

業 務

概覽

我們是一家國有綜合性水上遊覽服務提供商，總部位於江蘇省揚州市。我們主要在揚州的知名景區運營水上遊船觀光服務，即蜀岡一瘦西湖風景名勝區和古運河區域。得益於瘦西湖的聲譽日益擴大，我們標誌性的「瘦西湖船娘」品牌、「大運揚州」夜遊表演，以及國家旅遊經濟利好政策和大運河國家戰略的支持，我們的水上遊船觀光服務成功吸引了國內外遊客。根據弗若斯特沙利文數據，於2024年，我們在江蘇省水上遊覽服務市場的船票銷售額方面排名第二，約佔江蘇省市場份額的16.0%。

我們是揚州唯一的水上遊船觀光持牌運營商且我們的遊船是揚州水域內唯一指定交通方式。我們擁有蜀岡一瘦西湖風景名勝區水上遊船觀光20年獨家運營權。我們是根據無限期專營安排在古運河區域運營水上遊船觀光服務的唯一運營商，且於最後實際可行日期，我們在古運河區域的運營未受任何時間限制。

自成立以來，我們運營水上遊船觀光已積累超過20年經驗。我們獲得過多項獎項及認可。值得注意的是，我們的揚州船閘至瓜洲古渡的水上觀光遊覽指定航線於2024年被中華人民共和國交通運輸部選為「國內水路旅遊客運精品航線典型案例」；以及上述遊覽線亦於2022年被江蘇省交通運輸廳選入「江蘇省水路旅遊客運精品航線(特色文化遊)」，並於2024年被中國交通運輸部選為「國內水路旅遊客運精品航線典型案例」。此外，我們的揚州大運河項目於2025年被江蘇省文化和旅遊廳選為「江蘇省智慧旅遊沉浸式體驗新空間優秀案例」。於最後實際可行日期，我們的蜀岡一瘦西湖風景名勝區的水上遊船觀光服務在抖音上的遊客滿意度綜合評分獲得了4.7/5.0的優異成績；而我們古運河區域的水上遊船觀光服務在同程上的遊客滿意度評分為4.8/5.0。

我們提供多樣化的觀光船服務，包括標準水上遊船觀光服務、增值服務以及大運揚州夜間演出等項目。標準水上遊船觀光服務通過搖櫓船、自駕船及主題船提供。我們直接擁有所有遊船。於最後實際可行日期，我們共有221艘船，包括36艘搖櫓船、121艘自駕船和64艘主題船，在標準運營條件下單航次總載客量為3,892人，旅遊高峰期每日最大承載量為超過35,000人。我們也提供各類增值水上遊船觀光服務，包括「遊船+」服務及包船服務，以吸引追求獨特旅行體驗的遊客，同時最大限度地利用我們的遊船。在2024年10月，我們還推出了「大運揚州」夜遊巡演，沿聯合國教科文組織認定的揚州段大運河展開，通過戶外遊船劇場、情景敘事與光影藝術相結合的形式，為遊客呈現沉浸式文化體驗，展現揚州與大運河兩千五百年的輝煌歷史與時代變遷。作為我們的旗艦業務分部，水上遊船觀光業務是我們過去及往績記錄期間的主要收入來源。截至2023年、2024年及2025年12月31日止三個年度，我們的水上遊船觀光業務分部產生的收入約為人民幣95.1百萬元、人民幣96.0百萬元及人民幣118.2百萬元，分別佔我們有關期間總收入的約87.2%、86.2%及83.7%。

作為我們構建水陸聯動綜合遊覽路線舉措的一部分，我們同步在瘦西湖風景區提供觀光車服務，與水上遊船觀光業務形成互補，為遊客打造多元便捷的交通網絡，以體驗景區的文化遺產與自然景觀。於最後實際可行日期，我們擁有共計25輛觀光車(均為電動觀光車)，在標準運營條件下單航次載客量達325人次，高峰期每日承載量最高可達13,000人次。

業 務

經過多年的專注運營，我們現已成為瘦西湖風景區內的高端水上觀光遊船運營商，品牌知名度卓著。我們尤其引以為豪的是我們的運營管理體系，現已成為旅遊項目管理領域的行業標桿。憑藉在此領域的專長，我們打造了輕資產業務模式，在此模式下我們向旅遊景點提供管理服務。於往績記錄期間，我們為高郵清水潭旅遊度假區提供管理服務。通過輕資產擴張模式，我們得以將運營經驗及成熟的業務模式複製至大運河沿線其他旅遊景點。

我們已脫穎成為提供優質水上遊船觀光服務的中國水上遊覽服務提供商。我們深耕並致力於水上遊覽市場，持續聚焦開發大運河文化旅遊航線的發展潛力。截至2023年、2024年及2025年12月31日止三個年度，我們的總收入分別約為人民幣109.1百萬元、人民幣111.4百萬元及人民幣141.2百萬元，於2023年至2025年的複合年增長率約為13.8%。

下表載列於所示期間我們各服務區按服務類別劃分的收入明細（按絕對金額及佔總收入的百分比列示）。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
蜀岡一瘦西湖風景名勝區						
水上遊船觀光服務						
—標準觀光船服務	41,608	38.1	39,307	35.3	42,233	29.9
—「遊船+」服務 ⁽²⁾	9,261	8.5	7,034	6.3	6,324	4.5
—包船服務 ⁽²⁾	28,526	26.2	31,896	28.6	33,510	23.7
觀光車服務						
—觀光車服務	7,570	6.9	9,230	8.3	17,677	12.5
小計	<u>86,965</u>	<u>79.7</u>	<u>87,467</u>	<u>78.5</u>	<u>99,744</u>	<u>70.6</u>
古運河區域						
水上遊船觀光服務						
—標準觀光船服務	15,704	14.4	14,423	13.0	6,641	4.7
—大運揚州	—	—	3,386	3.0	29,489	20.9
其他						
—廣告服務	1,084	1.0	434	0.4	154	0.1
小計	<u>16,788</u>	<u>15.4</u>	<u>18,243</u>	<u>16.4</u>	<u>36,284</u>	<u>25.7</u>
其他—高郵清水潭旅遊度假區						
管理服務	5,343	4.9	5,718	5.1	5,168	3.7
合計	<u>109,096</u>	<u>100.0</u>	<u>111,428</u>	<u>100.0</u>	<u>141,196</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 包括截至2025年12月31日止年度銷售文創產品、時尚產品及其他優質文化商品所產生的收入約人民幣200.2千元。
- (2) 「遊船+」服務及包船服務均歸類為我們水上遊船觀光業務分部的增值船服務。

業 務

我們的優勢

我們的成功得益於以下競爭優勢：

利用揚州深厚的歷史和文化底蘊以及我們已建立的領先地位，獲得獨家市場經營

我們的水上遊船觀光業務以揚州獨特的文化遺產、市場專營權及領先的專業知識為根基。

揚州世界級的歷史和文化底蘊。作為大運河發源地，揚州擁有十處聯合國教科文組織世界遺產點，是重要的文化旅遊樞紐。大運河自全長超過3,200公里，流經六省兩直轄市及25個城市，其中揚州核心段(瓜洲至灣頭)30公里河道沿線歷史遺跡密布，文化景觀資源豐富，具備巨大的文化旅遊發展潛力。我們的水上遊船觀光航線串聯大運河沿線逾20處歷史遺跡，因此，我們的水上遊船觀光服務在滿足遊客對大運河沿線文化與觀光體驗的強勁需求方面發揮關鍵作用。此外，作為揚州最具代表性的景區之一，瘦西湖風景區於1988年被國務院列為「具有重要歷史文化遺產和揚州園林特色的國家重點名勝區」，並於2010年獲評中國首批國家5A級旅遊景區。此外，2014年，瘦西湖風景區被列入聯合國教科文組織世界文化遺產，成為大運河文化带的核心歷史遺跡，2024年吸引遊客超過七百萬人次。

高准入門檻的獨家市場經營。我們的核心服務景區的水上觀光遊船運營權須符合嚴格的資格要求，包括嚴格的合格人員及安全管理標準以及長期良好往績的專業運營能力。由於高准入門檻，於最後實際可行日期，我們是揚州唯一的持牌運營商。

水上遊船觀光運營方面的專業知識。依托逾20年的運營歷史以及持久出色的安全紀錄、客戶滿意度及持續創新，我們為自身在水上觀光遊船運營方面的專業知識感到自豪。我們已成功打造標誌性旅遊品牌「瘦西湖船娘」，在該品牌下，我們的搖櫓船體驗已成為廣受認可的景點，並於2024被揚州之聲評為「必遊項目」，在全國範圍內吸引了大量專門被此獨特服務吸引的遊客，並希望通過我們的搖櫓船服務，一邊領略揚州悠久的文化魅力，一邊享受湖面的清幽水景。於往績記錄期間，「瘦西湖船娘班」共接待超一百萬名享受搖櫓船服務的遊客，成為我們的重要收入來源。此外，我們擁有完善的安全管理系統，並致力於通過包括船駕駛艙智能監控系統、船內實時遊客監測、智能航速監控系統及定期安全培訓在內的一系列舉措持續提升安全標準。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未發生任何事故。憑藉我們在水上安全管理方面的專業知識，我們牽頭起草揚州市水上旅遊服務規範，為揚州旅遊業設定地方服務標準基準，並與中國交通運輸部科學研究院合作共同起草國家行業標準《內河旅遊航道建設技術要求》，彰顯我們堅實的專業知識，從而鞏固我們作為值得信賴的水上遊覽服務提供商的聲譽，並賦予我們在水上遊覽市場的顯著競爭優勢。

業 務

憑藉促進旅遊經濟和政府利好政策支持，成為中國水上遊覽市場的優秀企業

我們的業務高度契合並受益於國家促進旅遊經濟的措施，如鄉村文旅振興，一項旨在促進鄉村文化旅遊綜合發展、支持當地經濟振興及提高全國旅遊產品質量及多元化的國家措施及大運河國家戰略，一項專注於保護、振興及弘揚大運河的文化及歷史意義的國家戰略，我們從這些政策中獲益良多，能更好的獲得政府支持，增加鄉村及遺產旅遊目的地的遊客流量，改善基礎設施，並有更多機會參與政府資助的項目。在地區層面，我們積極融入區域文化旅遊發展框架，致力於構建可持續發展的水上遊覽生態系統。在省、市政府政策的支持下，結合瘦西湖風景區以及瘦西湖船娘品牌與大運揚州夜間演出演出日益提升的品牌影響力，我們有效吸引了大量遊客體驗瘦西湖風景區，推動業務的持續增長與擴張。省級層面，江蘇省2024年出台《關於釋放旅遊消費潛力推動旅遊業高質量發展的若干措施》，推動打造旅遊業新消費場景並形成創新服務供給等新興增長點。市級層面，揚州市政府2025年發佈《促進文體旅產業高質量發展的若干措施》，規劃啟動投資超人民幣100.0百萬元的25個新項目並推進22個重點事項，直接惠及我們這樣的本土旅遊企業。

成功以文化遺產賦能大運河體驗

強大的文化與IP資源整合能力。憑藉揚州深厚的文化資源與歷史遺產以及我們對文化和旅遊經濟趨勢演變的深刻理解，我們已形成突出的文化資產、旅遊資源及相關IP整合及商業化能力，成功將區域文化遺產與優質旅遊資源及相關IP融入文創產品和創新服務。在往績記錄期間，我們成功從大運河及瘦西湖的遺產景點中提取標誌性元素，如五亭橋、棲靈塔、東關古渡等，並發展成多元化的文創產品組合，如帆布包、優質圍巾、毛絨玩具、明信片、鑰匙扣和「盲盒」棒棒糖；我們還推出了多款時尚產品以順應消費趨勢，例如「盲盒」運河遺產冰淇淋以及揚州櫻花節的節慶主題商品。此外，我們致力於拓展產品供給矩陣，推出了定製冰箱貼、絲巾等優質文化商品，以及大運河郵票冊等高端收藏品，成功提升了整體文化旅遊消費體驗。作為具有前瞻性的品牌戰略的一部分，我們計劃註冊「運河十二景」和「運河清風」等商標，以進一步豐富我們的知識產權組合，增強文化資產、旅遊資源及相關知識產權的整合與商業化能力。

我們自2025年開始銷售文創產品、時尚產品及其他優質文化商品。截至2025年12月31日止年度，我們來自文創產品、時尚產品及其他優質文化商品銷售的收入分別約為人民幣55千元、人民幣135千元及人民幣10千元，各佔本公司同期總收入的不足0.1%。

關於本公司推出的「盲盒」棒棒糖及冰淇淋，我們已收到主管部門揚州市蜀岡一瘦西湖風景名勝區市場監督管理局的函件，確認(其中包括)(i)根據國家市場監督管理總局頒佈的《盲盒經營行為規範指引(試行)》(「指引」)及相關詮釋，實踐中，指引主要適用

業 務

於潮流玩具領域的產品，(ii)對於隨機發貨中僅外包裝不同，或成分確定但形狀隨機發貨不同的食品，該等情形不足以就隨機發貨產生額外消費者預期，不構成「盲盒」，及(iii)本集團銷售的棒棒糖及冰淇淋，與潮流玩具存在本質區別，且具有日常消費的確定性；因此，該等產品不屬於指引所規管的「盲盒」產品定義範疇，銷售該等產品無須遵守指引的規定。此外，根據中國法律顧問的意見，截至最後實際可行日期，本集團銷售「盲盒」類棒棒糖及冰淇淋產品已遵守所有適用法律法規。

大運揚州的協同效應。作為文化主題賦能夜遊經濟的實踐，我們通過整合水上觀光遊船與燈光技術、數字科技、場景營造手法，打造了沉浸式體驗項目大運揚州夜間演出。大運揚州夜間演出為我們的業務創造了顯著的協同效應，通過結合我們的文化產品與水上遊船觀光服務，顯著增加旅遊產品的吸引力，從而在瘦西湖風景區內實現了遊客參與度的提升。一方面，該活動顯著提升「瘦西湖文旅」的品牌影響力，使我們能夠吸引更多廣泛、更多元的客戶群體；另一方面，我們還能優化遊船、觀光車及人力資源等資源的配置，從而提升整體遊客滿意度。自2024年10月演出推出以來，夜間客流量增長超110%，已成為揚州夜間經濟及我們業務增長的重要引擎。

成功借助先進技術賦能大運河遊覽體驗

智能運營和技術提升遊客體驗。我們持續投入智能技術的應用，旨在讓消費者的體驗更安全、更便捷、更具個性化。我們在水上遊船觀光服務中採用了基於移動端的票務系統，在觀光車服務中引入了智能票務系統，實現了無縫購票，減少了等待時間，提升了遊客的便利性，這也極大地提升了遊客的整體便利性，同時還為揚州的旅遊服務樹立了標桿性的服務標準。此外，我們還在微信小程序中整合了推薦旅遊路線、實時導遊等全方位服務，讓遊客能夠更靈活地規劃行程、選擇心儀的時間段，並獲取遊船班次和餘票等實時信息，從而打造更順暢、更個性化的旅行體驗。我們還與領先的智能科技企業合作，投入了7艘智能遊船。這些遊船配備了自主導航、遠程控制、智能座艙及水上3D建模功能，為提升整體遊客體驗帶來了創新突破。在遊客安全方面，我們採取了嚴密的安全措施，並積極推行「紅絲帶」標桿服務規範：所有遊船均安裝了船舶自動識別系統(AIS系統，用於船舶定位、避碰等航行安全管理)和視頻監控設備，且全面升級了船上的智能救生裝置，全程保障遊客的出行安全。在往績記錄期間及截至最新實際可行日期。

技術驅動的智能業務運營。我們持續借助先進技術強化運營管理。例如，我們採用實時數據分析來輔助路線規劃、資產利用及遊客互動，從而最大限度地提高每艘船、每趟行程的載客量，顯著提升了資產利用效率，這使得我們在旺季或節假日期間創下了營收新高，例如在2025年五一假期，我們的單日營收達到了約人民幣2.6百萬元的歷史峰值。此外，我們還在所有遊船上部署了智能監控系統和船舶自動識別系統(AIS系統)，用於監控船舶動態、航行安全及駕駛員操作合規性，實現了對遊船運營的高效規範管理。

業 務

在水上遊覽行業擁有深厚知識與經驗的經驗豐富的管理團隊，同時還有敬業且專業熟練的一線團隊提供支持

我們的優勢得益於一支專責且忠誠的管理團隊，他們擁有豐富的戰略眼光、專業的運營經驗和對水上遊覽行業的深刻見解。特別是我們的執行董事兼董事會主席徐順美女士，她在旅遊行業深耕逾20年，並從事水上遊覽行業超過10年。在一支擅長水上遊覽業務運營管理的專業團隊的支持下，徐順美女士主導我們的戰略及業務的開發、管理和實施工作。值得注意的是，徐順美女士曾歷任多個職務，包括導遊、瘦西湖公園秘書處幹部、瘦西湖管理處幹部，以及現任執行董事兼董事會主席，非常熟悉瘦西湖景區的日常運營管理。自徐女士加入本集團以來，她一直主導設計並開發多條水上旅遊線路以及大運揚州夜間演出。此外，我們由練剛先生、王娟女士及趙龍先生組成的管理團隊在優質服務規範、本地船娘文化、觀光遊船服務及安全事務方面具備深厚的專業知識，共同為我們奠定業界領導地位並推動業務持續增長。我們的管理團隊還匯聚了多位行業領軍專家，其集體經驗涵蓋商業戰略、運營、市場營銷及文化遺產活化等多個領域。我們的大多數高級管理層成員已在本公司任職超過九年，通過定製化人才培養計劃在團隊中不斷成長，這些計劃既培養個人優勢，又增強了團隊凝聚力。

此外，我們的核心水上觀光遊船業務由一支技藝精湛且敬業奉獻的服務團隊提供支持，其中船娘以及經過專業培訓並持有執照的船工都發揮著尤為突出的作用。每位船娘不僅嫻熟駕駛搖櫓船，搖櫓動作富有節奏且精準到位，還具備五項核心技能，即駕船、景點講解、地方戲曲演唱、雙語流暢溝通以及心理疏導。我們經過專業培訓並持有執照的船工均具備有效資質且通過嚴格的年度安全考核。服務團隊的專業素養和敬業精神，不僅確保了遊客的安全，更提供了原汁原味的文化體驗，成為企業持續發展的核心支柱。

我們的戰略

通過開辟新的水上遊覽線和水上遊覽項目實現地域擴張

基於我們在蜀岡—瘦西湖風景名勝區和古運河區域水上遊船觀光的成功運營經驗，我們計劃在江蘇省主要城市和區域探索開發新的水上遊覽線及水上遊覽項目的潛力，我們計劃針對這些區域進行新航線設計與基礎設施完善工作。這些舉措旨在構建更廣闊、更具層次感的水上遊覽網絡，擴大我們的客戶覆蓋範圍。推動公司實現可持續發展，並不斷提升市場份額。此外，依托現有的整合資源、營銷經驗以及已建成的聯動航線，我們打算與大運河沿線國家4A級及以上景區建立長期穩定的合作關係。我們計劃參與該區域內優質水上遊覽項目的公開招標程序，進而擴大在大運河沿線的業務版圖，實現有效的品牌與管理輸出。此外，我們計劃積極與當地政府及國有文化旅遊投資平台對接，挖掘這些區域內未被充分利用或開發的水資源。

