

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

## Fosun Tourism Group 复星旅游文化集团

(根據開曼群島法律註冊成立的有限公司)

(股份代號：1992)

### 中期業績公告(未經審核) 截至2022年6月30日止六個月

#### 財務摘要

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收入	6,416,543	2,781,466
度假村及旅遊目的地運營	5,158,385	1,881,790
旅遊相關物業銷售及建造服務	273,106	658,935
旅遊休閒服務及解決方案	985,052	240,741
毛利	1,893,146	595,173
經營利潤／(虧損)	286,574	(1,380,107)
所得稅稅前虧損	(197,877)	(1,865,301)
期內虧損	(208,444)	(2,065,032)
歸屬於本公司股東之虧損	<u>(196,644)</u>	<u>(2,004,796)</u>
經調整EBITDA	1,195,064	(564,971)
經調整淨虧損	<u>(193,767)</u>	<u>(2,054,268)</u>
每股虧損 — 基本(以人民幣計)	(0.16)	(1.62)
每股虧損 — 稀釋(以人民幣計)	(0.16)	(1.62)
每股中期股息(以港元計)	無	無

## 業務回顧

據弗若斯特沙利文報告，按2019年收入計，本集團是聚焦休閒度假旅遊的全球領先的綜合性旅遊集團之一，以及全球最大的休閒旅遊度假村集團。我們的願景是「讓全球家庭更快樂」。我們主張「快樂每一天」(Everyday is FOLIDAY)的生活方式，將旅遊及休閒的概念融入日常生活當中，並通過我們的FOLIDAY全球生態系統為客戶提供量身定製的一站式解決方案。

2022年上半年，雖然新冠肺炎(COVID-19)（「疫情」）的奧密克戎變異株於全球蔓延，而隨著主要客源國與疫情相關旅行限制的放鬆，本集團於歐非中東和美洲地區業務錄得強勁增長，報告期內，本集團延續了2021年下半年強勁復甦態勢，持續實現高增長。我們的度假村及旅遊目的地運營以及旅遊休閒服務及解決方案（統稱為「旅遊運營」）的營業額<sup>1</sup>（按一致匯率計）由截至2021年6月30日止六個月期間的人民幣2,376.3百萬元增長截至2022年6月30日止六個月期間的人民幣7,081.5百萬元，同比增長198.0%。我們的收入由截至2021年6月30日止六個月期間的人民幣2,781.5百萬元增長至截至2022年6月30日止六個月期間的人民幣6,416.5百萬元。毛利由2021年6月30日止六個月期間的人民幣595.2百萬元增長至截至2022年6月30日止六個月期間的人民幣1,893.1百萬元。經調整EBITDA由截至2021年6月30日止六個月期間的人民幣負565.0百萬元增長至截至2022年6月30日止六個月期間的人民幣1,195.1百萬元。截至2022年6月30日止六個月期間之歸屬於股東之虧損為人民幣196.6百萬元，而2021年6月30日止六個月期間歸屬於股東之虧損為人民幣2,004.8百萬元。

---

<sup>1</sup> 營業額指我們的度假村服務、旅遊目的地運營及其他旅遊相關服務及解決方案的銷售額總計，不論度假村是自有、租賃或管理的。

## 度假村及酒店

### Club Med

Club Med總部設於法國，始創於1950年，是全球知名的以家庭為中心的一價全包休閒度假服務提供商。截至2022年6月30日，我們在全球六大洲超過40多個國家和地區開展銷售和營銷業務，並運營66家度假村<sup>1</sup>，其中，我們於歐非中東設有34家度假村(包括一艘遊輪)，於美洲設有13家度假村，於亞太地區設有19家度假村(包括在中國的10家度假村)。在業務模式方面，12家度假村為自有模式，40家度假村為租賃模式，14家度假村為管理合約模式。2022年上半年，Club Med全球銷售網絡的直銷比例達71.3%。

2022年上半年，儘管Club Med業務於一月及二月受到奧密克戎疫情的影響，該業務仍於2021年下半年強勁反彈以來，在歐非中東及美洲地區持續並加速復甦。然而，由於亞太地區國家仍實施旅行限制且在中國再度爆發新冠肺炎，我們於亞太地區的業務仍受到重大影響。

2022年上半年，Club Med錄得營業額人民幣5,743.1百萬元，與2021年同期相比增長336.0%，恢復至2019年同期的90.2%。各地區的復甦情況並不均衡。相較2019年上半年，Club Med於美洲及歐非中東的營業額分別增加22.2%及減少1.4%，而於亞太地區減少73.3%(由於大多數國家關閉邊境至六月初)。由於中國疫情反復，中國Club Med度假村之營業額於2022年上半年錄得人民幣122百萬元，較2021年同期減少44%及恢復至2019年同期的61%。容納能力與2021年同期相比增長122.3%，恢復至2019年同期的87.4%。其中歐非中東、美洲及亞太地區度假村的容納能力分別較2021年同期增長411.4%、90.6%及22.7%，並分別恢復至2019年同期的81.2%、107.2%及77.1%。於2022年7月，Club Med全球有53個度假村在運營。2022年上半年，全球床位平均入住率達約59.1%，與2021年同期相比增長16.5個百分點，與2019年同期相比差距6.0個百分點；而平均每日床位價格為人民幣1,517.4元，按一致匯率計，與2021年及2019年同期相比增長約40.2%及19.3%。與截至2021年6月30日止6個月的經調整EBITDA負人民幣991.6百萬元相比，截至2022年6月30日止6個月度假村營運的經調整EBITDA增至人民幣1,165.3百萬元。

---

<sup>1</sup> 2022年上半年，我們於一月開設了長白山度假村，於五月開設了Marbella度假村，及於六月開設了千島湖度假村。

2022年上半年，三個地區呈現不均衡的復甦態勢，導致各地區盈利水平各異。經營利潤方面，我們於歐非中東及美洲的業務較2021年同期明顯好轉，甚至超過2019年上半年，而亞太地區仍遠低於疫前水平。

	截至6月30日六個月期間		
	2022年 <sup>1</sup>	2021年 <sup>1</sup>	2019年 <sup>1</sup>
按客戶預訂區域劃分的營業額 (人民幣百萬元)			
歐非中東	3,872.8	558.3	3,926.9
其中，法國	2,308.9	319.8	2,349.0
美洲	1,559.1	529.5	1,276.0
亞太地區	311.2	229.5	1,164.4
其中，中國大陸	92.2	186.0	385.7
總計	<u>5,743.1</u>	<u>1,317.3</u>	<u>6,367.3</u>

下表載列相關期間分別按度假村類型及所在地劃分的度假容納能力：

度假村的類型	截至6月30日六個月期間		
	2022年 以千計	2021年 以千計	2019年 以千計
容納能力			
山地	1,450	227	1,509
陽光	3,635	1,790	4,422
Club Med Joyview	353	428	288
總計	<u>5,438</u>	<u>2,445</u>	<u>6,219</u>
四星級及五星級度假村所佔百分比 <sup>2</sup>	<u>95.2%</u>	<u>97.1%</u>	<u>85.7%</u>
按度假村所在地劃分的度假村容納能力			
歐非中東	2,332	455	2,871
美洲	1,866	979	1,740
亞太	1,240	1,011	1,608
總計	<u>5,438</u>	<u>2,445</u>	<u>6,219</u>

<sup>1</sup> 按一致匯率計

<sup>2</sup> 四星級及五星級度假村所佔百分比乃根據度假村床位容納能力計算。

下表分別載列相關期間按地區及按國家劃分的客戶數量：

	截至6月30日止六個月期間		
	2022年	2021年	2019年
按客戶預訂區域劃分的客戶數目(千人)			
歐非中東	290	49	348
其中，法國	183	32	217
美洲	199	90	178
亞太地區	107	125	223
其中，中國大陸	48	115	125
總計	<u>597</u>	<u>264</u>	<u>750</u>

下表載列有關我們度假村業務分別於2022年、2021年及2019年1月至6月期間的若干關鍵資料：

	截至6月30日止六個月期間		
	2022年	2021年	2019年
營業額(人民幣百萬元)	5,743.1	1,317.3	6,367.3
度假村的容納能力(以千計)	5,438	2,445	6,219
平均床位入住率	59.1%	42.6%	65.1%
平均每日床位價格(人民幣元)	1,517.4	1,082.3	1,272.0
每張床位的收入(人民幣元)	902.1	487.2	827.8

2022年上半年，美洲地區業務復甦非常強勁，營業額較2021年同期增長194.4%，較2019年同期增長22.2%。於北美，除美國、加拿大及墨西哥的市場需求復甦外，分別於2021年及2019年新開的Quebec Charlevoix及多米尼加共和國米切斯度假村亦致容納能力提升而帶動增長。於2022年上半年，該等度假村的平均床位入住率分別為45.6%及72.7%。於南美，我們抓住了巴西國內市場強勁復甦的機遇。2022年上半年，巴西成為按營業額劃分的第三大銷售市場，較2019年同期排名上升3位。

我們於歐非中東的山地度假村，於2021年冬季因疫情而失去滑雪季後，2022年上半年的營業額達人民幣1,692.3百萬元，恢復至2019年同期水平的92.4%。與2021年及2019年的14個及17個相比，15個山地度假村於2022年滑雪季節開放。2022年上半年，我們繼續於銷售營銷、運營及房地產方面節約固定成本，包括重新協商疫情相關租金方面節約租金人民幣98.1百萬元。

於2022年6月，我們將希臘度假村Gregolimano出售予法國REITS Primonial REIM並將其租回。此項業務帶來現金淨流入人民幣463.7百萬元及處置收益人民幣86.2百萬元。擴建及翻新工程計劃自2022年開始，旨在升級度假村設施及提升容納能力，從而提高客戶滿意度及度假村的定價能力。於2022年上半年開始，自由現金流為人民幣927.6百萬元，較2021年同期增長322.0%，較2019年同期增長172.9%，受益於夏季住宿的季節性收款及Gregolimano售後回租交易所收到的現金。

我們進一步專注於及提升「四大支柱策略」以發展我們的度假村業務：

升級 — 即使在疫情期間，我們亦未放緩升級度假村產品組合的步伐。2022年上半年，我們新開了如位於中國東北的長白山度假村、西班牙的Marbella度假村及中國華東的千島湖度假村。我們售後回租位於希臘的Gregolimano度假村，並計劃開展翻新及擴建工程，以升級設施並提高客戶滿意度。我們亦開始建設泰國普吉度假村的裝修工程。我們於報告期間亦關閉一家不再符合我們升級策略的度假村，即土耳其的Kemer度假村。截至2022年6月30日，四星級及五星級度假村的容納能力佔我們度假村總容納能力的95.2%，較2019年增加9.5個百分點。此符合我們在2022年實現四星級及五星級度假村的容納能力佔總容納能力的95.0%的目標。

全球本土化 — 平衡市場與目的地，實現可持續增長並分散區域運營風險，同時，進一步開拓短途市場，以支持我們的業務於不明朗的全球衛生環境中的應變能力。於2022年上半年，法國仍然是全球第一大市場，其貢獻人民幣2,308.9百萬元的營業額，達全球營業額的40.2%，與2019年相比僅相差1.7個百分點。此增長乃由於滑雪度假村重新開放以及長途旅行需求強勁反彈。於2022年上半年，美國仍為第二大市場，而巴西憑藉強勁的國內預訂量，成為第三大市場，而其於2019年同期排名第6位。於2022年上半年，前三大市場佔全球營業額的58.8%。

