



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)

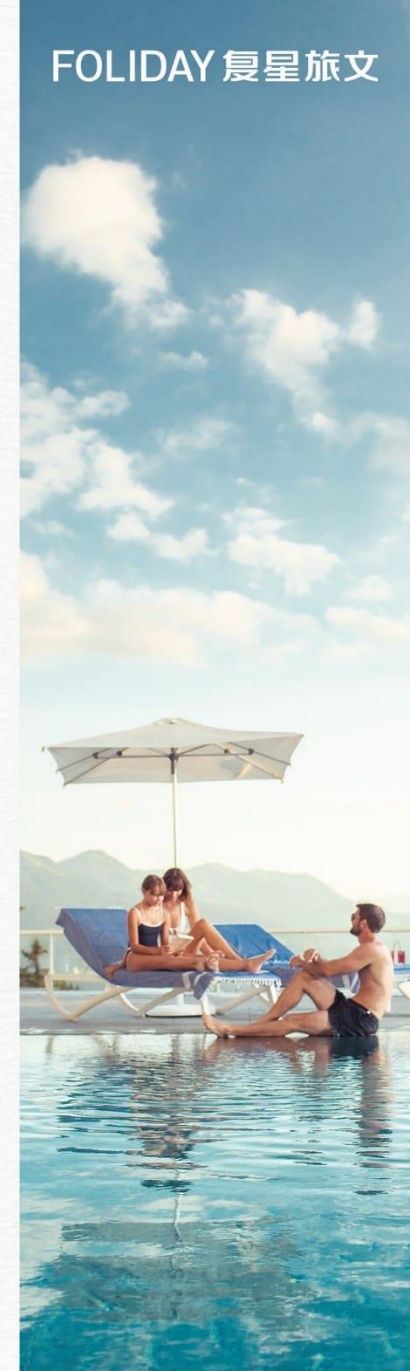
中期业绩
Interim Results
2020

FOLIDAY 复星旅文

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2020年6月30日止的中期业绩公告及本集团截至2020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，此推介材料中期数据均采用2020年1月至6月平均汇率进行折算（EUR/CNY= 7.74476 HKD/CNY= 0.90532）；期末数据均采用2020年6月30日的汇率进行折算（EUR/CNY=7.96100 HKD/CNY=0.91340）。





执行摘要



运营概览



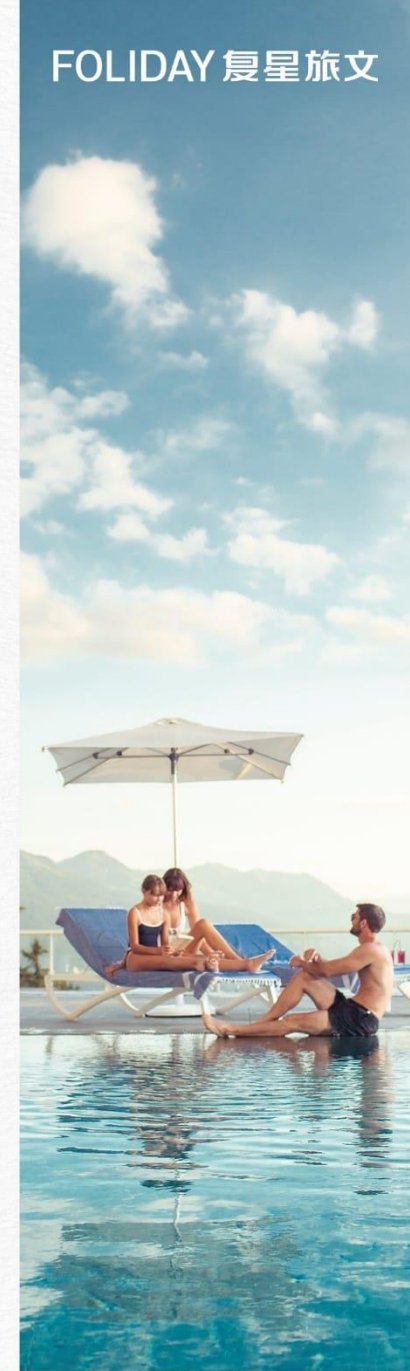
财务概览



战略重点



附录



01

2020年上半年概述

- 2020年上半年旅游营运的营业额¹**43.11亿元**，减少**44.1%**²
- 经调整EBITDA为**4.72亿元**，减少**76.3%**
- 归属股东利润/亏损为 **-8.99亿元**

02

流动性保障及高效降本

- 亚特兰蒂斯**CMBS**发行**68亿元**，24年期，5%票面利率
- 地中海俱乐部获得**1.8亿欧元由法国政府担保的长期低息贷款**
- 2020第二季度，地中海俱乐部人力成本和资本支出较去年同期分别减少约**60%**和**70%**
- 三亚亚特兰蒂斯总运营成本同比减少**1.4亿元**，人力成本和能源成本分别减少约**43%**和**16%**

03

核心业务恢复新项目如期推进

- 2020年7月，三亚亚特兰蒂斯营业额同比增加**18%**至**1.48亿元**，入住率达到**88%**
- 截至2020年8月15日，**26个**地中海俱乐部度假村恢复运营，容纳能力恢复至去年的**37%**。8月前15天，欧洲区和中国区入住率分别达**95%**³和**88%**
- 2022年底前，地中海俱乐部计划开出**10个新度假村**
- 太仓复游城项目7月**开始预售**

04

托迈酷客生活方式平台

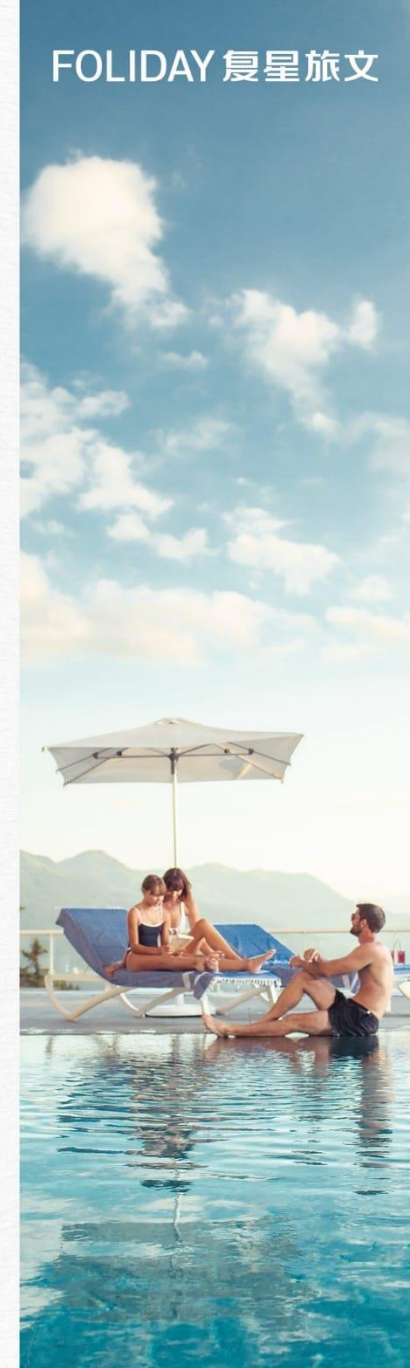
- 2020年7月，“**托迈酷客生活方式平台**”全球发布
- 截至2020年7月31日，APP下载量达**11.8万**，注册用户数达**10.4万**，自试运营以来的26天的交易总额达**3,324万元**

05

深耕海南

- 复星旅文是**三亚最大的高端度假村供应商**⁴
- 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

¹度假村及旅游目的地营运以及旅游休闲服务及解决方案的营业额；²以一致汇率计；³该入住率是基于因为安全距离和卫生措施限制的有限容纳能力计算；⁴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