具體而言，我們計劃對北護城河沿岸的核心遺產性資產（如老舊辦公樓）進行升級改造和功能提升，打造高品質文化旅遊走廊，將其改造為集文化展覽、精品住宿和創意商業於一體的新興城區。我們還計劃對大運河沿岸的工業遺產（如廢棄老汽車站）進行活化利用，在保留其獨特歷史風貌的基礎上，引入餐飲、文創辦公等多層次濱水業態，將這些場所打造成「運河記憶工廠」主題目的地。此外，我們計劃對部分水上旅遊景點

業 務

實施微更新項目，推出一系列定製化的「水系+」和「遊船+」旅遊產品，促進水上遊覽線與周邊商業區的互動體驗，旨在讓遊客在這些旅遊景點獲得從漫步古城街巷到泛舟風景優美的水道的沉浸式無縫銜接體驗。

繼續在大運河沿岸區域及我們的服務區內策劃更多水上創新沉浸式項目

我們計劃繼續積極與專業且經驗豐富的藝術機構合作，創作並推出一系列沉浸式大運河歷史文化主題演藝項目。基於我們推出的大運揚州夜間演出，我們將持續優化敘事結構，豐富演出內容與層次，增強視覺衝擊力、互動性和觀眾參與感，進一步提升遊客的觀演體驗。同時，我們將持續探索開發更多主題表演及相關產品，以拓展服務組合並創造增量收益來源。

此外，我們計劃通過打造融合運河與陸地體驗的創新互動項目，豐富遊客的水上旅遊體驗。具體而言，我們計劃在現有服務區域之一的蜀岡一瘦西湖風景名勝區內策劃其他沉浸式項目，重點拓展夜遊業務板塊。此舉不僅有望深化觀眾參與度及增強表演視覺效果，更將鞏固我們在水上遊覽行業的獨特市場定位。我們相信，該新沉浸式項目的成功推出將促進業務可持續增長，實現收入來源多元化。

輕資產管理與服務業務分部的項目實現持續擴張

基於揚州的成功經驗，我們戰略性發展以「品牌輸出+委託管理」為核心的輕資產業務模式。在往績記錄期間，我們為優化其高郵清水潭度假區的運營及管理提供全方位服務，這是我們在揚州的第一次「品牌輸出」。在2022年合作協議的2022年7月1日至2025年6月30日三年服務期內，高郵湖旅遊度假區的累計遊客數量實現大幅增長，較我們為其提供管理服務前的三年同期相比，增幅約249.0%，實現同期收入平均增長64.0%。這項成就表明，我們有能力在其他水上遊覽目的地複製成功的水上觀光運營模式及輕資產方法。此外，隨著我們對文化故事、遊客參與及經營經營的深入理解，在我們富有遠見及經驗豐富的管理團隊以及包括著名船娘及船夫在內的敬業且技術嫻熟的前線團隊的支持下，我們相信，我們做好充足準備，進一步拓展水上遊覽目的地，進一步加強我們在水上遊覽行業的品牌及競爭力。

我們計劃拓展管理業務，物色更多其擁有人認可我們的管理與營運能力的旅遊景點或水上旅遊項目，並擴大我們的服務組合。基於我們在高郵清水潭旅遊度假區的成功經驗，我們打算在多個城市開展委託管理業務，逐步構建全國性的水上遊覽管理服務網絡。

業 務

通過多元化增值「遊船+」服務與水陸一體化體驗構建多元化綜合服務體系

為最大化遊船作為文化載體及特色旅遊空間的價值，我們計劃通過多元化增值「遊船+」服務產品，構建集觀光、體驗、教育、商務功能於一體的綜合服務體系，打造「水陸聯動」的新型水上遊覽模式，實現跨領域協同效應。

我們計劃通過豐富現有「遊船+」服務及推出新型「遊船+」服務，進一步實現產品多元化發展。例如，我們擬與領先教育機構合作開發青少年研學旅行項目，並開設茶道、花藝、書法及攝影技巧等成人休閒課程，以此豐富「遊船+教育」服務內容。同時，我們計劃通過提供商務會議、定製企業活動及私人宴會等高端服務場景，拓展「遊船+企業」服務範疇。在新型「遊船+」服務方面，我們計劃推出多款主題套餐產品，以滿足不同客戶群體及消費場景的多樣化需求。例如，我們擬針對「5.20」、情人節、結婚紀念日等特殊活動推出情侶觀光遊船與餐飲浪漫套餐、以推廣大運河遺產為重點的親子文化體驗套餐以及定製商務社交套餐。這些舉措旨在最大化提升消費者滿意度與參與度，預計將進一步加強我們在水上旅遊行業的品牌曝光度與競爭力。

此外，我們計劃通過設計定製化水上旅遊路線，更好展現沿線歷史與地域特色，推出更多文化主題遊船體驗，使每艘觀光遊船成為沉浸式文化體驗IP。具體而言，為進一步提升大運揚州行進式遊船演藝的沉浸式體驗，我們計劃為古運河區域引進兩艘全新電動遊船，一艘以「龍」的形象設計，另一艘融入「古典園林建築」元素。同時，我們計劃圍繞這些文化IP開發衍生品，建立「遊船+文化創意」價值鏈，進一步拓展我們的產品體系。例如，我們計劃推出一系列「大運遊禮」系列文創產品，如冰箱貼、絲巾、筆記本、鑰匙扣、瓷器和茶杯，從而進一步豐富我們的文化產品組合，並加強遊客對大運河歷史文化遺產的參與感。

通過這一戰略，我們相信將最終實現從傳統觀光到全新的、引人入勝的多元旅遊服務模式的戰略轉型。

持續以文化體驗和先進科技賦能業務

通過文化融合與體驗賦能業務發展。我們致力於將文化體驗深度融入水上旅遊產品，以提升品牌影響力。我們計劃開發優質旅遊產品，彰顯揚州運河的地方傳統與歷史底蘊。具體而言，我們將在運河城市舉辦主題活動，與世界運河城市組織（「WCCO」）合作，每月邀請全國知名運河城市參與主題推廣活動，進一步增強揚州作為「世界運河之都」的文化魅力與品牌影響力。我們還計劃舉辦世界運河文化嘉年華，聯合外事辦公室及世界運河城市組織，邀請國際運河城市（如意大利威尼斯及其著名的貢多拉船夫）與揚州傳統搖櫓船娘、黃河筏工、北京什刹海船工開展互動交流，展示中外運河文化的交匯與融合，進一步提升揚州的國際知名度。此外，我們將推出大運河主題戲劇節，邀請國內知名戲劇導演創作大運河主題劇目，並對揚劇、清曲、評話、木偶戲等揚州地方表演藝術進行創新；同時計劃引入短劇快閃活動，以運河沿岸的碼頭、橋梁等標誌性地點為即興表演場地，吸引更廣泛的年輕客群。通過這些策略，我們旨在讓傳統戲劇更貼近年輕觀眾、更具吸引力，從而煥新古老的運河文化，提高年輕遊客對揚州的重遊率。

業 務

通過先進科技提升運營效率與遊客體驗。我們高度重視科技在提升旅遊服務中的重要作用，致力於通過先進的技術打造安全、智能、沉浸式的文化旅遊體驗，從而進一步提升品牌影響力與市場競爭力。我們計劃與河南衛視等主流媒體合作，開發虛擬現實融合的體驗項目。例如，我們將打造「唐朝角色扮演」、「千年運河光影秀」等「時空穿越」混合現實(MR)及／或虛擬現實(VR)系列文化體驗項目，運用MR和VR相關技術還原歷史場景，喚醒大運河文化記憶。這些項目將以古運河為敘事背景，構建虛實交融的沉浸空間，讓觀光客「穿越」歷史時空。

我們還計劃通過打造智能旅遊系統及運用先進技術加強安全管理來全面提升服務質量。我們計劃進一步加強各運營環節的智能化管理，包括安全管理規程、票務信息系統、碼頭智能安全停靠管理，以及其他為適應業務運營不斷變化的需求而定製的技術創新。為此，我們計劃構建一個集成化的智慧旅遊系統，該系統將整合多源數據採集、實時分析和人工智能驅動的算法，以建立精準的遊客畫像體系，並提供個性化推薦和智能營銷。通過分析客源地、消費偏好、遊覽動線等核心指標，實現更高效的資源配置與遊客觸達，提升營銷轉化率與遊客複遊率。同時，我們還將運用數據分析工具優化運營資源配置、遊線調度、票務管理及資產利用率管控，全面提升運營效率。此外，我們高度重視安全問題。為此，我們將部署先進的安全管理技術，包括智能監控系統及在主要碼頭採用先進的智能停靠解決方案，以確保服務安全、客流順暢並達到最高安全水平，從而強化我們的運營標準和品牌聲譽。

持續通過資產升級賦能業務發展

我們將持續對遊船進行升級和現代化改造，以提升整體服務質量與體驗。具體而言，我們計劃根據相關遊船狀況是否仍能滿足遊客需求的評估，將使用超過10年的遊船更換為新型號，以此提高服務標準，進一步優化遊客登船體驗。我們還計劃採購新的電動遊船，並翻新現有遊船的外觀與內部陳設，包括改進船上照明和設施，使其更貼合周邊景觀，同時滿足遊客不斷變化的需求。通過這些舉措，我們致力於進一步提升整體遊客體驗，為其營造「船在水中行，人在畫中遊」的沉浸式體驗。

通過上述服務質量與技術基礎設施的戰略升級，我們認為我們已做好準備進一步優化遊客體驗、優化運營效率，並進一步提高我們的安全標準，加強我們在水上遊覽行業的競爭力。根據「未來計劃及[編纂]」一節所述，本公司於水上遊覽業務領域近20年之營運經驗及本公司於服務質量及安全管理所採用之完善且全面的管理方法，並獲各級政府機構對本公司卓越服務及運營往績記錄之認可，經審慎評估本公司擴張計劃的可行性後，我們確信相關業務策略及擴展規劃將能有效推動未來的持續有機增長。

業 務

我們的業務模式

我們是一家江蘇省的水上遊覽服務提供商，主要包含三大業務分部：(i)提供水上遊船觀光服務，包括增值「遊船+」服務及包船服務以及大運揚州夜間演出；(ii)提供觀光車服務；及(iii)提供管理服務。

下表列示於所示年度／期間按業務分部劃分的收入明細，包括絕對金額及佔總收入的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
水上遊船觀光服務						
— 標準觀光船服務	57,312	52.5	53,730	48.2	48,874 ⁽¹⁾	34.6
— 「遊船+」服務	9,261	8.5	7,034	6.3	6,324	4.5
— 包船服務	28,526	26.2	31,896	28.6	33,510	23.7
— 大運揚州夜間演出	—	—	3,386	3.1	29,489	20.9
小計	95,099	87.2	96,046	86.2	118,197	83.7
觀光車服務	7,570	6.9	9,230	8.3	17,677	12.5
管理服務	5,343	4.9	5,718	5.1	5,168	3.7
其他 ⁽²⁾	1,084	1.0	434	0.4	154	0.1
總計	109,096	100.0	111,428	100.0	141,196	100.0

附註：

- (1) 包括收入約人民幣200.2千元，即截至2025年12月31日止年度銷售文創產品、時尚產品及其他優質文化商品所產生的收入。
- (2) 「其他」指使用在古運河區域運營的觀光遊船提供廣告服務。

我們的主要業務分部如下所示：

水上遊覽服務



水上遊船觀光業務

於過往及於往績記錄期間，水上遊船觀光業務都是我們的核心業務。依託聯合國教科文組織名錄內的瘦西湖景區，並憑藉在水上遊船運營方面積累的專業知識和管理經驗，我們成功將業務從瘦西湖延伸至蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域內更廣闊的區域。目前，我們共運營221艘遊船，擁有五條主要水上旅遊路線；在標準運營條件下，單航次總載客量為3,892人，高峰期每日最大承載量為超過35,000人。

獨家運營權

我們的水上遊船觀光業務主要在蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域。我們的水上遊船觀光業務起源於並主要在蜀岡一瘦西湖風景名勝區開展，該景區(作為大運河(國家5A級景區)的組成部分)為聯合國教科文組織世界遺產，亦是中國最著名的古典園林湖泊景觀之一，根據揚州市文化廣電和旅遊局的資料，2025年接待遊客超7.3百萬人

業 務

次，及根據蜀岡一瘦西湖風景名勝區的統計數據，高峰期日均最大接待量可達100,000人次。我們亦在古運河區域內經營水上遊船觀光業務。該景區為大運河(聯合國教科文組織世界遺產地)的核心組成部分，亦是知名的文化歷史地標，以風景如畫的水道、保存完好的歷史建築及鮮活的地方文化聞名，彰顯揚州與大運河的深厚歷史淵源。根據行業報告，古運河區域於2025年接待遊客超275,000人次，2025年高峰期日均最大接待量可達6,000人次。

於蜀岡一瘦西湖風景名勝區內的獨家運營權

自2015年9月起，在蜀岡一瘦西湖風景名勝區經營水上遊船觀光服務必須透過公開招標程序取得運營權。2015年9月9日，我們成功中標取得蜀岡一瘦西湖風景名勝區內水上遊船觀光服務的獨家運營權，並與蜀岡一瘦西湖風景名勝區管理委員會經濟發展局訂立2015年許可合同。根據2015年許可合同，我們獲授為期20年的獨家運營權(自2015年9月10日起至2035年9月9日止)，於該景區指定水域內獨家經營各類水上旅遊項目。有關2015年許可合同的進一步詳情載列如下：

協議日期	2015年9月9日
訂約方	蜀岡一瘦西湖管委會經濟發展局(作為授予人)；及本公司(作為承授人)
期限	自2015年9月10日起至2035年9月9日止為期20年
主要條款	<p>根據2015年許可合同，授予人同意授予本公司於蜀岡一瘦西湖風景名勝區內運營水上遊船觀光服務以及附屬碼頭及相關設施的獨家權利。授予人應確保本公司享有水上運營項目的獨家權利，並協助本公司辦理相關行政手續。本公司應制定運營計劃，並提交授予人備案。該運營計劃須經授予人明確同意，或在授予人收到相關文件後十日內未提出異議，方可實施。</p> <p>於2015年許可合同期限內，本公司獲准運營水上觀光船，包括畫舫、電動船、划槳船、自駕船、龍舟、皮划艇及水上自行車，但不包括潛水艇。本公司需投入不少於人民幣3.0百萬元，用於觀光船碼頭及相關設施的建設與升級改造，並應向授予人提供觀光船設施的相關生產合格證書及出廠合規證明。</p>
費用及支付	<p>(i) 特許權費</p> <p>於2015年許可合同期限內，我們應向授予人支付首年人民幣1.2百萬元的初始年度特許權費作為基礎特許權費，此後每三年調漲10%。</p> <p>我們應於次年9月10日或之前，向授予人支付上一年度的特許權費。若我們未能在到期日後三個月內支付特許權費，則視為我們喪失2015年許可合同項下的運營權，且履約保證金(見下文)將歸授予人所有。</p> <p>(ii) 履約保證金</p> <p>在簽署2015年許可合同後七個工作日內，我們應向授予人支付一筆總金額為人民幣100,000元的履約保證金。</p>

業 務

續期 2015年許可合同到期前，若本公司決定續期合同，且在2015年許可合同期限內未違反合同任何條款，則本公司有權通過公開招標程序，在達成相同條款及條件後續期協議。若本公司符合公開招標的條款與條件，且資格審查結果優於或等同於其他參標方，則在該公開招標程序中，本公司應列為優先選擇對象。

終止 於2015年許可合同有效期內，若本公司選擇單方面終止協議，應至少提前三個月向授予人提交書面申請。在授予人批准終止協議前，本公司應確保持續提供正常的運營服務。

若根據2015年許可合同相關條款，認定本公司存在違約行為，授予人有權立即終止協議。協議終止後，本公司應將協議約定的場地連同所有設備及設施按完好狀態交付授予人；履約保證金將歸授予人所有，且授予人有權進一步向本公司索取損害賠償。

根據與蜀岡一瘦西湖管理委員會（該區域船隻運營權主管機關）進行之訪談，於2025年9月19日確認：截至訪談當日，(i)據其知悉，揚州市境內尚無其他具備資格或能力之企業可替代本公司經營蜀岡一瘦西湖風景區水上遊船觀光業務；(ii)本公司屬高品質文化旅遊企業，具備可持續經營模式及成長潛力；(iii)根據《蜀岡一瘦西湖風景區企業優質發展規章》，目前未有引入其他水上遊船觀光服務經營者的討論或規劃，(iv)無意撤銷或重新分配蜀岡一瘦西湖風景區水上遊船觀光運營權；(v)儘管本公司須於2015年許可合同屆滿時透過公開招標程序取得或續期運營權，惟本公司可成功續期該運營權，且無可預見事件將妨礙本公司取得指定蜀岡一瘦西湖風景區水上遊船觀光服務之獨家運營權；及(vi)鑒於其對本公司營運表示滿意，故同意本公司繼續於指定蜀岡一瘦西湖風景區內獨家經營水上遊船觀光服務。

經考慮(i)主管機關蜀岡一瘦西湖管理委員會已對我們的服務表示滿意，並願意讓我們繼續在蜀岡一瘦西湖風景區內獨家經營水上遊船觀光服務，並確認其無意撤回或重新分配蜀岡一瘦西湖風景區內水上遊船觀光服務的營運權；(ii)經蜀岡一瘦西湖管理委員會確認，目前，我們是蜀岡一瘦西湖風景區內唯一具備水上遊船觀光服務營運經驗的合格營運商，目前揚州地區不存在具備相應資質與能力、可替代我們經營該風景區內水上遊船觀光服務的合資格公司；(iii)我們一直是蜀岡一瘦西湖風景區內水上遊船觀光服務的獨家運營商，零事故，且未曾與客戶或遊客發生任何重大爭議或收到任何投訴；及(iv)基於我們的資格、經驗及營運歷史，我們相信，經蜀岡一瘦西湖管理委員會確認，目前並無可預見事件會妨礙本公司取得蜀岡一瘦西湖風景區內水上遊船觀光服務的獨家運營權，董事(i)確信我們具備於2015年許可合同屆滿時續期水上觀光船營運權的能力，且對通過公開招標程序成功競標抱有充分信心；及(ii)認為2015年許可合同提前終止的風險偏低。

業 務

於指定古運河區域內的獨家運營權

此外，自2006年起，我們一直為指定古運河區域內水上遊船觀光服務的唯一營運商。截至最後實際可行日期，我們在該景區的運營權尚未受到任何時間限制。根據2025年9月21日與揚州市交通局（指定古運河區域船隻運營權主管機關）進行之訪談確認，本公司確為全長26.55公里古運河水上游光路線之唯一合法營運者，且進一步確認本公司於指定古運河區域內提供水上遊船觀光服務之運營權無時間限制。此外，揚州市交通局亦確認或聲明：截至訪談當日，(i)揚州市境內尚無其他具備資格或能力之企業可替代本公司於指定古運河區域經營遊船業務；(ii)本公司屬高品質文化旅遊企業，具備可持續經營模式及成長潛力；及(iii)當局並無引入其他水上遊船觀光服務經營者的討論或計劃，且樂見本公司繼續於指定古運河區域內以無期限及獨家方式經營水上遊船觀光服務。董事認為，在指定古運河區域內終止運營權的風險極低，理由如下：(i)根據與揚州市交通局的訪談，其確認：(a)揚州市目前並無其他具備資格或能力的公司，可替代本公司在指定古運河區域內經營水上遊船觀光服務，及(b)並無引入其他水上遊船觀光服務經營者的討論或規劃，且願意讓本公司在指定古運河區域內無限期獨家經營水上遊船觀光服務，(ii)我們是古運河區域唯一具備水上遊船觀光服務營運經驗的合格營運商，及(iii)我們一直是指定古運河區域內水上遊船觀光服務的獨家運營商，零事故，且未曾與客戶或遊客發生任何重大爭議或收到任何投訴。

