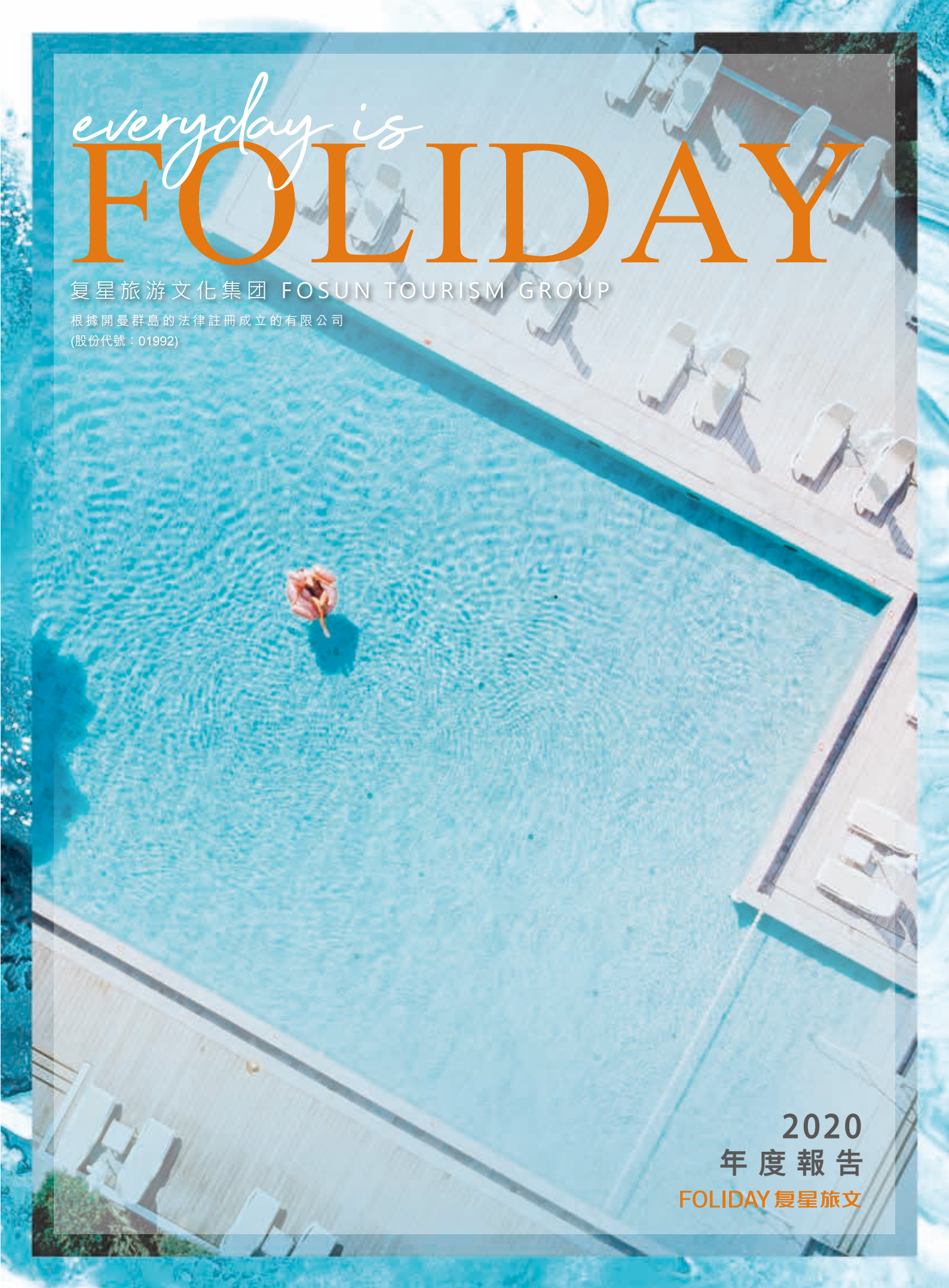


everyday is

FOLIDAY

復星旅游文化集团 FOSUN TOURISM GROUP

根據開曼群島的法律註冊成立的有限公司

(股份代號：01992)

2020
年度報告

FOLIDAY 復星旅文

目錄

2	財務摘要
4	致股東的信
8	業務回顧
46	管理層討論與分析
60	五年統計
61	企業管治報告
76	董事及高級管理人員簡歷
80	董事會報告
102	獨立核數師報告
109	綜合損益表
110	綜合收益表
111	綜合財務狀況表
113	綜合權益變動表
115	綜合現金流量表
119	財務報表附註
246	公司資料
248	詞彙定義

財務摘要

	截至12月31日止年度	
	2020年	2019年
	人民幣千元	人民幣千元
收入	**7,060,257**	17,337,169
度假村及旅遊目的地運營	**5,656,003**	11,260,192
旅遊相關物業銷售及建造服務	**468,872**	3,493,780
旅遊休閒服務及解決方案	**935,382**	2,583,197
毛利	**2,164,602**	5,538,725
經營(虧損)／利潤	**(1,675,918)**	2,071,225
所得稅稅前(虧損)／利潤	**(2,581,000)**	1,274,740
本年(虧損)／利潤	**(2,802,350)**	576,293
歸屬於本公司股東之(虧損)／利潤	**(2,568,073)**	608,722
經調整EBITDA	**193,809**	3,729,362
經調整淨(虧損)／利潤	**(2,762,108)**	644,440
每股基本(虧損)／盈利(以人民幣計)	**(2.08)**	0.49
每股稀釋(虧損)／盈利(以人民幣計)	**(2.08)**	0.49

Club Med Joyview
安吉度假村，中國

致股東的信

錢建農
復星旅遊文化集團
董事長

2020年，全球旅遊業遭遇史無前例的公共衛生危機，新型冠狀病毒肺炎疫情席捲各個國家和地區，大規模的公共衛生措施及旅行限制對全球旅遊業打擊至深。根據聯合國世界旅遊組織發佈的數據，國際旅遊人次減少10億人次，降幅74%，國際旅遊收入同比下降76.5%。2020年，本集團旅遊運營的營業額按年同比下降53.2%，達人民幣6,947.7百萬元。經調整EBITDA由2019年的人民幣3,729.4百萬元降至2020年的人民幣193.8百元，降低94.8%。2020年歸屬於股東之虧損為人民幣2,568.1百萬元，而2019年歸屬於股東之利潤為人民幣608.7百萬元。