休闲度假旅行产品



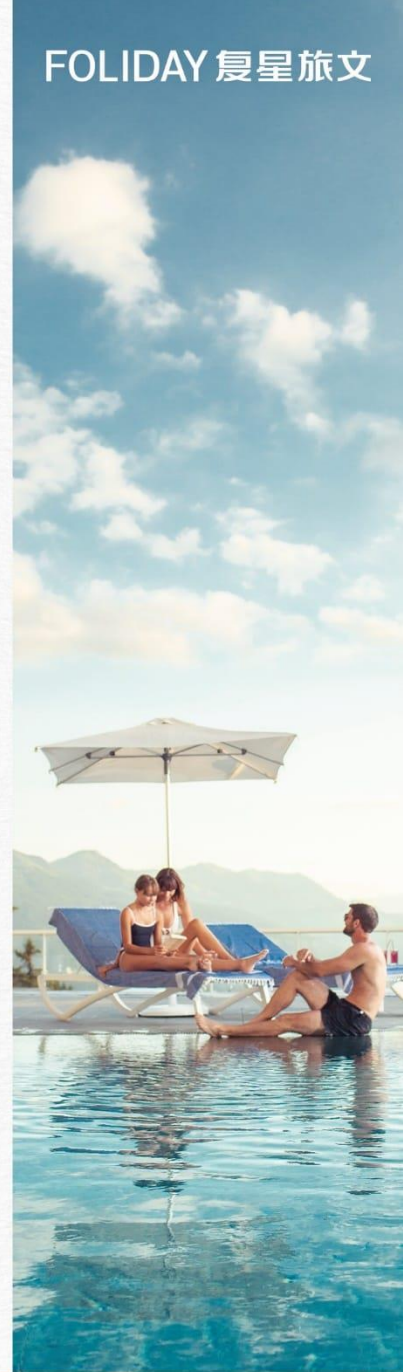
特色生活方式



直播互动吸引流量



复游会员权益互通



议程



执行摘要



运营概览



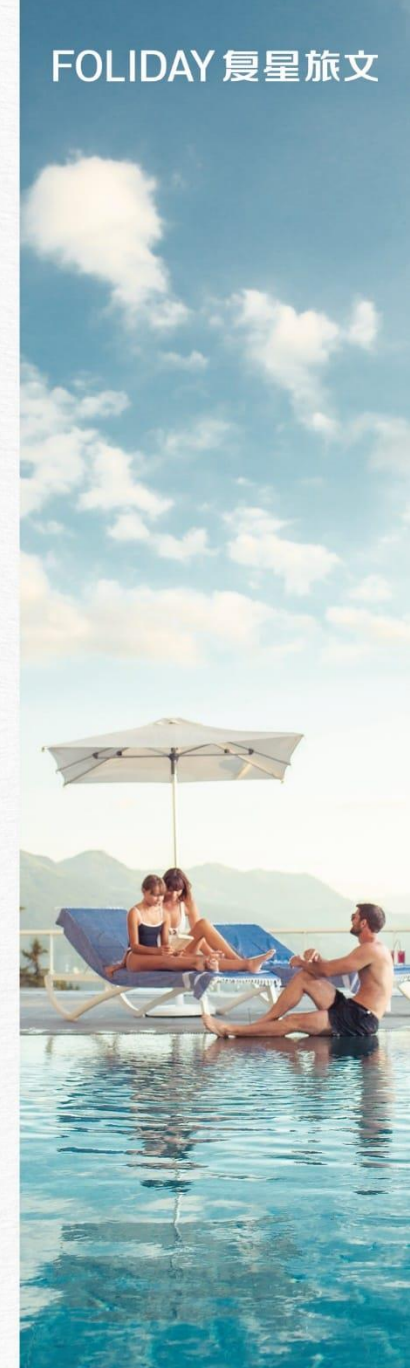
财务概览



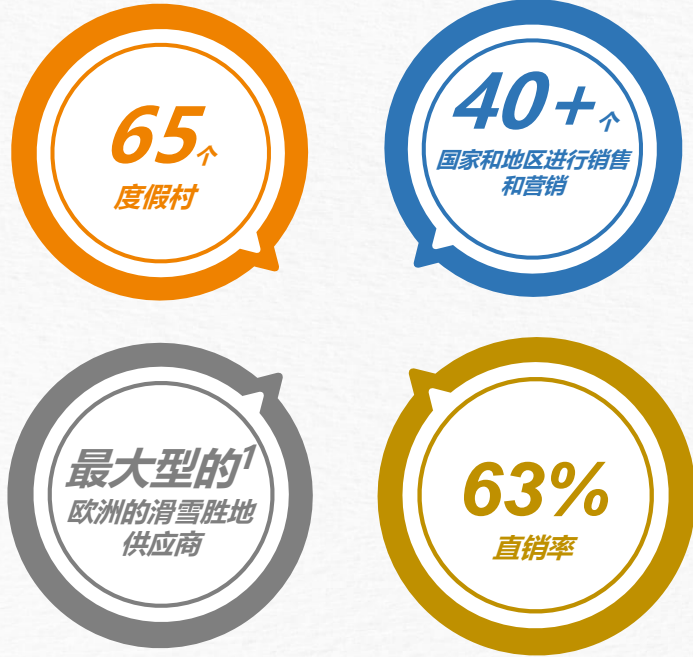
战略重点



附录



Club Med 概览

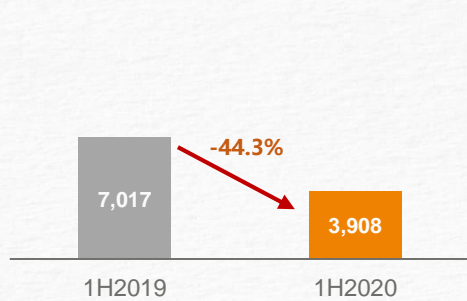


战略



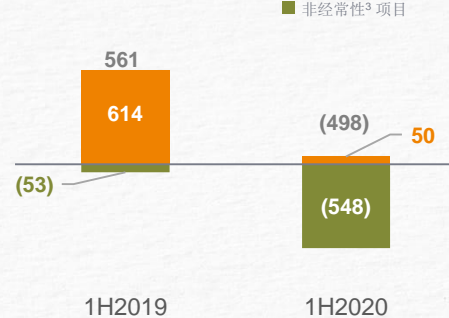
营业额²

(人民币百万元)



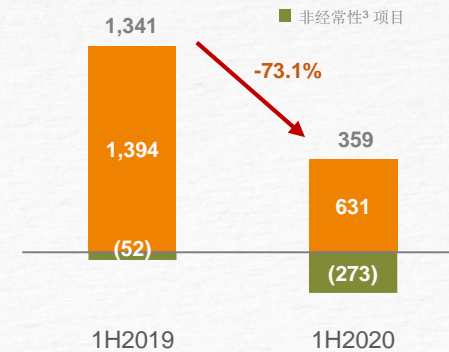
经营溢利

(人民币百万元)

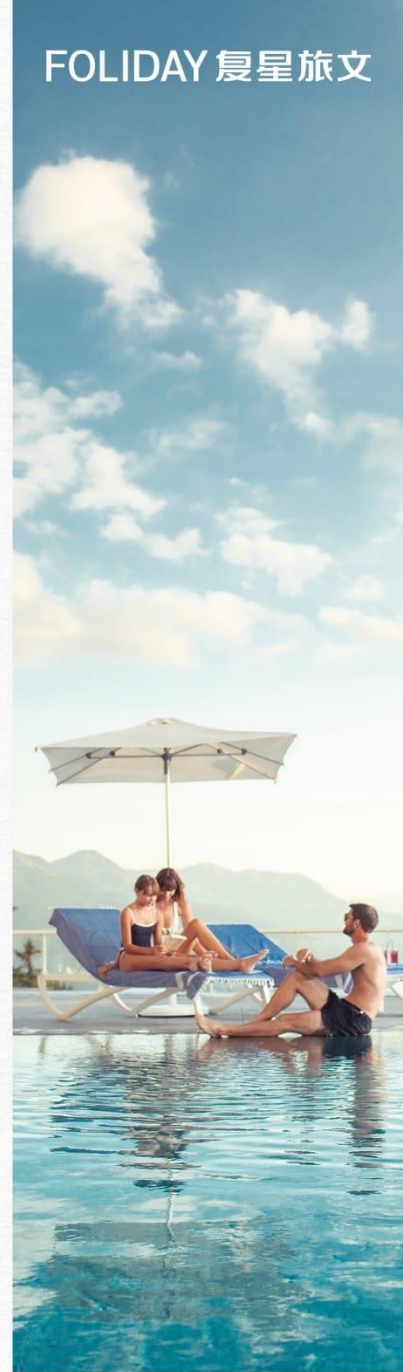


经调整 EBITDA

(人民币百万元)



注: ¹根据弗若斯特沙利文的报告, 2019年的度假村数量; ²以不变汇率计; ³非经营项目包括出售子公司和联营企业的收入, 以公允价值计量且其变动计入当期损益的投资的公允价值变动收入(亏损)和长期资产减值损失, 以及由于新冠疫情导致关村发生的特殊成本, 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。



评价

- ✔ Club Med于2020年1-2月的滑雪和海滨度假村表现强劲，平均每日床位价格**同比增长6.6%**，营业额**增长约8%**，EBITDA**增长超过20%**

- ✔ 由于疫情，上半年**所有**Club Med度假村均**临时关闭**过一段时间，受三到六月度假村容纳能力下降**77.5%**所拖累，上半年度假村容纳能力**同比下降50.9%**

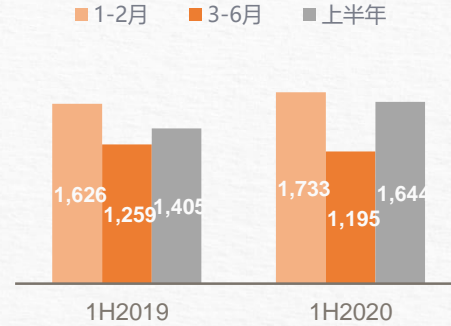
- ✔ 2020年**7月**，全球已开业度假村入住率恢复至**61%**⁴

- ✔ 截止2020年8月，**26家**度假村已重新开业。度假村容纳能力恢复至去年同期**37%**。**8月的前15天**，我们度假村在**中国**和**欧洲**的入住率已分别恢复到约**88%**和**95%**⁴

按时间划分

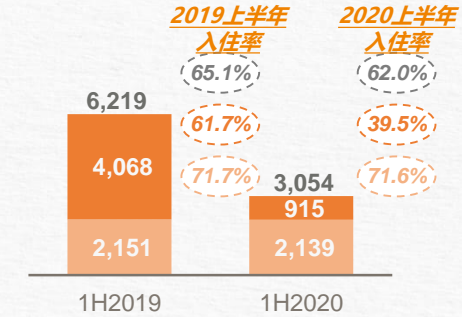
平均每日床位价格^{1,3}

(人民币)



度假村的容纳能力²及入住率

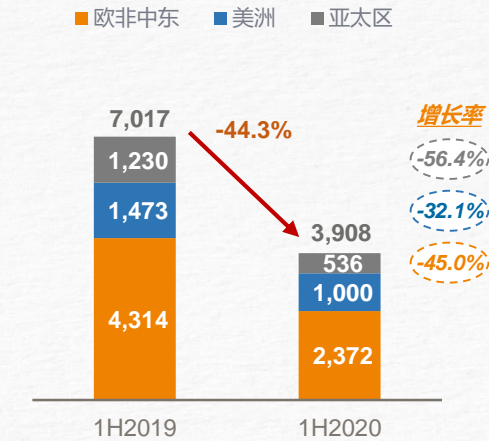
(‘000) (%)



按地区划分

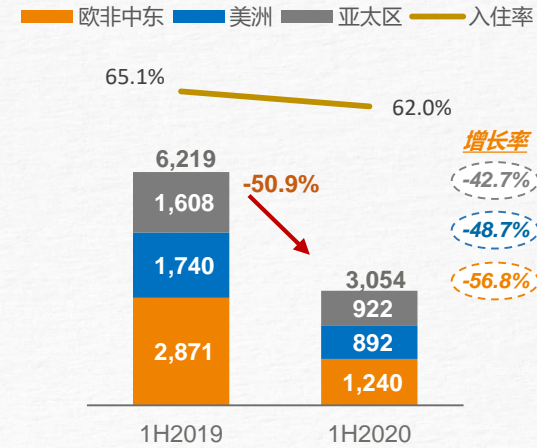
营业额¹

(人民币 百万元)