此外，據董事經作出適當查詢後所知，並無任何已知或潛在的政府政策、城市規劃、環境法規或其他監管發展變動，可能於所有重大方面影響我們於古運河區域內持續經營水上遊船觀光服務的能力。

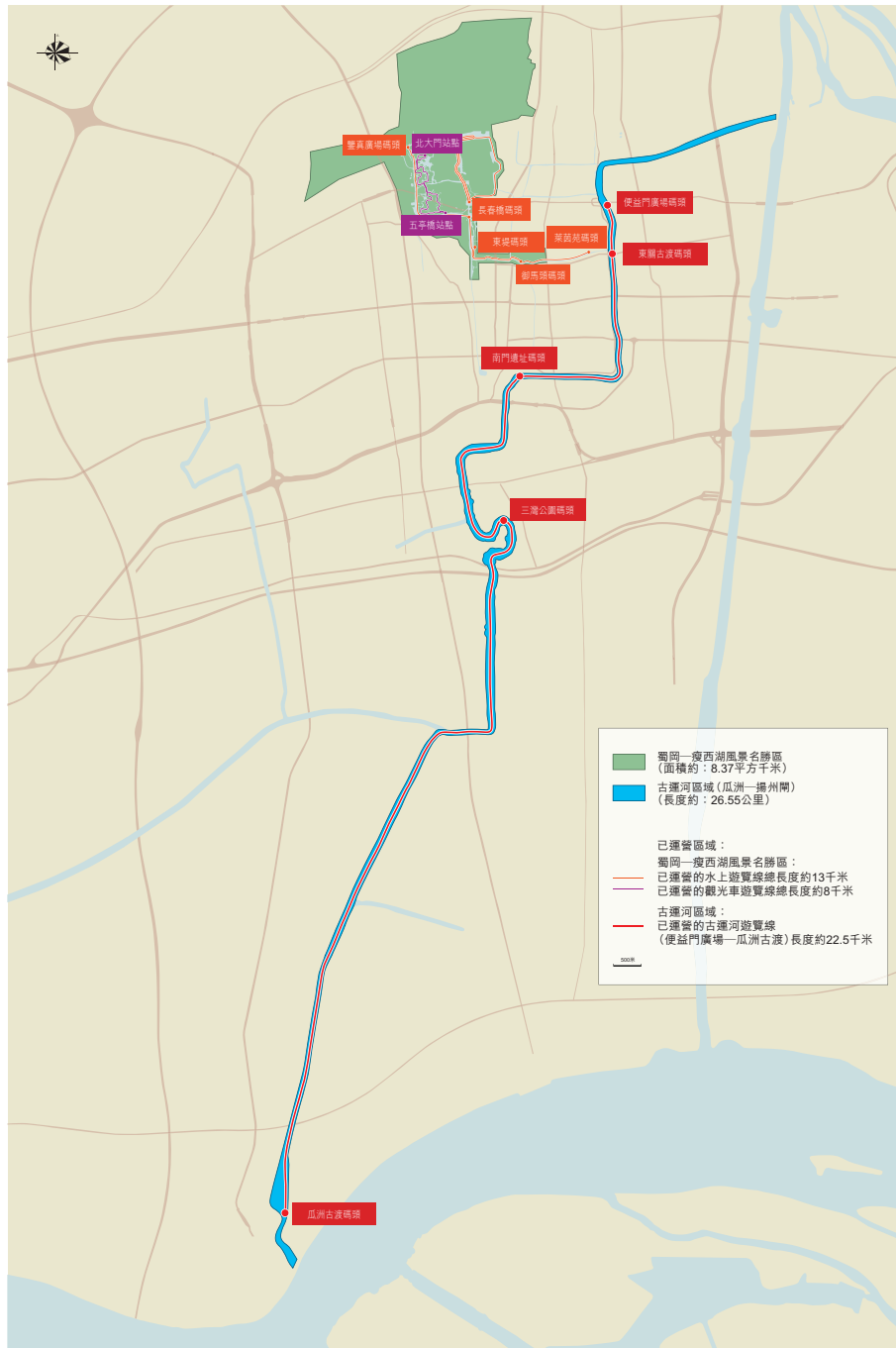
憑藉於蜀岡一瘦西湖風景名勝區內的長期獨家運營權、作為古運河區域內唯一營運商的地位，以及豐富的水上旅遊項目組合，我們為持續業務經營與擴張以及持續投資推動該地區旅遊業發展奠定穩固基礎。

按服務區劃分的水上游船觀光服務

我們主要在著名的蜀岡一瘦西湖風景名勝區（聯合國教科文組織世界遺產、國家5A級景區）以及具有重要歷史意義的古運河區域內提供水上遊船觀光服務。這兩個景區均以其如畫的風景和豐富的文化遺產而聞名。我們對主要水上旅遊線路進行了戰略性設計和運營，設有更靈活的站點，這些線路能夠提供沉浸式觀光體驗，串聯起標誌性景點，同時優化了遊船和運營水域的利用率，為我們在這些頂級景區內持續發展和拓展水上觀光遊船業務奠定了堅實基礎。

業 務

我們的水上遊船觀光服務及觀光車服務目前在蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域運營。有關該等服務區位置的詳細圖示，請參閱「業務—水上遊船觀光業務—按服務區劃分的水上遊船觀光服務」一節載列的地圖。



業 務

蜀岡-瘦西湖風景名勝區

我們在蜀岡一瘦西湖風景名勝區內提供的水上遊船觀光服務主要通過中小型船隻開展，每艘船的載客量均少於50人，以適應瘦西湖區域相對狹長的水域環境以及風景區景點分布密集的特點。我們蜀岡一瘦西湖風景名勝區提供的服務包括(i)標準水上遊船觀光服務，一般通過標誌性的搖櫓船、自駕船及主題船提供；以及(ii)增值的「遊船+」服務及包船服務，一般通過搖櫓船及主題船提供。我們在蜀岡一瘦西湖風景名勝區內運營四條主要水上旅遊路線。我們戰略性地設計水上旅遊路線，以連接主要標誌性景點，使遊客能夠獲得全面的觀光體驗，沉浸於旅遊路線沿途的美景以及揚州及大運河2,500年的歷史文化遺產中，同時最大限度地提高遊船利用率和操作水道。

於蜀岡一瘦西湖風景名勝區內提供的服務項目如下圖所示：



乾隆水上遊覽線

乾隆水上遊覽線以標誌性二十四景而聞名，沿途建築沿湖而建，以水相連，與周邊環境和諧融合，呈現出獨特的湖畔園林風光。該路線起點為御馬頭，途經13個著名景點，如冶春園、卷石洞天、西園曲水、虹橋、長堤春柳、四橋煙雨、徐園、小金山、五亭橋、二十四橋、靜香書屋、石壁流淙、小吹台，終點為鑒真廣場。完整的單程水上遊覽線設有六個停靠站，包括御馬頭、卷石洞天、瘦西湖東堤(瘦西湖南門)、徐園、二十四橋(靜香書屋)、石壁流淙及鑒真廣場(小吹台)。該路線的名稱源於乾隆皇帝南巡揚州時遊覽瘦西湖的傳統路徑。從御馬頭到鑒真廣場的景色尤為著名，素有「兩堤花柳全依

業 務

水，一路樓台直到山」之稱，在瘦西湖西園曲水的「翔鳧」石舫上曾題刻有一副著名的楹聯，如今已被移置於湖畔的顯眼位置，成為瘦西湖風景區的標誌性景點和文化亮點。該楹聯由清代詩人劉春池創作，後由當代著名書法家沈覲壽書寫。楹聯運用了古漢語的文學技巧，生動描繪了瘦西湖的詩意風光。

此航線運營時間為每日08:00至17:00，每20分鐘一班，票價為每兩站人民幣50元或人民幣60元，視乎船型而定，完成單程遊覽大約需要60分鐘。我們提供多種主題的船型以滿足遊客的定製需求，包括特色搖櫓船、豪華畫舫及配備現場講解的安福號，以及配備語音導覽的豪華生態畫舫及生態畫舫等。我們亦可按需提供包船服務，具體的發船間隔、船型及價格將根據客戶的具體需求而定。有關我們遊船的進一步資料，請參閱「一遊船組合」。

北護城河水上遊覽線

北護城河水上遊覽線連接多處景點，同時將揚州的文化底蘊與鮮活的日常生活巧妙融合。此線路的起點為清溪園碼頭，途經並停靠个園、御碼頭，最終抵達東堤。此遊覽線以其獨特的路徑備受青睞，自東側清溪園碼頭的清溪園向西延伸至東堤，沿途分布著天寧寺、御馬頭、冶春園、个園、史公祠等眾多重要歷史文化地標。

此遊覽線每日運營，運營時間為09:00至16:00，每小時一班，票價取決於船型，為每張／每站人民幣25元，完成完整單程遊覽最多花費30分鐘。我們提供豪華生態畫舫及生態畫舫，並為該遊覽線配備語音導覽。如有需要，我們還提供包船服務，具體時間間隔、船型及價格視具體需求而定。

宋夾城環島遊覽線

宋夾城環島遊覽線專為希望遊覽宋夾城的遊客設計，其位於蜀岡一瘦西湖風景名勝區內。宋夾城乃南宋時期軍事防禦要塞，現為結合歷史遺跡與運動休閒設施的熱門公共園區。此遊覽的起點為長春橋碼頭，人們由此駕船沿宋夾城周邊水域遊覽。此線路展現了宋夾城多層次的景觀風貌，水域、緩坡、綠地、林地相襯相映，水路與人行道、自行車道並行延伸，共同構成了水在園中、景在林中的如詩如畫自然景致。宋夾城的環島遊覽線能讓遊客領略沿途不斷鋪展的生態與人文景觀之美。

遊客乘坐我們的觀光船一般只需35分鐘即可完成宋夾城環島遊。此服務的運營時間為每日09:00至16:30，票價為每張人民幣50元。我們通常為這條旅遊路線提供豪華生態畫舫及生態畫舫，並配備語音導覽。

保障湖水上遊覽線

保障湖水上遊覽線為夜間遊覽線，以沿途美不勝收的生態景致著稱，象徵大自然與揚州城的和諧共生。此遊覽線的起點為長春橋碼頭，蜿蜒駛向宋夾城。此線路提供獨特

業 務

的夜間遊船體驗，遊客可沿著蜀岡腳下寧靜的水域航行，欣賞岸邊宋、明、清時期豐富的文化歷史地標，而蜀岡高處則承載著漢、隋、唐時期的歷史遺韻。

該夜遊項目的運營時間為18:30至21:00，每30分鐘一班，票價取決於船型，為每張人民幣50元或60元，每年僅在6月30日至8月31日開放。我們提供豪華生態畫舫及生態畫舫，並配備語音導覽。

除上述水上遊覽線路的水上遊船觀光服務外，我們還瘦西湖風景區和宋夾城內的指定水道提供自駕遊船服務，方便遊客按照自己的節奏，更靈活地探索湖光山色和自然風光。請參閱下方「一船舶組合—自駕船」。

古運河區域

由於古運河區域水域相對寬廣，我們主要以大中型遊船提供水上遊船觀光服務，這些船隻一般載客量從100人左右到200多人不等。我們在該景區提供的服務包括：(i)標準水上遊船觀光服務及(ii)大運揚州遊船演藝觀光船服務，提供這些服務均使用了不同主題的遊船，包括載客量38人、100人或110人的古典畫舫及載客量136人、206人或216人的現代遊艇。就大運揚州夜演而言，我們還提供載客量60人的仿古鋼制畫舫及載客量20人的浮筒艇。關於遊船的更多詳情，請參見下文「一船舶組合」。

於古運河區域內提供的服務項目如下圖所示：



業 務

古運河水上游覽線

古運河水上游覽線通過四種不同的線路組合運營，往返於便益門碼頭，東關古渡碼頭、南門遺址、三灣公園與瓜洲古渡之間。大運河揚州段的古運河是大運河歷史最悠久的河段、歷史遺跡及文化資源豐富。河水穿揚州市區而過，兩岸古跡林立，串聯20餘處文化生態景點，營造出獨特的地方氛圍。這些遊覽線路的沿途風光融合了園林景致、文化底蘊與休閒氣息，成為備受歡迎的觀光勝地。乘坐我們的水上游船觀光暢遊古運河，仿佛穿越時空，能讓遊客親身感受揚州深厚的文化底蘊與「水上揚州」的獨特魅力。

為滿足遊客對眾多古運河區域「必遊」歷史遺跡的旺盛需求，我們在景區推出了四種不同的組合遊覽路線：(i) 50分鐘往返路線，自便益門碼頭出發，直達南門遺址後返回便益門碼頭。此線路每日14:00至17:00每小時一班，票價為每張人民幣100元；(ii) 40分鐘往返路線，自東關古渡碼頭出發，直達南門遺址後返回東關古渡碼頭。每日14:30至17:30每60分鐘一班，票價為每張人民幣100元；(iii) 40分鐘單程路線，往返於東關古渡碼頭與三灣大運河博物館碼頭之間。東關古渡碼頭的出發時間為09:00和14:00，三灣大運河博物館碼頭的出發時間為11:00和16:00，每日運營，票價為每張人民幣80元；及(iv) 6小時全遊路線，10:00從東關古渡碼頭出發，11:30至13:30在瓜洲古渡停留2小時，14:30至15:30在三灣公園停留1小時，約16:10返回東關古渡碼頭，全程配有導遊講解。該路線每日運營，票價為每張人民幣160元。

除古運河水上游覽線提供的標準化水上游船觀光服務外，我們亦為古運河區域內的「大運揚州」夜演提供觀光船服務。請參閱下文「一大運揚州」。

本公司會定期檢討並更新遊覽線路設計，以順應遊客流量變化、季節性需求波動、遊客反饋意見，以及景區或景點開放權限的調整。

下表列示(i)我們的每日營運船舶數量上限及每條水上游覽線航行的班次上限；及(ii)於往績記錄期間，我們單次營運船舶數量上限及於往績記錄期間每日營運航行班

業 務

次上限，按服務區域及船舶類型劃分的進一步詳情：

蜀岡一瘦西湖風景名勝區

	營運船舶 數量上限 ⁽¹⁾	於往績 記錄期間 單次營運船舶 數量上限 ⁽²⁾	每日航行 班次上限 ⁽³⁾	於往績 記錄期間 每日航行 班次上限 ⁽⁴⁾
乾隆水上遊覽線				
— 生態畫舫	—	12	—	120
— 豪華畫舫或安福號遊船	—	13	—	130
— 豪華生態畫舫	—	20	—	200
小計	60	45	1600	450
— 搖櫓船	40	36	1560	504
北護城河水上游覽線				
— 生態畫舫或豪華生態畫舫	15	2	225	30
宋夾城環島遊覽線				
— 生態畫舫或豪華生態畫舫	17	2	204	24
保障湖水上遊覽線				
— 生態畫舫或豪華生態畫舫	15	8	90	48
瘦西湖景區內自駕船指定區域	80 ⁽⁵⁾	80	800	800
宋夾城景區內自駕船指定區域	60 ⁽⁵⁾	41	600	410

古運河區域

	營運船舶 數量上限 ⁽¹⁾	於往績 記錄期間 單次營運船舶 數量上限 ⁽²⁾	每日航行 班次上限 ⁽³⁾	於往績 記錄期間 每日航行 班次上限 ⁽⁴⁾
古運河水上游覽線 (日間遊覽線) ⁽⁶⁾				
— 便益門碼頭至南門遺址的 50分鐘往返路線	10	4	40	16
— 東關古渡碼頭至南門遺址的 40分鐘往返路線	8	2	40	10
— 東關古渡碼頭至三灣大運河博物 館碼頭的40分鐘單程路線	16	2	176	4
— 東關古渡碼頭至瓜洲古渡再到三 灣公園最後返回東關古渡碼頭 的6小時全遊路線	12	1	12	1
大運揚州(夜間遊覽線) ⁽⁷⁾				
— 浮筒艇	—	2	—	6
— 仿古鋼制畫舫	—	1	—	3
— 古典畫舫	—	6	—	18
— 現代遊艇	—	3	—	11
小計	16	12	76	38

業 務

附註：

- (1) 營運船舶數量上限乃指相關水上遊覽線於任何特定時間可運營的理論最大船舶數量，按單程遊覽航線時長除以兩艘船舶出發的最小間隔時間計算。若為雙向對開航線，營運船舶數量上限應乘以二。為免生疑問，前述計算未計及：(i)任何可能影響運營條件的因素，例如天氣、旅遊旺季與淡季、營運船舶數量及類型、乘客承載量、營運船舶速度及遊客數量帶來的需求，及(ii)遊客上下船所需額外時間、穿過橋梁與彎道的額外航行時間、船舶交會或共用航線的使用情形。有關各水上遊覽線的時長及營業時間的進一步詳情，請參閱「業務—水上遊船觀光業務—按服務區劃分的水上遊船觀光服務」。
- (2) 於往績記錄期間的營運船舶數量上限乃指我們於往績記錄期間內就相關水上遊覽線於任何特定時間運營的最大船舶數量，受限於各類可用船舶的實際數量、運營條件及實際運營狀況下的額外航行時間，同時並無考慮對不同遊覽線的主題船的分配調整。
- (3) 每日航行班次上限乃指相關水上遊覽線於相關營業時間內每日可實現的最大航行班次，其計算方式為總運營時間除以單程遊覽航線時長。為免生疑問，前述計算未計及：(i)任何可能影響運營條件的因素，例如天氣、旅遊旺季與淡季、營運船舶數量及類型、乘客承載量、營運船舶速度及遊客數量帶來的需求，及(ii)遊客上下船所需額外時間、穿過橋梁與彎道的額外航行時間、船舶交會或共用航線的使用情形。有關各水上遊覽線的時長及營業時間的進一步詳情，請參閱「業務—水上遊船觀光業務—按服務區劃分的水上遊船觀光服務」。
- (4) 於往績記錄期間每日航行班次上限乃指我們於往績記錄期間內運營的相關水上遊覽線的最大航行班次，受限於各類可用船舶的實際數量、運營條件及實際運營狀況下的額外航行時間。
- (5) 有關進一步詳情，請參閱「一船舶組合—營運限制」。
- (6) 就各古運河水上游覽線而言，我們同時使用古典畫舫及現代遊艇，相關營運船舶數量及航行班次分別指古典畫舫及現代遊艇的總營運數量及總航行班次。
- (7) 於計算大運揚州夜演的營運船舶數量上限及航行班次時，所採用的是旅遊旺季期間經延長的營業時間（18:00至22:30）。

