

复星旅游文化集团

FOSUN TOURISM GROUP

A company incorporated under the laws of the Cayman Islands with limited liability  
(Stock Code: 01992)

*everyday is*  
**FOLIDAY**

**2021**

年报业绩  
演示材料



**FOLIDAY 复星旅文**

# 免责声明

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2021年12月31日止的年度业绩公告及本集团截至2021年12月31日止的年度业绩报告（「年度文件」）出现任何冲突，概以年度文件为准。

## 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，此推介材料数据均采用2021年1月至12月平均汇率进行折算（EUR/CNY= 7.63721 HKD/CNY= 0.83026）；期末数据均采用2021年12月31日的汇率进行折算（EUR/CNY=7.21970 HKD/CNY=0.81760）。

# 01 执行摘要

02 运营概览

03 财务概览

04 业务最新进展及行业展望

05 附录



## 2021全年，集团营业额及经调整EBITDA显著复苏

- 2021年虽受到上半年疫情对业务的重大影响，得益于全球旅行限制放宽及本集团迅速重启，2021年旅游运营的营业额<sup>1</sup>为人民币8,095百万元，同比2020年增长20%
- 经调整EBITDA为人民币248百万元，同比2020年增长32%
- 归属于股东亏损为人民币2,712百万元，2020年同期为人民币2,574百万元（已重述）

## Club Med于下半年快速反弹，EBITDA大幅扭亏

- Club Med实现营业额人民币5,978百万元，同比增长11%，恢复至2019年的47%；其中，下半年实现营业额人民币4,640百万元，同比增长180%，恢复至2019年同期的77%
- 经调整EBITDA为人民币负101百万元，同比减亏70%；其中下半年经调整EBITDA转正达891百万元，较2020年同期的人民币负689百万元（已重述）扭亏人民币1,580百万元
- 2022-2024年，签订并计划新开17家度假村

## 三亚亚特兰蒂斯营业额创新高，各项指标全面逆势增长

- 三亚亚特兰蒂斯实现营业额人民币1,455百万元，较2020年增长19%；
- 经调整EBITDA达人民币652百万元，较2020年增长7%；
- 游客人次达4.7百万人次，平均每日房价人民币2,419元，全年平均入住率71.5%

## 数字化平台Thomas Cook实现倍数级成长

- 截至21年底，托迈酷客生活方式平台小程序累计下载量达约260万，TC中国实现订单约27万单，同比增长约3倍
- TC英国于疫后恢复期迅速成长，实现订单超27,000单，同比增长近60倍
- 2021年，TC中国和TC英国合计实现营业额人民币741百万元，同比增长近3倍

## 丽江复游城投入运营，太仓复游城将于2023下半年集中开业

- 丽江复游城已于2021年9月开业，Club Med丽江度假村、湖区营地、度假公寓均已投入运营
- 截至2021年底，太仓复游城累计预售货值达人民币2,485百万元(949个单元)。交付了560个单位，并确认收入人民币1,333百万元
- 太仓复游城阿尔卑斯雪世界、Club Med Joyview太仓度假村和主题商业街于2021年相继开工，建设进程如期。阿尔卑斯雪世界工程已于2022年1月主体结构封顶。太仓复游城将于2023下半年集中开业

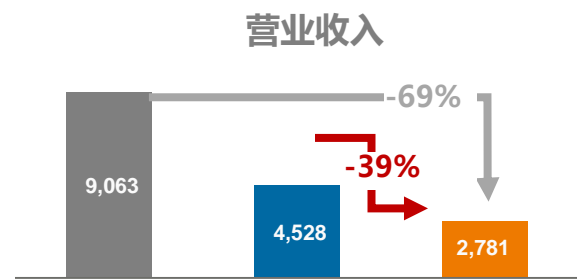
## 重点布局深耕海南<sup>2</sup>和滑雪生态系统

- 与三亚市政府就三亚复游城项目的开发达成合作意向
- 截至2021年底，Club Med于全球运营20家山地（滑雪）度假村。2022-2024年间，Club Med连同Casa Cook系列品牌拟在全球筹开9-11家山地（滑雪）度假村及酒店；截至2024年底，中国及周边将有9-11家滑雪度假村及酒店
- 在建中的太仓复游城阿尔卑斯雪世界为华东地区规模级的室内滑雪场，建筑面积约九万平方米，内设置五条滑雪道，总长度约为500米，将由ESF提供来自欧洲体系的滑雪教学

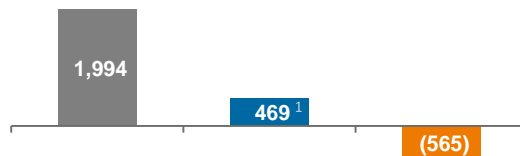
# 2021年下半年集团营收大增，经调整EBITDA扭亏

■ 2019 ■ 2020 ■ 2021 (人民币 百万元)

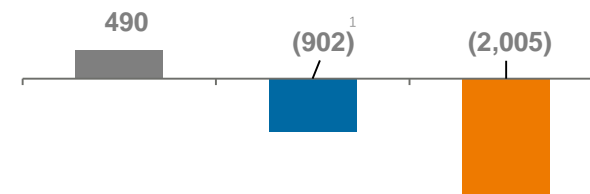
上半年



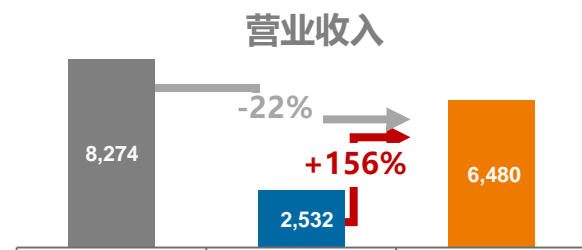
经调整 EBITDA



归母净利润/ (亏损)



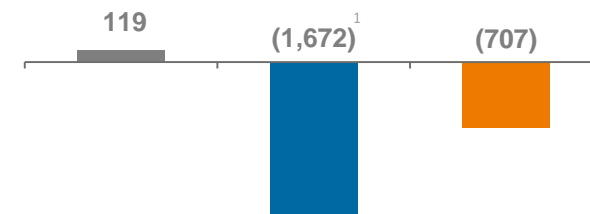
下半年



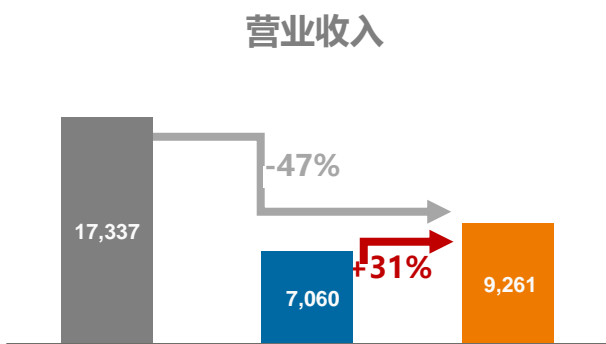
经调整 EBITDA



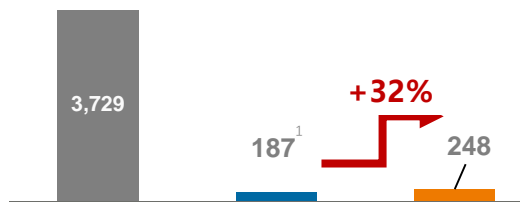
归母净利润/ (亏损)



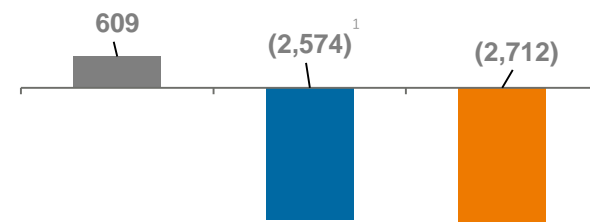
全年



经调整 EBITDA



归母净利润/ (亏损)



注:1 2020年经调整EBITDA、归母净利润已重述

01 执行摘要

02 运营概览

03 财务概览

04 业务最新进展及行业展望

05 附录



# 度假村及酒店- Club Med : 概況

## Club Med 概覽

64个 度假村<sup>1</sup>

40+个  
国家和地区进行  
销售和营销

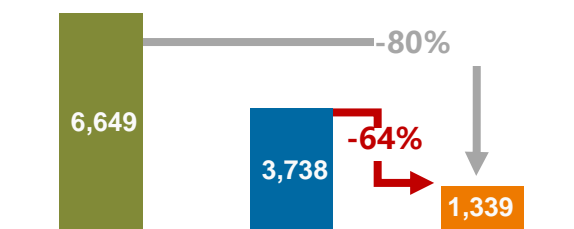
标志性的全球  
度假品牌

73.5%  
直销率

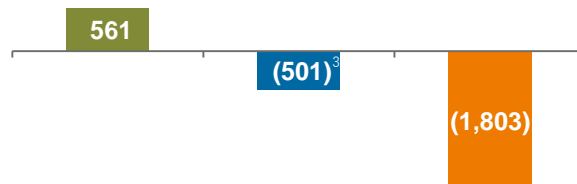
2019 2020 2021 (人民币百万元)

上半年

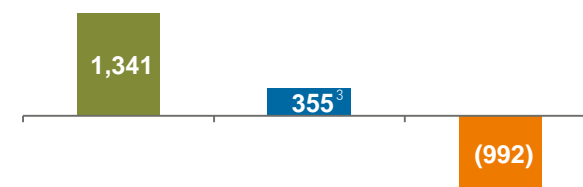
营业额<sup>2</sup>



经营利润 (亏损)

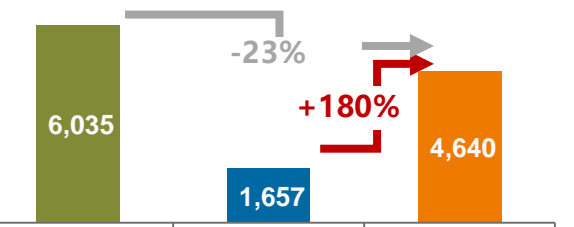


经调整 EBITDA

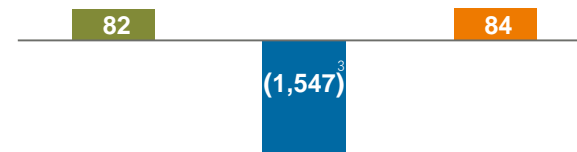


下半年

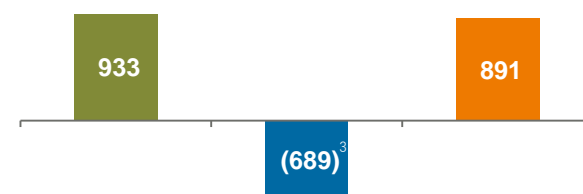
营业额<sup>2</sup>



经营利润 (亏损)