度假村的容纳能力²及入住率

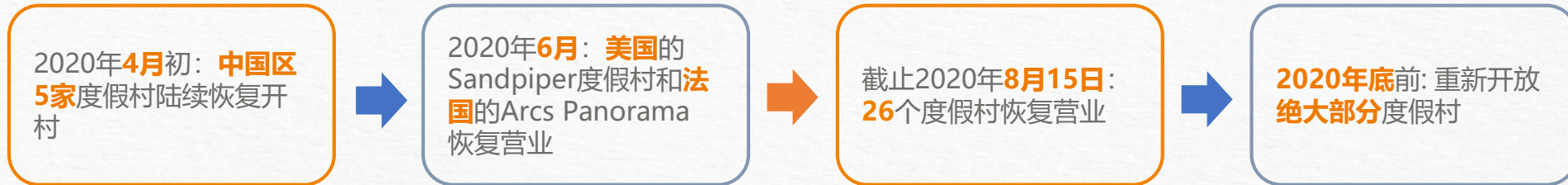
(‘000) (%)



注: ¹以不变汇率计; ²等于一个时期或一年中可供出售的床位总数; ³等于所有度假村一价全包的总销量除以售出床位总数的总销量; ⁴该入住率是基于因为安全距离和卫生措施限制的有限容纳能力计算。



逐步恢复营业的时间表



安全措施

削减成本

财务流动资金

营销及品牌认知度

- 我们亦根据**POSI Checks**对我们全球各度假村的安全措施进行审核。在欧非中东地区的度假村平均评分达到**92.8%**，远高于标准要求的80%

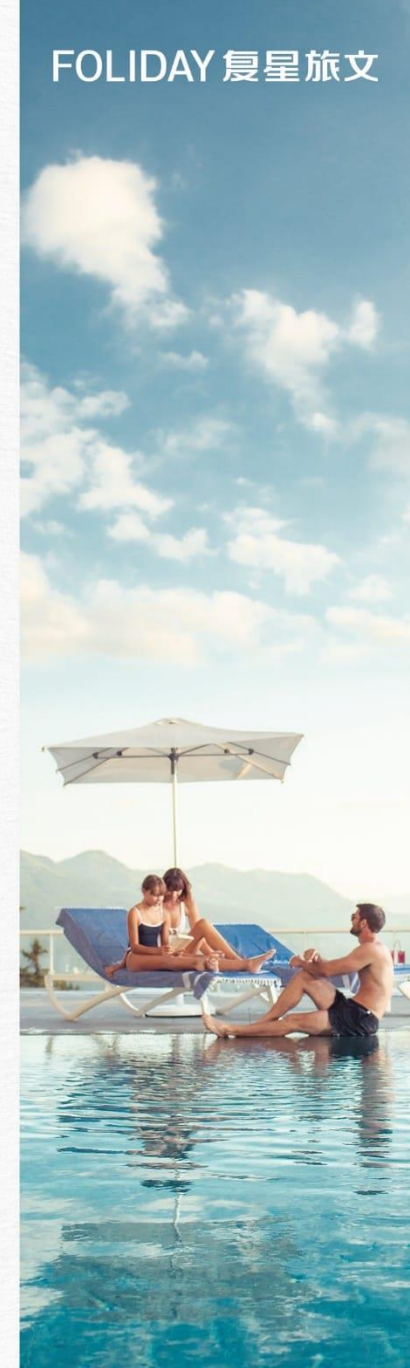


- 2020年第二季度期间，人力资源成本和资本开支成本分别下降**约60%和约70%**。

- 取得**欧元180百万**由法国政府担保的长期低息贷款

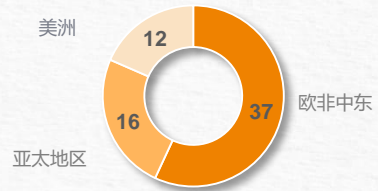


- 在考虑旅行限制政策后积极评估**度假村开放时间表**
- 开展各种**线上营销**及**精准营销**活动，以提高已开放度假村的客流转换率及预订率

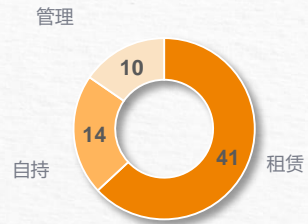


65个度假村的分布

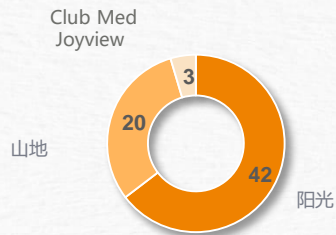
按位置



按经营模式



按类型



翻新扩建后重新营业



La Palmyre Atlantique

全球营运的65个度假村布局



2022年底前计划开业的10个新度假村

海外



Club Med La Rosière 法国



Club Med Seychelles 印度洋



Club Med Québec Charlevoix 加拿大



Club Med Marbella 西班牙



Club Med La Rosière Exclusive Collection 法国

中国



Club Med 云南丽江 中国



Club Med Joyview 汤山 中国



Club Med 长白山 中国



Club Med Joyview 南京 中国



Club Med Joyview 千岛湖 中国



Casa Cook

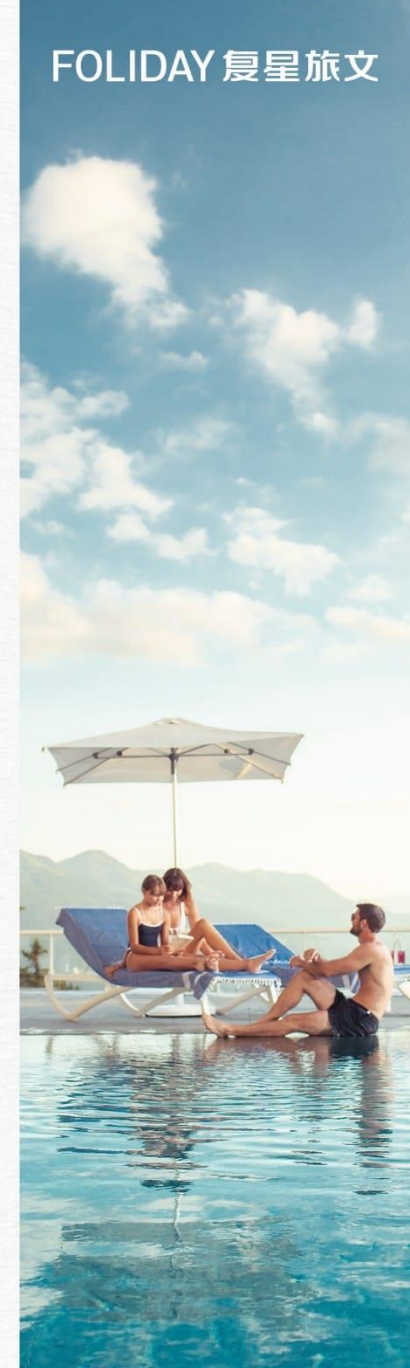


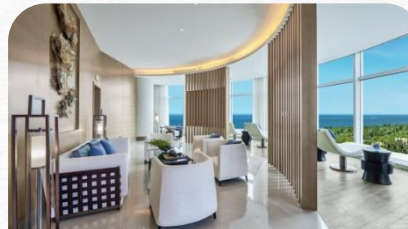
- Casa Cook是一个屡获殊荣的精品酒店品牌，专注于设计美学、高质量餐饮，为客人打造舒适幸福的体验
- 商业模式: 特许经营/管理服务协议

Cook's Club



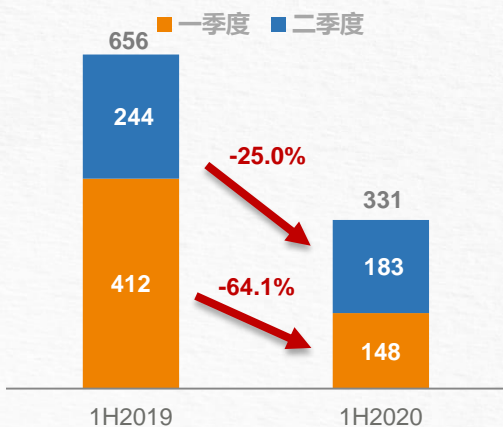
- Cook' s Club休闲酒店的设计理念秉承摩登时尚的设计，为年轻一代的旅行者带来活泼有趣的度假氛围
- 商业模式: 特许经营/管理服务协议





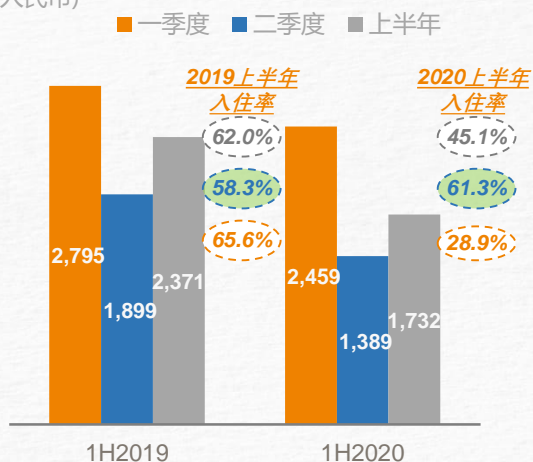
营业额

(人民币 百万元)



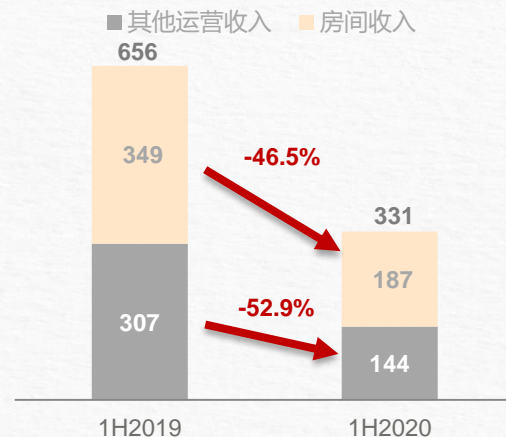
日均房价及入住率

(人民币)



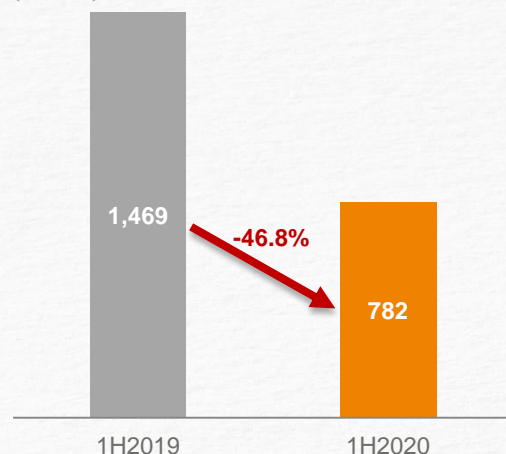
营业额明细

(人民币 百万元)