2020年，受全球部分度假村因疫情關閉導致容納能力下降的影響，我們以Club Med品牌運營的度假村業務營業額較2019年同比減少58.4%至人民幣56.1億元，經調整EBITDA虧損達人民幣327.2百萬元。2020年2

至3月間，受中國疫情及防疫政策影響，三亞亞特蘭蒂斯不得不短暫關閉部分運營設施，全年到訪三亞亞特蘭蒂斯的遊客較2019年全年的約5.2百萬人次降至約4.6百萬人次，營業額為人民幣1,226.7百萬元，較去年下降6.5%。

然而，我們並不認為疫情僅僅帶來危機，其也是對團隊和組織執行力及敏捷力的集中考驗。本集團努力保持健康的財務水平、控制運營和總部成本。2020年亞特蘭蒂斯成功發行人民幣68億元CMBS，Club Med獲得1.8億歐元政府擔保貸款，並於2021年1月進一步落實7,000萬歐元政府擔保貸款。2020年末，集團現金及銀行餘額比2019年底增加人民幣24.3億元，短期債務比例從2019年末的29.7%[1]下降為16.4%[1]。2020年，Club Med固定成本節省為2.7億歐元，疫情開始後的十個月間的固定成本比去年同期下降41%。2020年人力資源費用與去年同比下降34%，資本開支較去年同比下降35%；三亞亞特蘭蒂斯總運營成本較去年同比減少人民幣92.3百萬元，全年人力成本與去年同比下降17.0%，全年能源費用與去年同比下降17.8%。

2020年是挑戰與機遇並存的一年。中國疫情率先受控，國內旅遊人數降幅按季度呈現逐季收窄的趨勢，疫情得以緩解的夏季呈現了爆發式的旅遊需求反彈，我們以顯超行業的速度推動疫後重啟和業務恢復。2020年下半年，得益於出色的產品力和品牌力，三亞亞特蘭蒂斯的營業額逆勢取得增長，較去年同期增長36.5%。全年經調整EBITDA較2019年不降反升，錄得人民幣607.8百萬元，創開業以來最佳紀錄。Club Med中國區度假村的業績亦創單季度新高，與去年同期相比，其營業額於2020年第四季度增長35%。

繼三亞亞特蘭蒂斯之後，我們兩大以「復遊城」命名的綜合旅遊目的地建設和預售於2020年持續推進。麗江復遊城國際遊客中心已於2020年開門迎客，Club Med麗江將於2021年下半年開業運營。太倉復遊城的一

註：

1 不包括因實施國際財務報告準則第16號《租賃》準則計量的計息債務。

大IP — 室內滑雪場「阿爾卑斯雪世界」的建設已經於2021年1月全面動工，並預期於2023年投入運營。

2020年，我們在數字化建設的推進方面收效卓著。2020年7月，我們在收購了擁有近180年歷史的Thomas Cook品牌後八個月，於中國重新發佈「Thomas Cook生活方式平台」，令其以數字化、平台化的方式煥然新生。截至2020年12月31日，平台實現下載量達54.9萬，月度活躍用戶數為25萬，年營業額約達人民幣183.7百萬元。同時，Thomas Cook在英國以在線旅行社的模式於2020年9月開始試運營，此舉將進一步加強我們在歐洲的渠道建設和多樣化旅遊產品的打造。2021年1月1日至3月18日，Thomas Cook中國和Thomas Cook英國已累計實現交易額超過人民幣77.1百萬元。

疫情並未使我們暫停新度假村開發的腳步，我們積極規劃現有不同品牌線新的拓展路徑，為疫後保持領先的市場地位提供保障。2023年底前，Club Med計劃新開16家度假村，其中一半將落地中國。我們亦計劃在全球進一步拓展Casa Cook、Cook's Club及其他衍生品牌，截至2021年3月18日，我們已分別在地中海沿岸和中國簽署了13家和三家以輕資產模式運營的度假酒店，並計劃在未來三年內全球佈局不少於30家酒店。

疫情之後經濟重回增長是一個長期課題，而大量新的機會也在孕育之中。疫情常態化後的度假模式發生了深刻變革。首先，疫情激發了休閒旅遊的需求釋放，人們需要更多的安全感和陪伴。遊客將更加信任有運營品質、能提供衛生措施的旅遊供應商。Club Med實施相關政府機關發佈的新型冠狀病毒疫情防控政策，推出「Safe Together」計劃，成為贏得客戶信任和忠誠的基本標準；其次，旅遊業需要適應愈來愈臨時的出行決策，中國的很多預訂從提前1個月縮短到出發前3天，數字化、靈活的收益管理是關鍵。同時我們觀察到短途旅遊的需求蓬勃爆發，人們更加熱衷自駕出

Club Med翡諾島度假村,馬爾代夫

遊，Club Med Joyview和復遊城FOLIDAY Town將很好地填補短途旅遊度假產品的短缺；第三，數字化正助力我們進行精準營銷和用戶經營，相對傳統OTA，Thomas Cook更專注於家庭和年輕用戶的經營，在人氣旅遊產品，旅遊零售商品的佈局方面獨樹一幟，提升了客戶的綜合度假休閒體驗。

疫情期間，我們深入洞察消費者行為的變化，研判長期趨勢，在運營端敏捷調整。得益於我們的極具稀缺的優質的產品力和品牌力、精確的用戶定位、全球化的經營佈局及獨特的FOLIDAY生態體系，疫情下公司在產品力、品牌組合、數字化和新項目的推進方面都得到了進一步夯實。資產負債表管理上，我們努力獲取充沛的流動性，以保持健康的財務水平。我們欣然看到，截至3月17日，全球範圍內的新冠疫苗接種總量已超過3.8億劑次[1]，未來兩三個月內，全球的疫苗接種將進一步加速。我們被驗證的商業模式有助於應對危機並抓住危機後更多的反彈機會。我將和我的同事一起努力將這場危機的親歷成為未來發展的強大資產，持續為公司尋找增長的機會和動力。

