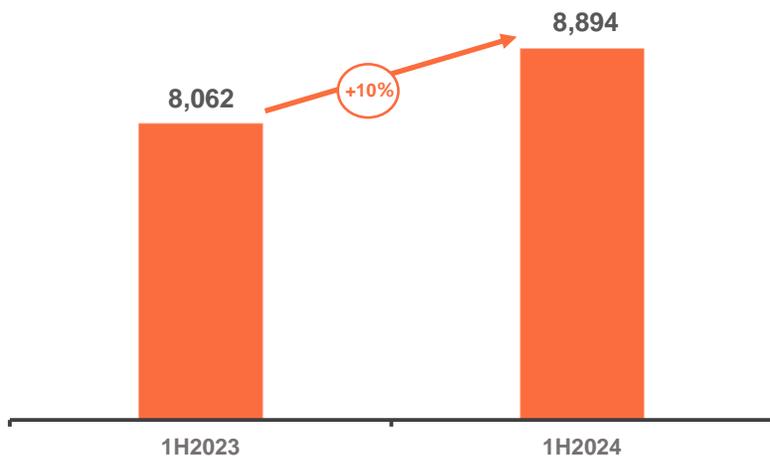
3 财务概览

4 战略展望

5 附录

Club Med: 2024年上半年表现创纪录

营业额¹
(人民币百万元)



经调整EBITDA
(人民币百万元)



经营利润
(人民币百万元)



概览

67家度假村

71% 直销
(及半直销)率

40+个国家
及地区
销售和经营

标志性的
全球度假品牌



战略

升级战略

- 高端及尊享系列度假村容纳能力占99%，较2023年上半年+2个百分点
- ▶ 更高的平均每日床位价格人民币1,922元，较2023年上半年+8%

智能数字化

- 2024年上半年，Club Med全球销售网络的**直销(及半直销)率**达71%，较23年同期基本持平
- ▶ 27%的个人客户全面选用网上预订：较2023年上半年+3个百分点

成为行业的首选雇主

为员工提供“改变人生的体验”

业务全球化 运营本土化

- 环球据点，同时于当地为客户提供各种产品及服务
- ▶ 平衡市场及目的地以实现增长并分散区域营运风险

快乐关怀

- 致力确保目前100%的度假村均获得Green Globe⁴认证，并以所有新建或重大翻修项目取得BREEAM⁵认证或其他同等水平的生态认证为目标

注：1 按一致汇率计

2 度假村运营产生的非经常性项目包括处置子公司及长期资产产生的利得（损失）、减值及拨备、重组以及处置损失保险等

3 经常性项目的增长率

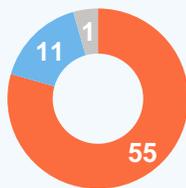
4 Green Globe：国际可持续性旅行标准

5 其为世界领先的总体规划项目、基础设施及楼宇可持续性评估方法；其认可并反映整个楼宇环境生命周期（从新建至使用及翻新）中高性能资产的价值

Club Med: 2024年上半年67个度假村明细

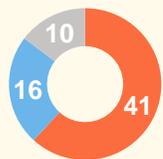
按类别

- 高端系列及尊享系列度假村总数达66家
- 尊享系列占16%



- 高端系列
- 尊享系列
- 三星级 (于2024年3月关闭)

按合约

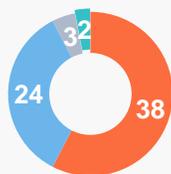


- 租赁
- 管理
- 自持

- 主要为租赁及管理模式，占度假村总数的85%
- 自持度假村占总度假村组合15%

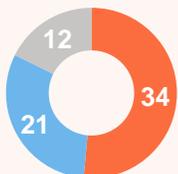
按目的地

- 主要为山地及阳光型，占度假村总数的93%
- **山地**: 欧非中东16家 (法国14家、意大利1家、瑞士1家)，亚太区7家 (中国3家、日本4家) 及美洲1家 (加拿大)
- **阳光**: 欧非中东18家、亚太区9家及美洲11家



- 阳光
- 山地
- 地中海·邻境
- 地中海·白日方舟

按区域



- 欧非中东
- 亚太区
- 美洲

- 主要位于欧非中东及亚太区，占度假村总数的82%

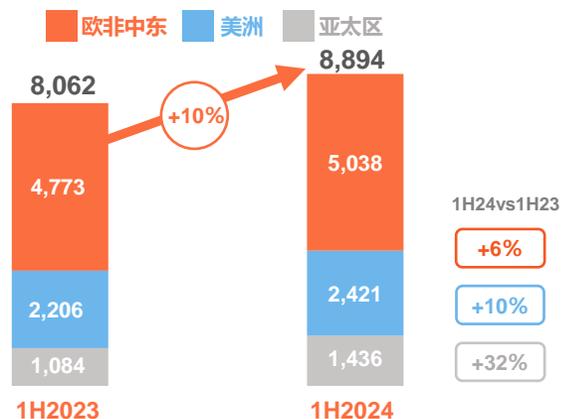


Club Med: 2024年上半年业绩创新高

在不同地区面临经济不确定性，地缘政治紧张及高通胀情况下，业务表现依然强劲

营业额¹

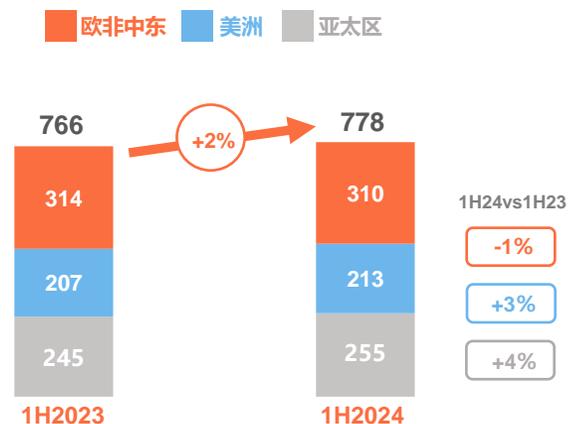
(RMB million)



