

everyday is FOLIDAY

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)

复星旅游文化集团 (01992.hk) 2021年投资者开放日 演示材料

FOLIDAY 复星旅文



01

行业概览

02

最新发展

03

业务回顾

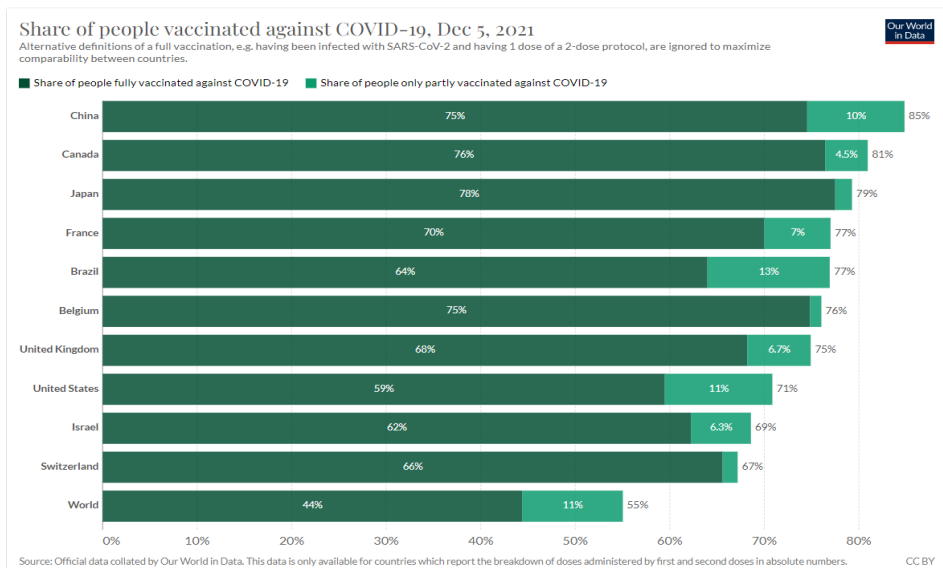
04

财务概览

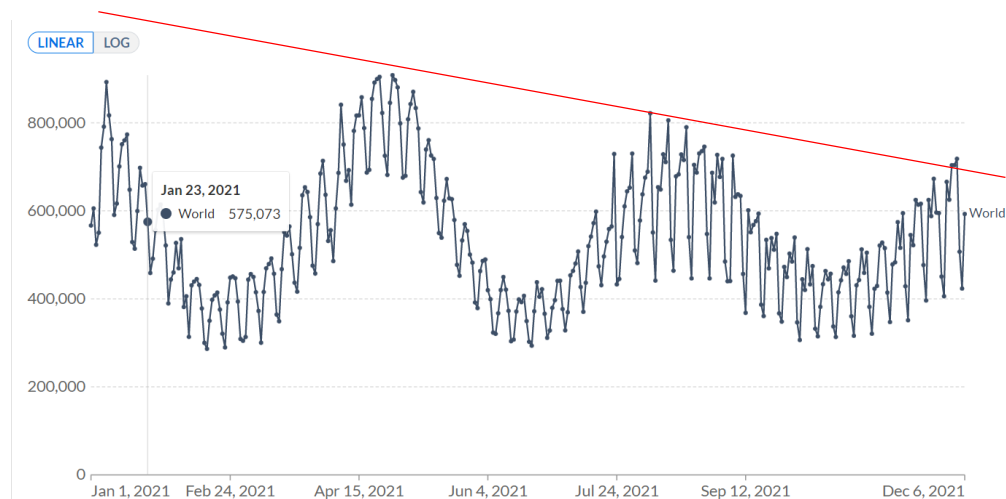
全球疫情发展进入新周期 常态化管控与疫苗普及率提升正帮助世界逐渐打开

FOLIDAY
复星旅文

截至2021年12月，主要国家疫苗接种率平均已达70%



今年以来多轮疫情的新增病例数峰值呈现趋势性下降



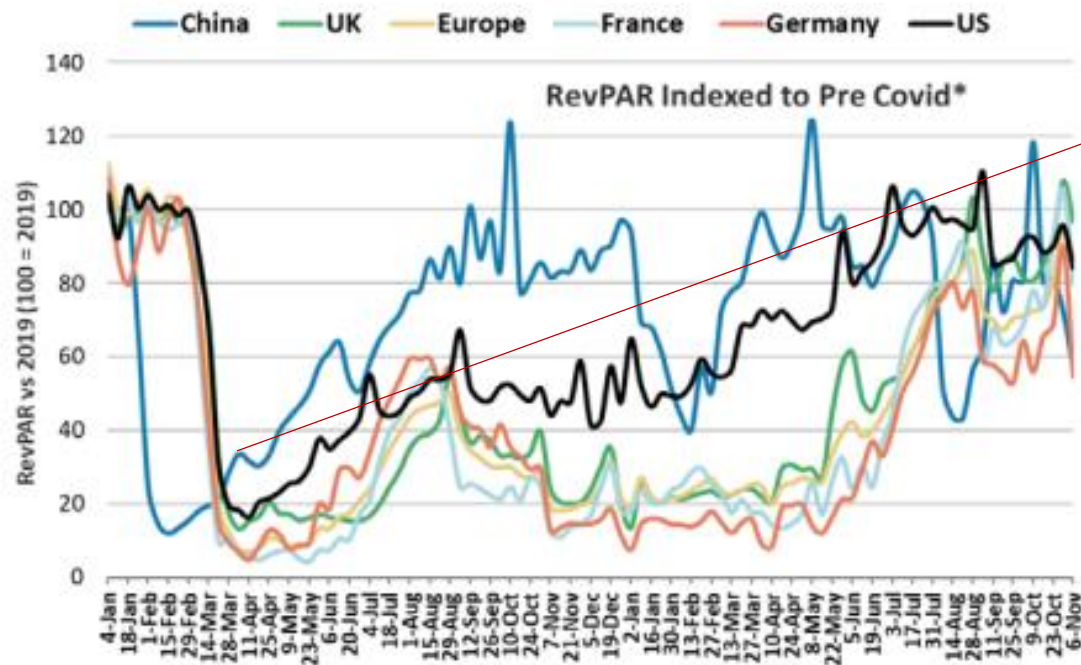
根据《联合国世界旅游组织旅行限制报告》(2021-11)，85 个目的地（占全球所有目的地的 39%）放宽了对完全接种疫苗的国际游客的限制，而 20 个目的地（占全球所有目的地的 9%）已强制要求在入境时进行全面的 COVID-19 疫苗接种。到目前为止，有四个目的地完全取消了所有与 COVID-19 相关的限制（哥伦比亚、哥斯达黎加、多米尼加共和国和墨西哥）

数据来源：ourworldindata, 复星旅文分析

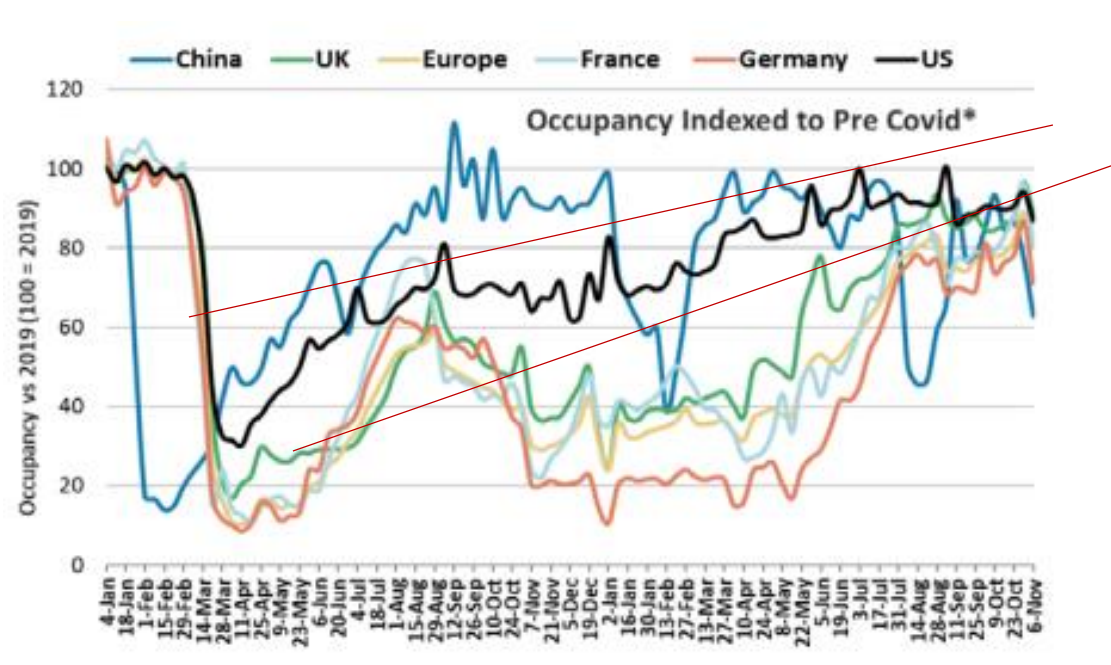
全球旅游行业进入分区域复苏增长阶段，虽有波动但整体边际向上

FOLIDAY
复星旅文

主要经济体周每间房收入 (RevPAR) 指数趋势



主要经济体周入住率指数趋势

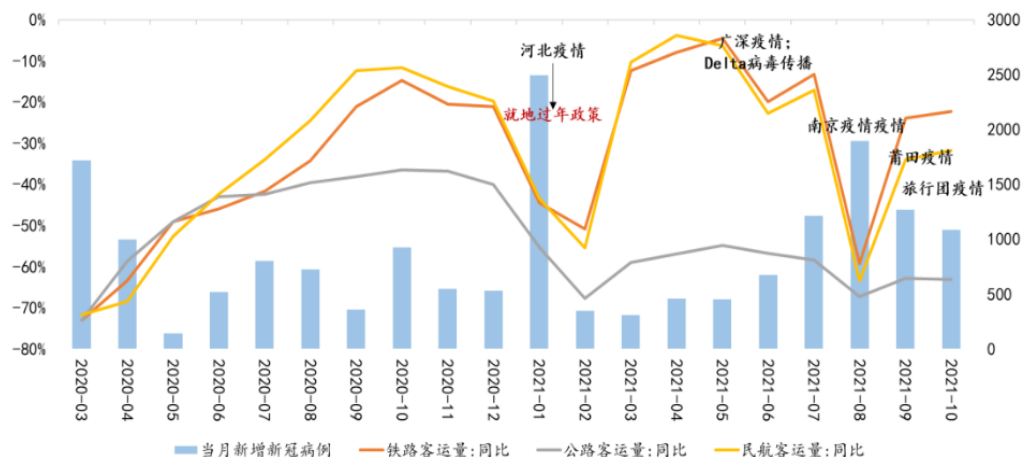


- 通过Morgan Stanley Research报告对今年全球主要经济体周RevPAR指数（与疫情前RevPAR的比值）以及周入住率指数的跟踪数据，虽然受局部疫情影响，指数经历了持续的波动。从整体趋势看，各国旅游行业进入复苏通道，趋势明显，中国仍然处于引领地位，但近欧美市场复苏势头显著。