船舶組合

我們委託第三方船舶製造商]進行船舶的設計與製造，並擁有豐富多樣的船舶組合，旨在為遊客提供多元化、定製化的水上遊船觀光服務，既能滿足遊客追求獨特而沉浸式的出遊體驗，亦能提供私密與奢華的出遊體。憑藉全面的遊船組合，能夠滿足不同客群的多樣化需求與偏好。我們有信心，無論是追求傳統、靈活、便利、獨特，亦或沉浸式體驗的遊客，都能找到與其興趣、需求及期望高度匹配的定製化遊船遊覽服務。本公司提供的水上游船服務可按遊船為迎合目標客戶不同需求而定的裝飾風格及尺寸大致分為三類，即搖櫓船、自駕船及主題船。

搖櫓船

搖櫓船是一種頗具揚州風格的手划雙槳船，通常由船娘通過船尾雙槳的節律性搖動操控。搖櫓船是揚州水文化的標誌性元素及為我們的標誌性遊船，在瘦西湖景區尤為常見，船娘往往會隨著搖櫓船的節奏吟唱地方戲曲。

搖櫓船專門提供包船服務，深受普通遊客及希望深度體驗當地文化的遊客青睞。搖櫓船是本公司遊船產品組合中最受歡迎的品類。搖櫓船的女性駕駛員稱為「船娘」，男性駕駛員稱為「船夫」。本公司所有船娘及船夫均經過嚴格培訓，會搖船、講解、唱歌、英

業 務

語以及心理疏導五項核心技能。我們的「瘦西湖船娘」已成為知名高端旅遊品牌，由本公司船娘操控的搖櫓船服務長期以來是我們的招牌項目，吸引了眾多國內外遊客，且被2024年揚州之聲 (the Voice of Yangzhou) 評為「必遊」項目。



自駕船

自駕船為電動自航行遊船，配備直觀的操縱桿控制系統，根據不同船型可容納4至6名乘客。本公司的自駕船僅在蜀岡—瘦西湖風景名勝區內的瘦西湖景區及宋夾城景區指定水域運營，是家庭及小團體遊客的理想之選。此類船允許遊客自主規劃航線，以更靈活的節奏在景區水域探索自然風光。



主題船

主題船是裝飾各異、用途廣泛的船隻，包括我們的標準觀光船服務、增值「遊船+」和包船服務以及大運揚州夜演。我們的主題船可細分為生態畫舫、豪華畫舫、豪華生態畫舫、安福號、古典畫舫、仿古鋼制畫舫、現代遊艇與浮筒艇。

- 生態畫舫—屬於小型經濟船隻，最大載客量20人。生態畫舫專為注重性價比的遊客提供高品質且經濟實惠的觀光解決方案，配備優質錄音導覽以提升遊覽體驗。



業 務

- 豪華畫舫一屬於小型豪華船隻，最大載客量24人，為遊客提供追求更高服務標準與舒適度。豪華畫舫外觀宛如漂浮的宮殿，配備更為精致的配套設施(如豪華座椅及茶几)，並有專業導遊提供現場講解及互動問答服務，從而讓遊客更深入沉浸於揚州及大運河的歷史文化底蘊，以獲得高品質且更靈活的觀光體驗。豪華畫舫也提供包船服務，專供乾隆水上御遊線路。



- 豪華生態畫舫一屬於中型豪華船隻，最大載客量為32人，其外觀形似中國傳統木船。生態畫舫亦用於本公司的增值「遊船+」服務。



- 安福號一屬於中型船隻，按型號不同，最大載客量分別為32人、37人或42人，專為高消費力遊客打造，配備豪華沙發及餐桌。安福號專供乾隆水上御遊線路，並可提供合乘及包船服務，同時亦用於本公司的增值「遊船+」服務。



業 務

- 古典畫舫一屬於傳統船隻，船首飾有雙龍造型，按型號不同，最大載客量分別為38人、100人或110人。該類船隻專門營運於本公司於古運河區域，包括古運河水上游覽線路及大運揚州遊船演藝。



- 仿古鋼制畫舫一屬於小型豪華船隻，具備現代化裝飾的特點，最大載客量為20人。該類船隻專門用於大運揚州遊船演藝，主要面向於大運揚州遊船演藝中尋求更沉浸式和優質體驗的遊客。



- 現代遊艇一屬於大型現代化遊艇，按型號不同，最大載客量分別為136人、206人或216人。本公司現代遊艇只專門營運於古運河區域，包括古運河水上游覽線路及大運揚州夜間演出表演。視具體遊覽路線而定。



業 務

- 浮筒艇一屬於小型豪華遊艇，最大載客量為20人，專門用於大運揚州夜間演出表演，主要面向追求更高品質觀光體驗的遊客。



有關各類船隻在不同旅遊路線的票價詳情，載於「一定價—我們的票價及定價基準」一節。

下表載列在往績記錄期間我們船隻數目的變動情況：

船型	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
搖櫓船	36	36	36
自駕船	113	106	121
主題船	42	62	64
總計	191	204	221

在整個往績記錄期間，我們運營的自駕船數量於2023年至2024年略有下降。這些變化是由於我們資產利用率提高，使我們能夠處理過時的自駕船，而無需購買新的自駕船來應對同期增加的遊客數量。自駕船總數亦受到劃定用於自駕船的經營水域的限制。請參見下文「一營運限制」。為因應家庭與小團體間日趨流行且日益增長的彈性自主探索需求，我們於2025年購置了15艘新的自駕船。隨著船票銷售額的增長以及近期的業務拓展措施（例如於對揚州大運河夜間演藝項目的需求日益增長），於整個往績記錄期間，我們已陸續添置主題船隻，並計劃配合業務擴張購置更多主題船。請參閱「業務—我們的戰略—持續通過資產升級賦能業務發展」和「未來計劃及[編纂]」。

營運限制

相關主管機關並未對分別在蜀岡—瘦西湖風景名勝區及古運河區域內獲准營運的船隻數量設置具體限制。然而，為維持指定瘦西湖及宋夾城區域更高標準的安全及秩序，並避免航道擁堵，本公司自行實施了在該等指定區域內任何特定時間允許運營之自駕船最高數量限制。自駕船由遊客（即非專業船隻駕駛者）操作，以供觀光及休閒娛樂之用，彼等可能缺乏於擁擠及具挑戰性之情況下航行所需之經驗。經考慮指定區域內及附近可能運營之其他類型觀光船隻數量及水面面積，並基於本集團在該等區域經營水上遊船觀光服務業務所累積之經驗，本公司已就瘦西湖及宋夾城各區域之船隻營運安全制定內部管理規則，據此，於任何特定時間可運營之自駕船最高數量分別不得超過80艘及60艘。董事認為，前述營運限制對我們的業務營運或財務表現並無任何重大不利影響，依據為：(i)根據我們在指定區域內累積之營運經驗，對自駕船數量之限制能確保水道容量

業 務

達至最佳使用，從而提升整體營運效率及遊客體驗；(ii)我們內部採取之嚴謹安全及管理措施，顯著降低了可能導致我們聲譽受損或須承擔財務責任之事故發生可能性，從而保障本公司及股東之長期利益；及(iii)該等限制符合本公司對公眾安全之承諾。

實際上，於釐定指定水域的任何特定時間營運的船舶數量時，我們會綜合考量多項相互關聯的因素，例如：(i)遊客及營運船舶的安全，包括控制營運船舶密度以防過度擁擠，並確保在緊急情況下能有效應對；(ii)維持自駕船與其他船舶的有序航行，以減少擁堵、降低航行衝突並維持規定的交通模式，從而確保營運順暢且可預測；(iii)透過及時服務供應與可控的遊客流量相平衡，確保遊客能及時獲得服務並盡量縮短等候時間，從而保障我們水上觀光遊船的服務品質；及(iv)碼頭停靠區的實際承載能力與營運條件，以保證遊客在上下船過程中的秩序，以及船隻在碼頭停靠區附近營運的安全條件。我們的董事認為，此等措施旨在維持最高標準的安全與營運效率，以持續實現遊客滿意度；此外，此等動態措施使本公司能夠在決策時對具體營運條件進行全面評估，而非採取「一刀切」的方式，從而最大化我們的營運效率與盈利能力，長遠而言對本公司及我們股東均屬有利。

下表為截至2025年12月31日按服務區域劃分的船隻概要：

船型	蜀岡一瘦西湖	古運河區域
	風景名勝區	
搖櫓船	36	—
自駕船 ⁽¹⁾	121	—
主題船 ⁽²⁾	49	15
總計	<u>206</u>	<u>15</u>

附註：

- (1) 自駕船服務僅在蜀岡一瘦西湖風景名勝區指定水域內提供。截至2025年12月31日，我們在瘦西湖風景區有80條自駕船可供運營，在宋夾城風景區有41條自駕船可供運營。
- (2) 主題船包括5條豪華畫舫，20條豪華生態畫舫，16條生態畫舫，8條安福號，7條古典畫舫，1條仿古鋼制畫舫，3艘現代遊艇及4艘浮筒艇。

我們透過公開招標程序選擇優質第三方船隻製造商為我們的各類船隻提供設計及製造服務。為確保我們能全面掌控船隻的品質、安全及可用性，我們的所有觀光船均為自有，使我們能夠有效調配保養排期、推動船隻升級，並根據遊客需求或文化旅遊行業趨勢靈活調整營運安排（例如在旅遊旺季及節慶活動期間所有船隻可靈活投入營運，以服務更大批量的遊客）。此外，與租賃或包船安排相比，自有船隻有助降低長期營運成本，減少因船隻租賃市場價格波動及潛在供應限制而帶來的風險。因此，我們能在整體營運中維持一致的服務及安全標準，鞏固我們的品牌聲譽，為景區訪客提供優質的遊覽體驗。

業 務

增值「遊船+」及包船服務

除常規水上遊船服務外，我們自開展水上觀光業務以來還提供包船服務。作為長期推動多業態創新發展的新舉措，重點整合和增強水上旅遊、水路運輸和其他創新服務之間的協同效應。我們自2015年起通過提供增值「遊船+」服務，將水上觀光業務延伸至對更動態、多元及沉浸式服務需求之增長領域。此舉不僅豐富遊客體驗，進一步擴展我們的服務範圍並實現收入來源多元化，持續驅動本集團業務增長。

在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們推出以下「遊船+」增值服務：

- 「遊船+餐飲」。自2017年1月起，我們與一家以揚州風味早茶聞名的本土知名獨立餐飲企業冶春餐飲股份有限公司開啟戰略合作，為遊客提供遊船早茶特色體驗項目。遊客需提前預定船票。我們為「遊船+餐飲」服務提供生態畫舫，最高可容納16人。
- 「遊船+企業」。我們根據企業客戶的需求，量身定製「遊船+企業」服務，將我們的遊船作為舉辦各種企業活動的理想場所，從團隊建設活動、產品發佈會等大型企業事件或活動，到戰略會議、客戶答謝會等定製私人活動，應有盡有。
- 「遊船+研學」。我們圍繞大運河深厚的歷史文化和生態意義，開發了「遊船+研學」旅遊項目，主要面向中小學生。例如，我們推出了互動式教育研學項目，參與者可以乘坐主題水上遊船，參觀著名的歷史文化地標，並參與融合誠信、遺產和環境管理等主題的實地考察。關於我們的「遊船+教育」旅遊項目，我們已邀請來自揚州市曲藝研究所的非物質文化遺產繼承人、國家級專業演員及優秀新興曲藝表演者，在觀光船上提供當地非物質文化遺產表演。該等表演包括揚州評話、揚州彈詞、揚州清曲，讓遊客能夠接觸並瞭解非物質文化遺產傳統文化。此外，本公司整合大運河沿線文化資源，為「遊船+教育」旅遊項目創作運河文化及揚州傳統文化相關講解詞，在航行期間向遊客提供船載講解，為遊客帶來水上觀光過程中的文化講解體驗，以及在該等文化領域生動獨特的學習體驗。

根據中國法律顧問意見，我們的「遊船+研學」旅遊項目業務以營運水上觀光遊船服務為核心，且並不涉及《中華人民共和國民辦教育促進法（2018年修正）》及《中華人民共和國民辦教育促進法實施條例（2021年修訂）》所規範的教育培訓業務，因此我們的「遊船+研學」旅遊項目無需取得相關教育主管部門之特殊許可或批准。

業 務

於往績記錄期間，我們還不斷優化包船服務，以滿足遊客的特定需求，從而滿足各種特殊用途和場景的需求，包括「遊船+」服務。包船服務在豐富我們的服務內容方面發揮著重要作用，適用於各種場合，包括企業團隊建設活動、私人聚會或慶典（例如婚禮和生日）、商務招待會以及其他個性化場合，行程和船上體驗均根據客戶需求進行設計。

我們的「遊船+」增值及包船服務對我們的收入增長貢獻顯著。截至2023年、2024年及2025年12月31日止三個年度，我們的「遊船+」增值及包船服務產生的收入分別為人民幣37.8百萬元、人民幣38.9百萬元及人民幣39.8百萬元，佔同期水上遊船觀光業務產生的總收入的約34.6%、35.0%及33.7%，2023年至2025年複合年增長率約為2.35%。

我們相信，通過豐富的遊船產品組合及多種遊船增值服務的推出，我們能夠滿足散客及團體遊客多樣的興趣、需求及期望，無論是追求傳統體驗、靈活安排、便捷服務、專屬定製，還是追求旅遊體驗中的深度文化沉浸。

大運揚州

概覽

2024年10月，我們推出大運揚州遊船演藝，致力於為遊客提供沉浸式體驗，感受揚州和大運河的歷史文化遺產，進一步提升當地旅遊體驗，讓我們從文化旅遊行業脫穎而出，同時拓展收入來源，帶動業務增長。大運揚州遊船演藝融合了2,500年的歷史文化和沉浸式娛樂，吸引了眾多遊客，提升了遊客在觀光過程中的整體參與度，並迅速成為揚州文化旅遊的一大亮點。自推出以來，該演出已成為我們快速增長的業務分部。同時，大運揚州遊船演藝入選「江蘇省智慧旅遊沉浸式體驗空間優秀案例(2025)」，使得我們獲得了社交媒體的更多曝光，從而進一步提升了品牌曝光度，並支持我們持續的業務擴張和最佳的財務業績。

演出內容及時段

大運揚州是沿古運河區域開闊水域上演的大型戶外行進式夜演。演出備有專業導遊及語音導覽，將揚州作為鹽業商貿重鎮和傳承大運河文化遺產的興盛歷程娓娓道來。此演出是在充當移動劇場的觀光船上展開的行進式體驗。在演出過程中，遊客能夠體驗我們們精心設計的故事情節，圍繞情節展開的不同章節各自描述揚州和大運河生機勃勃的運河歷史中獨特的時代或故事。演出以現場表演、音樂、動態燈光、視覺特效和水幕特效為特色，反映了不斷變化的主題，並在每個章節中濃縮了塑造揚州豐富運河和文化遺產的獨特時代。大運揚州遊船演藝主要章節的主要內容如下：

- 第一章—「夢棲揚州」：本章依托前沿視覺科技，生動展現揚州作為一座與大運河密不可分的城市，其數百年來的繁榮興盛與文化活力，皆得益於運河這一城市命脈的滋養。在本篇章中，我們採用高噴水幕投影及激光等特效，營造出「水炮出明月」的沉浸式場景，以定製化竹筏為移動演藝載體，船娘身著傳統服飾翩翩起舞，「人在筏上，筏在運河，運河入畫」的江南夢境，呼應唐代著名

業 務

詩人徐凝在《憶揚州》一詩中所寫：「天下三分明月夜，二分無賴是揚州」。這兩句詩使揚州以其優美的夜景和濃厚的情感意蘊聞名於世，成為揚州延續數百年的城市文化標識。



- 第二章—「吳王開運」：本章介紹了公元前486年，吳王雄踞古代中國中部地區，開鑿大運河最早的一段河道—邗溝的傳奇故事。本篇章通過兩場船隊巡遊呈現：一場由演員扮演吳王，手持利劍；另一場則由身著古代武士服飾的鼓手與舞者伴隨，擊鼓起舞，定製化仿古戰船為舞台，智能火效系統形成「火光沖天效果」，再現了大運河最初開鑿時這一深遠而壯闊的歷史時刻。



- 第三章—「隋唐起運」。遊船自春秋意境中緩緩駛出，朝著冷霧、水簾與激光交織而成的「時空之門」破浪而行—這扇「門」由高功率激光束勾勒出時空輪廓，冷霧粒子在光束間彌散，形成半透明的光影屏障，遊船循著這道光影通道駛入隋唐的歷史畫卷。本章展現了大運河在隋唐時期的繁榮盛景。通過一場現場舞蹈表演呈現，一名演員飾演「船娘」，在碼頭對面的投影舞台上翩翩起舞，以優美的舞姿引領觀眾穿越時空，展現隋煬帝楊廣站在龍舟船頭，遠眺碼頭的場景。在這一時期，隋煬帝雄心勃勃地擴展大運河，開鑿貫通南北的水路，以鞏固其疆域統治。本章還通過豐富的敘事，講述隋煬帝如何推動「船娘」成為當時廣受歡迎的休閒文化活動，並結合先進的動態全息投影與裸眼3D技術視覺技術，以扇形水幕為舞台背景，通過3D投影生動呈現大運河如何通過貿易與文化交流，為沿線城市（包括揚州）帶來空前的繁榮。

業 務



本章繼續以唐代著名詩人李白的現場演出為亮點。李白被譽為中國歷史上最傑出的抒情詩人之一。他斜倚船頭，悠然吟誦其千古名句：「故人西辭黃鶴樓，煙花三月下揚州。」此情此景，輔以背景解說，展現揚州在唐代深厚的文學底蘊—據記載，唐代有超過150位詩人創作了400餘首詩篇贊美揚州。當李白的船隻緩緩遠去，巨型LED屏幕畫面中浮現出其他曾贊頌揚州的詩人姓名與詩句，同時展現唐代揚州繁華的街市景象，重現這座文化名城昔日的輝煌。

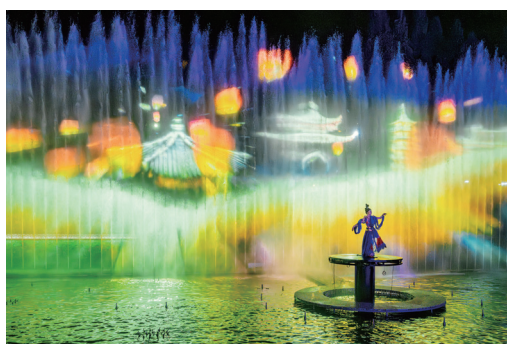


- 第四章—「康乾大運」。遊船自隋唐穿越「時空之門」，借助尖端的3D投影科技，將歷史畫卷栩栩如生地展映於徐凝門橋上。橋上巧用激光特效，模擬金元寶自天際飄落，繼而緩緩蛻變為鹽粒，橋洞兩側以格柵屏為幕，綻放揚州之盛世風貌，標誌從唐宋至明清的歲月流轉與經濟騰飛。本章聚焦清朝康熙、乾隆年間揚州達到的鼎盛時期。一名演員飾演乾隆皇帝，吟誦一首贊美揚州秀麗風光的詩作，尤其描繪運河沿線如詩如畫的景致，並表達他希望畫師繪制詳盡的運河長卷，以記錄運河的富麗堂皇與盛世氣象。背景敘事同時揭示，清代揚州因鹽業貿易而空前繁榮，鹽商群體迅速崛起。鹽業的興盛帶動了城市在社會、經濟和文化領域的飛速發展，迎來了揚州歷史上的第三次黃金時代。其間，康熙帝在南巡中六次到訪揚州，乾隆帝亦六次巡幸此地，並為揚州美景賦詩近200首，足見其鍾愛之情。