营业额：
人民币**8,894**百万元，
较2023年上半年**+10%**

客户人次

('000)



客户人次：
较2023年上半年**+2%**，
主要受亚太区和美洲的持续
增长带动

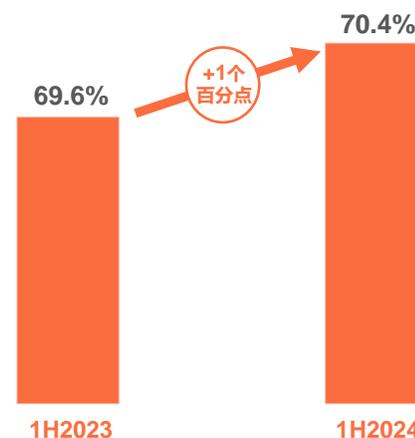
度假村容纳能力²

('000)



容纳能力：
较2023年上半年**+4%**

平均客房入住率



全球平均客房入住率：
达约**70.4%**，
较2023年上半年**+1个
百分点**

注：¹按一致汇率计

²度假村容纳能力：于特定期间或年度的可供销售床位总数

Club Med: 专注价格提升、容纳能力增长及产品组合优化

价值定价策略

- 平均每日床位价格人民币1,922元, 较2023年上半年+8%



升级度假村组合以推动可持续增长

2024年升级战略:
高端及尊享系列 较2023年上半年
容纳能力+2个百分点

容纳能力的99%
客户的99% } 高级或非常高级



聚焦两个战略产品系列



2024年上半年

- 全球24家度假村
- 冬夏双季运营的独特价值主张

营业额

较2023年上半年+22%
平均每日床位价格人民币2,560元,
较平均价格高33%

2024年上半年

- 占Club Med 容纳能力的13%
- 占全球营业额的17%
- 73,000名客户

营业额

较2023年上半年+11%
平均每日床位价格人民币2,699元,
较平均价格高40%



容纳能力持续增长

到2026年, 容纳能力将较2023年增长超过13%

计划于2024年开业的度假村:

- 中国-地中海-邻境黑龙滩度假村 (已开业)
- 法国-Club Med Vittel Ermitage
- 法国-Club Med Serre Chevalier



已于2023年开业,
并强劲带动2024年上半年增长表现的度假村:

- 日本-Club Med Kiroro Grand
- 法国-Club Med La Rosière 尊享系列套房
- 中国-地中海-白日方舟南京仙林度假村
- 中国-地中海-白日方舟太仓度假村

Club Med: 2024年下半年预订喜人 (截至2024年8月3日)

预订量

2024年下半年出发的预订量较2023年下半年¹ +6%

+8% 美洲 **+4%** 欧非中东 **+12%** 亚太区

- 在整体经济和地缘政治背景下表现强劲
- 山地目的地的领导力及战略性增长
- 所有地区增长



平均每日床位价格

价值策略: 2024年下半年出发的平均每日床位价格同比¹ +5%

+9% 美洲 **+4%** 欧非中东 **+4%** 亚太区

- 得益于战略升级的阳光和山地目的地
- 充分考虑全球高通胀和紧张经济形势带来的影响



酒店房晚²

2024年下半年酒店房晚同比+1%

-1% 美洲 **持平** 欧非中东 **+8%** 亚太区

- 亚太市场和山地目的地势头强劲
- 符合产品组合及容纳能力优化



注:

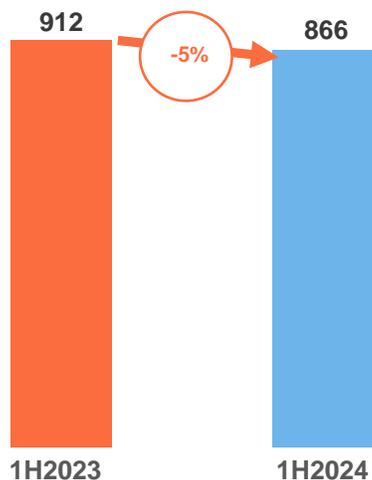
¹截至2024年8月3日录得的BV STS (住宿、旅游及服务) 预订情况

²酒店房晚: 由商业市场 (代理商、网络、中介等) 销售的酒店日的商业单位

三亚亚特兰蒂斯¹：营业额维持高位，入住率、到访人次创历史新高

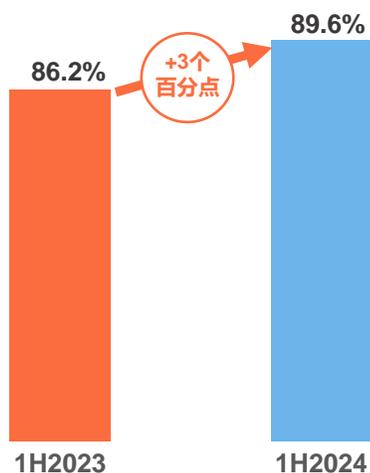
营业额²

(人民币百万元)



入住率

(%)



