

中青旅控股股份有限公司

2012 年社会责任报告



本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

关于本报告

本报告是中青旅控股股份有限公司（以下简称“中青旅”）的第四份企业社会责任报告。在此之前，公司于 2009 年至 2011 年连续发布过三次社会责任报告。

报告时间范围

本报告涉及时间跨度为 2012 年 1 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日，部分内容超出此范围。

报告组织范围说明

列入本报告范围的企业包括中青旅及其全资子公司、控股子公司和参股公司。

报告数据说明

本报告引用的财务数据与年报保持一致，如有差异，以年报为准。其他数据来自公司内部统计。

2012 年度公司每股社会责任贡献值：2.68 元

根据上海证券交易所《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布〈上海证券交易所上市公司环境信息披露指引〉的通知》的相关要求，并考虑到行业特性，中青旅披露的每股社会贡献值计算方式如下：每股社会贡献值=每股收益（纳税额-职工费用-利息支出-公益投入总额）/期末总股本。

【责任专题】

沉着应对突发灾难——让诚信成为对消费者最大的爱

诚信规范是中青旅发展的前提和保障，也是中青旅恪守企业公民的基本准则。继 2011 年的“中青旅安全承诺”、“中青旅购物承诺”之后，2012 年初，中青旅在行业内率先启动“诚信年”活动，在纷纭复杂的市场环境中，我们努力以“诚信”向行业传递正能量，让诚信成为中青旅对消费者最大的爱。

2012 年 10 月下旬，飓风“桑迪”袭击了美国东部海岸。对参加境外团队出游的中国游客来说，最不愿意碰到的就是自然灾害了。由于出境参团旅游运作环节复杂，运作周期长，手续办好，往往会遇到各种难以预测的自然灾害，给旅程带来意想不到的麻烦。

桑迪期间，中青旅的一个美国东西海岸 10 日团正在西部游览。按照计划，他们将与 31 日晚从拉斯维加斯乘机抵达纽约，用两天时间游览纽约和华盛顿，之后飞抵北京。然而飓风袭来后，锋芒所指，骤雨冷风，一片狼藉，显然，美国东部海岸已经不适合游客参观旅行了。

经与全团客人协商同意后，中青旅迅速调整后段行程，将美东游览改为美西深度游览。同时，将原有还剩两天的游览行程，升级增加到七天，使他们充分领略美国西部海滩、小镇、NBA 运动、大学教育等异国风情。

回国后，游客们特意发来感谢信：“非常满意此次美国西部游的所有安排，虽然由于天气原因没能去到东部，但是也让我们见到了中青旅上下解决突发事件的能力与诚意，使我们更加深度的了解西部，更要感谢林娜领队为我们找回相机，这将终生难忘，下次依旧会首选中青旅，因为我们信任你们。”、“此次旅行感到很满意，由于天气原因，未到美国东部感到有些遗憾，下次去美国，会再选择中青旅。”、“非常感谢中青旅这次美东西旅游因飓风故改为美西深度，景点和住宿均升级，不愧为国家级大社”。

在游客尽享安心的时候，或许他们并不了解，中青旅员工为他们彻夜联络新的酒店、航班、车辆等。事后经过测算，该团队中青旅不仅没有挣钱，由于追加的各项交通、游览费用，反而直接亏损 11 万余元。但是，中青旅人很满足，

因为，“敢承诺，敢承担”绝不仅仅是一句口号，诚信是中青旅人对客人最大的爱。

陪着盲人去听海——每个人都有旅行的权利

有些人，他们无法感知色彩，但同样渴望旅行。“广播里也能听海啊，可你为什么还要亲自来呢？”“可我们闻不到海的气味，触不到海的浪，也感觉不到湿湿的沙，更捡不到贝壳带给孙子……”急切盼望旅行的盲人朋友们各自为旅行梦寻找着理由。

