

中青旅控股股份有限公司

2014 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”）的第六份企业社会责任报告。在此之前，公司于 2009 年至 2013 年连续发布过五次社会责任报告。

报告时间范围

本报告涉及时间跨度为 2014 年 1 月 1 日至 2014 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。

2014 年度公司每股社会责任贡献值：2.096 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】

一、中青旅鼎立支持世界互联网大会

由中国国家互联网信息办公室和浙江省人民政府联合主办的首届世界互联网大会·乌镇峰会（World Internet Conference·Wuzhen Summit）于 11 月 19 日至 11 月 21 日在浙江乌镇举办。大会以“互联互通·共享共治”为主题，力求为中国与世界互联互通搭建国际平台，为国际互联网共享共治搭建中国平台，是中国举办的规模最大、次最高的互联网大会，盛况空前。而大会背后，中青旅携旗下乌镇、中青旅会展、中青旅联科公关、浙江中青旅等各分子公司，在各个层面深度介入，全力保障首届世界互联网大会获得成功，亦受到社会瞩目。

1、枕水江南，乌镇筑梦

互联网大会专家组在全国寻找会址时提出三个条件：一是互联网经济比较发达；二是最好能找类似达沃斯的小镇，然后赋予它互联网的魅力；三是它能代表中国几千年的传统文化。专家们在很多地点中反复比较后一致认为，中青旅控股旗下的乌镇景区是举办世界互联网大会的最佳选择地，可以作为永久会址。

乌镇经过近年来的发展，以其优美的自然景色、丰厚的文化底蕴、独特的互联网元素，以及完善的配套设施脱颖而出。青石板的小镇街道，白墙黛瓦的枕水人家，手摇船的清水码头。古韵飘香，质朴儒雅的乌镇早已成为中国古镇的代名词，向世人展示着悠久的中华文化与传统的中华文明。首届世界互联网大会选址于此，也正好契合了此次大会的主题：先进的世界文明与悠久的中华文化交流融合，让现代信息文明与传统历史文明交相辉映，推动互联网发展成为人类团结进步的全球共享资源。在国际政要与互联网领军人物参加会议，共商发展大计的同时，领略小桥流水，江南古韵，在了解中国传统文化的同时，也使中国文明在世界范围内得以广泛传播，增强世界各国对中国的感情与了解。

互联网大会的举办意味着乌镇景区的会议接待和服务能力已经上升和跨越到世界级，从观光旅游小镇到度假休闲小镇，从戏剧文化小镇到互联网科技小镇，乌镇的每一次转身都华丽而又自然而然。2014 年，乌镇模式落地北京，所推出的古北水镇座落于司马台长城脚下，依山傍水、风景秀丽。正在集中打造成以观光旅游、休闲度假、商务会展、文化创意为一体的国际旅游度假目的地。

2、孜孜不辍，中青旅会展勇挑重担

作为世界互联网领域一次盛况空前的高峰会议，本次大会重量级嘉宾云集，共有来自近 100 个国家和地区的政要、国际组织代表、著名企业高管、网络精英、专家学者等 1000 多人。重磅嘉宾的集体亮相，使得本次世界互联网大会备受瞩目，而充分细致的会务保障是本次大会顺利召开的必要条件。

2002 年成立的中青旅会展是行业内第一家将商务会展（MICE）理念付诸实践的公司，十多年来中青旅会展不断创新经营，走专业化道路，营业收入增长了近 80 倍，是行业内规模最大、服务内容最丰富、规范化程度最高的集团化会展公司。

作为本次大会指定的会议组织机构，中青旅会展将多元品牌的魅力发挥至极，携手旗下公关品牌中青旅联科，完美呈现会展+公关的创新服务模式，为大会开闭幕式、全部议程共 14 场论坛、两场新闻发布会和媒体中心提供创意策划、活动管理、会务服务等全方位服务，与中青旅乌镇公司共投入 4000 余名员工参与到大会服务中，使千年古镇顺利注入了互联网基因，为实现本次大会互联互通的主题思想起到了至关重要的作用，获得了中央网信办、浙江省及桐乡县政府客户的一致好评。

