

中天国富证券有限公司
关于湖北宜昌交运集团股份有限公司
之
中国证券监督管理委员会上市公司并购重组审核委员会
2019年第29次会议审核意见回复
之
核查意见

独立财务顾问



二〇一九年七月

中国证券监督管理委员会：

经中国证监会上市公司并购重组审核委员会2019年度第29次并购重组委工作会议审核，湖北宜昌交运集团股份有限公司（以下简称“宜昌交运”、“公司”、“上市公司”）发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易事项获得有条件审核通过。根据并购重组委审核意见，中天国富证券有限公司作为本次交易的独立财务顾问就审核意见所提问题进行了认真核查，出具了核查意见，具体内容请参见下文。

（本核查意见中，除非上下文中另行规定，文中简称或术语与《湖北宜昌交运集团股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（修订稿）》中所指含义相同。）

问题1 请申请人结合后续整体规划、客源市场、消费特点等，补充披露标的资产盈利保持稳定并合理增长的依据。请独立财务顾问和评估师核查并发表明确意见。

回复：

九凤谷致力于发展成为“鄂西地区体验式旅游目的地”。九凤谷景区围绕客户体验开发完善的产品链，现已形成在主题化生态花海观光的基础上，增添了高空滑索、峡谷玻璃桥、丛林滑道、丛林探险、儿童探索乐园、小动物表演等众多游客互动式体验游乐项目。

结合九凤谷后续整体规划、客源市场、消费特点等优势或因素，标的资产盈利保持稳定并合理增长具备合理性。具体如下：

一、后续整体规划

（一）产品计划

1、挖掘景区内的二次消费潜力

九凤谷将围绕发展成为“鄂西地区体验式旅游目的地”的主旨，进一步完善内部营销网络，对二次消费的潜力进行深度挖掘。加强景区与旅行社代理业务和二次推销业务的合作关系。九凤谷将深入挖掘景区内部二次消费项目，不断提升二次消费项目的人次占有率和人均消费水平，适时推出具有“网红”性质的旅游主题、特色节目，促进整体经营业绩的进一步提升。

2、打造具备核心吸引力的游乐项目，提升二次消费频率

九凤谷将凭借现有的玻璃桥、丛林滑道、丛林滑索、小动物村等主力产品，依托接待人数快速增长的势头，合理优化景区内的重点项目，同时为满足细分市场需求，一方面在景区内适时推行新的游览项目，另一方面改善景区内人气相对不足的区域，不断提升景区的吸引力，提升二次消费频率，带动景区接待人数的提升，开发景区新的盈利增长点。

3、升级配套研学旅行设施，打造研学旅行营地

为充分响应国家发改委、国务院及国家教育部提出关于将各中小学把研学旅

行纳入学校教育教学的号召，引导学生主动适应社会，促进书本知识和生活经验的深度融合。九凤谷将结合景区内自然地文及水文景观、古树名木、开花植物、特色人文建筑及动物等多重特点进一步推进与周边县市中小学及旅行社的深度合作。以新增特色体验类项目及进一步拓展研学旅行类项目为核心，突破新的业绩增长点。

同时，九凤谷将在建设研学旅行基地的基础上，充分挖掘景区主题文化，提升景区研学配套设施，将研学旅行基地升级打造成研学旅行营地，增强游客景区区域滞留时间，为景区其他产品的二次营销提供商机。

（二）市场营销和品牌建设

1、拓宽客源地市场，提升游客景区停留时间

围绕“体验式旅游”的战略，利用公共交通格局的变化、公司产品适销区域的变化，以及渠道合作政策的变化，以湖北省当地开发为主线，加强与湖南、河南、安徽地区地接社的合作及推销的同时，向外部客源地市场进行大力营销推广，着力点在华中、华南及西南市场上，力争有新的突破，并与其他周边景区合作，改变目前旅游团及散客单个景点的观光线路安排规律，向景区区域滞留过夜消费的度假线路进行过渡，为景区其他产品的二次营销提供商机。

2、重视细分市场，挖掘市场潜力，实现渠道下沉

针对细分市场的需求，九凤谷重视老年团、学生团、企业团、华中地区广阔的农村市场等细分市场的销售，通过独特的产品设计、线路包装、价格倾斜等营销策略加以引导，保障九凤谷在客源覆盖地的各个细分市场占有较大的市场份额，确保整体销售收入的快速持续增长。