顺应市场趋势变化 入住率再破高位

- 度假区营业额达人民币866百万元, 维持高位
- 平均客房入住率达**89.6%**, 同比**+3个百分点**, **创历史新高**
- 为适应国内旅游住宿市场定价调整以维持产品竞争力, 客房平均每日房价达人民币2,044元
- 经调整EBITDA达人民币294百万元



第1名

抖音吃喝玩乐榜
三亚地区
住宿人气榜&热搜榜



344万

到访人次
破历史记录



83.42%

福布斯旅游指南
得分及星级 2024



4.8

美团/ 大众点评评分
领跑三亚演艺

精彩内容不断 推动非房收入提升

- 婚礼：场次同比**+26%**，推出The ONE水上婚礼堂全新体验
- 春节打造龙年主题活动：投影秀、王者荣耀主题限时特展、美人鱼大秀及水下舞龙
- 5月迎来六周年庆典：携手迪拜亚特兰蒂斯共创双城食记，搭配绚烂焰火、科技水幕等，成为三亚旅游亮点



注：

¹ 指三亚亚特兰蒂斯度假区，包含三亚亚特兰蒂斯单体、C秀及复游拍业务

² 2023年上半年数据已重述



太仓阿尔卑斯国际度假区

概览

- 位于中国华东地区江苏省太仓市，太仓南站周边
- 提供各种主题体验和特色旅游，包括但不限于华东地区规模级室内滑雪场、Club Med 地中海白日方舟·太仓度假村、主题商业街（以上运营部分均已于2023年11月开业）和可售度假物业单位

资金安排

- 因地产部分及一期项目运营均已完工，已过投资开发阶段，未来专注于运营能力的强化及潜力市场的开拓
- 截至2024年6月30日，太仓阿尔卑斯国际度假区已获批项目开发贷款额人民币2,074百万元，其中已经使用人民币1,283百万元

阿尔卑斯雪世界

GFA 91,000 m²
 运输“魔毯” 7条
 雪道总长度 达500米
 雪道数量 5



Club Med 地中海白日方舟·太仓度假村

GFA 约50,000 m²
 房间数 308



截至2024年6月30日，太仓阿尔卑斯国际度假区已售（含预售），已交付情况如下：

期间	已售（含预售） 套数 (套)	已售（含预售） 货值 (人民币百万元)	已交付套数 (套)	已交付面积 (平方米)	已确认收入 (人民币百万元)
2024年上半年 预售起至 2024年6月30日	24 1,447	58.2 3,774.5	51 1,411	5,678.5 157,480.9	120.4 3,365.1

度假资产管理中心：丽江地中海国际度假区



丽江地中海国际度假区

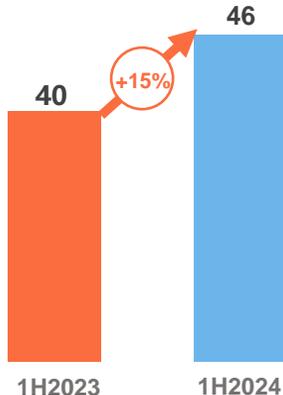
概览

- 位于中国西南地区云南省丽江市白沙镇
- 定位为针对中高端客户的国际旅游目的地
- 包含Club Med丽江度假村、丽江地中海岸度假酒店、雪山里巷商业街区、阿美泽 (AMAZE) 雪山营地等内容及雪山脚下度假屋

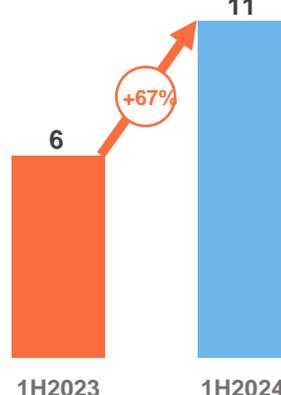
资金安排

- 因项目运营及地产部分均已完工，已过投资开发阶段，未来聚焦于运营提升
- 截至2024年6月30日，已获批项目开发贷及其它贷款额为人民币1,585百万元，其中已使用人民币638百万元

营业额
(人民币百万元)



到访人次
(万人)



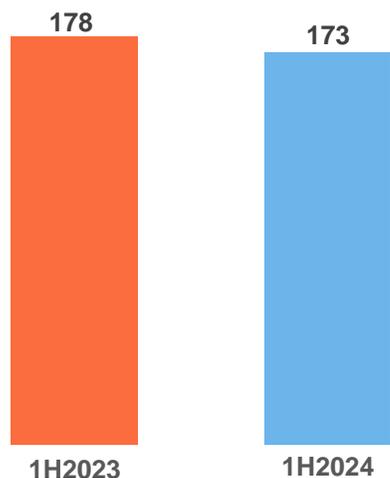
截至2024年6月30日，丽江地中海国际度假区已售，已交付情况如下：

期间	已售套数 (套)	销售货值 (人民币百万元)	已交付套数 (套)	已交付面积 (平方米)	已确认收入 (人民币百万元)
2024年上半年 预售起至 2024年6月30日	30	38.0	23	1,854.0	26.3
	154	183.2	129	7,798.1	139.8

复游会及相关业务：打造高效高质会员平台，提升用户体验

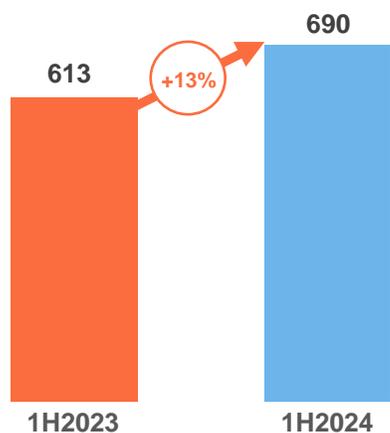
营业额

(人民币百万元)