是的，每个人都有旅行的权利，但由于环境限制等种种原因，对普通人来说再平常不过的出门旅游，对盲人朋友而言却属奢望。

2012年9月20日至21日，中青旅携手国内知名盲人公益机构北京红丹丹教育文化交流中心为盲人朋友们定制了一个特殊的“北戴河听海公益团”：19位志愿者一对一陪伴视障朋友，陪同他们实现了听海、闻海的夙愿。听海公益之旅由中青旅承担全部费用，专业旅行机构与助盲公益组织的合作，探索盲人群体出行旅游的实现方式，在国内尚属首次。

从秦皇岛到万里长城海上起点老龙头，从海鲜大排档到篝火晚会，从搭乘渤海游轮出海，到奥林匹克大道公园感受体育精神，在这两天的“耳畔泊千帆”听海之行，盲人朋友和志愿者们用肌肤、用耳朵、用嗅觉、用味蕾，更用心地近距离感受到了海的澎湃，沙的细腻，风的清凉。他们中间，有新婚两年却一直没能进行蜜月旅行的年轻夫妇，有一直靠听广播而无限憧憬海的模样的银发大爷，也有只要有人陪着，哪里都敢去的青年，更有曾在长江逐浪、向往与渔民一起出海的不羁老者。

平等相待、弥合差异，残障人士的基本权利保障以及实现需要全社会的共同努力。真正让残健同行成为常态，不仅需要热情，更需要有专业的服务。中青旅与红丹丹共同在推动特殊人群出游、实现盲人旅行权利上，进行了一次有益尝试。作为中国旅行社行业的领军品牌，未来，中青旅将进一步履行企业公民的社会责任，联合专业机构，致力于推动盲人公益旅游的常态化。

【公司的社会责任理念】

中青旅以“以人为本，创造快乐”为企业使命，以“成为国际化的大型旅游运营商”为愿景，并坚定不移的践行“诚信规范、创新发展”的核心价值观，将“务实、协作、学习、进取”的企业精神贯彻到底。作为一个负责任的上市公司，我们密切关注各利益相关方的诉求，并将履行社会责任作为企业可持续发展及提升核心竞争力的重要举措，使其与公司发展战略、经营管理和企业文化相融合，努力实现 股东利益、消费者利益、员工利益相统一；并将企业的稳健快速发展与承担社会责 任相结合。

【利益相关方及其需求回应】

为消费者：致力于以优质的旅游产品和服务，为之带来最高品质的快乐享受。

为股东：公司致力于为股东持续创造最大的价值，使股东感受到利益持续增长的快乐。

为伙伴：致力于建立共赢的协作关系，努力提升合作双方的价值和利益。

为员工：致力于创造愉快和谐的工作氛围，并使让每位员工都有平等的学习和成长机会，使每位员工能健康生活，快乐工作。

为消费者——提供诚信、规范的旅游体验

旅游卖的不是产品，而是价值。它让人收获的是一种体验，一种记忆，一种快乐和一种感动。作为一家以“以人为本，创造快乐”为使命的旅游企业，中青旅通过制定严格的业务流程、质量管理标准和危机应对处理机制，坚持以主动、周全、便捷、舒适、诚信的旅行服务为消费者提供美好的旅游体验和精神享受。

1、首倡“诚信年”，引领行业正气。

继 2011 年发布“中青旅安全承诺”、“中青旅购物承诺”之后，2012 年初，中青旅在行业内率先启动“诚信年”活动，发布旅游投诉风险指数和《中青旅反旅游 欺诈攻略》，推出了“导游领队诚信一票否决制、设立旅游监督员制度、建立供应商评价体系”等诚信举措。在导游领队服务、旅游监督、供应商评价等多个角度开展 诚信工作，提升消费者服务满意度。

2012 年 4 月，以中青旅为发起人的中青旅联盟第十一次成员大会暨高峰论坛在青岛举行。中青旅联盟七十六家成员单位郑重签署《旅游诚信公约》，公约旨在切实提升旅游行业诚信规范自律水平，营造永续发展的消费环境，将中青旅联盟建设成诚信联盟、信义联盟。

