
内蒙古中商国际旅行社股份有限公司

内蒙古股权交易中心孵化板挂牌
推荐报告

推荐机构

内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司

二〇一七年一月

关于推荐内蒙古中商国际旅行社股份有限公司进入 内蒙古股权交易中心孵化板挂牌的声明

根据内蒙古股权交易中心(以下简称“中心”)发布的《内蒙古股权交易中心孵化板挂牌条件适用基本标准指引(试行)》(以下简称“《基本标准指引》”),内蒙古中商国际旅行社股份有限公司(以下简称“公司”或“中商国旅”)拟申请其股权进入内蒙古股权交易中心孵化板挂牌并将其公司股份登记托管并接受监管,承诺履行有关信息披露义务,该事宜已经公司董事会、股东大会审议通过。

内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司(以下简称“盛股基金管理公司”)按照《内蒙古股权交易中心融资与挂牌业务尽职调查工作指引(试行)》(以下简称“《尽调工作指引》”)、《内蒙古股权交易中心挂牌业务规则》(以下简称“《挂牌业务规则》”)和基本标准指引对公司主营业务、公司治理、财务状况、发展模式及合法合规等事项进行了尽职调查,尽职调查方法包括但不限于查阅资料、电话调查、面谈、现场踏勘等方法。特对内蒙古中商国际旅行社股份有限公司进入内蒙古股权交易中心孵化板挂牌出具本推荐报告。报告内容无虚假记载、误导性陈述及重大遗漏,并对报告的真实性、准确性、完整性承担相应的责任。

内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司

二零一七年一月十八日

项目组成员介绍

李剑斌，项目小组负责人，经济师、理财规划会计师，2001年取得由中国证券业协会颁发的证券从业资格和执业证书，有17年证券从业工作经验，曾参与云南证券转型太平洋证券托管工作。本次负责尽职调查业务的总体协调和推荐业务工作。

刘立红，注册会计师，高级会计师。内蒙古大学高级工商管理硕士，从事会计工作25年，从事审计工作16年。获得内蒙科技进步二等奖1项，呼市科技进步二等奖1项。为多家大型公司进行财务、税务咨询和审计工作。

王焰，项目小组成员，毕业于北京大学，取得法律职业资格证书，现为专职律师。多次参与在国家发改委、上海证券交易所、深圳证券交易所、交易商协会申报的公司债券发行工作。在本次挂牌过程中，负责公司的法务调查。

张 军，项目小组成员，高级会计师，注册资产评估师，有15年以上财务审计和资产评估从业工作经验。本次分工负责公司的资产评估调查。

张 祯，项目小组成员，毕业于内蒙古农业大学，金融学学士学位，拥有基金从业资格，本次分工负责公司的推荐业务调查。

项目组情况

项目组组长：李剑斌（中级经济师、理财规划师）

项目组成员：

刘立红（注册会计师） 王焰（律 师）

张 军（资产评估师） 张帧（推荐人员）

推荐机构：内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司

内蒙古盛股基金管理公司：李剑斌、张帧

内蒙古慧通会计师事务所：刘立军

北京高朋（呼和浩特）律师事务所：王焰

内蒙古弘泰资产评估事务所：张军

尽职调查时间：2016年1月5日

尽职调查人员：李剑斌、张帧、刘立红、王焰、张军

尽职调查地点：内蒙古中商国际旅行社股份有限公司

尽职调查方式：查阅资料、电话调查、面谈、现场踏勘
等方式

尽职调查过程：对公司现场、高管访谈、资格资质、员
工交流及环境进行勘察

报告时间：2016年1月20日

地 址：呼和浩特市鄂尔多斯东街12号银联大厦15层

邮政编码：010010

第一章 推荐中介机构声明

一、推荐机构声明

内蒙古盛股股权投资基金有限责任公司已按照《内蒙古股权交易中心融资与挂牌业务尽职调查工作指引（试行）》的要求，对内蒙古中商国际旅行社股份有限公司的财务会计相关事项、对公司的法律相关事项、对公司的行业和业务相关事项进行了尽职调查，有充分理由确信尽职调查报告内容不致因上述内容出现虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对报告的真实性、准确性和完整性承担相应责任。

内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司

项目人签字：

2017年1月20日

二、会计师事务所声明

本所注册会计师已阅读推荐报告及其相关内容，确认报告及相关内容与本所出具的报告不存在矛盾。本所注册会计师对挂牌企业推荐报告及其相关内容中引用的财务报告内容无异议（或盈利预测已经本所审核），确认推荐报告不致因所引用内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

声明单位：内蒙古慧通会计师事务所

注册会计师签字：

2017年1月20日

三、律师事务所声明

本所律师已阅读推荐报告及其相关内容，确认报告及相关内容与本所出具的报告不存在矛盾。本所律师对挂牌企业推荐报告及其相关内容中引用的法律意见书内容无异议（或盈利预测已经本所审核），确认推荐报告不致因所引用内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

声明单位：北京高朋（呼和浩特）律师事务所

律师签字：

2017年1月20日

四、评估事务所声明

本所评估师已阅读推荐报告及其相关内容，确认报告及相关内容与本所出具的报告不存在矛盾。本所评估师对挂牌企业推荐报告及其相关内容中引用的评估报告内容无异议，确认推荐报告不致因所引用内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

声明单位：内蒙古弘泰资产评估事务所

评估师签字：

2017年1月20日

第二章 公司情况介绍

一、基本情况

公司全称：内蒙古中商国际旅行社股份有限公司

（以下简称中商国旅或公司）

注册地址：内蒙古自治区呼和浩特市金桥开发区阿拉坦大街北侧达尔登北路东侧金桥电子商务产业园区 7033-7035 号

注册资本：人民币贰佰万元整

成立日期：2007 年 4 月 13 日

法定代表人：邢志艳

统一社会信用代码：91150102660956016E

所属行业：商务服务业

公司性质：股份有限公司

公司网址：<http://www.zsgl.cn.ozg.cn/>

联系人：刘志峰

联系人电话：18547138573

经营范围：许可经营项目：国内旅游业务；入境旅游业务、出境旅游业务（凭《旅行社业务经营许可证》经营）一般经营项目：旅游招徕；旅游设计；旅游信息咨询，旅游策划和营销，文化旅游投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

二、公司简介

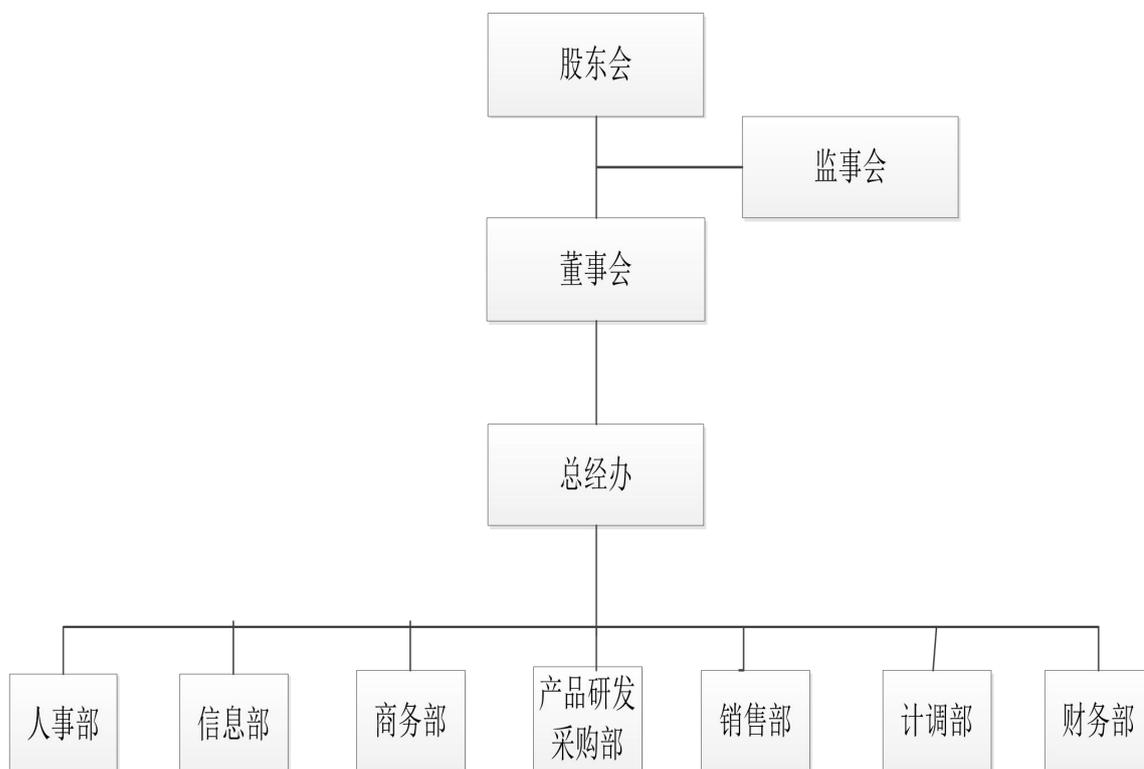
内蒙古中商国际旅行社股份有限公司是经国家旅游局批准并在内蒙古工商行政管理部门登记注册的企业（旅游许可证号为：L-NMG---CJ00065）。已按照有关规定足额交纳了 140 万质量保证金并办理旅行社责任保险，具有独立法人资格，具有经营国内旅游、入境旅游、出境旅游业务以及旅游招徕、旅游规划设计、旅游信息咨询等的综合性旅游服务公司。公司成立以来，紧紧抓住改革开放的市场机遇，积极整合内部资源，通过集约化管理、专业化经营、品牌化和网络化建设，打造出了强大的品牌和服务体系。在已拥有首府城市覆盖面积最广的门市网络的基础之上，不断加强电子商务网络平台的建设。同时，内蒙古中商国际旅行社股份有限公司是内蒙古旅游行业协会发起人单位，公司旗下拥有内蒙古呼和浩特、包头、鄂尔多斯、集宁等多地分公司，在内蒙古共有 22 家销售门店，拥有线上及线下交易支持管理体系，通过先进的旅游交易系统服务近百万游客。

诚信的服务、丰富的产品、优惠的价格、可靠的质量为中商国旅在全国市场上赢得了越来越多客户的青睐。公司将继续秉承“求真务实、创新进取、诚信服务、以人为本”的经营理念，在今后的发展中坚持“解放思想、大胆创新、深化改革、与时俱进”的管理方针，积极回报客户、真情回馈社会。

三、公司股权结构

股东姓名	出资额	出资比例	出资方式	实缴出资时间
邢志艳	102 万	51%	货币	2016.12.20
刘俊丽	98	49%	货币	2016.12.20

四、公司管理架构



五、主要部门介绍

（一）产品研发采购部

产品研发采购部是公司的核心部门，主要负责国内外的旅游资源采购及相关全线旅游产品的设计。

（二）信息部

主要负责 ETS 系统（旅游电子商务平台）维护，旅游产品线上活动策划执行。

（三）销售部

主要负责销售渠道的建设，产品的营销。

（四）计调中心

主要负责旅游团队的具体操作、CRM 系统（旅行社客户关系管理系统）的管理。

（五）商务部

主要负责异业合作的洽谈工作。

六、公司制度

（一）授权管理

公司按照《公司法》以及上市公司的有关法律规范的要求，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等公司法人治理制度，建立了较为合理的组织架构和健全的逐级授权制度，通过授权管理明确股东大会、董事会、监事会、公司管理层、各职

能部门的具体职责范围和权限。

（二）人力资源管理

人力资源管理包括招聘管理、薪酬和绩效管理、培训管理、考勤管理、离职管理等。公司制定了相应的制度并认真执行，每年根据外部环境、发展战略、综合经营计划、人力资源的现状、员工年终业绩评价结果及员工职业生涯发展情况，制定公司的“公司年度人力资源需求计划”，并由此确定公司的人员总数及结构、新增员工的岗位配置、工资总额、员工平均收入、培训需求等。

（三）关联交易的内部控制

制订《关联交易控制程序》，规范公司与关联方之间的经济行为，强化关联交易控制，保证公司与关联方发生之交易的公允性、合理性，以符合相关法律法规的规定。

关联方交易的原则为：

1. 确定关联方交易价格时，须遵循“公平、公正及等价有偿”的一般商业原则，并以书面合同方式予以规定；
2. 公司在处理关联方交易时，不得损害其他股东的合法权益。

（四）财务系统控制

依据《会计法》、《会计准则》、《企业会计制度》、《财务通则》、《会计基础工作规范》等法律法规，公司制定了符合实际工作的各种相关会计制度与财务管理制度。具

体内容包括：财务管理制度；预算管理制度；会计核算制度；费用报销制度；资金管理制度；差旅费管理制度；固定资产管理制度等。

（五）内部审计

内部审计工作包括：评估管理控制的有效性和效率性；促进与政策、标准、程序及适用的法律法规的符合性；预测、识别和评价公司资产和经营活动的风险；调查已发生的和涉嫌的控制失误及风险事故；对控制改进、风险回应以及公司目标的实现提出建议。

（六）公司业务制度

公司业务制度是为强化公司管理，规范工作人员程序，提高工作效率，也是打造作风优良、纪律严明、技术过硬的团队的保障。中商国旅为此分别制定了《中商国际旅行社招商手册》，以明确加盟商的要求；《中商国际旅行社规划师管理制度》，载明旅游规划师的具体条件和入职、离职、工作指导等的管理规范；《中商国际旅行社供应商管理制度》，明确产品供应商进入及退出的评审要求规范；《中商中商国际旅行社计调管理制度》，规范对旅游团的操作管理规范；《中商国际旅行社信息管理制度》，明确系统维护及安全管理标准等。都为中商国旅的业务规范有序发展提供了良好的保障。

七、业务合作单位基本情况

（一）成吉思汗陵合作

成吉思汗陵，是历史伟人成吉思汗的象征，是祭祀这位伟人英灵的神圣地方。成吉思汗陵，以优美的草原环境，神秘的人文景观显示着草原帝王陵雄姿，是著名草原文化旅游胜地，全国重点文物保护单位，中国旅游胜地四十佳，全国百家青少年爱国主义教育基地和首批国家AAAAA级旅游景区。以成吉思汗陵为核心，形成了祭祀文化区、历史文化区、民俗文化区、草原观光区、休闲度假区的整体布局，是世界上唯一的以成吉思汗文化和蒙古族文化为主题的旅游景区。内蒙古成吉思汗陵旅游区管委会与公司签订协议，双方通过景区各项价格、各地客源等资源互补实现共赢。更有集蒙古族餐饮文化及歌舞服饰文化为一体的大型民族餐饮娱乐场所，是内蒙古辖区内旅游的最重要的目的地之一。

（二）中国银行呼和浩特市新华支行

中商国际旅行社与中国银行呼和浩特市新华支行联手推出个人旅游信用卡分期付款活动，中商旅游参团及自由行全线旅游产品均可以接受分期付款，且全部分期付款产品均为零利息、零手续费。大大促进了居民旅游积极性。