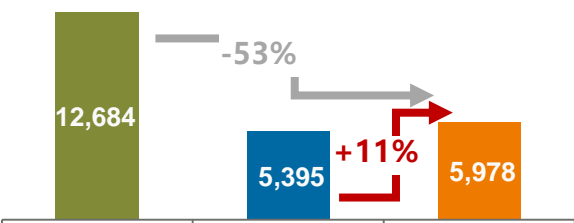


经调整 EBITDA

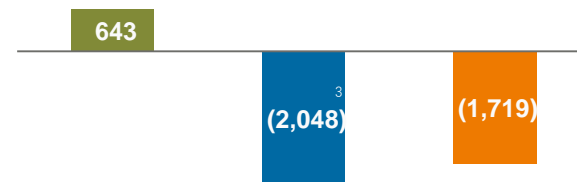


全年

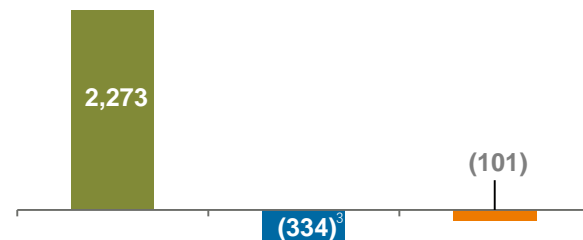
营业额<sup>2</sup>



经营利润 (亏损)



经调整 EBITDA



注: <sup>1</sup> 2021年, 我们新开升级三家度假村并关闭四家度假村; <sup>2</sup> 以不变汇率计; <sup>3</sup> 2020年经营利润 (亏损), 经调整EBITDA已重述



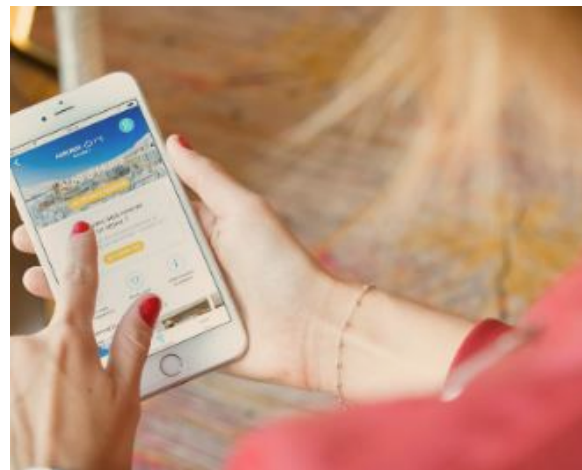
## 高端化

- **利润率**更高，应对经济周期的韧性更强
- **4&5** 星的容纳能力占Club Med度假村总容纳能力的**93.7%**，与疫情前的2019年相比**增长8.7个百分点**



## 全球本土化

- 聚焦**本土化**地拓展**全球**市场
- 在**新生**和**成熟**市场的发展机会



## 快乐数字化& C2M 战略

- **直接**与客户**联系**与优化**分销成本**
- **直销比例达73.5%**，较疫情前的2019年增加**8.5个百分点**



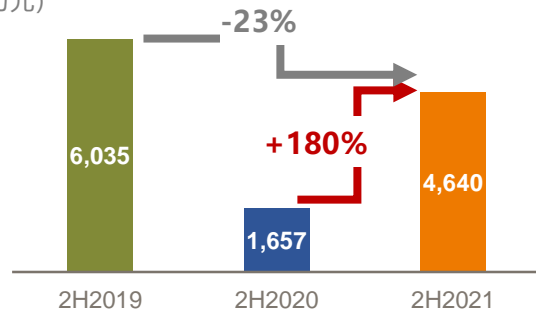
## 乐于关怀

- 确保所有建筑均获得**Green Globe<sup>1</sup>**认证与**BREEAM<sup>2</sup>**认证
- 终止使用一次性塑料 **“Bye-bye Plastic”**
- 与**Agrisud<sup>3</sup>**部署农业生态

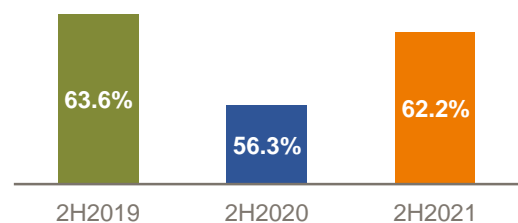


# 度假村及酒店 – Club Med (续) : 2021下半年恢复情况

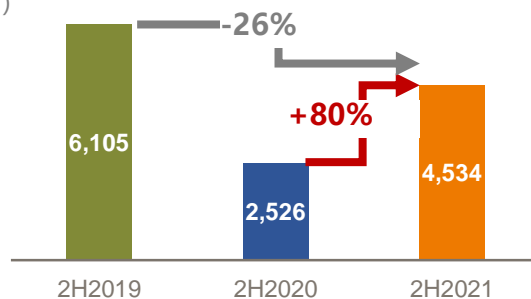
营业额<sup>1</sup>  
(人民币百万元)



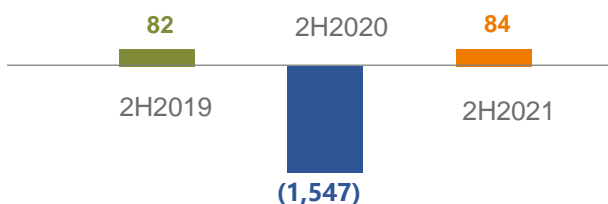
入住率  
(%)



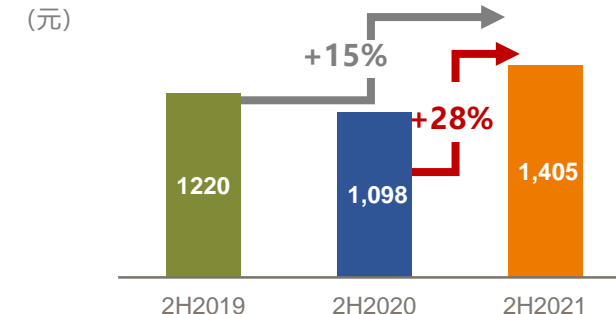
容纳能力  
(' 000)



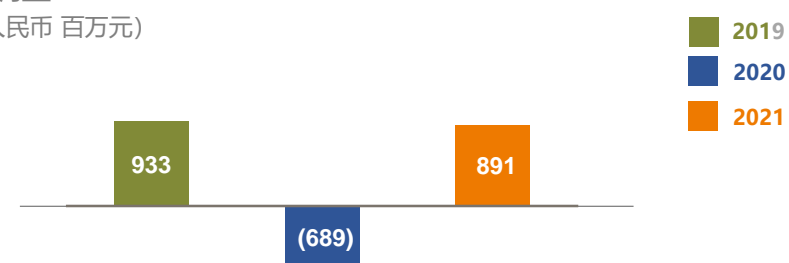
经营利润 (亏损)  
(人民币 百万元)



每日床位价格  
(元)



经调整EBITDA  
(人民币 百万元)



## 下半年度假村容纳能力

地区	2021年下半年vs2020年下半年	恢复至2019年下半年之
欧非中东	+92.1%	72.7%
美洲	+190.3%	89.2%
亚太区	+10.0%	62.7%
全球	+79.5%	74.3%

(每个房子代表该区域容纳能力恢复至2019年同期的20%)

## 4 & 5星度假村容纳能力占比展望

地区	2019上半年	2022上半年(预测)
欧非中东	72.3%	89.2%
美洲	94.7%	100.0%
亚太区	100%	100%
全球	85.7%	95.3%

## 评价

2021年，容纳能力同比增长25.1%，恢复至2019年的56.6%。2021年每日床位价格为人民币1,323元，同比2020年同期减少3.4%，主要原因系缺乏雪季，但相比2019年上升3.8%。平均入住率达55.3%，较2020年同期减少4.1个百分点，较2019年同期减少11.1个百分点，主要原因为2021上半年受疫情影响

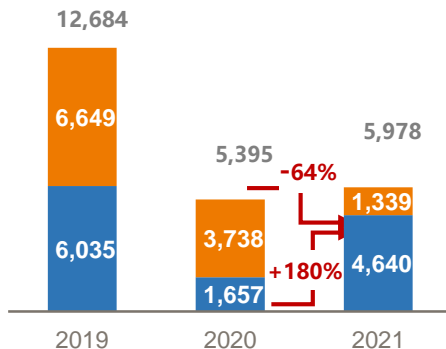
截至2021年12月底，全球有46家Club Med度假村在运营

2021年Club Med 资本开支达319.6百万元，同比减少28.4%

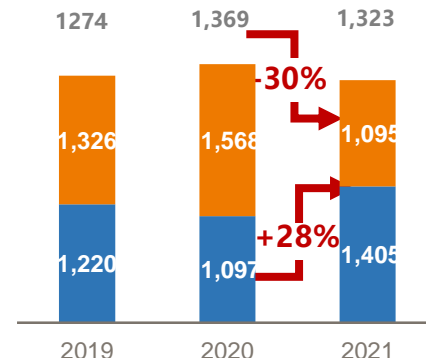
Club Med中国度假村营业额较2020年同期增长57.2%

2021下半年，自由现金流为人民币负68.7百万元。截至2021年末，流动性<sup>5</sup>为人民币1,227.3百万元

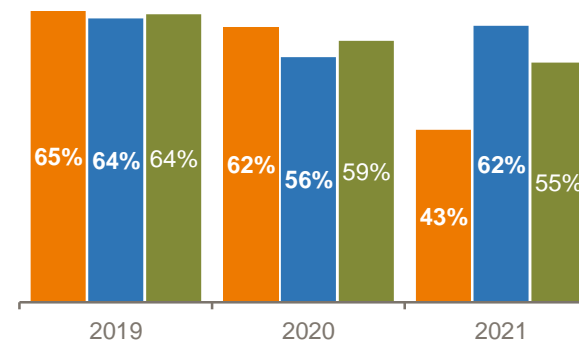
营业额<sup>3</sup>  
(人民币 百万元)



每日床位价格<sup>2,4</sup>  
(人民币 元)