我們亦於歐非中東山地度假村錄得遠高於行業的入住率並於該地區提供我們獨特的產品，如將法國客戶送至Seychelles精選度假村、多米尼加共和國度假村及將比利時客戶送至多米尼加共和國度假村。

**快樂數字化和C2M戰略** — 於2022年上半年，Club Med銷售網絡的直銷比例達71.3%，較2021年同期增加2.7個百分點。27.0%的個人客戶選擇線上預訂的方式，較2020年增加五個百分點。於2022年上半年，我們不斷升級網站，以便為客戶提供更多的功能及服務，如為數個家庭預訂、保留和稍後重新報價的能力、預訂服務(包括SPA、短途旅行等)。我們的目標旨在提供更多線上自助預定服務，提升客戶預訂體驗及增加更多服務組合。我們已於亞太市場部署由雲技術賦能服務的聯絡中心，為我們的銷售代理提供無縫全渠道體驗，並為家庭代理提供一個易於啟動的解決方案。我們亦已通過WhatsApp<sup>1</sup>創建額外的聯繫點，以管理我們於巴西和比利時的潛在顧客及客戶。作為以家庭客戶為目標的「非凡家庭」計劃的延續，於2022年上半年，我們在全球逾34家度假村部署2.0版本的Mini Club，融入休閒活動和積極教育的教學方法，強調創造力、勇氣、自信、合作、關係和歡樂。超過200名G.O接受了此項新產品的培訓。

**快樂關懷** — 此乃圍繞我們企業社會責任方法的新戰略支柱。我們努力確保我們所有的度假村均獲得Green Globe認證<sup>2</sup>及新度假村或翻新度假村的BREEAM認證<sup>3</sup>或其他可持續樓宇評估，以尊重環境。我們旨在通過部署「再見塑料」項目終止一次性塑料，並繼續於Green Farmer(綠色農民)計劃框架內與我們的過往合作夥伴Agrisud一道部署農業生態。於2022年上半年，我們的全球客戶滿意度指數達到90.9，在疫情後呈現出穩定態勢。

於應對業務反彈的同時，我們亦重新調整投資，以確保現有度假村未來開業及維護和翻新等重點項目。截至2022年6月30日止6個月，我們度假村營運的資本開支約為人民幣253.4百萬元，較2021年同期增長約132.2%，恢復至2019年同期的82.0%。截至2022年6月30日，流動性<sup>4</sup>為人民幣2,130.6百萬元。

---

<sup>1</sup> WhatsApp：一款國際通用的通訊應用程序

<sup>2</sup> 綠色地球(Green Globe)認證的指標涵蓋可持續旅遊業的整個企業社會責任過程，以證實企業對可持續旅遊的積極承諾，並確保其在環境、社會問題上達到高水平的良好實踐。

<sup>3</sup> 其為世界領先的總體規劃項目、基礎設施及樓宇可持續性評估方法。其認可並反映整個樓宇環境生命週期(從新建至使用及翻新)中高性能資產的價值。

<sup>4</sup> 流動性指現金、現金等價物、未動用透支及信貸額度。

即使在中國等若干市場，疫情形勢仍不明朗，但我們的歐非中東和美洲業務強勁復甦。2022年7月與2021年7月相比，我們的營業額大幅增長40.9%，較2019年增加12.3%。其中，與2021年7月相比，歐非中東及美洲的營業額分別增長38.1%及55.3%，與2019年相比增加18.1%及53.8%。與2021年7月相比，亞太地區的營業額增加35.9%，但與2019年相比僅恢復至63.1%。於中國，儘管我們若干採購區域存在大量區域性COVID-19病例及限制，惟於2022年7月，Club Med中國度假村之營業額達人民幣108.6百萬元，較2021年同期增加38.9%並較2019年增加78.1%。2022年7月，全球度假村的平均床位入住率達67.1%，全球容納能力較2021年同期增加35.1%，其中歐非中東、美洲、亞太容納能力分別增加22.9%、29.0%及80.0%。全球容納能力較2019年同期恢復至98.8%，其中歐非中東、美洲、亞太容納能力分別恢復至91.4%、107.8%及107.2%。於2022年7月，我們於全球有55家度假村在運營。

我們的預訂勢頭良好。2022年8月6日錄得截至2022年12月31日止六個月的累計預訂量按一致匯率計以營業額表示，較2021年8月6日錄得2021年下半年的營業額增加約38.5%，較2019年8月6日錄得2019年下半年(疫情前)的營業額增加約14.0%。我們亦可預見下一個滑雪季節和2023年春季的需求將繼續增長。截至2023年6月30日止六個月Club Med的累計預訂量(以營業額表示)按一致匯率計，較2021年8月6日錄得2022年上半年的累計預訂量增加約22.0%，較2018年8月6日錄得2019年上半年(疫情前)的累計預訂量增加約24.0%。

於2022年下半年，我們計劃再開設4家新度假村，於2022年總計達至7家新度假村。於2022年年初至2024年年底，我們已簽約且計劃新開的度假村達17家(其中7家度假村位於中國)。

至2024年，連同新開設和翻新的度假村，部分由老舊度假村的關閉所抵銷，我們預計年容納能力將較2019年將增加約18%。

### **CASA COOK及COOK'S CLUB生活方式酒店系列**

我們繼續向新市場發展Casa Cook和Cook's Club系列品牌，以輕資產模式進一步在全球擴大我們的生活方式酒店板塊。截至2022年6月30日，我們已在歐非中東開業15家酒店，亦在中國開業1家酒店，於2022年上半年在歐洲主要旅遊目的地新開業四家酒店。

2022年上半年，Casa Cook及Cook's Club系列酒店於全球錄得營業額為人民幣18.8百萬元，較2021年同期增加113.6%。其中，歐非中東地區得益於歐洲休閒旅遊需求的強勁反彈，其營業額較2021年同期增長135.9%；中國地區由於技術服務協議(TSA)業務周期的規劃，其營業額較2021年同期減少33.0%。

於2022年6月，Casa Cook Samos，一家在希臘新開業擁有128間客房且僅限成人入住的度假村，擊敗來自9個歐洲國家的15個酒店項目的競爭，獲得由PKF Hospitality主辦的2022年酒店設計獎。

編號	酒店名稱	房間數	位置	開業年月
1	Casa Cook Rhodes <sup>1</sup>	111	希臘	2020年7月
2	Casa Cook El Gouna	100	埃及	2020年5月
3	Cook's Club Sunny Beach <sup>1</sup>	428	保加利亞	2020年7月
4	Cook's Club City Beach Rhodes <sup>1</sup>	18	希臘	2020年7月
5	Cook's Club Tigaki Kos <sup>1</sup>	63	希臘	2020年8月
6	Cook's Club Palma Beach <sup>1</sup>	318	西班牙	2020年7月
7	Cook's Club El Gouna	144	埃及	2020年8月
8	Cook's Club Alanya <sup>1</sup>	119	土耳其	2020年6月
9	Cook's Club Hersonissos Crete <sup>1</sup>	140	希臘	2021年6月
10	Cook's Club Adakoy <sup>1</sup>	151	土耳其	2021年5月
11	Casa Cook North Coast	38	埃及	2021年6月
12	桂林酷客部落	72	中國	2021年12月
13	Cook's Club Ialysos, Rhodes	83	希臘	2022年5月
14	Casa Cook Samos	128	希臘	2022年5月
15	Cook's Club Corfu	195	希臘	2022年6月
16	Casa Cook Mykonos	26	希臘	2022年6月

2022年上半年，Casa Cook和Cook's Club品牌於歐非中東、中國16家已開業酒店<sup>2</sup>錄得平均入住率達約73.0%，及客房平均每日房價約為人民幣923.4元。

我們計劃在全球範圍內進一步拓展Casa Cook、Cook's Club和其他衍生品牌(如有)，至2023年底佈局不少於30家酒店(含已開)。

<sup>1</sup> Casa Cook Rhodes、Cook's Club Sunny Beach、Cook's Club City Beach Rhodes、Cook's Club Tigaki Kos、Cook's Club Palma Beach、Cook's Club Alanya、Cook's Club Hersonissos Crete及Cook's Club Adakoy於Thomas Cook Group plc.破產前開業運營，且於本集團收購酒店品牌後透過與本集團簽訂的特許經營協議重新加入酒店列表。

<sup>2</sup> 2022年上半年，16家已開業酒店平均運營天數為80天。

## 旅遊目的地

### 三亞亞特蘭蒂斯<sup>1</sup>

我們的旅遊目的地三亞亞特蘭蒂斯位於中國海南省三亞海棠灣國家海岸。三亞亞特蘭蒂斯度假區(「**度假區**」)包括1,314間全海景房客房、中國最大的天然海水水族館之一、總面積約200,000平方米的水世界、高品質的餐飲服務、超過5,000平方米的可用於MICE<sup>2</sup>和購物中心等其他娛樂活動的空間。本集團於2014年開始建造三亞亞特蘭蒂斯。三亞亞特蘭蒂斯於2018年4月正式開業。

2022年上半年，受中國再次爆發新冠疫情的負面影響，其運營業務的營業額由2021年上半年的人民幣835.2百萬元減少至截至2022年上半年的人民幣486.9百萬元，較2021年上半年減少41.7%，其中客房收入較2021年同期減少42.4%，其他經營收入較2021年同期減少40.8%。客房平均每日房價持平，平均入住率為46.0%，降低33.9個百分點。

2022年上半年，以2月底為分界，受國內疫情影響，其業務表現呈現分化。於中國大陸地區疫情基本受控的截至2022年2月28日止兩個月期間，得益於其出色的產品競爭力和休閒度假需求釋放，三亞亞特蘭蒂斯運營保持活躍的增長勢頭，三亞亞特蘭蒂斯營業額錄得人民幣362.1百萬元，同比增長約44.3%。而截至2022年6月30日止四個月期間(「**2022年3月至6月**」)受多個客源地城市疫情再次爆發影響，其錄得營業額人民幣124.8百萬元，同比下降約78.6%。2022年上半年，到訪客戶較2021年同期的2.6百萬人次減少至1.5百萬人次。2022年上半年的經調整EBITDA減少至人民幣206.8百萬元，相比2021年同期的人民幣410.9百萬元減少49.7%。

---

<sup>1</sup> 三亞亞特蘭蒂斯由本集團所有並由Kerzner管理，棠岸項目除外。

<sup>2</sup> 會議，獎勵旅遊，大型企業會議及活動展覽。

下表載列三亞亞特蘭蒂斯的若干主要運營數據：

	截至2月28日止兩個月		截至6月30日止四個月		截至6月30日止六個月	
	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年
營業額(人民幣千元)	<b>362,111</b>	250,973	<b>124,752</b>	584,178	<b>486,863</b>	835,151
客房收入(人民幣千元)	<b>202,100</b>	137,496	<b>69,073</b>	333,529	<b>271,173</b>	471,026
其他經營收入(人民幣千元) <sup>1</sup>	<b>160,011</b>	113,476	<b>55,679</b>	250,649	<b>215,690</b>	364,125
按客房計入住率	<b>89.1%</b>	67.4%	<b>25.2%</b>	86.0%	<b>46.0%</b>	79.9%
客房平均每日房價(人民幣元)	<b>2,925.7</b>	2,632.1	<b>1,712.6</b>	2,420.1	<b>2,478.5</b>	2,478.4
每間可售房收入(人民幣元)	<b>2,606.9</b>	1,773.6	<b>430.9</b>	2,080.6	<b>1,140.1</b>	1,980.2

