

公司代码：600138

公司简称：中青旅

中青旅控股股份有限公司
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 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。

2026年8月25日公司第十届董事会第四次会议以记名投票表决的方式审议通过了《公司2026年半年度报告及摘要》。

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

不进行现金分红，也不进行资本公积金转增股本和其他形式的利润分配。

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	中青旅	600138	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	高鹭华	李岚
电话	010-58158717、58158702	010-58158717、58158702
办公地址	北京市东城区东直门南大街5号中青旅大厦	北京市东城区东直门南大街5号中青旅大厦
电子信箱	zhqb@cyts.com	zhqb@cyts.com

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	17,199,621,686.42	17,656,139,953.28	-2.59
归属于上市公司股	6,329,678,897.45	6,337,177,219.93	-0.12

东的净资产			
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增 减(%)
营业收入	5,385,392,632.56	4,865,732,420.82	10.68
利润总额	120,815,469.09	170,100,617.99	-28.97
归属于上市公司股东的净利润	22,129,262.54	66,852,961.86	-66.90
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	31,034,106.48	63,582,684.63	-51.19
经营活动产生的现金流量净额	150,181,698.20	8,325,463.69	1,703.88
加权平均净资产收益率(%)	0.35	1.06	减少0.71个百分点
基本每股收益(元/股)	0.030572	0.092359	-66.90
稀释每股收益(元/股)	0.030572	0.092359	-66.90

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）				64,666		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				0		
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	
中国光大集团股份公司	国有法人	20.36	147,384,592	0	无	0
中青创益投资管理有限公司	国有法人	2.83	20,475,000	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	1.16	8,375,925	0	无	0
香港中央结算有限公司	其他	0.73	5,264,117	0	无	0
辽宁方大集团实业有限公司	境内非国有法人	0.57	4,136,397	0	无	0
马骏伟	境内自然人	0.57	4,130,052	0	无	0
沈芳楼	境内自然人	0.37	2,650,000	0	无	0
王志明	境内自然人	0.31	2,271,400		无	0

韦旭杰	境内自然人	0.30	2,150,000	0	无	0
中国工商银行股份有限公司一大成中证 360 互联网+大数据 100 指数型证券投资基金	其他	0.23	1,695,100	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		中青创益投资管理有限公司为中国光大集团股份公司控制企业，其他股东之间是否存在关联关系或是否属于一致行动人尚不清楚。				
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 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

2026 年上半年，公司紧盯行业发展趋势，持续强化资金统筹管理，实现营业收入 53.85 亿元，同比增长 10.68%。但由于天气、安全、消费等外部负面因素持续叠加，各业务均受到不同程度不利影响，上半年实现归属于上市公司股东的净利润 2,212.93 万元，同比下降 66.90%。

（一）文旅目的地投资运营管理业务

1. 乌镇景区

报告期内，乌镇景区以多元业态协同打造高质量文旅目的地，时序化推出新春水陆福市、江南蚕桑香市、运河春日市集、茅盾诞辰百三十周年文学周、端午嬉水龙舟沉浸式体验等特色 IP 活动，联动综艺节目《向往的生活》打造水乡旅居、旅拍线路，通过 AI 数字人文、实景互动演艺塑造差异化水乡体验，充分激发深度度假需求，有效拉动景区入住率与二次消费。景区持续优化酒店配套，推出住客专属无限次入园、水乡清晨独享秘境等特权，针对亲子、研学、银发、海外客群定制一站式旅居套餐，升级夜游、非遗、餐饮多元消费场景，有效拉长游客停留周期。依托

成熟会展载体，落地国际设计周、万人健康产业峰会、头部保险千人盛典、低空经济产业论坛、长期国际戏剧研修营等高规格政企、学术、行业盛会，持续延伸会展领域竞争力，提升景区文化内涵。海外市场拓展同步提速，参加德国、香港、首尔等国际旅游展会和港澳两地旅游推广活动，配备双语客房、多语种导览、国际会务一站式涉外服务，上半年入境游客接待量显著增长。报告期内，乌镇景区接待游客 317.54 万，同比下降 5.81%，其中东栅接待游客 98.46 万，西栅接待游客 219.08 万。乌镇公司实现营业收入 7.83 亿元，同比增长 5.49%，实现净利润 1.32 亿元，同比下降 7.18%。