会员规模

(万)



定位为复星旅文
全球会员平台

提供差异化的会员产品，
满足不同家庭客群的度假需求

会员包括Club Med、
三亚亚特兰蒂斯及
复星旅文旗下各业务板块会员

Thomas Cook 英国

- 2024年上半年，Thomas Cook 表现良好，营业额同比增长
- Thomas Cook通过优化营销支出以实现更高利润率，专注于长途度假产品，使其进一步获益



2024年深耕四大业务板块

Club Med 
地中海俱乐部



- 推进全球升级战略，专注山地系列及尊享系列产品线
- 积极拓展客源市场，通过加强数字化营销，提高市场占有率和品牌影响力
- 中国市场：持续开拓新产品线白日方舟和邻境；把握出入境游复苏机遇


ATLANTIS
SANYA
三亚·亚特兰蒂斯



- 丰富并提升产品及服务体验，增加非房收入
- 进化销售及营销体系，增加直销比例
- 优化成本，全面提升运营效率
- 进一步拓展亚太区及中国下沉市场

度假资产管理中心



- 持续提升太仓阿尔卑斯和丽江地中海度假区运营能力
- 积极探索引入战略投资者机会，强化轻资产输出能力

 复游会



- 完善消费、企业、员工会员三类会员权益，提升服务及复购率
- 加强异业合作，融通复星生态体系，打造差异化产品
- 强化MICE业务开拓

CONTENTS

目录

1 执行摘要

2 运营概览

3 财务概览

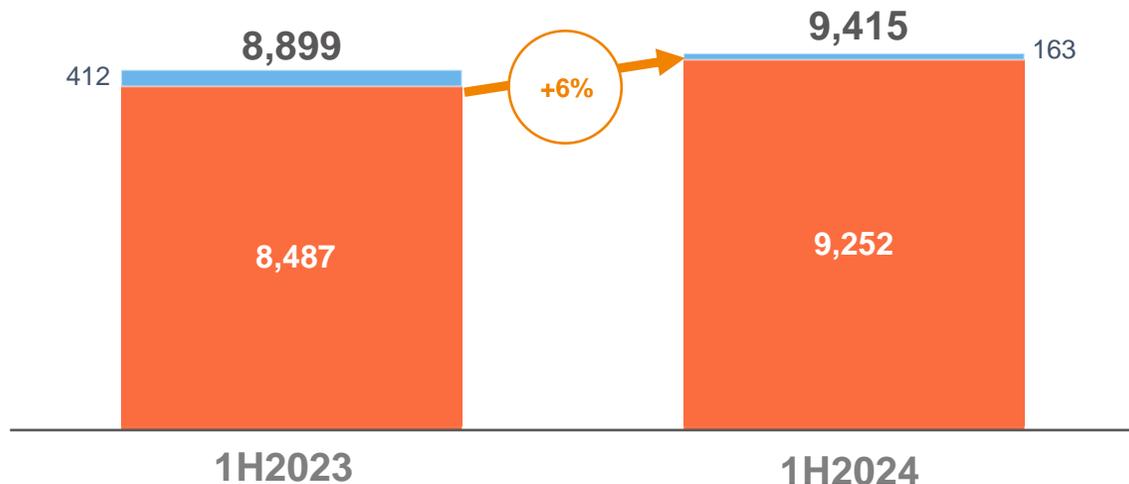
4 战略展望

5 附录

2024年上半年核心财务指标

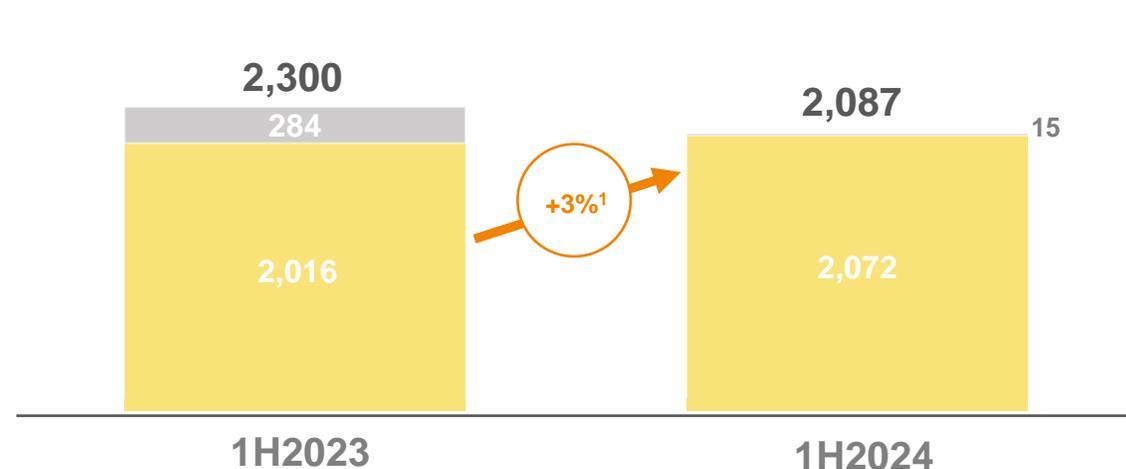
收入

(人民币百万元)