3、销售队伍提升专业化，绩效考核模式实现市场化

公司将继续推行已有的管理制度，规范工作流程，提升人员素质，围绕绩效考核制定切实可行的措施。不仅从人员的选聘上市场化，而且从人员绩效的评定方面向市场化转型与突破，具体将通过人员素质、区域销售经理管理技能的提升、公司督察力度的加强及业务技能的学习来加以推动，确保打造一支技能精湛、素养较高的专业化销售队伍。

4、积极发挥自媒体、OTA平台等新兴媒体的营销作用

我国旅游电子商务的飞速发展为公司提供了一种全新的信息发布媒体与快捷的销售渠道。网络的作用不仅体现在直接的客源供给，更大程度上体现在对公司产品的宣传推广起到积极地引导作用。就九凤谷而言，2017年度至2018年度，九凤谷分别实现线上销售收入43.39万元、222.58万元，增长幅度达到412.98%。同时，九凤谷线上销售收入占当年度门票销售收入（不包含年卡收入）的比重分别自2017年度的10.14%上升至2018年度的15.81%。因此九凤谷将继续积极发展微信公众号营销及推广，电子商务销售及推广，产品宣传更新要快、促销活动谋划要快、创新对接服务要快，确保公司产品在电商销售量的增长，市场增速和绝对值进一步扩大。

（三）精细化管理建设

九凤谷成立以来，景区经营依托专业化的管理团队保持了高速增长。九凤谷未来将继续以游客为根本，以细节为基础，以精致为目标，以综合运用现代管理方法为手段，通过建立和优化工作流程，对景区施以不断完善的动态化管理，并考虑适当时机从外部引进优质人才，以丰富和完善标的公司的业务团队和管理团队，为标的公司的业务开拓和维系提供足够的支持。九凤谷通过对景区管理的精细化建设，不断提升游客的观赏体验，提高游客的消费频率，延长游客滞留景区的游玩时长。

（四）企业文化建设

九凤谷致力于建设自身的企业文化，明确企业目标、宗旨和核心价值观。企业文化作为一种以加强企业管理、强化企业凝聚力为核心的文化，对企业的经营和发展起着重要的作用。九凤谷要求员工将企业文化精神根植于自己的工作中，作为共同的行动指南，全面推进公司企业文化建设。

二、客源市场

九凤谷景区位于湖北省宜都市五眼泉镇，位于华中地区核心区域，处于西南地区与东部地区的连接点，客源市场主要以湖北省当地为中心，辐射周边的湖南、河南、安徽（以下与湖北省统称“华中四省”）等地区。同时，九凤谷不断拓宽自身营销渠道，借助OTA平台及宜昌完善的交通网络，将客源地逐步扩展至广东、

重庆、江西等地区。

（一）主要客源市场人口稠密，潜在游客基数大

九凤谷景区所处的宜昌市2018年末常驻人口达413.59万，所处的核心客源市场湖北省2018年末常住人口达5,917万。另外根据国家统计局的数据显示，九凤谷景区辐射的主要周边客源市场华中四省2018年末常住人口总计28,745万人，占全国当年末全国总人口的20.60%，人口稠密，潜在游客基数巨大。



九凤谷项目所在地及周边客源市场示意图

（二）主要客源市场经济能力较强，具备较强的消费能力

九凤谷所处的宜都市是全国百强县，经济实力优势明显；地处的宜昌市是国家中部地区区域性中心城市、长江中游城市群重要成员，是湖北省内具备较强经济实力的、居民人均可支配收入位居前列的湖北省省域副中心城市。

另外，根据国家统计局的数据显示，九凤谷主要的客源市场湖北、湖南、河南、安徽的2018年度人均可支配收入分别达到25,814.54元、25,240.75元、21,963.54元、23,983.58元，消费能力处于全国中上序列，具备较强的消费能力。

（三）九凤谷与宜昌其他景区形成明显的互补优势

九凤谷地处的宜昌市是中国优秀旅游城市，景区众多，包括三峡人家风景区、三峡大坝、长江三峡、长江清江画廊等众多景区，宜昌市已经形成了明显的旅游产业集群。2017年至2018年，宜昌市分别接待游客6,618.23万人次、7,738.2万人次，分别增长17.02%、16.9%；实现旅游综合收入716.46亿元、869.3亿元，分别增长18.51%、21.9%；接待游客人次与旅游综合收入均实现了较快增长。作为宜昌及周边地区的以体验为主题的国家4A级旅游景区，九凤谷形成了独特的体验式旅游的品牌优势，与宜昌市其他自然风光景区、人文风光景区形成了明显的互补优势，成为游客游玩宜昌制定旅游计划的重要目的地之一。