2. 古北水镇景区

报告期内，古北水镇持续提升文旅产品丰富度、主题性、体验感，深化“长城”和“非遗”文化挖掘，探索文旅体商融合运营。景区常态化落地高品质文旅活动与标杆赛事，春季至暑期相继开展新春冰雪庙会、清明踏青、初夏奇遇漫游季、端午长城龙舟节等系列主题活动，成功举办司马台 100 长城越野赛，吸引近两千名海内外选手参赛，同步配套长城文旅专业论坛，实现体育赛事、文化传播与商务交流深度联动。五一全新上线长城塔秀沉浸式实景光影演艺，融合长城实景、激光光影、非遗打铁花与实景演艺，构建多层次夜游体验，有效拉长游客停留时长、带动夜间综合消费；同步推出非遗主题客房、长城观景民宿、御汤温泉套餐，针对亲子、研学、团建设计一站式打包产品。会议会展方面，顺利承接多项高规格行业活动，包括覆盖 40 余个国家和地区的境外旅行商入境旅游对接会、京津冀非遗交流研讨、长城文化保护主题论坛等，商务及涉外接待场景持续扩容。报告期内古北水镇景区接待游客 62.15 万，同比增长 26.81%；实现营业收入 1.87 亿元，同比下降 8.89%，受固定成本费用支出影响，净利润-10,954.70 万元，同比小幅减亏。

（二）文旅综合服务业务

1. 整合营销业务

2026 年上半年，中青博联聚焦国内外重大会议会展活动，立足客户需求和技术应用持续推动核心业务提质增效，大项目签约数量稳步增长，经营业绩保持稳健。报告期内，圆满承接中国国际消费品博览会、第九届数字中国建设峰会、第六届亚洲沙滩运动会、2026 中关村论坛等多项国家级高规格会展项目；成功举办司马台 100 长城越野赛，顺利推进 2026 接力长城大学联赛，挖掘新兴产业机遇，聚力打造自主 IP 赛事，寻求业务全新突破。同时，精准对接战略行业重要客户，保障 2026 美加墨世界杯企业观赛款待、2026 米兰冬奥会赞助企业活动营销等多个大型境内外企业营销活动顺利执行，切实以高品质服务拓展客户群体、提升品牌影响力。

2. 旅行社业务

旅行社业务坚守中高端精品化发展定位，依托出入境细分赛道领先优势与全流程标准化服务体系实现稳健发展。受中东局势及国际政治形势影响，营业收入及净利润较去年同期下降。

报告期内，旅行社板块持续扩充产品体系，打造“美丽中国”国内游系列，上线 50 余款暑期自营线路，覆盖西北、西南、华北东北、华中、华东、华南六大区域；涵盖新疆、西藏、青海、甘南、云南、贵州、长白山、内蒙古、湖北、三亚等热门目的地，打造极地秘境、民族人文、山

林避暑、滨海康养四大主题产品。出境游方面，主动适配出境市场变化，搭建多元抗风险产品矩阵，布局中亚、南部非洲差异化产品对冲区域风险；联合澳大利亚旅游局、美国旅游局、加拿大旅游局等，推出“不容错过加拿大系列”“源创美国系列”等深度路线产品，细分赛道竞争壁垒持续夯实。以“宠客计划”为抓手全面升级服务品质，构建标准化管控与个性化关怀融合的全流程服务，推出覆盖全客群的百余项增值福利，配套银龄、亲子、研学等细分群体专属权益，依托专业领队、专属行程管家与优质境外地接资源提升出行舒适度，持续强化服务口碑与客户粘性。

3. 酒店业务

2026 年上半年，国内酒店行业中端赛道竞争持续加剧、行业经营整体承压，中青旅山水酒店聚焦精细化运营、品牌深耕，继续全面推行“一店一策”精细化经营策略，针对各门店所处城市区位、客源结构及经营现状，动态优化定价体系、客源结构与成本管控模式，对存量自营及加盟门店实施分级精细化管理，精准压降无效运营成本。

报告期内，公司启动公开挂牌转让山水酒店 51%股权及债权工作，8 月在北京产权交易所正式挂牌，通过市场化路径推进低效业务出清。

（三）策略性业务

公司IT产品销售与技术服务、中青旅大厦租赁业务持续为公司提供收入和利润贡献，但受商业楼宇出租市场整体影响，大厦出租率和租金均有所下降。