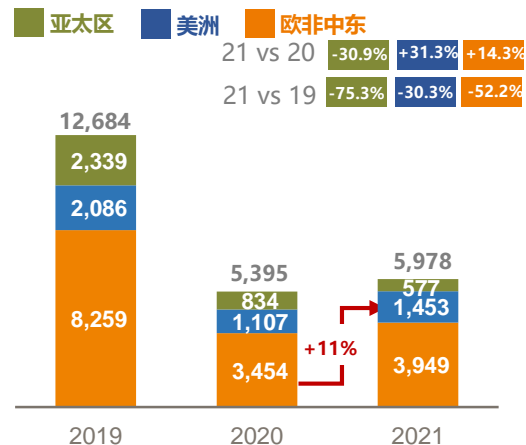


入住率

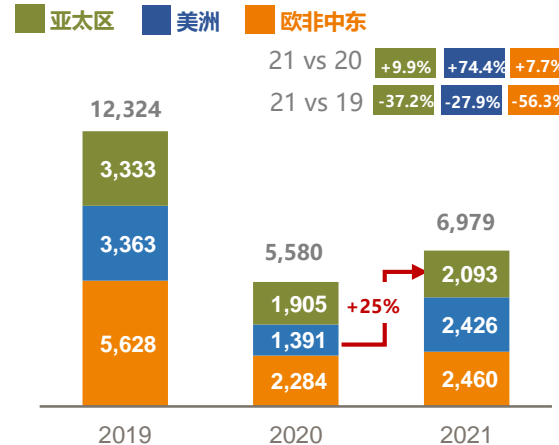


## 按地区划分

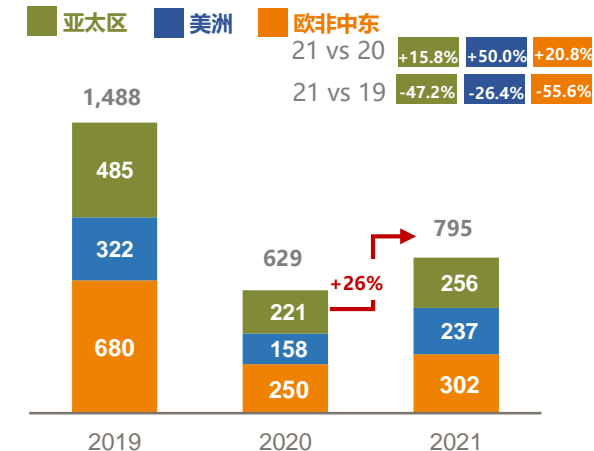
营业额<sup>2</sup>  
(人民币百万元)



度假村的容纳能力<sup>3</sup>  
('000)



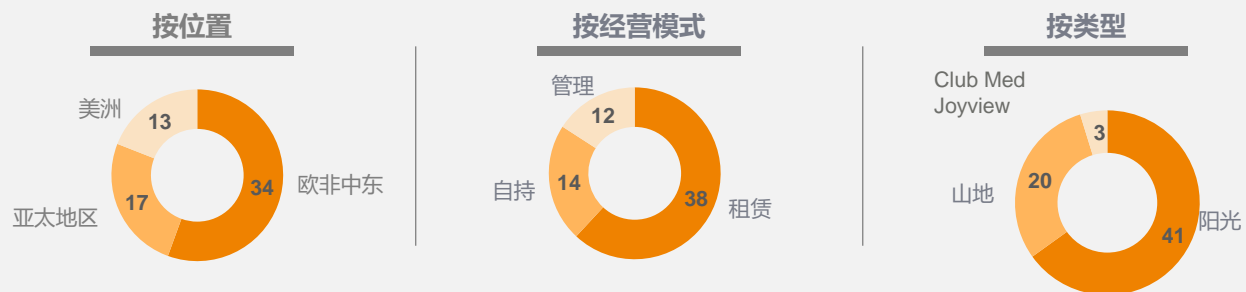
游客人次  
('000) (%)



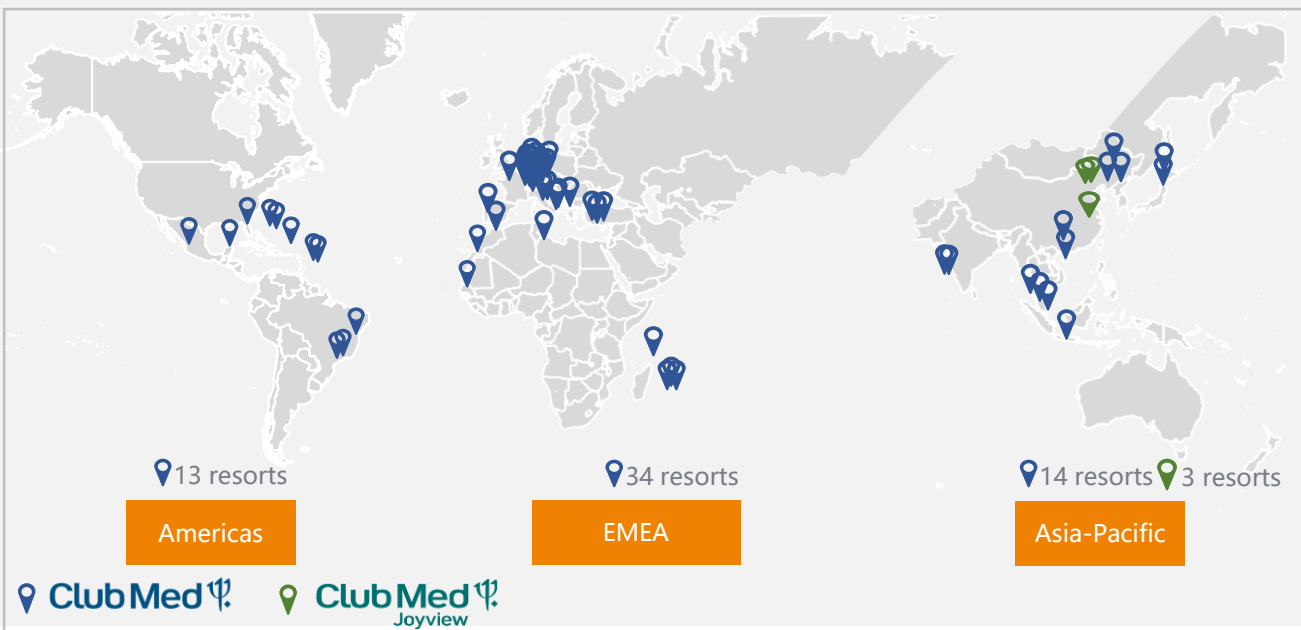
注: <sup>1</sup> 瑞士的圣莫里兹度假村除外; <sup>2</sup> 以不变汇率计; <sup>3</sup> 等于所有度假村一价全包套餐的总销量除以售出床位总数的总销量; <sup>4</sup> 等于一个时期或一年中可供出售的床位总数; <sup>5</sup> 流动性指现金、现金等价物、未动用透支及信贷额度

流动性指现金、现金等价物、未动用透支及信贷额度

## 64个度假村的分布



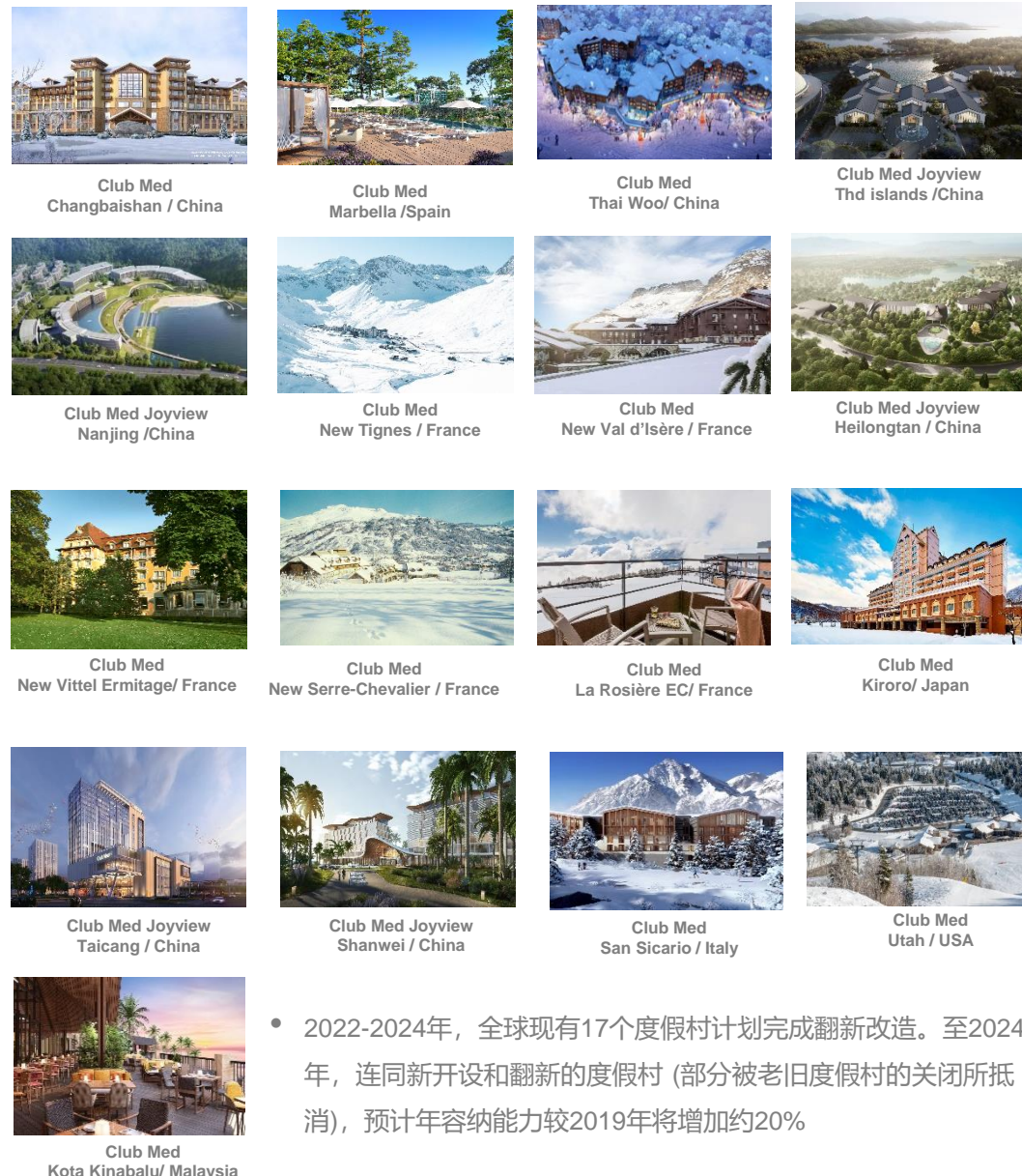
全球运营的64个度假村布局



- **新开度假村:** 法国阿尔卑斯的La Rosière<sup>1</sup>、Seychelles、中国的丽江、加拿大的Quebec Charlevoix
- **翻新/扩建度假村:** 法国阿尔卑斯山的Peisey Vallandry、意大利阿尔卑斯山的Pragelato Sestriere、毛里裘斯的la Plantation Albion及摩洛哥的Marrakech Riad
- **关闭度假村:** 法国阿尔卑斯山的Tignes Val Claret、意大利的Cervinia、摩洛哥的Agadir、法国的Vittel Le Parc