業 務



- 第五章—「綿長好運」。遊船在由光纖照明系統打造的視覺奇觀中緩緩航行，借助精準調控的光纖燈光，巧妙地營造出宛如星辰閃爍的夢幻場景。作為整場演出的終章，本章以雙人舞的形式呈現，象徵揚州因大運河而綿延不絕的城市文脈與福運傳承。通過採用先進的3D投影技術、特效激光與直流水幕系統的完美融合，構建出一個沉浸式的演藝背景。演出舞台則巧妙地運用了特效水秀和冷霧系統，營造出一種科幻感十足的氛圍，為觀眾帶來一場視覺與感官的雙重盛宴，本章回顧揚州自漢代初興，物阜民豐、聲名遠播；至唐代極盛，天下太平、萬邦來朝；再到清代持續繁榮，商貿活躍、市井繁華的歷史脈絡。揚州的發展被描繪為一條奔流不息的「好運之河」，寓意其因運河而興、因文化而傳的永恒生命力。



每個章節均配有戲劇性的舞台表演，包括現場演員、精心編排的舞蹈和先進的投影技術，旨在讓遊客沉浸在揚州和大運河悠久的文化遺產中。通過融合豐富的歷史、詩歌及視覺效果，大運揚州夜演旨在為遊客提供豐富的文化體驗，加深他們對揚州悠久歷史及其與大運河共生關係的理解，同時評估遊客對我們服務的感知價值。

大運揚州夜演每日運行三場，時間為18:00至21:00，旅遊旺季的頻率有待調整，每場演出持續約60分鐘。該60分鐘演出沿運河風景河段展開，航程自便益門廣場碼頭至南門遺址，全程4.8公里水道。我們為大運揚州夜演的遊客提供三種主題船，包括小型高級浮筒艇、中型仿古鋼制畫舫及超大型現代遊艇，以滿足不同消費能力和個性化體驗需求的遊客。除觀光船外，一場典型的表演需要六艘表演船隻沿著運河排列，其專為船型劇院而設計、裝飾。這些船隻僅用於表演，將不會用作其他水上遊船觀光服務。

業 務

投影、運營及知識產權

為確保大運揚州夜演高質量，我們委聘專業第三方耀有光，專門提供演出相關服務，包括演員的招募及管理。根據與該第三方的合同，(i)該第三方負責製作演出計劃，其中應包括演出場次的時間表、時間、演出章節和演員名單以及參與表演的工作人員詳情；及(ii)我們負責創作並提供表演的腳本內容，並向該第三方支付約定的排練、表演、服裝道具製作費用以及有關其整體管理及表演監管的費用。根據合同，我們還有權監督及管理演出的執行。

此外，我們獲獨立第三方揚州市文化投資管理有限公司（「揚州市文化投資」）授予獨家許可，可在2024年10月1日至2029年9月30日5年使用「大運揚州」商標作為我們行進式遊船演藝的名稱。上述商標許可到期後，本公司擬與揚州市文化投資續新該許可權。基於(i)揚州市文化投資已書面確認，將按大致相同的條款及條件與我們續新商標許可協議，包括免費授予我們使用「大運揚州」作為我們大運揚州遊船演藝名稱的許可；(ii)我們在合約期間與揚州市文化投資保持良好的合作關係；(iii)據揚州市文化投資所述，其目前並無任何終止或撤銷我們「大運揚州」商標使用許可的計劃或磋商，且未預見任何法律障礙或其他限制，會對其日後向我們授予該商標許可造成不利影響，我們認為將能按大致相同的條款及條件與揚州市文化投資續新該許可權。

許可規定

根據適用的中國法律法規，並考慮到我們經營的大運揚州遊船演藝，我們必須持有類別為「演出經紀機構」的《營業性演出許可證》（「演出經紀機構許可證」），並在演出啟動前向當地文化主管部門申請取得演出許可（「演出舉辦許可」）。

大運揚州遊船演藝開展於2024年10月期間且自2024年10月至2025年9月，我們(i)並未持有演出經紀機構許可證，且我們實際以不適用的國內文藝表演團體類別開展演出，及(ii)未先取得演出舉辦許可便啟動運營了該演藝項目。請參閱下文「一不合規」。

定價、票務及收入確認

大運揚州夜演票價已包含於船票內，由我們自主釐定，並以透明及可負擔為原則。根據地方規定，該演出船票價格毋須經揚州市物價部門審批，但須向其備案存檔。該演出的票價為浮筒艇、仿古鋼制畫舫及古典畫舫人民幣158元／張及現代畫舫人民幣168元／張，是參考航程長度、船型及季節性需求等因素釐定。大運揚州夜間演出的船票價格包括演藝本身的價格。我們定期檢討定價，以確保價格競爭力及遊客可負擔性。我們亦會不時推出推廣「套票」或與其他觀光服務組合的優惠，以提升遊客體驗。有關船票定價的進一步詳情，請參閱下文「一定價」一節。

有關大運揚州夜演的票務及支付安排以及收入確認，請見下文「一票務」及「一付款及收入確認」。

業 務

協同效應

大運揚州遊船演藝自推出以來，已對當地旅遊、經濟及文化認同產生多項正面影響。其自推出以來直至最後實際可行日期，共吸引了290,945名遊客。該演出對區域經濟產生協同效應，不僅吸引更多海內外旅客到訪揚州，帶動餐飲、酒店及交通等相關服務需求上升，從而促進當地旅遊業強勁增長並開拓新收入來源。根據江蘇省政府公佈的統計數據，截至2025年6月30日止六個月，在揚州過夜的遊客總數較2024年同期增加約16.3%。我們大運揚州遊船演藝的人氣亦通過交叉銷售策略推動地區其他旅遊消費。例如，我們於2025年1月至10月期間推出套票產品，將大運揚州遊船演藝船票與高郵清水潭旅遊度假區內水上遊船觀光服務船票組合銷售，每套套票價格為人民幣168元。共售出套票9,316套，實現總收入約人民幣1.4百萬元。此外，該演出需配備專屬表演人員、技術人員及後勤團隊，為當地創造就業機會；而其製作亦需與本地企業合作，包括設計劇場船及燈光等，進一步推動區域經濟發展。根據弗若斯特沙利文資料，當地文娛行業的就業機會自2024年末起增加。

透過將揚州故事與傳統文化置於現代且富互動性的娛樂載體之中，大運揚州夜演不僅凝聚了社區認同感，亦提升了公眾對本地文化遺產的關注。此演出在社交媒體上的熱度及客戶的正面評價進一步鞏固揚州作為文化旅遊目的地的聲譽。例如，大運揚州在全國媒體平台上被廣泛傳播，例如在新華社發佈的《新時代中國調研行之文化中華 | 江蘇揚州：古今交融展現運河古城文化脈動》報導中，將大運揚州遊船演藝作為重要亮點；中央電視台《共同關注》欄目亦以「春季旅遊新場景：運河文化帶動多元體驗式消費，遊船即舞台演繹穿越古今，大運河夜遊促進消費」為主題，播出大運揚州遊船演藝的特別報導。這些內容在社交媒體上引發了廣泛關注與正面評價，進一步提升了揚州作為具有吸引力的文化旅遊目的地之知名度。同時，此演出證明我們在水上旅遊業的創新能力。我們將傳統的遊船觀光與現場文化和沉浸式表演相結合，為該地區及以外地區的創意旅遊體驗樹立了標桿。

大運揚州遊船演藝展現出可觀的增長潛力。自2024年10月推出此演出以來，截至2024年12月31日止三個月及截至2025年12月31日止年度，大運揚州遊船演藝產生的收入分別為人民幣3.4百萬元及人民幣29.5百萬元，分別佔同期水上觀光業務分部總收入的3.1%及24.9%。憑藉對表演內容的不斷提升和對品質的承諾，我們相信，大運揚州夜演將繼續成為旗艦景點和「必做」活動，繼續推動我們的收入增長和業務擴張，同時助力揚州實現成為領先文化旅遊目的地的目標，為守護與弘揚其歷史底蘊做出貢獻，從而進一步提升我們在文化旅遊行業的市場地位。

票務

我們通過以下方式向零售客戶（包括個人及團體）銷售船票：(i)直接通過現場售票處及自助售票機以及自有的微信小程序「揚州瘦西湖水上遊」（接受現金或電子支付），(ii)間接通過第三方售票渠道，包括美團、攜程、抖音、同程等OTA平台及合作酒店。我們亦以批發方式直接向企業客戶（包括旅行社及其他企業客戶）銷售船票。自2017

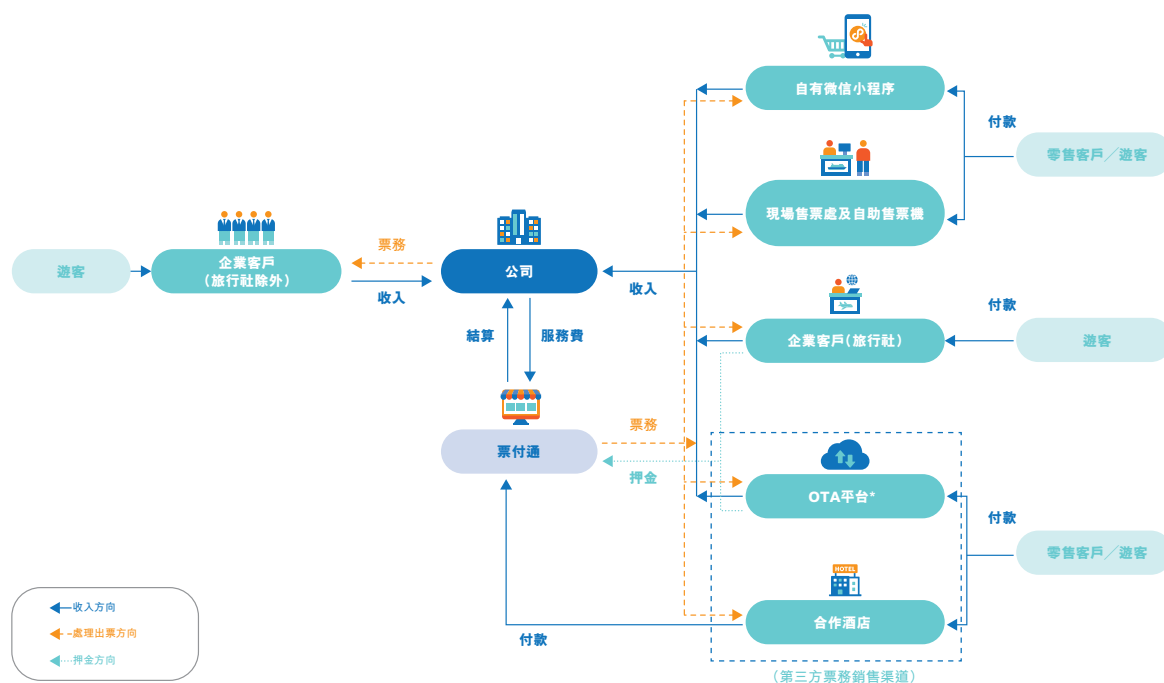
業 務

年8月起，除向部分未接入票付通網絡的合作酒店銷售的船票通過銀行轉賬直接與我們結算外，所有通過第三方售票渠道及向旅行社銷售的船票均通過獨立票務平台「票付通」進行結算。

票付通

票付通是一個專業第三方一站式票務服務供應商，旨在精簡我們的水上遊船觀光業務的船票出票及管理。該平台在跨渠道及平台票務交易協調管理中發揮著核心作用，確保票務交易高效透明。票付通在我們、票務渠道與遊客之間充當獨立中介機構。票付通提供集中式票務管理系統，而我們需將票務庫存明細、票價信息及可售數量上傳至票付通，隨後平台將自動同步這些數據至我們自有的微信小程序、現場票務處及自助售票機（現金支付除外）、旅行社及所有第三方售票渠道，包括OTA平台以及同意加入票付通網絡的合作酒店。當客戶通過線上購買船票時，購買訂單將跳轉至票付通並經票付通處理出票。

以下流程圖闡述了我們的遊船門票銷售模式：



* 在模式B下營運的OTA平台無需在票付通系統中繳存押金。詳見下文「OTA平台」。

根據我們與票付通在2022年及2023年簽訂的服務協議，(i)我們應就票付通提供的綜合一站式票務銷售、分銷及結算服務，每年向票付通支付固定服務費；(ii)就通過票付通進行的結算而言，我們需按結算金額的0.5%向票付通支付技術服務費，並應確保我們在票付通的指定賬戶中有足夠資金，用於結算技術服務費的支付；及(iii)若因資金不足導致票付通無法成功從我們的賬戶扣除技術服務費，我們將無法通過該系統成功處理票務訂單。通常情況下，我們與票付通簽訂的服務協議期限固定為一年。當前服務協議屆滿時，本公司與票付通可經雙方協商一致後簽訂新的服務協議，以繼續提供前述票務

業 務

相關服務。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，並無發生因相關客戶或第三方銷售渠道在票付通的賬戶資金不足，導致票付通無法扣除技術服務費，進而使我們無法通過票付通系統處理票務訂單的情況。

我們通過票付通實施的統一票務支付、出票及結算方式，確保所有票務平台及售票渠道執行標準化票價並及時結算款項，從而依托數字化高效票務生態系統與顧客及合作夥伴建立信任。

自2023年12月起，我們亦通過先進的智能票務系統出售、發行及結算我們的船票，該系統由(其中包括)票付通根據攜程與我們設定的要求開發(「離線二維碼票務系統」)。離線二維碼票務系統已經在我們營運的所有景區(包括蜀岡一瘦西湖風景名勝區、古運河區域)設置，包括安裝通行控制裝置、檢票口設備以及部署相應的票務軟件終端，大大提升我們的票務基礎設施。根據票付通、攜程及我們之間的協議，攜程擁有線下二維碼購票板塊的獨家運營權。該整合方式與票付通並行，旨在簡化我們的船票出票及管理流程，並在我們的服務網絡內的服務區域之間打造更高效智能的票務生態系統。

OTA平台

我們通常與OTA平台就通過OTA平台銷售船票簽訂固定期限為一年的合作協議書，協議到期後，若雙方同意可續簽新協議。於往績記錄期間，我們與OTA平台的合作可分為兩種模式，即(i)模式A(「模式A」)，透過OTA平台下單的船票訂單，OTA平台可按船票價格的一定比例收取服務費及／或佣金；及(ii)模式B(「模式B」)，即離線二維碼票務系統，透過掃描線下二維碼、並通過OTA平台提供的線上平台結算的船票訂單。OTA平台將收取船票建議價格與結算價之間的差額(如有)作為代理服務費。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們僅有一家OTA平台採用模式B。

於模式A下，自2023年11月起，大部分OTA平台協議向我們預付保證金，用於向我們購買船票；其餘OTA平台無需預付保證金，但雙方確認實際船票訂單後，該等OTA平台須於5日內透過票付通自動結算船票訂單款項。於2023年11月前，無需預付保證金的OTA平台，須在雙方確認實際船票訂單後15日內結算船票訂單款項。此外，於模式A下，我們同意授權該等OTA平台透過其各自的銷售網絡及渠道在線預訂船票，同時OTA平台同意在我們的票付通系統向我們支付人民幣押金1,000元作為購買船票的按金。

根據我們與採用模式A的OTA平台簽訂的現有協議書，當遊客通過OTA平台預訂船票時，遊客需要在預訂時直接向OTA平台付款。而OTA平台則根據有關合作協議的條款通過票付通或其他約定的方式向我們發送已預訂的訪客名單。於參觀當日，遊客毋須領取紙質門票，而是使用二維碼快速入場乘坐我們的遊船。合作協議規定在線預訂折扣價和相應的結算價格，即我們與各OTA平台協定的優惠費率。在線預訂價與結算價的差額構成應向有關OTA平台支付的票務服務佣金。通過該OTA平台購買的船票亦須從該OTA平台收取的票價中收取一定的服務費。

於模式B下，該OTA平台向現場遊客提供線下二維碼，引導遊客透過其營運的線上平台即時購買船票；我們未要求其預付保證金。在此情況下，我們同意為該OTA平台所介紹的具有定製需求的旅行團及散客提供接待及相關服務，並同意根據該OTA平台的要求，為通過該OTA平台預訂船票的遊客預訂、安排和提供全部或部分旅遊產品，我們還

業 務

同意指定該OTA平台作為我們的銷售代理，授權其通過其各自的銷售渠道（包括其確定的指定第三方在線平台）銷售我們的船票。根據與模式B的OTA平台的現行安排，OTA平台須遵守我們所訂明的建議船票價格，並遵守協定的結算價格。建議船票價格與結算價格之間的差額，即為OTA平台的代理服務利潤。

合作酒店

我們通常與合作酒店就銷售船票簽訂為期一年的合作協議書，協議期滿後，雙方須經共同協商重新訂立新協議。根據合作協議，(i)我們須通過票付通平台向合作酒店銷售套裝船票，並為每家合作酒店提供票付通平台上獨立管理之賬戶；(ii)合作酒店須按月向我們提交全渠道銷售報告，並嚴格遵守本公司定價管控政策，包括對其定價執行情況進行實時檢查。關於與合作酒店共同銷售大運揚州遊船演藝船票事宜，合作酒店須於票付通開設專屬賬戶，並於每筆訂單完成後即時向我們支付款項。同時，合作酒店將收取特定服務費，該費用將於其與我們結算前直接從船票銷售金額中扣除。

下表載列於所示期間我們從不同銷售渠道銷售觀光船票的收入明細，各以絕對數值及佔我們水上遊船觀光服務總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直接銷售						
— 現場售票處及自助售票機	78,929	83.0	68,189	71.0	70,187	59.3
— 企業客戶(包括旅行社)	3,980	4.2	4,625	4.8	5,887	5.0
— 自有微信小程序	54	0.1	400	0.4	60	0.1
小計	<u>82,963</u>	<u>87.2</u>	<u>73,214</u>	<u>76.2</u>	<u>76,134</u>	<u>64.4</u>
第三方銷售渠道						
— OTA平台	11,955	12.6	21,871	22.8	41,121	34.8
— 合作酒店	181	0.2	961	1.0	942	0.8
小計	<u>12,136</u>	<u>12.8</u>	<u>22,832</u>	<u>23.8</u>	<u>42,063</u>	<u>35.6</u>
總計	<u>95,099</u>	<u>100.0</u>	<u>96,046</u>	<u>100.0</u>	<u>118,197</u>	<u>100.0</u>

第三方銷售渠道管理

我們已建立健全且系統化的方法以管理我們的第三方銷售渠道。我們為各第三方銷售渠道在票付通系統中設立專屬賬戶，以實現船票出票及管理流程的一體化管理。對於需預付保證金的OTA平台及旅行社，我們可通過票付通系統管理其保證金資金並核驗其進行的交易。對於可在系統中自主充值的合作酒店，我們能夠監控其賬戶進行的交易。