（三）内蒙古机电职业技术学院

内蒙古机电职业技术学院，学院前身内蒙古工业学校，创建于1952年9月，原名扎兰屯工业学校。1953年7月经内蒙古自治区政府工业部批准更名为“内蒙古工业学校”，

1956年8月由扎兰屯迁到呼和浩特现址至今，是新中国成立后内蒙古自治区成立的第一所工科类中等专业学校。2003年5月经自治区人民政府批准，独立升格为高等职业技术学院，更名为内蒙古机电职业技术学院，隶属于自治区教育厅。2006年根据自治区党委、政府的统一要求，将成立于1956年的原内蒙古水利学校整体并入内蒙古机电职业技术学院，使学院的办学空间和专业领域进一步拓展，办学实力明显增强。建校56年来，共培养出27000多名毕业生。

2016年10月，“全国大众创业万众创新活动周”活动内蒙古分会场呼和浩特市创新创业论坛在内蒙古国际会展中心举行。内蒙古机电职业技术学院公共管理系携手内蒙古中商国旅的校企合作项目参加了全区共青团服务青年创新创业展示。

由内蒙古机电职业技术学院公共管理系与内蒙古中商国际旅行社联合创办了校企合作项目——“旅游创客帮”，借助机电职业技术学院公共管理系智慧旅游孵化基地平台以及中商国旅 ETS 旅游营销系统智慧旅游终端服务器，为该校学生提供专业知识培训、相关创业服务。

通过旅游电子商务平台，公共管理系的学生在旅游孵化基地的帮助下，目标成为一名“旅游规划师”，根据客户的需求，提供旅游产品预定，订单查询，行程规划，售后支持等旅游专业服务。学生们通过校企合作项目的操作，将其所学的

旅游理论知识运用到实践中，为日后进入旅游业奠定良好的基础，同时提高了创新创业意识和能力，也为中商国旅日后长期的人才战略奠定了基础。

（四）乐村淘

乐村淘——中国最大的村镇 O2O 电商服务平台，全称为山西乐村淘网络科技有限公司，成立于 2014 年 7 月，位于太原市高新区赛鼎路与中心街交叉口万立科技 5 层-6 层，是高新区重点企业。平台的宗旨是更便于让城市的商品走向农村，农村的商品进入城市，促进城乡一体化。全心全意为农民服务。

2016 年 11 月，中商国际旅行社与乐村淘内蒙古子公司签署战略合作协议，旨在解决旅游产品的承上启下的作用。

八、公司相关资质、荣誉

（一）经国家旅游局批准并在内蒙古工商行政管理部门登记注册企业，获批旅游许可证（旅游许可证号为：

L-NMG---CJ00065）；

（二）2014 年，荣获“青年创业大赛”三等奖；

（三）2014 年，荣获呼和浩特市工商联会员单位；

（四）2014 年，荣获 11315 全国企业征信系统立信单位；

第三章 公司的历史沿革

一、公司设立变更情况

(一) 公司设立 2007.4.3

2007 年公司申请设立登记，经呼和浩特市新城区工商局审批设立。公司基本信息如下：

公司名称，呼和浩特蒙晋之旅行社有限责任公司；

住所地：呼和浩特市回民区光明路金园小区商业楼 13A 号楼 4 层 1041 号；

注册资本：31 万元；

实收资本：31 万元；

公司股权结构如下：

股东姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资方式	持股比例
樊海军	30万元	30万元	货币加实物	96.77%
张丽丽	1万元	1万元	货币	3.23%
合计				100.00%

经营范围为待资质核发后核定经营范围，现不得从事生产经营活动。

经营期限：2007 年 4 月 13 日至 2007 年 9 月 12 日；

内蒙古证字联合会计师事务所于 2007 年 4 月 12 日出具了编号为内证字【2007】验字第 21 号《验资报告》。内蒙古正源华正资产评估事务所于 2007 年 4 月 3 日出具了内源华正评字【2007】第 09 号《评估报告》。

公司于 2007 年 5 月 15 日取得内蒙古自治区旅游局核发的编号为 L-NMG-GN00584 《国内旅行社业务经营许可证》。许可经营业务为国内旅游业务。许可证有效期至 2010 年 5 月 15 日。

(二) 第一次变更 2007.6.20

住所地第变更为呼和浩特市回民区光明路呼运商住小

区 1-3-8 号；

经营范围变更为国内旅游业务（有效期至 2010 年 5 月 15 日）；经营期限变更为 2007 年 4 月 13 日至 2027 年 4 月 12 日。

（三）第二次变更 2010.6.12

经营范围变更为：（一）入境旅游业务；（二）国内旅游业务；

公司于 2009 年 10 月 27 日取得内蒙古自治区旅游局核发的编号为 L-NMG00441 的《旅行社业务经营许可证》。许可经营业务：（一）；入境旅游业务；（二）国内旅游业务

（四）第三次变更 2012.3.8

注册资本金变更为 200 万元；

股权结构变更如下：

股东姓名	出资额	出资方式	持股比例
樊海军	199万元	货币	99.5%
张丽丽	1万元	货币	0.5%
合计			100.00%

呼和浩特市中海信会计师事务所于 2012 年 3 月 8 日出具编号为呼中海信验字第 1203-08-1 号《验资报告》；

（五）第四次变更 2012.3.12

公司住所地变更为：呼和浩特市回民区光明路金园东区商业楼 13A 号楼 4 层 1041 号房。

（六）第五次变更 2012.5.15

公司名称变更为内蒙古中商旅行社有限责任公司；住所地变更为呼和浩特市赛罕区新华东街 78 号 1 号楼 1 单元 5 层 512 号；法定代表人变更为邢志艳；执行董事变更为邢志艳；股东及股权结构变更如下：

股东姓名	出资额	出资方式	持股比例
------	-----	------	------

股东姓名	出资额	出资方式	持股比例
邢志艳	102万元	货币	51%
王秉稷	98万元	货币	49%
合计			100.00%

(七) 第六次变更 2012.7.1

公司住所地变更为呼和浩特市新城区建设街 47 号英泰公寓小区 1 号楼 2 层 1028 号。

(八) 第七次变更 2013.11.14

公司经营范围变更为，许可经营项目：（一）入境旅游业务；（二）国内旅游业务；一般经营项目：旅游招徕、咨询服务、会议服务。

(九) 第八次变更 2014.11.3

公司名称变更为内蒙古中商国际旅行社有限责任公司。经营范围变更为许可经营项目国内旅游业务；入境旅游业务；出境旅游业务；一般经营项目：旅游招徕、咨询服务、会议服务。

(十) 第九次变更 2014.12.15

公司经营范围变更为许可经营项目国内旅游业务；入境旅游业务；出境旅游业务；一般经营项目：旅游招徕。

(十一) 第十次变更 2015.5.8

公司住所地变更为内蒙古呼和浩特市新城区兴安北路鼎盛华世纪广场 14010 室。

公司于 2015 年 7 月 7 日取得内蒙古自治区旅游局核发的编号为 L-NMG-CJ0065 的《旅行社业务经营许可证》。许可经营业务：（一）入境旅游业务；（二）国内旅游业务；（三）出境旅游业务。

(十二) 第十一次变更 2015.10.9

公司执行董事变更为刘俊丽，股权结构变更如下：

股东姓名	出资额	出资方式	持股比例
邢志艳	102万元	货币	51%
刘俊丽	98万元	货币	49%
合计			100.00%

（十三）第十二次变更 2016.11.18

住所地变更为呼和浩特市金桥开发区阿拉坦大街北侧达尔登北路东侧金桥电子商务产业园区 7033-70355 号。

（十四）第十三次变更 2016.12.26

公司主管机构变更为呼和浩特市工商局；公司名称变更为内蒙古中商国际旅行社股份有限公司；经营范围变更为国内旅游业务；入境旅游业务、出境旅游业务（凭《旅行社业务经营许可证》经营）。旅游招徕；旅游规划设计；旅游信息咨询，旅游策划和营销，文化旅游投资咨询。

二、公司文化建设

（一）公司理念：

旅游文化入口公司，我们旨在构建未来的旅游文化行业生态系统。我们的愿景是让与旅游文化相关联的客户相会、工作和生活在中商文化旅游联盟，并获得持续发展。

（二）公司目标： 在提高市场占有率的前提下，服务文化旅游行业相关体，通过管理创新、技术创新和模式创新来持续提升企业效益。

（三）公司的使命： 以建立旅行社行业标准和信用体系为己任，服务并促进行业发展，为消费者创建良好的旅游消费环境，为从业者提供良好的运营环境。

（四）商业理念： 渠道至上，终端为王，服务大众，成就自身。

（五）公司愿景：

- 专职服务于旅游文化行业的阿里巴巴！
- 有大量地面连锁实体店服务的旅游阿里巴巴！
- 有持续循环供给功能的良性旅游业生态圈！

三、中商国旅大事记

目前中商国旅已建成呼和浩特地区地面渠道覆盖最多的互联网旅游服务商，拉动就业 150 人，推动更多的旅游交易实现。实践证明中商国旅的旅游运营模式在内蒙古地区可以“生根发芽”。

1、中商国旅互联网交易系统 2.0 通过旅游业供求双方实践考核，经过磨合期，符合用户运营习惯，可以助力旅游业快跑。

2、中商国旅 O2O 模式从内蒙古 1400 多项目中脱颖而出，成为唯一一个获奖的旅行社企业，获得内蒙古创业大赛三等奖，并获得 1190 万资本风投意向。同时成为代表内蒙古参加团中央全国创业大赛决赛的最后 6 个项目之一。

3、中商国旅成为入住内蒙古高新孵化园区的唯一旅行社企业。

4、2016 年 10 月 16 日启动“智慧旅游”公共服务示范体系：政校企共计投入约 1000 万，目前建成自治区首个产

学研一体的 600 平米智慧旅游孵化基地，市内 100 个智能旅游咨询终端。2 到 3 年完成覆盖内蒙古的智慧旅游软件部分硬件建设。

5、启动中商国旅旅游文化集团建设工作：按照“三板”要求规划运营管理、使新中商国旅一开始就符合上市企业的财务管理和运营要求。

6、2015 年 11 月 6 日，内蒙古股权交易中心青创板挂牌，股权代码：Q0006 中商国际 2015 年年底：中商国旅经团委、内蒙古晨报、工商联合力推介，百姓投票荣获“呼和浩特十大民营企业”美誉。

新年初始：中商国旅不忘社会责任，联合“雷蒙公益”第三次发起旅游扶贫公益爱心活动，累计向土旗把什乡、贾力更小学 20 名贫困孩子捐款捐物 20000 多元，同时为推动土旗乡村游做努力。

7、启动 2015 重点研发课题：内蒙古智慧旅游。智慧旅游，也被称为智能旅游。就是利用云计算、物联网等新技术，通过互联网/移动互联网，借助便携的终端上网设备，主动感知旅游资源、旅游经济、旅游活动、旅游者等方面的信息，及时发布，让人们能够及时了解这些信息，及时安排和调整工作与旅游计划，从而达到对各类旅游信息的智能感知、方便利用的效果。

内蒙古中商国际旅行社的全体员工秉承前身旅行社的

优良传统，锐意进取、不断更新，在内蒙古旅游市场以崭新的面貌与领先的服务体系不仅为公司的新老客户提供最优质的旅游服务，也为旅游同仁搭建起一条快速、便捷的服务桥梁，为内蒙古的旅游市场提供新的生命活力因素，为行业体系创建有效的能动机制。

第四章 公司董事、监事、高级管理人员及核心团队介绍

一、公司董事、监事、高级管理人员基本情况

姓名	性别	职务	身份证号
刘俊丽	女	董事长	152624197406230026
邢志艳	女	董事	152624197002102722
罗燕	女	董事	152827197710110045
赵婷	女	董事	150125199402234229
张霞	女	董事	152624199204053024
王亚晶	女	监事会主席 (职工监事)	152626198501260124
梁龙	男	监事	152630198802285215
张娟娟	女	监事	150123198502080645

二、公司主要成员介绍

刘俊丽，女，1974年6月23日生，现任内蒙古中商国际旅行社股份有限公司董事长。内蒙古旅游行业协会会长；高级经济师；民盟党员；工商管理学硕士（MBA）；呼和浩特青联委员，高盛集团清华经管院全球万名创业女性援助对象。

邢志艳，女，1970年2月10日生，现任内蒙古中商国际旅行社股份有限公司总经理；大学本科；行业从业10年以上，具有扎实的行业运营经验，丰富的财务管理经验，擅长成本控制。

罗燕，女，1977年10月11日生，现任内蒙古中商国际旅行社股份有限公司主管会计；大学本科，行业从业经验10年，专业知识丰富，擅长利润核算及成本管理。

赵婷，女，1994年2月23日生，现任内蒙古中商国际旅行社股份有限公司计调主管；大学本科，行业从业经验5年，主要负责国内、出境游中长线操作。

张霞，女，1992年4月5日生，现任内蒙古中商国际旅行社股份有限公司销售渠道主管，大学本科，行业从业经验3年，主要负责公司销售渠道拓展及维护工作。

王亚晶，女，1985年1月26日生，内蒙古中商国际旅行社股份有限公司监事会主席，职工监事，大学本科学历。有丰富的财务管理经验，擅长成本控制。

梁龙，男，1988年2月28日生，现任内蒙古中商国际旅行社股份有限公司产品研发采购经理，大学本科，行业从业经验8年，负责公司全线产品采购及供应商管理。

张娟娟，女，1985年2月8日生，现任内蒙古中商国际旅行社股份有限公司商务部经理，大学本科，行业从业经验10年，负责公司销售及异业合作项目洽谈。

在尽职调查的过程中，我们与团队部分人员进行了沟通交流，我们认为，公司的董事、监事、高级管理人员及核心团队大部分具有丰富的行业从业经验，具备管理和从业能力，能够管理和保持旅游业务的稳定和快速发展。作为公司的核心团队成员，不仅从业经验丰富，同时“以老带新”更有利于公司的业务承接他长远发展。也正是因为有了这样一批优秀的工作团队的成员，使得内蒙古中商国际旅行社股份有限公司在旅游行业中求得稳步发展。为广大的旅行者提供了高品质的旅游服务。

三、董事、监事、高级管理人员及核心团队持股情况

姓名	性别	职务	身份证号	股权金额	股权比例
邢志艳	女	总经理	152624197002102722	102 万元	51%
刘俊丽	女	董事长	152624197406230026	98 万元	49%

第五章 行业情况、公司业务及市场竞争

力分析

一、旅游行业基本情况

旅游业具有“无烟产业”和“永远的朝阳产业”的美称，它已经和石油业、汽车业并列为世界三大产业。旅游业一般分为国际旅游业和国内旅游业。国内旅游业是为国内旅游者服务的一系列相关的行业，它关系到国内游客、旅行方式、膳宿供应设施和其它各种事物，改革开放以来，我国的旅游业有了非常迅速的发展，随着市场经济的发展和人民收入水平的进一步提高，人民对旅游消费的需求将进一步上升，国内旅游业在国民经济中的地位和作用越来越重要。