最後，我由衷地感謝管理層和各位員工，感謝他們的貢獻和付出，並感謝董事會一如既往的支持。我們將繼續圍繞「讓全球家庭更快樂」的願景，全力倡導FOLIDAY全新生活方式，讓「Everyday is FOLIDAY」早日在全球實現，與股東共享FOLIDAY創新模式發展的收益。

董事長
錢建農
謹啟

2021年3月23日

註：

1 據美國約翰斯•霍普金斯大學發佈的數據

EVERYDAY IS
FOLIDAY

據弗若斯特沙利文報告，按2019年收入計，本集團是聚焦休閒度假旅遊的全球領先的綜合性旅遊集團之一，以及全球最大的休閒旅遊度假村集團。我們的願景是「讓全球家庭更快樂」。我們主張「快樂每一天」(Everyday is FOLIDAY)的生活方式，將旅遊及休閒的概念融入日常生活當中，並通過我們的FOLIDAY全球生態系統為客戶提供量身定制的一站式解決方案。

自2020年1月新型冠狀病毒肺炎疫情(「疫情」)爆發以來，各個國家和地區紛紛採取大規模公共衛生措施及旅行限制，對我們的業務造成了重大影響。我們的度假村及旅遊目的地運營以及旅遊休閒服務及解決方案(統稱為「旅遊運營」)的營業額[1](按一致匯率計)由截至2019年12月31日止年度的人民幣14,855.6百萬元降至截至2020年12月31日止年度的人民幣6,947.7百萬元，同比下降53.2%。我們的收入由截至2019年12月31日止年度的人民幣17,337.2百萬元降至截至2020年12月31日止年度的人民幣7,060.3百萬元。毛利由截至2019年12月31日止年度的人民幣5,538.7百萬元降至截至2020年12月31日止年度的人民幣2,164.6百萬元。經調整EBITDA由截至2019年12月31日止年度的人民幣3,729.4百萬元降至截至2020年12月31日止年度的人民幣193.8百萬元。截至2020年12月31日止年度之歸屬於股東之虧損為人民幣2,568.1百萬元，而截至2019年12月31日止年度歸屬於股東之利潤為人民幣608.7百萬元。

1 營業額指我們的度假村服務、旅遊目的地運營及其他旅遊相關服務及解決方案的銷售額總計，不論度假村是自有、租賃或管理的。

度假村

Club Med

Club Med總部設於法國，始創於1950年，是世界上知名的以家庭為中心的一價全包休閒度假服務提供商。截至2020年12月31日，我們在全球六大洲超過40多個國家和地區開展銷售和營銷業務，並運營65家度假村，其中，我們於歐非中東設有37家度假村（包括一艘遊輪），於美洲設有12家度假村，於亞太地區設有16家度假村（包括在中國的7家度假村）。在業務模式方面，14家度假村為自有模式，41家度假村為租賃模式，10家度假村為管理合約模式。

然而，由於疫情爆發以及全球各國採取公共衛生措施及實施旅行限制，我們所有度假村於報告期間一度臨時關閉。由於度假村的容納能力下跌54.7%，按一致匯率計，Club Med截至2020年12月31日的營業額為人民幣5,605.6百萬元，較去年同比減少58.4%。截至2020年12月31日於歐非中東、美洲及亞太區的營業額較去年分別減少58.4%、51.8%及65.0%。與截至2019年12月31日的人民幣2,273.4百萬元相比，截至2020年12月31日度假村運營的經調整EBITDA減少至人民幣負327.2百萬元。

HERBJØRG

Club Med三亞度假村，中國

Club Med蓬塔卡納度假村，多米尼加共和國

Club Med Joyview安吉度假村，中國

	截至12月31日止年度	
	2020年	2019年[1]
按客戶預訂區域劃分的營業額(人民幣百萬元)		
歐非中東	**3,564.9**	8,566.9
美洲	**1,185.4**	2,458.6
亞太	**855.3**	2,442.5
總計	**5,605.6**	13,468.0

下表載列截至2020年12月31日止年度分別按度假村類型及所在地劃分的度假村容納能力：

度假村的類型	截至12月31日止年度	
	2020年	2019年[1]
	以千計	以千計
容納能力		
山地	**1,372**	2,264
陽光	**3,548**	9,338
Club Med Joyview	**660**	722
總計	**5,580**	12,324
四星級及五星級度假村所佔百分比	**91.0%**	85.0%
按度假村所在地劃分的度假村容納能力		
歐非中東	**2,284**	5,628
美洲	**1,391**	3,363
亞太	**1,905**	3,333
總計	**5,580**	12,324

1 按一致匯率計。

下表載列有關我們度假村業務於2020年1月至6月期間及7月至12月期間的相關關鍵資料：

	1月至6月		7月至12月		截至12月31日止年度	
	2020年[1]	2019年[1]	**2020年[2]**	2019年[2]	**2020年[3]**	2019年[3]
營業額（人民幣百萬元）	**3,908.2**	7,017.3	**1,634.0**	6,336.9	**5,605.6**	13,468.0
度假村的容納能力（以千計）	**3,054**	6,219	**2,526**	6,106	**5,580**	12,324
入住率	**62.0%**	65.1%	**56.3%**	63.6%	**59.4%**	64.4%
平均每日床位價格（人民幣元）	**1,644**	1,405	**1,085**	1,282	**1,423**	1,356
每張床位的收入（人民幣元）	**1,045**	915	**587**	829	**847**	880

