

公司代码：600749

公司简称：西藏旅游



བོད་ཁྲིའུ་ལྷན་ཁུངས་སྒྲིག་ཁོ་སྒྲིག་ལེ་སྒྲིག་ལེ་
西藏旅游股份有限公司
XIZANG TOURISM CO.,LTD.

西藏旅游股份有限公司 2026 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会及董事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 本半年度报告未经审计。

1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
不适用

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	西藏旅游	600749	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	罗练鹰	张晓龙
电话	0891-6339150	0891-6339150
办公地址	西藏自治区拉萨市柳梧新区国际总部城11栋4层	西藏自治区拉萨市柳梧新区国际总部城11栋4层
电子信箱	luolianying@enn.cn	zhangxlam@enn.cn

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	1,480,188,936.84	1,453,381,982.05	1.84
归属于上市公司股东的净资产	1,063,080,151.07	1,059,959,702.95	0.29
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	94,229,978.44	90,339,735.23	4.31
利润总额	3,064,234.76	2,166,033.22	41.47
归属于上市公司股东的净利润	2,909,236.14	2,093,238.78	38.98
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-1,776,181.19	-8,893,960.06	不适用
经营活动产生的现金流量净额	969,658.12	1,280,326.18	-24.26
加权平均净资产收益率(%)	0.2741	0.2007	增加0.0734个百分点
基本每股收益(元/股)	0.0130	0.0094	38.30
稀释每股收益(元/股)	0.0130	0.0094	38.30

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数（户）				40,831		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				不适用		
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
西藏国风文化发展有限公司	境内非国有法人	12.68	28,787,748	0	无	0
上海京遥贸易有限公司	境内非国有法人	11.72	26,592,800	0	无	0
西藏纳铭网络技术有限公司	境内非国有法人	9.99	22,680,753	0	无	0
西藏国际旅游文化投资集团有限公司	国有法人	5.72	12,987,671	0	无	0
乐清意诚电气有限公司	境内非国有法人	4.95	11,234,786	0	无	0

西藏旅游股份有限公司－2023 年员工持股计划	其他	1.73	3,935,000	0	无	0
张杰	境内自然人	1.43	3,245,000	0	无	0
中国银行股份有限公司－富国 中证旅游主题交易型开放式指 数证券投资基金	其他	0.87	1,984,300	0	无	0
王海燕	境内自然人	0.55	1,242,600	0	无	0
谢珍	境内自然人	0.34	782,900	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		1. 西藏国风文化发展有限公司、西藏纳铭网络技 术有限公司、乐清意诚电气有限公司作为新奥控 股的全资子公司，构成一致行动人关系。 2. 除上述关联关系外，公司未知其他流通股股东 之间是否存在关联关系或是否属于一致行动人。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		无				

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

☐适用 ☒不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

☐适用 ☒不适用

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

第三节 经营情况的讨论与分析

近年来，游客需求价值快速转变、旅游消费趋于理性，文旅竞争由规模流量转向差异化服务与沉浸式体验。2026 年，公司适时优化市场布局，加快智能管理工具应用，同时集中优势资源发力西线阿里业务，有效平衡东线林芝市场波动，公司整体业绩稳中向好。报告期内，公司实现营业收入 9,423 万元，同比小幅增长，归属于公司股东的净利润 291 万元，同比增长约 39%，主营业务经营质效提升明显。上半年主要经营举措如下：

一、适应市场环境优化经营策略

公司西线依托冈仁波齐、玛旁雍错等资源，聚焦精神体验与服务保障；东线借力大峡谷、巴松措、苯日等景区，打造自然生态与深度体验融合的产品矩阵。面对客源结构的不断转化，西线主要把握入境游、国内长线游市场扩容机遇，打造“神山圣湖+文明探秘”主题线路，实现客流与收入双增长；东线市场承压的背景下，林芝雅鲁藏布大峡谷景区推“三年免费重游”“峡谷秘境体验官”“抖音挑战赛”等惠民举措和市场活动，构建体验托底能力，缓解团队游下滑；巴松措“滨湖度假”体系不断完善，市场口碑和转化效率有所提升；苯日景区则通过拓展小包团与自驾渠道，实现散客接待占比稳步提升。

二、内外联动全面保障阿里景区接待服务

2026 年，印度民间香客赴藏旅行相关政策持续改善，阿里地区接待国内游客数量大幅增长，公司抽调组成西线服务专班，并在政府部门的指导下，与边防公安、医疗机构等多方资源深度协同，建立预约入园、安全巡查、应急救援等全方位保障机制；针对高海拔出行风险，公司进一步健全“医疗点处置—救护车监护—医院接力救治”的多级转运机制，逐步构建安全托底能力；交通接驳方面，公司整合沿线运力与生态资源，将交通服务升级为“生命护航体系”；在服务体验上，依托拉萨前置体验中心与塔尔钦小镇游客服务中心，提供转山培训、勇士仪式等特色服务，为高海拔旅程赋予归属感。公司将持续聚焦极端天气预案、特殊困难通道、外宾无忧体验等升级方向，推进全面保障能力逐步转化为优势品牌资产。

三、突出优势业务探索轻资产运营

公司立足自身资源禀赋与品牌积淀，积极推动轻资产生态运营实践。公司下属圣地国际旅行社充分发挥出入境旅游资质优势，加快定向品牌、提高出入境服务效率，进一步开拓本地居民赴南亚出境游线路，同步承接中高端入境游服务，商旅收入结构不断优化；圣地文化大客户 IP 定制、头部线上平台深度合作实现新突破，有效提升了设计开发和市场推广能力，且多个产品荣获自治

区级文创奖项，文旅融合增长点逐步成型；在 2025 年深度协作的基础上，公司与西藏旅投集团联合运营的印度民间香客接待业务进一步向好发展。这一系列举措使公司在降低资本投入的同时，充分释放了资源整合与品牌赋能的价值。

四、加速品牌传播提升影响力和转化效率

公司围绕“南迦巴瓦自然 IP”与“冈仁波齐精神 IP”两大核心资产，加速内容化、数智化的品牌传播，推动品牌声量向经营转化落地。内容打造方面，公司孵化“峡谷守梦人”等人格化 IP，以真实温暖的服务形象连接游客，并通过统一策划、统一制作、统一分发的账号矩阵，实现“一次创作、多点分发、全域曝光”的传播效应；线上传播方面，公司借助旗舰店、KOL 种草与直播等新媒介，打通从内容触达到产品下单的转化链路，并构建传播联盟激活生态商家参与，实现品牌曝光与到店转化的协同提升；与此同时，公司还积极支持“环喜马拉雅”国际合作论坛、林芝半程马拉松等活动，通过生态联动、资源嫁接拓展传播广度和触达效率。

五、全方位资源联动实现可持续发展

公司以构建可持续增长机制为目标，打破业务边界，推动区域资源、生态伙伴、产业要素的全方位联动，形成共生共荣的旅游生态。产业协同方面，公司以一站式入藏旅游服务平台为纽带，将景区、酒店、交通、文化体验等多元要素有机串联，打通从需求认知到服务交付的完整链条；区域融合方面，公司积极推动村企共建、生态联盟与政企协同，通过惠民基金发放、民族文化挖掘与传播等方式，让旅游发展成果惠及更广泛的参与者。通过资源深度链接与能力持续沉淀，公司正逐步构建起以资源为依托、以服务为核心、以生态为支撑的可持续发展模式，为高原文旅产业的高质量发展注入持久动力。

第四节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

☐适用 ☒不适用

法定代表人：胡晓菲

董事会批准报送日期：2026 年 8 月 24 日