業 務

為培育廣泛活躍的售票網絡並遵循行業慣例，我們對OTA平台或售票的合作酒店未設定剛性或預設的遴選標準。但我們持續監控各售票渠道的績效，運用技術及數據分析評估出票模式、遊客偏好及售票渠道運營效能，從而使我們可根據績效結果與市場動態及時調整或終止與售票渠道的合作關係。同時，我們正積極拓展OTA平台及合作酒店的範圍，以進一步擴充我們的售票渠道、增加在不同銷售渠道的銷售額及市場佔有率，鞏固我們的市場地位。

我們在所有售票渠道實行統一的票價政策，並通過合同約束與嚴格執行。所有簽約的OTA平台及合作酒店均必須遵循我們核准的票價，以此構建一致且透明的票務生態。該統一票價政策亦通過票付通系統強化實施。我們相信，我們的成熟兼具韌性、高效性與客戶導向的售票渠道網絡將持續支持我們的業務目標，並加強我們的市場地位。我們的所有第三方售票渠道合作夥伴均為獨立第三方。

下表列示截至所示期間我們的第三方售票渠道合作夥伴數量：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
OTA平台	4	4	4
合作酒店	3	4	4
總計	7	8	8

退款

就銷售水上觀光船的票務而言，我們已基於文件齊全、狀態核實、授權審批、及時處理、記錄清晰的原則制定退款政策——所有退款申請須在指定退款群內申報，並獲得必要批准後方可執行。我們原則上同意為「未使用」的門票辦理退款，並在退款原因、相關遊客的手機號碼、退款門票數量及金額均記錄明確的前提下，及時處理退款申請。所有退款申請將透過我們的指定退款群線上辦理，該群由售票員、中心班組長及遊船經營工作部的全體僱員，供相關管理人員審批。獲批後，退款金額將及時退還予遊客或存入遊客原支付賬戶。

此外，本公司亦會在以下情況給予退款：(i)突發惡劣天氣(如雷暴、大風、濃霧)、自然災害、公共衛生事件等不可抗力因素導致觀光船服務全部或部分暫停，(ii)驗票後遊客發生突發疾病、受傷或其他意外等突發狀況，(iii)因遊船突發故障、旅遊旺季遊客數量過多等運營原因，導致遊客等候時間過長或無法按預定時間登船，(iv)遊客對我們的服務質量提出投訴，且該投訴無法在現場補救，及(v)其他經相關遊船運營團隊認定的特殊情形。

業 務

於往績記錄期間，我們共錄得船票退款申請數量分別為184宗、2,331宗及6,689宗，所有申請均獲批准並妥善解決，對應門票總金額分別為人民幣約人民幣19.5千元、人民幣99.4千元及人民幣440.3千元，佔我們於2023年及2024年水上遊船觀光業務分部總收入不足0.1%以及佔我們於截至2025年水上遊船觀光業務分部總收入約0.4%。於整個往績記錄期間，退款申請大幅增加，主要由於2024年至2025年間，遊客愈益透過線上旅遊平台及離線二維碼售票系統購票。相對於以往退款率較低的現場售票模式，此等數碼渠道讓遊客可更靈活地預先購票，並於行程出現突發變動時透過流動裝置自助申請退款。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何偽造門票相關事宜。

我們認為，我們的退款政策屬充分及有效，既能回應遊客的合理訴求，同時亦能保障本公司的經營及財務利益。董事已考慮退款申請的歷史模式及歷史退款總金額，認為於往績記錄期間的歷史退款並未、且預期亦不會對本集團的財務表現或狀況造成任何重大不利影響。董事認為，退款政策中內嵌的系統化流程及管控措施，將濫用風險降至最低，確保退款僅在正當情形下給予，從而在遊客滿意度與財務表現之間達成審慎平衡。此外，據行業顧問弗若斯特沙利文意見，我們的退款政策符合行業慣例。

付款及收入確認

除部分長期合作且信譽良好的企業客戶外，我們向客戶發出船票前一般要求全額付款。於往績記錄期間，除向少數合作酒店銷售的船票是通過票付通進行結算外，所有其他(i)通過我們自有微信小程序、第三方售票渠道(包括OTA平台及合作酒店)以及現場票務處及自助售票機向零售客戶銷售的門票及(ii)向作為企業客戶的旅行社銷售的門票以銀行轉賬的方式直接與我們結算。在遊客登上觀光船及水上遊船觀光服務完成時確認。

觀光車業務

我們致力於通過實施「水陸聯運」戰略升級服務項目。在此戰略驅動下，我們於2022年8月向陸地拓展服務，在蜀岡一瘦西湖風景名勝區內指定遊覽線路開通觀光車服務，為遊客提供融合水上觀覽與陸地遊覽的無縫銜接體驗。通過整合陸上觀光車與水上遊船觀光服務，我們能更好地滿足遊客多樣化需求，提供更全面的觀覽服務。觀光車業務與我們核心水上遊船觀光服務的結合，進一步多元化了客戶結構，增加我們在文化旅遊市場的競爭優勢。

業 務

下圖展示蜀岡一瘦西湖風景名勝區內的觀光車路線：



獨家運營權、服務區域及指定觀光線路

我們持有為期20年獨家運營權，獲授權於蜀岡一瘦西湖風景名勝區內的瘦西湖景區內北線及運河三灣景區內(「指定觀光路線」)運營指定觀光路線的觀光車。2022年7月26日，我們成功競得指定路線的觀光車經營服務許可權，並訂立2022年許可合同(「2022年許可合同」)，據此，本公司獲得在指定觀光路線上為期20年的獨家運營權，經營期限為2022年8月1日至2042年7月31日。2022年許可合同的進一步詳情載於下文：

協議日期	2022年7月26日
訂約方	蜀岡一瘦西湖管委會(作為授予人)；及本公司(作為承授人)
期限	自2022年8月1日起至2042年7月31日止為期20年
主要條款	根據2022年許可合同，授予人應授予本公司於指定觀光路線運營觀光車的獨家權利。該獨家權利亦應延伸至蜀岡一瘦西湖風景區內指定區域內觀光車車站、充電室及其他附屬設施的運營。授予人應確保本公司享有在指定觀光路線及蜀岡一瘦西湖風景區內指定區域內運營觀光車服務的獨家權利，並協助本公司辦理所有相關手續。此外，本公司應將其運營計劃提交授予人備案。該運營計劃須經授予人明確同意，或在授予人收到相關文件後十日內未提出異議，方可實施。

業 務

費用及支付

於2022年許可合同期限內，我們應向授予人支付首年人民幣200,000元的初始年度特許權費作為基礎特許權費，此後每三年調漲10%，即第一年至第三年每年人民幣200,000元、第四年至第六年每年人民幣220,000元、第七年至第九年每年人民幣242,000元、第十年至第十二年每年人民幣266,200元、第十三年至第十五年年每年人民幣292,800元、第十六年至第十八年年每年人民幣322,100元，及第十九年至第二十年每年人民幣354,300元。

我們應於次年8月1日或之前，向授予人支付上一年度的年度許可費。若我們未能在到期日後三個月內支付特許權費，則授予人有權終止2022年許可合同，並要求本公司承擔違約責任。

續期

2022年許可合同到期前，若本公司希望繼續享有該運營權，且在2022年許可合同期限內未發生違反合同任何條款的行為，則本公司有權通過公開招標程序，在達成相同條款及條件後續期指定觀光路線的觀光車運營權。若本公司符合公開招標的條款與條件，且資格審查結果優於或等同於其他參標方，則在該公開招標程序中，本公司應列為優先選擇對象。

終止

於2022年許可合同有效期內，若本公司選擇單方面終止協議，應至少提前三個月向授予人提交書面申請。在授予人批准終止協議前，本公司應確保持續提供正常的運營服務。

若根據2022年許可合同相關條款，認定本公司存在違約行為，授予人有權立即終止協議。協議終止後，本公司應將協議約定的場地連同所有設備及設施按完好狀態交付授予人；且授予人有權進一步向本公司索取損害賠償。

根據與蜀岡一瘦西湖管理委員會（該區域觀光車服務運營權主管機關）進行之訪談，於2025年9月19日確認：截至訪談當日，(i)據其知悉，揚州市境內尚無其他具備資格或能力之企業可替代本公司經營蜀岡一瘦西湖風景區觀光車業務；(ii)本公司屬高品質文化旅遊企業，具備可持續經營模式及成長潛力；(iii)根據《蜀岡一瘦西湖風景區企業優質發展規章》，目前未有引入其他觀光車服務經營者的討論或規劃，(iv)無意撤銷或重新分配蜀岡一瘦西湖風景區觀光車服務運營權；(v)儘管本公司須於2022年許可合同屆滿時透過公開招標程序取得或續期運營權，惟本公司可成功續期其運營權，且無可預見事件將妨礙本公司取得指定蜀岡一瘦西湖風景區觀光車服務之獨家運營權；及(vi)鑒於其對本公司營運表示滿意，故同意本公司繼續於指定蜀岡一瘦西湖風景區內獨家經營觀光車服務。

經考慮(i)主管機關蜀岡一瘦西湖管理委員會已對我們的服務表示滿意，並願意讓我們繼續在指定蜀岡一瘦西湖風景區內獨家經營觀光車服務；並確認其無意撤回或重新分配指定蜀岡一瘦西湖風景區內觀光車服務的營運權；(ii)蜀岡一瘦西湖管理委員會知悉，目前，我們是指定蜀岡一瘦西湖風景區內唯一具備觀光車服務營運經驗的合

業 務

格營運商；(iii)目前，我們是指定蜀岡—瘦西湖風景區內觀光車服務的獨家營運商，零事故，且未曾與客戶或遊客發生任何重大爭議或收到任何投訴；及(iv)基於我們的資格、經驗及營運歷史，我們相信，經由蜀岡—瘦西湖管理委員會確認，目前並無可預見事件會妨礙本公司取得蜀岡—瘦西湖風景區內觀光車服務的獨家運營權。董事(i)確信我們具備於2022年許可合同屆滿時續期觀光車營運權的能力，且對通過公開招標程序成功競標抱有充分信心；及(ii)認為2022年許可合同提前終止的風險偏低。

此外，據董事經作出適當查詢後所知，並無任何已知或潛在的政府政策、城市規劃、環境法規或其他監管發展變動，可能影響我們於蜀岡—瘦西湖風景名勝區內持續經營觀光車服務的能力。

我們在指定觀光路線運營觀光車服務，總長8.0公里，設計了兩條旅遊線路：(i)紅色線路，單程線路，從北大門出發，終點為五亭橋，途經六個景點，例如醉玥飛瓊橋及錦泉花嶼；及(ii)藍色線路，單程線路，從五亭橋出發，終點為北大門，途經六個景點，例如1757美食廣場及揚派盆景博物館。

我們精心設計了觀光車線路，銜接水上遊覽線路以及相關景區內的其他標誌性景點，使遊客能夠享受更全面的「水陸」互動觀光體驗，充分沉浸於揚州各景區和運河景點的秀美風光，同時最大限度地提高觀光車和旅遊線路的利用率。我們會定期審查和更新旅遊線路設計，以反映客流變化、季節性需求和遊客反饋。

觀光車組合

我們僅提供一種類型的觀光車，即14座的觀光電車，以為我們的客戶提供便捷的過渡，同時讓他們沉浸在旅遊路線沿途獨特而卓越的風景中。於2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別擁有10輛、24輛及25輛觀光車。往績記錄期間觀光車數量的整體增長與同期觀光車服務業務的發展相符。



業 務

我們所有的觀光車均從獨立的觀光製造公司採購。所有觀光車均為自有，確保我們能夠完全掌控觀光車的質量、安全性和可用性，也使我們能夠高效地安排維護、實施升級，並根據遊客需求的變化或文化旅遊行業的趨勢（例如在旅遊旺季和節慶活動期間增加員工排班班次並提高觀光車運營頻率）調整運營。

截至2023年、2024年及2025年12月31日止三個年度，我們的觀光車業務分部產生的收入分別為人民幣7.6百萬元、人民幣9.2百萬元及人民幣17.7百萬元及佔收入約6.9%、8.3%及12.5%，2023年至2025年的複合年增長率約為52.5%。

我們致力於提供「水陸」一體化的觀光選擇，配備數量充足的觀光車，注重遊客的便捷和安全，引領江蘇省區域文化旅遊行業的發展。我們憑藉專業的服務以及對品質和創新的長期承諾，確保為遊客帶來難忘而全面的觀光體驗。

票務、支付及收入確認

票務

我們主要通過觀光車智能化售檢票平台（系統）銷售觀光車車票，該系統是專為優化我們觀光車服務運營的車票銷售和驗證流程而設計的智能票務系統，由我們與獨立票務和支付解決方案提供商拉卡拉支付股份有限公司合作開發。該系統提供電子票務流程，使我們的遊客能夠獲得無縫的自助購票體驗，並使我們能夠高效地為遊客驗證觀光車車票。此外，第三方支付解決方案提供商還為我們提供了多個輕量級車載檢票終端，安裝在我們的觀光車上。通過整合先進的電子票務和車載驗證技術，該系統顯著提高了我們的運營效率，提高了車票銷售數據的準確性，並確保了遊客的無縫購票體驗。

以下流程圖說明了我們的觀光車票銷售模式：



退款

於往績記錄期間內及於2025年3月採用智能觀光車購票驗票系統之前，我們在緊接購票者上車出發前通過現場售票處或其他方式出售觀光車車票。

就觀光車的票務銷售而言，我們原則上同意於以下兩種情形為「未使用」車票辦理退款：(i)若購票人透過掃描二維碼購票但尚未驗證或使用，可透過指定微信小程序發起退款請求，該程序允許購票人獨立完成退款流程；及(ii)若購票人購買錯誤車票並隨後完成二維碼驗證（系統將確認車票的「已使用」狀態），則僅可於觀光車司機向觀光車業

業 務

務單位主管提交其購票憑證，經主管核實退款理由且認為適當時，透過我們的內部系統發起退款。退款款項(包括第(ii)種情形下獲批准者)通常將退還至購票人的原始付款帳戶。

自2022年8月至2025年3月開展觀光車業務以來，所有觀光車車票均於緊接出發前於現場售出，因此於2025年3月前並無退款。自2025年3月採用智能觀光車購票驗票系統以來直至2025年12月31日，我們共錄得397次觀光車車票退款請求，有關車票均為未使用的車票，並已得到正式批准及處理，車票總價值人民幣32,940元，佔觀光車業務分部同期總收入的約0.2%。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何偽造門票事宜。

我們認為，我們的退款政策屬充分及有效，既能回應遊客的合理訴求，同時亦能保障本公司的經營及財務利益。董事已考慮退款申請的歷史模式及歷史退款總金額，認為於往績記錄期間的歷史退款並未、且預期亦不會對本集團的財務表現或狀況造成任何重大不利影響。董事認為，退款政策中內嵌的系統化流程及管控措施，將濫用風險降至最低，確保退款僅在正當情形下給予，從而在遊客滿意度與財務表現之間達成審慎平衡。此外，據行業顧問弗若斯特沙利文意見，我們的退款政策符合行業慣例。

支付及收入確認

我們通常要求客戶全額付款後才能向其發放觀光車票。於往績記錄期間，所有通過觀光車智能化售檢票平台(系統)售出的觀光車票均通過銀行轉賬方式結算。於客戶坐上觀光車且我們完成提供觀光車服務時確認售票收入。

定價

我們的定價策略在符合監管規定、營運成本及市場競爭力之間取得平衡。根據《關於貫徹落實江蘇省景區門票和相關服務價格管理辦法的通知》(揚發改價格發[2023]346號)(「**江蘇價格通知第346號**」)，景區內的服務價格實行政府定價或自主市場定價，詳情載列如下：

政府指導價

江蘇價格通知第346號規定，景區內具有壟斷服務性質的交通運輸服務價格實行政府指導價。因此，我們於有交通功能的水域內提供的水上遊船觀光合乘服務(包括乾隆水上遊覽線、北護城河水上游覽線、宋夾城環島遊覽線、保障湖水上游覽線及古運河水上游覽線的船票價)以及觀光車合乘服務的價格，須以揚州市發改委核定的最高價格為上限，並須經揚州市相關定價部門進行成本審核及集體審議，以確保價格透明合理，兼顧營運成本及消費者利益。

業 務

揚州市發改委將在以下情況設定或調整最高價格：(i)當擬開發新獨家水上旅遊路線作商業營運且在營運前，該委員會將訂定最高價格；及(ii)若我們的服務內容發生重大變更或營運成本顯著增加，導致對我們的業務營運產生重大不利影響，我們可向相關揚州市發改委提交重新核定最高價格的申請，以保障我們業務營運的長期穩定性及可持續性。於往績記錄期間，我們從未將票價調高至超出政府核定之最高價。我們在釐定最終票價時，亦會考慮當地經濟狀況及目標遊客之可支配收入，以確保票價具競爭力及可負擔性，並同時實現收益最大化。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，揚州市發展和改革局並未對其設定的最高價格作出任何調整，本公司亦未向該局申請對所設定的最高價格進行重新評估及調整。

董事認為，政府最高定價機制對本公司服務或產品的定價不構成重大影響，依據在於：(i)政府最高定價機制的核心理念是為行業提供全面的定價監管指引，其宗旨在於維護市場秩序並保障消費者權益，而非干預市場主體的經營活動或定價決策；及(ii)本公司一直嚴格遵循以市場為導向的定價方針，據此，在制定船票價格時已綜合考慮市場需求、運營成本、經營效率及行業競爭格局等因素，以確保定價既符合監管要求，又保持市場競爭力。此外，董事認為，上述定價規定對我們的定價靈活性或盈利能力並無重大影響，乃基於以下考量：(i)我們的最終定價與相關政府最高定價之間的差額，體現了有關規定所允許的定價靈活性，以為行業應對異常市場波動或成本顯著上漲提供「定價緩衝空間」，而非限制商業決策；(ii)政府最高定價通常高於行業普遍的平均價格水平；及(iii)本公司在此市場驅動定價策略下所實現的歷史財務業績，結合本公司有效的成本控制措施及業務發展策略，均證明本公司的盈利能力保持韌性，未受政府最高定價及(i)所述定價差額的影響。

自主定價及費用

包船服務、包觀光車服務、自駕船服務以及大運揚州遊船演藝觀光船服務等屬休閒娛樂性質，我們可自行釐定價格。此外，我們的服務價格亦受我們與客戶協商結果影響，並考慮客戶的個性化需求，例如船隻或巴士類型及數量、特定遊覽路線、服務時長、營運成本、當前市況以及遊客的任何特殊要求。再者，於釐定我們的服務價格時，我們亦考慮適用於整體旅遊業一般定價相關的政府政策、規例或指引，例如國務院於2019年8月頒佈的國家發改委於2018年6月發佈的《國家發展改革委關於完善國有景區門票價格形成機制降低重點國有景區門票價格的指導意見》(發改價格〔2018〕951號)以及國務院辦公廳頒佈的《國務院辦公廳關於進一步激發文化和旅遊消費潛力的意見》(國辦發〔2019〕41號)，其明確鼓勵主要國有景區門票價格下調。我們的船票及觀光車票、景區門票並不受該等政策規限。然而，我們在制訂營銷推廣活動相關的船票及觀光車票價