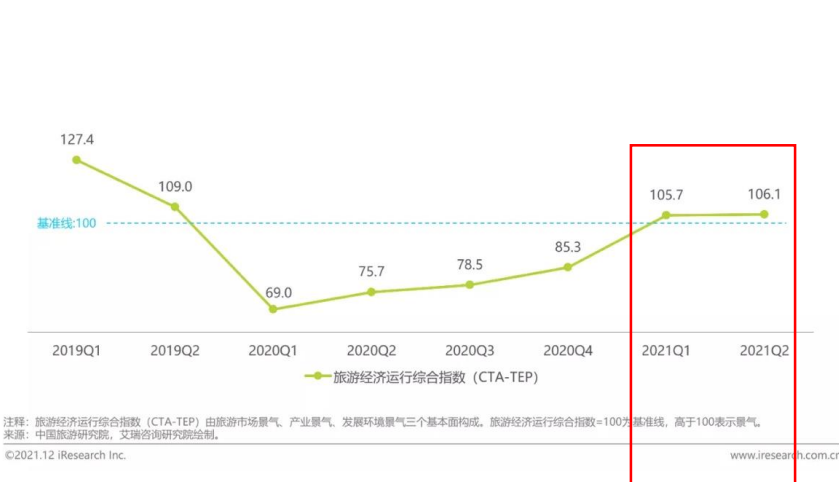
受益政府高效管控和疫苗接种普及，国内旅游行业复苏反弹的韧性逐渐加强

FOLIDAY
复星旅文

散发病例疫情对国内旅游复苏仍然构成影响



2009-2021Q3中国旅游经济运行综合指数 (CTA-TEP*)



注释：旅游经济运行综合指数 (CTA-TEP) 由旅游市场景气、产业景气、发展环境景气三个基本面构成。旅游经济运行综合指数=100为基准线，高于100表示景气。
来源：中国旅游研究院，艾瑞咨询研究院绘制。
©2021.12 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

今年前三季度，全国旅游经济运行综合指数从“相对景气”稳步进入到“景气”区间，平均处于105.82的“景气”水平，同比上升了31.45

*旅游经济运行综合指数 (CTA-TEP) 由旅游市场景气、产业景气、发展环境景气三个基本面构成

数据来源：Wind, 中国旅游研究院，复星旅文分析

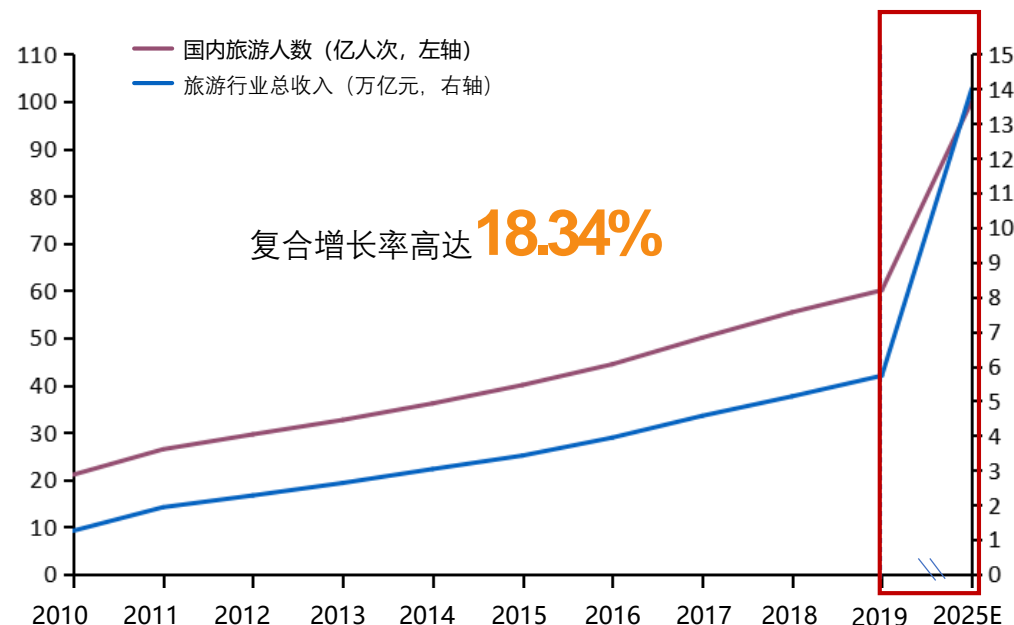
新消费升级和高端旅游消费回流共同推动 中国旅游产业进入新一轮黄金发展期

FOLIDAY
复星旅文

中国中产人群规模持续增长带来巨大休闲度假消费需求



中国旅游行业过去十年始终保持超高速增长



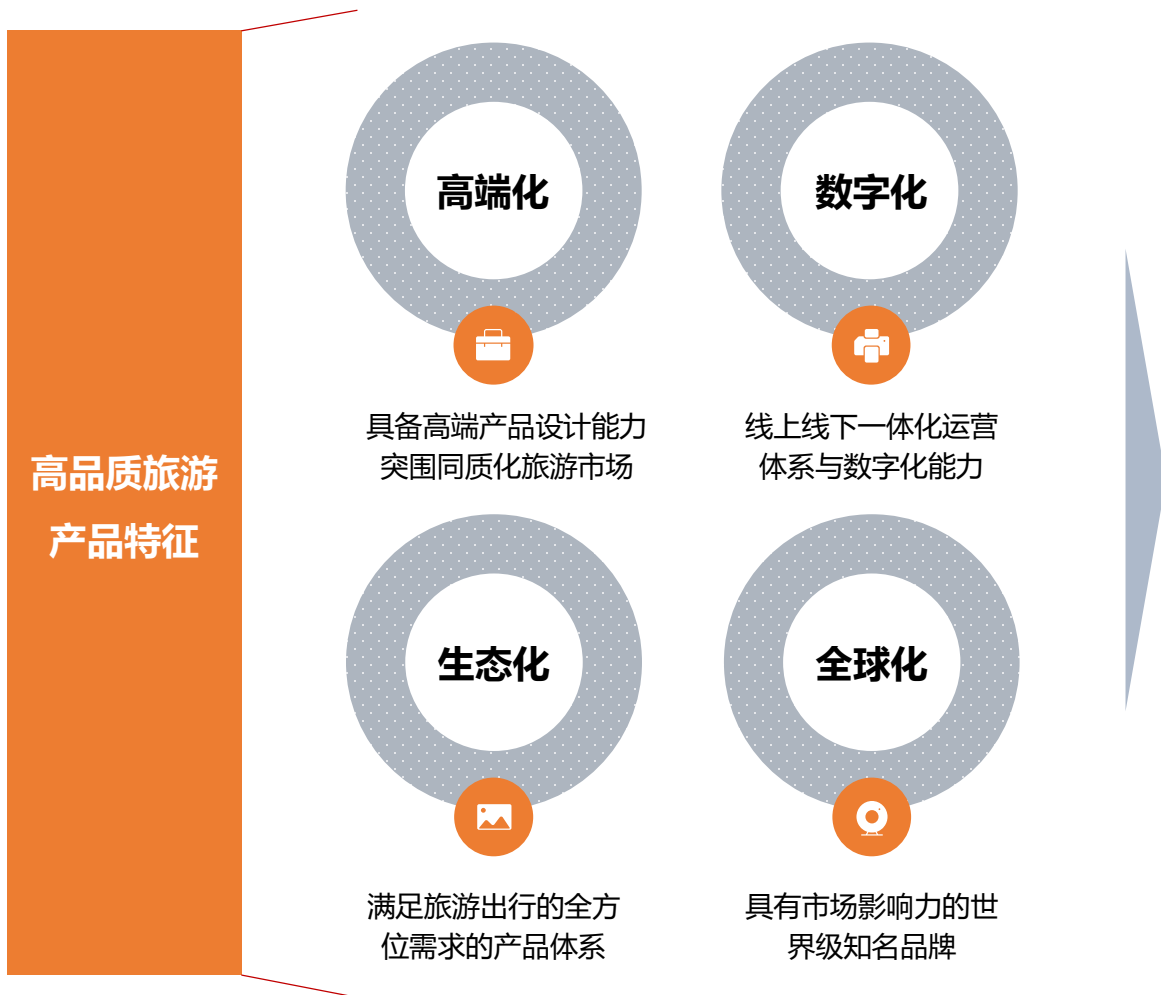
2025年国内旅游收入预计将达**14万亿**，人次超**100亿**，预计2022年中国休闲度假市场规模将超**4万亿**

¹ 家庭可支配收入超过13.8万 (2018) ;

数据来源: 国家统计局, 文化和旅游部《“十四五”文化和旅游发展规划》、中国旅游研究院, 《中国旅游行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》, 麦肯锡全球研究院, statista, US travel organization, 复星旅文分析

行业格局将被重塑， 有能力持续输出创新产品的企业会成为资本市场的核心标的资产

FOLIDAY
复星旅文



三亚亚特兰蒂斯指标逆势突破新高

2019年	<ul style="list-style-type: none"> 年游客量 年营业额 	520万人次 13.12亿元
2020年	<ul style="list-style-type: none"> 年游客量 年营业额 下半年营业额同比逆势 	460万人次 12.27亿元 +36.5%
2021年 上半年	<ul style="list-style-type: none"> 年游客量 (半年) 营业额较2020年 营业额同比2019年 	260万人次 +152% +27%

现阶段中国高品质休闲度假产品依然稀缺，产品项目开发与运营仍面临一系列挑战和痛点

FOLIDAY
复星旅文

问题与痛点

前期投入大 回报周期长

- 资金需求大，一个文旅小镇的平均投资在35-40亿
- 实现盈利项目不到10%
- 大部分项目文旅产业营收占比不超过10%
- 一个文旅小镇的资金回报周期平均在15-20年

定位不清 同质化严重

- 3万家景区和在开发的文旅项目总体以观光型项目居多，且多存在休闲较少、观光较多，功能居多、文化稀薄的现象
- 2019年，15个文旅综合体项目同质化严重和经营不善暂停运营或“消失”

重房产 轻文旅

- 已有七成销售额百强房企布局特色小镇，其中将近40%布局文旅特色小镇，部分房企以文旅特色小镇为名搞房地产建设，背离文旅产业初衷

解决途径

资本运作能力

- 文旅项目投资具有长周期、重资产的特质，选择合适的融资模式，拥有持续稳定的资金来源尤为重要。

品牌力与 创新力

- 文旅项目开发应以区域自然与人文禀赋为基础，以优质的IP及产业导入为核心，加之不断创新迭代的产品与商业模式，确立特色化的市场定位。

运营能力

- 配套房地产有助于文旅项目前期快速回笼资金，但高品质的旅游休闲产品和扎实的运营才是文旅项目激活资本活力、实现可持续发展的保障。



01

行业概览

02

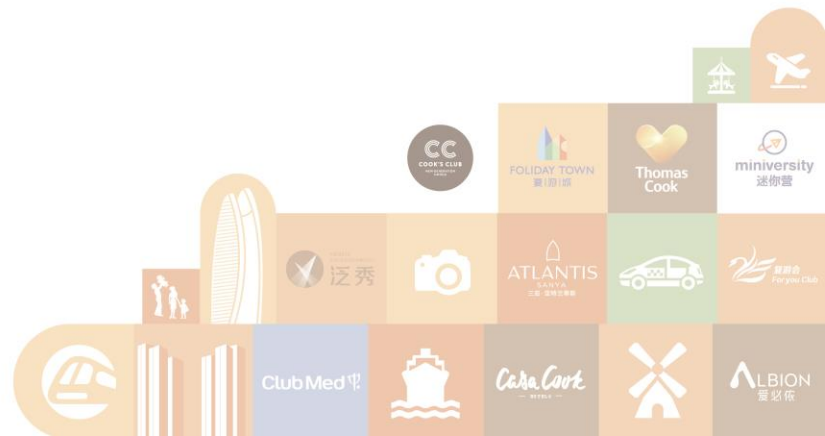
最新发展

03

业务回顾

04

财务概览



疫情以来的业务亮点

FOLIDAY
复星旅文

01

中国区逆势加速增长
持续扩大市场份额

- **三亚特兰蒂斯**于疫情受控的2020年下半年+2021年上半年录得累计营业额**17.3亿元**，较2019年逆势**增长32%**；经调整EBITDA¹约**910百万元**，较2019年逆势**增长约61%**
- 2020年四季度，**地中海俱乐部中国度假村**营业额同比2019增长**35.3%**；2021上半年，**地中海俱乐部中国度假村**营业额同比增长**171.9%**²
- 截至2021年7月31日，**太仓复游城**累计**823套**可售物业单位已获预售
- 生态业务营业额持续成长。**爱必依、泛秀、迷你营**2020年下半年+2021年上半年营业额较2019年成长**73.5%**，**产品持续创新，内容迭代升级**