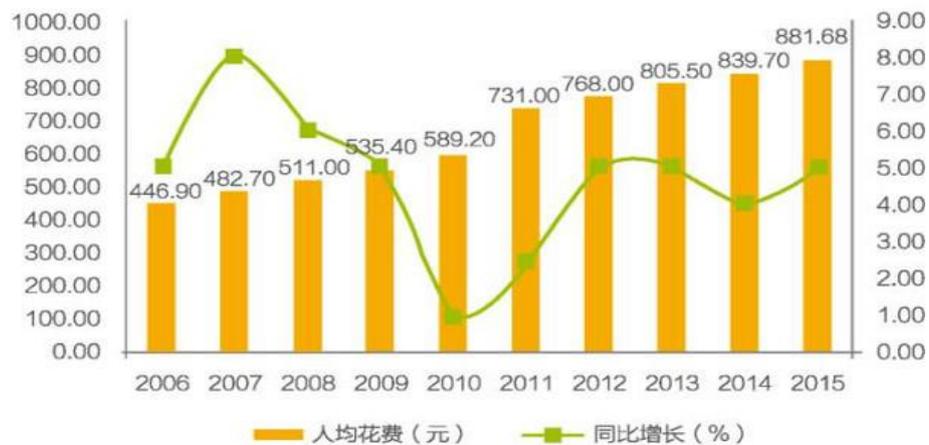
国内游市场是全国旅游市场的主力军，无论从人数还是贡献的旅游收入来看，都是旅游业主要的增长点（以下数据来源前瞻产业研究院）。2015年，国内旅游人数达到40亿人次，成为全球最大的国内旅游市场。入境旅游约1.33亿人次，出境旅游约1.2亿人次。旅游直接就业2798万人，旅游直接和间接就业7911万人，占全国就业总人口的10.2%。旅游人数的增多和人均旅游花费的提升是旅游业蓬勃发展的主要原因。2014年，全国国内旅游出游人均花费839.7元，同比增长4.00%；2015年，人均花费约为881.6元，同比增长5.00%。

2005-2015年国内旅游人数增长情况（单位：亿人次，%）



资料来源：前瞻产业研究院整理

2006-2015年国内旅游人均花费及增长率（单位：元，%）



资料来源：前瞻产业研究院整理

（一）入境旅游

2015年，我国入境旅游总人次为13382.04万人次，同比增长4.14%。其中，外国人2599万人次，下降1.4%；香港、澳门和台湾同胞10783万人次，增长5.6%。在入境游客中，过夜游客5689万人次，增长2.3%。国际旅游收入1137亿美元，增长7.8%。国内居民出境12786万人次，增长9.7%。其中因私出境12172万人次，增长10.6%；赴港澳台出境8588万人次，增长4.4%。

2015年全年国内旅游接待总量达到40亿人次，国内旅游总收入3.43万亿元，分别较上一年增长10.0%和13.2%。休闲度假和观光旅游并重的局面初步显现，国内居民出游意愿调查结果显示，休闲、度假超过观光、增长见识成为第一大出游目的。入境旅游在近三年来首次出现增长，预计全年接待入境旅游1.33亿人次，较上一年增长4%，入境旅游外汇收入1175.7亿美元，同比增长0.6%。从客源的外汇收入贡献来看，外国人和香港同胞入境旅游外汇收入占我国入境旅游外汇总收入的80.95%；台湾同胞入境旅游外汇收入占比达12.45%；澳门同胞入境旅游外汇收入相对较少，占比仅为6.60%。

（二）出境旅游

从出境市场看，中国是全球增长最快的客源输出国之一，已成为世界第一大出境旅游消费国。2014年，中国大陆公民出境旅游人数突破1亿人次，达到了1.09亿人次，2015

年上升为 1.2 亿人次，比 2005 年的 3102.60 万人次增长了 3.87 倍。中国正式开展公民出国(境)旅游业务是在 1997 年，正式开放的出境旅游目的地只有泰国、新加坡、马来西亚、菲律宾四国和香港、澳门两个特别行政区。截至 2016 年 6 月 1 日，中国公民出境旅游目的地国家和地区已达 122 个。

数据显示 2015 年港澳台以 1.2 亿的关注度排行第一；东南亚紧随其后，关注度为 1.1 亿；欧洲地区增长较快，关注度为 1.0 亿，排在第三名。近日，国内最大的在线旅游公司携程旅行网，对外发布了 2016 “中国游客最值得去的出境旅游目的地”榜单。其中包括“2016 十大人气出境目的地榜单”，日本、泰国、美国、英国、澳洲、越南、加拿大等目的地上榜。

2005-2015年中国出境旅游人数情况表（单位：万人次，%）

年份	出境人数（万人）	同比增长%
2005年	3102.60	7.50
2006年	3452.36	11.30
2007年	4095.40	18.60
2008年	4584.44	11.90
2009年	4765.63	4.00
2010年	5738.65	20.40
2011年	7025.00	22.40
2012年	8318.27	18.40
2013年	9818.52	18.00
2014年	10700.00	8.98
2015年	12000.00	12.15

资料来源：中国旅游局 前瞻产业研究院整理

（三）十一黄金周旅游

全国假日办数据显示，2015 年中秋国庆黄金周期间，全国共接待游客 5.26 亿人次，比上年同期增长 10.70%。国庆假期旅游，游客出行需求多样化，城市休闲、乡村旅游、文化旅游、红色旅游最受欢迎，散客自驾游、自由行成为主流。旅游拉动消费作用明显。

全国假日办数据显示，2015 年中秋国庆黄金周期间，实现旅游收入 4213 亿元，增长 17.9%；其中在已经公布收入数字的 15 个省区市中，山东省以 392.1 亿元列旅游总收入排行榜第一名，四川省成为接待游客总数最多的省份，达 5349.76 万人次。根据排行榜中的数据显示，6 省旅游总收入超过 200 亿元，分别为山东省、四川省、河南省、山西省、陕西省和湖南省。

2005-2015年“十一”黄金周旅游人数及增长率情况表（单位：万人次，%）

年份	接待游客总人数（万人）	同比增长%
2005年	11100	9.90
2006年	13300	19.82
2007年	14600	9.77
2008年	17800	21.92
2009年	22800	28.09
2010年	25400	11.40
2011年	30200	18.90
2012年	42500	40.73
2013年	42800	0.71
2014年	47500	10.98
2015年	52600	10.70

资料来源：全国假日办 前瞻产业研究院整理

2005-2015年“十一”黄金周旅游收入及增长率（单位：亿元，%）

年份	旅游收入（亿元）	同比增长%
2005年	463	16.62
2006年	559	20.70
2007年	642	14.85
2008年	796	23.99
2009年	1007	26.51
2010年	1166	15.79
2011年	1458	25.04
2012年	2105	44.38
2013年	2233	6.08
2014年	2453	9.85
2015年	4123	17.90

资料来源：全国假日办 前瞻产业研究院整理

（四）旅游景区基本情况

2016年3月，我国景区数量已达26000多家，依次被划分为五个等级，从高到低依次为5A、4A、3A、2A、A级旅游景区。

从2006年至2015年我国国内旅游业的总收入从8935亿增长到了超过4万亿的规模，十年间实现了4.48倍的增长，出游人次则由13.9亿增长到了41亿，增长了近3倍。在国内旅游业高速增长的推动下，全国景点门票的收入规模也持续、快速增长。研究机构BigData-Research数据显示，2015年度全国旅游景点的门票收入规模达到了1037.9亿元，出游人次达到了10.4亿，其中，在线门票的收入规模达到了86.5亿，渗透率9.1%。

国家旅游局公布的《中国旅游景区发展报告(2016)》显示，截至2015年底，全国共有各类旅游景区26000家，其中，5A级旅游景区200多家。目前，我国旅游景区主要以自然类和历史文化类景区为主。截至2011年底，各类旅游景区数量及其占比情况如下表所示。

中国旅游景区构成情况（单位：家，%）

景区类型	数量（家）	占比（%）
自然景观类景区	4801	22.89
历史文化类景区	3971	18.93
度假休闲类景区	2144	10.22
主题游乐类景区	970	4.62
博物馆类景区	1716	8.18
乡村旅游类景区	4980	23.74
工业旅游类景区	687	3.28
红色旅游类景区	1280	6.10
科技教育类景区	302	1.44
其他类型景区	125	0.60

资料来源：国家旅游局 前瞻产业研究院整理

（五）旅游消费与业态分析

2005-2015年间，城镇居民和农村居民的出游人数都呈上升态势。其中城镇居民出游人数增幅较大，2015年比2005年增长了5倍之多；农村居民出游人数增长比较缓慢，2015年为12.12亿人次，比2005年增长了69.27%。2005-2015年，城镇居民人均旅游花费和农村居民人均旅游花费均呈增长态势。2015年城镇居民人均旅游花费为1016元，同比增

长 4.2%;农村居民人均旅游花费为 574.7 元,同比增长 6.39%。从下表可以看出,城镇居民人均旅游花费在 2008 年经济危机期间下滑明显,近几年在稳步回升;农村居民人均旅游花费受经济危机影响不明显,一直呈稳步上升态势。从出游目的来看,城镇居民的观光游览、探亲访友和休闲度假的占比分别为 29.5%、28.9%和 23.7%;而农村居民的观光游览和休闲度假占比仅为 18.5%和 15.6%,探亲访友仍是农村居民出游的首要目的,占比达 42.4%。从这一层面来讲,旅游对于城镇居民而言已经成为生活中的一项日常活动,而农村居民尚难言旅游大众化时代的到来。

旅游消费阶梯性增长导致旅游市场呈现多层次协同发展的新格局。随着旅游消费阶梯性分布的特点越来越明显,处于不同梯度的游客需求差异逐渐加大,旅游市场显现出高、中、低端市场协同发展的新格局。从游客数量的角度来看,高、中、低端市场潜在游客数量逐层增长,呈正金字塔形分布;从消费能力的角度来看,高、中、低端市场旅游消费支出逐层递减,呈倒金字塔形分布。

(六) 高端旅游市场分析

1、度假游市场分析

度假游相对于传统的观光游,更强调休息、娱乐和享受,而不再以景区参观游览为主要内容。形式包括高尔夫、温泉度假、邮轮旅游等。此外,度假游对配套设施、服务质量、

娱乐方式等要求较高。

2、出境旅游市场分析

由于我国国内高端旅游产品供给贫乏，品质上也难以满足高端游客的需求，因此出境游往往成为高端游客的首选。2005-2015年，我国出境游客由3102.6万人次增长到12000万人次。我国已成为世界第四大客源输出国，出境游市场空间相当广阔。

3、商务会展游市场分析

商务会展旅游简称MICE，是基于展览、会议、奖励旅游等商务活动而引致的旅游消费。与公民旅游相比，商务会展旅游定位于高端旅游市场。其目标客户群具有消费能力最强、价格敏感性低、受季节性影响小等特点。

（七）中端旅游市场分析

1、休闲度假游市场分析

休闲度假游相对于单纯的观光游，更强调休闲娱乐的元素，单一景区游览已无法满足游客需要，游客往往希望能够通过单一旅游目的地实现“吃、住、行、游、购、娱”全套要求。“深挖一口井”、对景区进行纵深开发以成为景区类上市公司产业升级的重要环节。相对于观光型旅游目的地，休闲度假游客消费能力更强、重游率更高，景区盈利能力也相应更强，未来有望成为单纯观光型景区转型的新方向。

2、自驾游市场分析

近年来，我国各地高速公路网逐渐完善，高速公路里程迅速增长，明显改善了游客的出行条件，为自驾游提供了发展的良机。与此同时，伴随居民生活水平的提升，汽车产销量逐年增长，自驾游已经成为选择量较大的出游方式。

3、自由行市场分析

中端旅游市场的游客出游经验比较丰富、对旅游品质有更高的要求，因此他们不再满足于旅行社的线路限制，更希望按照自己的意愿安排。他们多采用自助旅游方式，以年轻人为主，喜欢选择一些小众的富有挑战性的景区，在旅游中更注重精神世界的体验而非纯粹的物质满足。同时，中端旅游者大都受过良好教育，将旅游视为一种生活方式，旅游审美能力强，对于旅游产品的体验独特，对于大众旅游市场具有一定的引领作用，重游率高，多属于潜力市场。

高、中、低端旅游市场分化发展的同时，各市场内部的旅游业态也在悄然变革，传统业态在升级，新兴业态逐渐崭露头角。

（1）传统业态升级

随着城镇化加速、居民收入水平提高和消费结构的转变，我国传统的高、中、低端旅游市场的消费需求正在发生变化，无论是消费人群、消费理念、消费方式等都呈现出新的特点。在这种情况下，各级市场的传统业态也在积极做出反应，来迎合新的市场需求。总体来看，传统业态有以下发

展趋势：整合业态内部优势资源，由粗放式扩张向集约式增长转变；在新的市场需求刺激下，寻求业务突破点，积极转型。

（2）新兴业态快速成长

在新环境下，一些新兴业态如邮轮旅游、免税业、自由行、旅游文化演艺等开始兴起。一方面，我国经济和社会的发展，已经催生了新兴业态生长的土壤；另一方面，新兴业态的政策空间逐步打开。从目前新兴业态的发展来看，呈现出蓬勃发展之势，未来发展空间巨大。

2016-2021 年旅游业发展前景预测

（八）旅游人数将加速增长

2016 年作为“十三五”的开局之年，我们可以预测：国内旅游 43.8 亿人次，增长 9.5%；旅游入出境 2.63 亿人次，增长 5%，其中入境 1.37 亿人次，增长 2.5%；出境 1.26 亿人次，增长 8%。国内旅游收入 3.8 万亿元，增长 11%；国际旅游收入 1210 亿美元，增长 6.5%；旅游总收入 4.55 万亿元，增长 10%。旅游投资达到 1.2 万亿元，同比增长 20%，旅游直接就业 2816 万人，直接和间接就业合计 7943 万人，占全国就业总人口的 10.23%。

（九）人均旅游花费将持续增长

如下图，根据前文分析的“2006-2015 年中国国内旅游人均花费及增长率”，利用多项式回归进行预测分析，

2016-2021 年中国国内游客人均旅游消费将保持逐年增长态势，增长率将保持在 5%以上，2017 年中国国内游客人均旅游消费将达到 990.56 元。

2016-2021年中国国内游客人均旅游消费及增长率预测
(单位: 元, %)



资料来源: 国家旅游局 前瞻产业研究院整理

(十) 居民旅游消费倾向将提升

居民收入的增长、家庭结构的变化、时间的增多，交通的便捷、营销的诱导等都将提升居民的旅游消费倾向。依据对城乡居民出游率变化的分析，2016-2021 年中国城镇及农村居民出游率将保持逐年增长态势，2017 年中国城镇及农村居民出游率将分别达到 4.53 次/年和 2.29 次/年。

（十一）中西部旅游成长性优于东部

相对于东部地区，中西部人均 GDP 水平(基本超过 2000 美元)和旅游业占 GDP 比重明显偏低，但 GDP 总量和旅游总收入已经出现领先增长的势头，城乡居民可支配性收入增速基本接近，这实际表明区域经济结构优化调整已见成效，经济基础对旅游业的贡献力度上升，中西部居民基本旅游需求形成，消费结构进入升级阶段。随着国家经济和产业重心继续转移，中西部旅游业在国民经济中的地位将更加突出。

（十二）线上旅游消费将继续渗透

在“互联网+”的影响下，传统产业互联网化的趋势日益明显。在线旅游作为旅游行业互联网化的先锋队，近年来保持着强势的发展势头。前瞻产业研究院《2016-2021 年中国在线旅游行业发展前景预测与投资战略规划分析报告》数据显示，2015 年上半年，我国在线旅游总交易规模为 1654.8 亿元，同比增长 35.6%。2015 年上半年在线旅游渗透率为 8.9%，互联网旅游产业仍有较大的发展空间。