大会结束后，中青旅联科的专业表现获得了业内的高度认可，中青旅联科 WIC（世界互联网大会）项目运营组获得了由中国国际公关协会颁发的公共关系行业 2014 年度“最佳团队”奖项。

除此之外，中青旅的子公司浙江中青旅豪华大巴还为世界互联网大会提供交通运输服务。中青旅通过掌控旅游产业链上各个价值节点，全面整合旗下中青旅会展、中青旅联科、乌镇景区、遨游网等子品牌资源，以会议组织者、举办地、参会者多重身份参与到世界互联网大会的各个环节，动用旗下各个业务形态近 4000 余名员工 4 参与大会服务过程中，预示着今天的中青旅已经不是传统的旅行社，而已成为掌握旅游产业链上各个价值节点的综合性大型旅游运营商。

二、打造“遨游网+”的旅游新生态

2015 年初的两会，李克强总理提出，国家要制定“互联网+”战略，这个“+”，就是互联网加传统行业。“互联网+”的概念，表明互联网与传统行业不是谁颠覆谁的关系，不是你死我活、争夺饭碗的零和游戏，而存在另外一种

可能：互联网与传统行业融合创新，协同增效，就能够创造新的价值与新的发展生态。

2015 年 3 月 26 日，中青旅宣布推出“遨游网+”战略，帮助传统旅行社实现拥抱互联网的转型升级，从而打造旅游新生态。“遨游网+”战略包括三项重要计划，即邀约 100 家旅游产业优质运营商，建设 020 “百城千店”，招募全国英才加入遨游网+发展事业。这一战略的实施将进一步推动中青旅的全面互联网化，更将引领中国旅行社行业实现与互联网的合作共赢。

“遨游网+”的独特价值可以从四个层面来阐释——

1、技术创新，拉近与消费者的距离

基于对移动互联网迅猛发展趋势的把握，遨游网已实现传统网站、移动客户端、移动网站全方位支持在线预订、在线支付，消费者可以在路上、家里和办公室无缝连接。

同时，遨游网投入了专门人力和物力，并依托多年在旅游业的积累与运营，通过信息技术改造传统旅游行业，提升效率和价值，并发挥数据的作用准确把握用户的消费行为，进一步改进旅游产品生产、销售、营销的方式。

如遨游网在行业中率先推出旅游产品对比功能，用户只要移动鼠标，系统将从基本信息、费用、酒店、往返交通、可选附加服务、参考行程 6 大维度、12 个小类对选中的产品进行全方位的对比，使消费者旅游决策更简单。看似简单的对比功能，背后需要产品、技术、营销、采购、内容等多个团队的共同运营，围绕互联网、移动互联网时代用户需求和交互行为变化，帮助用户实现更加友好的旅行体验。

2、以遨游网为基础打通三渠道，实现服务一体化

基于对移动互联网迅猛发展趋势的把握，2014 年，中青旅开设旅行社行业首家 020 模式中青旅遨游网体验式门店。

中青旅的 020 模式，即将遨游网、连锁店、呼叫中心三个渠道进行协同，线上和线下结合共同服务于中青旅的广大旅游用户。简言之，消费者可以在遨游网查询筛选产品，前往就近连锁店进行线上签约，现金或刷卡支付，证照交接等服务；也可以在连锁店咨询旅游产品详细信息，在家通过遨游网进行在线签约、在线支付。已将全国范围内的数十家中青旅门店更名为中青旅遨游网，打通遨游

网、呼叫中心、连锁店三渠道，形成“三位一体”的网络化系统服务。旅游者可以遨游网下单，连锁店服务；也可以在连锁店、呼叫中心咨询预订，通过遨游网完成签约支付。

遨游网已将互联网、移动互联网、连锁店、呼叫中心等多个服务场景充分融合。三渠道的融合充分发挥了各自的优势和协同效应。传统用户享受了线上渠道的便利，线上用户感受到了线下的服务，互相借势、良性互动。