截至2020年2月29日止兩個月，因滑雪度假村及陽光度假村暢銷，度假村業務的營業額較2019年同期增長約8%，EBITDA較2019年同期增長超過20%。疫情於3月下旬開始產生重大及廣泛的影響。我們不得不於3月下旬至6月一度臨時關閉大多數度假村。自疫情於6月起逐漸得到控制，我們開始重新開放部分度假村。於2020年7月及8月，度假村的容納能力恢復到2019年同期的40.6%，入住率達到了69.4%[4]。自2020年9月起，由於第二波疫情而收緊的旅行限制破壞了我們於7月及8月留意到的積極向好勢頭，部分國家及地區度假村的銷量及運營受到嚴重影響。法國阿爾卑斯山的山地度假村由於法國及意大利採取的防疫措施無法於12月開業。2020年12月，度假村的容納能力恢復至2019年同期的37.9%。截至2020年12月31日，全球有23家Club Med度假村在運營。同時，於中國等疫情控制良好的國家，度假村業績創造了新的高峰，與2019年同期相比，中國區度假村的營業額於2020年第四季度增長35.3%[5]。

1 按截至2020年6月30日止6個月的平均一致匯率計。
2 按截至2020年12月31日止6個月的平均一致匯率計。
3 按截至2020年12月31日止12個月的平均一致匯率計。
4 由於安全距離和衛生措施的要求，69.4%的入住率是基於各地的有限容納能力計算。
5 包括在度假村內的直銷。

Club Med西西里切法盧度假村，意大利

我們已採取多項措施來減少疫情對業務的影響，確保客戶及員工的健康和安全並加快業務恢復。這些措施包括但不限於：

— 實施相關政府機關發佈的疫情防控政策。我們全球度假村的安全措施進行了POSI審查，歐非中東的度假村的平均分數為92.8%，遠高於準則所規定的80%。在中國的度假村安全措施審查由ECOLAB負責實施。我們為度假村和辦公場所提供防疫設備及物資，並實施彈性工作環境和時間；於已經重開的度假村內推出「Safe Together」計劃，包括逾100項運營標準及360度通信生態系統，致力於使客戶對健康及安全放心，並安排員工專責監督度假村衛生及安全事宜的各個方面。我們在科學委員會中增加了兩名專家（美國及中國專家），為整個集團的衛生措施提出建議；

— 設立客戶關懷計劃，根據相關規定改期和取消旅遊服務。經過與客戶充分的溝通，大多數客戶決定延遲原定的旅行計劃，截至2020年12月31日，我們持有約等值人民幣968.1百萬元的未來旅行權益，這將成為我們營業額在疫情後反彈的保障。於2020年夏天，我們的全球客戶滿意度指數增加1%，達到91%；

— 實施嚴格的成本管控，包括削減人力資源成本、調整租金成本並取消營銷活動及各項浮動成本及開支。2020年人力資源成本較2019年減少34.1%。Club Med亦與度假村業主溝通以減少租金並獲得人民幣319.5百萬元的租金減免。於報告期間，我們全球總固定成本節約為人民幣2,123.4百萬元，2020年的固定成本較2019年減少31.9%，疫情爆發後，截至2020年12月31日止10個月的固定成本比去年同期減少了41.1%；

Club Med坎昆度假村，墨西哥

— 取消及延遲若干資本開支成本。截至2020年12月31日止年度，度假村業務的資本開支約為人民幣446.2百萬元，比去年下降約35.0%。2020年第二季度資本開支比2019年同期下降約69.5%；

— 在考慮旅行限制政策後積極評估度假村開放時間表，並開展各種線上營銷及精準營銷活動，以提高已開放度假村的客流量轉換率及預訂率。

各國仍在採取公共衛生及疫情防控措施，我們全球度假村於2021年上半年的運營恢復時間仍不確定。然而，由於抗新冠病毒疫苗已逐步在全球各地開始接種，勢必有助於防止疫情傳播，我們已開始為2021年下半年的業務反彈做準備。截至2021年3月18日，我們全球有18家度假村在運營，容納能力恢復至2019年同期的約36.7%。2021年春節期間（2月7日到2月22日），Club Med Joyview北京延慶度假村有十晚滿房，Club Med Joyview安吉度假村2月12日至2月18日的七天平均入住率達到約80%。在英國等疫苗接種率較高的客源地市場，我們看到了積極的預訂勢頭。

憑藉穩健的財務狀況和強勁的疫情後恢復勢頭情況，我們已為繼續實施升級戰略、全球化戰略、快樂數字化和C2M戰略及滑雪生態系統做好充分準備。我們將繼續開發預期會受客戶歡迎的項目。法國海濱度假村La Palmyre Atlantique已完成翻新及擴建工程並於2020年7月重新開業，巴西度假村Trancoso亦於2020年完成大部分翻新及擴建工程。新度假村La Rosière於2020年12月如期完成建設工程及開業籌備工作，並將於2021年6月開始運營。此外，四家新度假村包括塞舌爾精選度假村、Quebec Charlevoix度假村、中國的Club Med麗江及Club Med湯山度假村正在建設中並將於2021年開業。在2023年底前，我們計劃於全球新開16家度假村，其中八個度假村位於中國，我們亦計劃對全球10多個度假村進行翻新及擴容以維持我們的升級戰略。