Notes :<sup>1</sup> La Rosière 于2020年建成, 因疫情在2021年开业

## 2022-2024 17家已签约新度假村



- 2022-2024年, 全球现有17个度假村计划完成翻新改造。至2024年, 连同新开设和翻新的度假村 (部分被老旧度假村的关闭所抵消), 预计年容纳能力较2019年将增加约20%



**商业模式:**

特许经营 (海外)  
委托管理 (国内)



**商业模式:**

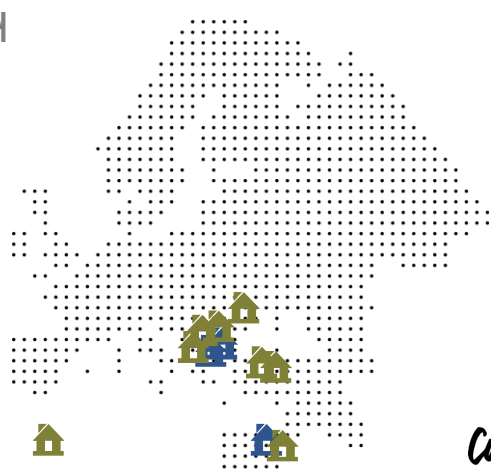
特许经营 (海外)  
委托管理 (国内)

平均入住率<sup>1</sup>  
**62.5%**

平均每日房价  
**RMB1,111**

桂林酷客部落为Casa系列品牌于中国运营的首家酒店，落址于中国广西桂林市，于2021年12月开业，首期开业72间房

欧洲



中国



- Casa Cook是一个享有美名的生活方式酒店品牌，拥有独特的空间设计，在私人 and 共享之间取得平衡。每家Casa Cook酒店都有自己独特的特点：建筑、室内设计和个性化产品因地点和酒店而异，但共同点是低调的氛围和现代美学

- 针对优先考虑与朋友的美好时光和优质体验的千禧一代和世界公民，Cook's Club的概念围绕着四个原则：美味的鸡尾酒，美味的食物分享，适合各种心情的音乐和现代而脚踏实地的设计

截至2021年12月底，Casa Cook生活方式酒店系列欧非中东地区开业11家，亚洲1家，至2023年底，全球布局不少于30家（含已开）

**Casa Cook**



**Cook's Club**

Rhodes, Greece



El Gouna, Egypt



Sunny Beach, Bulgaria



City Beach Rhodes, Greece



Tigaki Kos, Greece



Palma Beach, Mallorca



El Gouna, Egypt



Alanya, Turkey



Hersonissos, Crete, Greece



Adakoy, Turkey



North Coast, Egypt



Guilin, China



注：1 平均经营天数211天



## 三亚亚特兰蒂斯

- 2021年年营业额创开业以来新高，较2020年同期上升19%至人民币1,455百万元
- 2021年到访三亚亚特兰蒂斯的游客较2020年的约4.6百万人次上升至约4.7百万人次
- 经调整EBITDA为人民币652百万元，较2020年同期增长7%



## 丽江复游城

- 2021年底，Club Med丽江度假村、丽江复游城爱必依度假公寓、湖区营地已经进入运营状态。
- 可售度假客栈和住宿的工程建设项目于2021年底开始分阶段完工，预期运营部分于2022年至2023年底竣工



## 太仓复游城

- 截至2021年12月31日，太仓复游城累计949套可售物业单位已经预售，预售货值人民币2,485百万元
- 室内滑雪场阿尔卑斯雪世界已于2021年1月开始全面动工，于2022年1月主体结构封顶
- 主题商业街和Club Med Joyview太仓度假村于2021年6月进入全面施工阶段
- 阿尔卑斯雪世界、Club Med Joyview 太仓度假村与主题商业街将于2023年下半年集中开业



## 爱必依

- 2021年，得益于物业管理及住宿板块的快速成长，爱必依营业额为人民币82百万元，较2020年同期增长24%
- 截至2021年12月31日，在管房间数量达到1,617间

## 评价

于中国疫情基本受控的2021年上半年，三亚亚特兰蒂斯运营保持活跃的增长势头，7月单月营业额创开业以来单月新高。虽8月起受疫情影响运营呈现波动，2021年全年，三亚亚特兰蒂斯年营业额再创新高

2021年开拓了美人鱼潜水作为全新的度假体验。年内成功举办两场大型美人鱼运动赛事，推出潜水考证项目，于夏季旺季推出水世界夜场嘉年华，升级度假区旅游零售业态。抖音「三亚亚特兰蒂斯」定位浏览量累计超35亿次，「亚特兰蒂斯水世界」定位浏览量累计超17.5亿次。

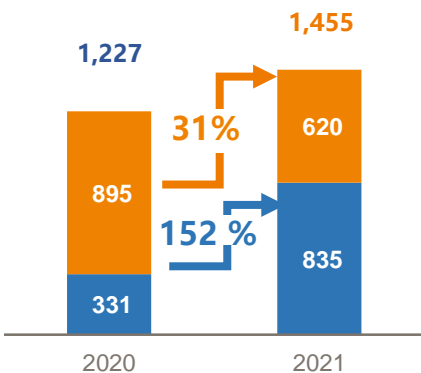
2021年全年，到访游客人次达4.7百万人次，2020年同期为4.6百万人次

配套住宅棠岸项目：截至2021年12月31日止年度，我们交付了棠岸7个单位，并确认人民币628百万元为收入。截至2021年12月31日，我们仍有2间别墅可供销售或交付

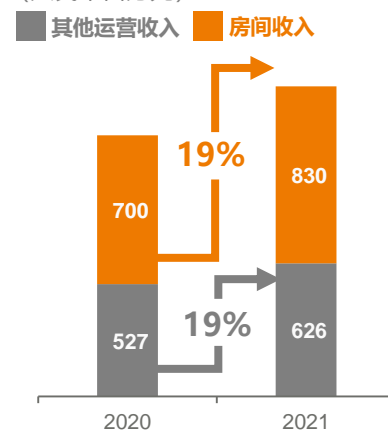


■ 上半年 ■ 下半年

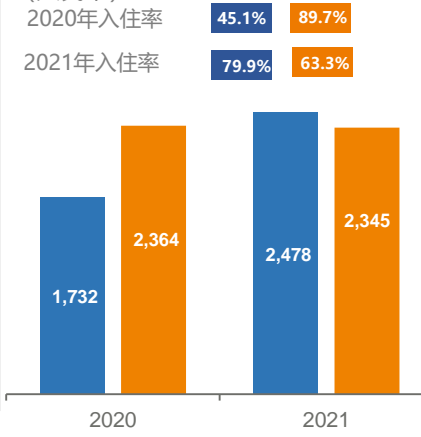
营业额  
(人民币百万元)



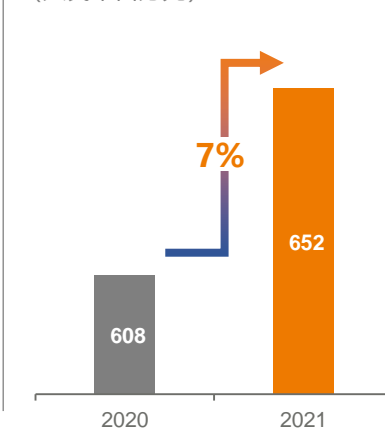
营业额明细  
(人民币百万元)



日均房价及入住率  
(人民币)



经调整EBITDA  
(人民币百万元)





## 丽江复游城详情:

(总建筑面积: 约283,000平方米)

### 一 概览

丽江复游城位于中国西南地区云南省丽江市白沙镇，占地面积约695,000平方米，定位为针对中高端客户的国际旅游目的地，并计划结合旅游和休闲综合功能，包含Club Med丽江度假村、主题商业街、主题公园和湖区营地等内容（“运营部分”），以及约3,000余套度假屋

### 二 时间表

- 2021年下半年，Club Med丽江度假村、爱必依度假公寓、湖区营地均已投入运营。
- 可售度假客栈和住宿工程项目于2021年年底开始分阶段完工，预期运营部分于2022年至2023年底全面竣工
- 截至2021年12月31日，丽江复游城已累计获得约28,500平方米建筑面积的销售许可证，可预售套数482套，已售套数62套，已交付套数42套（约2,398平方米），确认收入人民币51百万元

### 三 成本及资金安排

- 截至2021年12月31日，丽江复游城产生的总成本约为人民币1,635百万元。项目发展成本（主要为收购土地使用权的成本及建筑成本）预期为约人民币40亿元
- 截至2021年12月31日，已获批项目开发贷款额人民币1,300百万元，其中已经使用人民币673百万元



丽江复游城



### 丽江 Club Med 度假村



床位数：770



总建筑面积：56,785m<sup>2</sup>



度假客房数：302



星级：4 星

### 爱必依（丽江）



管理数量：21  
(2022年1月开业)

### 湖区营地



占地面积：  
约 40,000 m<sup>2</sup>



## 太仓复游城详情： (总建筑面积: 约1,286,000平方米)

### 一 概览

太仓复游城位于中国华东地区江苏省太仓市，占地面积约483,000平方米，项目位于太仓南站周边。太仓复游城计划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、运动公园、Club Med Joyview太仓度假村、主题商业街区 and 可售度假物业单位

### 二 时间表

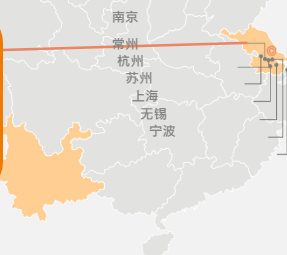
- 2021年1月，室内滑雪场阿尔卑斯雪世界进入全面施工阶段
- 2021年6月，主题商业街和Club Med Joyview太仓度假村进入全面施工阶段
- 截至2021年底，已累计获得约16.2万平方米建筑面积的销售许可（1,424套可售物业单位），其中累计949套可售物业单位已经预售，预售面积约104,674平方米，预售货值人民币2,485百万元，其中已交付560个单位（约62,259平方米），确认收入人民币1,333百万元
- 2022年1月，阿尔卑斯雪世界完成主体结构封顶
- 太仓复游城建筑工程预期于2021年开始分阶段完工，其中，室内滑雪场、Club Med Joyview太仓度假村、主题商业街将于2023年下半年开业，剩余部分将于随后两至三年全面完工