报告预测，2016 年线上旅游消费将继续渗透，在线旅游行业将保持高速增长。同时旅游行业线上线下融合的趋势将继续加强。伴随着互联网的发展，旅游消费者对线上购买线下体验模式的认同越来越高，而且线上平台还能记录、分享消费者的旅游体验。旅游产业加速线上线下融合的趋势，将对提升旅游产业的服务品质有较大的促进作用。

携程网 2016 年元旦期间提供的一份数据显示，海内外门票、一日游、演出、Wifi 等当地碎片化玩乐项目需求爆增。携程当地玩乐项目预订人数比去年增长超 300%，大部分都是通过 APP 预订。可以说互联网对旅游的渗透已经成为旅游业的“新常态”，互联网与旅游的结合无疑将更加紧密。

2015 年的周边游市场，用户在预订方式上发生了明显的变化，逐渐从 PC 端转移至移动端，移动端占比由年初的 50% 上升至 70%；手机客户端已经成为周边游最主要的预订方式，更加便利的预订手段让周边游的预订量激增。

二、内蒙地区旅游行业情况

内蒙古得天独厚的自然资源和浓郁的民族风情积淀了丰富的旅游文化资源，随着我国全面建成小康社会的加速推进，作为资源消耗低、带动作用大、就业机会多、综合效益好的旅游业，在经济社会发展中的作用日益凸显，已成为国民经济新的增长点。内蒙古自治区凭借独特的区位优势和国家新一轮西部大开发战略的深入实施，使旅游业步入了全新的历史发展轨道，彰显了勃勃生机，其特色鲜明、活力四射的旅游业已成为内蒙古经济转型、焕发活力的新名片。

内蒙古的旅游业经过多年的培育发展，旅游基础设施和旅游条件得到显著改善，目前已取得初步成绩，形成了以呼和浩特、包头、海拉尔、满洲里、赤峰等城市为中心的热点旅游地区，推出了草原、沙漠、森林、边境、民族风情、文

化遗迹等独具特色的旅游项目，吸引了海内外大量游客。“十二五”期间，全区旅游业得到了快速发展，主要呈现出以下五个特点：

（一）旅游景区数量稳步上升

“十二五”末，全区 A 级景区 318 家（5A 级 2 家，4A 级 81 家），同比增加 113 家；旅行社 936 家（组团社 68 家、边境社 34 家、赴台社 7 家），同比增加 235 家；星级饭店 335 家（5 星级 10 家，4 星级 39 家），同比增加 73 家；休闲农业与乡村旅游示范县 20 个，其中国家级 6 个，自治区级 14 个；休闲农业与乡村示范点 83 个，其中国家级 17 个，自治区级 66 个；国家级生态旅游示范区 3 家；星级家庭旅游接待户 462 家；旅游企业集团公司 20 家；旅游商品企业 402 家；旅游运输企业 35 家。

（二）旅游景区质量不断提升

旅游基础设施和旅游条件得到显著改善，旅游基地建设步伐明显加快，五年累计争取国家旅游发展基金 1.2 亿元，中央预算内旅游基本建设资金 2 亿元；累计安排自治区旅游发展资金 4.91 亿元，争取自治区预算内旅游基本建设资金 7800 万元，累计完成投资 1200 亿元，初步形成精品景区与全域旅游示范区、生态旅游示范区、研学旅游示范基地的综合创建体系。

（三）旅游收入逐年增加

“十二五”期间，全区累计接待游客 3.42 亿人次，比“十一五”增长 194%，年均增速 12%；完成旅游业总收入 7482 亿元，比“十一五”增长 300%，年均增速 26%。两项指标均提前、超额完成了“十二五”规划目标。

（四）旅游精品路线逐步成型

内蒙古依托自己拥有的资源优势，初步构建了呼伦贝尔——兴安盟草原、森林、冰雪生态旅游线路，锡林郭勒——克什克腾——喀喇沁草原风情、地质奇观旅游线路，呼和浩特——包头——乌兰察布——鄂尔多斯民族历史文化旅游线路，阿拉善大漠风情旅游线路四条旅游精品线路。这些旅游精品的逐步形成，为推动自治区旅游资源优势转化为产品优势，进而形成经济优势起到了推动作用。

（五）旅游产品种类逐步增多

内蒙古旅游产品种类正趋于多样化，产品内涵不断丰富，不仅有观光、度假、休闲、娱乐等传统旅游产品，一些新的旅游产品如城市休闲观光、沙漠探险、工农业观光等正在形成规模，并不断发展壮大，产品内容不断增多，产品文化含量显著提高。另外，由于冰雪景观、口岸观光、森林探险等产品的开发，加之“十一”、“春节”等旅游长假的影响，内蒙古旅游季节正在向两端延长，由原来的四个月左右已逐步扩展到现在的六个月，甚至七个月左右的时间。

（六）内蒙古旅游市场结构

针对本地客户及外地客户需求，丰富产品库中的产品类型及线路 sku 数（指的是旅游产品线路种类）。

目的地	占比	出行方式	占比	旅游时间	行程时长	交通距离	交通工具	旅游频率	人均消费	业务构成
出境	30%	纯跟团	60%	黄金周、休假、非工作期间	5天以上	1000km以上	以飞机为主	低	高	跟团+自助
		半跟团	20%							
		自由行	20%							
国内中长线	50%	纯跟团	50%	黄金周、小长假、休假、非工作期间	3-7天	300-2000km	飞机、高铁、动车、汽车、自驾	中	中	跟团+自助
		半跟团	20%							
		自由行	30%							
国内周边	20%	纯跟团	40%	周末、节假日、休假、非工作时间	1-3天	300km以下	高铁、动车、汽车、自驾、骑行	高	低	门票+自助+跟团+酒店
		半跟团	20%							
		自由行	40%							

1、出境产品

据官方统计内蒙古自治区内人口总计约为 3000 万，人均护照持有率不足 10%，随着人均消费水平的提升，出境游旅游消费人次明显提升，内蒙古出境旅游市场具有较大的市场开拓空间。

年龄维度：26-35 岁的 80 后人群是出境游客户的重要组成部分，占比达到 35%。18-25 岁年龄段 90 后客群同比增长迅猛，增速近 400%。此外，18 岁以下、56 岁以上游客出游人次同比增长达到 246%和 173%，表明有更多的客户愿意让孩子和父母出境“看世界”。

目的地：亚洲周边国家，如泰国、日本、韩国、印度尼西亚、马尔代夫、越南地区仍是出境游的首选，同时客户对欧洲、美洲、澳洲、美国、法国、意大利、新加坡等远距离

目的地的热情日益提升；热门出境海岛分别有普吉岛、巴厘岛、马尔代夫、济州岛、长滩、塞班、沙巴、苏梅、毛里求斯、冲绳。

出游方式：出境游选择跟团方式的出游人次占比过半，跟团游仍是出境游主流。许多初次出境或出境次数较少、在语言沟通上存在障碍的客户习惯选择跟团出游，同时一些自助游客户也会由于体验不佳等原因重新选择省心省力的跟团方式。

出境游时长：4-6 天行程最受客户欢迎，出游人次占比为 58%，其次为 7-10 天行程，出游人次占比为 26%。超过半数的用户选择年假期间出行，一是年假时间长度可以自己把控，客户可与小长假或周末拼假，有更充分的时间游玩；二是年假出行可错峰其他节假日，游客更少，出境游体验更佳。从出游人数看，出境游 2-4 人出行的比例较多，多以家庭、情侣、朋友等为主。由于签证、出游行程规划等因素影响，出境游预订需要花费更多时间。提前一两个月预订出境游的客户占比超过 30%。实行免签、落地签等签证利好，出境游决策及预订时间将缩短很多。

2、国内中长线、周边游产品

目前内蒙古客户国内游及周边游的市场份额占比 50%以上，增幅略低于出境游。同时，自助游成为客户出行的主要旅游方式。国内中长线的热门地点：丽江、三亚、大理、昆

明、迪庆、杭州、阿坝、北京、厦门、成都等。周边游热门地点：山西、陕西、银川、西安、河北、北京、内蒙古自治区内。

（七）内蒙古旅游业的发展机遇

旅游业作为现代服务业的重要组成部分，当前旅游消费正在成为大众消费，旅游业正在成为战略性产业和人民群众更加满意的现代服务业。从政策发展环境看，自治区党委关于“体现草原文化、独具北疆特色的观光、休闲度假基地”的定位，自治区政府《关于促进旅游投资和消费加快旅游业改革发展的实施意见》的出台，以及自治区党委、政府对旅游业的高度重视，为旅游业发展提供良好环境。从经济社会发展需求看，新常态下，自治区转方式、调结构的需求，供给侧结构性改革的需求，提高消费对经济增长的贡献度的需求，保生态、惠民生的需求，都离不开旅游业这个与 110 多个行业关联的综合性产业的拉动。从发展空间看，全区的高 A 级旅游景区，高星级酒店以及旅游人数和收入在全国的排位都还比较低（第 25 位和 22 位），上升和发展空间巨大；游客在内蒙古平均停留天数、人均天花费、游客出游率都低于全国平均水平，旅游消费增长需求潜力大。从发展条件看，全区得天独厚的草原、森林、沙漠、冰雪、河湖、湿地、温泉、地质奇观、中俄蒙口岸、民俗历史文化等十大旅游资源，发展资源基础十分扎实。

三、旅游行业相关支持政策

（一）《国务院关于加快发展旅游业的意见》

2009年12月国务院下发的《国务院关于加快发展旅游业的意见》（国发[2009]41号）明确提出：“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”；“促进区域旅游协调发展，中西部和边疆民族地区要利用自然、人文旅游资源，培育特色优势产业”。

（二）《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》

2012年2月中国人民银行联合国家发展和改革委员会、国家旅游局、银监会、证监会、保监会、国家外汇管理局发布《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》提出：“加强和改进旅游业金融服务，支持和促进旅游业加快发展，既是金融部门落实服务业大发展战略和促进经济发展方式加快转变的重要举措，也是金融服务实体经济的重要体现”。

“支持旅游资源丰富、管理体质清晰、符合国家旅游发展战略和发行上市条件的旅游企业上市融资；积极支持已上市旅游企业通过合适的方式进行再融资或者利用资本市场进行并购重组做大做强；加强证券交易所、保荐机构等相关机构对旅游企业进行发行上市的辅导培育等工作”。

（三）《国民旅游休闲纲要（2013-2020年）》

《纲要》提出到2020年，职工带薪休假制度基本得到落实，城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长的发展目标，并提出大力发展旅游业、扩大旅游消费的几大措施：

1、落实带薪休假制度，鼓励机关、团体、企事业单位引导职工灵活安排全年休假时间。

2、大力推进国民旅游休闲基础设施建设。加强国民旅游休闲产品开发与活动组织。

3、要加大政策扶持力度，逐步增加旅游休闲公共服务设施建设的资金投入。

4、鼓励社会力量投资建设旅游休闲设施，开发特色旅游休闲线路和优质旅游休闲产品。落实国家关于中小企业、小微企业的扶持政策。

（四）《关于促进旅游业改革发展的若干意见》

《意见》提出，要增强旅游发展动力，扩张旅游发展空间。在政府扶持旅游消费方面，部署了四大方面的重要举措：

1、切实落实职工带薪休假制度

将带薪年假制度落实情况纳入各地政府议事日程，作为劳动监察和职工权益保障的重要内容。

2、加强旅游基础设施建设

编制全国生态旅游发展规划，加强对国家重点旅游区域的指导。

3、加大财政金融支持

抓紧研究新形势下中央财政支持旅游业发展的相关政策。由政府引导，推动设立旅游产业基金。国家支持服务业、

中小企业、新农村建设等的专项资金。

4、扩大旅游购物消费

实施中国旅游商品品牌建设工程，重视旅游纪念品创意设计，大力发展具有地方特色的商业街区，鼓励发展特色餐饮、主题酒店，研究新增进境口岸免税店的可行性。鼓励特色商品购物区建设，提供金融、物流等便利服务，发展购物旅游。

（五）《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

2015年7月，国务院发布《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，针对增强旅游投资和消费，《意见》提出了6个方面、26条具体政策措施：

1、实施旅游基础设施提升计划，改善旅游消费环境

加强中西部地区建设，连通景区道路、停车场、旅游厕所等建设，规范旅游市场价格和经营秩序等五项内容。

2、实施旅游投资促进计划，开辟旅游消费市场

包括加快自驾车、房车营地建设、大力发展特色旅游城镇、大力开发休闲度假旅游产品、积极推动“互联网+旅游”等七项内容。

3、实施旅游消费促进计划，培育新的消费热点

提升特色旅游商品、积极发展老年旅游、支持研学旅行发展、积极发展中医药健康旅游等四项内容。

4、实施乡村旅游提升计划，开拓旅游消费空间

包括坚持乡村旅游个性化、特色化发展方向、完善休闲农业与乡村旅游配套设施、开展百万乡村旅游创客行动、大力推进乡村旅游扶贫等四项内容。

5、优化休假安排，激发旅游消费需求

包括落实职工带薪休假制度、鼓励弹性作息、鼓励错峰休假等三项内容。

6、加大改革创新力度，促进旅游投资消费持续增长

包括加大政府支持力度、落实差别化旅游业用地用海用岛政策、拓展旅游企业融资渠道等三项内容。

四、旅行社行业分析

旅行社行业是旅游产业中重要的子行业之一。旅行社通过其服务，将上游原本分散繁杂的各个旅游服务要素有机地组合加工，形成满足市场需求的旅游产品，然后销售给下游的旅游消费者。因此旅行社本质上是上下游交易关系的集成商，是旅游产业各要素的中介者和旅游客源的组织者。

（一）旅行社发展历程

旅行社经历了“集中—分散—再集中”的发展路线。通过对1980-2000年和2001-2006年的旅行社行业集中度进行测算及相关研究表明，在行业发展初期，我国旅行社以入境旅游接待为主，而国内游对于旅行社的利用率基本维持在8%以下，因此1980-2000年行业集中度以三大旅行社（国旅、中旅、中青旅）的入境旅游市场份额为测定基数。随着旅行

社规模的不断扩张，寡头垄断的市场格局被彻底打破，2001-2006年行业集中度以国内、国际百强旅行社营业收入占同类旅行社营业收入的比重作为判定标准。我国旅行社的市场格局经历了一个从政策性寡头垄断到垄断竞争，再到目前全面竞争的过程。从20世纪80年代开始中国旅行社业的集中度明显降低。1980年，国旅、中旅、中青旅三大旅行社的市场占有率高达79.6%，1990年这一比例已下降为30.8%，2000年进一步降低到19.5%。2001-2006年，百强国内旅行社业集中度一直徘徊在15%-17%的较低水平，而百强国际旅行社集中度则基本稳定在45%-50%之间。这种集中度的差异主要是由于出入境游市场对旅行社的依存度相对较高，而国内游市场旅游产品趋同、对旅行社的依存度较低。因此与国际旅行社相比，大部分国内旅行社更倾向于采取单一的价格竞争策略，市场份额更加分散。