02

海外夏季复苏强劲
订单趋势持续改善

- **复苏情况良好**。地中海俱乐部2021年第三季度**容纳能力**已恢复至2019年的**71.9%**，**全球入住率 64.8%**
- **价值策略行之有效**。地中海俱乐部2021年第三季度每晚床位价格**ADBR**超2019年同期**17%**
- **订单趋势持续改善**。截至2021年10月16日，对21年下半年订单以度假村营业额计，恢复至2019年同期的**83.8%**；对22年上半年订单恢复至2019年同期的**95.4%**

03

数字化发展迅速
百年品牌再出发

- 2020年7月，百年旅游品牌Thomas Cook转型提质，“**托迈酷客生活方式平台**”率先于中国发布。20年9月，于英国试运营上线Thomas Cook在线旅行社网站
- **截至2021年9月30日，中国“托迈酷客生活方式平台”应用程序下载量超2百万人次**
- 2021前三季度，**Thomas Cook中国**和**英国**分别实现营业额人民币**268百万元**和**252百万元**，同比2020年均呈现倍数级增长

04

逆势布局后疫情时代
业务增长

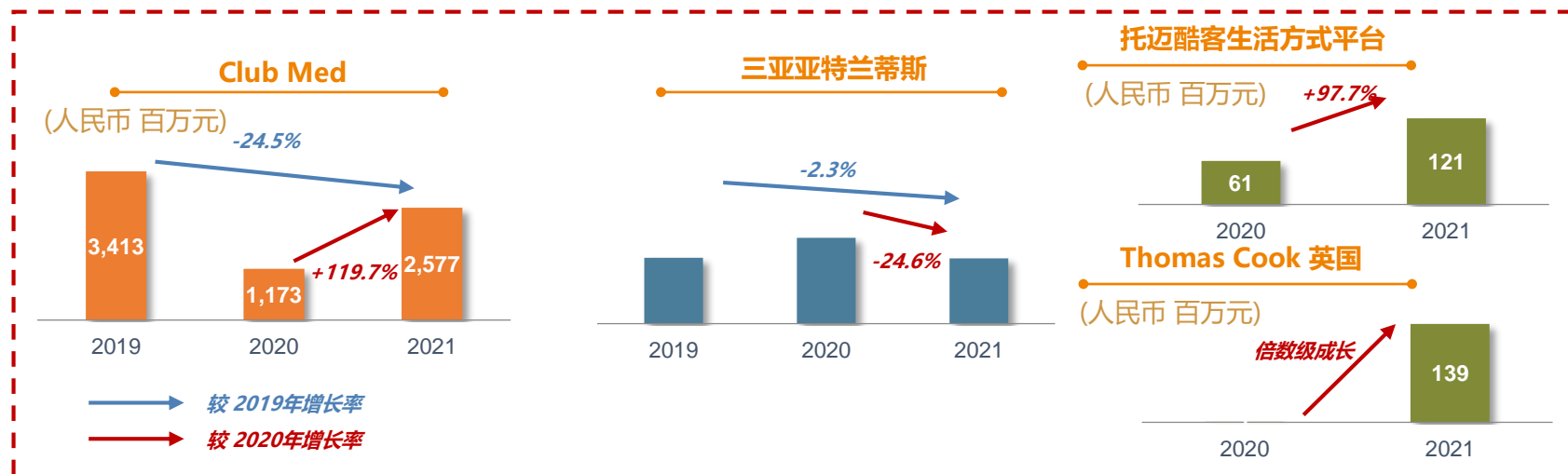
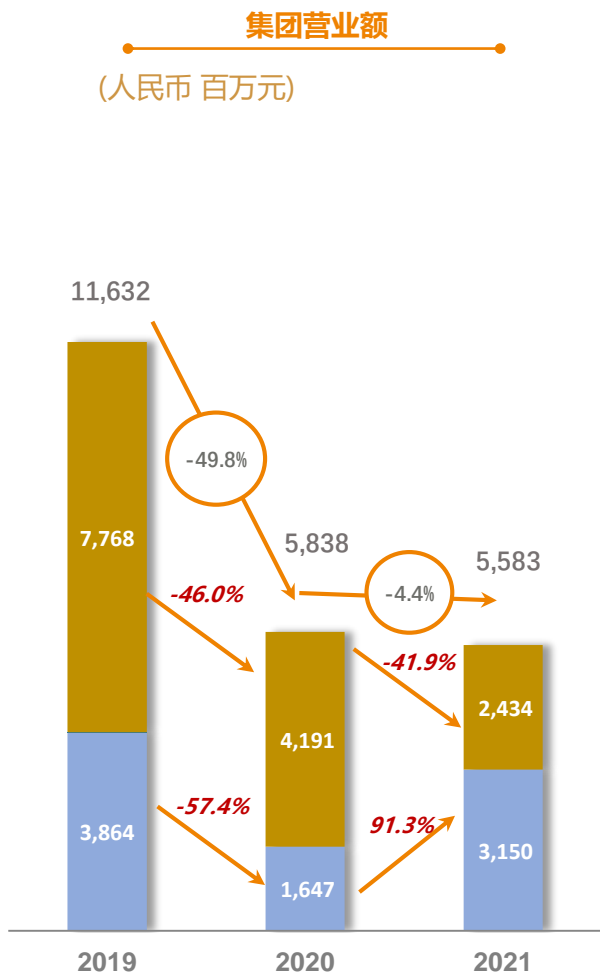
- 于2021年年初制定计划，**23年底前**于全球新开**16家地中海俱乐部度假村**
- 23年底前Casa Cook和Cook's Club系列酒店全球开业**30家以上**
- 集团已是**三亚最大的高端度假村供应商**³，未来亦积极寻求**旅游目的地，度假村管理，多种服务及解决方案**的机会，在**旅游零售及生活方式产品**等领域拓展新业务
- Club Med运营**19家**山地（滑雪）度假村，截至2023年底，筹开**6-8家**滑雪度假村

¹经调整EBITDA调整项为以权益结算的股份支付；²包括在度假村内的直销；³根据弗若斯特沙利文报告，截至2019年12月31日，按平均每日房价超过人民币1,000元的客房数量计，复星旅文以三亚特兰蒂斯和三亚地中海俱乐部度假村，是三亚最大的高端度假村供应商

2021年第三季度业务总结

FOLIDAY
复星旅文

营业额分布（按核心业务分）



2021年第三季度:

- ✓ 受益于**价值策略**以及有效的**成本节约措施**, Club Med 未经审计之**净利润**已超过2019年同期水平。
- ✓ 本集团旅游目的地项目: **丽江复游城**之核心组成部分**Club Med 丽江度假村**于2021年9月25日全新开幕
- ✓ 得益于**Club Med**于2021年第三季度未经审计之归属于本集团之**净利润转正且显著超过2019年同期水平**, 虽受亚太区疫情的负面影响, 本集团于2021年第三季度未经审计之**归属于股东之利润转正**。

■ 上半年度¹

■ 第三季度²

1: 2019、2020和2021年上半年营业额均按2021年上半年汇率作可比口径调整
2: 2019、2020和2021年第三季度均按2021年第三季度汇率作可比口径调整



- 01 行业概览
- 02 最新发展
- 03 业务回顾
- 04 财务概览

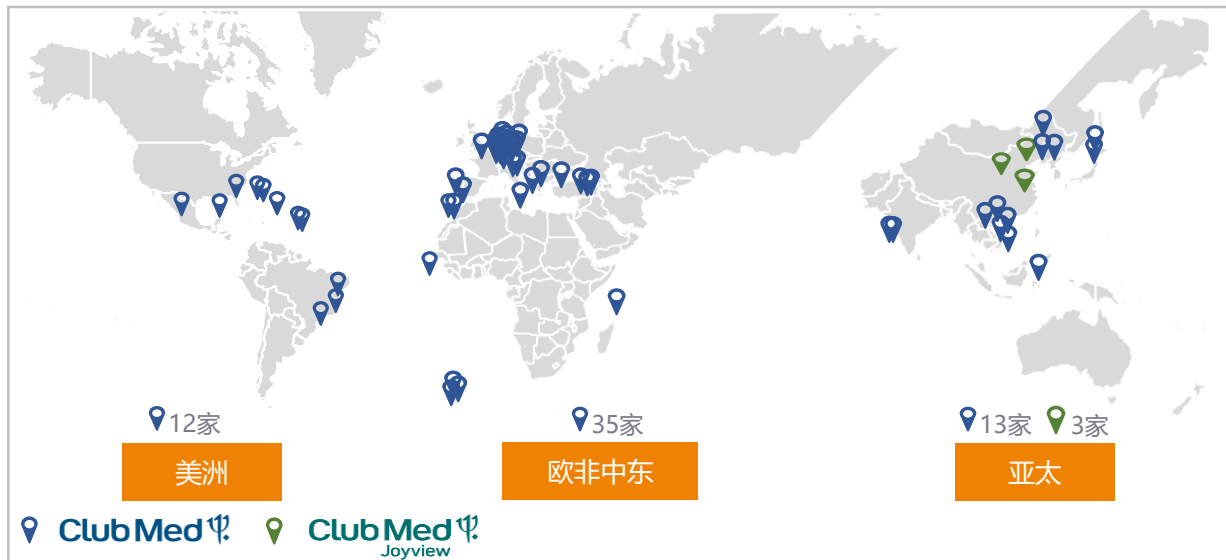


度假村及酒店-Club Med 地中海俱乐部-最新恢复



- 全球领先、独一无二的度假品牌
- 运营**63**家度假村，销售和运营遍布全球**40+**个国家和地区
- 专注度假者体验，针对中国及亚太地区度假者定制特色产品
- 具有强大的市场客群吸引力与优异的业绩表现

全球营运的63个度假村布局



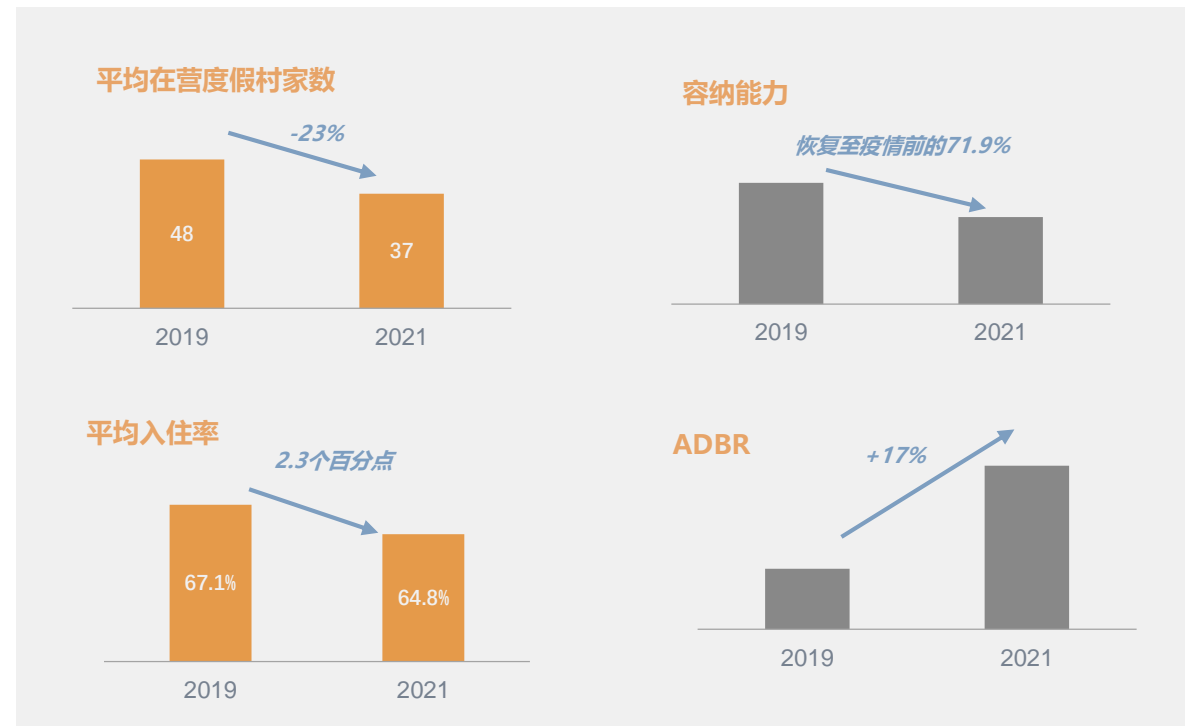
全球度假村累计预定量(2021年10月16日统计)