### 三 成本及资金安排

- 截至2021年12月31日，太仓项目产生的总成本约为人民币4,591百万元，主要为土地收购和建筑成本等。项目开发成本（主要为收购土地使用权的成本及建筑成本）预期为约人民币132亿元（含已发生）
- 已获批项目开发贷款额人民币3,300百万元，其中已经使用人民币802百万元



太仓复游城



### 太仓复游城2023年集中开业项目包括：

#### ① 阿尔卑斯雪世界



GFA：约90,000 m<sup>2</sup>



运输“魔毯”：7条



总长度：约500米



运动体验：20余项



雪道数量：5



滑雪学校：  
由Club Med 合作方ESF  
提供

#### ② Club Med Joyview 太仓度假村



床位数:770



度假客房数：  
308



星级：  
4星



GFA: 50,000 m<sup>2</sup>

#### ③ 主题商业街



GFA:68,300m<sup>2</sup>

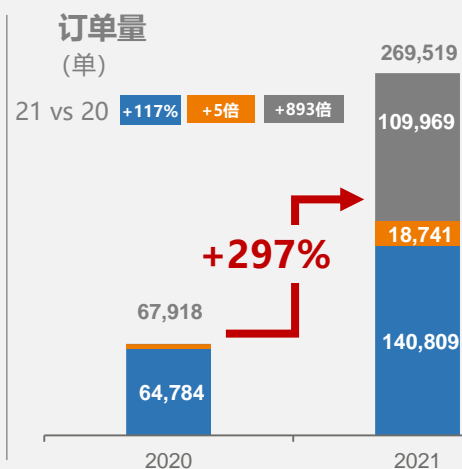
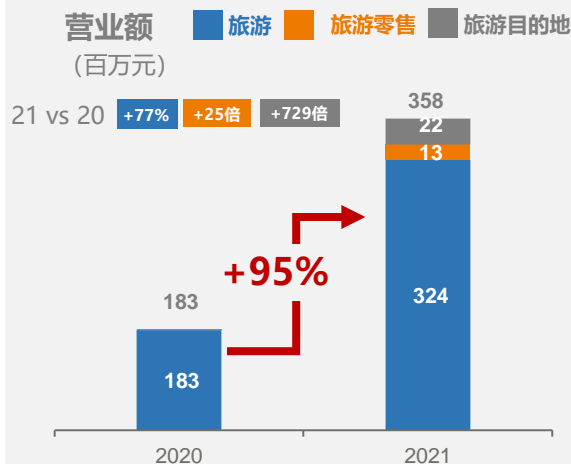


可租赁面积: 29,000 m<sup>2</sup>



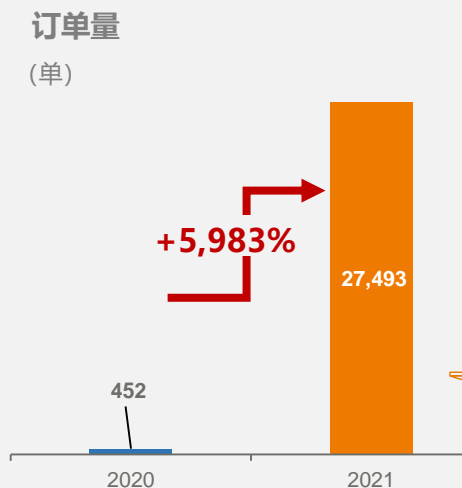
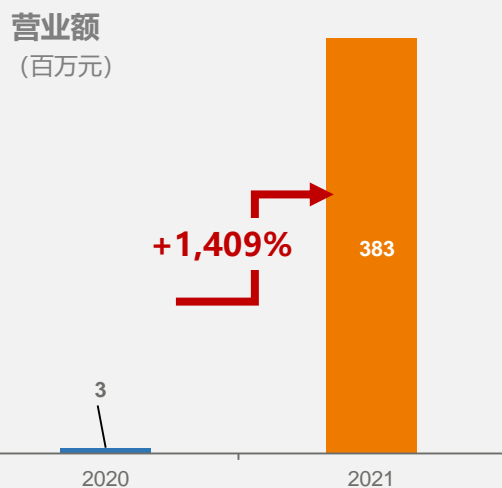
## Thomas Cook 中国

- 2021年7月18日，Thomas Cook品牌迎来其180岁生日。我们以“美好生活，从心出发”为主题，通过多样化的整合营销活动为品牌造势，吸引近百家媒体宣发，总曝光超过1亿
- TC 中国应用程序的累计下载量达到约2.6百万人次



## Thomas Cook 英国

- 被Yougov<sup>1</sup>评为英国进步最快的品牌
- 根据TLF<sup>2</sup>提供的服务对2000名英国背包客进行全国范围抽样得出对品牌重启认知度从23%提升到50%
- 推出“Love It, Book It, Thomas Cook It!”系列营销活动
- 5月成为销售英国去葡萄牙旅游的产品最大的在线旅行社
- 推出行业内首个一键预定短内容应用程序



01 执行摘要

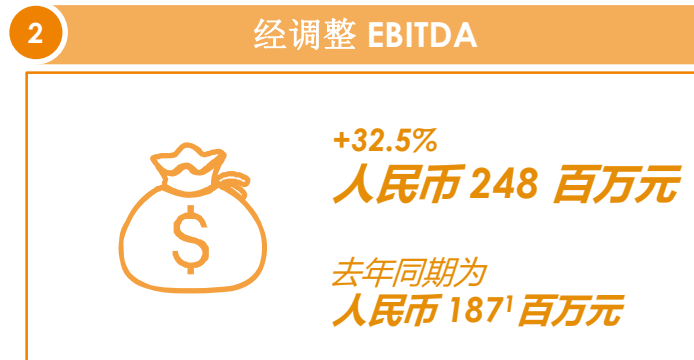
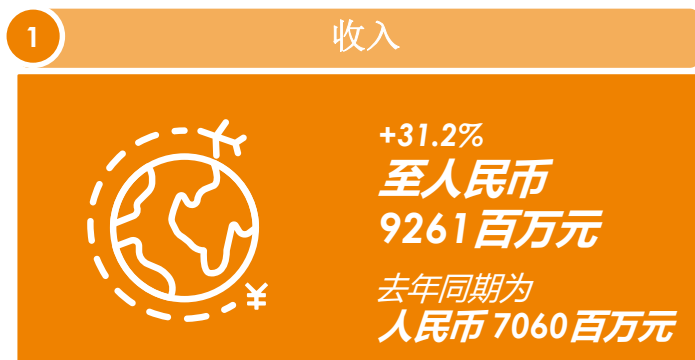
02 运营概览

**03 财务概览**

04 业务最新进展及行业展望

05 附录

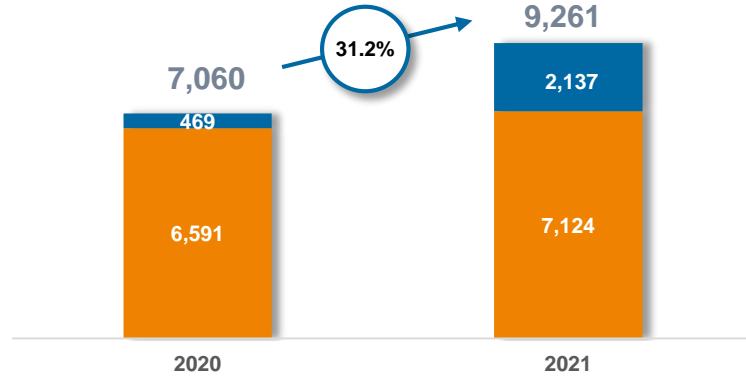




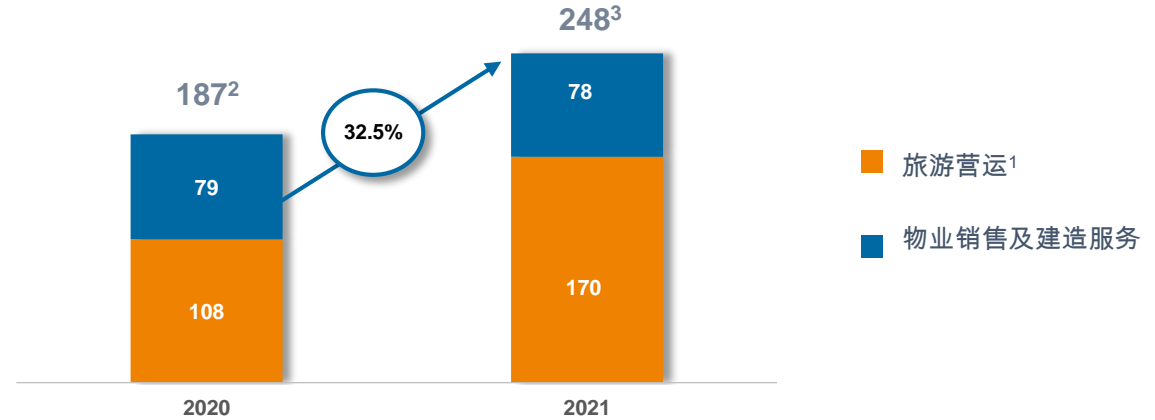
注:<sup>1</sup> 2020年经调整EBITDA、归母净利润、归属于股东之利润/(亏损) 已重述

# 2021年主要财务总结

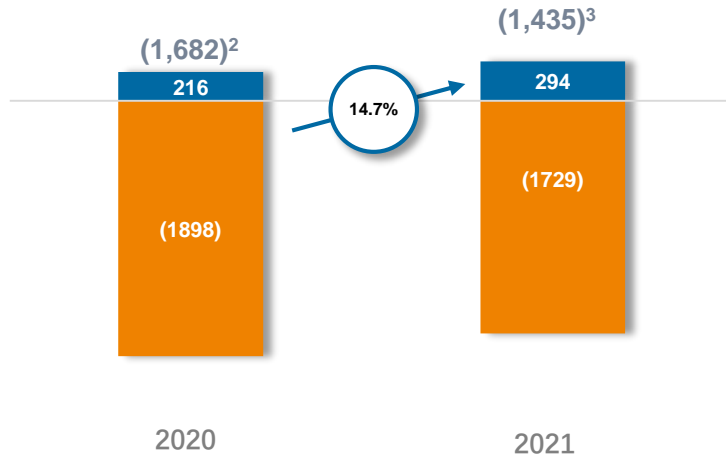
## 收入 (人民币百万元)