综上所述，华中地区及周边区域的国内具备较强消费能力的数以亿计的人口为九凤谷提供了充足的客源，保证了九凤谷盈利保持稳定并合理增长具备充分的客源依据。

三、消费特点

（一）旅游市场呈现新的消费特点

随着中国消费者人均可支配收入的增长，中国消费者在外出游玩时呈现出新的消费特点，其越来越倾向于对旅游目的地进行探索，并在旅途中获得不同的旅游体验，具体表现在旅游消费上则呈现为探索，即游客更喜欢探索多样风土、文化特色；悦己，即游客乐于花费更多以获得优质体验犒赏自己；开放，即游客更乐于深入当地；独特，即游客拒绝一成不变，更追求独特体验。

九凤谷景区提倡及推行的“体验式旅游”，适时推出的具备当地民俗风情及旅游特色的游玩活动，满足了游客追求独特体验、探索多样风土的需求，与旅游市场呈现出的新的消费特点具备匹配性，充分适应了旅游市场的新变化，满足了旅游市场的需求。

（二）九凤谷景区的消费特点

九凤谷通过不断对旅游景区项目开发及目标消费者心理预期的深入分析，适时在景区内开发推出针对性强、个性化突出、主题明确的景区活动及游乐项目，满足不同消费者多层次消费需求及预期。九凤谷景区消费呈现出消费频率高、重复消费强的特点，具体表现在：

1、游客之间相互带动

作为宜昌及周边地区以体验式旅游为主题的4A级景区，九凤谷凭借着体验式旅游景区的发展模式，覆盖全年龄段游客的产品设置，专业的管理和优势，形成了优质的品牌优势，在游客群体及旅行社群体中形成了良好的市场口碑，达到了“以团客带动散客”、“以散客带动团客”、“以游玩过的带动未游玩过的”宣传效果，提升了景区的消费频率，景区消费呈现出重复消费强的特点。

2、景区形成了独特的“四季花海”观赏体验

九凤谷景区在山下建立植物花海观光休闲区，主要大面积种植紫荆、紫薇、紫藤、规划、茶花、梅花等各种开花植物，因景区内种植的花卉开花季节各有不同，因此整个景区，有“四季花海”的美誉。九凤谷景区凭借着优良的花海观光休闲区，形成了“春季观紫荆、夏季赏紫藤、秋季赏紫薇、冬季看梅花”的特色产品路线，每个季节均拥有不同的观赏体验，极大地提升了游客的游玩次数，提升了景区的消费频率，景区消费呈现出重复消费强的特点。



同时，九凤谷同周边景区进行了产品线路的合作开发，形成了夏季漂流、秋季采摘、冬季滑雪的特色产品路线，提升了游客的到访次数，提升了景区的消费频率。

3、景区适时推出具有地方民俗特色，时尚新颖的旅游项目

为满足游客独特性的、参与性的、体验性的游玩需求，让游客体验不同的风土人情，适应旅游市场新的消费特点，九凤谷根据不同季节、不同假日适时推出不同的具有地方民俗特色或时尚新颖的游玩项目，诸如三月份结合紫荆花开推出“女神节活动”；五月份结合节日气氛推出“进园送艾草”活动，让游客体验中华传统文化浓厚的风俗气息；年底举办“年猪宴”，让游客体验当地美食；同时，结合景区特色及体验式旅游的主题，景区不断推陈出新，设置如“宠物秀”、“小猪快跑”等时尚新颖的游玩项目，提升了游客的观赏体验及到访次数，提升了景区的消费频率。



因此，旅游市场呈现的新的消费特点与九凤谷景区的消费特点均说明九凤谷盈利保持稳定并合理增长具备合理性。

综上所述，九凤谷盈利保持稳定并合理增长具备合理性。

四、独立财务顾问意见

经核查，独立财务顾问认为，结合九凤谷后续整体规划、客源市场、消费特点等优势或因素，标的资产盈利保持稳定并合理增长具备合理性。

（本页无正文，为《中天国富证券有限公司关于湖北宜昌交运集团股份有限公司之中国证券监督管理委员会上市公司并购重组审核委员会2019年第29次会议审核意见回复之核查意见》签章页）

财务顾问主办人：

钱 亮

邓谋群

法定代表人：_____

余维佳

中天国富证券有限公司

2019年7月11日