1. 文旅部的数据显示，今年中秋节假期，全国实现国内旅游收入371.49亿元，按可比口径恢复至2019年中秋假期的78.6%。
2. 据文旅部发布统计数据，2021年7天国庆假期，全国实现国内旅游收入3890.61亿元，恢复至疫前同期的59.9%。

2021年第三季度

FOLIDAY 复星旅文



中国区业务恢复迅速，跑赢行业

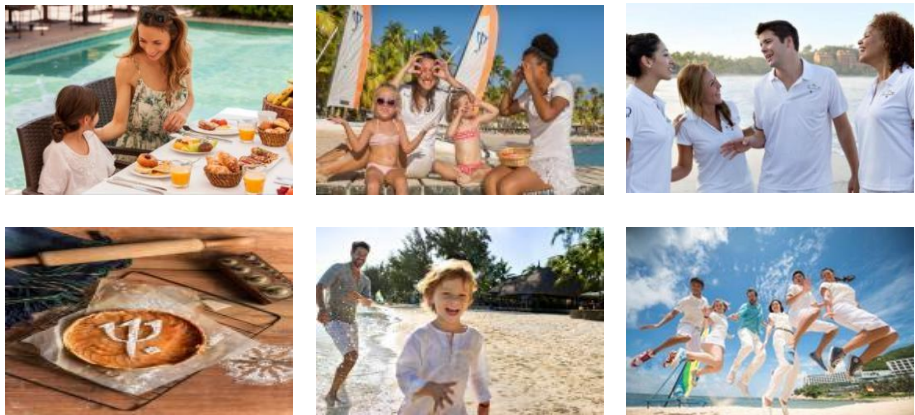
- 2021年中秋假期期间，酒店平均入住率达**94%**。营业额恢复至疫情前水平，跑赢行业**21个百分点**¹。
- 2021年国庆假期期间，酒店平均入住率达**74%**。营业额较2019年增长5%，跑赢行业**50个百分点**²。

度假村及酒店-Club Med 地中海俱乐部



2021年年初制定, 于2023年底前, 新度假村管线规划

FOLIDAY
复星旅文



- 2023年底前计划新开**16**个度假村, 其中**9**个位于中国
- **Seychelles**度假村已于2021上半年开业, **丽江**度假村于今年9月25日开业, **Quebec Charlevoix**度假村已于12月3日开业, **长白山**度假村将于即将到来的冬季开业
- 截至2024年6月30日, **12**家现有度假村计划完成翻新



Club Med
Seychelles/ Indian Ocean



Club Med
Lijiang / China



Club Med
Québec Charlevoix /Canada



Club Med
Changbaishan / China



Club Med
Thai Woo/ China



Club Med
Marbella /Spain



Club Med Joyview
Nanjing /China



Club Med Joyview
Qiandao Lake /China



Club Med
Val d' Isère / France



Club Med
Kiroro /Japan



Club Med Joyview
Heilongtan/ China



Club Med
Tignes / France



Club Med Joyview
Sanlang/ China



Club Med
Grand Massif Chalet (Phase 2) /France



Club Med Joyview
Taicang /China



Club Med Joyview
Foshan/ China

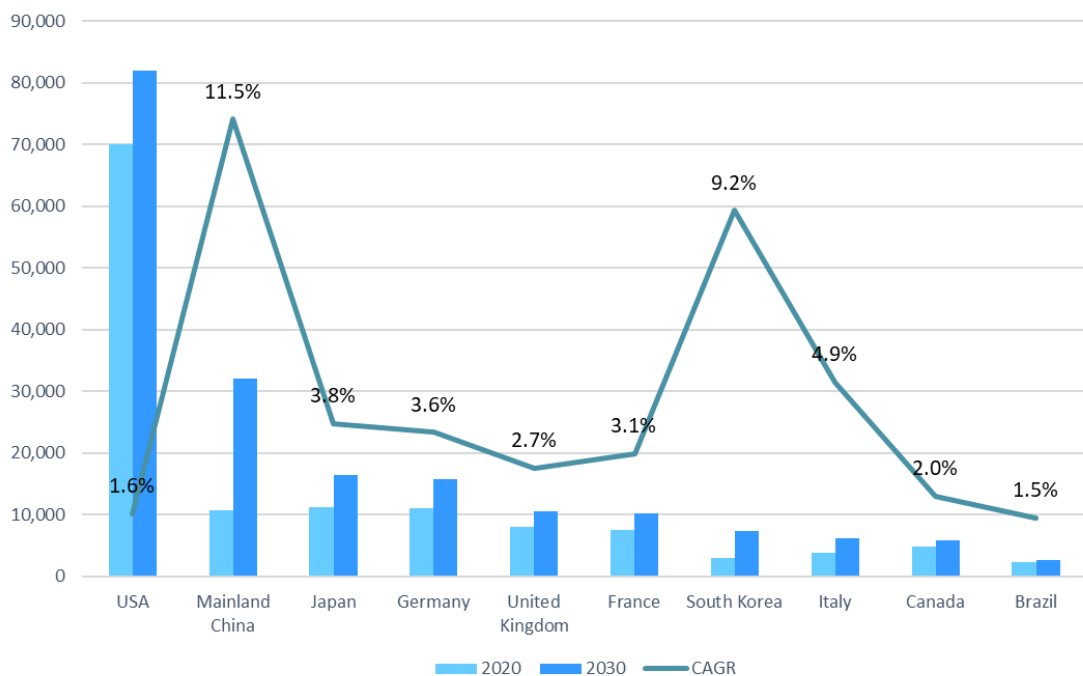
度假村及酒店-Club Med 中国区

FOLIDAY
复星旅文

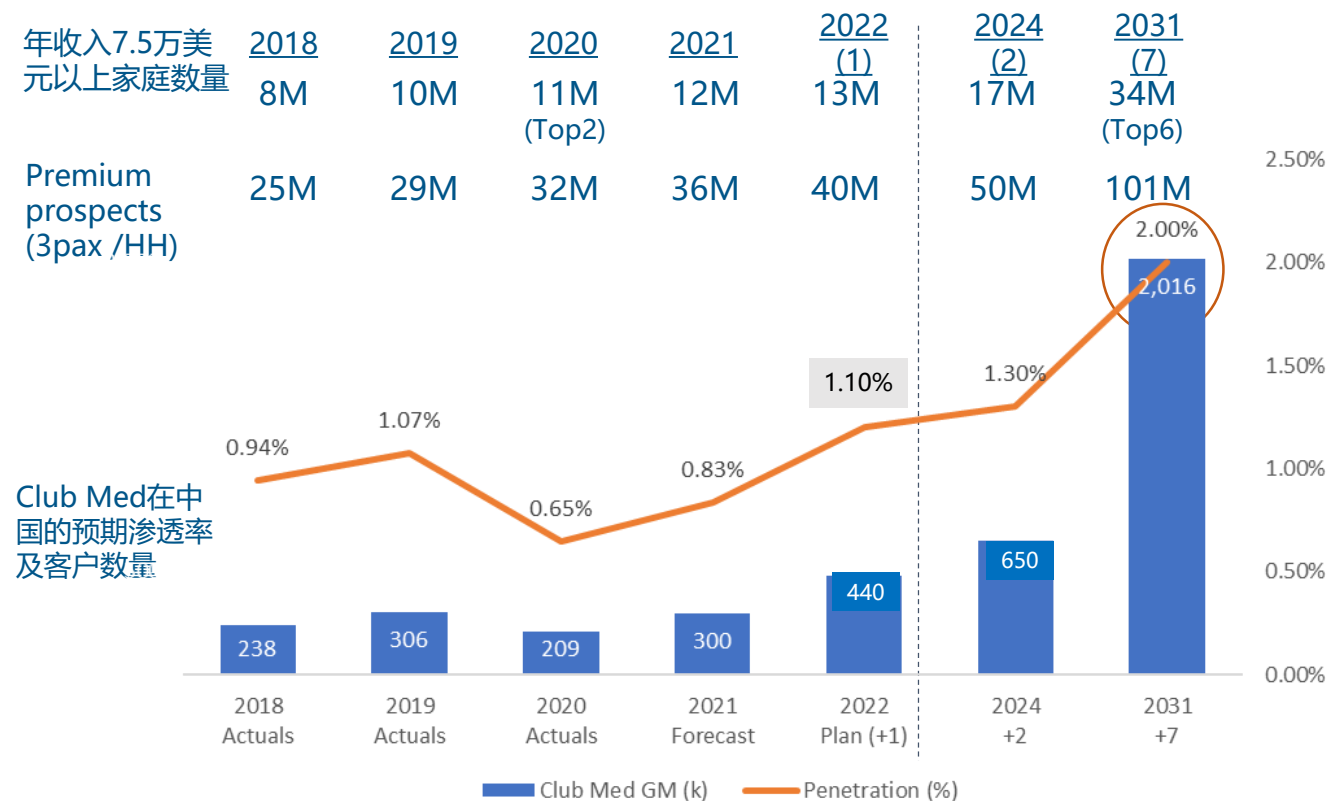
2031年，中国市场将出现目前3倍的中高端客户，Club Med客户数量可达到200万人

- 中国年收入7.5万美元以上的家庭数量将从2020年的1100万(全球第二)增长到2031年的3400万；未来10年的年复合增长率达到11.5%，为发达国家中最高(韩国9%,日本/德国/法国 3-4%,美国1.6%)。
- 考虑到Club Med当前在法国渗透率3%，中国渗透率1%，在其它新兴市场如巴西的渗透率2%，未来10年，Club Med在中国高收入人群中的渗透率达到2%这一目标是合理的，从而Club Med中国区客户数量可从2019年的30万增长至2024年近50万、2031年约200万。

年收入7.5万美元以上家庭数量(千, 2020-2030)



市场空间及Club Med渗透率(2018-2031)



度假村及酒店-Club Med 中国区

Club Med增长助推器

业务潜力：
- 客户数量200万
- BV超10倍增长

最大化客户生命周期价值

优化渠道结构，特别是直销比例的提高

数字化营销

同时加快中国度假村和东南亚度假村开发速度，以满足客户多层次、多样化的需求

		Leisure trips in 2024 (M)	CAGR (2015-2024)	国内及亚太主流旅游目的地
1	上海及周边	877	9%	Anji / Thousand Islands / Xianlin / Tangshan / Taicang ✓
2	广州及周边 (广东)	478	8%	Shanwei / Foshan
3	北京及周边	434	7%	Yanqing / Golden Coast / Thaiwoo ✓
4	成都及周边 (四川)	299	15%	Sanlang / Heilongtan ✓
5	福建	297	14%	17 identified projects incl. 2 TS / 2 TSA signed
6	河南	256	10%	
7	山东	248	10%	
8	陕西	189	10%	
9	广西	170	12%	Guilin
10	安徽	158	6%	
11	云南	107	9%	Lijiang
12	山西	85	6%	
13	海南	65	8%	Sanya
	其它	1,619	9%	
	合计	5,281	9%	