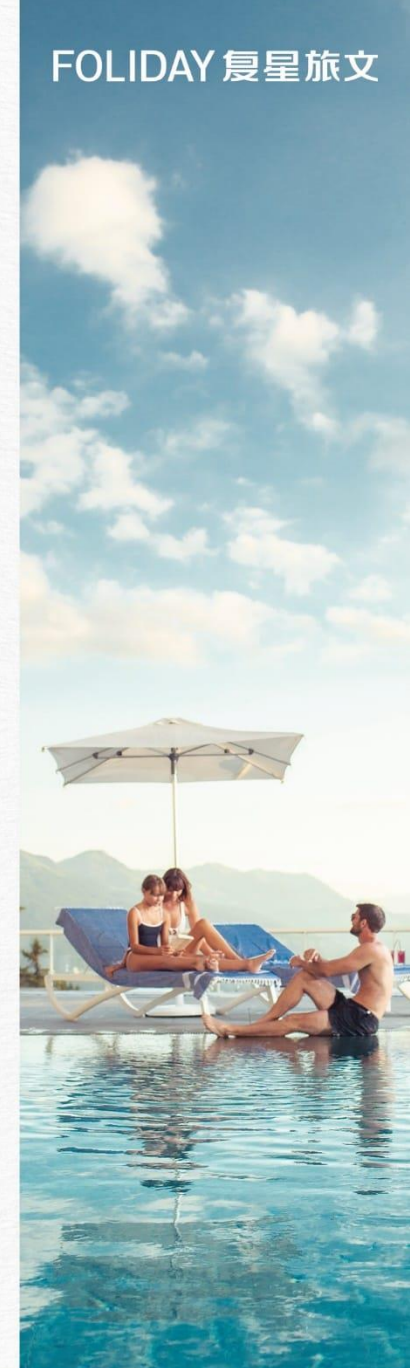
房间平均收入

(人民币)



评价

- ✓ 截至2020年上半年, **营业额**较去年同期下降**49.5%**至**人民币331.3百万元**。第二季度的营业额恢复至去年同期的**75.1%**。入住率达到**61.3%**, **已超过去年同期**
- ✓ 2020年上半年, 三亚亚特兰蒂斯运营业务的**经调整EBITDA**为人民币**100.4百万元**
- ✓ 2020年7月, 月营业额约为**人民币147.7百万元**, 较去年增加约**18%**。客房的入住率同比增长**6.7个百分点**至**88.1%**
- ✓ **2020年8月前15日**, 客房的入住率为**95%**

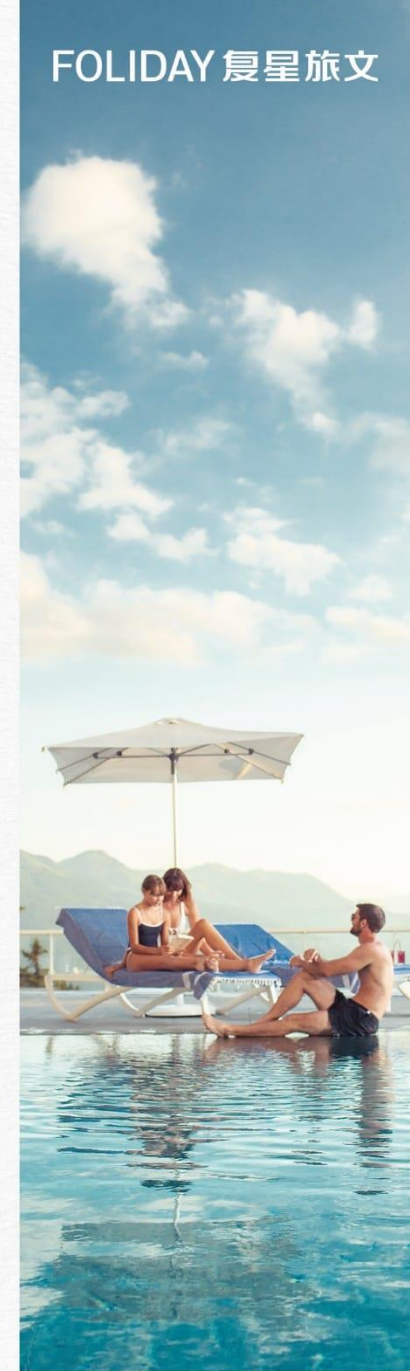


住宅度假单位 - 棠岸项目

	已落成单位	已预售/已售单位	2018年已交付单位	2019年已交付单位	2020年上半年已交付单位	待交付及待售单位
 别墅	197	189	-	176	11	10
 公寓	807	801	764	28	9	6
总数	1,004	990	764	204	20	16

Commentary

- ☑ 2020年上半年, **9套公寓及11间别墅**已交付给客户
- ☑ 2020年上半年, 确认**人民币366.8百万元**为收入
- ☑ 截止6月底, 我们仍有**6套公寓及10间别墅**可供销售或交付
- ☑ **233套公寓及11间别墅**由爱必依管理





丽江复游城详情

(总建筑面积: 约310,000 平方米)

概览

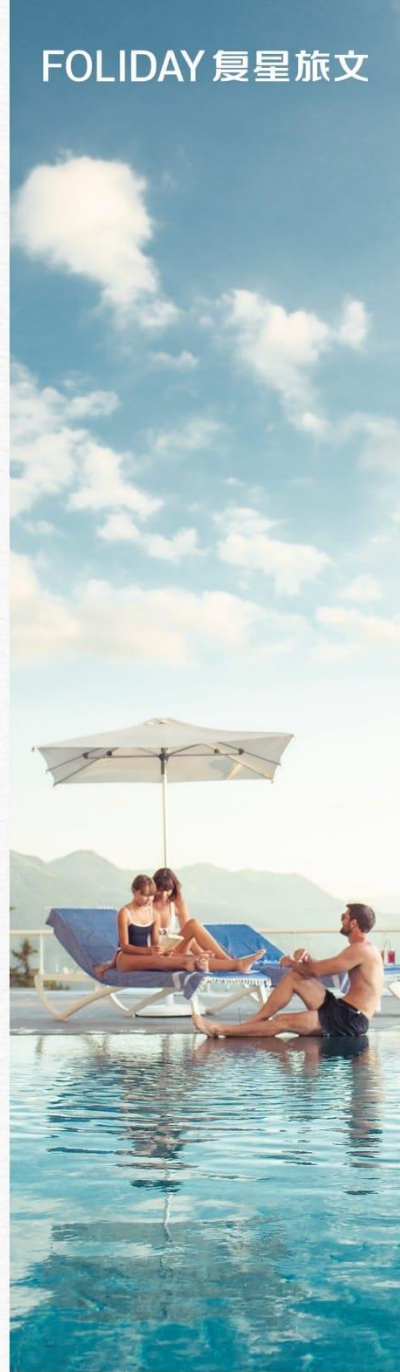
- Club Med度假村、定制度假客栈和其他住宿、娱乐设施、表演、当地活动和旅游

时间表

- 预期于2020年底或2021年初开始分阶段完工，并于其后二至三年内全面竣工
- 2019年开始Club Med度假村及国际游客中心的工程
- 2020年上半年开始可售度假客栈和住宿工程的建设。项目的其他部份亦将在取得当地政府批准及建筑计划后分阶段开工
- 于2020年7月，我们已取得约占**28,000平方米**建筑面积的**预售许可证**，并计划于2020年下半年进行预售活动

成本

- 总成本:截至2020年6月30日为**人民币846.6百万元**。项目开发成本（主要包括获取土地使用权的成本和建筑成本）预计约为**40亿元人民币**¹

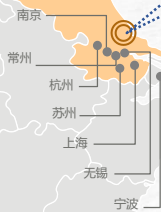


注: ¹建筑交付应符合相关政策及获得相关批准



太仓复游城

太仓



太仓复游城详情

(总建筑面积: 约1,286,000平方米)



概览

- 华东地区最大的室内滑雪场之一（由CDA设计）、体育公园、Club Med度假村、欧洲商业街区 and 针对中高端消费者的可售度假物业单位

时间表

- 预期于2021年建筑工程分阶段完工，并于随后三至四年全面完工
- 2019年1月开工，自2019年底起商业地块展示中心以及营销样板间对外开放
- 2020年7月，太仓复游城已获总建面约**100,000平的预售许可**，其中**327套37,000平**的预售已经开始

成本

- 截至2020年6月30日，总成本约为**人民币3,011.5百万元**。项目开发成本（主要包括购置土地使用权的成本和建筑成本）预计约为**人民币132亿元¹**



注：¹建筑交付应符合相关政策及获得相关批准

IP及内容



泛秀

驻场表演C秀自2020年5月起已**恢复成长**, 5月到7月的收入相比2019年同期**增长超过30%**



迷你营

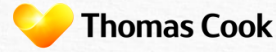
迷你营已拓展了**室外活动及暑期活动**



复游雪

室内模拟滑雪馆于**4月至7月**的营业额较2019年同期录得**增长**

Thomas Cook生活方式平台



该平台于**2020年7月6日**启动试运行。截至7月31日, APP下载量为**118,200**, 注册用户为**104,000**, 自试运营的26天的交易总额达**3,324万元**

