

陕西旅游文化产业股份有限公司

2026 年度“提质增效重回报”行动方案

为深入贯彻中国证监会、上海证券交易所关于提高上市公司质量工作部署，严格落实《上市公司提质增效重回报行动方案一本通》各项要求，立足公司文旅主业发展实际，强化公司治理、提升经营质效、优化投资者回报、防范经营风险，推动公司高质量可持续发展，切实维护全体股东及利益相关方合法权益，结合公司战略规划与经营现状，制定本行动方案。

一、提质增效和战略落地

公司 2026 年 1 月 6 日在上海证券交易所主板上市，控股股东为陕西旅游集团有限公司，实际控制人为陕西省人民政府国有资产监督管理委员会。公司依托华清宫、华山等世界级优质旅游资源，已形成以旅游演艺为核心、旅游索道为支柱、旅游餐饮为补充的业务格局，核心产品包括《长恨歌》《12·12 西安事变》等实景演艺、华山西峰索道及唐乐宫“唐宫乐舞+宫廷晚宴”等。

2025 年，公司实现营业收入 10.30 亿元，归属于上市公司股东净利润 3.84 亿元。作为西北头部文旅企业，公司将以 2026 年度提质增效行动为契机，进一步优化经营结构、提升盈利能力、强化股东回报，打造资本市场优质文旅上市平台。

2026 年，公司将围绕既定发展战略，以年度经营计划为抓手，重点在运营体系优化、品牌建设、产品创新及产业布局等方面推进战略落地，持续提升经营质量与发展能力。在运营体系优化方面，公司围绕高标准运营体系建设，统筹推进安全生产与服务质量提升，持续完善安全责任体系和风险防控机制，强化隐患治理与应急能力建设；同时，系统推进质量管理体系建设，完善督导检查、第三方评估及客户反馈闭环机制，推动质量管理由事后整改向过程管控转变。在品牌建设方面，公司坚持“公司品牌统领、产品品牌协同”，强化品牌统筹管理与传播体系建设，围绕核心产品和重点节点开展主题营销，完善新媒体矩阵与传统渠道协同机制，推动品牌影响力与市场转化能力同步提升。在产品创新方面，公司围绕文旅融合发展，依托核心演艺 IP 及索道、餐饮等业务基础，持续推进产品内容优化与业态延伸，通过丰富研学产品、互动体验等方式拓展消费场景，提升

产品吸引力与综合创效能力。在产业布局方面，公司将有序推进募投项目及重点项目建设，强化项目全过程管理及投建运衔接，推动项目建设成果加快转化为经营增量，同时通过存量项目提质与新增项目培育相结合，持续优化产业结构与业务布局。

二、强化公司治理，夯实高质量发展根基

坚持党建引领公司治理，不断完善“股东会-董事会-经理层”运作机制，规范决策流程、提升决策的科学性与有效性；切实保障独立董事的独立性与专业性，充分发挥战略、审计、提名及薪酬与考核等专门委员会的专业监督和决策支撑作用；健全控股股东、实际控制人行为规范，严格防范资金占用、违规担保、关联方非经营性占用等损害公司及股东利益的风险；完善内控体系与风险防控机制，强化对子公司的全面管控，实现内控管理全覆盖、常态化、可追溯；同时强化合规管理体系建设，压实审计法务部门的监督责任，常态化开展合规培训，全面提升全员合规意识，筑牢公司高质量发展的治理根基。

三、优化市场营销机制，创新拓展客源组织渠道

围绕优化客源结构、拓展渠道网络、强化数字营销、提升市场转化等方向，公司 2026 年将持续完善市场营销体系，重点从价格策略、渠道建设、数字营销及营销活动等方面发力，不断提升市场覆盖能力与客源组织效率。在价格策略方面，公司在保持核心产品价格体系总体稳定的基础上，结合淡旺季变化、客群结构及渠道差异，对价格政策和优惠机制实施分类管理与动态调整，持续完善多次卡、家庭套票及团队折扣等组合产品体系，强化价格工具对不同客群的适配能力与转化支撑作用。在渠道建设方面，公司坚持“巩固核心、拓展增量、优化结构”，持续完善团队、散客、研学及线上平台协同发展的多层级渠道体系，强化重点客源地推广及渠道客户维护机制，提升渠道覆盖广度与组织化获客能力。同时，加强与 OTA 平台、重点景区及平台方的资源联动，提升跨渠道协同与客源导入能力。在数字营销方面，公司持续强化短视频平台、直播平台及自媒体矩阵运营，提升内容生产与平台协同能力，推动线上传播由“流量获取”向“转化提升”延伸；同步完善“内容种草—在线转化”的营销链路，并通过全员营销机制优化，推动企业账号与员工账号协同发力，持续放大的线上传播与引流效果。在营销活动方面，公司围绕重要节庆节点及旅游消费旺季，统筹开展主题营销活动，强化线上话题

传播与线下体验互动联动，通过品牌活动与消费场景结合，增强活动对客流组织与销售转化的带动作用。

四、加强投资者沟通，提升公司透明度

公司严格遵守《上市公司信息披露管理办法》等相关法律法规规定，真实、准确、完整、及时、公平地履行信息披露义务，坚守合规底线，持续优化信息披露管理体系，确保定期报告与临时公告等内容合规、逻辑清晰，增加图文、图表等可视化表达，向市场充分、透明地传递公司经营动态与内在价值。

公司持续完善投资者关系管理机制，跟踪行业变化动态与资本市场表现，丰富沟通渠道与形式，主动传递公司价值。2026年，公司将通过召开业绩说明会，上证e互动、券商策略会、现场调研、投资者关系网站、电子邮件和电话交流等多渠道加强与投资者的沟通交流，帮助投资者更清晰、便捷了解公司情况，认真听取反馈及建议，加强投资者沟通，巩固市场信心；促进投资者关系管理工作更完善、精细化；创新多元化沟通渠道，探索利用短视频、线上直播等形式，对公司的战略规划、经营亮点、旗下旅游品牌产品进行更生动地解读。

五、坚持以投资者为本，完善股东回报机制

公司高度重视投资者回报，努力打造“长期、稳定、可持续”的股东价值回报机制。2026年度，公司现金分红比例不低于当年实现归母净利润的30%，在确保公司正常经营、现金流充足及符合发展规划的前提下，适时推进中期分红实施。公司将结合行业发展趋势、实际经营情况及未来发展规划，兼顾股东的即期利益和长远利益，制定科学、合理、稳定的利润分配方案，确保利润分配政策的连续性和稳定性，让投资者共享公司发展成果，增强投资者价值获得感。

六、强化“关键少数”责任，牢固树立合规意识

2026年度，公司将加强培训，提升“关键少数”人员合规意识，通过邮件、工作联系群等多种途径及时向控股股东、董事及高级管理人员传递最新的监管要求，常态化组织参加相关合规培训，加强“关键少数”人员对资本市场相关法律法规、专业知识的学习，牢固树立合规意识。

七、其他事宜

“提质增效重回报”行动方案已提交公司董事会审议通过。本方案基于公司目前所处外部环境和实际情况而制定，不构成公司对投资者的承诺，未来可能受

到政策调整、行业发展、市场环境等因素的影响，具备不确定性。敬请广大投资者理性投资、注意投资风险。

陕西旅游文化产业股份有限公司

董事会

2026年4月28日