Club Med 现有或未来五年度假村的产能计划

		Leisure trips in 2024 (M)	CAGR (2015-2024)	国内及亚太主流旅游目的地
1	泰国	11,299	8%	Phuket
2	日本	8,562	10%	Tomamu / Sahoro / Kabira / Kiroro
3	韩国	6,382	5%	Pyeong Chang
4	越南	5,850	20%	
5	新加坡	3,484	12%	
6	马来西亚	3,377	12%	Cherating / KK
7	柬埔寨	2,635	21%	
8	菲律宾	1,661	19%	
9	印度尼西亚	1,647	10%	Bali / Bintan
10	澳大利亚	1,522	9%	

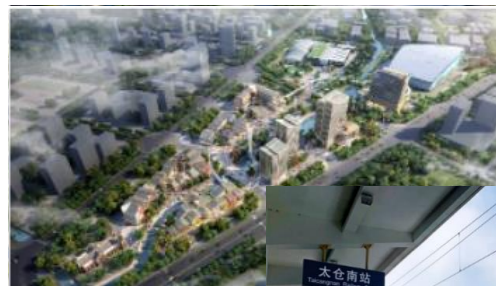
AY
文

旅游目的地 - 概览



三亚亚特兰蒂斯

- 于**2014年**开始兴建，投资**近百亿元**，于2018年2月试营业，并于同年4月正式营业，已成为面向全球游客的**三亚地标产品**。
- 拥有**1314间**酒店客房，集合**20万方**的主题水世界、水族馆、**20余家**餐厅、**5000平**MICE、**3000平**零售商业和一个容纳**1700余人**的C秀演出场馆。
- 16万方**可售度假物业几乎售罄，平均单位成交金额超**7万元/平**，其中约**150套**由爱必依托管；
- 开业第一个完整年度即录得营业额**13.2亿**，疫情中的2020年亦录得**12.3亿元**；2019年EBITDA利润率高达**43%**，疫情中的2020年逆势录得EBITDA利润率**49%**，显著高于全球酒店和主题乐园的盈利水平。



2021年第三季度



FOLIDAY 复星旅文



太仓复游城



- 华东地区规模级的室内滑雪场**阿尔卑斯雪世界（由CDA设计）、**运动公园**、**Club Med Joyview太仓度假村**、**欧洲商业街区**和可售度假物业单位
- 截至2021年6月30日，累计**750套**可售物业单位已经预售，预售货值**人民币1,954.7百万元**
- 室内滑雪场阿尔卑斯雪世界已于**2021年1月**开始全面动工
- 阿尔卑斯时光小镇和Club Med Joyview太仓度假村于**2021年6月**进入全面施工阶段



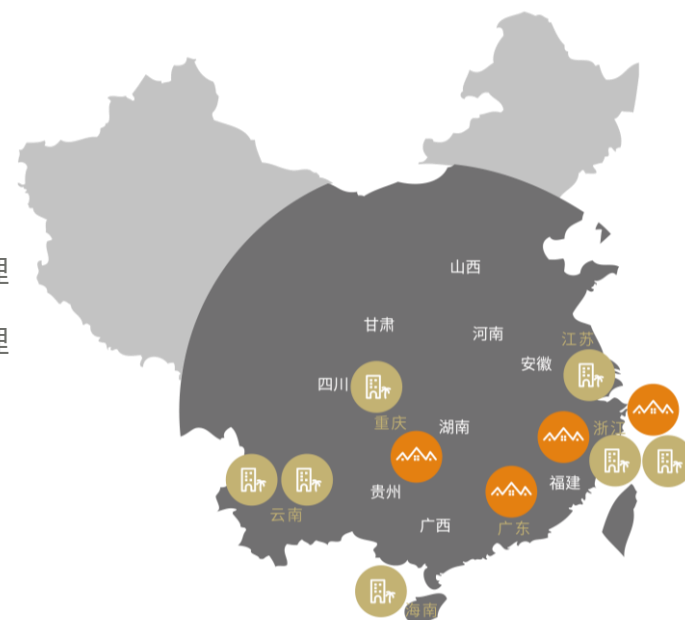
丽江复游城



爱必依



- 轻资产**的旅游目的地和度假公寓管理品牌
- 在**浙江、海南、广东、重庆**等地管理十余个项目



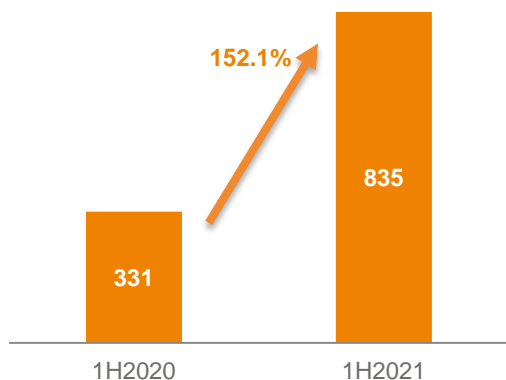
旅游目的地 – 三亚亚特兰蒂斯

FOLIDAY
复星旅文

2021年上半年表现

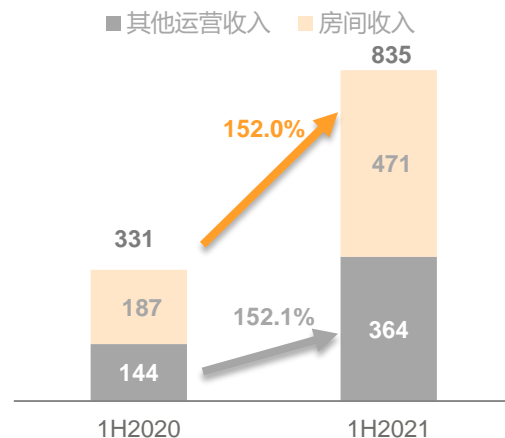
营业额

(人民币 百万元)



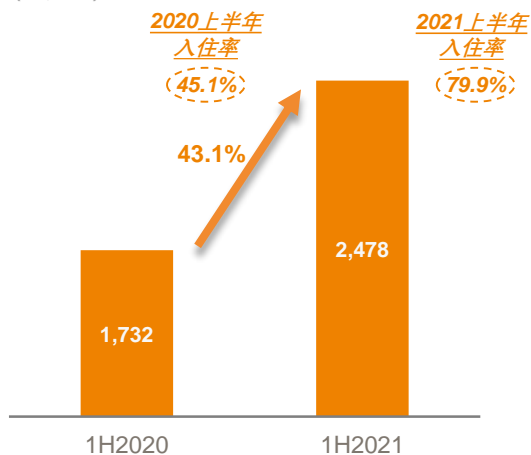
营业额明细

(人民币 百万元)



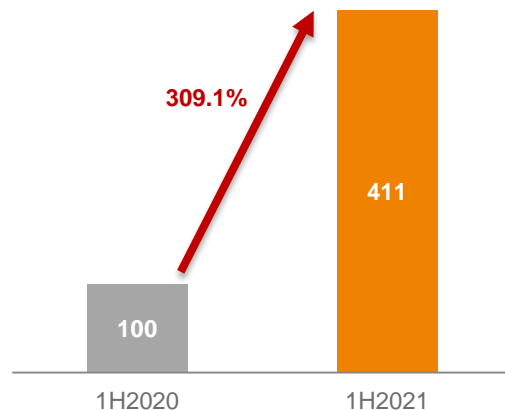
日均房价及入住率

(人民币)



经调整EBITDA

(人民币 百万元)



评价

- 2021年上半年, **营业额**较去年同期增长**152.1%**至**人民币835.2百万元**, 客房收入及其他经营收入分别增加**152.0%**和**152.1%**
- 2021年上半年, 三亚亚特兰蒂斯运营业务的**经调整EBITDA**为人民币**410.9百万元**, 较去年同期增长**309.1%**
- 2021年上半年, 到访三亚亚特兰蒂斯的客户数较2020年同期的**1.4百万人次**增加至约**2.6百万人次**, 较2020年同期增长**92.7%**; 客房平均每日房价增长**43.0%**, 入住率提高了**34.8个百分点**
- 配套住宅度假棠岸项目: 截至2021年6月30日止六个月, 交付**7个**单位, 确认收入人民币**627.9百万**元。截止6月底, 仍有**2间**别墅可供销售或交付

旅游目的地 - 丽江复游城



丽江复游城详情

(总建筑面积: 约310,000 平方米)

概览

- 包含Club Med丽江度假村、“飞越驼峰”主题商业街和“雪山秘境”主题公园三大核心IP，以及约3,000余套度假屋

时间表

- Club Med度假村于2021年9月25日开业，首开的约150间房于开业之初即受热捧，国庆期间入住率达80%
- 可售度假客栈和住宿工程项目于2020年底开始分阶段完工，预期于2022年至2023年底全面竣工
- 截至2021年6月30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

成本及资金安排

- 截至2021年6月30日，丽江复游城产生的总成本约为人民币1,197.3百万元。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4,000.0百万元
- 已获批项目开发贷款额人民币1,300.0百万元，其中已经使用人民币596.0百万元



FOLIDAY 复星旅文



丽江 Club Med 度假村

床位数: 770

星级: 4 trident

GO数: 120

房间数: 302

建筑面积: 5.6万平方米

开业时间: 2021年秋季

旅游目的地 - 太仓复游城



概览

- 华东地区规模级的室内滑雪场阿尔卑斯雪世界、运动公园、Club Med Joyview太仓度假村、欧洲商业街区 and 可售度假物业单位

时间表

- 项目自**2019年1月**开工，可售物业的商业地块展示中心以及营销样板间自**2019年底**起对外开放
- 室内滑雪场阿尔卑斯雪世界已于**2021年1月**开始全面动工，内设置五条滑雪道，七条运输“魔毯”
- 阿尔卑斯时光小镇和Club Med Joyview太仓度假村于**2021年6月**进入全面施工阶段
- 太仓复游城建筑工程预期于2021年开始分阶段完工，并于随后三至四年全面完工
- 截至2021年6月30日，已累计获得约**143,000平方米**建筑面积的销售许可（1,260套可售物业单位，其中396套为2021年6月取得）并全部用于预售，其中累计**750套**可售物业单位已经预售，预售面积约**82,457.2平方米**，预售货值人民币**1,954.7百万**元；截至2021年7月31日，累计**823套**可售物业单位已经预售

成本

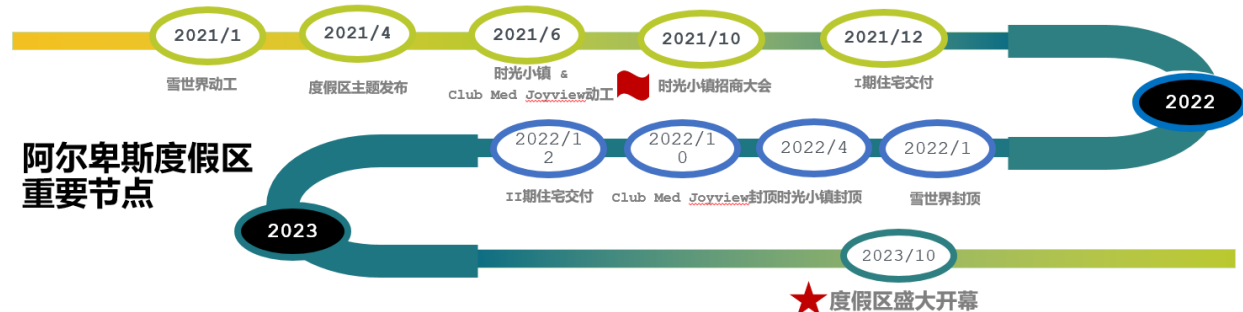
- 截至**2021年6月30日**，太仓项目产生的总成本约为人民币**3,549.4百万元**，主要为土地收购和建筑成本等。项目开发成本（主要为收购土地使用权的成本及建筑成本）预期为约人民币**13,200.0百万元**