Great Members

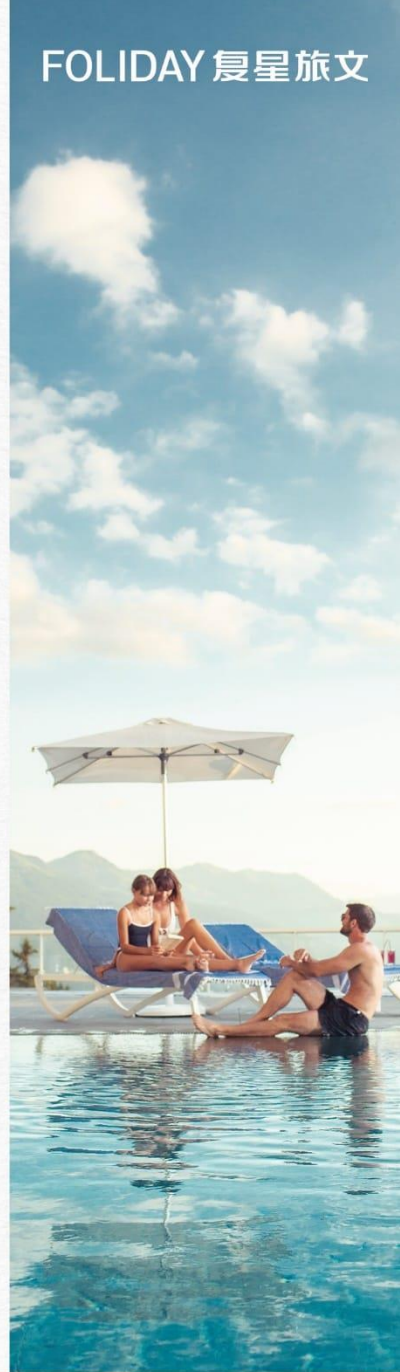
Club Med



忠诚计划

复游会

截至2020年6月30日, 复游会已累积拥有约**5.4百万名会员**





执行摘要



运营概览



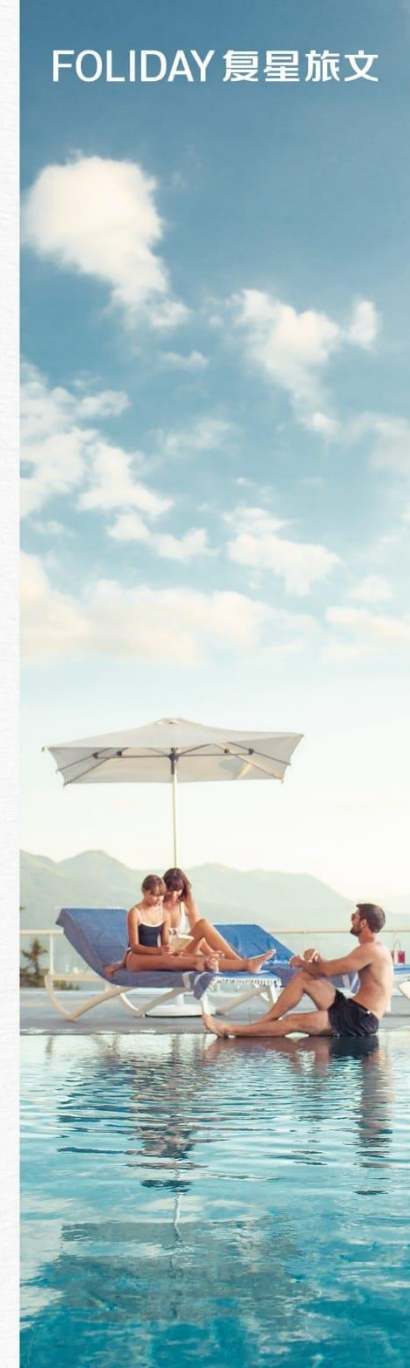
财务概览

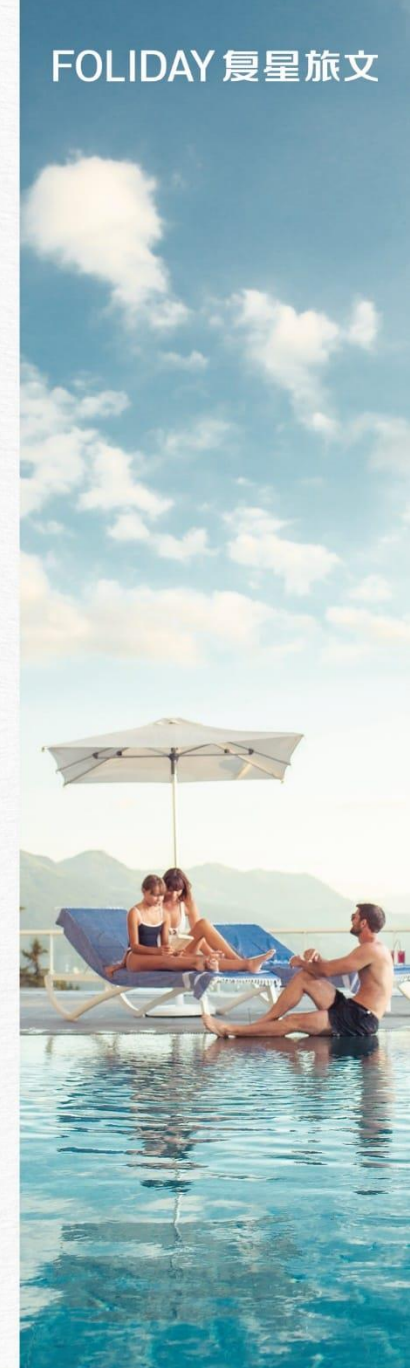


战略重点



附录





1 收入

由人民币91亿元同比
 **-50.0%**
 至人民币45亿元

2 经调整EBITDA

由人民币1,994百万元同比
 **-76.3%**
 至人民币472百万元

3 经营利润/ (亏损)

由人民币1,202百万元同比
 **转为**
 人民币 (477) 百万元

4 经调整EBITDA利润率

集团	10.4%(-11.6个百分点)
度假村	9.5%(-10.8个百分点)
三亚亚特兰蒂斯	29.4%(-13.7个百分点)

5 归属于股东之利润/ (亏损)

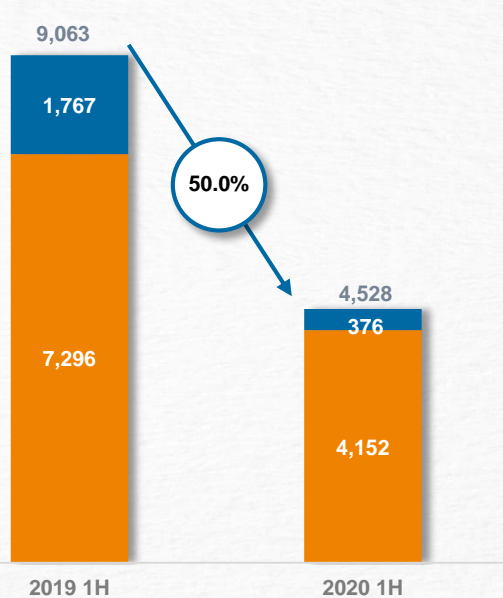
由人民币490百万元同比
 **转为**
 人民币 (899) 百万元

6 强劲的流动性及现金流

由2019年底人民币21.3亿元
 **+193.8%**
 至人民币62.5亿元
 未使用银行额度约为人民币22.5亿元

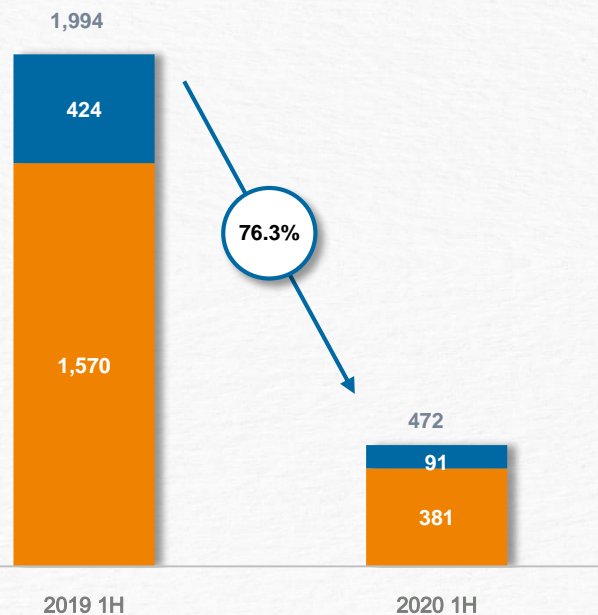
收入

(人民币 百万元)



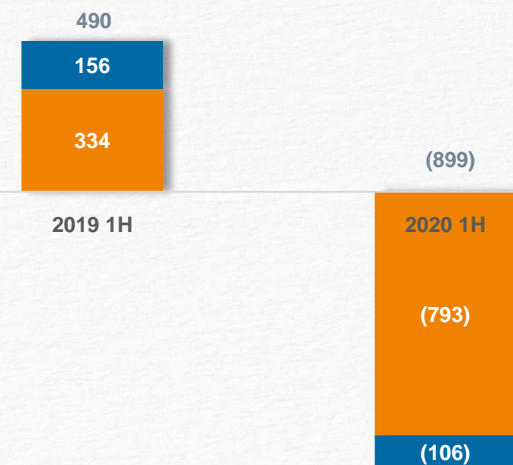
经调整EBITDA

(人民币 百万元)

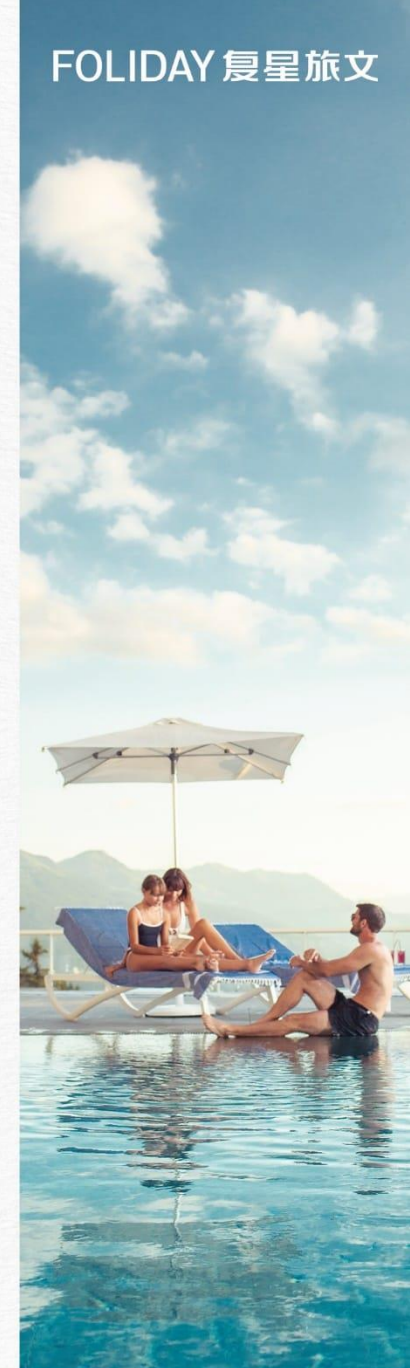


归属于股东的利润/亏损

(人民币 百万元)