（二）旅行社的行业分布

近三年来中国旅行社一直呈区域性分布，46%-47%的旅行社主要集中分布在环渤海地区、长江三角洲和珠江三角洲三大区域。其中，该三大区域内的外商投资旅行社数量逐年增加，占全国外商投资旅行社数量的84%以上，并主要集中在北京、上海和广东地区。

（三）旅行社的盈利能力

出境游增长最强，入境游毛利最高。入境游占旅行社收

入比重最小，但毛利贡献最大，比国内游、出境游的毛利率高出 2-3 个百分点。国内游收入占比长期保持在 60%以上，是旅行社收入增长的主要动力。出境游收入比例整体上呈上升趋势，但盈利能力最低，2009 年利润率仅为 6.57%。从近两年的收入结构变化来看，2008 年受北京奥运会的积极影响，入境游收入增速较快，达到了旅行社总收入的 22%。2009 年旅行社出境游收入比重明显提高，而国内游收入占比也较 2008 年提高了近 2%。我们认为，该变化主要是受两方面因素的影响。首先，我国旅游业已从 2008 年金融危机的阴影中走出，进入了全面恢复阶段，直接促进了旅行社公民旅游业务的发展。其次，国民收入水平的提高以及高铁等交通设施的不断完善，间接拉动了我国居民旅游支出和旅行社出境游、国内游收入的增加。

旅行社行业利润微薄，毛利率在 6.5%-7.5%之间波动。其中以国内游、出境游、入境游为主的旅游业务毛利率略低于旅行社行业的总体毛利率，并与行业总体毛利率同向波动。两种毛利率存在数值差异的重要原因之一是大中型旅行社采取了多元化经营策略。以国旅、中青旅为例，大型旅行社在经营旅游主业的同时，还会通过投资免税业、房地产、景区等其他行业获取更高的利润回报，以弥补主营业务毛利率较低对于企业经营发展的不利影响。

由于国内旅行社缺少差异化的旅游产品，旅行社之间以

价格竞争为主，导致行业利润率偏低。因此，提高产品创新能力、开拓新的旅游市场是旅行社在短期内提升盈利空间的关键。

随着个性化消费时代的到来，越来越多的国内旅游消费者已不满足传统的组团出游，而对在线旅游服务的依赖程度逐渐升高，发展旅游电子商务成为了旅行社实现规模化经营的必然选择。从国内外成功旅行社的发展经验来看，旅游业务信息化不仅能够降低旅行社的运营成本，而且改变了传统的服务营销模式，进而有效积聚客户，提高旅行社经营利润。

国家旅游局表示，争取用 10 年时间显著提高信息技术在旅游业中应用的广度和深度，实现旅游企业经营活动的全面信息化。集合了网络信息技术优势与旅行社专业服务能力的“在线旅行社”，将不可避免地成为旅行社行业的未来主流经营模式。目前，领先的在线旅游企业纷纷建立自己的旅行社和目的地接待体系；而传统旅行社则越来越多地建立自己的网络平台。在欧美国家，大约 60% 的休闲旅游和 40% 的商务旅游都是通过线上预订，在我国这个比例只有 5-10%，这意味着我国在线旅行社行业仍有很大的提升空间。

另外，发达国家旅行社行业的历史经验表明，随着大型旅行社集团化程度的提高，旅游集团对产业链进行纵向整合是旅行社业的发展趋势之一。近几年来，国内越来越多的百强旅行社企业采用纵向整合的经营策略，投资于景区经营、

酒店、旅游地产等相关旅游子行业，加强了对上游旅游资源的控制，并实现了旅行社整体盈利能力的提高。另外，“十二五”规划的提出将加速旅游产业链的整合与旅行社行业的结构性升级，旅行社纵向收购兼上下游企业并的趋势也将更加明显。

由于旅行社行业进入壁垒较低，固定资产投资比例相对较小，旅行社的发展将更多依靠品牌、信誉、人员、管理模式等软件方面的竞争优势来体现。

五、中商国旅业务情况

（一）内蒙旅行社情况

根据旅行社统计调查系统统计，截至 2014 年底，我区共有旅行社 903 家，同比增长 0.22%，占全国旅行社数量的 3.49%，其中呼和浩特市旅行社数量最多，为 220 家。经营出境旅游业务的旅行社 56 家，同比增 27.32%；中俄中蒙边境旅行社 34 家，同比增长 17.65%；经营入境、境内旅游业务的一般旅行社 823 家，同比增长 7.60%，经营赴台业务的旅行社 6 家。从地区数量分布看，旅行社数量排名依次为呼和浩特市，呼伦贝尔市，包头市，鄂尔多斯市，赤峰市，兴安盟，满洲里，锡林郭勒盟，通辽，乌兰察布市，巴彦淖尔盟，阿拉善盟，乌海市，二连浩特市。

2014 年度全区旅行社总资产 11.01 亿元，比 2013 年增加了 1.96 亿元。其中，负债 5.88 亿元，比 2013 年增加了

2.23 亿元。所有者权益 5.12 亿元，比 2013 年减少了 0.27 亿元。全部从业人员年平均人数为 6256 人，比 2013 年增加了 1089 人。其中，大专以上学历人数为 5020 人。比 2013 年增加了 740 人。

旅行社营业收入 17.59 亿元，比 2013 年增加了 1.09 亿元。营业成本 15.69 亿元，比 2013 年增加了 1.12 亿元，营业利润 0.14 亿元，比 2013 年减少了 0.05 亿元。旅行社缴纳营业税金及附加 0.12 亿元，比 2013 年减少了 0.03 亿元。

当前，我区旅行社“小、散、弱、差”的状况仍然十分突出，2014 年注销的旅行社达 54 家，申请新设立社的数量较往年下降 30%左右，具体有以下几个特点及原因。一是 2014 年旅行社经营状况呈现上升趋势，利润却比 2013 年有所下降。主要是因为旅游市场竞争激烈，旅游价格下调，旅行社多采取薄利多销的方式，像公务团这样利润空间较大的团队数量极少，组织接待以散客为主，利润空间较小。二是出境旅游异军突起，国内旅游以自驾、自助形式为主。出境旅游价格的回落，黄金周国内景点爆满，人们生活质量的提高，我区与境外直飞航线的开通等原因使得人们将目光投向了出境游。互联网的广泛应用，使得国内旅游多以自驾自助为主。一般旅行社经营惨淡，举步维艰，有实力的申请出境游组团社，没有实力只能退出市场。三是旅行社吸引人才能力有所提高，以前的旅行社有很多是“夫妻店”，2014 年通过

开展全区旅行社重新登记工作，对全区的旅行社进行了摸底登记，对一部分不符合设立规定的旅行社要求限期整改，保证每家旅行社有三名固定导游，出境游组团社的领队必须要有大专及以上学历。

（二）中商国旅业务情况

近年来，呼和浩特市积极扶持和重点发展旅游业，并取得了一定的成绩。根据有关部门 2015 年数据显示，呼和浩特市共有旅行社 224 家，其中年营业收入达到百万以上的 66 家，有 16 家旅行社年营业收入达到千万以上。其中中商国旅 2015 年收入总计 1117.83 万元，处在 16 家旅行社其中之一。其中规模较大的五洲国际旅行社、新世纪康辉国际旅行社、众信国际旅行社 3 家实现营业收入 2.00 亿元，同比增长 19.76%，拉动其他营利性服务业增长 1.55 个百分点。从全市旅游业总体发展速度与水平来看，旅行社企业提升和拓展的空间仍然非常广阔。

内蒙古中商国际旅行社股份有限公司主要开展入境旅游、出境旅游、国内旅游、景区运营四大主营业务，从事招徕和接待外国旅游者、华侨、港澳台同胞来中国大陆境内观光旅游、探亲访友业务；组织省内外各界人士赴境外、港澳地区观光旅游，联系代办商务考察；承接游客赴省内外旅游、考察，开展“内蒙人畅游内蒙古”活动。立足内蒙古省内景区管理链条发展，依托内蒙古旅游行业协会优质资源，提供

景区运营服务、景区市场运作服务、景区品牌建服务及旅游顾问及咨询。本着“人本旅游、悉心服务”的原则，还开展有会议旅游、自驾旅游、留学旅游、专项旅游、商务旅游等多姿多彩的特色旅游服务。承接国内会议，办理国内机票、车票、车辆住宿预订等单项委托项目，并可根据游客的需要，在中国境内外安排精彩的旅游活动及特色旅游项目。

旅游产品交易的低频属性，决定其营销策略的重点是必须通过高频渠道触动客户，以便达成交易。

目前中商国旅加盟店为二十二家，呼和浩特十四家、包头一家、赤峰一家、乌兰察布两家、巴彦淖尔两家、兴安盟一家、鄂尔多斯一家。在册规划师数量为 81 名。涉及各行各业在职人员，属于中商兼职销售队伍。

此外，中商国旅还与国内 ota 平台（途牛、同程）形成常态化合作关系，优化旅游产品长尾效应。利用公司 ets 系统平台，发展移动端，并布局线下渠道，实现 o2o 改造。目前移动端客户 1000 名，意向直营店 3 家。

中商国旅还专为企业、政府部门、机构团体等集团客户提供各类活动项目的管理服务。范围涉及：会议会务、商务旅行、教育培训、奖励旅游、庆典活动、展览论坛、新闻发布等“全类型”活动。2014 年、2016 年中商承办了蒙牛学生奶、特通工业考察旅游活动，利润点可观，得到蒙牛充分认可。

目前内蒙古旅游+金融处于市场培育期，大众对分期旅游还处于观望状态，c端市场效果不是很明显。2016年中商与北金i 旅金融公司签订战略合作协议，通过旅游分期出行游客为10人。同时与中国银行内蒙古呼和浩特新华支行达成战略合作伙伴关系，推动信用卡旅游分期业务。截至2016年中行为中商输送客户达百人次。

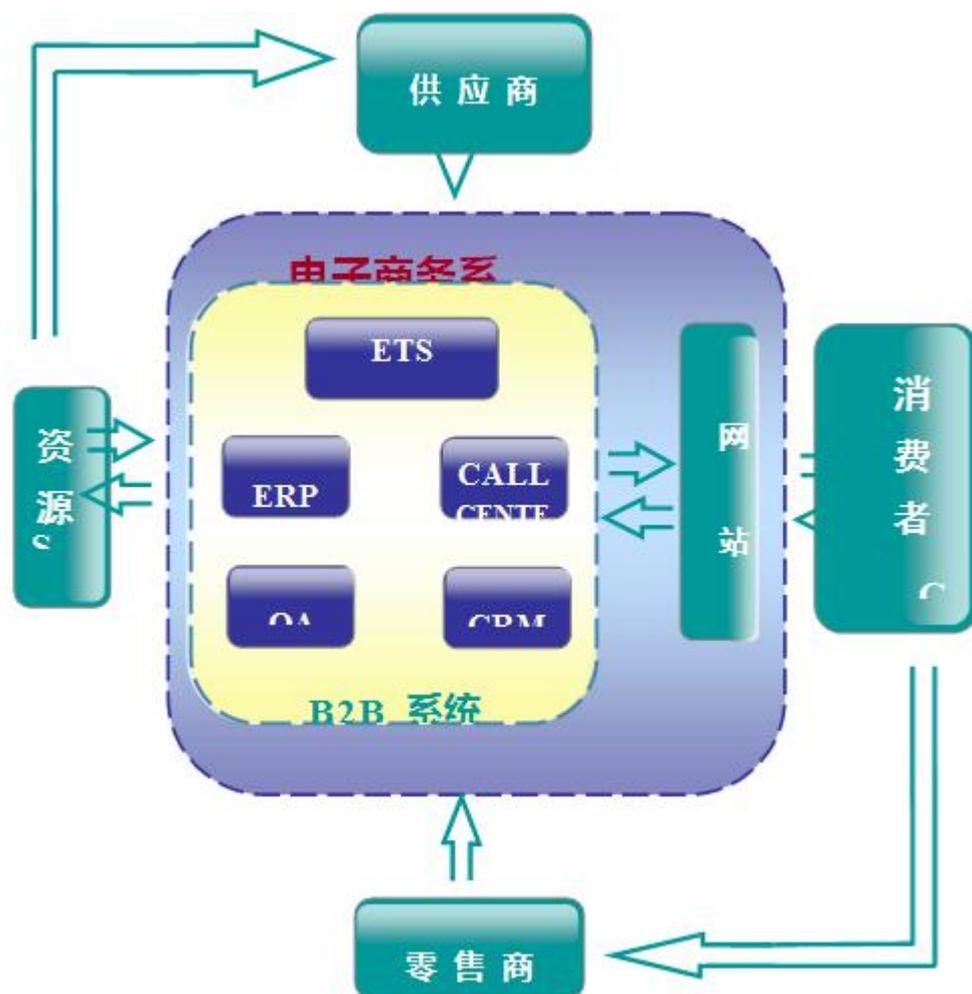
公司还借助传媒公司传播渠道，将客户入口接入合作传媒公司，进行特定产品售卖，扩大散客获取渠道，双方按照约定，进行分成。目前合作商有内蒙古中广传媒有限公司、内蒙古火线传媒公司等。

其它异业合作还有自驾、户外、婚纱摄影、亲子教育机构、培训学校等，跨行业合作，双方资源优势互补，共同开发产品，进行售卖。目前与内蒙古一家高档越野车改装公司进行合作，设计轻度探险自驾品质路线，双方共同收客，利润点来源除了产品差价，额外还有成功推荐客户改装车返佣，丰富了产品线。

（三）公司运营模式

运营模式=电子商务+实体连锁加盟店+旅游金融+品牌+终端定制生产

独有的电子商务系统



图析：

(1) 旅游产品供应商将各种旅游资源元素经过合理的安排，制作成为旅游线路产品。

(2) 各类供应商通过 ETS 分销系统向零售商发布产品信息，通过 OA、ERP、CRM、CallCenter 等系统对零售商进行管理和 服务支持

(3) 与此同时，B2B 系统与 B2C 网站的数据对接功能，也将

旅游产品信息同步传递至消费者。

(4) 之后，消费者将通过与零售商的交易购买到中意的旅游产品。

(5) 零售商再次通过“B2B 系统”准确快捷的与供应商实现安全交易。再由供应商执行与资源之间的结算。

(6) 最后形成“CTOBTOB 系统”完成终端定制，实现以顾客需求整合产销。

(四) 公司发展策略

渠道是消费者的接触点，帮助消费者评估公司提供的产品和价值主张，并提供购买及售后服务。客户管理做的是客户获取、客户维系、销售提升。由于旅游产品注重体验的特殊属性，同时旅行社做的多边平台的生意，对客户管理工作的重视与否，直接决定其旅游产品销售的好坏。

1、供应商的客户管理工作

旅游供需关系发生结构性的改变，由旅游目的地为中心转向以游客需求为中心，作为市场的先头兵，掌握消费者的旅游需求，可以帮助上游供应商，进行非经营性元素价值挖掘（如：民宿、农宅、田园、非旅游交通工具、当地特色民俗、乐器等等），实现产品价值重构，为供应商带来新的利润增长。2016年8月中商国旅承接额济纳胡杨小镇（酒店、民宿、集散中心、特产街）的运营管理工作，不仅为公司创造新的利润点来源，同时加强双方合作关系。