三亞亞特蘭蒂斯作為一站式娛樂休閒及綜合旅遊度假目的地為賓客呈現了一系列全新體驗項目。1月，三亞·亞特蘭蒂斯首次跨界攜手法國高級時裝屋LANVIN，打造限時精品店與限時咖啡廳 — LANVIN Café。5月，其踐行其於海龜保護方面的承諾，舉行「感恩海洋，回『龜』自然」的救助放歸活動。7月起，三亞·亞特蘭蒂斯全面升級暑期標誌性項目 — 水世界夜場嘉年華，推出「2022亞特蘭蒂斯超級暑假」活動。超級暑假將持續整個7-8月，並涵蓋5大主題活動，以水世界夜場嘉年華為核心，同時帶來升級版C秀、美人魚潛水體驗、親子藝術節及亞特蘭蒂斯夏令營等項目。社交媒體方面，截至2022年6月30日，抖音「三亞亞特蘭蒂斯」位居三亞市豪華酒店種草榜第一名。

2022年7月，雖然中國大陸地區疫情仍在蔓延，隨著暑期親子度假需求的爆發式反彈，三亞亞特蘭蒂斯錄得營業額約為人民幣215.1百萬元，較其開業以來最高單月營業額的2021年7月僅差距7.6%。房間入住率達92.2%，客房平均每日房價達3,331.0元，較2021年同期減少約2.8%。

截至2022年6月30日，棠岸物業僅剩少量尾盤，我們仍有2間別墅可供銷售或交付。

<sup>1</sup> 主要包括(i)水族館及水世界的收入及(ii)所供應的餐飲及其他服務的收入。

## 復遊城<sup>1</sup>

我們於2019年11月發佈了「復遊城」品牌。「復遊城」是旅遊目的地業務重要的自有品牌。作為消費升級的新一代休閒度假產品，復遊城的理念是借勢全球化FOLIDAY生態圈，以及Club Med及三亞亞特蘭蒂斯的成功運營經驗，將眾多全球休閒度假的領導品牌相連，引領全新的度假生活方式。

---

<sup>1</sup> 復遊城旨在連同FOLIDAY生態圈的國際品牌、智能運營及各種創新解決方案的綜合設定，為全球家庭提供FOLIDAY生活體驗。

## 麗江復遊城

麗江復遊城位於中國西南地區雲南省麗江市白沙鎮，佔地面積約695,000平方米，定位為針對中高端客戶的國際旅遊目的地，並計劃結合旅遊和休閒綜合功能，包含Club Med麗江度假村、主題商業街、主題公園和湖區營地等內容（「**運營部分**」），以及約3,000套度假屋。麗江復遊城的總建築面積約283,000平方米，項目發展成本（主要為收購土地使用權的成本及建築成本）預期為約人民幣40億元。Club Med麗江度假村建築面積56,785平米，包括302套度假客房，床位數為770張。項目計劃亦包括可售度假屋，總建築面積超過208,000平方米，其中部分已經取得監管當局的批准建設和預售。可售度假屋將被設計為低密度獨院和低層合院，產品定位為「雪山腳下的度假屋」。

我們已於2020年開始可售度假屋的工程建設。該項目於2021年年底開始分階段完工，預期運營部分將於2023年年底竣工。2021年下半年，Club Med麗江度假村、麗江復遊城愛必農度假公寓、湖區營地均投入運營。其中，麗江復遊城愛必農度假公寓於2022年1月正式營業，產品定位為酒店式度假公寓。

2022年上半年，麗江復遊城運營業務的營業額達人民幣17.8百萬元，其中1-2月錄得營業額達人民幣7.0百萬元，到訪人次約0.8萬人；3-6月受國內新冠疫情影響，航班停運且主要客源地市場暫停出行，復遊城以湖區營地吸引各類商業活動，錄得營業額達人民幣10.8百萬元，到訪人次約3.8萬人。2022年上半年，Club Med麗江度假村錄得營業額人民幣14.3百萬元。平均每日床位價格為人民幣1,075元，床位平均入住率為14.0%。

截至2022年6月30日，麗江復遊城產生的總成本約為人民幣1,657.6百萬元。已獲批項目開發貸款額人民幣1,300.0百萬元，其中已經使用人民幣656.0百萬元。截至2022年6月30日，麗江復遊城已獲得約28,500平方米建築面積的銷售許可證，可售套數482套。截至2022年6月30日，已開發待售出的貨值為人民幣583.9百萬元，已售出待結轉貨值人民幣18.1百萬元。

截至2022年6月30日，麗江復遊城已售、已交付情況如下：

期間	已售套數 (套)	銷售貨值 (人民幣百萬元)	已交付套數 (套)	已交付面積 (平方米)	已確認收入 (人民幣百萬元)
2022年上半年	6	10.5	1	49.2	0.9
預售起至2022年6月30日	68	93.3	43	2,446.1	51.9

2022年7月，隨着主要客源地疫情好轉，暑期旺季的來臨，麗江復遊城錄得營業額人民幣22.5百萬元，到訪人次為2.2萬人。2022年7月，麗江復遊城已售套數3套，銷售貨值為人民幣7.7百萬元。Club Med麗江度假村錄得營業額人民幣20.4百萬元，平均每日床位價格為人民幣1,241元，床位平均入住率達89.1%。

## 太倉復遊城

太倉復遊城位於中國華東地區江蘇省太倉市，佔地面積約483,000平方米，項目緊鄰上海，位於太倉南站周邊。由上海虹橋綜合交通樞紐乘坐高鐵到太倉復遊城用時不到30分鐘。

太倉復遊城以「阿爾卑斯」為主題，計劃提供各種主題體驗和特色旅遊，包括但不限於華東地區規模級室內滑雪場、運動公園、Club Med Joyview太倉度假村、主題商業街和可售度假物業單位。太倉復遊城的總建築面積約1,286,000平方米，項目開發成本（主要為收購土地使用權的成本及建築成本）預期為約人民幣132億元。項目計劃包括可售度假物業單位，總建築面積超過554,000平方米。可售物業單位主要被設計為面向中高端客戶的高層住宅。

我們的室內滑雪場「阿爾卑斯雪世界」由Compagnie des Alps (「CDA」) (法國世界領先滑雪度假村運營商之一) 設計，以提供符合國際標準的設施及服務，建設已經於2021年1月開始全面動工，建築面積約90,000平方米，內設置五條滑雪道，總長度約為500米。室內滑雪場採用來自法國的、擁有歐盟最新技術標準的製冷系統WYSS造雪機，結合七條運輸「魔毯」以及超過20個娛樂運動項目，營造接近真雪的客戶體驗。在滑雪練習與培訓方面，將有一所全年齡段滑雪學校，由與Club Med長期合作的Ecole du Ski Francais (「ESF」) 提供來自歐洲體系的專業級滑雪教學。2022年1月，室內滑雪場完成主體結構封頂，並於2022年6月完成了造雪降雪設備的安裝。

主題商業街「阿爾卑斯時光境」和Club Med Joyview太倉度假村於2021年6月進入全面施工階段。「阿爾卑斯時光境」由全球知名建築設計公司GENSLER設計打造，將阿爾卑斯傳統與特色元素融入主題文化活動，滿足顧客多元化體驗的需求。「阿爾卑斯時光境」建築面積約67,600平方米，並於2022年7月完成主體結構封頂。Club Med Joyview太倉度假村建築面積約50,000平方米，房間數為308間，床位數為770張，打造以冰雪運動為主題的特色度假村，滿足家庭親子、MICE等需求。Club Med Joyview太倉度假村裙樓於2022年3月完成結構封頂，主樓預計於2022年9月底完成主體結構封頂。

太倉復遊城建築工程於2021年開始分階段完工，其中，阿爾卑斯雪世界、Club Med Joyview太倉度假村、阿爾卑斯時光境將於2023年下半年開業，剩餘部分將於隨後兩至三年全面完工。

截至2022年6月30日，太倉復遊城累計產生的總成本約為人民幣4,920.9百萬元，主要為土地收購和建築成本等。已獲批項目開發貸款額人民幣3,300.0百萬元，其中已經使用人民幣584.9百萬元。截至2022年6月30日，太倉復遊城已獲得約162,000平方米建築面積的銷(預)售許可並全部用於銷(預)售，可售套數1,424套。截至2022年6月30日，已開發待售出的貨值為人民幣1,346.8百萬元，已售出待結轉貨值人民幣875.1百萬元。

截至2022年6月30日，太倉復遊城已售(含預售)、已交付情況如下：

期間	已售(含預售)		已交付套數 (套)	已交付面積 (平方米)	已確認收入 (人民幣百萬元)
	套數 (套)	貨值 (人民幣百萬元)			
2022年上半年	31	80.9	80	9,714.8	213.3
預售起至2022年6月30日	980	2,566.2	640	71,973.4	1,546.0

2022年7月，太倉復遊城已售套數18套，銷售貨值為人民幣48.5百萬元。

此外，我們正在探索與其他公司關於旅遊目的地發展及運營模式的戰略合作機會。

## 愛必儂

2016年，我們創立的愛必儂品牌，聚焦「中國景區度假化轉型升級」和「核心一二線城市周邊遊」，旨在成為國內領先的一站式景區度假化升級專業運營商。

2022年上半年，愛必儂業務已覆蓋中國浙江、海南、重慶、雲南等地，管理及運營三個旅遊目的地<sup>1</sup>和，三個度假住宿項目<sup>2</sup>以及一個AHAVA SPA。2022年上半年，愛必儂錄得營業額為人民幣約37.4百萬元，較2021年同期下降18.0%。

於2022年上半年，愛必儂打造出景區度假化非標住宿項目「松樂灣」、戶外無動力親子園品牌「角樂士」、具有屬地特色國際化營地「納達探索營地」等產品線。其中，常熟尚湖角樂士樂園於2022年9月開園運營，其位於江蘇常熟虞山尚湖風景區內，為核心一二線城市周邊的中產親子家庭市場打造短途休閒遊樂旅遊目的地。

<sup>1</sup> 旅遊目的地包括楠溪江景區、東陽盧宅景區、六盤水玉舍國家森林公園

<sup>2</sup> 住宿項目包括三亞愛必儂棠岸度假公寓、麗江復遊城愛必儂度假公寓、重慶金佛山愛必儂度假村

## 基於不同度假場景的服務及解決方案

### 娛樂和其他旅遊及文化相關服務

我們以泛秀演藝進行旅遊目的地、度假村及酒店等場景的演藝產品打造，以滿足客戶更豐富快樂的度假體驗及多樣化生活方式需求。泛秀演藝已於2019年2月於三亞亞特蘭蒂斯度假區推出駐場表演C秀。2021年聖誕節起，三亞·亞特蘭蒂斯駐場表演C秀全新改版，首創國內沉浸式海洋奇幻雜技劇，表演於2022年春節期間收獲了較好的反響，觀看人次同比增加137%。2022年上半年，泛秀演藝營業額達人民幣14.4百萬元，其中1-2月錄得營業額為11.1百萬元，較2021年同期增長43.1%；而3月至6月期間受國內疫情嚴重影響。為進一步豐富旅遊文化產品的供給，針對國內廣大的親子客群，我們於2022年7月推出首個專為兒童打造，基於旅遊目的地的親子藝術節，豐富了在三亞亞特蘭蒂斯的親子體驗。