■ 旅游营运¹
■ 物业销售及建造服务

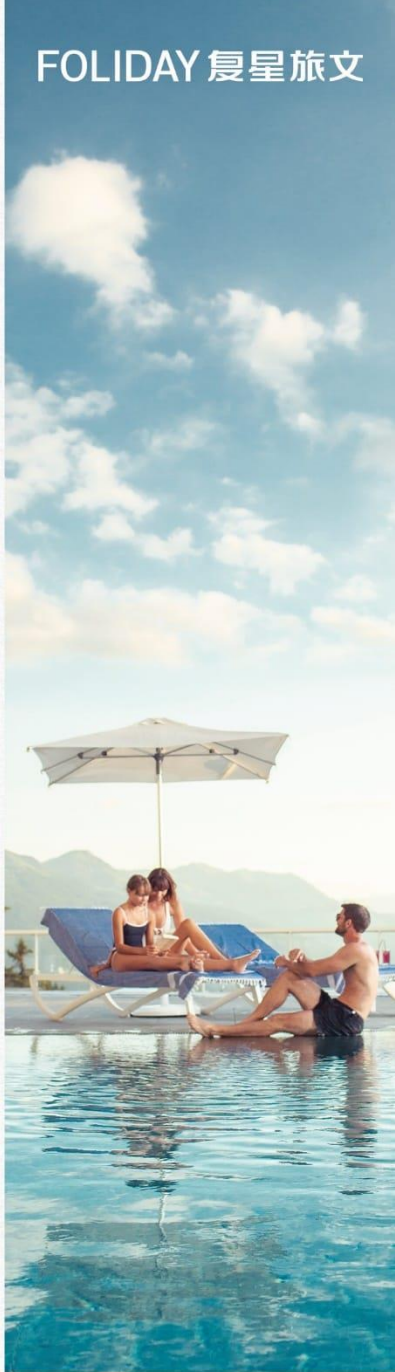
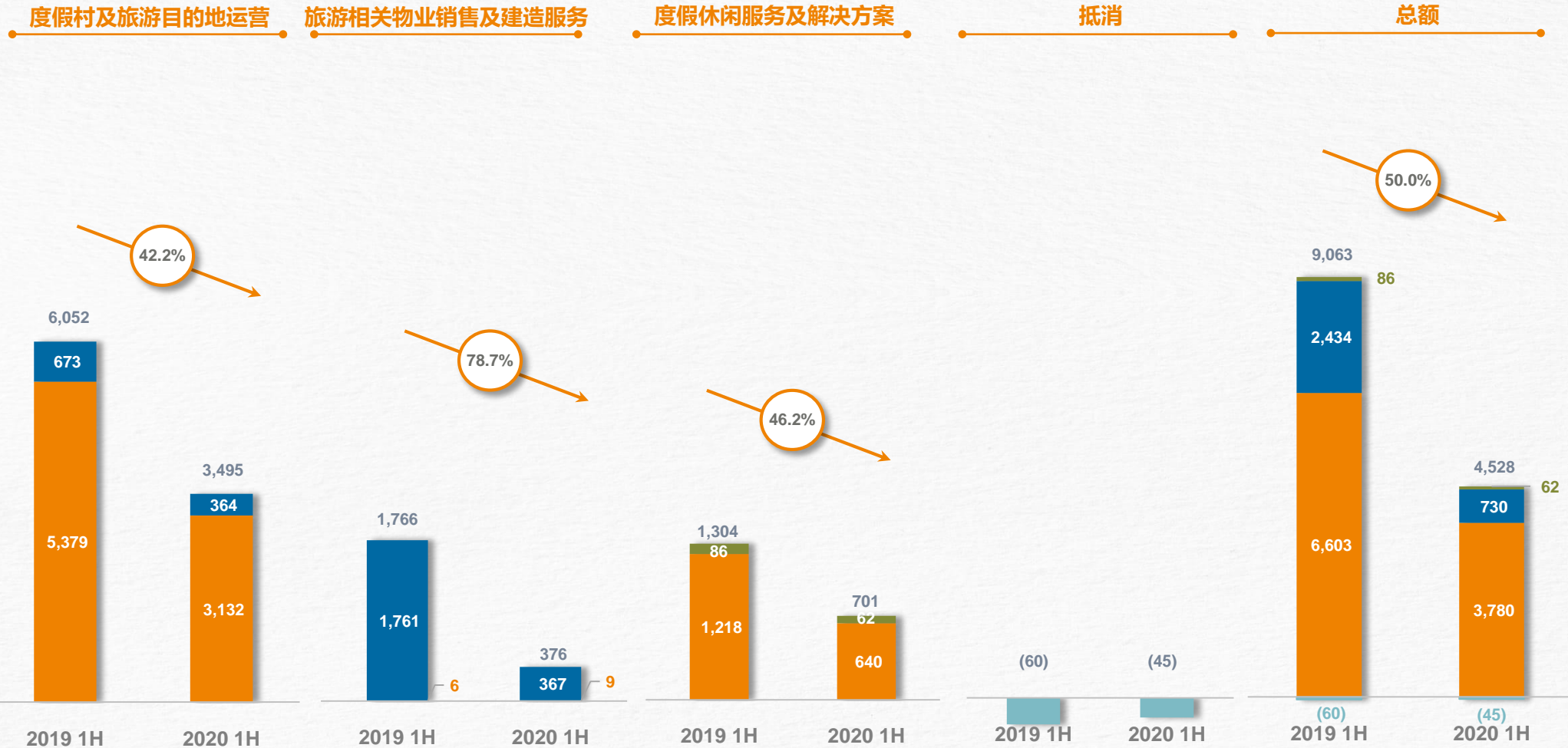


注: 1. 旅游营运包括度假村及旅游目的地运营以及旅游休闲服务及解决方案

分布 (按业务功能及业务板块划分)

(人民币 百万元)

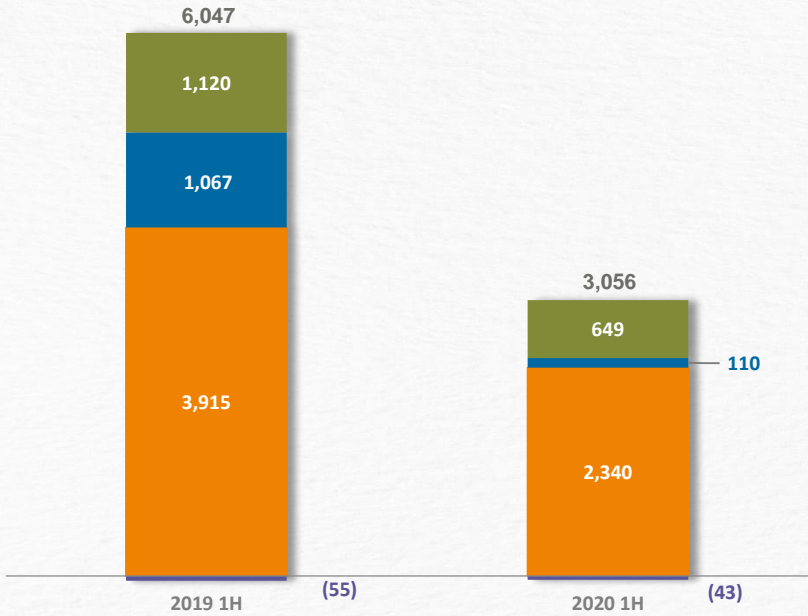
- 度假村
- 旅游目的地
- 基于度假场景的服务及解决方案
- 板块间销售抵消



销售成本, 毛利及毛利率

销售成本

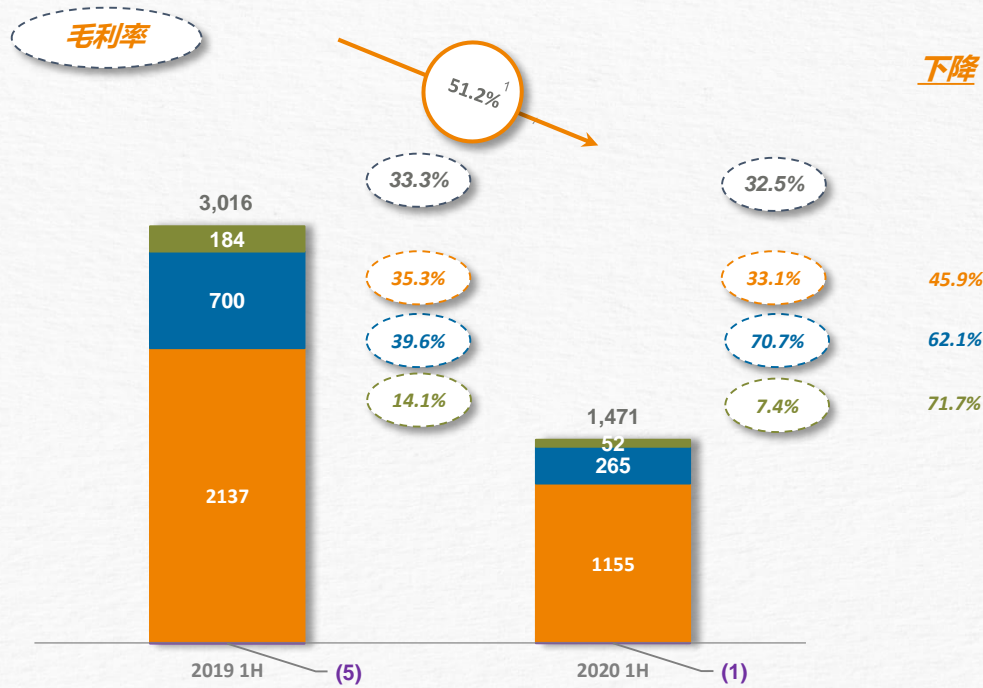
(人民币 百万元)



- 度假村及旅游目的地营运
- 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

毛利及毛利率

(人民币 百万元)