3、倒逼旅游产品加速迭代创新。

旅游行业最终的竞争还是在创意、产品和服务环节中展开。过去以资源为导向、同质化严重的旅游产品，以及纯线下的沟通、服务方式已经无法完全满足互联网用户的需要。用户的需求正倒逼中青旅加速产品的迭代和创新。

在产品上，遨游网遴选全国优质旅游产品供货商，向消费者提供真实、可靠、有保障的旅游产品，为消费者带来独特的旅行体验。并将旅游产品出发口岸扩充到北京、天津、太原、石家庄、上海、香港等三十多个重点城市。

在营销上，遨游网联合银行等渠道合作伙伴，在确保产品品质的基础上，如遨游网与工商银行、民生银行、邮储银行、中信银行的合作，以“满万减千”、“最高立减4800元”等活动方式，为消费者带来实实在在优惠。

在客户关怀上，遨游网建立客户数据分析体系，为遨游网用户提供更具针对性、更替新的服务，如“霸道总裁爱上你—遨游网客人独享接送机”服务，为客人带来意料之外的惊喜。

4、打造协同增效、融合创新的价值共同体

遨游网+的模式，更强调旅游业生态链利益相关方的融合共生，携手成长。它以互联网的深度介入，建立以需求为导向的产品生产机制，促使传统旅游服务方式升级。最终生成健康、可持续的商业模式，塑造融合创新、协同增效的价值共同体。

目前，遨游网已建立与站点城市供应商建立共同成长的机制，遨游网为供应商提供品牌、技术、运营、资源整合等一揽子互联网解决方案，供应商集中精力研发产品、提升产品品质，共同为游客创造优秀的旅游服务体验。中青旅以实业推动产业，以平台创造舞台，与更多志同道合的伙伴们，共同打造在线旅游产业互联的新生态。

三、响应国家号召，旅游援助少数民族地区

当前，中国社会经济发展已进入新常态，旅游业已成为经济发展的助推器、和谐社会的润滑剂、百姓致富的好生计。为响应国家援藏援疆的号召，促进当地旅游业的发展和各民族交往交流交融，2014 年，中青旅针对西藏和新疆开展了多项切实有效的工作，以旅游带动当地的产业发展和社会。

1、“世界屋脊·神奇西藏”旅游推介会暨百家旅行社西藏行

2014 年 6 月，在中国旅行社协会会长、中青旅控股股份有限公司党委书记、总裁张立军的率领下，来自中国旅行社协会、中青旅联盟的近 100 家全国知名旅行社负责人集中考察西藏旅游资源，并参加“世界屋脊·神奇西藏”旅游推介会。张立军代表中青旅联盟与西藏团区委、西藏旅游局签订战略合作框架协议，承诺从品牌咨询、线路开发、旅游推广、行业标准化建设、人才培养等各个层面全力支持西藏旅游的发展。西藏自治区主席洛桑江村会见了联盟一行。

2、46 名西藏大学生筑“梦”北京

2014 年 11 月，由中青旅和西藏共青团联合设立的“行知基金”支持，在京举办了首届“中国梦·青春行”西藏大学生教育实践活动营，来自西藏 6 所大学的 46 位师生终于抵达首都北京，这是他们中大多数人第一次离开西藏出远门。

在中青旅和西藏共青团的精心筹备下，西藏的学生们在北京大学接受了有关社会主义核心价值观、经济学、创业等系统培训，在国家博物馆感受了中华民族的历史变迁，有机会和企业家、创业者、在京的藏族成功人士面对面对话，还走进航天员训练中心体验科技的力量，在现代汽车组装车间感受大工业时代的活力。这样一趟精彩的远行，为西藏大学生们拓展了视野，打开了人生理想的大门。

此次活动得到《人民日报》、新华社、国际广播电台、中央人民广播电台、人民网、《北京青年报》、《中国旅游报》等数十家权威媒体的关注和报道，受到团中央领导和西藏共青团的高度评价。