2012 年 8 月，面对旅游电商的“价格战”，为避免误导消费者走入“低价”陷阱的恶性竞争，中青旅旗下遨游网宣布拒打价格战，发布“透明价格、阳光行程、安全保障、购物承诺、应急响应、服务追访”六大网站服务标准，被媒体誉为“旅游电商新标杆”。此外，中青旅还在内部开展“诚信旅游大讨论”、“三个一”案例征集、“青年文明岗位能手（集体）评选”等活动，使诚信旅游进一步深入人心，内化为员工的自觉行动。

2、捍卫游客安全，积极应对突发事件

旅行中的突发事件，是考验旅游企业社会责任和品牌声誉的最好标杆。中青旅认为：再微小的服务细节，都将成为影响服务品质的关键。所以即使在业务量陡增和突发事件情况下，凭借着完备的应对流程和公司从管理层到一线员工的责任心和使命感，中青旅全力维护消费者的利益，保障消费者安全。

2012 年 4 月以来，由于菲律宾政府蓄意在黄岩岛制造事端，导致事件升级，可能对中国游客的安全造成影响，为了客人安全的万无一失，中青旅在国家旅游局发布相关提示之前先行一步，紧急协调相关资源，使在菲的全部客人在旅程结束的第一时间内返回国内，同时中青旅第一时间向公众发布信息：中青旅北京-长滩岛包机直飞航班停飞，即日启动《安全保障承诺》，对已报名参加 5 月 13 日及之后日期长滩岛的客人，中青旅执行全额退款（包含签证费），由此带来相关损失中青旅承担。

公告发出后，舆论和消费者好评如潮。据不完全统计，《菲律宾长滩包机喊停中青旅承诺全额退款》的新闻曝光量保守估计超过 300 万人次，相关微博转发接近 10000 次。包括《人民日报》、《华尔街日报》、路透社、中新社、中央电视台、北京电视台、《新京报》、《北京青年报》、《中国日报》、《21 世纪经济报道》、《证券时报》、《广州日报》、中央人民广播电台、中国网、人民网、搜狐网、新

浪网、中国经济网等各大主流媒体对中青旅做了主动邀约采访和专题报道，彰显了旅游企业的责任与担当。

3、创新产品类型，推动品质升级

创新是中青旅持续发展的灵魂，“创新不是选择，而是必须采取的行动”，基于新需求，开拓新市场，探索新模式，创造新业态，是中青旅创新发展的基本路径。

2012 年，除“马尔代夫包机直飞”、北海道、柬埔寨包机、东方快车等产品项目外，中青旅以公司级项目的形式，推出了“一人一个美洲梦”美洲专家大项目。项目立项后，加拿大总理哈珀亲临中青旅大厦，为卡尔加里牛仔节的全球推广揭幕。在“2012 中青旅畅游美洲全民邀约”发布会上，加拿大驻华大使马大维和影视巨星夏雨作为嘉宾出席，此外，中青旅以“北美酒庄高端定制说明会”等方式，吸引了美洲各国旅游局伙伴的参与。2012 年全年，中青旅实现了一万余客人奔赴美洲，树立了公司在美洲市场的领先地位。

此外，2012 年 9 月，南非旅游部副部长 Tokozile Xasa 女士和南非国家旅游局局长 Thulani Nzima 先生访问中青旅，落成“中青旅南非旅游体验馆”，为中青旅“发·现·新南非”联合推广项目开启序幕。中青旅将南非列为出境旅游业务的核心市场，依托直航航班，有如以美食体验为主的“舌尖上的南非——南非 8 日味蕾之旅”；强调深度体验的“南非克鲁格花园大道 11 日狂野假期”；以及南非迪拜、南非埃及、南非肯尼亚、南非津巴布韦等多种连线旅游产品。

在过去的 2012 年，中青旅以消费者为中心，提供实实在在的诚信服务，也赢得了消费者的信赖。一年间，中青旅数度成为行业焦点：2012 年在全国二十余家主流都市报旅游联盟共同评选中国旅游品牌总评榜中，中青旅荣全国范围内旅行社类最高奖“年度最具综合实力旅行社”，这是具有较高影响力的媒体评奖；2012 年，在由京华时报主办的“2011 首届京华旅游新榜样——北京人最钟爱的旅游品牌颁奖盛典”中，中青旅荣获“北京人最钟爱的旅游品牌——诚信奖”；在由中国电子商务协会开展的“中国互联网电子商务诚信示范企业推进活动”中，中青旅被授予“诚信示范企业及诚信示范单位”称号；在由《参考消息》主办的读者评选活动中，中青旅荣获“2012 年最具诚信旅行社品牌”。在中央