2、新客户获取

公司内部员工利用社交工具进行强关系营销。（周边的亲朋友好友）参照全年节假日，利用新媒体定期进行旅游产品（爆款）内容营销，线下加盟店配合总社进行所属商圈范围推广，并举办线下周边一、两优质周边游活动和聚会沙龙活动。参照全年节假日，定期举行针对游客的旅游产品推荐会，举行旅游产品进社区（与社区进行联谊活动、小区广告、社区摆台）、旅游产品下乡活动（非农忙时节）。年均不低于6次。累计新客户开发980人次

3、老客户的维系

建立客户消费行为档案，定期回访（社交工具回访、登门拜访），促进二次消费；建立会员积分管理制度，制定老客户优惠政策，增加黏性；定期举办产品创意沙龙，邀请优质客户进行踩线活动；老客户生日产品特惠；邀请老客户参与公司人员工作考评；定期举行优质老客户节日聚会。

（四）重点运营项目案例

1、2014年 走进蒙牛“幸福畅游”体验活动接待工作

客户：蒙牛客户

人数：600人

2、2016年“走进蒙牛”工业考察（学生奶、特通部）

客户：蒙牛客户

人数：1000人

3、2016年 美国探索国际教育“游学产品”制定合作商。

景区合作项目案例：

4、2016年 阿尔山圣水节活动策划及市场推广，带动旅游人次万人以上

5、2016年 阿拉善胡杨小镇代运营，创收百万以上。

六、中商国旅竞争力分析

（一）公司业务网点众多

经过近几年的发展，内蒙古中商国际旅行社股份有限公司旗下拥有呼和浩特、包头、鄂尔多斯、集宁等地分支机构，在内蒙古有 22 多家销售门店，在册规划师数量为 81 名。涉及各行各业在职人员，属于中商兼职销售队伍。公司拥有线上及线下交易管理体系，通过先进的旅游交易系统服务近百万游客。随着知名度和游客的体验满意度不断增加，旅行社根据市场需求开始向做平台服务放心发展，做互联网技术下的国内、国际旅游交易及运营支持；旅游景区、旅游地产规划设计，智慧旅游管理系统研发推广。并基于旅游业 O2O 模式，通过已有的 B2B 网上交易及移动平台，为旅游消费者（C 端客户）、行业商家（B 端客户旅行社、酒店、景区、车队、旅游地产，娱乐文化产业、餐厅、生态园区、农家乐、旅游购物）及其他参与者提供技术和服 务，让他们在中商国旅的生态系统里进行商贸活动。

通过公司分布的各家旅行社网点，可以更好地与潜在旅

游客户资源及时建立联系，成为旅游资源与客户直接对接的通道。旅行社一头联系着游客资源，一头联系着景区景点资源，然后通过对资源的整合、组织，起到中介作用，游客参加团队旅游可以获得较散客出游优惠的价格、合理的行程安排及相关的服务。

目前公司在内蒙地区旅行社网点分布排名为第二位，其中第一位为五洲国旅，有 60 家分支网点；驴妈妈为后来成立机构，但发展迅速，有 25 家分支网点；中商国旅则排名第三位，有 22 家分支机构，分支机构网点的设立，为中商国旅的业务发展和未来转型提供了良好的发展契机。

（二）董事长的开拓进取

刘俊丽毕业于内蒙古财经学院，学的是会计专业，毕业后从事教师工作，但是热衷于旅行。1998 年辞去稳定的教师工作，去了一家旅行社工作，后来又和朋友合伙开过旅行社。这期间不断充电学习，在清华经管院两年的学习让刘俊丽的思维有了很大转变。她认为在大众旅游时代到来的大环境下，旅游业必须加速与互联网的高效融合。

也许通过一组数字可以证明她的曾经超前的意识：中国大数据平台“易观智库”稍早前发布的数据显示，2015 年中国在线旅游市场交易规模达到 4737.7 亿元(人民币，下同)，同比增长 49.6%；预计未来在线旅游交易规模在整体旅游产业中所占比重将进一步扩大。“腾讯旅游”发布的报告亦称，

2016 年一季度中国在线旅游市场规模已达 1500 多亿元。

经过多年传统旅行社的工作经验和在清华经管院的学习，刘俊丽决定自己注册公司做真正的互联网旅行社。业内的质疑、同行的排斥，但她坦言转型是一个很痛的过程，也是一个质变的过程。因此，刘俊丽的合伙人和团队结构都进行了重新洗牌，并在众人的质疑和观望中艰难前行。

2010 年，她带着中商国旅 O2O 模式参加内蒙古创业大赛，从 1400 多项目中脱颖而出，成为唯一一个获奖的旅行社企业，获得内蒙古创业大赛三等奖，并获得 1190 万资本风投资意向。同时成为代表内蒙古参加团中央全国创业大赛决赛的 6 个项目之一。随后中商国旅开发了中商互联网交易系统 2.0 版，该系统缓解了传统旅行社效率低、人力成本高等“痛点”，并让供应链和产业链深度融合，使得旅行社整体成本下降。本着开放分享的心态，将该系统让传统中小旅行社免费使用，通过该系统实现快速互联网化。就这样她和中商国旅模式逐渐得到同行业的认可和复制。

2015 年 10 月 16 日，中商国旅启动了“智慧旅游”公共服务示范体系，目前建成自治区首个产学研一体的 600 平米智慧旅游孵化基地，市内 100 个智能旅游咨询终端。2 到 3 年完成覆盖内蒙古的智慧旅游软件部分硬件建设。

今年 10 月 12-14 日，在举办的 2016 年全国大众创业万众创新活动周上，中商国旅的校企合作项目“旅游创客帮”

受邀参展。项目借助机电职业技术学院公共管理系智慧旅游孵化基地平台，以及中商国旅提供 ETS 旅游营销系统，先进智慧旅游终端服务器，提供专业知识培训、相关创业服务。

在线旅行社(OTA)在今年的旅游市场上迅速升温，传统中小旅行社生意日渐难行，加速向互联网智慧转型成为传统中小旅行社扭转当前发展颓势的选择之一。

中商国旅早在几年前就在这条路上开始了开疆拓土，走在“互联网+”时代的前沿，并深刻影响和改变着区域内旅游业。而中商国旅的董事长刘俊丽正是旅游文化行业阿里巴巴的践行者。

身为呼和浩特市旅游协会执行会长，在打造文化旅游服务产业链集群，实现内蒙古传统文化旅游产业转型升级的路上一直在努力。如今在大众创业万众创新的政策背景下，结合“旅游+”“互联网+”产业平台化及生态圈的拉动效应，她的思想、思维和斗志无疑又有了更大的释放空间。

（三）建立中商国旅智慧旅游平台

“智慧旅游”是一个全新的命题，它是一种以物联网、云计算、下一代通信网络、高性能信息处理、智能数据挖掘等技术在旅游体验、产业发展、行政管理等方面的应用，使旅游物理资源和信息资源得到高度系统化整合和深度开发激活，并服务于公众、企业、政府等的面向未来的全新的旅游形态。它以融合的通信与信息技术为基础，以游客互动体

验为中心，以一体化的行业信息管理为保障，以激励产业创新、促进产业结构升级为特色。智慧旅游就是利用移动云计算、互联网等新技术，借助便携的终端上网设备，主动感知旅游相关信息，并及时安排和调整旅游计划。简单地说，就是游客与网络实时互动，让游程安排进入触摸时代。

智慧旅游是以云计算为基础，以移动终端应用为核心的，以感知互动等高效信息服务为特征的旅游信息化发展新模式，核心是以游客为本的高效旅游信息化服务。智慧旅游的建设与发展最终将体现在旅游管理、旅游服务和旅游营销的三个层面。智慧旅游利用信息化的技术，把一些旅游资源进行整合，然后为广大游客量身定做，提供适需对路的旅游产品。

根据《呼和浩特市人民政府“智慧呼和浩特”建设方案》和《国家智慧城市试点实施方案（呼和浩特）》，“智慧旅游”是建设“智慧呼和浩特”的重要组成部分。“智慧旅游”是利用物联网、移动互联网、云计算及人工智能等信息化技术面向旅游业的集成创新和应用创新，将不断创新管理和服务模式，显著提升游客满意度，提高旅游管理服务水平，促进旅游产业与更多产业的融合创新，实现转型升级和跨越发展，促进呼和浩特旅游经济发展。

2015年10月16日，“呼和浩特智慧旅游孵化基地”（以下简称“基地”）在大学城揭牌成立。该基地由呼和浩特市

旅游局与内蒙古机电职业技术学院、内蒙古旅游行业协会、内蒙古中商国际旅行社股份有限公司合作共建，是国内首个智慧旅游产业产学研孵化基地，是智慧旅游创新体系和现代服务业创新的综合服务平台。基地的成立是首府建设“智慧呼和浩特”、打造智慧旅游产业的重要支撑，是将“智慧旅游”从理念到实践落地在呼和浩特的重要举措。孵化基地将陆续引进自治区乃至全国的优秀智慧旅游企业，推广和研发智慧旅游相关应用，孵化和促进智慧旅游应用和服务的创新创业。

作为“呼和浩特智慧旅游孵化基地”一期项目，呼和浩特市旅游局和内蒙古旅游行业协会大力支持并积极促成了内蒙古机电职业技术学院与内蒙古中商国际旅行社股份有限公司共建“智慧旅游人才实训基地”。基地占地约 650 平方米，将陆续投入近 300 万元，由“智慧旅游+住”、“智慧旅游+食”、“智慧旅游+行”、“智慧旅游+游”和智慧旅游呼叫中心等模拟实训室组成，配备了自助旅游体验终端、多媒体教学、智慧酒店前台、客房、餐饮等实训设施，以及智慧导游、旅行社管理等软硬件设备。目前项目线上已落实完成，开始进行线下推广和运营，目前已将现有门店和规划师投入使用，未来还将引入更多的机构和个人合作推广，预计三年左右项目即可初见成效。

六、分析的结论

我们认为，中商国旅借助董事长的个人魅力和在行业协会的影响力，一定会及时捕捉到行业最新动态，同时利用内蒙地区二十二家网点和旅游规划师及线上线下“智慧旅游”等优势，可迅速将旅游资源和客户进行有效地整合，同时在未来公司转型的大背景下，一定能够从内蒙多家旅游社中脱颖而出。

第六章 公司未来的发展规划

一、中商国旅在转型中谋求发展

当前，国内经济正处于增长速度换挡期、结构调整阵痛期和前期刺激政策消化期，宏观经济形势复杂多变，国内继续保持着深化改革、稳中求进的发展总基调。旅行社当前处于竞争十分激烈的境地，已处于“红海”状态。

面对严峻的内外部环境，公司当前面临的主要任务是转型发展的问题。内蒙古中商国际旅行社股份有限公司将在转型中谋求发展，通过不断创新，将旅行社业务和旅游资源进行整合不断发展壮大。具体规划如下：

（一） 树立集团化视角的战略观念

站在旅游市场发展和旅行社竞争的高度来思考自己的发展规划和管理战略。把旅行社本身要当作“产品”来经营。熟悉现代市场经济和企业运作制度，并把思考的触角延展到企业外部的旅游市场、物业市场、金融与证券市场，通过资本运营、品牌发育、营销网络构建、人力资源培育等市场创新和管理创新等手段来“经营”旅行社，努力使中商旅行社发展成为满足业主利益最大化需要的公众型集团化公司。集团化的战略眼光还要求旅行社要关注旅游市场的发展，积极主动地开展高层次、多元化的经营活动。

（二）不断推进新形势下旅游盈利模式的创新

企业盈利模式是比较多样的。物价涨价、人工成本上升、税费比较高、融资成本提高等等因素都制约着企业的盈利能力。目前经常提到的盈利模式有很多种，不同的企业可能在运用不同的模式，有的运用好一些，但有的差一些，但对于旅行社来说，可以采用以下的盈利模式：

1、 客户解决方案模式：

旅行社是以服务产品为主的企业，企业一般都对消费者进行深入研究，为消费者度身定做，可以为消费者提供相关的服务解决方案，使消费者处处感受到专业的魅力。服务产品最难的是创新和实践，有道是不怕做不到就怕想不到。

2、 具有发展潜力的平台化盈利模式

通过各种网络营销平台的建立和开发，使得人们交流、

交易等模式变得更便捷，使得原有的习惯得到了彻底的改变，平台的扩张力是随着人口而扩张的，因此平台化的盈利模式是未来极具潜力的发展模式。

第七章 关联方、关联交易及同业竞争

一、公司关联方

根据《公司法》、《审计报告》、《企业会计准则第 36 号—关联方的披露》等相关规定，公司目前存在的关联方如下：

（一）控股股东及实际控制人

邢志艳持有公司 102 万股股份，占公司股本总额的 51%，是公司的控股股东、实际控制人。

（二）公司关联自然人控制的，或担任董事、监事、高级管理人员的其他企业

经核查，公司前股东王秉稷关联公司有深圳市微纳光通信设备有限公司、北京微纳光科仪器有限公司上海第一分公司、北京微纳光科仪器有限公司上海分公司、北京微纳光科仪器有限公司长春分公司、鞍山鼎泰隔振仪器设备

有限公司、深圳市微纳光通信设备有限公司内蒙古分公司、北京科钛自动化设备有限公司、北京微纳光科智能科技有限公司、北京微纳光科自动化设备有限公司、北京鼎缙自动化设备有限公司和北京微纳光科仪器有限公司。但该股东于 2015 年 10 月 9 日不再担任公司股东，因此目前上述公司与内蒙古中商国际旅行社股份有限公司不存在关联关系，其它关联自然人、董事、监事、高级管理人员也无类似相关企业，不存在与公司发展的竞争行为。

二、关联交易

经核查公司关联自然人、董事、监事、高级管理人员此不存在损害公司及其他股东的情形。

三、同业竞争

(一) 同业竞争

1、实际控制人及其控制的其他企业

实际控制人无控制的其他企业。

2、其他持有公司 5%以上股份的主要股东、董事、监事及高级管理人员及其控制的其他企业。

其他持有公司 5%以上股份的主要股东、董事、监事及高

级管理人员及其控制的其他企业不存在与公司同业竞争的情形。

综上所述，我们认为公司实际控制人、关联自然人、董事、监事、高级管理人员及股东不存在同业竞争的关系。

第八章 风险因素及应对措施

一、相关风险因素

（一）全球经济复苏缓慢

2008年由美国“次贷危机”所引发的金融危机使全球的经济陷入衰退，2011年欧美债务危机又使未来全球经济复苏的不确定性加剧，而旅游行业受经济周期影响较大，在经济衰退时居民的旅游消费支出明显下降，尤其在入境游方面，根据国家旅游局公报，2008年以后我国入境游外汇收入、入境人数连续减少，至2014年降低速度明显放缓，到2015年开始小幅回升。

（二）行业内部法律管理体系有待健全

目前，我国旅游市场的秩序比较混乱，旅游服务质量也有待进一步提高；现有的旅游法律体系尚未健全。2013年10月1日《中华人民共和国旅游法》开始实施，但相关规范性文件还没有出台，旅游行业管理体制有待理顺，对旅游资源的管理存在政出多头管理情况。