3、新疆旅游产业发展培训研讨班

2014 年 11 月，由中青旅与新疆维吾尔自治区旅游局联合举办的“新疆旅游产业发展培训研讨班”在北京举行，集结了旅游行业的知名专家和不同旅游商业模式的实战派讲师，为 50 名来自新疆基层各地市州县的旅游局长进行系统指导。这是 2014 年中青旅落实旅游援疆计划的一个实际举措，团中央书记处第一书记秦宜智指出：“中青旅旅游援疆，既能促进新疆旅游业的发展和各民族交往交流交融，也为中青旅的壮大找到了新的空间。”

4、共同举办“新疆国际特种旅游文化节”

由中青旅和新疆旅游局主办的“新疆国际特种旅游文化节”至 2014 年已举办了五届。中青旅发挥“中青旅联盟”成员单位的优势，为文化节重点项目——“千车万人穿越塔克拉玛干大沙漠”自驾车旅游活动进行宣传、推广和招徕。2014 年特种旅游节分为“纵横北疆”和“环游天山”两个大车队，分别前往克拉玛依、塔城、博乐、伊犁和吉木萨尔、奇台、木垒、吐鲁番等地，途经南疆部分贫困县市，对拉动南疆旅游、惠及老百姓的实际生活，具有现实意义。特种旅游文化节的举办，使新疆成为我国名符其实的特种旅游宝地，户外运动的天堂，自驾游爱好者的乐园，带动新疆由传统的观光型旅游迈入到体验型旅游。新疆旅游局党组书记李冀东认为中青旅的旅游援疆工作推动了旅游援疆工作由客源援疆向产业援疆的转型。

除此之外，为研发能够吸引游客赴西藏新疆的旅游新产品，中青旅还整合集团内优势资源，建立包括互联网在内的西北地区销售网络系统，针对入境市场和全国市场进行整合营销推广，并根据境内外不同客群需求进行产品设计、开发和销售。

作为中国旅行社行业的龙头企业，中青旅的帮扶建设，除了财力投入外，更是以智力投入、信息互通共享、新产品研发等实际行动，通过市场化手段，不断延伸当地旅游业产业链价值，切实帮助当地人民从旅游业发展中获得实惠。

【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，中青旅密切关注各利益相关方的诉求，并将履行 社会责任、传播品牌善意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、经营管理理念和企业文化相融合，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：公司致力于以优质的旅游产品和专业细致的服务，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：公司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：公司致力于创造愉快和谐的工作氛围，并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——中青旅用心陪着你

更好的旅行，不只是更好的酒店和机票，更是与母亲，爱人，孩子全心陪伴的 美好时光。2014 年，中青旅将品牌推广语全面升级为“用心陪着你”。用心陪着你” 一方面代表“旅伴”之间的陪伴，另一方面代表中青旅对游客的陪伴，而“用心” 两个字，是实现感动式服务的出发点。旅行社能提供的旅游服务，核心优势是基于“人” 的贴心服务。中青旅希望品牌不只是口号，更能实实在在地与产品和服务贯通，帮 助消费者收获更完美的旅行体验。

1、举办用心杯产品大赛，见证“旅游乔布斯”的诞生

作为中国旅行社行业领军企业，中青旅在产品研发上三十年来不懈创新。为了用产品彰显品牌理念，体现“中青旅不一样，中青旅人不一样”的行业坚守，为客 户创造更多优质的旅行产品，我们在全公司范围内，开展第一届用心杯旅游产品设计大赛。