太仓复游城



FOLIDAY 复星旅文



阿尔卑斯雪世界

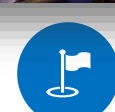
- 2021年1月进入全面施工阶段
- 预计2023年试营业



滑雪场排名：
华东地区规模级



运输“魔毯”：
7条



雪道数量：
5条



运动体验：
20余项

Club Med Joyview 太仓度假村

- 2021年6月进入全面施工阶段
- 预计2023年底试营业

床位数：
770

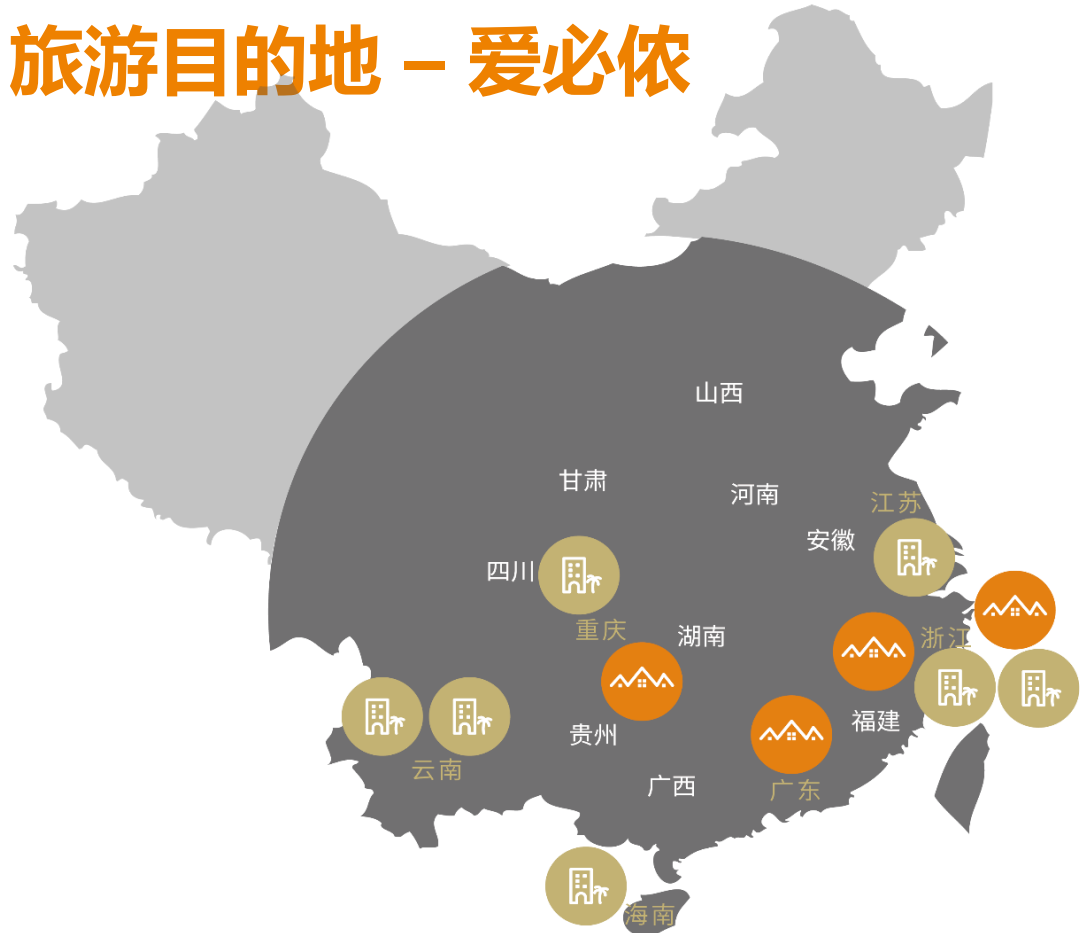
星级：
4

开业时间：
全年

房间数：
308

建筑面积：
5万平方米

旅游目的地 – 爱必依

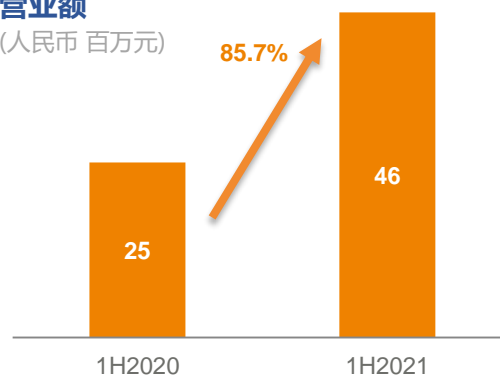


FOLIDAY 复星旅文

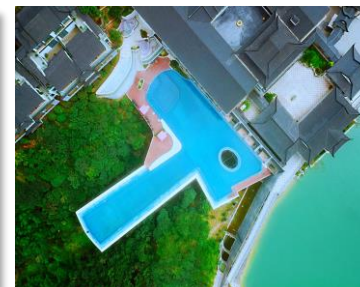
2021年上半年表现

营业额

(人民币 百万元)



- 2016年，我们创立的爱必依品牌，旨在中国进行**一站式旅游目的地景区、度假公寓及度假村**的管理和运营。
- 截至2021年6月30日，在管房间数量达到**920间**，即将管理的房量增加**915间**。
- 随著**太仓复游城、丽江复游城**物业交付，爱必依将在FOLIDAY生态系统中进一步拓展其运营。





- 01 行业概览
- 02 最新发展
- 03 业务回顾
- 04 财务概览



2021年上半年主要财务总结

FOLIDAY
复星旅文

1

收入



由人民币4,528百万元同比
-38.6%
至人民币2,781百万元

2

经调整EBITDA



人民币(565)百万元
去年同期人民币472百万元

3

经营利润/ (亏损)



人民币(1,380)百万元
去年同期人民币(477)百万元

4

归属于股东之利润/ (亏损)



人民币(2,005)百万元
去年同期人民币 (899) 百万元

5

现金及流动性



由2020年底人民币4,600百万元
+12.9%
至人民币5,200百万元
未使用银行额度约为人民币4,400百万元

6

经营活动现金流

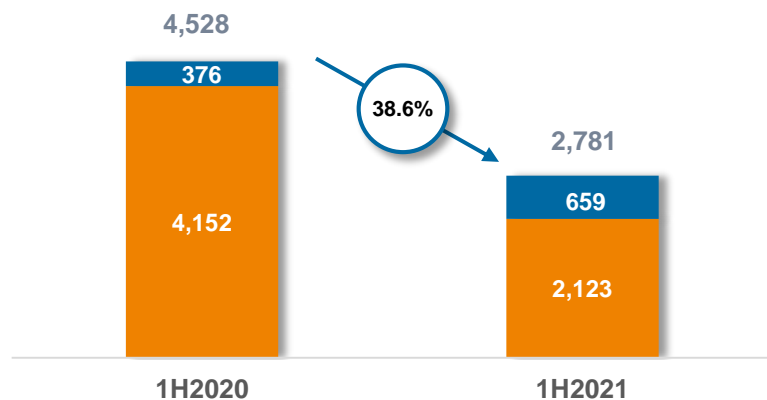


人民币1,311百万元
去年同期人民币(726)百万元

2021年上半年主要财务总结

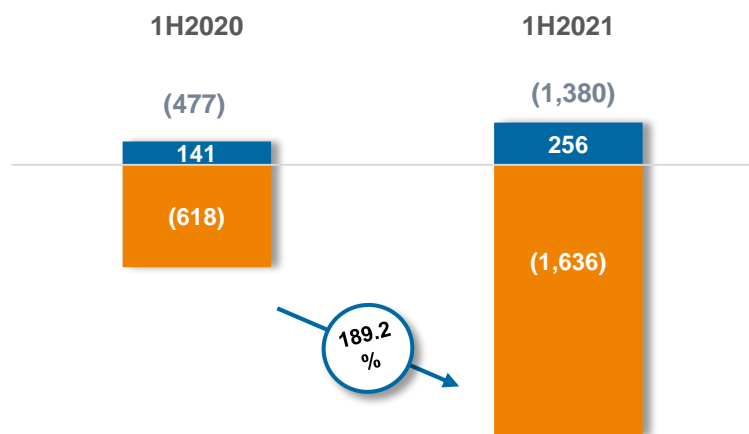
收入

(人民币 百万元)



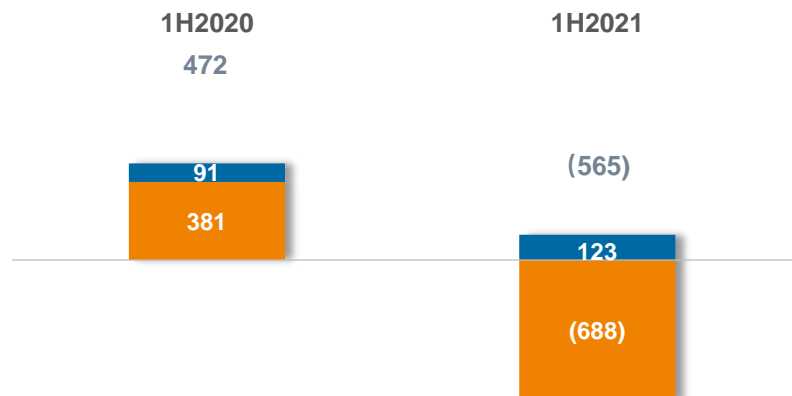
经营溢利

(人民币 百万元)



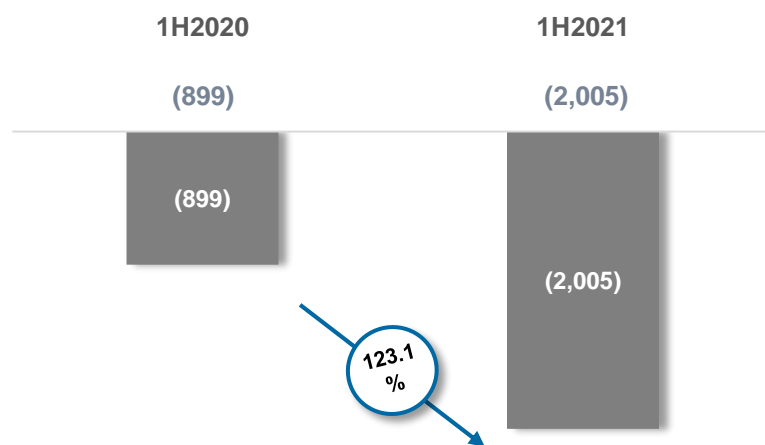
经调整EBITDA

(人民币 百万元)



归属于股东的利润/亏损

(人民币 百万元)