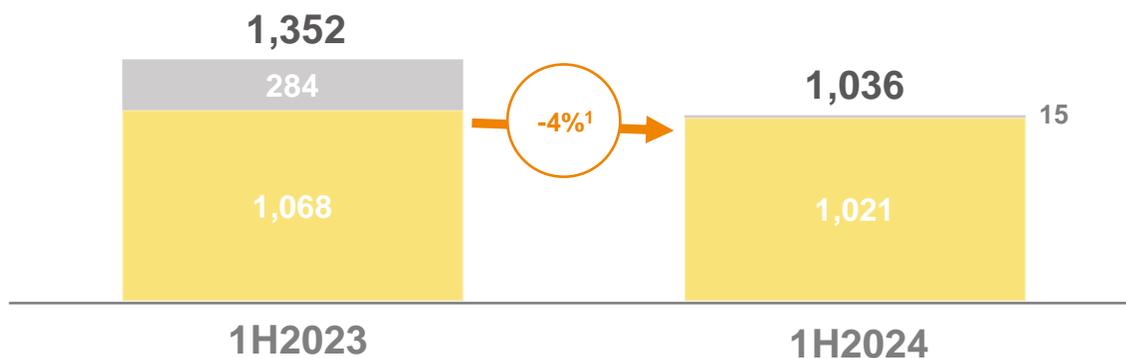
经调整EBITDA

(人民币百万元)



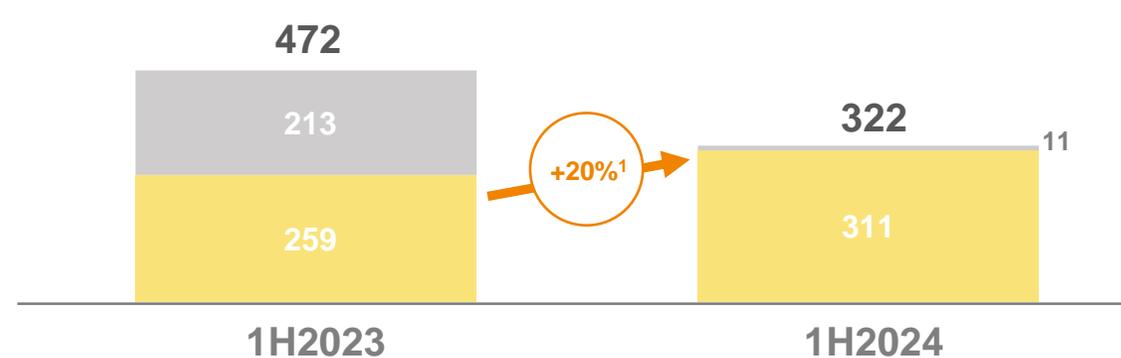
经营利润

(人民币百万元)



归属于股东之利润

(人民币百万元)



■ 旅游运营

■ 物业销售及建造服务

■ 剔除一次性处置度假村收益

■ 一次性处置度假村收益

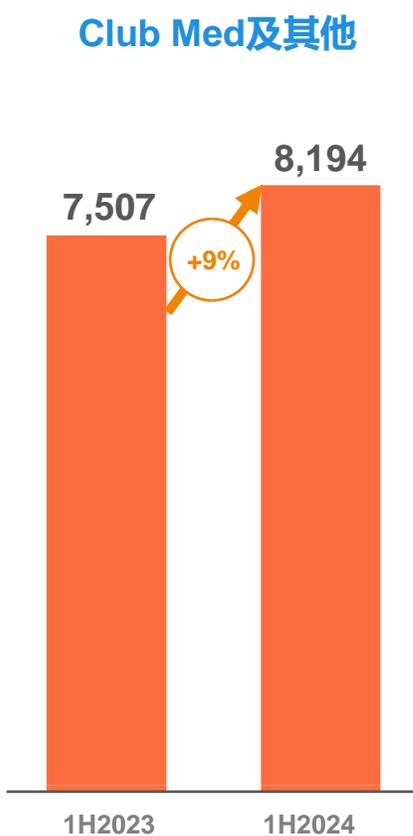
注:

¹剔除一次性处置度假村收益的增长率

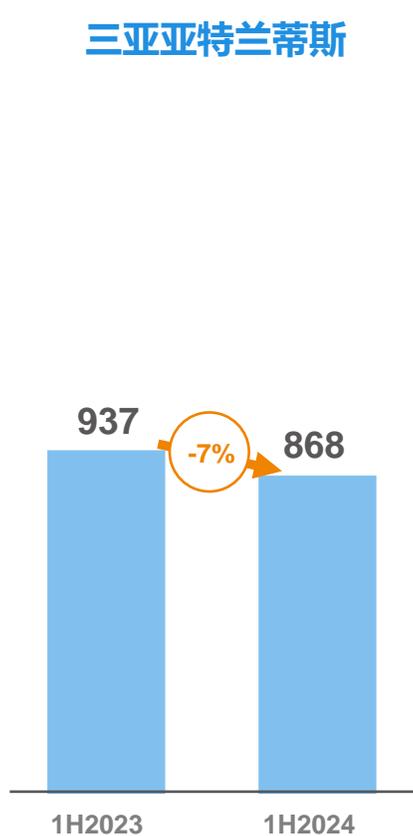
收入 (按业务板块划分)

(人民币百万元)