市场的竞争并不可怕，可怕的是产品平庸。本次比赛的初衷，就是为了打破旅 游产品设计的要素思维——以机票、酒店、景点等要素为前提组合产品，而

是实现真正从消费者需求出发的用户思维——通过产品创新和服务提升帮助消费者获得更 深度的旅游体验。

大赛一经推出，组委会就收到上百条创新产品，经过产品本身的创新性、市场 反响等多方面考量，涌现出大量销售和口碑双赢的优秀产品。如马尔代夫吉哈德岛 “为你写真” 4 晚 6 天自由行产品，在常规的马代自由行产品上，创新服务模式，形成具有可复制性的“写真”服务，7 个月内，仅此一条产品就达到一千多万元的 营业额；大赛第一名“陪你走到北纬 71° ——北欧四国 15 天全景自然探秘之旅” 销售价接近 4 万元，连续追加机位完成了 500 万元的营业额，不仅在行程上体现出 深度精细的北欧新玩法，更是设计出“生活大礼包”、“零食百宝箱”、团友朋友圈等 “惊喜”服务，在团队旅行过程中，营造一种温暖，让团友因“团”而结“缘” 中青旅相信，用心的产品会说话，真正优质的产品，必然会受到消费者的喜爱 和追捧。对中青旅而言，在坚守品牌理念的同时推动产品和服务升级，是面向未来 可持续发展的核心动力。”

1、发布团缘品牌，打造参团游新概念

随着旅游市场的日趋成熟，消费者对旅游产品满意度的关注，已经从对酒店、交通、餐饮、景点等要素的直观感受，进一步向 “关注交流，关注体验”的情感诉求提升。为了打造让消费者满意的、有品质、有内涵的参团游，2015 年 1 月 21 日，中青旅在京正式发布“团缘”品牌。“团”代表着团聚、团队，“缘”则代表着缘分、 因缘，这既体现了旅游的产品形态，也阐明了旅游所带来的情感价值。“团缘”的产 品研发将围绕更多元的产品选择、更贴心的陪同服务、更可靠的安全保障和更深度 的情感交流等四个方面展开，致力打造中国家庭游的第一品牌。

2、迎合多元消费需求，进军高端旅游市场

大众旅游时代的到来，不仅市场容量迅速扩大，也使得高端旅游的消费人群初 具规模。高端定制和主题旅游产品包含了个人游所无法实现的高附加值体验，为了 满足了日益成熟且多元化的消费需求，2014 年 3 月，中青旅推出顶级旅游品牌— —耀悦，正式进军高端旅游市场。

耀悦致力于为消费者创造顾问式、一站式、终身制的旅游服务解决方案。基于对高端客户的深度分析，制定出旅行前、旅行中、旅行后一套完整的高价值服务体系，帮助客户得到完美的旅行体验。

耀悦面市以来，每季度营业收入都实现翻番，客单均价是传统出境定制客单均价的一倍，而且这一均价还在持续增长。2014 年耀悦荣获《新京报》颁发的“年度最佳高端定制品牌”奖。

除此之外，为了更好的服务客户、恪守文明行为规范，中青旅还常年面向全体员工开展诸如《VIP 客户优质服务致胜之道》、《客户服务案例精选》、《服务营销职业动力与职业美感》等系列培训。中青旅坚持每月召开服务质量管理委员会会议，服务评价将以《质量月报》的形式每月上报公司管理层，由总裁亲自主持审议，并就旅游服务质量工作进行部署，坚持以产品和服务的质量换取消费者舒适安全的旅游体验，进行针对性改进，做到精细化管理。

一系列的努力也获得了市场和消费者的认同。目前，中青旅是唯一一家获得两个“北京市 5A 级旅行社”称号的旅游企业；是国家质量监督检验检疫总局与国家旅游局首批评定的“全国旅游服务质量标杆企业”；2014 年，公司荣获《新京报》“中国旅游总评榜·北京榜”“消费者满意度最高品牌旅行社奖”；在由《北京青年报》、《法制晚报》以及《TOP 时空》联合主办的“3.15 旅游行业颁奖典礼”上荣获公司 11 获最高奖——“读者信赖旅游品牌”奖；在世界品牌实验室发布的 2014 年中国 500 最具价值品牌评选中，“中青旅”品牌价值为 116.8 亿人民币，并连续多年荣列《财富》杂志评选“亚洲品牌 500 强”、“中国品牌 500 强”、“中国企业 500 强”。

为股东——缔造持续增长的市场价值

作为中国旅行社行业首家 A 股上市公司，17 年来中青旅一直以来都得到了投资者的关注和认可，2014 年全年营业收入和净利润再创新高。为促进公司旅游主业持续发展，改善公司资本结构，增强公司综合竞争力，2014 年完成了历史上规模最大的再融资，融资规模近 12 亿元。