- 度假村及旅游目的地营运
- 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

下降



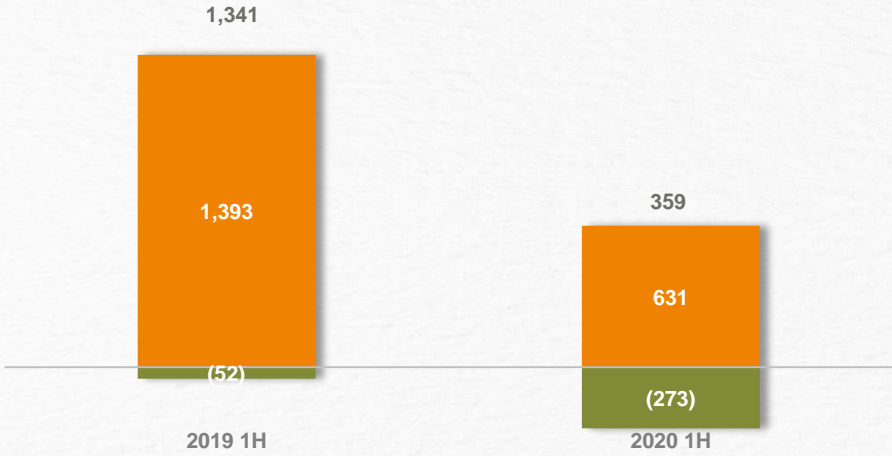
注: 1.毛利额变化率。

主要业务板块经调整EBITDA

集团经调整EBITDA由截至2019上半年的人民币1,994百万元降低至2020上半年的人民币472百万元

度假村

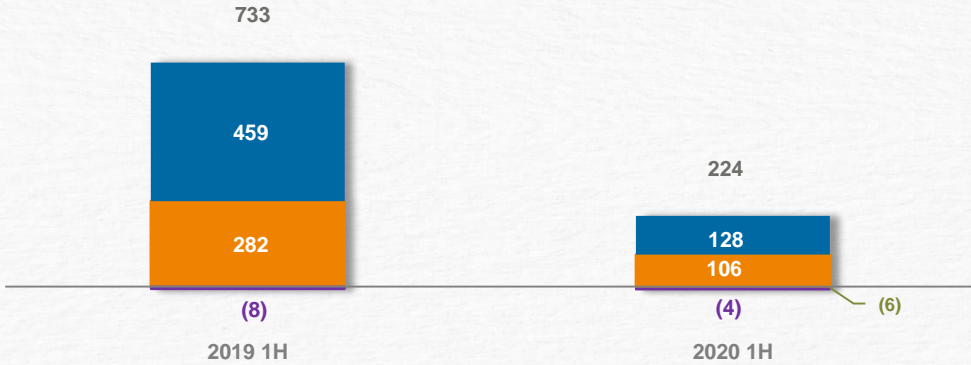
(人民币 百万元)



■ 经常性EBITDA
■ 非经常性项目¹

旅游目的地

(人民币 百万元)



■ 三亚亚特兰蒂斯营运
■ 物业销售及其他
■ 旅游目的地其他营运业务
■ 非经常性项目¹

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) (亏损)

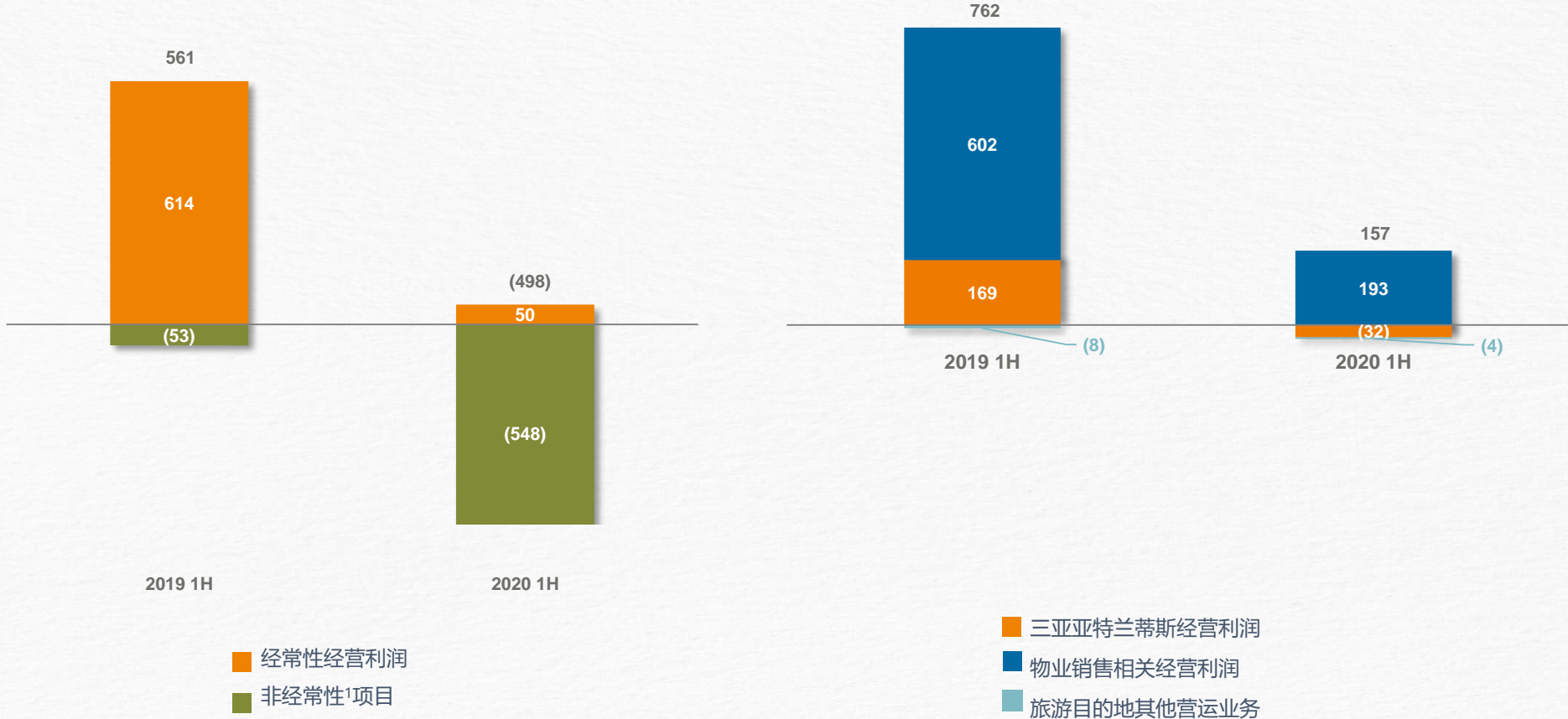
经营利润由2019年首六个月经营利润人民币1,202百万元降低至2020年首六个月经营亏损人民币477百万元

度假村

(人民币 百万元)

旅游目的地

(人民币 百万元)

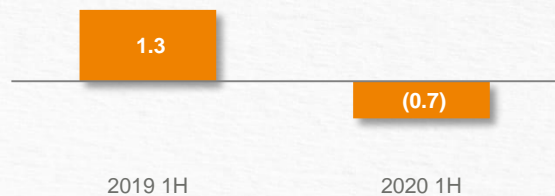


注：¹度假村经营中的非经常性经营项目包括因疫情爆发而于正常时间本应开业却暂停营业期间的业务成本及将客户带回国内的运输费用等额外营运成本、减值及拨备、重组、按公允价值计入损益计量的投资的公允价值变动收益 / (亏损) 以及处置损失保险。



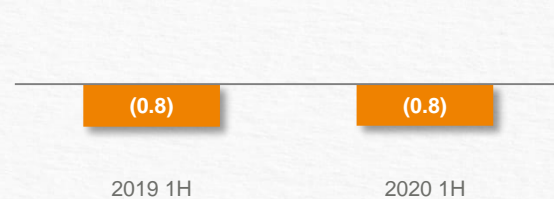
经营活动所得/(所用)现金流量净额

(人民币 十亿元)



投资活动所用现金流量净额

(人民币 十亿元)

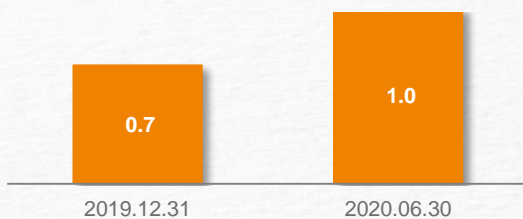


融资活动所得/(所用)现金流量净额

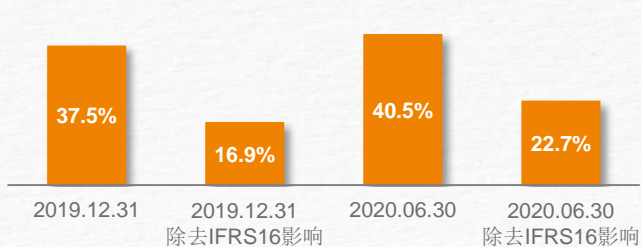
(人民币 十亿元)



流动比率¹

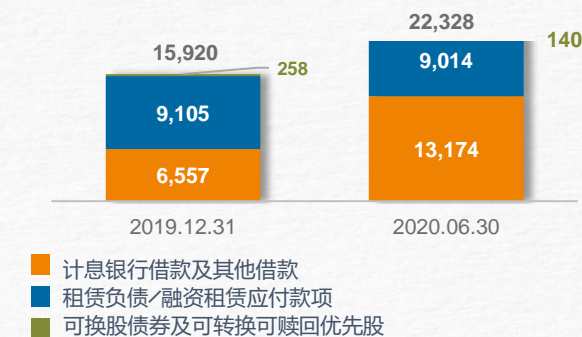


杠杆比例²

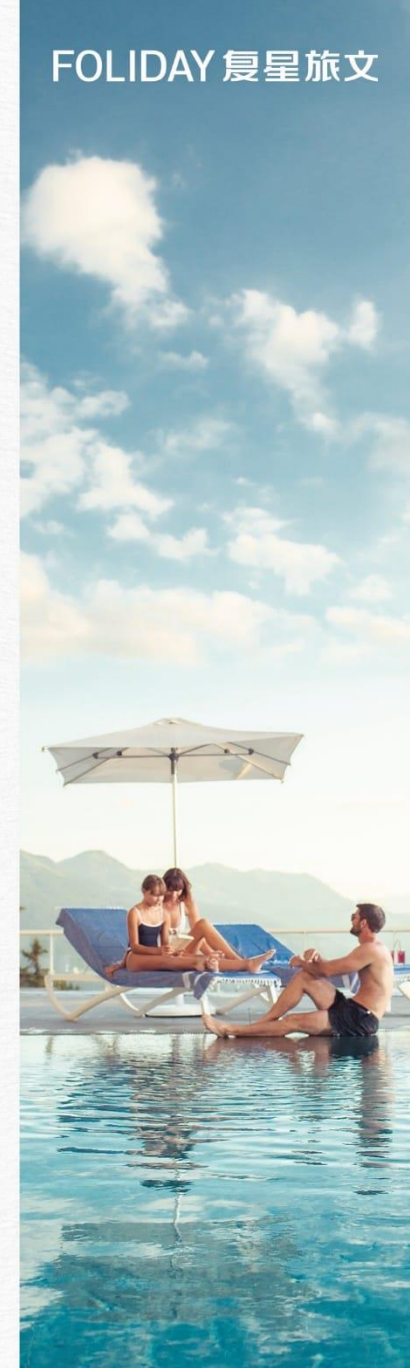


融资明细

(人民币 十亿元)