电视台焦点访谈“诚信赢得市场”专题中，中青旅作为旅游业唯一一家正面典型企业被广泛报道。2012 年度，中青旅赢得服务行业“中国最佳客户服务奖”，成为首个获得该奖项的旅游类企业；并凭借较强的品牌影响力，入选中国品牌 500 强、亚洲品牌 500 强，品牌估值首度超过一百亿元。

为股东——缔造持续增长的市场价值

公司始终认为“创新不是选择，而是必须采取的行动”，在这一思路指引下，我们大胆创新、积极开拓。2012 年，中青旅坚持商业模式、业务细分、产品设计、管理机制、内部协同和品牌理念的创新，以应对经济形势、市场环境、国际局势变动对公司旅行社主业带来的冲击，以赢得公司可持续的发展，并保障公司对股东稳健的回报。中青旅在行业内率先将公民旅游业务整合为纵向一体化的观光旅游、休闲度假、会展服务、商旅管理四大业务板块，把庞大的旅游市场和旅游业务分为 B2B 和 B2C 两大类，进而构建起“一体两翼三渠道四模式”旅游发展主业架构，探索旅行社业务商业模式划分，引领行业变革。

2012 年为充分发挥专业化优势，中青旅成立“观光旅游分公司”，通过组建销售部、合并主题旅游中心等举措，有节奏地稳步推进整合步伐，进一步发挥“横向协同、纵向协作”的整体效应，走上了一条更为清晰的发展道路。

在“品牌扩张，规模优先”发展战略指引下，中青旅厚积薄发，经营业绩屡创新高。2012 年，接待游客突破 150 万人次，并实现营业收入 103.34 亿元，同比增长 22.71%，盈利 2.95 亿元，同比增长 10.49%。这是中青旅品牌创建以来，首次年度营收突破 100 亿大关。同年，在国家旅游局发布的“2011 年全国旅行社集团十强”榜单中，中青旅名列第一。

从上市至今，公司始终坚持利润分配，以保障股东的利益。除 1997 年刚上市、2003 年受非典影响及 2007 年资本公积金转增股本外，其余 12 个年度公司坚持现金分红，且现金分红金额占相应年度归属于上市公司股东的净利润的比例均超过 30%。截至 2012 年底，公司对投资者的现金分红金额累计已超过 6.4 亿元。

公司不断完善公司法人治理结构，规范公司运作行为，加强信息披露管理，积极推进内部控制建设。2012 年度公司根据《企业内部控制基本规范》已构建较为全面的内部控制体系，制定/修订了《中青旅内控手册》《内部审计制度》《财务管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《募集资金使用管理办法》《对外担保管理办法》等多项内部控制管理规定，并顺利通过 2012 年度 ISO 内审及外审。

公司注重保持与股东的良性沟通，严格按照《投资者关系管理办法》等相关规定，通过多种形式开展与股东特别是社会公众股股东的交流，保持沟通渠道的畅通，增进投资者对公司的了解和认同，保护投资者合法权益，赢得了广泛的市场赞誉和好评。

为伙伴——开创长期合作的共赢机遇

旅游是多种供应商组成的服务链条，供应商是中青旅大家庭成员，他们的进步和发展决定着中青旅服务品质和市场竞争力。我们以诚信、开放的胸怀，致力与合作伙伴建立公平、公正、富有成效的长期合作关系，共创价值，共享成长。在伙伴的选择和管理上，中青旅致力于与供应商建立透明共赢的商业关系，实行严格的招投标制度和统一的采购体系，与每个供应商签署“阳光条款”，坚决拒绝商业索贿、行贿和其他不正当交易行为。

多年来，公司坚持诚实信用、公平交易，建立健全内部管理制度，加强对员工的管理和教育，从不亏欠供应商费用，未发生商业伙伴纠纷。我们共同坚持服务至上、品质第一，2012 年中青旅所荣获的多个客户服务奖项充分肯定了双方的共同努力。