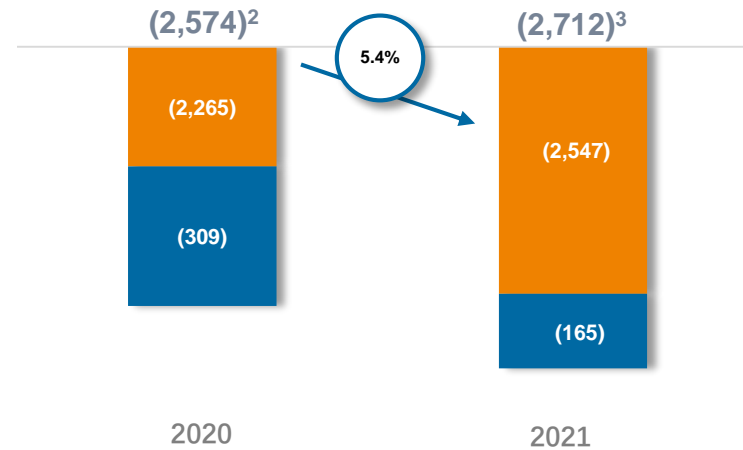
## 经调整 EBITDA (人民币百万元)



## 经营利润/(亏损) (人民币百万元)



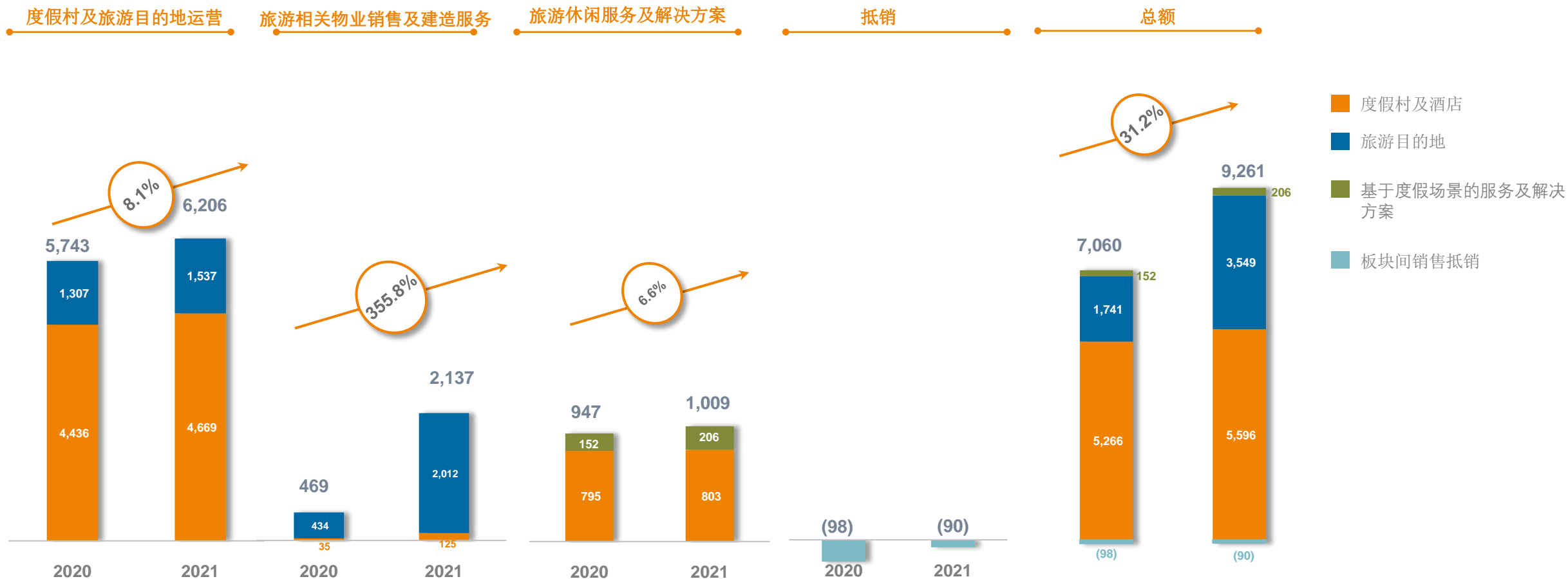
## 归属于股东之利润/(亏损) (人民币百万元)



注: 1. 旅游营运包括度假村及旅游目的地营运及旅游休闲服务及解决方案; <sup>2</sup> 2020年经调整EBITDA、归母净利润已重述; <sup>3</sup>未分配费用人民币599百万元, 管理层依据对旅游运营和物业销售业务的合理比例进行分配

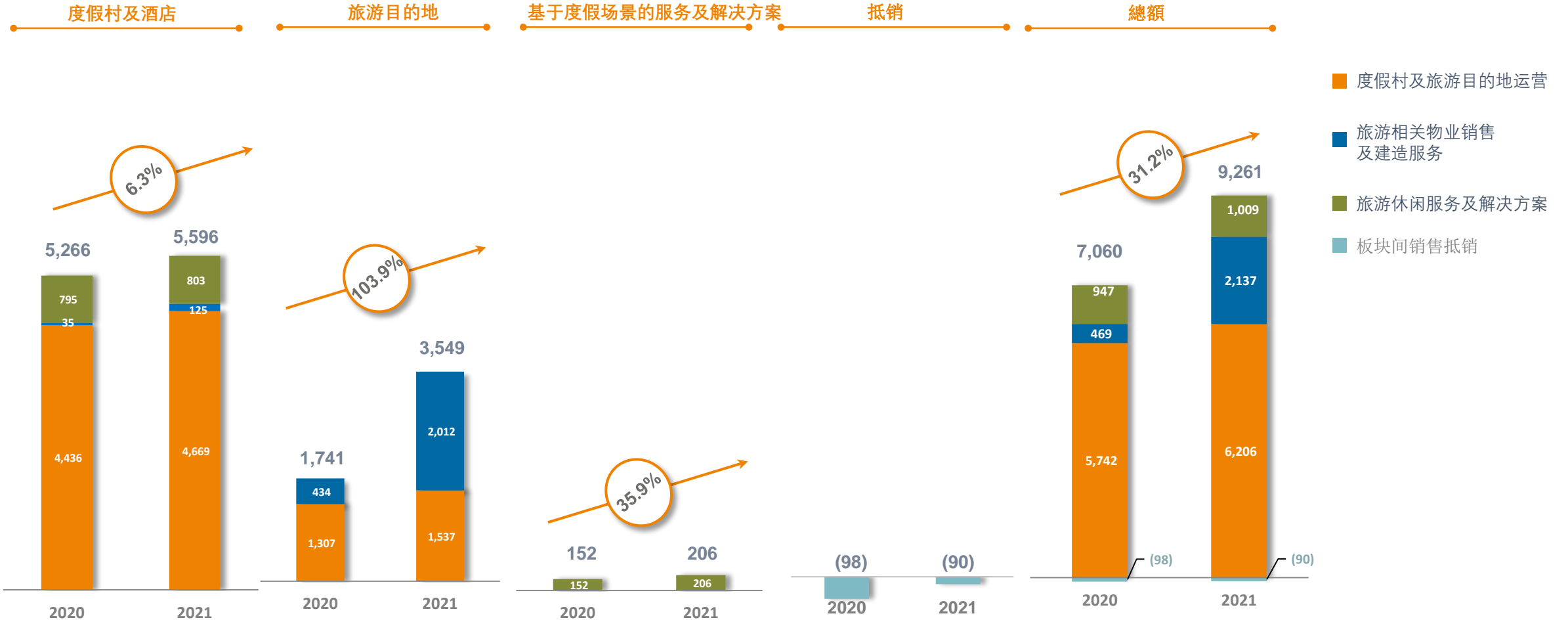
# 收入 (按业务功能划分)

人民币(百万元)



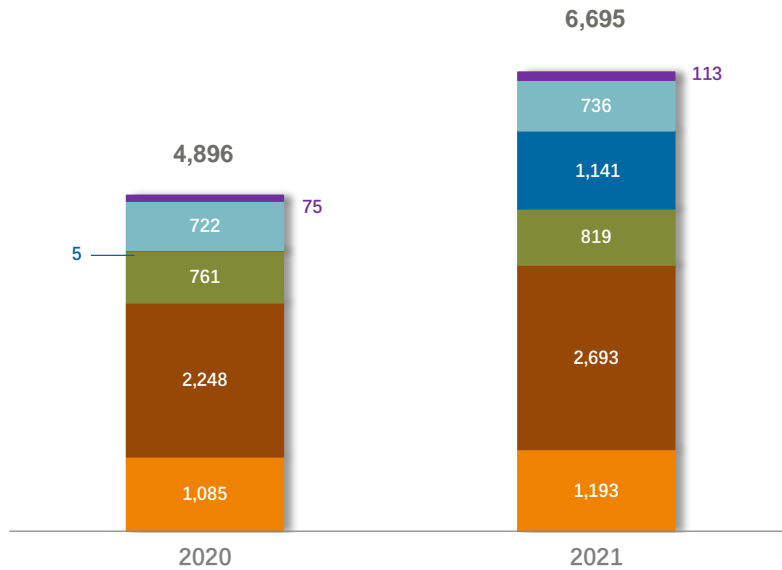
# 收入 (按业务板块划分)

人民币(百万元)



## 销售成本

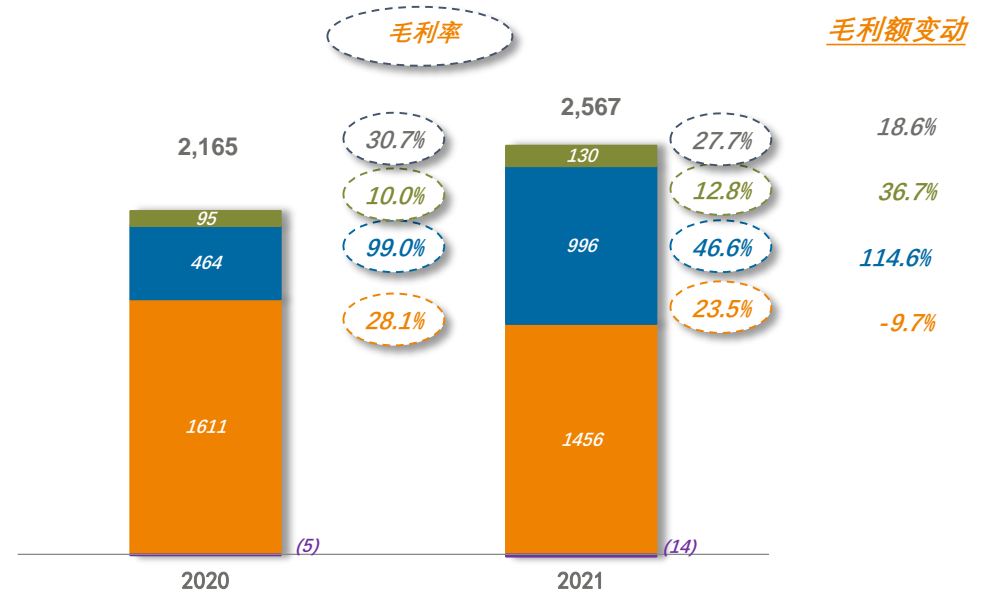
(人民币 百万元)