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，合作伙伴们的进步和发展决定着中青旅的服务品质和市场竞争力。多年来，公司一直致力于与伙伴们建立透明共赢的商业关系，共创价值、共享成长。

以遨游网+所代表的旅游新生态不仅体现在创造出用户真正受益的服务品类，也在于使产业链上的各资源方、服务方、内容方、平台方等相关方各得其所，共同受益，引领旅游业健康生态圈。

在技术层面，遨游网依托多年在旅游业的积累与运营，围绕大数据时代用户需求 and 交互行为变化，为线下各方提供更易用的技术解决方案和更智能的生产经营决策体系。

除此之外，与其他平台相比，遨游网多类型的资源项目合作机会为合作伙伴创造更大价值，目前中青旅联盟成员、多家优质品牌旅行社等已经在遨游网+的平台上发展受益。

除此之外，公司每年定期召开供应商大会，举行多次培训与考察，积极展开广泛的对话与坦诚的合作，将互利共赢的原则贯彻始终。

为员工——让员工乐起来

人才是中青旅最大的资本，公司始终坚持“以人为本”的理念，致力于为员工们提供良好的工作环境，营造和谐的工作氛围，倡导简单而真诚的人际关系；致力于让快乐成为中青旅员工的一种习惯，让中青旅成为员工自豪和满足的理由。

1、中青旅志愿者在行动

2014 年，对志愿者协会进行兴趣分组，成立青年成长项目组、残障群体项目组 和儿童群体项目组，采用“核心志愿者+志愿组员”相结合的模式，梳理出项目委员的考核和激励制度。协会还发布《中青旅志愿者协会岗位说明书》，构建管理规范体系。

各项目组自主开展了“JA 大学生事业启航工作坊”、“打工子弟认知北京之旅”、“给我一小时黑暗”等志愿服务项目，服务时间超过 5200 小时，80 后、90 后员工 成为志愿服务的主体。

2、支持员工职业发展

公司高度重视员工培训，支持员工职业发展。2014 年度，公司根据青年员工的特点，以“团队协作精神、集体凝聚力、坚韧性、自信心和领导力”等能力素质为关键词，组织了 3 次视频培训活动，累计培训 150 人/次。在与员工业务开展紧密联系的“品牌、领队和机票”业务知识为切入点，组织了 3 次专场课程培训课，累计培训 150 人/次。

中青旅还依托信息技术，以“网络课堂”的形式为员工搭建线上的学习的平台。一线员工和中、高层管理人员每年接收线上培训，课程设计为“固定的授课时间+ 必选/可选的课程”，每门课程有相应学分，学习时长、考核成绩和员工的薪酬、晋升结合起来，督促、激发员工的学习热情。

3、打造“我们的节日”

目前，中青旅已经形成了系统化的公司节日活动规划，例如：每年第一季度的三八节活动；第二季度的亲子活动；第三季度的员工及家属秋游；第四季度的员工 13 风采大赛、红歌会等文艺活动，不仅丰富了员工们的工作生活，也为员工提供了张扬个性、舒展才华的舞台。

“让员工乐起来”是中青旅的发展使命。2014 年度，公司还进行了 60、70 后员工调查，对该年龄段的员工的生活及工作状态与需求进行调研；公司面向系统内全国各分子公司、开展以“在意”为主题的中青旅第三届品牌训练营活动，搭建公司市场推广系统人员交流和学习的平台；开设长跑俱乐部、摄影俱乐部、篮球俱乐部等丰富员工文化生活，为员工提供快乐、充实的工作环境。

为环境——和谐友好，助力美丽中国

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常运营当中。

中青旅以反四风为契机，在党的群众路线教育实践活动中，制定了《公务接待管理暂行规定》、《内部工作会议管理暂行规定》、《部门活动管理暂行规定》、《高级管理人员日常自律要求》四项制度，严堵奢侈浪费之风。