在沟通机制上，每年定期召开境外、国内供应商大会及中青旅联盟会议。2012 年恰逢中青旅联盟成立十周年，联盟成员对外积极展开广泛的对话与坦诚的合作，对内信息互通、资源共享、业务互动，基本实现平台共享、联合采购及联合营销。

为员工——打造没有天花板的舞台

员工的激情和汗水铸就了中青旅的每一个里程碑。公司始终坚持“以人为本”的理念，把每位员工都当作中青旅大家族中的一员，重视员工的职业发展、关心

员工的生活状态，倾力为员工打造没有天花板的舞台，并希望成为员工自豪的理由。

1、支持员工职业发展

随着公司的发展，截至 2012 年 12 月底，共创造员工岗位 7229 个（不含劳务用工）。中青旅严格按照有关法规和员工签署劳动合同，坚持男女平等、同工同酬，为员工营造公平、公正、高效、灵活的用工机制。并按照国家有关规定，建立合理的薪酬增长机制。

在每年的预算资金中，公司均会列出专项培训资金，2012 年度，仅公司本部用于员工培训的经费就达到 33.85 万元，各分子公司、各部门也积极投入经费，开展形式多样、务实有效的职业基础知识、岗位工作技能培训。

公司与北京交通大学合作开办在职 MBA 班，鼓励员工报名学习，并为取得学位的员工承担部分学习费用。公司还与美国杨百翰大学建立合作关系，每年输送两名员工到该校进行继续教育。公司通过制定明确、公开的升迁制度，为员工的职业生涯提供路径和制度保障。

2012 年，公司还举办了面向系统内全国各分子公司、以“沟通”为主题的中青旅首届品牌训练营活动，邀请了包括中国人民大学商学院教授在内的强大讲师团队，帮助市场及品牌推广人员重新梳理旅游产品营销理论，增进了系统内各单位之间的联系互动和品牌精神的传递。

2、关怀员工健康幸福

公司高度重视员工的身心健康，2012 年，公司进一步扩大补充医疗保险的报销范围，减轻个人就医负担，同时，降低企业年金的投保条件，极大提高年金覆盖率，使更多员工纳入补充养老计划内。

除了组织一年一度的福利体检外，公司提供场地和健身教练，免费提供工作日中午的健身课程的训练；每年组织全员的全面体检，并专门购买健康管理知识通过内部局域网向员工发放。还针对特殊员工和困难群体建立探视慰问制度，为生病、结婚、生子、直系亲属去世等员工发放慰问金并给予探视等。

为丰富员工业余生活，中青旅趣味运动会、篮球队、羽毛球队等活动定期举行，各部门也以团队建设的方式组织员工出游，并在出游的同时考察景点，探索创新性旅游产品的打造。

非常值得一提的是，中青旅针对留京工作的外地毕业生，由公司提供员工宿舍，解决刚进入社会青年员工的后顾之忧，让公司成为青年人才的优质成长平台。

为环境——不给美景添负担

中青旅一直致力于实现旅游业的可持续发展，从自身做起，完善自身环境管理，并积极向客户、员工提倡低碳旅游、绿色办公，并努力将这一理念融入日运营和产品设计当中，发展低碳经济。

中青旅旗下的乌镇景区为实现古镇保护、旅游开发以及社区生活设施的协调发展，在国内古镇保护项目中创造性地提出了“历史街区保护再利用”的概念，将旅游收入的大部分投入到更大范围的保护中，总结出了一条“先行古镇保护，适度旅游开发，旅游反哺保护”的良性发展道路，受到社会各界的充分肯定：2012年11月，在由亚太旅游协会主办的第二届中国旅游社会责任论坛上，乌镇景区顺利入围“中国旅游社会责任最佳实践奖”；在2012长三角文化创意产业金鼎奖颁奖典礼上，乌镇西栅景区获“最佳文化景区”大奖；在2012旅游盛典暨十大最美景区、十大个性景区评选活动上荣获“最美景区”和“最佳古镇景区”。