我們的國際玩學俱樂部迷你營通過與FOLIDAY生態系統協同，打造遊學課程，2022年上半年業務雖受疫情影響，但營業額達人民幣5.4百萬元，較2021年同期基本持平，主要由於室內迷你營業務因疫情導致客流下降，被戶外迷你營的有機增長帶動營業額的增加而抵銷。2022年1-2月，迷你營學員人次超過6,200人，較2021年同期增長79%。我們的室內模擬滑雪品牌復遊雪於2022年上半年學員人次超過5,200人，較2021年同期呈倍數級增長。

### 托邁酷客中國和Thomas Cook英國

於2019年11月，我們於Thomas Cook清盤時，收購了擁有百年旅遊品牌Thomas Cook品牌及其在大部分國際市場的許可的權利、所有權及權益。

### Thomas Cook中國

2020年7月，我們發佈了「托邁酷客生活方式平台」(TC中國)，一個聚焦品質度假休閒的生活方式平台。2022年上半年，該應用平均月度活躍用戶數為77.4萬，付費用戶數達4.9

萬。目前平台正處於高速成長階段。2022年上半年，TC中國營業額錄得約人民幣159.2百萬元，較2021年同期下降1.4%，其中1-2月錄得營業額達人民幣100.9百萬元，同比增加150.5%；由於受國內疫情影響，於2022年3月至6月期間錄得營業額人民幣58.3百萬元，同比下降51.9%。2022年上半年的訂單量達18.1萬單，較2021年同期增長12.4%。

2022年上半年，TC中國結合本集團自營度假場景，發力海南、雲南兩大核心目的地，推出「酒店+」組合類產品，訂單量達到1.2萬單。2022年7月，TC中國錄得營業額人民幣63.8百萬元，較2021年7月增長14.9%。2022年7月18日，Thomas Cook迎來181周年慶典活動。活動期間（2022年6月20日至2022年8月6日），商品交易總額(GMV)達人民幣243百萬元，交易用戶數超3萬人次，總訂單數逾15萬單。

### **Thomas Cook英國**

2022年上半年以來，得益於英國的旅行限制開始解除，歐洲多地逐漸開放度假，Thomas Cook英國（TC英國）顯著增長，營業額增加570.3%至人民幣712.0百萬元。

隨著上述業務發展，該品牌進一步拓展至歐洲，在荷蘭啟動了業務，此後又新增了比利時及德國機場航線，以提供多樣化的度假。

充分利用歐洲取消大多數限制措施之際，Thomas Cook推出試營運線上電視、廣播和數字化的品牌活動，投放吸引眼球的廣告並重振標誌性的「Don't Just Book it, Thomas Cook it」口號。

2022年上半年，Thomas Cook訂單量超42,000單，較2021年同期增長740.0%。夏秋旅遊旺季期間，預訂量對TC英國成功獲得持續增長而言至關重要。

2022年7月，TC英國錄得營業額人民幣131.5百萬元，較2021年7月增長392.1%。

### **會員忠誠度計劃**

我們的忠誠度計劃包括全球Club Med尊享會員計劃，以及復遊會會員俱樂部。復遊會會員俱樂部集合了來自FOLIDAY生態系統下各個品牌的會員，包括三亞亞特蘭蒂斯的會員、Club Med中國大陸會員、Thomas Cook移動應用程序以及來自我們提供的各種活動和服務的其他會員。

## 管理層討論與分析

### 簡明合併損益表

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
收入	6,416,543	2,781,466
銷售成本	<u>(4,523,397)</u>	<u>(2,186,293)</u>
毛利	1,893,146	595,173
其他收入及收益／(開支)，淨額	70,274	(616,791)
銷售及營銷成本	(978,730)	(631,231)
一般及行政開支	(698,116)	(727,258)
財務費用	(483,944)	(483,475)
應佔利潤及虧損：		
聯營企業	<u>(507)</u>	<u>(1,719)</u>
除所得稅前虧損	(197,877)	(1,865,301)
所得稅費用	<u>(10,567)</u>	<u>(199,731)</u>
期內虧損	<u>(208,444)</u>	<u>(2,065,032)</u>
歸屬於：		
母公司股東	(196,644)	(2,004,796)
非控股權益	<u>(11,800)</u>	<u>(60,236)</u>
	<u>(208,444)</u>	<u>(2,065,032)</u>

## 收入(按業務功能及業務板塊劃分)

收入：我們的收入從截至2021年6月30日止六個月人民幣2,781.5百萬元增加130.7%至截至2022年6月30日止六個月人民幣6,416.5百萬元。由於主要客源市場及目的地的旅行限制取消，我們全球旅遊業務於2022年前六個月實現強勁復甦。然而，疫情反復對我們在中國的業務產生了重大負面影響。

	截至6月30日止六個月			
	2022年		2021年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
<b>度假村及旅遊目的地營運</b>	<b>5,190,728</b>	<b>80.9%</b>	1,911,283	68.7%
— 度假村及酒店	<b>4,653,003</b>	<b>72.5%</b>	1,024,796	36.8%
— 旅遊目的地	<b>537,725</b>	<b>8.4%</b>	886,487	31.9%
<b>旅遊相關物業銷售及建造服務</b>	<b>273,106</b>	<b>4.3%</b>	658,935	23.7%
— 度假村及酒店	<b>58,297</b>	<b>0.9%</b>	34,803	1.3%
— 旅遊目的地	<b>214,809</b>	<b>3.4%</b>	624,132	22.4%
<b>旅遊休閒服務及解決方案</b>	<b>998,744</b>	<b>15.6%</b>	249,259	9.0%
— 度假村及酒店	<b>858,082</b>	<b>13.4%</b>	163,677	5.9%
— 基於度假場景的服務及解決方案	<b>140,662</b>	<b>2.2%</b>	85,582	3.1%
<b>板塊間抵銷</b>	<b>(46,035)</b>	<b>(0.8%)</b>	(38,011)	(1.4%)
<b>從與客戶簽訂的合約取得的收入總額</b>	<b><u>6,416,543</u></b>	<b><u>100.0%</u></b>	<b><u>2,781,466</u></b>	<b><u>100.0%</u></b>

*度假村及旅遊目的地營運*：度假村及旅遊目的地營運收入從截至2021年6月30日止六個月人民幣1,911.3百萬元增加171.6%至截至2022年6月30日止六個月人民幣5,190.7百萬元。

度假村及酒店營運收入同比增加354.0%，得益於Club Med的度假村容納能力上升122.3%及入住率上升16.5個百分點，以及平均每日床位價格上升40.2%，是由於取消了主要客源地市場和目的地的旅行限制。

旅遊目的地營運收入主要包括三亞亞特蘭蒂斯、愛必儂及麗江Club Med的營業收入。受中國疫情反復的負面影響，三亞亞特蘭蒂斯的營業收入由截至2021年6月30日止六個月的人民幣835.2百萬元減少41.7%至截至2022年6月30日止六個月的人民幣486.9百萬元。具體而言，三亞亞特蘭蒂斯於2022年前兩個月營業收入錄得同比增長44.3%，而2022年3月至6月錄得同比下降78.6%。疫情反復亦對愛必儂及麗江Club Med的業務產生負面影響。愛必儂的營業收入同比減少18.0%至人民幣37.4百萬元。截至2022年6月30日止六個月，麗江Club Med錄得營業收入人民幣11.3百萬元。

**旅遊相關物業銷售及建造服務：**收入減少58.6%至人民幣273.1百萬元，乃由於我們交付了80套太倉復遊城和1套麗江復遊城。於2021年首六個月內，我們交付七個棠岸項目單元，其中大部分單元為別墅。麗江復遊城單元的交付受到主要客源地市場到麗江的旅行限制的重大影響。

**旅遊休閒服務及解決方案：**旅遊休閒服務及解決方案的收入同比增加300.7%，主要由於我們度假村的交通運輸業務的上升，以及旅遊服務、娛樂服務、青少年遊樂和學習等服務和解決方案的收入增長。

#### 銷售成本(按業務功能劃分)

	截至6月30日止六個月			
	2022年		2021年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
度假村及旅遊目的地營運	3,558,503	78.7%	1,775,830	81.2%
旅遊相關物業銷售及建造服務	182,818	4.0%	220,471	10.1%
旅遊休閒服務及解決方案	826,390	18.3%	222,292	10.2%
板塊間抵銷	(44,314)	(1.0%)	(32,300)	(1.5%)
<b>總計</b>	<b>4,523,397</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,186,293</b>	<b>100.0%</b>

## 毛利及毛利率(按業務功能劃分)

	截至6月30日止六個月			
	2022年		2021年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %
度假村及旅遊目的地營運	1,632,225	31.4%	135,453	7.1%
旅遊相關物業銷售及建造服務	90,288	33.1%	438,464	66.5%
旅遊休閒服務及解決方案	172,354	17.3%	26,967	10.8%
板塊間抵銷	(1,721)	不適用	(5,711)	不適用
<b>總計</b>	<b>1,893,146</b>	<b>29.5%</b>	<b>595,173</b>	<b>21.4%</b>

銷售成本、毛利及毛利率(按業務功能劃分)：銷售成本從截至2021年6月30日止六個月的人民幣2,186.3百萬元增加106.9%至截至2022年6月30日止六個月的人民幣4,523.4百萬元，其與我們的收入增長一致。

毛利同比增加218.1%而毛利率從21.4%增加至29.5%。度假村及旅遊目的地營運的毛利較去年同期大幅增加1,105.0%，及毛利率較去年同期從7.1%增加至31.4%。該增加主要是由於Club Med業務復甦，毛利及毛利率分別為人民幣1,546.3百萬元及27.8%，基本恢復至2019年的同期水平。由於2021年首六個月交付的度假單元大多數為擁有相對較高利潤率的別墅，旅遊相關物業銷售及建造服務的毛利下降79.4%，而毛利率從66.5%同比下降至33.1%。旅遊休閒服務及解決方案的毛利增長539.1%，毛利率同比由10.8%上升至17.3%。毛利率上升主要是由於旅遊服務業務的增加助推利潤率提升。

## 其他收入及收益／(開支)，淨額

我們於2022年首六個月產生淨收入人民幣70.3百萬元，而去年同期產生淨虧損人民幣616.8百萬元。2022年上半年的淨收入主要乃由於處置一個Club Med度假村獲得收益人民幣86.2百萬元，及有關疫情的Club Med的租金優惠人民幣46.3百萬元。

## 銷售及營銷成本

截至2022年6月30日止首六個月，銷售及營銷成本同比增加55.1%至人民幣978.7百萬元，乃主要由於(i)主要由度假村及旅遊目的地運營銷售以及物業銷售所產生的佣金同比增加174.8%至人民幣273.6百萬元(2021年上半年：人民幣99.6百萬元)，與旅遊運營銷售收入增加一致，及(ii)廣告及推廣成本因業務復甦而增加人民幣90.0百萬元。

## 一般及行政開支

一般及行政開支減少4.0%至2022年首六個月的人民幣698.1百萬元。該變動主要是由於(i)三亞亞特蘭蒂斯於2022年前六個月的業務運營並無獎勵管理費，令應付品牌許可方的管理費減少人民幣50.9百萬元，惟部分被以下各項所抵銷，及(ii)僱員成本增加人民幣20.0百萬元，這與業務復甦一致，(iii)折舊及攤銷成本增加人民幣12.0百萬元，主要是由於麗江Club Med的折舊及攤銷。