（三）无法预知的外部因素

除经济、政治因素外，地震、海啸、火山喷发、水灾、异常恶劣气候等自然因素，SARS、甲型 H1N1 流感等流行性疾病都导致旅游需求下降或旅游改变目的地，从而对旅游业发展产生不利影响。

（四）旅游行业政策风险

虽然国家出台了许多鼓励旅游的相关政策，这对于鼓励旅游行业会起到积极的作用，这也就有可能造成许多旅行社出现快速扩张，从而导致各类旅行社鱼目混杂、参差不齐的状态，对整个行业产生一定的负面影响。对内蒙古中商国际旅行社股份有限公司的发展会带来不利的影响，同时也需注意国家在此行业中出台相关限制和规范旅行社发展的相关政策，需要中商国旅需自身加倍努力，不断树立自己的品牌，在行业发展中脱颖而出。

（五）旅游事故风险

“没有安全，就没有旅游”，这是对旅游业的基本要求。旅游安全包括旅游者人身和财产的安全。在旅游者的旅游过程中，不论责任在谁，只要发生了旅游安全事故，纠纷就在所避免。在所有的旅游纠纷中，旅游安全纠纷对旅行社的损害往往是最大的，高额的赔付使旅行社不堪重负而导致破产。

（六）旅行社合同风险

旅行社与旅游者签订旅游合同为第一合同关系；旅行社与相关的服务协作单位，如旅游汽车公司、酒店、餐厅，景点等签订合作协议为第二合同关系。根据《合同法》中合同相对性原理的要求，合同双方当事人只能够向对方主张权利、承担义务。既然旅行社和旅游者签订了旅游合同，旅行社必须对签约旅游者负责，旅行社不能直接以该服务是交通部门、饭店提供，而把责任推给相关单位，要求旅游者直接向他们提出赔偿要求。因此由于合同具有相对性，旅行社和旅游者签订旅游合同就意味着旅游者必须为旅游合同所列出的全部旅游服务承担责任，而旅行社对相关服务单位的制约又是微乎其微。从这个意义上讲，旅行社与旅游者一经签订旅游合同，旅行社自身难以有效解决的矛盾已存在，旅行社所面临的不可避免的风险就永远存在。

二、相关应对措施

（一）促进旅游产业及产品结构升级

一方面丰富产品类型、优化产品结构、提升产品层次，扩大游客可选择范围，提高产品市场占有率，降低产业风险。另一方面，发展旅游产业集群，促进产业结构升级，提升旅游产业整体抗风险能力。旅游产业发展中，同区域的旅游企业之间的恶性竞争容易造成产业发展的内耗，阻碍产业结构调整与升级优化，给旅游产业发展带来巨大风险。

（二）提高旅游产业管理水平

旅游产业的发展需要建立在有效的产业管理的基础上，缺少有效的产业管理，旅游产业市场秩序会遭到破坏，产业发展会遭遇严重危机。一方面，旅游业要加强市场秩序管理、制定规章制度约束不规范的市场行为。另一方面。旅游产业的发展需要加强监督管理，减少旅游产业生态风险与经济风险。旅游产业的和谐、可持续发展是建立在生态环境保护的基础上，离开了生态环境保护，旅游产业发展会遭遇毁灭性的致命打击。

（三）丰富客源和优化市场结构

旅游产业的发展需要具有长期稳定的客源，单一化的客源市场是旅游产业发展不稳定性的关键因素，只有丰富客源市场、优化市场结构才能保证客源的稳定性，促进旅游产业可持续发展。一般来说，旅游客源市场的开拓遵循着距离递减的规律性，旅游市场的开拓首先需要开拓省内的周边市场；然后将区域逐渐扩大，主要是邻近的省域市场；再将之扩大为全国其他省域市场；最后开拓国际市场。旅游市场的开拓还需注意不同年龄阶段、不同性别、不同职业的需求，有针对性地开拓不同层次的旅游市场，丰富客源市场、优化市场结构。

（四）建立突发事件应急机制

旅游产业发展中，会常常遇到不同类型的突发事件。如

地震、泥石流、公共卫生安全事故、金融危机等，如果没有做好事前的预防准备工作、缺少应急机制，旅游产业的发展容易陷入混乱之中，产业将面临巨大的风险。因此，需要多方协作，建立起防范与化解旅游产业突发事件的应急机制，减少旅游产业风险。

（四）加强员工的基础培训

在市场淡季时多加强员工的业务培训，让员工在业务水平上不断提升，这样才能在旺季时避免发生不必要的事故和做好风险防范。

（五）建立各类保险措施

1、旅行社责任险

全部或部分替代旅行社对第三人责任，履行经济赔偿义务，其可替代能力取决于保险产品的责任范畴和各项责任限额。

2、旅游意外险

部分或全部承担由天灾人祸及游客自身原因造成的生命健康和财产损失，其保障能力取决于保险产品责任范畴和各项责任限额。

第九章 公司财务分析

一、近年财务资料

单位：万元

资产负债表指标 (单位：万元)	2014	2015	2016
资产总额*	212.16	382.68	356.18
货币资金*	65.28	146.63	152.56
应收账款*	81.51	27.96	21.73
其他应收款*	60.00	200.82	176.59
存货*	0.00	2.64	1.41
流动资产总额*	206.79	378.05	352.29
固定资产原值*	9.86	9.86	9.86
固定资产净值*	5.38	4.63	3.88
在建工程*			
无形资产*			
长期待摊费	0.00	0.00	0.00
应付账款	3.30	26.97	25.33
应付职工薪酬*		0.53	0.53
应交税金		5.00	3.20
其他应付款*	10.64	123.21	90.68
负债总额*	13.94	155.71	119.73
流动负债总额*	13.94	155.71	119.73
实收资本*	200.00	200.00	200.00
资本公积*			
未分配利润*	-1.77	26.97	36.44
所有者权益合计*	198.23	226.97	236.44
利润表指标 (单位：万元)	2014	2015	2016

主营业务收入*	673.50	1,015.04	773.60
主营业务成本*	653.30	963.23	750.37
主营业务税金及附加	0.10	0.15	1.39
主营业务利润	20.11	51.66	21.83
管理费用*	21.88	17.11	18.75
财务费用			1.58
营业利润*	-1.77	34.50	1.50
营业外收入			11.13
所得税		5.80	3.16
净利润*	-1.77	28.70	9.47
现金流量表指标 (单位:万元)	2014	2015	2016
经营活动现金净额*	10.40	81.35	5.90
投资活动现金净额*			0.00
筹资活动现金净额*			0.00
现金及现金等价物净增加额*	10.40	81.35	5.90

二、财务指标分析

1、资产负债比较分析

(一) 短期偿债能力分析

(1) 流动比率=流动资产/流动负债

项目	2014年	2015年	2016年
流动资产总额*	206.79	378.05	352.29
流动负债总额*	13.94	155.71	119.73

流动比率	14.83	2.43	2.94
------	-------	------	------

2014 年的流动比率为 14.83 ，2015 年为 2.43，2016 年为 2.94，该公司流动比率相对来说还比较稳健，1 元的负债约有 2.94 的资产作保障，说明企业的短期偿债能力较强。

(2) 速动比率=(流动资产-存货-预付账款)/流动负债

项目	2014 年	2015 年	2016 年
货币*	65.28	146.63	152.56
应收账款*	81.51	27.96	21.73
其他应收款	60.00	200.82	176.59
流动负债总额*	13.94	155.71	119.73
速动比率	14.83	2.41	2.93

2014 年为 14.83，2015 年为 2.41，2016 年为 2.93。速动比率相对来说波动比较大，每 1 元的流动负债有 2.93 元的资产作保障，这表明该公司作为特殊的企业应收账款一般为负数，企业的短期偿债能力较强。

(3) 现金比率=(货币资金+交易性金融资产)/流动负债

项目	2014 年	2015 年	2016 年
货币资金*	65.28	146.63	152.56
交易性金融资产	0	0	0
流动负债总额*	13.94	155.71	119.73
现金比率	4.68	0.94	1.27

2014 年的现金比率为 4.68，2015 年为 0.94，2016 年

为 1.27。

从这些数据可以看出，该公司 2014 年现金支付能力较强，但 2015 年、2016 年 11 月有所下降，说明了 1 元的流动负债有 1.27 元的现金资产作为偿还保障，其短期偿债能力比较强。

（二）资本结构分析

（1）资产负债率=总负债/总资产×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
负债总额*	13.94	155.71	119.73
资产总额*	212.16	382.68	356.18
资产负债率	6.57%	40.69%	33.62%

2014 年的资产负债率为 6.57%，2015 年为 40.68%，2016 年为 33.62%。

从这些数据可以看出，该企业的资产负债率较低，处在较低合理水平的范围之内，说明该企业的长期偿债能力较强，对债权人的保证程度较高。

（2）产权比率=负债总额/股东权益×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
负债总额*	13.94	155.71	119.73
所有者权益合计*	198.23	226.97	236.44
产权比率	7.03%	68.60%	50.64%

2014 年的产权比率为 7.03%，2015 年为 68.60%，2016 年为 50.64%。

从这些数据可以看出，该企业的产权比率呈现逐年下降趋势的，同时该企业对负债的依赖度还是比较低的，相应企业的风险也较低。并说明该企业的长期偿债能力较强。

(3) 权益乘数=资产总额/股东权益总额

项目	2014 年	2015 年	2016 年
资产总额*	212.16	382.68	356.18
所有者权益合计*	198.23	226.97	236.44
权益乘数	1.07	1.69	1.51

2014 年的权益乘数为 1.07，2015 年为 1.69，2016 年为 1.51。

从这些数据可以看出，该企业的权益乘数呈现逐年下降趋势的，说明企业较多的依赖权益性资产，选择稳健的财务结构，使公司的风险较低，更好的利用财务杠杆的作用。

(三) 长期偿债能力分析

有形资产净值债务率=负债总额/（股东权益-无形资产净值）×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
负债总额*	13.94	155.71	119.73
所有者权益合计*	198.23	226.97	236.44

无形资产净值	0	0	0
有形资产净值债务率	7.03%	68.60%	50.64%

2014年的有形资产净值债务率为7.03%，2015年为68.60%，2016年为50.64%。

从这些数据可以看出，该企业的有形资产净值债务率是呈现逐年下降趋势的，该企业长期偿债能力较强，经营风险相对较低，反之该项指标越大，企业的经营风险就越高，长期偿债能力就越弱。

2、经营效益比较分析

（一）资产有效率分析

（1）总资产周转率=销售收入/总资产

项 目	2014 年	2015 年	2016 年
主营业务收入*	673.50	1,015.04	773.60
资产总额*	212.16	382.68	356.18
总资产周转率	3.17	2.65	2.17

2014年的总资产周转率为3.17，2015年为2.65，2016年为2.17。

总资产周转率反映了企业资产创造销售收入的能力。从这些数据可以看出，总资产的周转率逐年递增，企业资产利用率较高。

(2) 流动资产周转率=主营业务收入净额/流动资产总额

项目	2014 年	2015 年	2016 年
主营业务收入*	673.50	1,015.04	773.60
流动资产总额*	206.79	378.05	643.19
流动资产周转率	3.26	2.68	1.20

2014 年的流动资产周转率为 3.26，2015 年为 2.68，2016 年为 1.20。

从这些数据可以看出，企业流动资产利用率较高，以上数据看出，该企业比较注重盘活资产，较好的控制资产运用率。

(3) 资产净利率分析=本期净利润/总资产×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
净利润*	-1.77	28.70	9.47
资产总额*	212.16	382.68	356.18
资产净利率	-0.84%	7.50%	2.66%

2014 年的资产净利率为-0.84%，2015 年为 7.50%，2016 年为 2.66%。

从这些数据可以看出，贵公司的资产净利率正在逐年递增，说明公司的投资回报能力正在逐年递增，投资回报能力也在不断提高。

(4) 存货周转率=主营业务收入/存货余额×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
主营业务收入*	673.50	1015.04	773.60
存货*	0.00	2.64	1.41
存货周转率	#DIV/0!	384.48	548.65

2014 年的存货周转率率为 0，2015 年为 384.48，2016 年为 548.65。

从这些数据可以看出，存货的周转速度较快，企业压在存货的资金较少。

(二) 获利能力分析

(1) 销售利润率=利润总额/营业收入×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
利润总额	-1.77	34.5	12.63
主营业务收入*	673.50	1,015.04	773.60
销售利润率	-0.26%	3.40%	1.63%

2014 年的销售利润率为-0.26%，2015 年为 3.40%，2016 年为 1.63%。

从这些数据可以看出，该企业的销售利润率比较平衡，但是 2016 年中国经济下滑，造成当年销售利润率有所下降。

(2) 营业利润率=营业利润/营业收入×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
主营业务利润	20.105	51.66	21.83
主营业务收入*	673.50	1,015.04	773.60
营业利润率	2.99%	2.99%	2.82%

2014 年的营业利润率为 2.99%，2015 年为 2.99%，2016 年为 2.82%。

从这些数据可以看出，该企业的营业利润率比较平衡。从其近三年的财务报表数据可以看出，企业的主营业务利润率逐年递增，企业成本控制较好。

（三）报酬投资能力分析

（1）总资产收益率=本期净利润/总资产×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
净利润*	-1.77	28.7	9.47
资产总额*	212.16	382.68	356.18
资产净利率	-0.84%	7.50%	2.66%

2014 年的总资产收益率为-0.84%，2015 年为 7.50%，2016 年为 2.66%。

从这些数据可以看出，该企业的总资产收益率比较平衡，说明企业的投资回报能力较好。该企业的此指标为正值，说明该企业的投资回报能力在不断提高。

(2) 净资产收益率=本期净利润/净资产×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
净利润*	-1.77	28.7	9.47
所有者权益合计*	198.23	226.97	236.44
资产净利率	-0.90%	12.64%	4.01%

从这些数据可以看出，该企业的净资产收益率说明该企业的经营状况有较好。

(四) 发展能力分析

(1) 销售增长率=(本年销售额-上年销售额)/上年销售额×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
主营业务收入*	673.50	1,015.04	773.60
主营业务收入增加额*		341.54	-241.44
资产净利率		297.20%	-320.41%

从这些数据可以看出，2015 年销售增长率较高，2016 年下降是由于中国经济下滑，外出旅行人口减少。

(2) 总资产增长率=(年末资产总额-年初资产总额)/年初资产总额×100%

项目	2014 年	2015 年	2016 年
----	--------	--------	--------

资产总额*	212.16	382.68	356.18
资产总额增加额*		170.52	-26.5
资产净利率		224.42%	-1344.08%

从这些数据可以看出，该企业的总资产增长率较平稳，说明企业还是在发展。

3、现金流量比较分析

现金流量情况表

经营活动现金净额*	10.40	81.35	5.90
投资活动现金净额*			0.00
筹资活动现金净额*			0.00
现金及现金等价物净增加额*	10.40	81.35	5.90

通过以上数据不难看出，该企业基本上是靠正常经营活动来产生现金收入的。

三、业绩综合评价

通过以上分析，我们对该公司有了一个比较详细的了解。但是单独的分析任何一类财务指标，都不足以全面评价企业财务状况和经营效果，只有对各种财务指标进行综合、系统的分析，才能对企业的财务状况做出全面合理的评价。