2012年7月17日，由北京市旅游发展委员会主办，北京环境交易所和中青旅控股股份有限公司承办的“碳中和”绿色旅游环保游活动启动，中青旅总裁张立军代表十余家旅行社做出“低碳旅游”承诺。同时，中青旅推出若干条绿色环保游线路，如广西一船游桂林、烟雨漓江、阳朔西街、荔浦荔江湾双飞4日低碳之旅，并通过碳交易机构购买相应的二氧化碳减排量实现“碳中和”。

在2012年8月的“十渡灾后首发团”公益活动中，我们特别邀请自然之友“无痕山林”工作组的培训师作为绿色领队，向游客传授如何尊重自然、保护环境、处理垃圾等，践行低碳旅游。打出了“我们爱房山，所以这趟旅行，除了足迹什么都不留下”的环保口号，尽最大努力降低旅游给环境带来的破坏。

除此之外，中青旅旗下的连锁酒店品牌山水时尚酒店坚持“环保与顾客满意度一个都不能少”的理念，自 2010 年起主动取消客房六小件，倡导“我们不做垃圾的制造者”；位于北京东直门的中青旅总部大楼致力创建无烟大楼，并对楼内抽烟现象进行通报批评和严惩，为员工和企业租户创造一个清洁、健康的工作空间；大厦还对供电、照明、供暖等设施进行全面的节能改造，多次荣获北京市大型公建节能运行管理优秀项目。

为社会——传播旅行的文明

对于个人而言，旅游是一个短期的生活过程，但对整个社会来说，则是个长存的生活方式，极大的影响着社会文明进程。中青旅作为国内旅游行业的领军企业，坚持每个人都有旅行的权利，致力于搭建旅行过程中人与人、人与自然间的和谐对话机制，让更多中国人在旅行过程中深度体验社会、丰富人生价值。

1、以旅游为纽带，发挥民间外交

作为跨文化传播的特殊方式，旅游是人类文明播撒、体验、确认、融会、绵延、共信、同享的基本途径，是文明表达的基本方式。中青旅致力于通过旅游，促进文明的传播，推动各国间的广泛交流。

2012 年 2 月 8 日，基于中青旅在中国旅游行业的领导地位，加拿大总理哈珀及夫人劳伦女士访华首站便选择了中青旅。哈珀总理与中青旅总裁张立军共同为设在中青旅大厦的“加拿大旅游体验中心”揭幕，拉开在全球享有盛誉的“卡尔加里牛仔节”一百周年庆典全球推广活动的序幕，以期推动中加旅游的加速发展。

2012 年 4 月 18 日，中青旅副董事长尹幸福出席泰国总理英拉钦那瓦访华的中泰企业家午餐会，与英拉总理进行会晤并探讨了中国公民赴泰旅游的相关问题。

2012 年 9 月 13 日，南非旅游部副部长 Tokozile Xasa 女士、南非驻华大使兰加与中青旅总裁张立军，共同为坐落在中青旅大厦的“中青旅南非旅游体验馆”揭幕，拉开“发·现·新南非”的联合推广活动序幕。

2012 年 8 月，中青旅承接了 2012 年度“People to People”学生大使系列团项目，在此次活动中扮演了重要角色。作为“People to People”项目组的长期合作伙伴，自上世纪 90 年代以来，中青旅已多次承接该项目，已累计接待青少年学生万余人。

2012 年 9 月，作为“中俄旅游年”的压轴项目，中青旅承接了北京市旅游委 50 个俄罗斯访京民宿活动。中俄双方一百个家庭，通过旅游这个载体，真正促进了中俄两国人民之间的民间交流。虽然只有短短几天，但中俄家庭之间由此结下了深厚的友谊。

此外，在马尔代夫政变发生后，中青旅也积极担当起“民间旅游外交家”的角色，组织由 CCTV1、CCTV2、BTV、中国青年报、新京报、环球时报等媒体组成的考察团，赴马尔代夫考察当地政权更迭后旅游恢复情况，拜会并采访了马尔代夫旅游部部长、中国驻马大使等权威人士。CCTV 财经频道、新闻频道相继在重点栏目黄金时段，播出了媒体考察团成员在当地的相关采访，向公众传达马尔代夫旅游安好如初的积极信号，推动了马尔代夫旅游的快速复苏。