業 務

時，將考慮該等相關服務之整體價格政策(i)為我們制定多元且具競爭力之定價策略提供寶貴參考，(ii)令我們更深入了解市場預期與消費者偏好；透過在業務營運中採納類似定價策略，我們得以提升在更廣泛旅遊業界之競爭力，擴大社區參與，並使服務與當前區域慣例保持一致，最終吸引更多廣泛客戶群並提高整體遊客滿意度。因此，董事認為該等適用於整體旅遊業的一般定價政策、法規或指引，乃反映行業趨勢的寶貴指引；將該等因素納入我們的定價機制，有助於本公司及時調整定價政策及票價費用，從而在水上游覽行業保持競爭力。自主定價服務的價格均於各站點清晰展示。

關於船票，我們的船票在所有售票渠道(包括直接售票渠道及第三方售票渠道)實行系統化的定價政策。為確保價格一致並遵守相關定價規定，我們亦要求售票渠道通過票付通進行船票購買訂單的處理。票價包括適用於售票渠道的結算價及適用於我們遊客的直銷價。透過售票渠道銷售的船票的結算價已在相關合作協議中預先約定。關於直銷價，(i)面向零售客戶銷售船票的直銷價可通過現場售票處、自助售票機及自有微信小程序「揚州瘦西湖水上遊」查詢及(ii)就向企業客戶直接批發船票的直銷價(a)已於與旅行社簽訂的相關合作協議中預先約定，或(b)有待與企業客戶(旅行社除外)另行磋商。具體票務及相關安排詳見前文「水上遊船觀光業務一票務」一段。

我們水上觀光船及觀光車的票價均遵循政府定價，且已按相關法律法規要求向當地物價局完成最終票價備案。根據中國法律顧問確認，未發現本公司曾因遵守適用定價法律法規而受到相關部門處罰的記錄。我們相信，這種系統化的定價機制，結合嚴格的審批流程及清晰的公示制度，有助於增強客戶與合作夥伴的信任度和透明度。

我們的票價及定價基準

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期分別針對政府指導的定價機制及自主定價機制按服務類型、船舶種類及水上航線劃分的觀光船票及觀光車票價格及其各自定價基準明細如下：

政府指導的定價機制

	票價 ⁽¹⁾	定價基準
水上遊船觀光服務		
提供的標準觀光船服務(主題船)		
一 乾隆水上遊覽線路	<ul style="list-style-type: none">生態畫舫每兩站遊覽，人民幣50元/人豪華畫舫、豪華生態畫舫及安福號每兩站遊覽，人民幣60元/人	船票價格依據《關於核定瘦西湖景區內交通運輸服務價格的通知》揚價服(2016)110號文件(「定價通知110號」)釐定，該通知規定大型豪華畫舫每站人民幣30元/人，生態畫舫每站人民幣25元/人。

業 務

	票價 ⁽¹⁾	定價基準
一 北護城河水上遊覽線	<ul style="list-style-type: none"> 生態畫舫每兩站遊覽，人民幣50元／人 豪華生態畫舫每兩站遊覽，人民幣60元／人 	根據定價通知110號，生態畫舫的每站船票為人民幣25元／人，豪華生態畫舫的每站船票為人民幣30元／人。
一 宋夾城環島遊覽線	<ul style="list-style-type: none"> 生態畫舫及豪華生態畫舫人民幣50元／張 	見上文。 宋夾城環島遊覽線共設四個站點，根據《揚發改價格發(2016)110號》定價文件規定，生態畫舫每四站全程人民幣100元／票，豪華生態畫舫每四站全程人民幣120元／票。人民幣50元／票的優惠票價乃參考下列因素而制定：(i)本公司的定價策略旨在憑藉具成本效益的低票價實現快速市場滲透，吸引價格敏感客群以刺激客流及可持續增長；同時，我們的定價策略側重成本效益而非傳統大眾廣告，此舉有效促進遊客間口碑傳播，進一步提升品牌曝光度並鼓勵重複消費或購買增值服務；及(ii)本公司經營該遊覽線的營運成本。
一 保障湖水上遊覽線	<ul style="list-style-type: none"> 生態畫舫人民幣50元／張 豪華生態畫舫人民幣60元／張 	船票價格依據《關於公佈2025年揚州市實行政府指導價管理景區(點)淡旺季門票價格、夜遊時間及免費開放日的通知》(揚發改價格發(2024)341號)(「定價通知341號」)，該文件規定保障湖夜遊臨時單程遊覽航線船票價格為人民幣60元／人。就生態畫舫減按人民幣50元／張的價格而言，我們亦已考慮[本公司的定價策略旨在憑藉具成本效益的低票價實現快速市場滲透，吸引價格敏感客群以刺激客流及可持續增長；同時，我們的定價策略側重成本效益而非傳統大眾廣告，此舉有效促進遊客間口碑傳播，進一步提升品牌曝光度並鼓勵重複消費或購買增值服務；及(iii)本公司經營該遊覽線的營運成本釐定。
一 古運河水上遊覽線路	<ul style="list-style-type: none"> 50分鐘往返遊覽線路，便益門碼頭至南門遺址 古典畫舫及現代遊艇人民幣100元／人 	船票價格依據(i)《關於核定古運河便益門至南門遺址段遊船遊覽價格的通知》揚價服(2010)142號文件)，該通知規定便益門至南門遺址單程遊船票價為人民幣60元／人；及(ii)本公司的定價策略旨在憑藉具成本效益的低票價實現快速市場滲透，吸引價格敏感客群以刺激客流及可持續增長；同時，我們的定價策略側重成本效益而非傳統大眾廣告，此舉有效促進遊客間口碑傳播，進一步提升品牌曝光度並鼓勵重複消費或購買增值服務；及(iii)本公司經營該遊覽線的營運成本釐定。因此本公司將往返遊船票價為人民幣100元／人。

業 務

票價 ⁽¹⁾	定價基準
<ul style="list-style-type: none">40分鐘往返遊覽線路，東關古渡碼頭至南門遺址古典畫舫及現代遊艇 人民幣100元／人	<p>見上文。</p> <p>東關古渡碼頭坐落於便益門碼頭與南門遺址之間。此40分鐘的往返路線，與便益門碼頭至南門遺址的50分鐘往返路線行程一致，故而適用上述同等定價標準。此外，我們已計及本公司的定價策略旨在憑藉具成本效益的低票價實現快速市場滲透，吸引價格敏感客群以刺激客流及可持續增長；同時，我們的定價策略側重成本效益而非傳統大眾廣告，此舉有效促進遊客間口碑傳播，進一步提升品牌曝光度並鼓勵重複消費或購買增值服務，以及本公司的遊程運營成本，調整遊程船票價為人民幣100元／人。</p>
<ul style="list-style-type: none">40分鐘單程遊覽線路，東關古渡碼頭至三灣大運河博物館碼頭古典畫舫及現代遊艇 人民幣80元／人	<p>船票價格依據《關於核定古運河新增水上遊覽線遊船價格的通知》揚發改價格發(2025)105號文件(「第105號定價通知」)確定，該文件規定從東關古渡至三灣公園的單程遊船票價為人民幣80元／人。</p>
<ul style="list-style-type: none">6小時遊覽線路，東關古渡碼頭途徑瓜洲古渡至三灣公園，返回東關古渡碼頭古典畫舫及現代遊艇 人民幣160元／人	<p>船票價格經參考第105號定價通知釐定，其中規定不同航段的單向遊覽線船票價格，包括東關古渡至瓜洲古渡單程船票價格為人民幣120元／人，東關古渡至三灣公園單程船票價格為人民幣80元／人。我們6小時遊覽線人民幣160元／人的優惠票價，亦已考慮(i)本公司的定價策略旨在憑藉具成本效益的低票價實現快速市場滲透，吸引價格敏感客群以刺激客流及可持續增長；同時，我們的定價策略側重成本效益而非傳統大眾廣告，此舉有效促進遊客間口碑傳播，進一步提升品牌曝光度並鼓勵重複消費或購買增值服務；及(ii)本公司經營該遊覽線的營運成本。</p>
<p>觀光車服務</p> <ul style="list-style-type: none">— 紅色線路— 藍色線路	<ul style="list-style-type: none">人民幣20元／人 <p>觀光車票價格依據定價通知110號釐定，該文件規定觀光車票價格為人民幣20元／人。</p>

附註：

(1) 票價乃標準票價，不計及推廣期間或營銷活動設定的調整價格。

業 務

自主定價機制

	票價*	定價基準
水上遊船觀光服務		
按自駕船劃分的標準觀光船服務	<ul style="list-style-type: none">宋夾城景區內的四座船人民幣120元／小時及六座船人民幣150元／小時瘦西湖景區內的五座船及六座船人民幣200元／小時	自駕船的票價是根據(i)江蘇省同類公司營運之類似自駕休閒船隻價格，及(ii)與自駕船營運相關的維護及其他成本和費用釐定。
包船服務	<ul style="list-style-type: none">豪華畫舫每兩站遊覽人民幣2,000元／船豪華生態畫舫每兩站遊覽人民幣1,000元／船搖櫓船每兩站遊覽人民幣1,000元／船	包船服務價格經參考(i)定價通知第110號，該文件規定包船服務價格由雙方協商確定；及(ii)經營成本，包括船員報酬、燃油等能源費用，以及船隻購置費與維修保養費釐定。
大運揚州 ⁽²⁾	<ul style="list-style-type: none">浮筒艇、仿古鋼制畫舫及古典畫舫人民幣158元／張現代遊艇人民幣168元／張	大運揚州遊船演藝的價格經參考定價通知第341號所載政府建議價格釐定，該通知規定大運揚州夜間演出實行市場調節價，建議票價分別為人民幣258元及人民幣198元。我們人民幣158元及人民幣168元的優惠票價取決於遊船的類型，亦考慮(i)本公司的定價策略旨在憑藉具成本效益的低票價實現快速市場滲透，吸引價格敏感客群以刺激客流及可持續增長；同時，我們的定價策略側重成本效益而非傳統大眾廣告，此舉有效促進遊客間口碑傳播，進一步提升品牌曝光度並鼓勵重複消費或購買增值服務；及(ii)本公司經營該遊覽線的營運成本。
觀光車服務		
包車服務	觀光車人民幣500元／30分鐘	價格的釐定參考了(i)根據定價通知第110號所載以共用方式營運的觀光車政府定價每人人民幣20元，(ii)包車服務所產生的溢價，遊客可享有專屬及度身訂造的觀光車服務，在30分鐘內可隨時上落，以及可靈活偏離我們一般的固定旅遊路線，及(iii)30分鐘的服務時間較一般觀光車路線(約10分鐘)為長，以及因僱員薪酬及能源消耗所產生的相關成本。

附註：

- (1) 票價乃標準票價，不計及推廣期間或營銷活動設定的調整價格。
- (2) 大運揚州遊船演藝的票價即為船票價格，此價格已包含表演本身之費用。

業 務

我們的各類增值「遊船+」服務的票價包括「遊船+」服務提供的全部內容，如餐飲及企業活動。我們「遊船+」服務的票價取決於(i)相關旅遊線路所釐定的票價；(ii)該等服務之運營成本，如我們就「遊船+」服務向我們的合作餐廳支付的食材成本及其他相關費用，以及根據企業客戶對「遊船+企業」服務的要求，額外服務人員的薪酬與定制裝飾的補償，及(iii)相關客戶的其他個性化需求；且票價亦參考我們向「遊船+」服務客戶提供的專屬定製服務所產生的溢價釐定。

董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們水上遊船觀光服務及觀光船服務的票價均符合適用的監管定價通知要求。

季節性

本公司水上遊船觀光服務及觀光車服務業務存在明顯的季節性波動特徵。此類季節性波動主要受以下因素影響：(i)文化旅遊市場常規淡旺季、公共假期及學校假期；(ii)天氣狀況；(iii)節慶促銷活動；及(iv)其他影響旅遊消費行為的因素。本公司的水上遊船觀光服務及觀光車服務收入呈現明顯的季節性特徵。歷史上及於往績記錄期間，旺季通常為：

- 春季(3月至5月)：受中國古代最負盛名且備受愛戴的詩人之一李白的經典詩句「煙花三月下揚州」的文化影響，遊客普遍認為春季揚州自然景觀最為迷人且氣候適宜，形成顯著的春季旅遊偏好；
- 重要節假日：包括「五一」勞動節(假期效應帶來客流增長)、國慶黃金周(長假激發家庭及團體旅遊需求)及春節假期(農曆新年)；及
- 學校假期：暑假及春假期間家庭出遊需求上升，帶動旅遊活動增加。

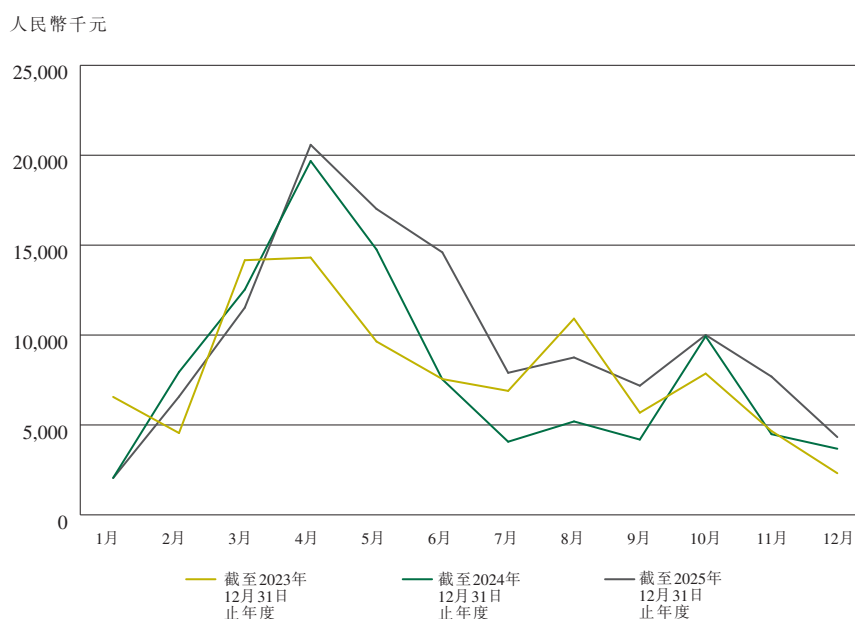
水上遊船觀光業務季節性分析

下表列示於往績記錄期間各月份水上遊船觀光服務收入情況。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
1月	6,559	6.9	2,060	2.1	2,048	1.7
2月	4,551	4.8	7,943	8.3	6,575	5.6
3月	14,162	14.9	12,529	13.0	11,525	9.8
4月	14,308	15.0	19,677	20.5	20,580	17.4
5月	9,641	10.1	14,759	15.4	17,014	14.4
6月	7,552	7.9	7,536	7.8	14,600	12.3
7月	6,895	7.3	4,068	7.3	7,900	6.7
8月	10,913	11.5	5,195	5.4	8,753	7.4
9月	5,682	6.0	4,187	4.4	7,183	6.1
10月	7,858	8.3	9,928	10.3	10,004	8.4
11月	4,663	4.9	4,487	4.7	7,690	6.5
12月	2,315	2.4	3,677	3.8	4,325	3.7
合計	<u>95,099</u>	<u>100.0</u>	<u>96,046</u>	<u>100.0</u>	<u>118,197</u>	<u>100.0</u>

業 務

下圖折線圖展示了於往績記錄期間水上遊船觀光服務按所確認收入的季節性分析情況。



於往績記錄期間，我們的水上遊船觀光業務產生的月度收入呈現出明顯的季節性波動，通常於3月至5月需求最高，以及8月至10月的夏季月份需求較高，反映春季、暑假及十一黃金周假期的旅遊旺季。除整體季節性波動外，我們全年的收入亦受到2023年旅遊消費的大幅反彈、特定月份的一次性或短期促銷或市場推廣活動、特定月份的天氣狀況（尤其是晴天數量），以及2024年10月新推出的大運揚州夜間演出（為本公司帶來新增收入來源）的影響。具體如下：

- 2023年1月的收入高於2024年及2025年同期的收入，主要受COVID-19疫情限制初步放鬆後旅遊消費反彈推動。該期間恰逢2023年春節假期，瘦西湖景區推出免門票促銷活動，吸引大量遊客，進而顯著帶動2023年1月水上遊船觀光服務的消費需求；
- 3月份的收入於2023年至2025年呈下降趨勢，主要由於(i)2023年3月天氣較2024年及2025年3月更溫暖舒適，導致2023年3月遊客數量更多；及(ii)2024年及2025年3月均處於常規旅遊旺季，且2024年3月晴天數量較多，因此2024年3月遊客數量多於2025年3月，導致2024年3月收入高於2025年3月；
- 4月份的收入於2023年至2025年呈上升趨勢。2023年4月至2024年4月的收入增長主要由於隨著COVID-19疫情限制的進一步緩解，旅遊消費持續增長；同時，隨著我們2023年至2024年船隻規模的擴大，客運能力不斷提升；而2024年4月至2025年4月的收入進一步增長，主要由於2024年末推出的大運揚州夜間演出，為本公司開拓全新收入來源，並吸引更多遊客搭乘水上觀光船；

業 務

- 5月份的收入於2023年至2025年呈上升趨勢，而2025年5月的收入高於2023年及2024年同期的收入，主要由於2024年末推出的大運揚州夜間演出，為本公司帶來新增收入來源，並吸引更多遊客搭乘水上觀光船；
- 2025年6月的收入顯著高於2023年及2024年同期的收入，主要受2025年6月啟動的江蘇足球城市聯賽期間蜀岡一瘦西湖風景名勝區向揚州市民推出免門票促銷活動以及2024年10月推出的大運揚州夜間演出帶來的遊客流入推動；
- 儘管8月並非傳統旅遊旺季，但2023年8月為COVID-19疫情解除後的首個暑期，家庭遊客數量顯著增加。因此，2023年8月的收入高於2024年及2025年同期；及
- 2025年7月及9月至12月的營收超過2023年與2024年同期，主要得益於「大運河揚州」夜間演出人氣日益高漲。