FOLIDAY
复星旅文

- 旅游营运¹
- 物业销售及建造服务
- 集团

注: ¹旅游营运包括度假村及旅游目的地营运以及旅游休闲服务及解决方案

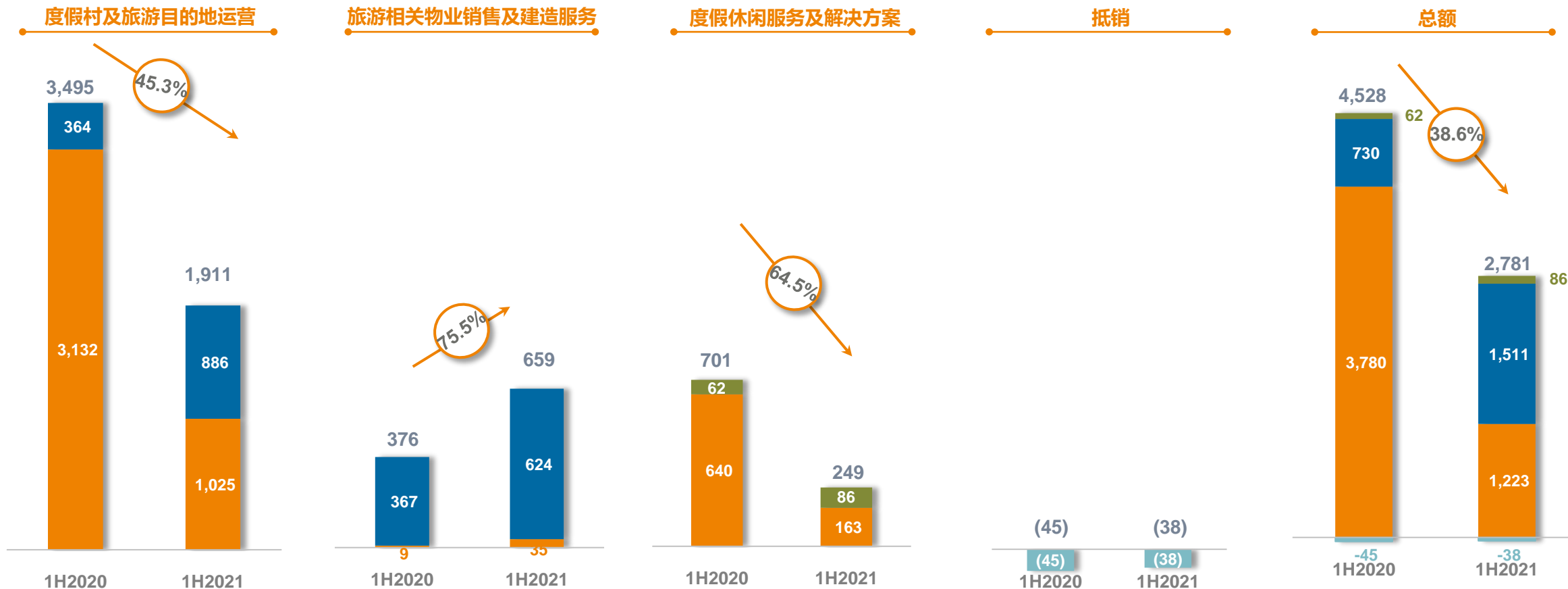
收入 (按业务功能划分)

分布 (按业务功能及业务板块划分)

(人民币 百万元)

FOLIDAY
复星旅文

- 度假村及酒店
- 旅游目的地
- 基于度假场景的服务及解决方案
- 板块间销售抵销



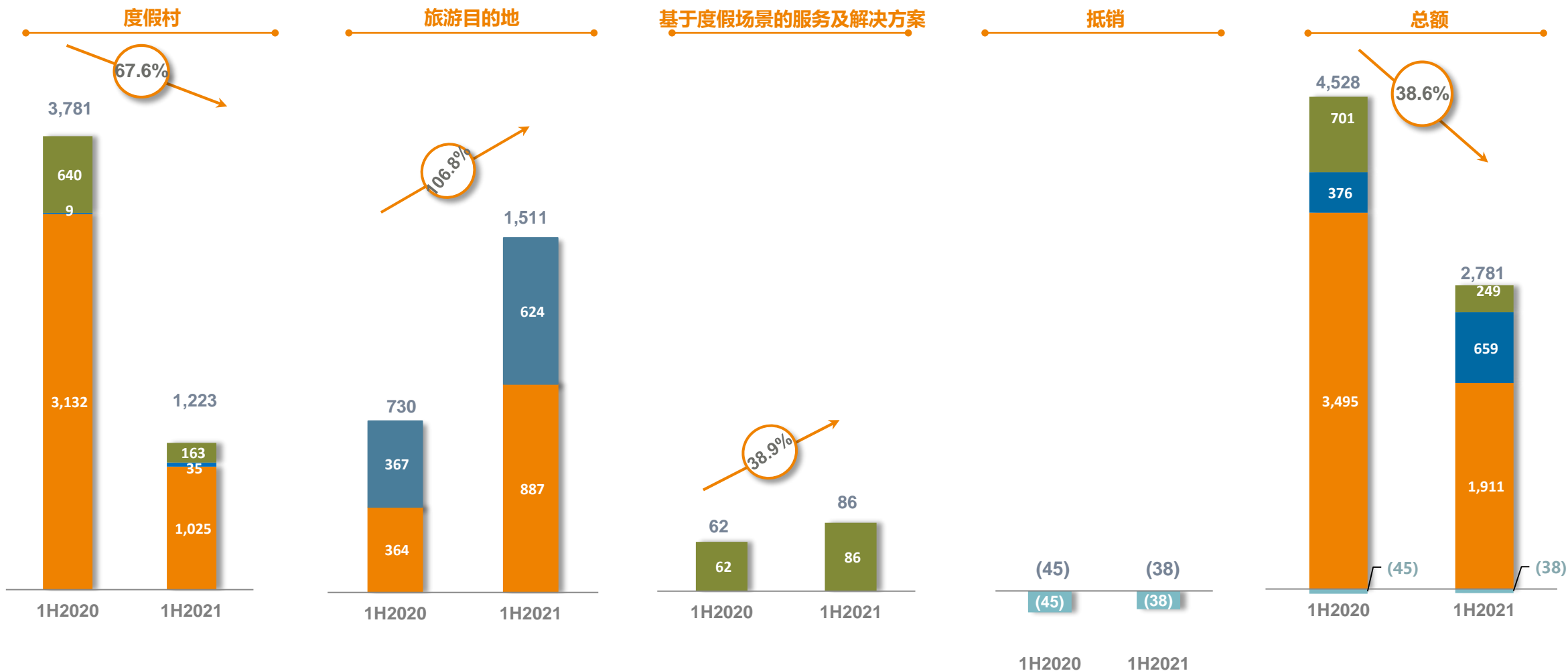
收入 (按业务板块划分)

分布 (按业务板块及业务功能划分)

(人民币 百万元)

FOLIDAY
复星旅文

- 度假村及旅游目的地运营
- 旅游相关物业销售及建造服务
- 度假休闲服务及解决方案
- 板块间销售抵销

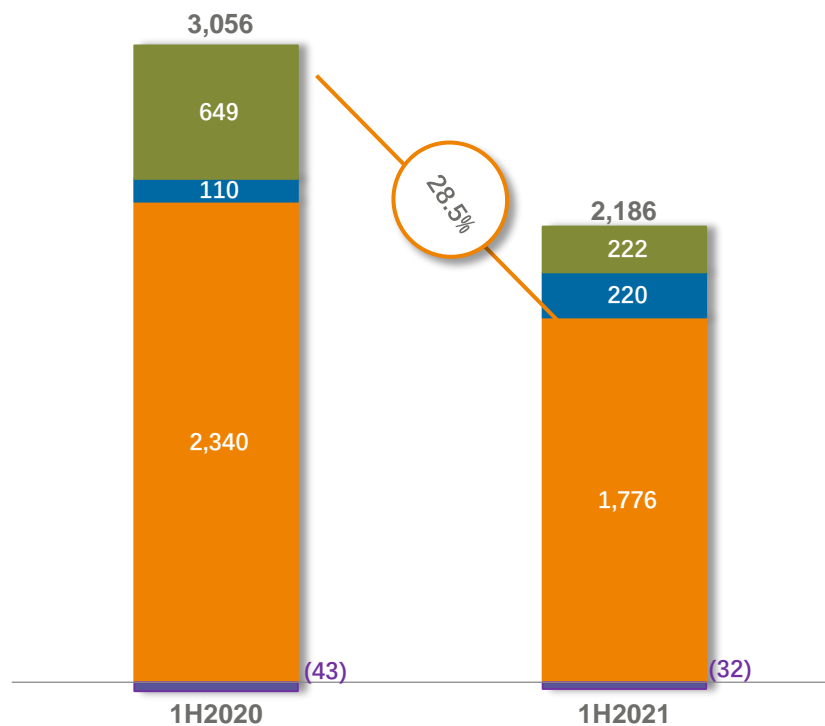


销售成本，毛利及毛利率

FOLIDAY
复星旅文

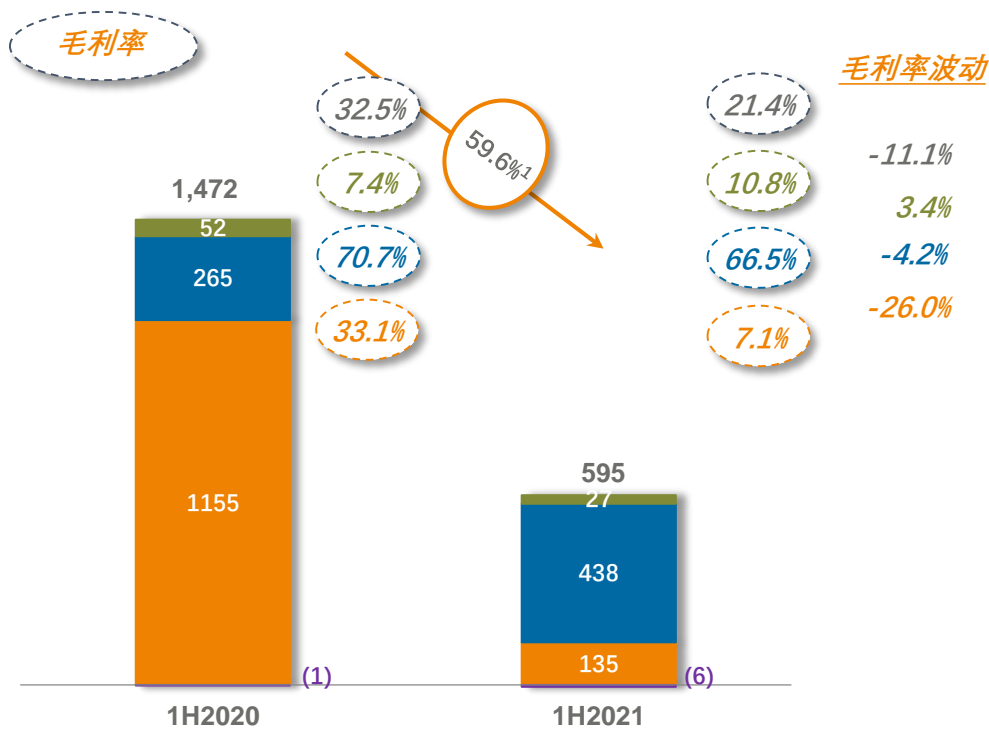
销售成本

(人民币 百万元)