中青旅大厦总部不断探索节能空间，每年夏季回收空调冷凝水约近百吨，大厦公共区域照明灯具通过节能改造，每年节电数万度。2014 年，中青旅大

厦节约能耗 2674.6 千焦，节省费用 18 万余元，荣获“北京市大型公建节能运行管理优秀项目”以及“建筑节能项目碳排放和碳减排量化评价技术研究与应用示范基地”称号。

乌镇古镇保护与开发近 15 年以来，景区河道水质一直保持良好的。2014 年元宵节，桐乡 90 余名冬泳爱好者畅游于景区河道中，吸引 500 余名游客驻足鼓掌、留影，这里是继白荡漾之后，他们在全市寻找到的又一处“可以游泳的河”。乌镇西栅也成为浙江省内首个通过“环评”的景区。

2014 年，公司与密云县政府合作开发的古北水镇项目开业迎客。古北水镇座落于司马台长城脚下，如何做到与长城、与周边生态环境、与当地文化的和谐共存，甚至互相依赖增长，对我们而言是个巨大的挑战。作为综合性旅游度假区目的地的开发者和建设者，我们始终秉承可持续发展旅游的理念，尊重历史，尊重文化，并以将其传达给每一位游客为己任。

在对自然村改造过程中在坚持尊重传统，修旧如旧，建原汁原味历史景区。充分挖掘“山”“水”“长城”“民俗文化”“北方建筑风格”“历史传说”等文化创意要素。除此之外，我们也向景区注入属于古北水镇自己的文化理念。古北水镇目前建有 8 个特色景点，如着力保护与重现老北京文化的日月岛民俗演艺中心，流传着农业发展的酿酒产业发展的司马小烧酒坊，讲述中国走镖行镖历史的震远镖局等等。

在配套服务方面，古北水镇采用可持续发展的地源热泵技术，使用清洁能源的集中供暖系统等等，实践可持续旅游。

山水时尚酒店是中青旅旗下的连锁酒店品牌，一直坚持“环保与顾客满意度一个都不能少”的理念。2014 年在各酒店前台推广应用电子化签名设备，宾客入住酒店无需纸质单据，只需在电子签名设备上签字确认即可，大力推行无纸化办公；酒店还取缔一次性洗漱用品，倡议宾客自备牙刷、牙膏等洗漱用品，减少资源浪费。

酒店配备洗漱包，会员可通过积分进行兑换，一方面方便旅客的出行，另一方面降低能源消耗。我们相信绿色健康的运营会带来更持久的汇报。

为社会——传播旅行的文明

作为一家负责任的上市公司，中青旅矢志打造“百年老店”，将传播品牌善意、传播旅行的文明作为企业可持续发展及提升核心竞争力的重要举措。

中青旅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、#为中国加分#大型文明旅游网络公益行动

作为中国最早开展出境旅游业务的旅行社，二十多年来，中青旅一直在践行和传播文明旅游，也多次被中央文明办和国家旅游局推选为文明旅游先进典型。2014年9月19日，中青旅联合国家旅游局发起“为中国加分”行动，国家旅游局官方微博@中国旅游、文明旅游官方微信平台“文明旅游伴我行”、各级旅游部门的官方微博、主流媒体、全国知名旅游企业的官方微博、全国知名旅游达人共同发出“文明15旅游，我为中国加分”的倡议，呼吁网友以自拍、建言等方式承诺践行“文明旅游，为中国加分”。国家旅游局副局长吴文学以身作则，率先发出第一张“为中国加分”的微博图片。

活动在社会化媒体平台获得持续发酵，网友不但主动承诺，且给出1000多条关于文明旅游的小建议，话题阅读量超过了400万，新华社、中新社、CCTV2套、旅游卫视、光明日报、人民日报海外版、中国青年报等30多家主流媒体亦争相报道本次活动，共同创造旅游新风尚、释放文明正能量。