2、践行公益，每个人都有旅行的权利

中青旅坚信“每个人都有旅行的权利”。由于社会硬件设施的不完善，加上福利制度的不健全，这份单纯的快乐很多弱势族群都无法感受到。中青旅希望借助一己之力，给他们平等的旅行机会，关心和尊重国人的旅行权利。

2012 年，中青旅围绕旅游主业，组织了一系列有声有色的旅行公益活动：2012 年六一儿童节，我们开启传递关怀之旅，联手新公民计划，带同样生活在这座城市的农民工子女们免费游北京，认知爸妈们建设的城市，传递这座城市的温暖。

2012 年北京 7·21 雨灾之后的一个月，中青旅联合房山区旅游委、十渡景区，向社会免费召集 100 位游客，组成“十渡灾后首发团”重返被大雨洗刷之后的房山，亲身感受景区的青山绿水，鼓励市民用旅游消费的形式支持房山重建。

2012 年 9 月，中青旅与北京红丹丹教育文化交流中心共同招募了 19 位志愿者，一对一地陪伴盲人朋友们前往北戴河，实现他们的听海夙愿。专业旅行机

构与助盲公益组织的合作，探索盲人群体出行旅游的实现方式，在国内尚属首次。中青旅还以“陪着盲人去听海”活动为素材，发布了国内首部盲人旅行纪录片《听海》。四分钟的短片诉说着盲人朋友的快乐、诠释着志愿者精神、传递着他们相处过程中的点滴感动，让上百万网络观众为之动容。

除此之外，中青旅还联手 JA 国际青年成就组织共同主办多次“成长之旅”活动：JA 事业起航工作坊——中国人民大学走进中青旅”、“JA 职业见习日”等，为大中学生们带来一场场别开生面的职场体验，并成为 JA 2012 年度实物赞助商，也是 JA 唯一的中国企业赞助伙伴。

2012 年 4 月，中青旅召集“当公益遇到旅游”公益沙龙，邀请 30 多家公益组织、媒体、企业代表齐聚中青旅大厦，共同商讨如何在旅游中嫁接公益精神、如何让公益借助旅游获得新的生机，如何策划真正有内涵的公益旅游产品等。一方面除了搭建公益旅游“圈子”，提供大家相互交流实践、取经的机会，另一方面也极力促成多方合作。

经过多年的努力和坚持，中青旅已与中国青少年发展基金会、壹基金、JA 中国、自然之友、新公民计划、红丹丹等多个不同领域的公益组织建立良好的长期合作关系。

中青旅在社会责任和旅行公益等方面所做的努力，也备受社会各界的褒奖与肯定：在“2012 北京晚报旅游风尚奖”颁奖典礼活动中，中青旅荣获年度影响力企业之“最具社会责任感旅行社”大奖；在“2012 中国公益节”（第二届）活动中，中青旅荣获“公益节集体奖”和“公益映像奖”，成为该奖项评选以来首度获奖的旅游类企业。

作为旅游行业的领军企业，中青旅坚持公司的良知和责任，努力为股东、消费者、企业员工和社会奉献自己的力量、贡献自己的价值。而此目标之基础是企业自身实力的提升和影响力的扩大，只有如此才能为股东创造更大的价值，为消费者带来更贴心放心的旅游产品和服务，为社会创造更多的就业机会，为员工开拓更广阔的职业发展空间和平台，也才有可能将自身总结形成的优秀服务经验和管理标准向整个行业推广，也才有实力和资本更全面、多方位地投身社会公益，让旅游给更多大众带去心灵的快乐和精神的满足。

“旅游，让生活更美好。”“每一个人，都有旅游的权利。”这两句话是中青旅的使命所在、责任所在和追求所在，中青旅将一如既往，坚定不移地履行社会责任，维护股东权益，善待消费者和员工，创造更多的社会价值，做合格的企业公民。

中青旅控股股份有限公司

2013 年 04 月 18 日