注: 1 流动比率相等于流动资产除以截至期末的流动负债; 2 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、应付融资租赁款、可换股债券、可转换可赎回优先股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现金等价物。





执行摘要



运营概览



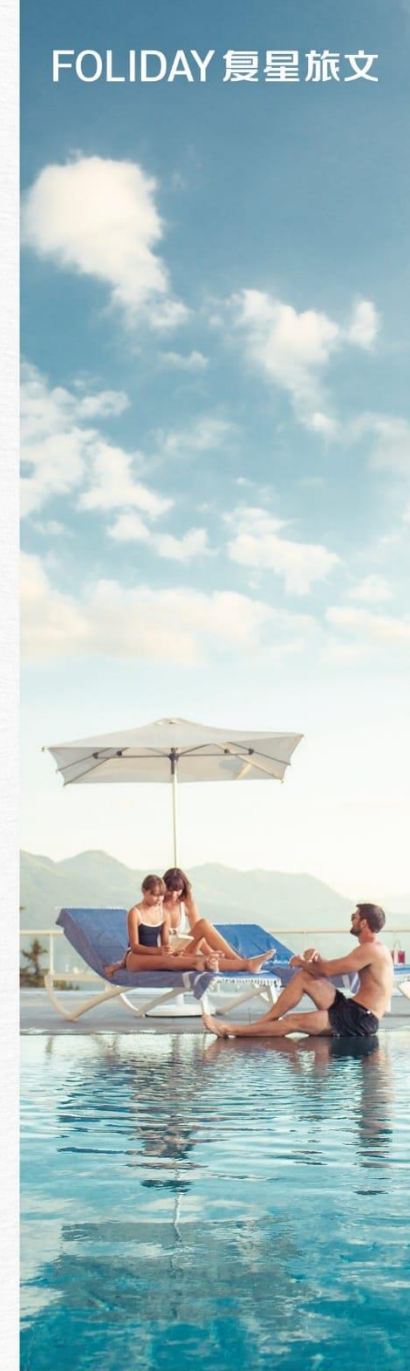
财务概览



战略重点



附录



愿景

让全球家庭
更快乐
Bring greater
happiness to
global
families

战略重点

产品力

- 聚焦综合旅游休闲度假解决方案，持续拓展具有独特性和吸引力的**休闲度假住宿及旅游目的地**产品

资源

- 锁定具有**稀缺价值**的休闲度假**目的地及品牌**
- **更多中国资源**
- **顶级旅游目的地**

生态系统

- 不断引入**合作伙伴**，推动**跨界**新产品及业务**创新**，丰富和完善FOLIDAY生态体系
- 倡导Everyday is FOLIDAY**未来休闲生活方式**，创新商业模式与服务内容

全球化

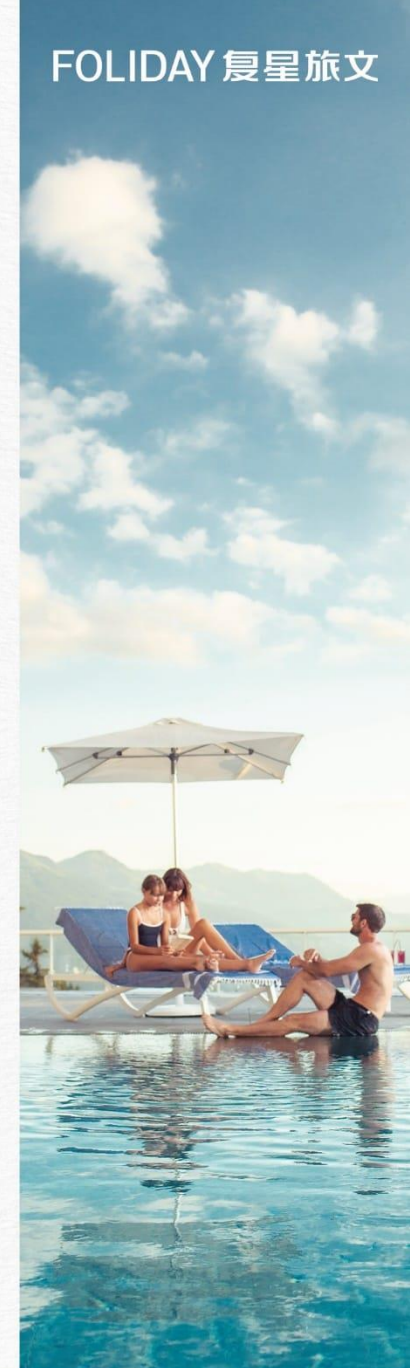
- **深耕**全球的**区域市场**
- 建立一个服务于**全球家庭客户**的生活方式平台，并继续发展**品牌，网络和人才**

重点表现指标

营业额增加

EBITDA利润率提升

稳健的财务状况





执行摘要



运营概览



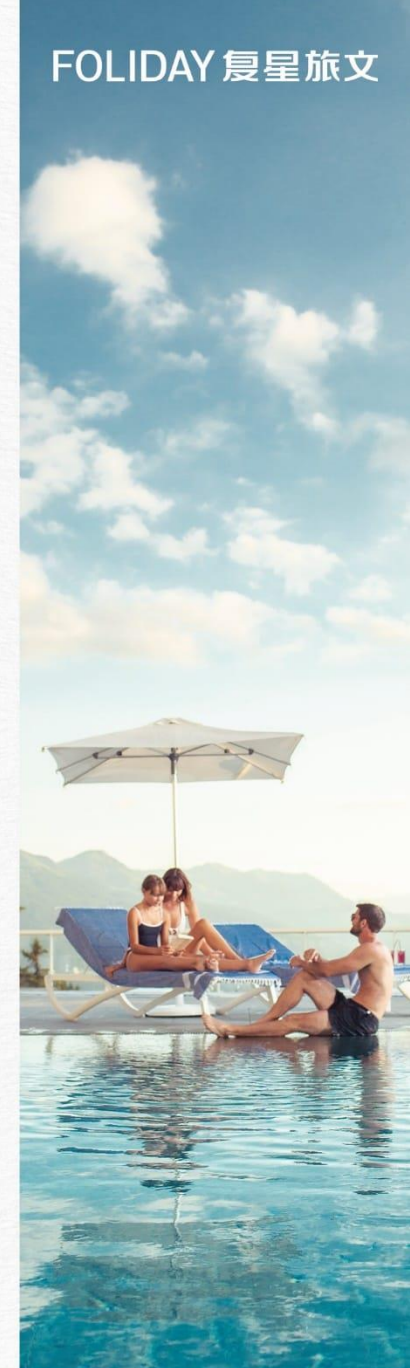
财务概览



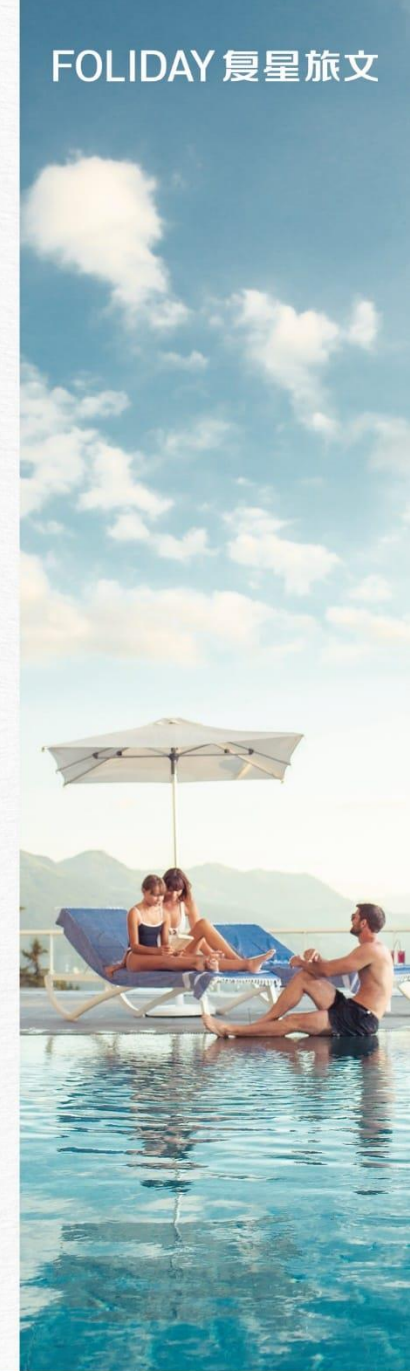
战略重点



附录



	截止2020年6月30日	
	2020上半年	2019上半年
	人民币(千元)	人民币(千元)
税前净利润	(907,051)	819,281
调整事项:		
折旧	948,517	867,952
摊销	68,296	55,042
财务支出	425,030	385,522
土地摊销税	(83,500)	(170,310)
EBITDA	451,292	1,957,487
增加:		
以权益结算的股份支付	20,450	36,726
经调整EBITDA	471,742	1,994,213



截止2020年6月30日

2020上半年

2019上半年

人民币 (千元)

人民币 (千元)

净利润

(997,164)

502,348

增加:

以权益结算的股份支付

20,450

36,726

经调整净利润

(976,714)

539,164