2、发布《视障人士公益旅游设计及服务指引》

中青旅自2012年起先后组织了面向盲人的“听海”“听风”“听城”系列公益旅行团，开创了国内公益助盲旅游的先河，已经形成了成熟的项目策划体系和专业的标准化操作流程。在2014年第31个国际盲人节，中青旅将在盲人公益旅游方面的探索进行了知识化的沉淀，出台了《视障人士公益旅游设计及服务指引》，这是中国旅游行业第一份关于视障人士旅游的专业指引。

开发视障群体旅游市场、保障视障群体权益是旅游业不可推卸的社会责任。这份指引为“视障人士公益旅行团”的组织策划提供详细的指导及技术规范。除规范了常规旅游所涉及的吃、住、行、游等环节，还对视障人士陪同志愿者的招募、管理、培训工作给出了具体的指导意见，例如在行前，应给予志愿者专业助盲培训，包括：如何引领、就餐，如何给予视觉讲解服务等，力争为视

障出游者提供周到细致的个性化服务，传递“平等、坦诚、包容、尊重”的助盲心态；在目的地选择上，中青旅建议尽量选择可以触摸到实物（如圆明园、雕塑公园），有独特的听觉感受（如海滨、瀑布），有特别的体验项目（如划船、骑马）的目的地。在行程设计中，中青旅建议把听觉、触觉、嗅觉等感官元素融合进各环节中，综合考虑行程设计的趣味性、可行性和安全性等等。

组织盲人旅游不仅是一种善意，也是一种能力。中青旅希望通过对盲人旅游组织过程的系统化梳理，向社会各界输出组织盲人旅游的经验和专业指导，以此发动更多的企业与个人，参与到旅游助盲的公益事业中，帮助更多盲人朋友实现旅游的愿望，享受旅游的快乐。

3、盲人旅行团“听见”北京城

继听风、听海系列活动之后，2014年，中青旅、京港地铁、红丹丹携手为盲人朋友打造的全新公益旅行项目——听城。希望延续“听”的主题，从新的角度重新发现和感受北京城市的魅力和善意的温度，鼓励更多盲人朋友走出家门。

“听城”的首期活动，被命名为“老北京时空穿越之旅”，在一天的时间里，中青旅引领盲人朋友感知国粹、美食、文化、历史之美：在梅兰芳故居缅怀爱国艺术家，知名京剧票友现场教唱，在护国寺暴走寻美食地图，在圆明园怀古泛舟赏荷吟诗等等。作为“智能解说盲杖”，志愿者们在活动前接受了红丹丹、中青旅提供的专业助盲培训，使他们以同理心从盲人的视角来开展“旅行”。

中青旅坚持多年的盲人旅行公益项目，不仅是为了让少数盲人实现旅行的梦想，也是希望让明眼人与视障人更深入地相互了解，打破人为的冷漠和隔阂，让盲人更有尊严地去生活。让北京这个城市甚至整个社会更富有善意和人情味。助人者自助，事实上，无论是企业还是个人，我们的收获与成长，远远大于付出。在公益方面，中青旅会继续专注于用旅行的方式带给更多的人以快乐，释放善意，用心陪伴。

除此之外，为引导青年学生关注社会现实、关心国家发展，中青旅斥资60万，联合团中央学校部、中国青年政治学院共同主办“团学道·新思享”高校共青团思想沙龙活动；2014年春节期间，中青旅山水发起了关注“春节留守

族”的“春节不回家 山水免费送房”的公益活动，向春节期间不能回家的人员赠送 200 间夜山水时尚 酒店提供的免费住宿服务等等。

中国经济已进入从高速增长转为中高速增长的“新常态”，而旅游也必将迈入“新生态”，传统旅行社与互联网融合后的升级发展，有望为国民经济的增长提供新的支撑。作为旅游行业的领军企业，中青旅正在经历全面“互联网化”的变革与创新，寻找面向未来的可持续发展空间。但在创新变革的同时，有些事物是永远不会改变的，比如：坚持长期为用户服务的价值导向，坚持企业的良知和责任，坚持为股东、消费者、企业员工和社会奉献自己的力量、贡献自己的价值。

“旅游，让生活更美好”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，做合格的企业公民。

中青旅控股股份有限公司

2014 年 4 月 16 日