## 經營利潤／(虧損)(按板塊劃分)

於2022年首六個月，我們的經營利潤為人民幣286.6百萬元，而去年同期經營虧損為人民幣1,380.1百萬元。

	截至6月30日止六個月			
	2022年		2021年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
度假村及酒店	412,497	143.9%	(1,803,435)	130.7%
旅遊目的地	117,252	40.9%	590,035	(42.8%)
基於度假場景的服務及 解決方案	(123,034)	(42.9%)	(89,345)	6.5%
抵銷及未分配開支	(120,141)	(41.9%)	(77,362)	5.6%
<b>總計</b>	<b>286,574</b>	<b>100.0%</b>	<b>(1,380,107)</b>	<b>100.0%</b>

度假村及酒店：度假村及酒店業務於2022年首六個月錄得經營利潤人民幣412.5百萬元，而2021年同期產生經營虧損人民幣1,803.4百萬元，反映出Club Med的業務復甦。

**旅遊目的地：**運營利潤由人民幣590.0百萬元減少至2022年前六個月的人民幣117.3百萬元。三亞亞特蘭蒂斯的運營利潤由2021年前六個月的人民幣293.5百萬元減少至2022年同期的人民幣97.1百萬元，主要是由於中國疫情反覆。截至2022年6月30日止前六個月，太倉復遊城的交付貢獻了運營利潤人民幣47.4百萬元，而去年同期則運營虧損人民幣40.9百萬元。

**基於度假場景的服務及解決方案：**於截至2022年6月30日止首六個月的經營虧損為人民幣123.0百萬元，而2021年同期為人民幣89.3百萬元，系由於托邁酷客中國及Thomas Cook英國在業務快速成長期的開發及推廣成本增加。

## 財務費用

扣除資本化利息後的財務費用由2021年首六個月的人民幣483.5百萬元略微增加人民幣0.4百萬元至2022年同期的人民幣483.9百萬元。截至2022年6月30日我們的債務結餘保持穩定，較截至2021年12月31日的結餘減少人民幣865.3百萬元。

## 所得稅費用

所得稅費用由2021年前六個月的人民幣199.7百萬元減少人民幣189.1百萬元至2022年同期的人民幣10.6百萬元。截至2022年6月30日止六個月的所得稅費用主要包括與旅遊相關物業銷售有關的中國土地增值稅（「**土地增值稅**」）人民幣18.5百萬元以及與三亞亞特蘭蒂斯可抵扣稅項虧損有關的遞延所得稅收益人民幣12.0百萬元。

土地增值稅乃按照介乎30%至60%的累進稅率對土地增值額徵收，土地增值額為物業銷售所得款項減可扣減開支（包括土地成本、借貸成本及其他物業開發開支）。我們根據有關中國內地稅務法律及法規的規定估計、預付及計提土地增值稅。

## 非國際財務報告準則計量

我們採用若干非國際財務報告準則會計計量（包括EBITDA、經調整EBITDA及經調整淨利潤／（虧損））補充我們所呈列的歷史財務資料。我們會對EBITDA及淨利潤／（虧損）作出調整以撇銷若干非現金項目及一次性事件（包括重組欠付關聯公司的利息、以權益結算以股份為基礎的付款及上市開支）的影響。該等非國際財務報告準則財務計量由我們的管理層用於評估我們的財務表現，方式為撇銷若干非現金項目及一次性事件的影響，有助投資者理解及評估我們的相關業務各會計期間的合併經營業績。EBITDA及其他非

國際財務報告準則會計計量的具體定義及計算可能有別於其他公司，故本處呈列的有關計量未必可與其他公司呈列的名稱類似的計量作比較。本公司於未來可能會在審核其財務業績時不時排除其他項目。

## 經調整EBITDA

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
除所得稅前虧損	(197,877)	(1,865,301)
經調整以下各項：		
折舊	827,026	889,694
攤銷	85,748	77,137
財務費用	483,944	483,475
土地增值稅	<u>(18,454)</u>	<u>(160,740)</u>
<b>EBITDA</b>	<b>1,180,387</b>	<b>(575,735)</b>
添加以下各項：		
以權益結算以股份為基礎的付款	<u>14,677</u>	<u>10,764</u>
<b>經調整EBITDA</b>	<b><u>1,195,064</u></b>	<b><u>(564,971)</u></b>
來自旅遊營運 <sup>(1)</sup>	<u>1,186,336</u>	<u>(687,565)</u>
來自旅遊相關物業銷售 <sup>(1)</sup>	<u>8,728</u>	<u>122,594</u>

附註：

(1) 未分配開支按各自的預算收入比率分配予來自旅遊營運及來自旅遊相關物業銷售的經調整EBITDA。

## 經調整EBITDA

經調整EBITDA由2021年前六個月虧損人民幣565.0百萬元增加至2022年同期溢利人民幣1,195.1百萬元。

旅遊營運業務產生的經調整AEBITDA於2022年前六個月的溢利為人民幣1,186.3百萬元，而2021年同期虧損為人民幣687.6百萬元。Club Med的經調整EBITDA於2022年前六個月的溢利為人民幣1,165.3百萬元，而去年同期虧損為人民幣991.6百萬元，恢復至2019年同期的86.9%。三亞亞特蘭蒂斯的經調整EBITDA由2021年同期的人民幣410.9百萬元減少至於2022年前六個月的人民幣206.8百萬元，乃主要由於中國疫情反復爆發所致。尤其是2022年首兩個月，三亞亞特蘭蒂斯的經調整EBITDA為人民幣209.4百萬元，而去年同期為人民幣138.0百萬元。

## 經調整淨虧損

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元	2021年 人民幣千元
淨虧損	(208,444)	(2,065,032)
添加以下各項：		
以權益結算以股份為基礎的付款	<u>14,677</u>	<u>10,764</u>
經調整淨虧損	<u>(193,767)</u>	<u>(2,054,268)</u>

## 資本開支

我們的資本開支主要包括土地使用權以及物業、廠房及設備的開支。我們的資本開支資金來源於我們的內部資源、銀行借款、租賃及關聯公司貸款。截至2021年及2022年6月30日止前六個月本集團資本開支金額分別為人民幣417.0百萬元及人民幣587.5百萬元。2022年上半年產生的資本開支主要與旅遊目的地項目資本開支、現有度假村升級改造，新度假村開發以及投資數字技術有關。截至2022年6月30日止六個月，我們度假村的資本開支較去年同期增加約人民幣144.3百萬元，乃由於我們隨著業務復甦增加了新度假村開發和現有度假村升級改造的投入。同時，旅遊目的地的資本開支增加人民幣39.5百萬元，乃主要由於太倉復遊城項目的建設投入增加。

## 本集團的債項、流動資金及財務資源

本集團主要通過我們經營業務產生的現金、銀行及其他借款、自資本市場籌集的資金及控股股東的資本投資為我們的投資及營運提供資金。截至2022年6月30日，我們的現金及銀行結餘約為人民幣34億元。下表載列我們於所示期間的現金流量狀況：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣十億元	2021年 人民幣十億元
經營活動所得現金流量淨額	1.3	1.2
投資活動所得現金流量淨額	0.0	1.0
融資活動所用現金流量淨額	<u>(2.1)</u>	<u>(0.3)</u>
<b>期終現金及現金等價物</b>	<b><u>3.0</u></b>	<b><u>4.7</u></b>
現金及銀行結餘分析		
期末現金及現金等價物	3.0	4.7
加：已抵押銀行結餘	0.1	0.0
原到期日超過三個月的定期存款	0.1	0.2
受限制預售所得款項	<u>0.2</u>	<u>0.3</u>
<b>期末現金及銀行結餘</b>	<b><u>3.4</u></b>	<b><u>5.2</u></b>

截至2022年6月30日，我們的未動用銀行額度約為人民幣4,332.2百萬元。得益於經營現金流量表現良好，我們的流動資金狀況維持穩健。

我們的債務包括計息銀行及其他借款及租賃負債。截至2022年6月30日，計息銀行及其他借款總額為人民幣12,018.9百萬元(2021年12月31日：人民幣13,263.5百萬元)，其中一年內應償還人民幣958.6百萬元(2021年12月31日：人民幣2,179.4百萬元)。

我們的貸款協議亦可包含重大財務契約。此外，如擔保人的任何變動對擔保人向貸款銀行提供的擔保產生不利影響，我們可能須按貸款銀行的要求提供額外擔保。我們亦對現有貸款或融資協議作出若干修訂，以於2022年上半年獲得契約寬限。董事確認，於報告期及截至本公告日期，我們已遵守貸款協議及修訂的所有重大契約。

## 資本結構

本公司繼續保持穩健及良好的財務狀況。我們的資產總值由截至2021年12月31日的人民幣37,284.7百萬元略降至截至2022年6月30日的人民幣36,728.2百萬元，而我們的負債總額則由截至2021年12月31日的人民幣34,292.8百萬元減少至截至2022年6月30日的人民幣33,421.3百萬元。我們由截至2021年12月31日的淨流動負債狀況人民幣3,311.7百萬元改善為截至2022年6月30日的流動負債淨額人民幣2,024.6百萬元。

我們的流動比率由截至2021年12月31日的0.75輕微上升至截至2022年6月30日的0.83，反映了良好且穩健的財務狀況。

我們的槓桿比率由截至2021年12月31日的48.7%略升至截至2022年6月30日的50.0%，保持穩健及良好。

本集團使用槓桿比率監控資本，即債務淨額除以總資產。債務淨額包括計息銀行及其他借款及租賃負債減現金及銀行結餘。

## 匯率波動

### 貨幣波動對交易的影響

本集團在40多個國家及地區設有度假村並進行商業營運，並面臨各種貨幣敞口帶來的外匯風險。我們商業交易的主要貨幣包括歐元、美元、英鎊及港元。我們進行對沖交易以限制利率、債務變動以及外匯匯率變動對商業營運的影響並減少我們承受市場波動的風險。2022年上半年歐元兌人民幣、港元及美元等多種貨幣貶值，導致外匯匯兌虧損。截至2021年及2022年6月30日止六個月，我們於其他收入及收益／(開支)淨額中分別錄得匯兌虧損人民幣79.2百萬元及人民幣54.0百萬元。

### 貨幣波動對折算的影響

我們的綜合財務報表以本集團呈報貨幣人民幣編製。編製綜合財務報表過程中，在中國境外的附屬公司的經營業績由其功能貨幣兌換為人民幣。該等實體的資產及負債按各報告期末的現行匯率兌換為人民幣，而其損益表以期內平均匯率兌換為人民幣。每年之間附屬公司的匯率價值波動影響我們的綜合經營業績。換算海外業務的匯兌差額於我們的匯率波動儲備中確認，其變動則計入其他綜合收益。截至2021年及2022年6月30日止六個月，我們分別錄得利得人民幣218.7百萬元及利得人民幣441.8百萬元，主要來自換算Club Med海外業務。