Club Med
CARE MASK
Club Med
CARE MASK

我們截至2020年12月31日經營的度假村如下：

編號	度假村名稱	床位數目	開業時間[1]	房間數目	星級[2]	位置	開業年份[3]	類型	經營模式[4]
	歐非中東								
1	AGADIR	843	全年	374	3	摩洛哥	1967	陽光	租賃
2	ALBION	618	全年	260	5	毛里裘斯	2007	陽光	租賃
3	ALBION VILLAS	157	全年	27	5	毛里裘斯	2010	陽光	租賃
4	ARCS EXTREME	568	單季	284	3	法國	1980	山地	租賃
5	BODRUM	502	單季	242	4	土耳其	1995	陽光	管理
6	CAP SKIRRING	415	單季	205	4	塞內加爾	1973	陽光	租賃
7	切法盧度假村	645	全年	322	5	意大利	2018	陽光	租賃
8	CERVINIA	456	單季	199	4	意大利	2001	山地	租賃
9	CLUB MED 2	377	全年	184	5	CM2	1992	陽光	擁有
10	DA BALAIA	798	單季	389	4	葡萄牙	1986	陽光	租賃
11	DJERBA LA DOUCE	1,070	單季	520	3	突尼斯	1975	陽光	租賃
12	GRAND MASSIF CHALETS	78	雙季	37	5	法國	2019	山地	租賃
13	大山地SAMOENS 莫瑞蘭	941	雙季	420	4	法國	2017	山地	租賃
14	GREGOLIMANO	974	單季	460	4	希臘	1978	陽光	擁有
15	KAMARINA	1,632	單季	686	3	意大利	1981	陽光	租賃
16	KEMER	939	單季	463	3	土耳其	1977	陽光	擁有
17	LA PALMYRE ATLANTIQUE	1,169	單季	404	4	法國	2003	陽光	租賃
18	LA PLAGNE 2100	587	單季	339	4	法國	1990	山地	租賃
19	LA POINTE AUX CANONNIERS	873	全年	393	4	毛里裘斯	1973	陽光	租賃
20	LA ROSIERE	877	雙季	395	4	法國	2020	山地	租賃
21	LES ARCS PANORAMA	965	雙季	433	4+5	法國	2018	山地	租賃
22	L'ALPE D'HUEZ LA SARENNE	996	雙季	450	4	法國	1985	山地	租賃
23	MARRAKECH LA PALMERAIE	869	全年	356	4+5	摩洛哥	2004	陽光	租賃
24	OPIO EN PROVENCE	910	單季	429	4	法國	1989	陽光	租賃
25	PALMIYE	1,777	單季	722	4	土耳其	1988	陽光	管理

編號	度假村名稱	床位數目	開業時間[1]	房間數目	星級[2]	位置	開業年份[3]	類型	經營模式[4]
26	培瑟–瓦蘭德度假村	730	雙季	281	4	法國	2005	山地	租賃
27	PRAGELATO	701	雙季	273	4	意大利	2012	山地	租賃
28	SAINT-MORITZ ROI SOLEIL	584	單季	304	4	瑞士	1963	山地	租賃
29	SERRE-CHEVALIER	985	雙季	349	3	法國	2001	山地	租賃
30	TIGNES VAL CLARET	498	單季	228	4	法國	1975	山地	租賃
31	VAL D'ISERE	554	單季	275	4+5	法國	1978	山地	租賃
32	VAL THORENS	776	單季	384	4	法國	2014	山地	租賃
33	VALMOREL	896	雙季	415	4+5	法國	2011	山地	租賃
34	VALMOREL CHALETS	311	雙季	59	5	法國	2011	山地	租賃
35	VITTEL ERMITAGE	194	單季	104	4	法國	1973	陽光	租賃
36	VITTEL LE PARC	827	單季	363	3	法國	1973	陽光	租賃
37	YASMINA	812	單季	343	4	摩洛哥	1969	陽光	租賃
	美洲								
1	CANCUN YUCATAN	1,314	全年	501	4+5	墨西哥	1976	陽光	擁有
2	COLUMBUS ISLE	536	全年	236	4	巴哈馬	1992	陽光	擁有
3	IXTAPA PACIFIC	793	全年	296	4	墨西哥	1981	陽光	擁有
4	LA CARAVELLE	830	全年	378	4	法國(瓜德羅普島)	1974	陽光	租賃
5	LAKE PARADISE	968	全年	377	4	巴西	2016	陽光	租賃
6	LES BOUCANIERS	646	全年	291	4	法國(馬提尼克島)	1969	陽光	擁有
7	米切斯	882	全年	335	5	多米尼加共和國	2019	陽光	租賃
8	蓬塔卡納	1,739	全年	631	4+5	多米尼加共和國	1981	陽光	擁有
9	里奧達斯佩德拉斯	823	全年	379	4+5	巴西	1988	陽光	擁有
10	SANDPIPER	1,001	全年	307	4	美國	1987	陽光	擁有
11	TRANCOSO	634	全年	255	4	巴西	2002	陽光	擁有
12	TURQUOISE，特克斯和凱科斯群島	580	全年	291	4	特克斯和凱科斯群島	1985	陽光	租賃

編號	度假村名稱	床位數目	開業時間[1]	房間數目	星級[2]	位置	開業年份[3]	類型	經營模式[4]
	亞太地區								
1	峇里島	902	全年	393	4	印尼	1986	陽光	擁有
2	北大壺	458	單季	176	4	中國	2016	山地	管理
3	民丹島	656	全年	308	4	印尼	1996	陽光	租賃
4	珍拉丁海灘	681	全年	297	4	馬來西亞	1979	陽光	擁有
5	CLUB MED JOYVIEW安吉度假村	810	全年	300	4	中國	2018	JoyView	管理
6	CLUB MED JOYVIEW北戴河黃金海岸度假村	780	全年	298	4	中國	2018	JoyView	管理
7	桂林	847	全年	350	4	中國	2013	陽光	管理
8	石垣島	585	全年	181	4	日本	1999	陽光	租賃
9	卡尼島	584	全年	272	4+5	馬爾代夫群島	2000	陽光	租賃
10	卡尼島翡諾島別墅	104	全年	52	5	馬爾代夫群島	2015	陽光	租賃
11	普吉島	799	全年	340	4	泰國	1985	陽光	擁有
12	北海道SAHORO	659	單季	208	4	日本	1988	山地	租賃
13	三亞	957	全年	384	4	中國	2016	陽光	管理
14	北海道TOMAMU	964	雙季	341	4	日本	2018	山地	管理
15	亞布力	697	單季	279	4	中國	2010	山地	管理
16	Club Med Joyview北京延慶度假村	772	全年	307	4	中國	2019	JoyView	管理