- 旅游度假村和目的地折旧和租赁费用
- 旅游度假村和目的地固定营运成本
- 旅游度假村和目的地变动营运成本
- 物业销售及建造服务成本
- 运输成本
- 其他

## 毛利及毛利率

(人民币 百万元)



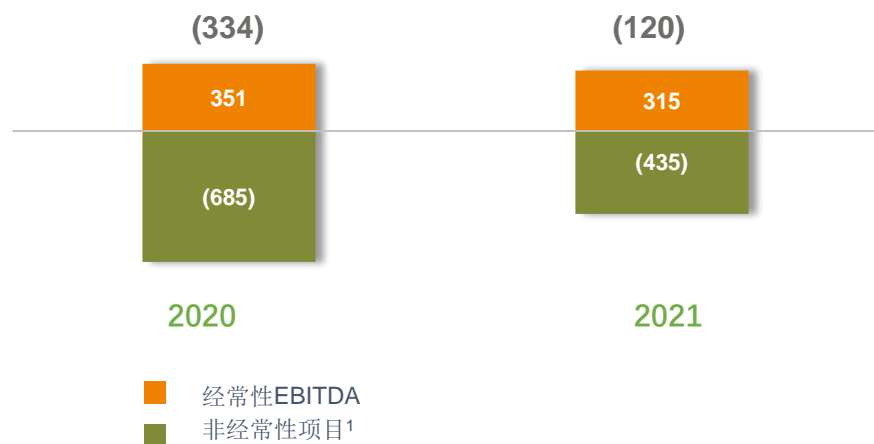
- 度假村和旅游目的地运营
- 旅游相关物业销售及建造服务
- 旅游休闲服务及解决方案
- 板块间抵消

# 主要业务板块经调整EBITDA

集团经调整EBITDA由截至2020年的人民币187百万元上升至2021年的人民币248百万元

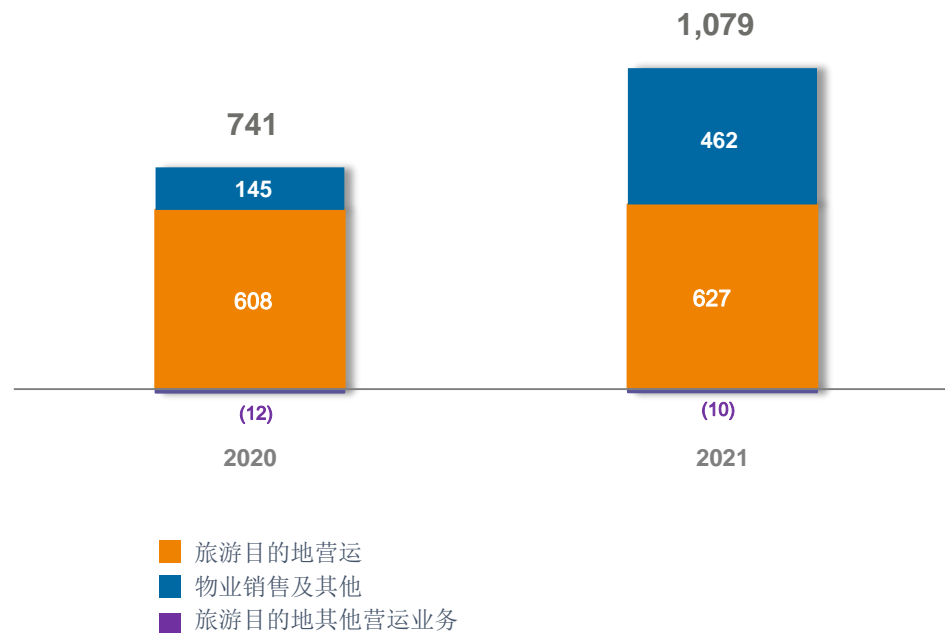
## 度假村和酒店

(人民币 百万元)



## 旅游目的地

(人民币 百万元)



注: <sup>1</sup>度假村运营产生的非经常性经营项目包括疫情爆发前本应开业却暂停营业期间的业务成本及因疫情产生的额外运营成本、减值及拨备、重组、按公允价值计入损益计量的投资的公允价值变动收益/(亏损)以及处置损失保险



# 主要业务板块经营利润 / (亏损)

经营亏损由2020年经营亏损人民币1,682百万元减少至2021年亏损人民币1,435百万元

## 度假村及酒店

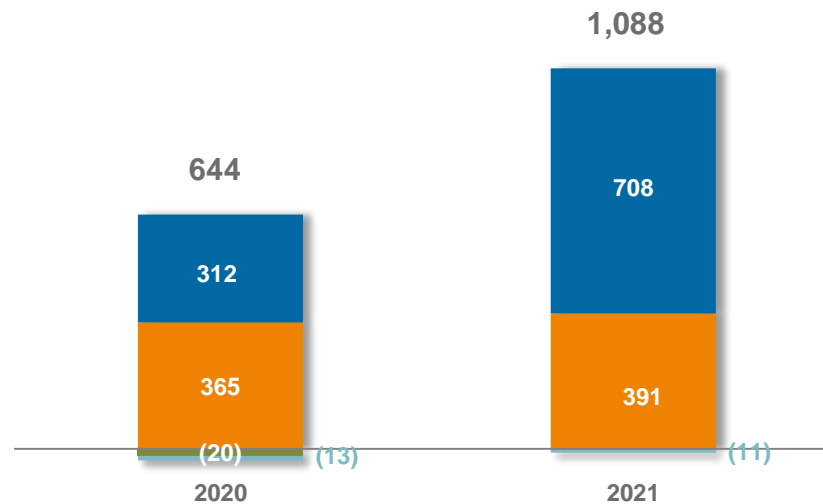
(人民币 百万元)



- 经常性经营利润
- 非经常性项目<sup>1</sup>

## 旅游目的地

(人民币 百万元)

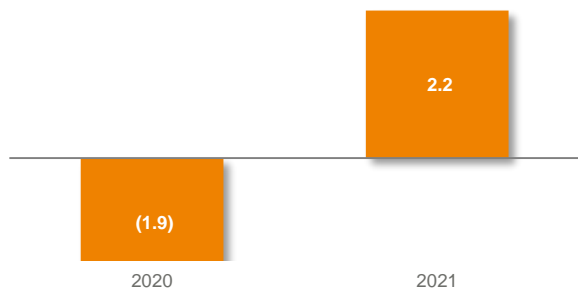


- 旅游目的地经营利润
- 物业销售相关经营利润
- 旅游目的地其他营运业务
- 非经常性<sup>1</sup>项目

注：1度假村经营中的非经常性经营项目包括因疫情爆发而于正常时间本应开业却暂停营业期间的业务成本及将客户带回国内的运输费用等额外营运成本、减值及拨备、重组、按公允价值计入损益计量的投资的公允价值变动收益 / (亏损) 以及处置损失保险

## 经营活动产生/（所用）现金流净额

(人民币 十亿)



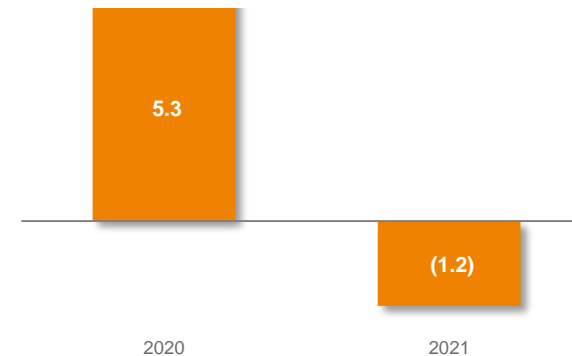
## 投资活动产生/（所用）现金流净额

(人民币 十亿)

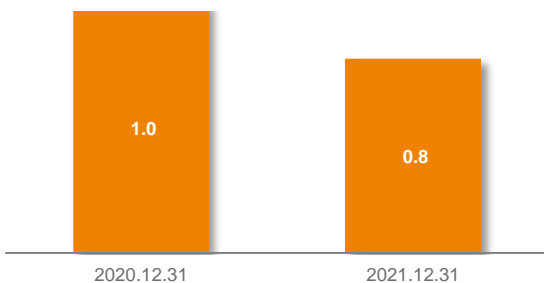


## 融资活动产生/（所用）现金流净额

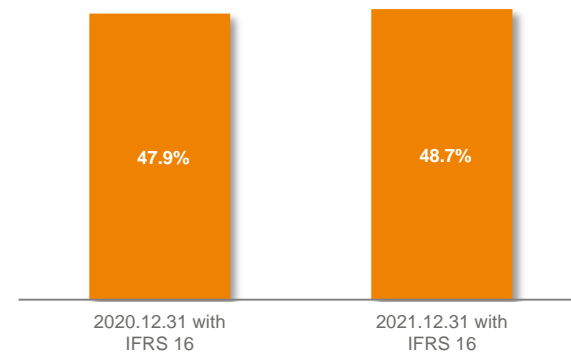
(人民币 十亿)



## 流动比率<sup>2</sup>

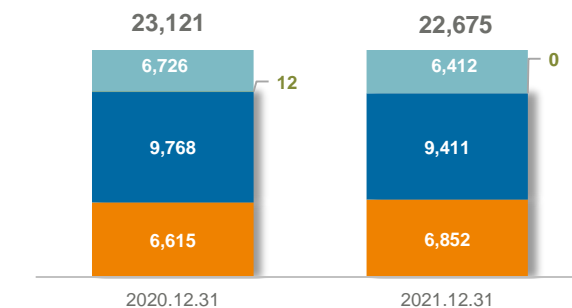


## 杠杆比例<sup>3</sup>



## 融资明细

(人民币 百万元)