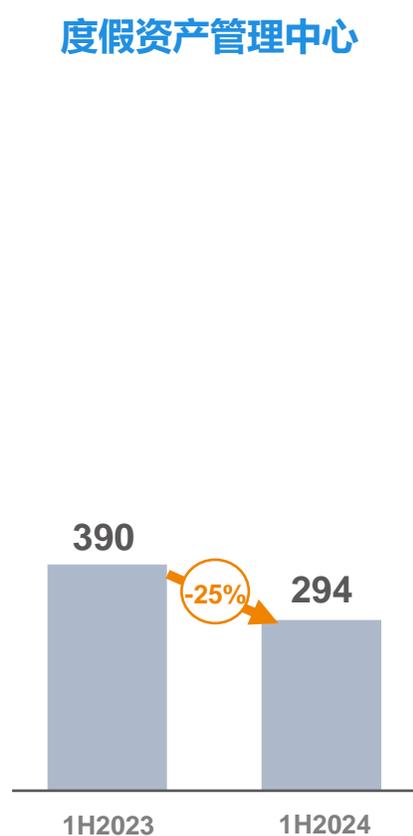
Club Med及其他



三亚亚特兰蒂斯



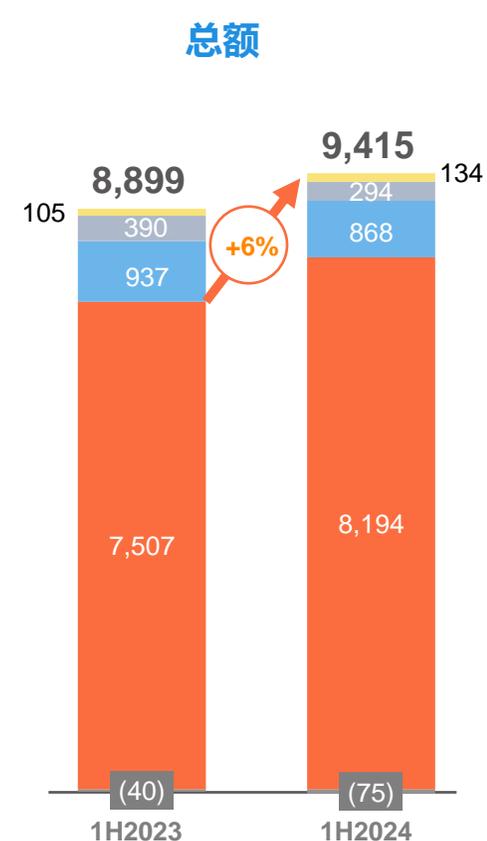
度假资产管理中心



复游会及相关业务



总额



Club Med及其他

三亚亚特兰蒂斯

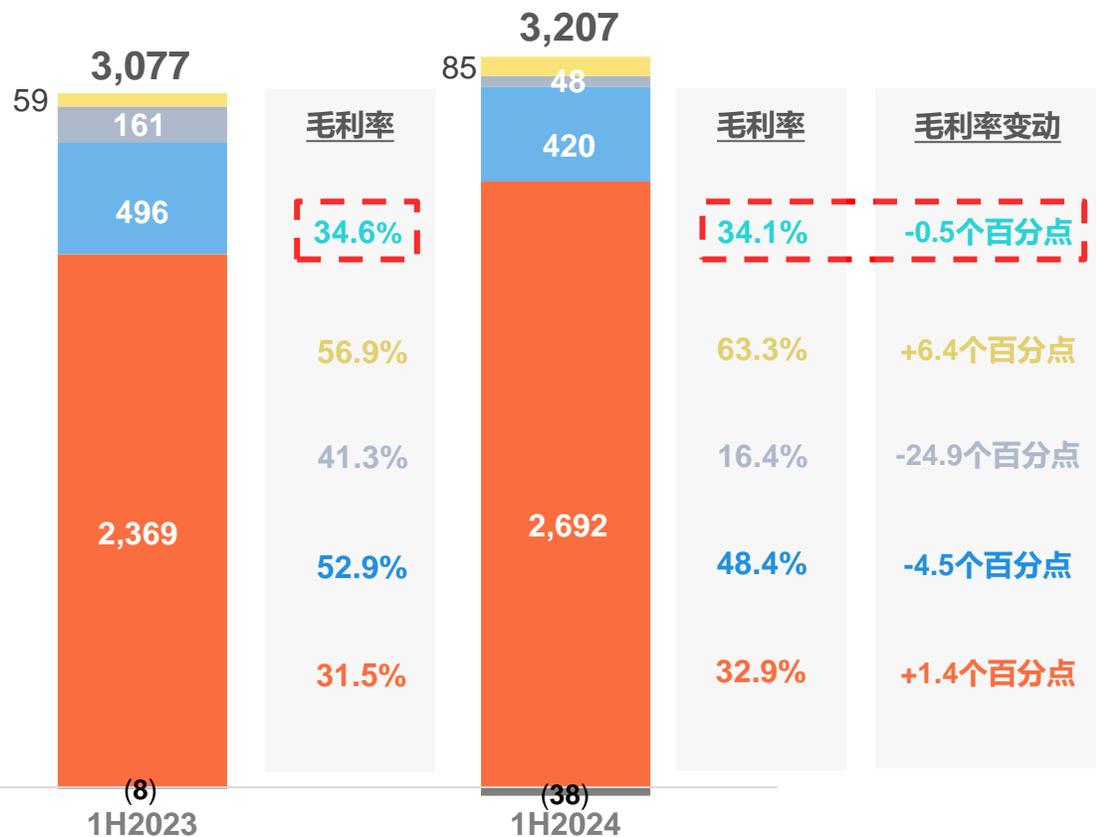
度假资产管理中心

复游会及相关业务

抵销

毛利及毛利率

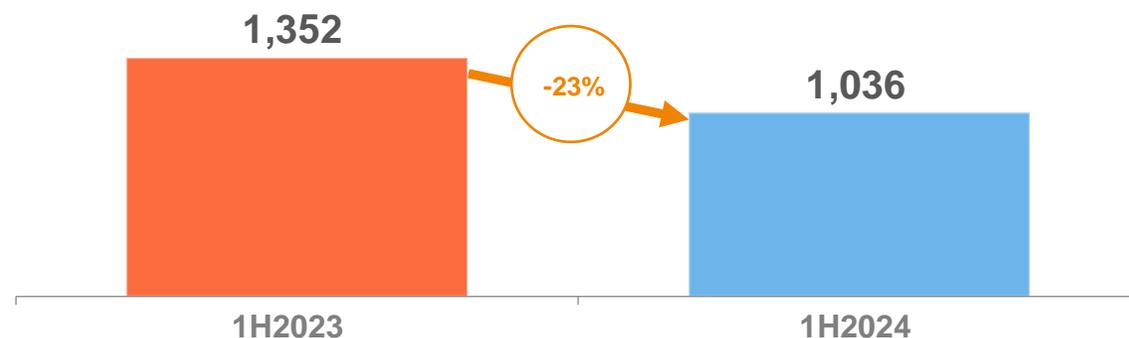
(人民币百万元)



- Club Med及其他
- 三亚亚特兰蒂斯
- 度假资产管理中心
- 复游会及相关业务
- 抵销
- 集团整体

经营利润