附註：

(1) 全年度假村全年開放。單季度假村於每年的夏季或冬季開放。雙季度假村於每年的夏季及冬季開放。

(2) 「3」：三星級度假村

「4」：優質四星級度假村

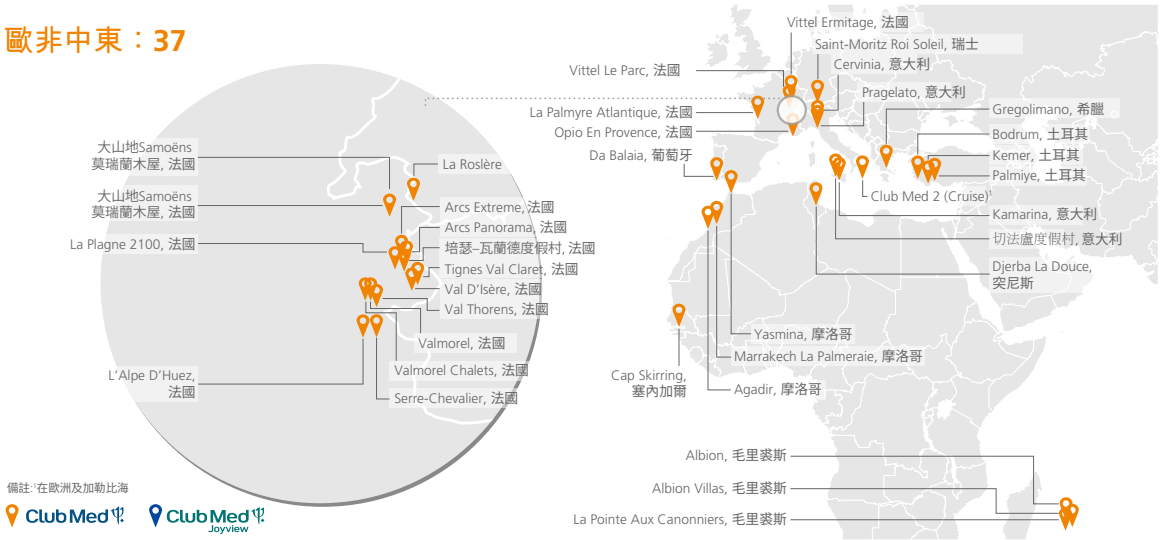
「4+5」：具有五星級空間的四星級度假村

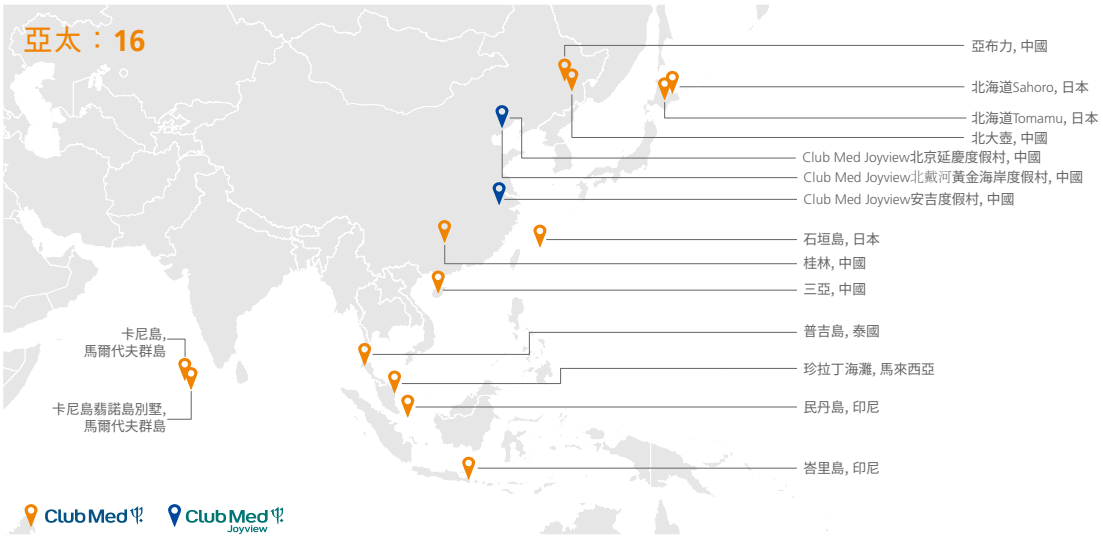
「5」：五星級豪華度假村、別墅及小木屋以及Club Med 2遊輪，現統稱為Exclusive Collection

(3) 這包括重新開業的年份。

(4) 除另有所述者外，我們全資擁有下述自持經營模式下的度假村的物業控股公司。

以下地圖說明截至2020年12月31日我們按地區劃分的度假村位置：





CASA COOK和COOK'S CLUB

我們在Thomas Cook Group plc及其附屬公司(統稱「Thomas Cook」)破產清算過程中向其收購了Casa Cook和Cook's Club酒店品牌，以進一步在全球擴大我們的度假村及酒店業務。Casa Cook是一個屢獲殊榮的精品酒店品牌，專注於設計美學、高質量餐飲，為客人打造舒適幸福的體驗。Cook's Club休閒酒店的設計理念秉承摩登時尚的設計，為年輕一代的旅行者帶來活潑有趣的度假氛圍。收購相關品牌後，我們積極在各地發展項目。截至2021年3月18日，我們已在地中海沿岸簽訂了13家酒店的特許經營協議，我們亦在中國簽訂了三家新酒店的協議。我們計劃於2023年底前在全球進一步拓展Casa Cook、Cook's Club及其他衍生品牌(如有)，全球佈局不少於30家酒店。

Casa Cook Samos，希臘

旅遊

目的地

三亞亞特蘭蒂斯[1]

截至2020年12月31日止十二個月，三亞亞特蘭蒂斯的營業額為人民幣1,226.7百萬元，較2019年同期下降6.5%，客房收入及其他經營收入分別下降1.7%和12.2%，主要乃由於2020年上半年爆發疫情，令遊客人次大幅下降所致。到訪三亞亞特蘭蒂斯的遊客由2019年全年的約5.2百萬人次降至2020年全年的約4.6百萬人次。2020年全年三亞亞特蘭蒂斯經調整EBITDA為人民幣607.8百萬元，相比去年增幅為7.6%。下表載列三亞亞特蘭蒂斯的若干主要運營數據：