## 簡明中期合併損益表

截至2022年6月30日止六個月

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
收入	3	6,416,543	2,781,466
銷售成本		<u>(4,523,397)</u>	<u>(2,186,293)</u>
毛利		1,893,146	595,173
其他收入及收益／(開支)淨額	4	70,274	(616,791)
銷售及分銷成本		(978,730)	(631,231)
行政開支		<u>(698,116)</u>	<u>(727,258)</u>
經營利潤／(虧損)		<u>286,574</u>	<u>(1,380,107)</u>
財務費用	5	(483,944)	(483,475)
應佔利潤及虧損：			
聯營企業		<u>(507)</u>	<u>(1,719)</u>
所得稅稅前虧損	6	(197,877)	(1,865,301)
所得稅費用	7	<u>(10,567)</u>	<u>(199,731)</u>
本期虧損		<u><u>(208,444)</u></u>	<u><u>(2,065,032)</u></u>
歸屬於：			
母公司股東		(196,644)	(2,004,796)
非控股權益		<u>(11,800)</u>	<u>(60,236)</u>
		<u><u>(208,444)</u></u>	<u><u>(2,065,032)</u></u>
歸屬於母公司普通股股東的每股虧損			
基本			
— 本期虧損(人民幣元)	9	<u><u>(0.16)</u></u>	<u><u>(1.62)</u></u>
稀釋			
— 本期虧損(人民幣元)	9	<u><u>(0.16)</u></u>	<u><u>(1.62)</u></u>

## 簡明中期合併綜合收益表

截至2022年6月30日止六個月

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
本期虧損	<u>(208,444)</u>	<u>(2,065,032)</u>
其他綜合收益		
將於以後期間重分類至損益之其他綜合收益：		
現金流量套期：		
期內套期工具公允價值變動的有效部分	11,246	11,758
計入合併損益表的虧損的重新分類調整	<u>25,612</u>	<u>6,509</u>
	36,858	18,267
境外經營報表折算匯兌差額	<u>441,806</u>	<u>218,743</u>
將於以後期間重分類至損益的其他綜合收益淨額	478,664	237,010
於以後期間不重分類至損益的其他綜合收益：		
與僱員福利相關的精算準備金	31,758	14,900
指定為以公允價值通過其他綜合收益計量的股權投資：		
公允價值變動	<u>4,837</u>	<u>—</u>
於以後期間不重分類至損益的其他綜合收益淨額	36,595	14,900
本期稅後其他綜合收益	<u>515,259</u>	<u>251,910</u>
本期綜合收益／(虧損)總額	<u>306,815</u>	<u>(1,813,122)</u>
歸屬於：		
母公司股東	299,299	(1,755,865)
非控股權益	<u>7,516</u>	<u>(57,257)</u>
	<u>306,815</u>	<u>(1,813,122)</u>

## 簡明中期合併財務狀況表

2022年6月30日

	2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
	附註	
<b>非流動資產</b>		
物業、廠房及設備	9,257,876	9,677,294
使用權資產	11,214,571	10,820,996
無形資產	2,505,025	2,570,354
商譽	1,622,236	1,669,017
對聯營企業的投資	243,795	235,559
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產	245,852	175,295
開發中物業	565,397	1,199,877
應收關聯公司款項	2,238	3,537
預付款項、其他應收款項及其他資產	919,368	802,473
遞延稅項資產	217,786	172,588
	<hr/>	<hr/>
非流動資產總額	26,794,144	27,326,990
<b>流動資產</b>		
存貨	212,636	207,622
完工待售物業	861,566	1,015,457
開發中物業	1,627,590	775,815
應收貿易款項	10 540,657	562,933
合同資產及其他資產	781	781
預付款項、其他應收款項及其他資產	1,949,296	1,975,069
應收關聯公司款項	850,784	849,243
衍生金融工具	87,284	32,896
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產	2,273	2,578
現金及銀行結餘	3,449,212	4,535,362
	<hr/>	<hr/>
分類為持作至出售的非流動資產	351,962	—
	<hr/>	<hr/>
流動資產總額	9,934,041	9,957,756

		2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
	附註		
<b>流動負債</b>			
計息銀行借款及其他借款		958,578	2,179,351
合同負債		1,349,996	1,029,417
應付貿易款項	11	2,353,863	2,348,620
應計負債及其他應付款項		5,486,703	5,618,677
應付稅項		130,272	415,554
租賃負債		779,969	770,781
應付關聯公司款項		855,316	858,514
衍生金融工具		43,904	48,509
		<u>11,958,601</u>	<u>13,269,423</u>
流動負債總額			
		<u>(2,024,560)</u>	<u>(3,311,667)</u>
<b>流動負債淨額</b>			
		<u>24,769,584</u>	<u>24,015,323</u>
<b>總資產減流動負債</b>			
<b>非流動負債</b>			
計息銀行借款及其他借款		11,060,302	11,084,191
租賃負債		9,010,435	8,640,306
合同負債		4,073	4,073
遞延收益		108,178	119,683
其他長期應付款項		837,849	728,384
遞延稅項負債		441,872	446,733
		<u>21,462,709</u>	<u>21,023,370</u>
非流動負債總額			
		<u>3,306,875</u>	<u>2,991,953</u>
<b>淨資產</b>			
<b>權益</b>			
<b>歸屬於母公司股東的權益</b>			
股本		187	186
儲備		3,148,268	2,819,215
		<u>3,148,455</u>	<u>2,819,401</u>
非控股權益		158,420	172,552
		<u>3,306,875</u>	<u>2,991,953</u>
<b>權益總額</b>			

## 中期簡明合併財務資料附註

### 1.1 編製基礎

截至2022年6月30日止六個月簡明中期合併財務信息乃根據國際會計準則（「國際會計準則」）第34號中期財務報告編製。該等簡明中期合併財務信息並不包括在年度財務報表中的所有信息和披露內容。故此，本簡明中期合併財務信息應與截至2021年12月31日止年度的本集團年度綜合財務報表一併閱讀。

截至2022年6月30日，集團的流動負債淨額為人民幣2,024,560,000元。考慮到可使用的銀行授信和來自經營性及融資性活動產生的預期現金流量，董事認為以持續經營基準編製財務報表為適當。

### 1.2 會計政策及披露變動

除於本期財務信息中首次採用的國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）修訂本之外，在準備中期簡明綜合財務信息時採用的會計政策與準備截至2021年12月31日止年度的本集團年度綜合財務報表中應用的一致。

國際財務報告準則第3號（修訂本）	概念性框架之援引
國際會計準則第16號（修訂本）	物業、廠房及設備：達到預期可使用狀態前的銷售收入
國際會計準則第37號（修訂本）	有償合同 — 合同履約成本
2018年–2020年國際財務報告準則 年度更新	國際財務報告準則第1號（修訂本），國際財務報告準則第9號， 國際財務報告準則第16號隨附示例及國際會計準則第41號

國際財務報告準則修訂本的性質及影響如下：

- (a) 國際財務報告準則第3號的修訂旨在以援引2018年3月發佈的財務報告概念性框架，取代援引原有的財務報表編製及呈列框架，同時不顯著改變其要求。該等修訂同時為國際財務報告準則第3號增添了其確認原則的例外，實體可參考概念性框架來確定資產或負債的構成要素。該例外規定，對於單獨產生而不是在企業合併中產生的，屬於國際會計準則第37號或國際財務報告詮釋委員會第21號範圍內的負債和或有負債，採用國際財務報告準則第3號的主體應分別參考國際會計準則第37號或國際財務報告詮釋委員會第21號，而非參考概念性框架。此外，該等修正澄清，或有資產在購買日不符合確認條件。本集團前瞻性地將修訂適用於2022年1月1日或之後發生的企業合併。由於在此期間發生的企業合併中不存在修訂範圍內的或有資產、負債和或有負債，因此修訂對本集團的財務狀況和業績沒有任何影響。

- (b) 國際會計準則第16號修訂本禁止實體從物業、廠房及設備項目的成本中扣除出售項目產生的任何收益，同時將該資產帶到能夠以管理層預期的方式運營所需的位置和條件。相反，實體在損益中確認出售任何此類項目的收益以及這些項目的成本。本集團對2021年1月1日或之後提供使用的物業、廠房和設備項目追溯適用了這些修訂。由於在2021年1月1日當天或之後提供物業、廠房和設備以供使用時，沒有出售生產的物品，因此修訂對集團的財務狀況或業績沒有任何影響。
- (c) 國際會計準則第37號的修訂澄清，為評估一項合同是否滿足國際會計準則第37號下的有償合同，合同履約成本包含與合同直接相關的成本。與合同直接相關的成本既包括履行該合同的增量成本（例如，直接人工和材料），又包括與履行該合同直接相關的其他成本的分配（例如，用於履行合同以及合同管理和監督的一項物業，廠房及設備的折舊費用的分配）。除非合同明確向對方收取費用，否則一般及行政費用與合同沒有直接關係，應將其排除在外。本集團已對截至2022年1月1日尚未履行其所有義務且未發現任何虧損合同提前採用。因此修訂對本集團的財務狀況和業績沒有任何影響。
- (d) 2018年-2020年國際財務報告準則年度更新載列對國際財務報告準則第1號，國際財務報告準則第9號，國際財務報告準則第16號隨附示例以及國際會計準則第41號進行的修訂。預期將適用於本集團的修訂詳情如下：
- 國際財務報告準則第9號金融工具：澄清了主體在評估新的或經修改的金融負債的條款與原始金融負債的條款是否存在重大差異時所包含的費用。該等費用僅包括在借款人與貸款人之間支付或收取的費用，包括由借款人或貸款人代表對方支付或收取的費用。本集團已對2022年1月1日或之後修改或交換的金融負債提前採用。由於本期本集團的金融負債未發生修改，因此修訂對本集團的財務狀況和業績沒有任何影響。
  - 國際財務報告準則第16號租賃：在國際財務報告準則第16號的說明示例第13項中刪除了出租人對租賃改良的相關付款說明，這消除了採用國際財務報告準則第16號時有關租賃激勵措施的潛在混淆。

## 2. 經營分部數據

出於管理目的，本集團根據其產品及服務劃分業務單元並有如下三個報告經營分部：

- (a) 度假村和酒店分部主要包括運營及管理度假村和酒店，以打包價格提供度假村服務和其他酒店服務；

- (b) 旅遊目的地分部主要包括開發、管理及運營旅遊資源及旅遊度假設施以及直接與間接支持旅遊的設施；及
- (c) 基於度假場景的服務及解決方案分部主要包括開發及推廣文化活動、表演藝術、現場娛樂表演及文化相關服務以及運營在線及線下旅遊休閒產品及解決方案平台。

管理層分開監督本集團經營分部的業績，以決定資源分配及表現評估。分部表現根據按總利潤減其他收入及收益、其他開支、銷售及分銷成本及一般行政開支計算所得的報告分部經營利潤評估。本集團概無披露按經營分部劃分的資產及負債分析，原因是其並未定期提供予主要經營決策者以供審閱。

各分部間的銷售及轉讓，參照按當時現行市價銷售予第三方所採用的銷售價進行交易。

**截至2022年6月30日止六個月**

	度假村 和酒店	旅遊 目的地	基於度假 場景的 服務及 解決方案	抵銷	合計
	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元 (未經審核)
<b>分部收入</b>					
外界客戶	5,566,815	722,758	126,970	—	6,416,543
板塊間銷售	<u>2,567</u>	<u>29,776</u>	<u>13,692</u>	<u>(46,035)</u>	<u>—</u>
<b>總收入</b>	<u>5,569,382</u>	<u>752,534</u>	<u>140,662</u>	<u>(46,035)</u>	<u>6,416,543</u>
<b>分部經營利潤／(虧損)</b>	<u>412,497</u>	<u>117,252</u>	<u>(123,034)</u>	<u>(28,801)</u>	<u>377,914</u>
未分配開支*					<u>(91,340)</u>
總經營利潤					286,574
財務費用					(483,944)
應佔聯營企業利潤及虧損					<u>(507)</u>
所得稅稅前損失					<u>(197,877)</u>