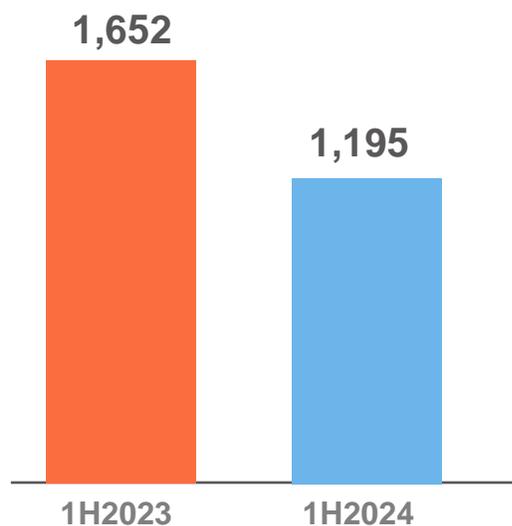
(人民币百万元)



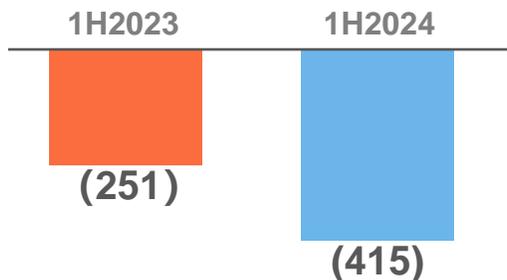
现金流：财务状况稳健，现金余额提升

现金及银行结余  2024年6月30日：人民币**35**亿元
(2023年12月31日：人民币30亿元)

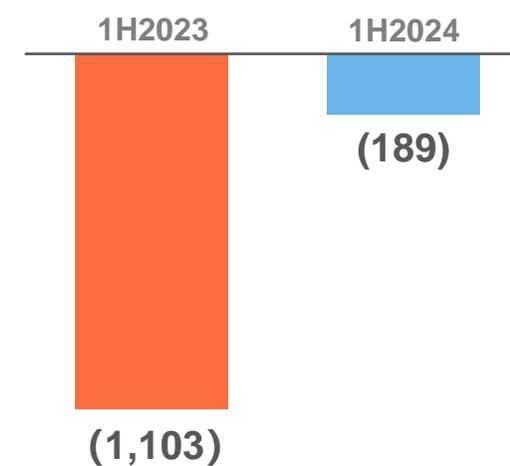
经营活动产生现金流净额¹
(人民币百万元)



投资活动所用现金流净额¹
(人民币百万元)



融资活动所用现金流净额¹
(人民币百万元)



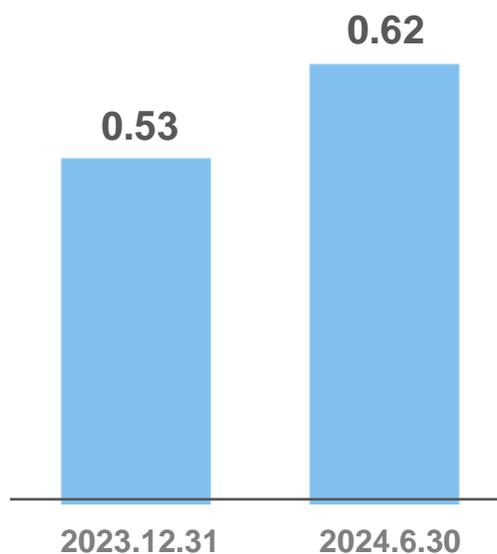
注：¹不包含受限资金的变动

融资结构：流动比率优化，净债务相对稳定

净债务¹ (¥)