1　三亞亞特蘭蒂斯由本集團所有並由Kerzner管理，棠岸項目除外。

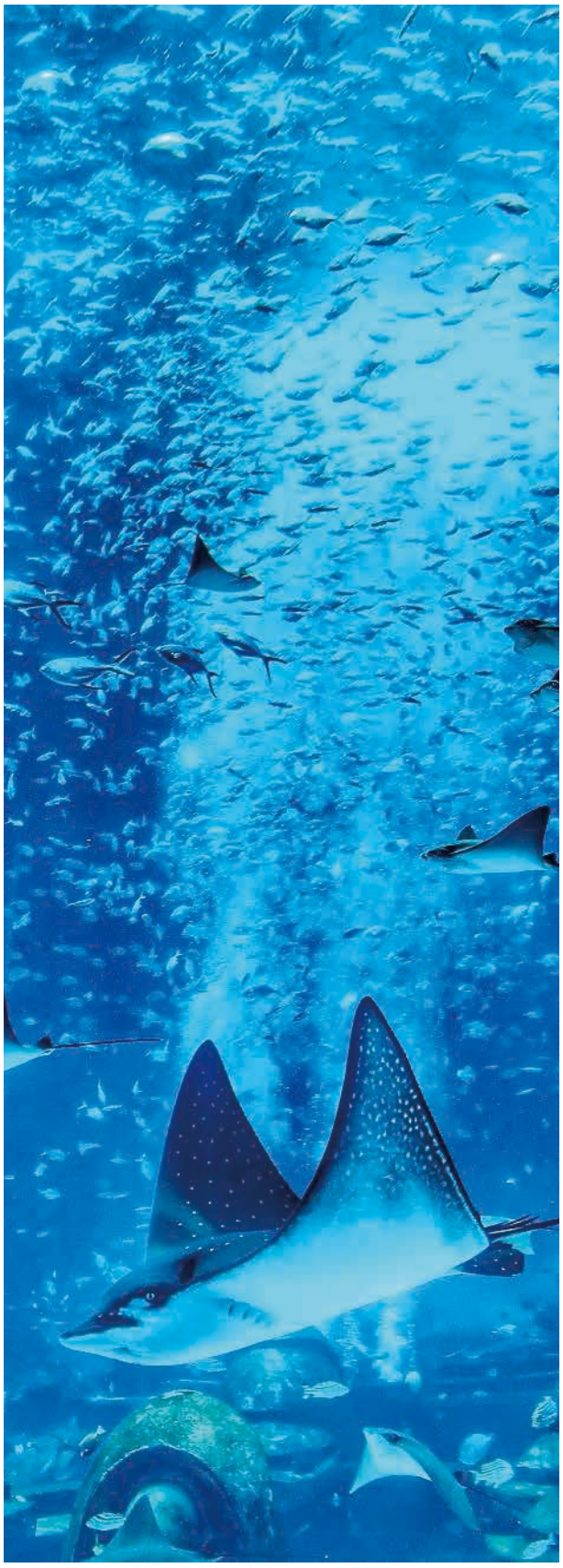
三亞亞特蘭蒂斯水世界

	截至6月30日止六個月		截至12月31日止六個月		截至12月31日止十二個月	
	2020年	2019年	**2020年**	2019年	**2020年**	2019年
營業額(人民幣千元)	**331,339.8**	656,034.4	**895,398.7**	656,025.5	**1,226,738.5**	1,312,059.9
客房收入(人民幣千元)	**186,928.4**	349,302.7	**512,746.1**	362,782.8	**699,674.5**	712,085.5
其他經營收入(人民幣千元)[1]	**144,411.4**	306,731.7	**382,652.6**	293,242.7	**527,064.0**	599,974.4
按客房計入住率	**45.1%**	62.0%	**89.7%**	75.0%	**67.5%**	68.5%
客房平均每日房價(人民幣元)	**1,732.3**	2,371.0	**2,364.3**	2,001.8	**2,154.3**	2,167.3
每間可售房收入(人民幣元)	**781.6**	1,469.0	**2,120.7**	1,500.5	**1,454.9**	1,485.0

2020年三亞亞特蘭蒂斯的運營受到疫情爆發的嚴重衝擊。2020年上半年在中國爆發疫情時，根據有關政府政策，三亞亞特蘭蒂斯部分設施在二到三月份不得不暫時關閉。然而，得益於其出色的產品力和需求恢復，三亞亞特蘭蒂斯在截至2020年12月31日止六個月(「2020年下半年」)的營業額取得逆勢增長，2020年下半年的營業額較去年同期增長36.5%，其中客房收入增長41.3%，其他經營收入增加30.5%。2020年下半年客房平均每日房價較2019年同期增長18.1%，入住率提高了14.7個百分點至89.7%。為不斷豐富遊樂內容，2020年7至9月份，三亞亞特蘭蒂斯新開設了水世界夜場，帶動2020年水世界整體門票收入同比2019年同期增長35%。2020年12月26日至2021年3月31日期間，三亞亞特蘭蒂斯聯手豫園燈會，舉辦三亞亞特蘭蒂斯豫園燈會嘉年華，豐富三亞亞特蘭蒂斯的產品內容並助力三亞夜間經濟發展。

1 主要包括(i)水族館及水世界的收入及(ii)所供應的餐飲及其他服務的收入。

三亞亞特蘭蒂斯



三亞亞特蘭蒂斯水世界

三亞亞特蘭蒂斯水世界

三亞亞特蘭蒂斯水世界

隨著疫情自3月中開始於中國逐漸受控，三亞亞特蘭蒂斯開展各類營銷宣傳活動以振興業務，包括但不限於快閃促銷、包機活動、公共衛生主題年度營銷推廣、與攜程合作在線直播、於2020年5月15日舉辦復星家庭日、頭部達人直播、旅行及母嬰自媒體推文、支付寶跨年直播合作等。此外，三亞亞特蘭蒂斯通過頂級明星及熱門綜藝、電視劇的流量，助力開拓並增加市場曝光度。2020年，有七檔綜藝、電視劇在三亞亞特蘭蒂斯錄製。

我們已實施嚴格的成本控管措施及政策以優化三亞亞特蘭蒂斯的運營成本，包括降低人力資源成本、優化能源及其他固定成本，以及減少營銷活動及各類成本及開支。截至2020年12月31日止十二個月的總運營成本較2019年減少人民幣92.3百萬元，人力資源成本及能源成本分別減少約17.0%及17.8%。