截至2021年6月30日止六個月

	度假村 和酒店 人民幣千元 (未經審核)	旅遊 目的地 人民幣千元 (未經審核)	基於度假 場景的 服務及 解決方案 人民幣千元 (未經審核)	抵銷 人民幣千元 (未經審核)	合計 人民幣千元 (未經審核)
<b>分部收入</b>					
外界客戶	1,221,291	1,483,111	77,064	—	2,781,466
板塊間銷售	<u>1,985</u>	<u>27,508</u>	<u>8,518</u>	<u>(38,011)</u>	<u>—</u>
總收入	<u>1,223,276</u>	<u>1,510,619</u>	<u>85,582</u>	<u>(38,011)</u>	<u>2,781,466</u>
分部經營(虧損)/利潤	<u>(1,803,435)</u>	<u>590,035</u>	<u>(89,345)</u>	<u>(4,729)</u>	<u>(1,307,474)</u>
未分配開支*					<u>(72,633)</u>
總經營虧損					(1,380,107)
財務費用					(483,475)
應佔聯營企業利潤及虧損					<u>(1,719)</u>
所得稅稅前損失					<u>(1,865,301)</u>

\*: 未分配開支主要指以權益結算的股份支付費用，其他員工薪酬福利開支及其他行政開支。

地區資料

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
<b>來自外界客戶的收益</b>		
歐洲、中東及非洲	3,869,295	633,291
美洲	1,491,455	523,202
亞太區	<u>1,055,793</u>	<u>1,624,973</u>
	<u>6,416,543</u>	<u>2,781,466</u>

上述收益數據乃基於客戶所在地而作出。

### 3. 收入

收入分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
從與客戶簽訂的合同中取得的收入		
度假村旅遊及目的地營運	5,158,385	1,881,790
旅遊相關物業銷售及建造服務	273,106	658,935
基於度假場景的服務及解決方案	985,052	240,741
	<u>6,416,543</u>	<u>2,781,466</u>

#### (i) 細分與客戶簽訂的合同取得的收入信息

以下為對經營分部數據中披露的金額根據從與客戶簽訂的合同中取得的收入的調節表：

截至2022年6月30日止期間

經營分部數據	度假村 和酒店 人民幣千元 (未經審核)	旅遊 目的地 人民幣千元 (未經審核)	基於度假 場景的 服務及 解決方案 人民幣千元 (未經審核)	抵銷 人民幣千元 (未經審核)	合計 人民幣千元 (未經審核)
<b>商品和服務類別</b>					
度假村及旅遊目的地營運	4,653,003	537,725	—	(32,343)	5,158,385
旅遊相關物業銷售及建造服務	58,297	214,809	—	—	273,106
基於度假場景的服務及解決方案	858,082	—	140,662	(13,692)	985,052
	<u>5,569,382</u>	<u>752,534</u>	<u>140,662</u>	<u>(46,035)</u>	<u>6,416,543</u>
板塊間銷售	<u>(2,567)</u>	<u>(29,776)</u>	<u>(13,692)</u>	<u>46,035</u>	<u>—</u>
從與客戶簽訂的合同中取得的收入 總額	<u>5,566,815</u>	<u>722,758</u>	<u>126,970</u>	<u>—</u>	<u>6,416,543</u>
<b>收入確認時點</b>					
於某一時點轉移商品	—	214,809	15,432	(1,319)	228,922
隨時間提供服務	5,569,382	537,725	125,230	(44,716)	6,187,621
	<u>5,569,382</u>	<u>752,534</u>	<u>140,662</u>	<u>(46,035)</u>	<u>6,416,543</u>
板塊間銷售	<u>(2,567)</u>	<u>(29,776)</u>	<u>(13,692)</u>	<u>46,035</u>	<u>—</u>
從與客戶簽訂的合同中取得的 收入總額	<u>5,566,815</u>	<u>722,758</u>	<u>126,970</u>	<u>—</u>	<u>6,416,543</u>

截至2021年6月30日止六個月

經營分部數據	度假村 和酒店 人民幣千元 (未經審核)	旅遊 目的地 人民幣千元 (未經審核)	基於度假 場景的 服務及 解決方案 人民幣千元 (未經審核)	抵銷 人民幣千元 (未經審核)	合計 人民幣千元 (未經審核)
<b>商品和服務類別</b>					
度假村及旅遊目的地營運	1,024,796	886,487	—	(29,493)	1,881,790
旅遊相關物業銷售及建造服務	34,803	624,132	—	—	658,935
基於度假場景的服務及解決方案	<u>163,677</u>	<u>—</u>	<u>85,582</u>	<u>(8,518)</u>	<u>240,741</u>
	1,223,276	1,510,619	85,582	(38,011)	2,781,466
板塊間銷售	<u>(1,985)</u>	<u>(27,508)</u>	<u>(8,518)</u>	<u>38,011</u>	<u>—</u>
從與客戶簽訂的合同取得的 收入總額	<u>1,221,291</u>	<u>1,483,111</u>	<u>77,064</u>	<u>—</u>	<u>2,781,466</u>
<b>收入確認時點</b>					
於某一時點轉移商品	—	624,132	3,327	—	627,459
隨時間提供服務	<u>1,223,276</u>	<u>886,487</u>	<u>82,255</u>	<u>(38,011)</u>	<u>2,154,007</u>
	1,223,276	1,510,619	85,582	(38,011)	2,781,466
板塊間銷售	<u>(1,985)</u>	<u>(27,508)</u>	<u>(8,518)</u>	<u>38,011</u>	<u>—</u>
從與客戶簽訂的合同取得的 收入總額	<u>1,221,291</u>	<u>1,483,111</u>	<u>77,064</u>	<u>—</u>	<u>2,781,466</u>

#### 4. 其他收入及收益／(開支)淨額

其他收入及收益扣除其他開支後的淨額分析如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
<b>其他收入</b>		
利息收入	16,874	21,303
政府補貼	15,878	85,972
其他	21,473	5,426
	<u>54,225</u>	<u>112,701</u>
<b>收益</b>		
出售附屬公司的收益	86,203	—
出售物業、廠房及設備的收益	1,577	898
預付賬款減值轉回	12,699	—
由於新冠疫情獲得的租金減讓	46,259	55,556
以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產公允價值變動的 收益	25,148	3,238
有關訴訟申請準備轉回	—	12,581
視同處置聯營企業權益收益	—	2,893
其他	2,506	1,670
	<u>174,392</u>	<u>76,836</u>
其他收入及收益	<u>228,617</u>	<u>189,537</u>

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
<b>其他開支</b>		
由於新冠疫情導致的特殊成本*	(39,352)	(582,228)
有關僱員的賠償成本	(9,540)	(71,937)
度假村關閉成本準備	(30,034)	(31,519)
訴訟準備，包括相關稅項	(10,282)	(14,504)
於下列各項的減值虧損：		
— 固定資產	(3,737)	(9,347)
— 使用權資產	(2,167)	—
匯兌損失淨額	(53,999)	(79,242)
其他	(9,232)	(17,551)
	<u>(158,343)</u>	<u>(806,328)</u>
其他開支		
	<u>(158,343)</u>	<u>(806,328)</u>
其他收入及收益／(開支) 淨額	<u>70,274</u>	<u>(616,791)</u>

\* 由於新冠疫情導致的特殊成本主要包括度假村及其他設施在本該正常營業但關閉期間產生的營運成本，例如物業、廠房及設備折舊、無形資產攤銷、使用權資產折舊及職工福利費用，以及疫情爆發期間的額外營運成本。

## 5. 財務費用

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
銀行借貸及其他借款利息	278,236	268,760
可轉換債券利息	—	165
租賃負債利息	212,256	238,527
銀行收費及其他融資成本	5,763	3,808
	<u>496,255</u>	<u>511,260</u>
減：資本化之利息	<u>12,311</u>	<u>27,785</u>
總財務費用	<u>483,944</u>	<u>483,475</u>

## 6. 所得稅稅前虧損

經扣除／(計入)，本集團的所得稅稅前虧損構成各項分析如下：

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
收入成本		4,523,397	2,186,293
物業、廠房及設備折舊		316,845	336,272
無形資產攤銷		85,748	77,137
使用權資產折舊		510,181	553,422
金融、合同資產及其他資產減值：			
應收貿易款項減值準備		3,316	6,241
預付款、其他應收款項及其他資產中包含的金融資產 減值準備轉回		(12,699)	—
存貨減記至可變現淨值		751	2,034
物業、廠房及設備減值準備	4	3,737	9,347
使用權資產減值準備	4	2,167	—
以公允價值通過損益計量的金融資產之公允價值收益	4	(25,148)	(3,238)
匯兌損失淨額	4	53,999	79,242
其他收益中包含的由於新冠疫情獲得的租金減讓	4	(46,259)	(55,556)
出售物業、廠房及設備的收益	4	(1,577)	(898)
視同處置聯營企業權益收益	4	—	(2,893)
出售附屬公司的收益	4	(86,203)	—

## 7. 所得稅

本集團須以實體基準按自或源於本集團成員公司住所及運營所在司法權區的利潤繳納所得稅。

	附註	截至6月30日止六個月	
		2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
即期稅項 — 法國及其他	(1)	39,579	413
即期稅項 — 中國內地			
期內所得稅(中國內地)	(2)	3,285	77,465
期內土地增值稅(中國內地)	(3)	18,454	160,740
遞延		<u>(50,751)</u>	<u>(38,887)</u>
期內所得稅費用		<u>10,567</u>	<u>199,731</u>

附註：

- (1) 於截至2022年6月30日止六個月，Club Med Holding(「CMH」)及其在法國註冊成立的附屬公司的所得稅撥備乃按25.83%的稅率作出(截至2021年6月30日止六個月：32.02%)。
- (2) 根據於2008年1月1日批准並生效的《中國企業所得稅法》所確定，中國內地的現行所得稅撥備乃基於本集團截至2022年6月30日止六個月應課稅利潤25%(截至2021年6月30日止六個月：25%)的法定稅率計算。就海南亞特蘭蒂斯商旅發展有限公司(「海南亞特蘭蒂斯」)而言，作為合格的鼓勵類產業企業，根據於2020年1月1日生效的《關於海南自由貿易港企業所得稅優惠政策的通知》，即期所得稅撥備乃基於15%的優惠稅率計算。
- (3) 土地增值稅乃按照介乎30%至60%的累進稅率對土地增值額徵收，土地增值額為物業銷售所得款項減可扣減開支(包括土地成本、借貸成本及其他物業開發開支)。本集團根據有關中國內地稅務法律及法規的規定為土地增值稅估計、作出及計提稅項撥備。土地增值稅撥備須由當地稅務機關進行最終審核及批准。

## 8. 股息

本公司於截至2022年6月30日止六個月期間無派付或宣派任何股息(截至2021年6月30日止六個月期間：無)。

## 9. 本公司普通股股東應佔每股虧損

每股基本虧損的計算基礎為當期歸屬於母公司普通股股東的虧損以及本期發行在外的普通股的加權平均數，即1,238,914,279股（截至2021年6月30日止六個月：1,235,843,660股）。