因此，现在将借助杜邦分析系统，利用企业偿债能力、营运能力、获利能力各指标之间的相互关系，对该企业的情况进行综合分析。见下表：

综合分析表

年份	净资产收益率	销售净利率	总资产周转率	权益乘数
2014年	-0.89%	-0.26%	2.44	1.07
2015年	13.50%	2.83%	3.41	1.69
2016年	4.09%	1.22%	2.09	1.51

从上表可以看出，该企业净资产收益率 2015 年、2016 年增长率较高，该公司的总资产周转率、销售利润率起着至关重要的作用，其次是权益乘数，销售利润率起的作用是最大的。所以该企业应围绕这一指标加大管理力度，以提高总资产的利用效率。

四、持续经营能力分析

公司 2016 年利润下降是由于 2016 年中国经济下降，低速发展成为常态化人们出行意愿减少，国际上由于政治因素及欧洲、东亚地区不稳定减少出国旅游。国内 2016 年旅游行业盈利能力普遍下降，各公司毛利率、净利率、ROE 平均分别为 46.1%、6.3%和 5.1%，较 15 年同比分别下滑 2.6、3.4 和 2.6 个百分点，而剔除大幅亏损和其他异常公司外，各公司毛利率、净利率和 ROE 平均增速较去年同期分别持平、下降-1.6 和下降 1.2 个百分点，毛利率相比去年持平，但净利率和 ROE 均有下滑。本公司 2016 年虽然收入下滑，但经营现金依然为正流入，资产负债率依然较低。

进入 2017 年，公司在大的旅游环境疲软的情况下，主动出击，积极开拓业务渠道，先后多次对蒙牛进行了投标，并中标实现 1000 万元的收入，据估算企业将实现 100 万元

的收入，较以前同年有较大的提升，并提前完成公司下达的收入指标。

随着一带一路的政策实施，旅游行业市场发展空间前景广阔，优质的景区资源仍处于供不应求的状态，包括与旅游相关的跨境医疗、养老地产、主题公园、邮轮旅游等休闲度假业态，仍处于小众市场游学领域，需求将爆发增长。景区、本土主题公园的产业链延伸潜力巨大，中国邮轮市场初具腾飞态势。国际邮轮巨头加码布局中国市场，中国的邮轮母港建设也在进一步提速。中国邮轮旅游正进入“升级换代”的阶段，逐步从产品导向转变为消费者导向。这必然引发居民出游热情高涨。综上分析可以看出，2017年旅游行业需求旺盛，优质产品仍供不应求，旅游企业在不断完善企业价值、实现多元化经营、提升盈利能力的同时，也将不停寻求与资本的对接，通过多层次的资本市场，寻找到适合自身的融资渠道，从而把握住旅游行业中蕴含着的巨大发展机遇。本公司已采取旅游+互联网和旅游+本土主题，并购下游旅店并积极开拓海外市场等方式积极应对利润下滑。预计2017年利润较2016年增长20%以上，形成业务逐年提升的态势。故公司持续经营及盈利能力不存在问题。

五、分析结论

该企业总资产负债率较低，偿债能力较好。销售利润率较高，企业净资产收益率也在逐年提高，现金流量比较平稳

且有所增长。随着公司 2017 年度良好的经营发展势头，借助旅游行业相关政策和行业背景，公司一定能够实现快速发展并保持持续稳定的经营增长。

第十章 公司法律分析

北京市高朋（呼和浩特）律师事务所（以下简称：本所）根据与推荐机构内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司签订的《委托合同》，作为挂牌人本次在内蒙古股权交易中心申请股权挂牌业务的专项法律顾问，就内蒙古中商国旅旅行社股份有限公司在内蒙古股权交易中心挂牌事宜，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，进行法务调查。

一、尽职调查情况

本所律师根据《标准指引》的要求，对股份公司进行了尽职调查，了解的主要事项包括但不限于股份公司基本情况、历史沿革、独立性、关联交易、同业竞争、规范运作、持续经营、财务状况和重大合同等事项。推荐机构与股份公司董事、监事、高级管理人员、财务人员和部分员工进行了交谈；查阅了股份公司章程、三会（股东（大）会、董事会、监事会）会议记录、股份公司各项规章制度、会计凭证、会计账簿、审计报告、工商行政管理部门年度检验文件、纳

税凭证等；了解股份公司生产经营状况、内控制度、规范运作情况和发展规划。通过上述尽职调查，出具本报告，对股份公司的财务状况、持续经营能力、股份公司治理和合法合规性等事项发表意见。

二、尽职调查意见

根据《工作指引》的要求，本所依据《标准指引》对公司进行了尽职调查，认为股份公司符合《标准指引》所规定的挂牌条件。

（一）公司依法成立且存续满十二个月

股份公司是由内蒙古中商国旅旅行社有限责任公司整体变更设立的股份有限公司，内蒙古中商国旅旅行社有限责任公司系于2007年4月3日成立。故股份公司存续时间可以从内蒙古中商国旅旅行社有限责任公司成立之日起计算，股份公司存续时间在十二个月以上。

本所律师认为，股份公司挂牌条件符合《标准指引》第一条之规定。

2016年12月20日内蒙古中商国旅旅行社有限公司股东会决议同意由有限公司整体变更为股份有限公司，2016年12月20日内蒙古中商国旅旅行社股份有限公司召开第一次股东大会，通过了股份公司章程，选举产生了第一届董事会和第一届监事会。2016年12月26日，内蒙古中商国旅旅

行社股份有限公司取得了呼和浩特市工商行政管理局核发的注册号为 91150102660956016E 的《企业法人营业执照》，法定代表人为邢志燕，注册资本为 200 万元。股份公司股东的出资合法、合规，出资方式及比例符合《公司法》相关规定；参照《业务规则》的规定，股份公司成立时间可自有限公司成立之日起连续计算，公司存续已满一年。

因此，律师认为，股份公司满足“依法设立且存续满一年”的要求。

（二）企业经营符合国家的产业、行业政策，主营业务明确，具备持续经营能力

股份公司的主营业务为：国内旅游业务；入境旅游业务、出境旅游业务（凭《旅行社业务经营许可证》经营）。旅游招徕；旅游规划设计；旅游信息咨询，旅游策划和营销，文化旅游投资咨询。根据股份公司出具的 2015 年度及 2016 年度财务报表显示，股份公司在报告期内主营业务收入分别为 10,150,369.20 元、7,735,974.70 元，推荐机构认为股份公司具有可持续经营记录。

根据本所律师对工商登记资料、股份公司纳税情况的调查，报告期内没有发现股份公司在工商行政管理部门、税务部门有重大违法经营的情形，且股份公司每年均按时完成了工商年检，所以股份公司自成立以来一直依法存续。

因此，律师认为股份公司符合“业务明确，具有持续经

营能力”的要求。

（三）股份公司治理结构健全、运作规范

股份公司于 2016 年 12 月 20 日召开股东大会，选举产生了股份公司第一届董事会成员、第一届监事会成员，审议通过了股份公司《公司章程》；股份公司于同日召开的第一届董事会第一次会议选举产生了公司董事长，并聘任了总经理。同日召开的第一届监事会第一次会议选举产生了股份公司监事会主席，基本建立了符合股份有限公司要求的公司治理结构。

股份公司成立后，按照《公司法》等相关法律法规的要求，制订了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的法人治理结构，审议通过了“三会”议事规则等内部制度。股份公司基本能够按照《公司法》及相关议事规则规范运作，没有发现重大违法违规现象，公司治理各项制度得到较好的执行。经本所律师通过对股东会及股东大会、董事会、监事会相关材料的核查，公司的董事、监事及高级管理人员的选任基本符合有关规定，并履行了必要的法律程序。

律师对股份公司管理层的诚信情况进行调查，没有发现管理层有不良诚信状况的记录。同时，本所取得了股份公司管理层所签署的书面声明，承诺近两年无违法违规行为，无应对所任职公司最近两年内因重大违法违规行为被处罚负

有责任，无个人到期未偿还的大额债务、欺诈或其他不诚信行为。

因此，律师认为股份公司符合“公司治理机制健全，合法合规经营，运作规范”的要求。

（四）注册资本中存在非货币出资的，应设立满一个会计年度

股份公司的设立中出资方式为货币、实物出资结合，其中实物出资为延续形态，实物出资按照市场公允价值出资，符合《公司法》的规定。

因此，律师认为，股份公司符合“注册资本中存在非货币出资的，应设立满一个会计年度”的要求。

（五）股份公司同意到内蒙古股权交易中心挂牌、登记存管并接受监管，承诺履行有关信息披露义务

股份公司已与推荐机构内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司签订《推荐挂牌并持续督导协议书》，由内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司负责推荐在内蒙古股权交易中心申请股权挂牌及提供持续督导工作，并承诺履行有关信息披露义务。

因此，股份公司符合“企业同意公司到本中心挂牌、登记存管并接受监管，承诺履行有关信息披露义务”的要求。

综上所述，本所律师认为股份公司符合《内蒙古股权交易中心孵化板挂牌条件适用基本标准指引》（试行）规定的

挂牌要求。

第十一章 推荐机构推荐意见

一、推荐情况

(一) 本次挂牌履行了法定的决策程序

本次挂牌内蒙古中商国际旅行社股份有限公司第一届董事会第二次会议和 2016 年第一次股东大会审议通过，符合《公司法》、《证券法》及内蒙古股权交易中心规定的决策程序。

(二) 本次挂牌符合《内蒙古股权交易中心股权业务管理暂行办法》规定的孵化挂牌条件

内蒙古中商国际旅行社股份有限公司成立后持续经营时间满 12 个月；

内蒙古中商国际旅行社股份有限公司主营业务明确；

内蒙古中商国际旅行社股份有限公司股权清晰，治理机制健全；

内蒙古中商国际旅行社股份有限公司股东大会通过申请股权挂牌交易的决议，同意公司到内蒙古股权交易中心挂牌、登记存管并接受监管，承诺履行有关信息披露义务。

综上所述，盛股基金管理公司认为内蒙古中商国际旅行社股份有限公司符合《公司法》、《证券法》、《内蒙古股权交易中心市场管理办法（试行）》规定的非上市公司在内蒙古股权交易中心孵化板挂牌的实质条件，同意推荐内蒙古中商国际旅行社股份有限公司在内蒙古股权交易中心挂牌。

二、备案情况

2017年【1】月【20】日盛股基金管理公司将内蒙古中商国际旅行社股份有限公司孵化板挂牌材料提交内蒙古股权交易中心并进行审核。

公司将根据《公司法》、《证券法》、内蒙古股权交易中心的有关规定，规范公司的信息披露行为，加强信息披露事务管理，保护投资者合法权益，并指定专人做信息披露和投资者关系服务，在董事会秘书的直接领导下，统一负责公司的信息披露。

三、尽职调查意见

根据我们对内蒙古中商国际旅行社股份有限公司的尽职调查情况及内核情况，盛股基金管理公司认为内蒙古中商国际旅行社股份有限公司符合《挂牌业务规则》所规定的内蒙古股权交易中心孵化板挂牌条件，同意推荐内蒙古中商国际旅行社股份有限公司在内蒙古股权交易中心孵化板挂牌。

（一）尽职调查情况说明

盛股基金管理公司推荐内蒙古中商国际旅行社股份有限公司在内蒙古股权交易中心孵化板挂牌，我们根据《尽职调查指引》的要求，对公司进行了尽职调查，了解的主要事项包括：公司基本情况、产品及业务、历史沿革、同业竞争、规范运作、财务状况、持续经营、发展前景及其他重大事项等。

我们与公司董事长、总经理、财务负责人及部分董事、监事、员工进行了交谈；听取公司聘请的内蒙古慧通会计师事务所、内蒙古高朋律师事务所、内蒙古弘泰资产评估事务所的相关意见；查阅了公司章程、股东大会、董事会、监事会（以下简称“三会”）会议记录、公司各项规章制度、会计凭证、会计帐簿、审计报告、工商行政管理部门年度检验文件、纳税申报表及纳税凭证等；了解公司的生产经营状况、内控制度、规范运作情况和未来发展计划。通过上述尽职调查，我们出具了《内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司关于内蒙古中商国际旅行社股份有限公司在内蒙古股权交易中心孵化板挂牌的尽职调查报告》。

（二）申请挂牌公司符合挂牌条件的说明

公司已依法设立且存续满十二个月，公司经营符合国家的产业、行业政策，业务明确，具有可持续经营能力，公司

治理机制健全，合法规范经营，股权明晰，股份发行和转让行为合法合规，主办推荐机构推荐并持续督导。综上所述公司符合所有挂牌条件。

四、公司的独立运营情况

（一）公司业务独立

公司建立健全了法人治理结构和内部组织结构，在生产经营和管理上独立运作，不存在依赖公司股东及其他关联方的情形。

持有公司 5%以上股份的股东和公司董事、监事、高级管理人员均已出具书面承诺，承诺不从事与公司构成同业竞争的业务，保证了公司的业务独立于公司主要股东和其他关联方。

（二）公司资产独立

公司系内蒙古中商国际旅行社有限责任公司整体变更设立，公司的全部资产已由变更后的股份有限公司依法承继，保证了公司资产的完整性和延续性。

经核查公司拥有与其业务经营相关的资产的所有权或使用权，公司资产不存在被控股股东或其他关联方占用的情形，不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他旅行社形成重大依赖的情形，不存在权属纠纷。

（三）公司人员独立

公司的董事、监事及高级管理人员均根据《公司法》及其他法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定程序提名与任免，不存在超越公司董事会和股东大会人事任免权的情形。

公司总经理、副总经理、财务总监没有在股东单位或股东控制的旅行社中担任除董事、监事以外的其他职务的情形。

截至目前公司已按照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》和《公司章程》的有关规定，已与在职正式员工分别签订了劳动合同及保密协议，并缴纳相关社保资金。

（四）公司机构独立

公司设立股东大会、董事会和监事会等决策机构和监督机构，聘请总经理等高级管理人员，组建了完整的法人治理结构，《内蒙古中商国际旅行社股份有限公司章程》中规定了相应的议事决策制度，同时公司各部门科室均制定了较为完备的内部管理和业务流程制度。

公司各机构和各职能部门按照公司章程及其他管理制度规定的职责独立运作，不存在控股股东影响本公司生产经营管理的现象。

（五）公司财务独立

根据《内蒙古中商国际旅行社股份有限公司章程》和财务相关管理制度，公司建立了独立的财务部门；有独立的财务核算体系；有规范的财务会计制度；有独立的银行帐户；依法独立纳税。能够独立作出财务决策，根据自身经营的需要决定资金使用事宜，不存在与控投股东及其控制的其他企业共用银行帐户的情形。

公司经中国人民银行呼和浩特中心支行核准取得了《开户许可证》，显示开设了独立的基本存款帐户，开户银行：中国银行股份有限公司呼和浩特新华支行，银行帐号：150819859360，独立运营资金，未与控股股东及其控制的基本企业共用银行帐户。公司现持有呼和浩特市工商局于 2016 年 12 月 26 日颁发的《营业执照》（统一社会信用代码/注册号：91150102660956016E）。公司独立纳税，不存在与控股股东或其控制的企业混合纳税的情况。

公司持有中国人民银行核发的中征码，可以独立开展融资业务。

内蒙古盛股股权投资基金管理有限责任公司

2017 年 1 月 20 日