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
- 板块间抵销

注: 1毛利额年度变化比率

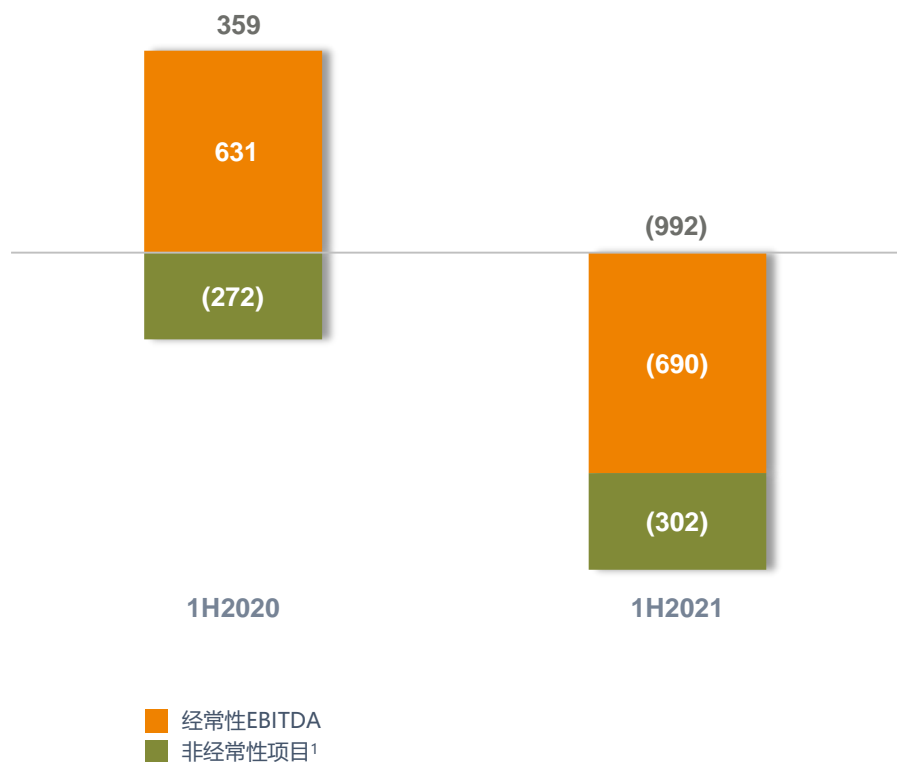
主要业务板块经调整EBITDA

FOLIDAY
复星旅文

集团经调整EBITDA由截至2020上半年的人民币472百万元降低至2021上半年的人民币(565)百万元

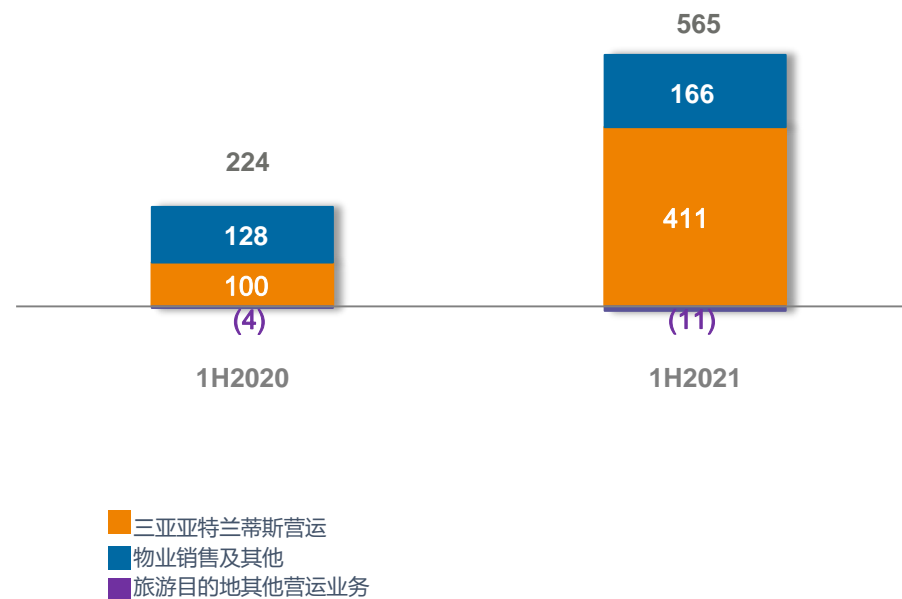
度假村

(人民币 百万元)



旅游目的地

(人民币 百万元)



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

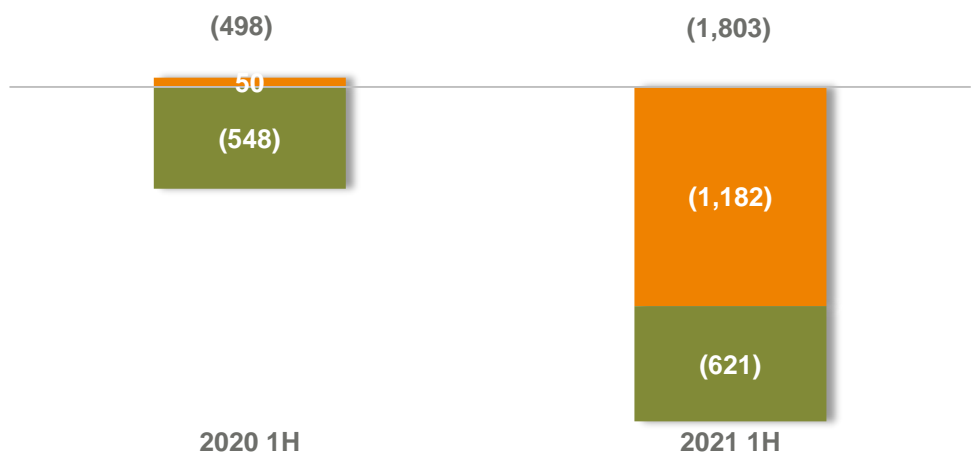
主要业务板块经营利润/（亏损）

FOLIDAY
复星旅文

经营利润由2020上半年经营亏损人民币477百万元增加至2021上半年经营亏损人民币1,380百万元

度假村

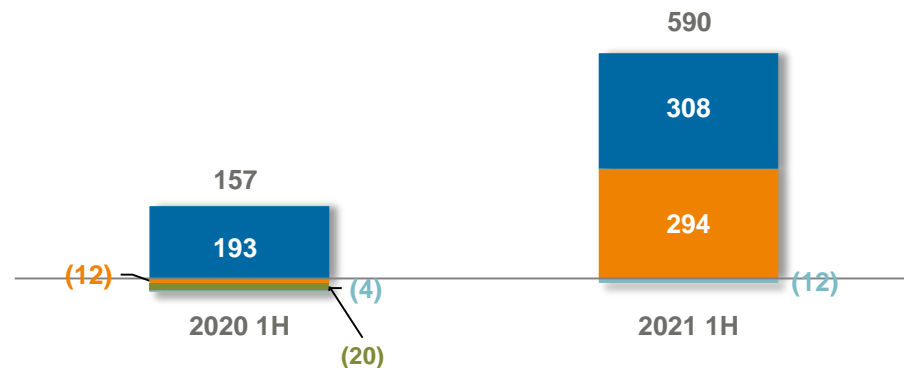
(人民币 百万元)



■ 经常性经营利润
■ 非经常性¹项目

旅游目的地

(人民币 百万元)



■ 三亚亚特兰蒂斯经营利润
■ 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¹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

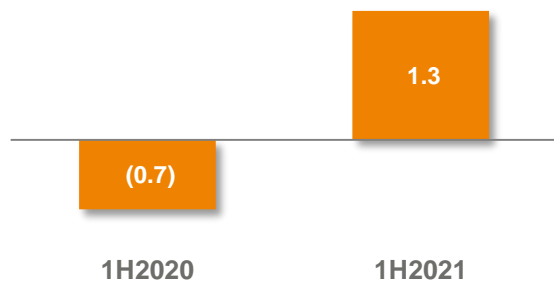
现金流及融资结构

FOLIDAY
复星旅文

经营活动产生的现金流大幅转正，同比改善20亿元

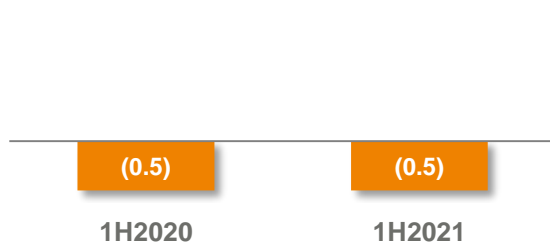
经营活动产生/(所用)现金流净额¹

(人民币 十亿)



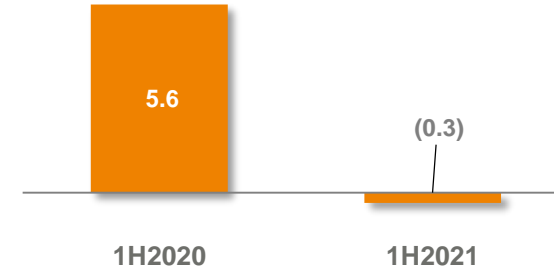
投资活动产生/(所用)现金流净额²

(人民币 十亿)

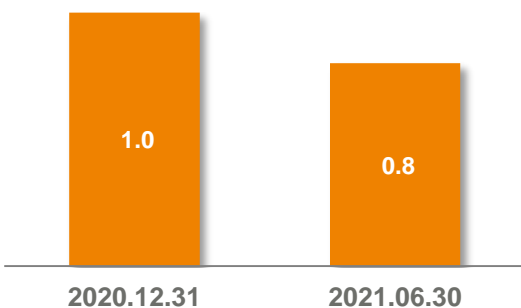


融资活动产生/(所用)现金流净额

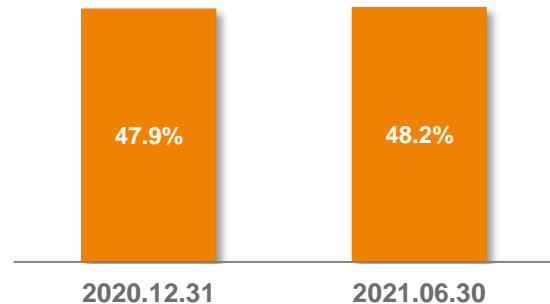
(人民币 十亿)



流动比率³

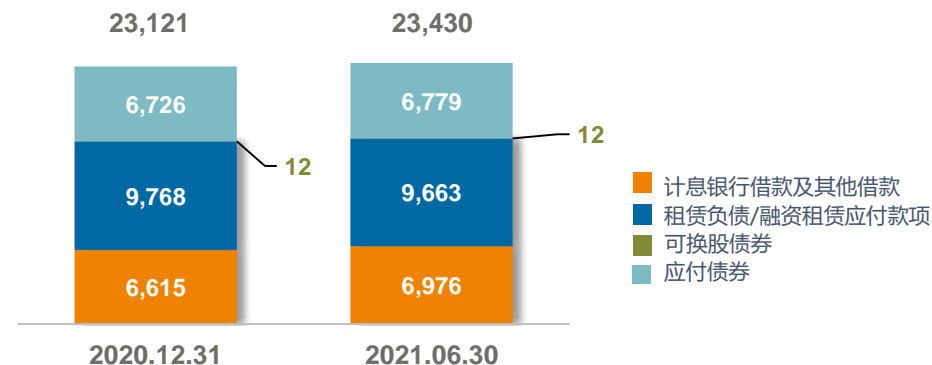


杠杆比例⁴



融资明细

(人民币 百万元)



注: ¹不含已抵押银行结余及受限制预售所得款项的流动; ²不含原到期日超过三个月的定期存款流动。因为倘本集团放弃与定期存款有关的应收利息收入, 我们可自由使用定期存款; ³流动比率相等于流动资产除以截至期末的流动负债; ⁴杠杆比率相等于净债务占截至期末总资产的百分比。债务总额包括计息银行借款及其他借款、租赁负债、可换股债券及应付关联公司款项的非流动部分。净债务相等于债务总额减去现金及银行结余

关于复星旅文

复星旅游文化集团（「复星旅文」或「集团」，股份代号：1992）是聚焦休闲度假旅游的全球领先综合性旅游集团之一，于2018年12月在香港联合交易所主板上市。按2019年收入计，集团为全球最大的休闲度假村集团*。当前集团共主营三大业务：度假村及酒店、旅游目的地以及基于度假场景的服务及解决方案。度假村及酒店方面，集团于全球范围内40多个国家及地区开展销售和营销业务，运营60余个一价全包度假村——地中海俱乐部（Club Med），以轻资产模式管理运营Casa Cook和Cook's Club酒店；旅游目的地方面，集团开发并拥有三亚·亚特兰蒂斯，以及自有品牌「复游城」，目前在建丽江复游城和太仓复游城；集团拥有全球最古老的旅游社品牌Thomas Cook，并于中国运营在线「Thomas Cook生活方式平台」，于英国运营Thomas Cook在线旅行社，形成基于度假生活产品的互联网开放平台。

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



FOLIDAY 复星旅文