2021年農曆春節期間，政府鼓勵民眾就地過年。即便在此背景下，2021年2月11日至26日（除夕至元宵）期間十六日，三亞亞特蘭蒂斯接待遊客近30.1萬人次，平均入住率達到86%，其中2月18日至25日期間平均入住率超過90%。

截至2020年12月31日止十二個月，我們交付了棠岸27個單位，並確認人民幣434.2百萬元為收入。截至2020年12月31日，我們仍有一套公寓及八間別墅可供銷售或交付。截至2020年12月31日，約189套公寓及11間別墅由我們以愛必儂的品牌作為住宿設施進行管理。

三亞亞特蘭蒂斯失落的空間水族館

三亞亞特蘭蒂斯水世界

復遊城[1]

我們於2019年11月發佈了「復遊城」品牌。「復遊城」是旅遊目的地業務重要的自有品牌。作為消費升級的新一代休閒度假產品，復遊城的理念是借勢全球化FOLIDAY生態圈，以及Club Med及三亞亞特蘭蒂斯的成功運營經驗，將眾多全球休閒度假的領導品牌匯聚一堂，引領全新的度假生活方式。

麗江復遊城

麗江復遊城位於中國西南地區雲南省麗江市白沙鎮，佔地面積約695,000平方米，定位為針對中高端客戶的國際旅遊目的地，並計劃結合旅遊和休閒綜合功能，如可由我們或我們的戰略夥伴運營及管理的Club Med度假村、定制度假客棧和其他住宿、娛樂設施、表演、當地活動和旅遊。麗江復遊城的總建築面積約

1 復遊城旨在連同FOLIDAY生態圈的國際品牌、智能運營及各種創新解決方案的綜合設定，為全球家庭提供FOLIDAY生活體驗。

麗江復遊城

圖為麗江復遊城設計的一部分，可能並不完全代表最終實際產品，僅供參考。

圖為麗江復遊城設計的一部分，可能並不完全代表最終實際產品，僅供參考。

310,000平方米，項目發展成本（主要為收購土地使用權的成本及建築成本）預期為約人民幣40億元。項目計劃包括可售度假客棧和住宿，總建築面積超過237,000平方米，其中部分已經取得監管當局的批准。可售度假客棧和住宿將被設計為面向高端客戶的低密度獨院和面向中高端客戶的低層合院，產品定位為「雪山腳下的度假屋」。我們已於2019年開始Club Med度假村及國際遊客中心的工程，其中國際遊客中心已於2020年開門迎客，Club Med麗江度假村將於2021年下半年開業運營。我們已於2020年上半年開始可售度假客棧和住宿的工程建設。該項目於2020年底開始分階段完工，預期於2022年至2023年底全面竣工。截至2020年12月31日，麗江復遊城產生的總成本約為人民幣1,095.8百萬元。截至2020年12月31日，麗江復遊城已獲批項目開發貸款額人民幣1,300百萬元，其中已經使用人民幣444百萬元。於2020年7月，我們已取得約佔28,000平方米建築面積的可售度假客棧和住宿單位的預售許可證並已於2020年11月底開始預售活動。

圖為麗江復遊城設計的一部分，可能並不完全代表最終實際產品，僅供參考。

太倉復遊城

圖為太倉復遊城設計的一部分，可能並不完全代表最終實際產品，僅供參考。

太倉復遊城

太倉復遊城位於中國華東地區江蘇省太倉市，佔地面積約483,000平方米，項目緊鄰上海，位於太倉南站周邊。太倉南站於2020年7月1日投入運營，自此，由上海虹橋綜合交通樞紐到太倉復遊城用時不到30分鐘。太倉復遊城計劃提供各種主題體驗和特色旅遊，包括但不限於華東地區最大的室內滑雪場之一、體育公園、Club Med度假村、歐洲商業街區和可售度假物業單位。太倉復遊城的總建築面積約1,286,000平方米，項目開發成本（主要為收購土地使用權的成本及建築成本）預期為約人民幣132億元。項目計劃包括可售度假物業單位，總建築面積超過554,000平方米。可售度假物業單位被設計為面向中高端客戶的高層公寓。我們的室內滑雪場由Compagnie des Alpes（「**CDA**」）（法國世界領先滑雪度假村運營商之一）設計，以提供符合國際標準的設施及服務。項目自2019年1月開工，可售物業的商業地塊展示中心以及營銷樣板間自2019年底起對外開放。室內滑雪場阿爾卑斯雪世界的建設已經於2021年1月開始全面動工，內設置五條滑雪道，七條運輸「魔毯」，營造接近真雪的客戶體驗。在滑雪練習與培訓方面，將有兩所全年齡段滑雪學校，由法國阿爾卑斯集團以及Club Med提供來自歐洲體系的專業級滑雪教學。太倉復遊城建築工程預期於2021年開始分階段完工，並於隨後三至四年全面完工。截至2020年12月31日，太倉項目產生的總成本

圖為太倉復遊城設計的一部分，可能並不完全代表最終實際產品，僅供參考。

約為人民幣3,244.3百萬元，主要為土地收購和建築成本等。於2020年7月，太倉復遊城已獲約100,000平方米建築面積的銷售許可，其中約51,000平方米建築面積，434套的可售物業單位已開始預售，截至2020年12月31日，250套可售物業單位已經預售。截至2021年3月18日，389套可售物業單位已經預售。

除麗江復遊城及太倉復遊城外，我們亦與其他發展商進行洽談，尋求定制化旅遊目的地設計、技術支持及管理服務的機會。此外，我們正在探索與其他公司有關旅遊目的地發展及運營模式的戰略合作機會。

愛必儂

我們的愛必儂品牌在中國許多地區，如浙江、海南、廣東、重慶等地，管理及運營旅遊目的地和度假公寓。2020年，愛必儂全年收入逆勢成長34%，其中度假公寓板塊同比增長57.4%，新增在營業的愛必儂度假村一個，新增景區運營服務輸出項目一個，在管房間數量達到近800間。愛必儂品牌在中國旅遊業取得高度認可，年內獲得勁旅、美宿等行業媒體和平台二十餘個獎項。

重慶金佛山愛必儂度假村，中國