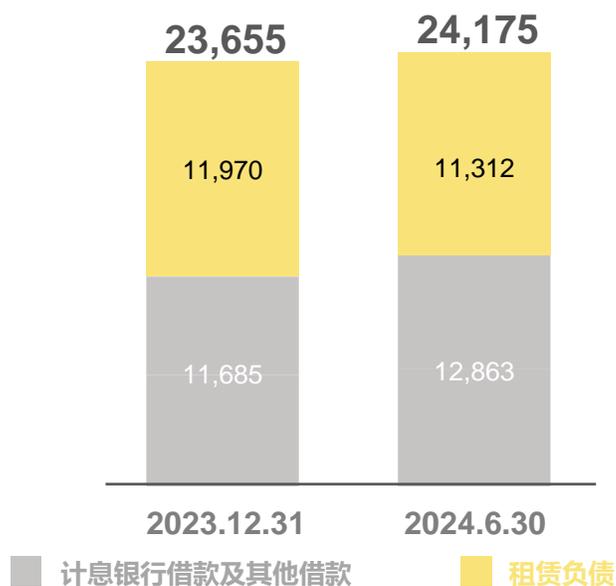
2024年6月30日：人民币**93**亿元
(2023年12月31日：人民币87亿元)

流动比率²

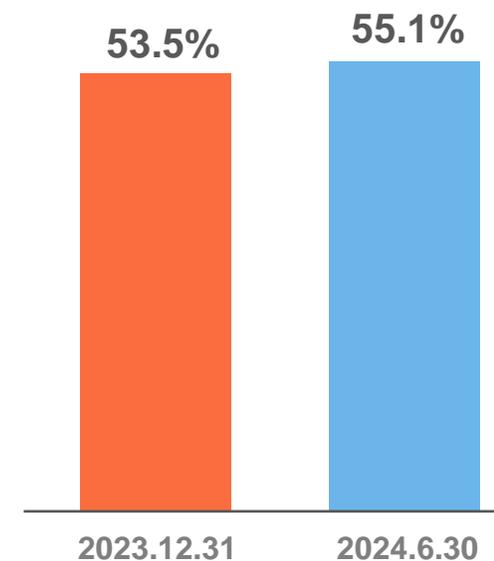


融资明细

(人民币百万元)



杠杆比例³



注：1 不包含租赁负债

2 流动比率相等于流动资产除以截至期末的流动负债

3 杠杆比例相等于净债务占截至期末总资产的百分比

CONTENTS

目录

1 执行摘要

2 运营概览

3 财务概览

4 战略展望

5 附录

全球

一季度国际旅游人次恢复至2019年的

97%

- 联合国旅游组织预计，2024年国际旅游人次将恢复至疫情前水平，欧美及亚太市场持续复苏
- 通胀压力及地缘政治紧张等因素将持续影响全球经济，或致消费者支出减少，运营成本增加

国内

上半年国内出游人次恢复至2019年的

88%

- 出游人次同比增长14%，旅游热情持续高涨
- 消费分级明显：“升级”与“降级”同时发生，消费者对品质和体验的要求日益提升，同时在消费决策上也更为谨慎和理性，更注重质价比

模式



轻资产

赛道



城市 度假

冰雪 度假

国内：聚焦城市与冰雪赛道，加速新产品线落地

城市/城市群



地中海·白日方舟 地中海·邻境

超级度假城市



超级地中海

核心旅游城市



城市文旅MALL

冰雪目的地



室外+室内

滑雪+娱乐

轻资产运营输出

全球：持续强化全球运营，开拓新兴目的地及客源地

覆盖全球 **6** 大洲

26 个国家及地区

全球度假村数量

~70 家



Club Med
加拿大魁北克夏洛瓦度假村



Club Med
坎昆度假村



Club Med
法国拉洛希尔度假村



Club Med
丽江度假村

目的地开拓



客源地开拓



CONTENTS

目录

1 执行摘要

2 运营概览

3 财务概览

4 战略展望

5 附录

经调整EBITDA

	截至6月30日止	
	2023年上半年	2024年上半年
	人民币千元	人民币千元
除所得税前利润/ (亏损)	678,550	387,816
经调整以下各项:		
折旧	898,036	978,604
摊销	78,336	70,355
财务费用	660,282	646,433
土地增值税	(38,426)	(12,282)
EBITDA	2,276,778	2,070,926
添加以下各项:		
以权益结算以股份为基础的付款	22,883	15,591
经调整 EBITDA	2,299,661	2,086,517

关于复星旅游文化集团

复星旅游文化集团（简称“复星旅文”，股份代号：1992.HK）是全球领先的综合性旅游休闲度假集团之一。作为复星“快乐”业务板块的核心组成，复星旅文以“度假让生活更美好”为使命，致力于引领度假生活，智造全球领先的家庭休闲度假生态系统。

集团旗下品牌及产品包括在全球运营60余座度假村的精致“一价全包”度假的全球领导者Club Med地中海俱乐部，一站式海洋主题的高端综合度假目的地三亚·亚特兰蒂斯，一站式国际旅游休闲度假目的地太仓阿尔卑斯国际度假区与丽江地中海国际度假区、复星旅文全球会员平台复游会等。

About Fosun Tourism Group

Fosun Tourism Group (also known as FTG and Fosun Holiday, stock code: 1992.HK), is a world-leading leisure-focused integrated tourism group. As a core component of Fosun's Happiness business segment and embracing the mission of “Better Holiday, Better Life”, Fosun Tourism Group endeavors to pioneer holiday lifestyle and create a world-leading family leisure and tourism ecosystem.

Fosun Tourism Group owns brands and products including Club Med, the global leader operating more than 60 resorts that offers exquisite “all-inclusive” holidays; Atlantis Sanya, a one-stop ocean-themed integrated high-end tourism destination; Taicang Alps Resort and Lijiang Club Med Resort, two one-stop global leisure and tourism destinations; Foryou Club, the global membership platform of Fosun Tourism Group, etc.