- 计息银行借款及其他借款
- 租赁负债/融资租赁应付
- 可换股债权
- 应付债券

注：1 不含原到期日超过三个月的定期存款流动；2 流动比率相等于流动资产除以截至期末的流动负债；3 杠杆比率相等于净债务占截至期末总资产的百分比

01 执行摘要

02 运营概览

03 财务概览

**04** 业务最新进展  
及行业展望

05 附录



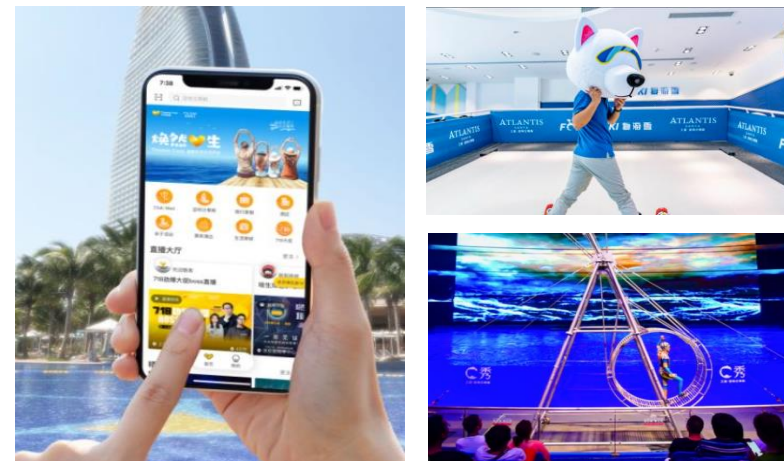
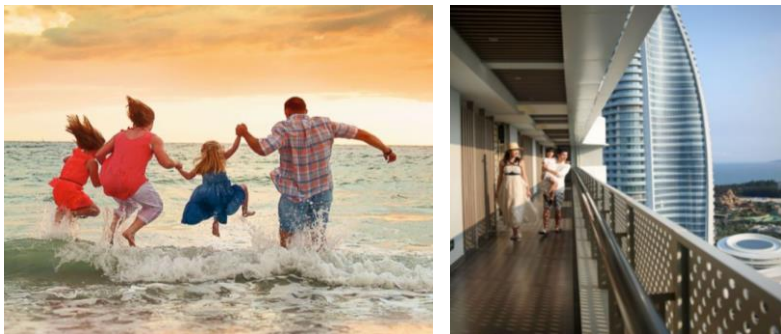
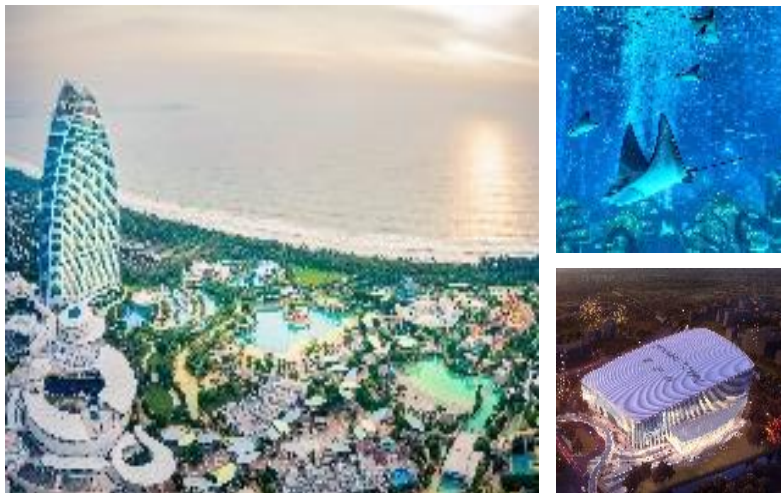


## 度假村和酒店

- 2022年前两个月，Club Med录得营业额较2021年增长426%，恢复至2019年81%；其中欧非中东、美洲地区和亚太地区分别较2020年增长699%，252%和73%，分别恢复至2019年的98%、98%和22%
- 2022年前两个月，全球度假村入住率达到61.1%
- 2022年前两个月，全球容纳能力较2021年增加120%，欧非中东、美洲地区和亚太地区容纳能力分别较2021年增加1,196%，68%和12%。容纳能力恢复至2019年82%，其中欧非中东、美洲地区和亚太地区分别恢复至2019年的77%，101%和73%。
- 2022年2月，Club Med全球有47家度假村在运营
- 2022年3月5日录得截至2022年上半年的累计预订量较2021年同期录得2021年上半年的营业额增加约304%，恢复至2019年上半年（疫情前）的营业额的92%。

## 旅游目的地

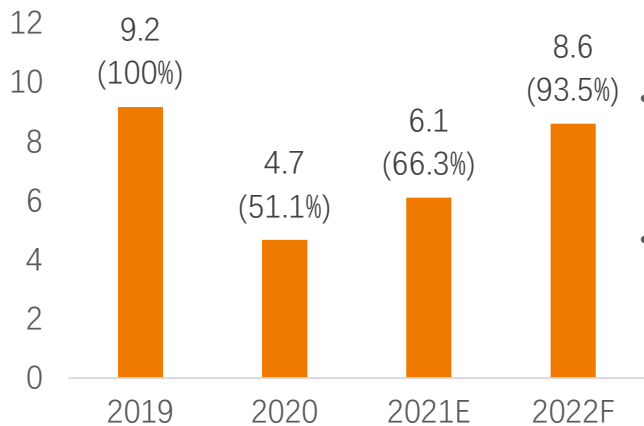
- 2022年前两个月，三亚亚特兰蒂斯的营业额约为人民币362百万元，较2021年同期增加约44%。房间入住率为89.1%，较2021年同期增长21.7个百分点。客房平均每日房价达人民币2,926元，较2021年同期增加约11%
- 2022年1月，太仓复游城阿尔卑斯雪世界完成主体结构封顶



## 服务和解决方案

- 截至2022年前两个月，TC 中国录得营业额约人民币101百万元，同比增长151%
- 截至2022年前两个月，TC 英国营业额录得人民币250百万元，同比增长1,077%

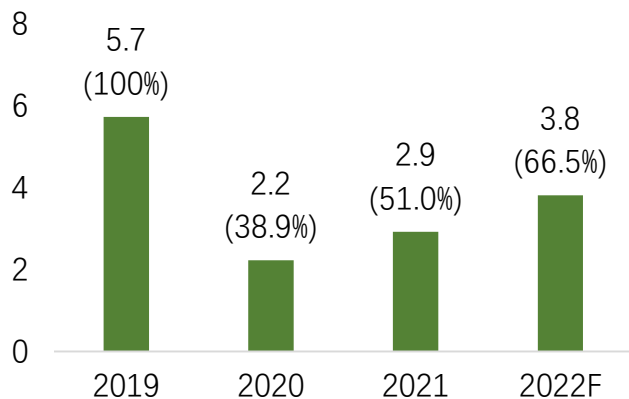
## 2022年全球旅游业料恢复至疫前93成 中国国内旅游恢复至2019年的近7成



■全球旅游业产值 (万亿美元) 及恢复情况

数据来源: 世界旅游理事会 (WTTC)

- 2021年,全球旅游业产值预计达美元6.1万亿,同比增长41%,已恢复至2019年的66%
- WTTC预测,2022年全球旅游业产值预计达到美元8.6万亿,同比增长超40%,与2019年的差距将进一步收窄至7个百分点



■国内旅游总收入 (万亿) 及恢复情况

数据来源: 中国旅游研究院

- 2021年,中国国内旅游总收入达人民币2.9万亿元,同比增长32%,已恢复至2019年的51%
- 中国旅游研究院预测,2022年中国国内旅游总收入达人民币3.8万亿元,同比增长31%,恢复至2019年的67%

2022年一季度中国居民  
出游意愿为**85%**,同比  
增长3个百分点

预计2022年全球旅游总入  
次达**84.5亿**人次,  
同比增长28%,恢复到疫  
情前水平的69%

旅游恢复程度来看,  
**美洲、欧洲和亚太旅**  
游依序降低

数据来源: 世界旅游城市联合会、中国社会科学院旅游研究中心、《世界旅游经济趋势报告(2022)》

## 旅游业复苏呈现趋势变化

### 休闲旅游领跑行业复苏

- 线下会议受限旅行限制,55%的商务旅行受影响
- 在美国、英国、加拿大、日本和西班牙,70%的休闲旅游者打算在2022年比过去五年花更多的钱在旅游上

### 数字化趋势不可逆

- 近年数字解决方案的使用率快速增长,在新冠疫情期间更甚。旅行目的地更多地通过数字渠道展示产品
- 社交媒体和数字营销已成为旅行营销和销售利器,并成长期趋势

### 全球旅游本土化

- 由于国际旅游持续受限,本土休闲旅游在中短期内继续引领全球旅游业复苏
- 随着旅游需求的持续上涨,消费者开始将目光转向本土目的地及游玩项目

### 中高端旅游具韧性

- 中高端的品牌连锁酒店恢复势头良好,表现出强劲的生命力
- 在疫情期间,品牌连锁酒店新增开店数量保持平稳,高端酒店品牌的市场营收远超预期

### 一价全包成为疫后首选

- “一价全包”的度假村套餐除了性价比高,旅客可在度假村内满足所有吃喝住玩的所有需求,也满足了旅客在疫情下增加私人空间的需求,也满足了旅客在疫情下增加私人空间的需求
- 更多的国际酒店集团近期积极开拓“一价全包”套餐,例如温德姆、凯特、希尔顿、万豪等

01 执行摘要

02 运营概览

03 财务概览

04 业务最新进展  
及行业展望

05 附录



截至12月31日止年度

2021

2020(已重述)

RMB '000

RMB '000

除所得税前亏损

(2,396,989)

(2,587,348)

经调整以下各项：

折旧

1,774,359

1,897,893

摊销

160,700

139,582

财务费用

960,442

895,444

土地增值税

(281,076)

(198,352)

**EBITDA**

**217,436**

**147,219**

添加以下各项：

以权益结算以股份为基础的付款上市开支

30,867

40,242

**经调整 EBITDA**

**248,303**

**187,461**



## 关于复星旅文

复星旅游文化集团（简称“复星旅文”或“FOLIDAY”，股份代号01992.HK）是全球领先的综合性旅游休闲度假集团之一。按2019年收入计，复星旅文为全球最大的休闲度假村集团\*。

作为复星“健康、快乐、富足、智造”四大业务板块之一“快乐”板块的重要组成部分，复星旅文主张“快乐每一天”（Everyday is FOLIDAY）的生活方式，致力于将旅游及休闲概念融入日常生活当中，并通过FOLIDAY全球生态系统为客户提供量身定制的一站式度假及生活解决方案。

\*引自于独立国际咨询公司弗若斯特沙利文行业报告