每股稀釋虧損的計算基礎以本期歸屬於母公司普通股股東的虧損為基礎。加權平均普通股數系由計算每股基本虧損時所使用的期內發行加權平均普通股數，且假設由於視同歸屬所有稀釋性潛在普通股而帶來的發行普通股股數之加權平均數。

計算每股基本和稀釋虧損的依據如下：

	截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元 (未經審核)	2021年 人民幣千元 (未經審核)
<b>虧損</b>		
就計算每股基本及稀釋虧損歸屬於本公司普通股股東的虧損	<u>(196,644)</u>	<u>(2,004,796)</u>
	<b>股數</b>	
	截至6月30日止六個月	
	2022年 (未經審核)	2021年 (未經審核)
<b>股數</b>		
就計算每股基本虧損而言本期內已發行普通股加權平均數	<u>1,238,914,279</u>	<u>1,235,843,660</u>
每股基本虧損(人民幣)	<u>(0.16)</u>	<u>(1.62)</u>
每股稀釋虧損(人民幣)	<u>(0.16)</u>	<u>(1.62)</u>

由於計入股權計劃和股份期權計劃後每股稀釋虧損下降，股權計劃和股份期權計劃具有反稀釋作用，因此不計入本期每股稀釋虧損的計算。

## 10. 應收貿易款項

本集團力求嚴格控制其未收回應收款項，以盡量降低信用風險。管理層會定期審查逾期結餘。鑑於前述情況及本集團應收貿易款項與眾多零散客戶相關，本集團信用風險無重大集中情況。應收貿易款項為非計息。

於報告期末，扣除虧損撥備的應收貿易款項按發票日期作出的賬齡分析如下：

	2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
未付結餘賬齡：		
90日內	501,783	525,975
91日至180日	33,099	10,396
181日至365日	3,580	11,505
1至2年	2,191	14,942
2至3年	4	115
	<u>540,657</u>	<u>562,933</u>

## 11. 應付貿易款項

於報告期末，應付貿易款項按發票日期的賬齡分析如下：

	2022年 6月30日 人民幣千元 (未經審核)	2021年 12月31日 人民幣千元 (經審核)
未付結餘賬齡：		
90日內	1,760,723	1,854,083
91日至180日	206,205	56,882
181日至365日	155,905	128,366
1至2年	129,392	166,205
2至3年	33,852	39,828
3年以上	67,786	103,256
	<u>2,353,863</u>	<u>2,348,620</u>

## 12. 報告期後事項

自報告期結束起並無發生任何重大事項。

## 中期股息派付

董事會不建議派發截至2022年6月30日止六個月的中期股息。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回任何股份。

## 中期業績回顧

於本公告日期，審核委員會由三名獨立非執行董事郭永清先生(主席)、盛智文博士及 Katherine Rong Xin女士組成。審核委員會的主要職責為審閱財務報表及報告，審查與外部核數師的關係以及本公司財務報告系統、風險管理及內部控制系統的準確性及有效性，並向董事會提供推薦及建議。

於報告期內的本集團中期業績未經審核，但已經審核委員會審閱。審核委員會對於本公司採用的會計處理並無任何異議。

## 本公司之企業管治常規

本公司決心達致高水平的企業管治以保障股東的利益並提高企業價值及責任。於報告期內，本公司已應用《企業管治守則》的原則，並全面遵守《企業管治守則》條文，惟對《企業管治守則》的第C.2.1條條文存有以下偏離情況。

## **錢建農先生為本公司的董事長兼首席執行官**

《企業管治守則》第C.2.1條守則條文規定，董事長及首席執行官的角色應分開，並不應由同一人擔任。然而本公司認為由錢建農先生同時擔任本公司董事長及首席執行官將可為本公司提供強大持續的領導，能進行符合本公司最佳利益的更有效規劃及管理。經計及本公司於上市後執行的所有企業管治措施，董事會認為現時安排不會損害權力制衡及權威且該架構將使本公司能及時有效作出並執行有利於本集團業務前景的決策。因此，本公司目前不擬區分董事長及首席執行官的職務。經計及本集團的整體情況，董事會將繼續審閱及考慮適時將本公司董事長與首席執行官角色進行分離。

本公司定期審查其企業管治常規，以確保符合《企業管治守則》。

## **證券交易的標準守則**

本公司已採納標準守則。在向全體董事作出特定查詢後，彼等確認其於報告期內一直遵守標準守則。本公司亦為可能獲得本公司未經公佈的內幕消息的有關僱員設立不遜於標準守則就進行證券交易所訂的標準之書面指引。本公司概無知悉任何本公司有關僱員不遵守上述書面指引之事宜。

## **刊發中期業績**

本業績公告刊發於聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))及本公司網站([www.fosunholiday.com](http://www.fosunholiday.com))。中期報告將於2022年9月30日或之前寄發予股東並刊發於該兩個網站。

## **前瞻性聲明**

本公告載有若干涉及本集團財政狀況、業績及業務之前瞻性聲明。該等前瞻性聲明乃本集團對未來事件之預期或信念，且涉及已知、未知風險及不明朗因素，而此等因素足以令實際業績、表現或事態發展與該等聲明所表達或暗示之情況存在重大差異。

## 詞彙定義

水族館	三亞亞特蘭蒂斯的失落的空間水族館
三亞亞特蘭蒂斯	我們設於中國海南省三亞海棠灣國家海岸的旅遊目的地
審核委員會	董事會審核委員會
平均每日床位價格	營業額除以售出床位總數
客房平均每日房價	營業額除以售出客房總數
董事會	本公司董事會
C2M	客戶到智造者
度假村容納能力	於特定期間或年度可供銷售床位總數，即度假村開門營業日數乘以床位數目
Casa Cook	Thomas Cook旗下一個屢獲殊榮的精品酒店品牌，專注於設計美學、高品質餐飲，為客人打造舒適幸福的體驗
企業管治守則	上市規則附錄十四所載企業管治守則
中國	中華人民共和國，但僅就本報告及作地域參考而言，除文義另有所指外，本報告中凡提述「中國」並不包括香港、澳門及台灣
Club Med	Club Med SAS (前稱Club Méditerranée SA)，為於1957年11月12日在法國註冊成立的簡單合股公司(société par actions simplifiée)，並為本公司非全資附屬公司。本集團主打「全包式」創意度假概念的全球性休閒旅遊度假村

Club Med Joyview	Club Med度假酒店品牌之一，面對中國市場提供週末度假及MICE服務，以滿足中國遊客日益增長的休閒度假需求
本公司	复星旅游文化集团(前稱复星旅游文化集团(开曼)有限公司)，於2016年9月30日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
控股股東	具有上市規則所賦予的涵義，除文義另有所指外，指復星國際、復星控股、復星國際控股及郭廣昌先生
Cook's Club	Thomas Cook旗下一個酒店品牌，該系列酒店以摩登時尚的設計，為新一代的旅行者帶來活潑有趣的度假氛圍
董事	本公司董事
EBITDA	除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利
歐非中東	歐洲、中東及非洲，就本集團而言亦包括土耳其
歐元	歐盟法定貨幣
復星控股	復星控股有限公司，一家在香港註冊成立的有限公司，其由復星國際控股全資擁有，並為我們其中一名控股股東
復星國際控股	復星國際控股有限公司，一家在英屬處女群島註冊成立的有限公司，並為其中一名控股股東
FOLIDAY	我們的全球生態系統，包括我們在商業上相互關連的業務，提供一系列旅遊及休閒相關服務
復遊城	本集團大型綜合旅遊目的地的品牌名
復遊會	本集團在中國的會員系統，其管理及營運向FOLIDAY生態系統內的會員及客戶提供的服務及活動

復星國際	復星國際有限公司，一家在香港註冊成立的有限公司，其股份於主板上市(股份代號：0656)，為其中一名控股股東
弗若斯特沙利文報告	由弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司(為一家全球市場研究及諮詢公司，為獨立第三方)編製的獨立市場研究報告
總建築面積	總建築面積
G.O	G.O (gentils organisateur)可以是Club Med度假村當中的活動領袖或客戶服務接待員，以及經理與行政人員，彼等負責與客人互動，讓客人感到賓至如歸
尊享會員	Club Med尊享會員忠誠度計劃的會員
本集團、我們	本公司及其於相關時間的附屬公司，或倘文義所需，就本公司成為現有附屬公司的控股公司前的期間，指該等附屬公司或其前身公司(視乎情況而定)經營的業務
海南亞特蘭蒂斯	海南亞特蘭蒂斯商旅發展有限公司，一家於2013年5月15日在中國成立的有限公司，及為本公司全資附屬公司
快樂數字化	Club Med的數字化措施，藉此我們使用數字解決方案來改善本集團客人及僱員的體驗，同時使技術易於掌握且緊貼用戶需要
港元	香港法定貨幣
香港	中國香港特別行政區
國際會計準則	國際會計準則
國際會計準則委員會	國際會計準則委員會
國際財務報告準則	國際財務報告準則

獨立第三方	據董事進行所有合理查詢後所知、所悉及所信，並非上市規則所指的本公司關連人士的個人或公司
Kerzner	Kerzner International Limited (一家在巴哈馬國註冊成立的公司) 及其附屬公司
上市	股份於主板上市
上市規則	經不時修訂或補充的聯交所證券上市規則
迷你營	本集團兒童學習及玩樂俱樂部的品牌
標準守則	上市規則附錄十所載之《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》
入住率	於特定期間或年度售出床位總數與可供銷售床位總數之間的百分比比率
按客房計入住率	出售的客房總數除以可供出售客房總數
按床位計入住率	出售的床位總數除以可供出售床位總數
報告期	2022年1月1日至2022年6月30日
度假村收入	全部度假村的總收入，包括一價全包套餐銷量及一價全包套餐現場產生的收入
每張床位的收入	度假村收入除以度假村的容納能力
人民幣	中國法定貨幣
股份	本公司股本中的普通股
股東	股份持有人
C秀	三亞亞特蘭蒂斯推出的駐場表演
聯交所	香港聯合交易所有限公司

附屬公司	具有公司條例(香港法例第622章)第15條所賦予的涵義
棠岸項目	三亞亞特蘭蒂斯的可供銷售度假住宅單位
Thomas Cook	Thomas Cook Group plc，一家於英格蘭及威爾士註冊成立的公司，其股份於倫敦證券交易所上市(股份代號：TCG)，該公司於2019年9月23日申請清盤。本集團於2019年11月自Thomas Cook Group plc收購主要品牌名Thomas Cook以及Casa Cook與Cook's Club等酒店、度假村品牌
星級	Club Med應用的評級單位，表示各Club Med度假村的等級，類似傳統酒店「星級」評級
美元	美利堅合眾國法定貨幣
水世界	三亞亞特蘭蒂斯的亞特蘭蒂斯水世界

承董事會命  
**复星旅游文化集团**  
**錢建農**  
 董事長

香港，2022年8月22日

於本公告日期，本公司之執行董事為錢建農先生、*Henri Giscard d'Estaing*先生、徐秉瓚先生及蔡賢安先生；非執行董事為徐曉亮先生及潘東輝先生；獨立非執行董事為盛智文博士、郭永清先生及*Katherine Rong Xin*女士。