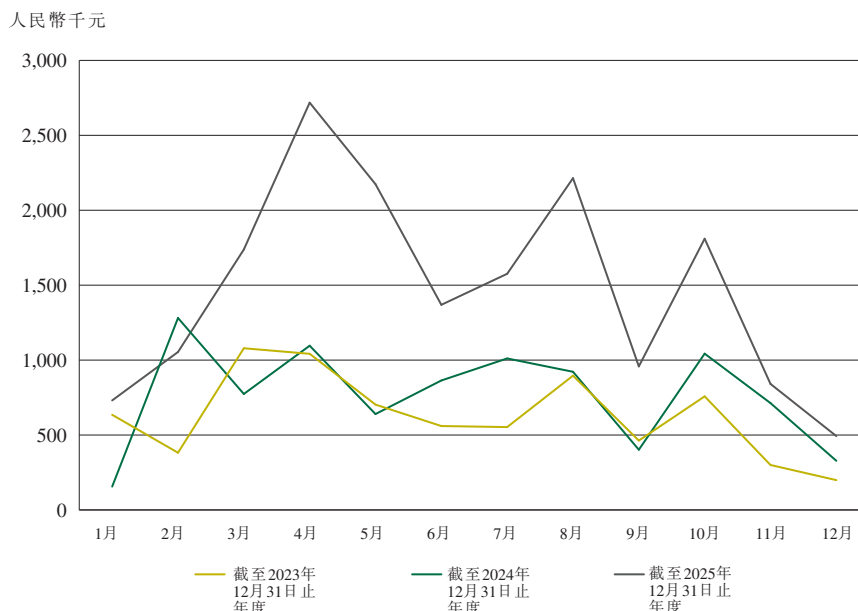
觀光車業務季節性分析

下表列示了於往績記錄期間觀光車服務各月份收入情況。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
1月	635	8.4	156	1.7	731	4.1
2月	382	5.0	1,281	13.9	1,054	6.0
3月	1,079	14.3	774	8.4	1,738	9.8
4月	1,042	13.8	1,096	11.9	2,718	15.4
5月	703	9.3	640	6.9	2,174	12.3
6月	560	7.4	864	9.4	1,369	7.8
7月	553	7.3	1,011	10.9	1,576	8.9
8月	896	11.8	922	10.0	2,214	12.5
9月	463	6.1	402	4.4	958	5.4
10月	758	10.0	1,043	11.3	1,810	10.2
11月	300	4.0	713	7.7	841	4.8
12月	199	2.6	328	3.5	494	2.8
合計	<u>7,570</u>	<u>100.0</u>	<u>9,230</u>	<u>100.0</u>	<u>17,677</u>	<u>100.0</u>

業 務

下圖折線圖展示了於往績記錄期間觀光車服務按所確認收入的季節性分析情況。



於往績記錄期間，我們的觀光車業務產生的月度收入呈現季節性波動，在旅遊高峰月份（特別是春季和假期期間）需求較高。除整體季節性波動外，我們觀光車全年收入亦受當月節假日安排及載客量變動所影響。具體而言：

- 2023年及2025年1月收入上升，主要受當時農曆新年假期的帶動；其中，2023年1月收入強勁，乃由於COVID-19疫情限制解除後旅遊消費顯著反彈，加上農曆新年假期落在1月，並進一步受到當時瘦西湖景區免門票優惠措施的推動，使訪客人次大幅增加；而2024年農曆新年假期落在2月，因此，2024年1月為瘦西湖景區的相對淡季，訪客流量與旅遊消費較少；
- 2023年2月收入低於2024年及2025年同期收入，乃因2024年農曆新年假期落在2024年2月，而2025年農曆新年假期則落在2025年1月下旬至2月上旬，致使2024年及2025年2月旅遊消費訪客數量相對較多；
- 2024年3月收入較2023年3月及2025年3月為低，主要由於(i)2023年3月受惠於COVID-19防控措施解除後旅遊需求反彈，及(ii)2025年3月因我們船只數量增加，使水上遊船服務的載客能力提升，從而推升該期間的收入；及
- 2025年4月至12月的收入較2023年及2024年同期為高，主要由於於2024年4月及6月分別購置額外五輛及九輛觀光車，並分別於2024年4月底及6月投入營運，因此，我們於2025年4月至12月的整體載客量較2023年及2024年同期為高，導致2025年4月至12月的收入增加。

業 務

季節性影響及應對措施

由於季節性波動，我們年收入的很大一部分集中在少數月份，特別是在春季、主要節假日和長週末期間。因此，各季度財務業績可能存在顯著差異，且不一定反映長期趨勢。

鑒於季節性因素對經營及財務表現具有重要影響，我們已建立相應機制進行需求預測、運營調整以緩解季節性波動對業務的影響。儘管如此，經營成果及現金流仍將持續受此周期性趨勢影響。為降低季節性波動的不利影響，我們採取以下措施：

- **優化運營及成本結構：**針對旺季與淡季特點動態調整人員配置及成本結構。人工成本作為運營成本的重要組成，全年保持相對穩定，但在旺季會產生加班報酬及運營支持等額外支出。儘管旺季收入激增，我們仍通過精細化成本管控確保淡季盈利水平；
- **拓展「遊船+」多元化服務：**我們通過增值「遊船+」服務積極拓展多元化服務，以減少對受天氣和自然條件制約我們的主營水上遊船觀光服務的依賴，從而擴大全年的淡季收入基礎並提升運營穩定性。例如，我們提供「遊船+教育」服務，滿足學校團體及教育機構需求，此類服務可安排於淡季進行且對天氣條件敏感度較低；同時我們推出「遊船+企業」服務，推廣企業在我們的遊船上舉辦盛事或活動，此類活動可全年組織且受季節性影響較小；及
- **提升營銷策略與舉措：**我們與本地旅遊主管部門、教育機構及企業顧客合作，共同推廣淡季及非季節性產品與服務。此外，我們開展定向營銷活動和淡季促銷，激發客戶需求並提升市場對我們多元化服務的認知。

我們定期評估措施成效並關注行業實踐(包括同類公司採取的措施)，從而識別最佳實踐並在可行時實施改進，以進一步降低季節性波動的影響，實現穩定可持續的增長。

安全管理

安全管理團隊

我們認為安全對企業長期發展至關重要。在服務提供過程中，我們高度重視安全管理事項。我們有專門的領導架構，由董事會主席負責整體安全事宜，各經理及部門負責人則負責落實各自領域的安全工作。我們還設有安全工作部，全面負責業務運營各環節的安全管理工作，包括水上遊船觀光服務、觀光車服務及服務過程中的遊客安全保障。截至2025年12月31日，安全工作部共配置9名員工，含1名部門負責人，負責整體安全相關事宜。我們亦另設有專職安全人員團隊及應急管理團隊，負責各運營中心和團隊的安全管理。

業 務

我們的安全管理團隊主要負責(i)監督安全管理實踐的執行，協調各部門與團隊；(ii)確保觀光船業務符合臨時監管規定；(iii)調查事故；(iv)協調地方海事及航道管理部門，監測天氣變化並及時調整運營安排；(v)對服務人員、船隻駕駛員及觀光車司機進行安全流程及技術培訓；(vi)開展日常檢查以監督安全運營；(vii)執行每月安全審查；及(viii)強化現場安全管理。如遇緊急情況，安全管理團隊還須組織並實施應急處置。此外，安全管理團隊亦負責落實安全巡邏艇的維護及應急調配機制。

我們定期更新安全管理制度及政策，以符合最新法規及標準，包括《中華人民共和國安全生產法》及各種海事法規，確保業務運營始終達到或超越監管要求。

安全管理措施

我們始終將安全置於首位，並實施嚴格而全面的管理制度，確保所有觀光船隻、觀光車及相關人員時刻符合相關監管要求，並確保我們業務運營各個環節的安全，保障遊客的健康，確保我們的觀光船有序運行。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們保持零安全事故的記錄。

觀光船

我們對觀光船實施嚴格的規程，包括全套安全設備、定期檢查和巡邏以及旺季加強檢查和巡邏、嚴格遵守操作安全程序、速度和乘客容量以及明確的登船指示。我們所有運營船隻均按照船舶檢驗要求配備安全帶、救生衣、滅火器及擴音器等必備安全設備。我們已制定嚴格且詳細的船舶安全操作規程，包括由運營團隊進行的每日檢查，相關部門的每週抽檢，以及在每個節假日和旺季前進行的全面安全檢查。所有檢查結果及整改措施均記錄在案。如發現任何缺陷或安全隱患，將立即採取整改措施，相關船隻須在問題徹底解決並經正式檢查確認安全後方可重新投入使用。此外，我們於2020年5月推行「紅絲帶」安全行動，旨在盡早發現並消除潛在風險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，通過該「紅絲帶」行動，我們已顯著提高了員工主動識別和消除其周圍工作環境中安全隱患的意識，使我們在相關期間保持了零安全事故的記錄。

此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們所有船隻均合法持有所有權證書、國家登記證書及檢驗證書，並已完成年度續期；所有觀光車均依法取得特種設備使用登記證，並已完成年度續期。此外，我們還配備巡邏艇進行日常巡邏，並在高峰時段加強巡邏，以監督並及時糾正任何不安全的駕駛行為或情況，確保船隻在運營過程中嚴格遵守所有安全操作規程，包括禁止超速和超載。

業 務

技術進步在我們的安全管理措施中也發揮著至關重要的作用。自2025年5月起，我們所有觀光遊船駕駛室也已完成升級並配備遊船駕駛室智能監控系統，該系統可以實時監控航行狀況，使我們的管理和運營團隊能夠及時發現並處理船舶駕駛員的任何違規行為或不安全行為。此外，智能監控系統記錄關鍵運營數據，例如速度、航線遵守情況和關鍵設備運行情況，從而支持全面的事務調查和持續的安全改進。此外，自2025年5月起，我們還安裝了船上實時遊客監控系統，以監控遊客活動區域，確保所有登船遊客遵守我們的安全規程。船上監控系統還可以通過即時可視化的方式查看船上情況，從而提高應急響應的有效性，使我們的工作人員能夠及時應對任何安全事故或緊急情況。這些監控系統共同減少船舶運營中的人為失誤，加強運營紀律，並及時發現和糾正潛在的安全問題。

觀光車

我們也對觀光車實施嚴格的規程，包括配備全套安全設備、定期檢查並在旺季加強檢查、嚴格遵守運營安全程序、控制速度和載客量以及清晰的安全提示。我們所有提供服務的觀光車均配備必要的安全設備，例如符合船舶檢驗要求的安全帶、滅火器等。所有觀光車駕駛員在運營前均須對觀光車進行詳細的檢查，包括制動系統、轉向系統、輪胎氣壓、信號指示燈、喇叭、電池連接和行車記錄儀。如發現任何故障或安全隱患，相關觀光車必須停止運營並進行檢查和整改，待所有安全問題得到妥善解決後方可恢復運營。此外，觀光車駕駛員還須填寫並簽署每日和每周檢查記錄。我們嚴禁超載和超速行駛，並要求所有觀光車必須沿指定路線行駛。禁止偏離、掉頭或逆向行駛。

技術進步在我們的安全管理措施中也發揮著至關重要的作用。自2024年起，我們所有的觀光車都安裝智能監控測速系統，該系統可以實時監控每輛觀光車的速度，確保嚴格遵守規定的速度限制和監管要求。如果出現超速或偏離指定旅遊路線的情況，該系統還會立即向駕駛員和管理人員發出警報，大幅降低超速事故的風險。此外，該系統記錄速度數據，以便我們全面審查和分析駕駛行為，從而支持持續監控和改進運營安全標準。

員工資質及培訓

員工資質是我們安全管理的核心內容之一。長度在5米及以上的船舶駕駛員必須在內河船員服務簿上登記，或取得內河船舶船員適任證書，該證書每五年需進行一次更新。上述服務簿和證書均由揚州市交通局頒發。搖櫓船船娘無需獲得適任證書，因其技能與其他船隻駕駛員不同。船娘需取得基本船員證書，而我們的全體船娘已取得船員證書。觀光車駕駛員須取得由揚州市市場監管局頒發的場內機動車特種設備安全管理操作證(N2)，須每四年更新一次。負責船隻及觀光車蓄電池充電的人員須持有揚州市應急管理局頒發的特種作業操作證—低壓電工作業，該證書有效期為六年，須每三年需複審一次。

業 務

所有相關員工在正式上崗前均須取得政府主管部門規定的必要證書。此外，我們內部定期核查證書有效性，確保及時處理所有續期事宜，並確保員工資格不會失效。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的所有員工（包括船隻駕駛員及觀光車駕駛員，不論擔任任何種職務）均已取得必要的證書。

為了保持高水平的安全標準，我們致力於為員工提供穩妥的安全培訓。我們要求所有僱員參加定期的安全培訓，以確保新老員工都能做好應對緊急情況的準備，並提高安全意識。有關安全培訓每月至少舉行一次，涵蓋多個議題和實踐練習，包括緊急救援演練、游泳訓練、觀看安全教育影片、安全船舶操作指導以及船隻駕駛安全培訓。對於新員工，我們要求他們在上崗前先完成相關安全培訓。我們亦每年審查並更新安全培訓計劃，以反映監管要求、行業標準和根據運營經驗所得見解的變化，並推出獎勵計劃以表彰主動識別安全隱患的員工。所有員工均需簽署員工安全責任書，並學習與其崗位相關的操作安全程序。

遊客安全

在我們提供服務的期間，我們的遊客受到一系列全面的安全措施的保護。所有船隻及觀光車均配備安全帶、救生衣及座椅安全帶。出發前，船上工作人員或導遊將向所有遊客進行安全須知說明。對於租用自駕船的遊客，需在登船前簽署安全承諾協議。此外，在登船點及售票處醒目位置張貼救生設備使用說明資料，並提供安全演示視頻及緊急聯繫電話。

營銷策略及遊客參與

營銷策略

我們採用數字化與傳統方式相結合的多維度營銷策略，以提升品牌知名度及遊客參與度。我們在抖音、小紅書等主流數字平台建立了強大的品牌矩陣，有效提升品牌曝光度。我們運營並管理兩個抖音官方賬號，即「揚州古運河遊船」和「瘦西湖水上遊」，用於營銷及推廣我們的旅遊產品和服務，包括主題遊船和大運揚州夜間演出項目，從而提升我們品牌的曝光度和客戶覆蓋範圍。我們與專業第三方（如專業的多頻道網絡(MCN)公司）合作，製作發行優質短視頻和直播內容，同時利用OTA平台（如抖音、攜程、美團和同程）吸引新客戶。同時，我們還採用傳統營銷方法，如與酒店和旅行社合作推廣我們服務項目的季節性促銷或折扣活動。我們也積極參與線下活動，與年輕人零距離接觸，通過直觀地展現大運河的深厚底蘊和我們獨特的「船娘」服務，實現有效的營銷。這些品牌推廣和營銷活動進一步強化了品牌認知度，確保對本地人及遊客的高頻曝光，吸引多元化客戶群體。此外，這些策略亦顯著提升瘦西湖的知名度，從而為該風景區內的服務項目帶來更多曝光機會。

業 務

我們的營銷策略旨在靈活應對季節性變化、市場需求以及文化旅遊行業中的特殊活動。在旅遊旺季，我們會推出早鳥折扣、團購票優惠及捆绑套餐，將多個景點或體驗以優惠價格打包出售。例如，我們可能提供包含多個景點和觀光遊船選項的組合票，以折扣價出售，或在地區性活動（如體育賽事）期間遊客量激增時推出限時優惠。我們還針對不同客戶群體設計了營銷策略。例如，我們與當地酒店和旅行社合作，為家庭、情侶、學生及企業團體推廣專屬優惠。對於大型團隊和企業客戶，我們協商定製化套餐以滿足其特定需求，如團建活動、活動承辦或商務活動。

此外，我們密切監控門票銷售和收入，並建立了銷售數據報告系統，定期審查銷售數據和活動，並及時採取措施提升銷售業績。內部方面，我們的總經理、銷售團隊及相關業務分部的主管會每月討論銷售數據報告及其變化，並提出所發現的任何問題和營銷措施，以提升我們的銷售業績。我們還會對已實施的營銷策略的有效性進行年度評估，並據此對下一年度的營銷計劃進行必要的調整，以進一步提升營銷策略的有效性。

截至2025年12月31日，我們已完成超過1,000次的品牌推廣和營銷活動，每天通過我們的各種營銷渠道傳播不少於一次的營銷發佈。

遊客滿意度

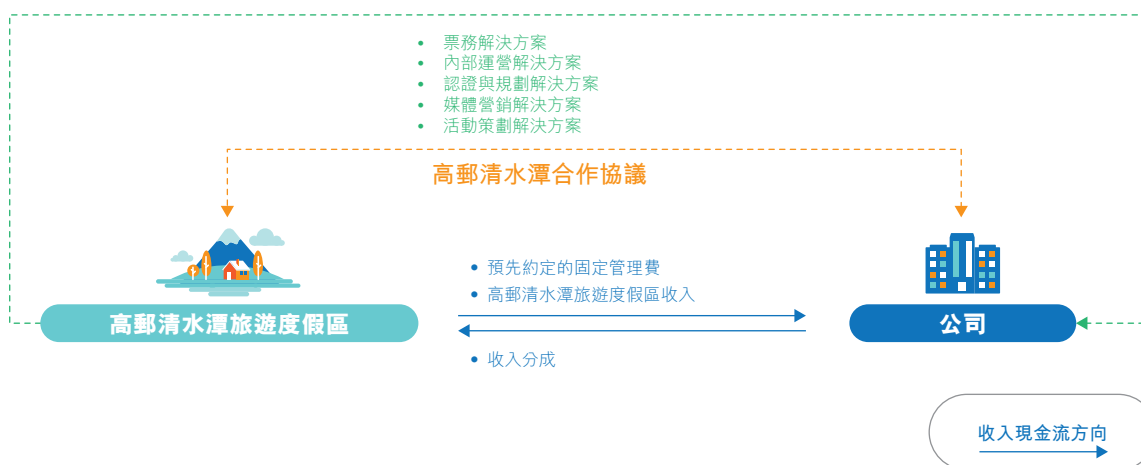
我們已建立即時處理遊客投訴的機制，將遊客反饋作為保障卓越服務的工具及服務項目持續開發的依據。由於我們的專業服務項目，多年來一直維持高水平的遊客滿意度且不斷提升，為我們的品牌聲譽奠定了堅實的基礎，並成為支持我們高質量增長的關鍵支柱。遊客對我們的服務的積極反饋的關鍵驅動因素包括我們高質量的服務項目、持續優化觀光服務的投入（包括揚州大運河行進式遊船演藝）以及我們對投訴（如有）的及時響應。我們亦通過積極採納遊客建設性意見並審閱各在線平台評論，分析在線評論持續改進服務。

管理與服務業務

自成立以來，我們主動拓展收入來源以最大化減少業務範圍過窄的潛在風險，並對沖水上遊船觀光服務與觀光車服務等重資產業務的風險。於2016年，我們成功開發並實施輕資產業務模式，據此，我們為鹽城串場河在鹽城大洋灣的水上旅遊項目提供戰略諮詢服務，涵蓋針對其水上游船觀光遊覽線開通的相關許可要求的監管諮詢；碼頭、專用充電設施等建設的現場監督；協助建立安全管理體系以及為船長提供培訓。該等項目型諮詢服務屬一次性性質，且服務範圍僅限於客戶要求的若干方面。自2017年鹽城大洋灣的水上旅遊項目完成後，本公司未承接任何其他一次性項目型諮詢服務。隨後，我們完善輕資產業務模式，並開始向旅遊景點提供全方位的委託管理服務。於往績記錄期間，我們為高郵清水潭旅遊度假區提供委託管理服務。高郵清水潭旅遊度假區是揚州市重點旅遊度假區之一，也是著名的湖濱旅遊目的地。通過輕資產擴張，我們能夠將運營經驗和業務架構複製到大運河沿線其他旅遊景區，精準賦能區域發展，最大化提升我們的品牌價值和旅遊品牌的運營優勢，促進區域文化旅遊資源的共同發展，同時豐富我們的收入來源，推動業務擴張。

業 務

我們管理服務業務的營運架構如下圖所示：



管理服務

我們的管理業務為輕資產業務模式的基石。我們提供全面的管理服務，憑藉對客戶需求的深入理解，並注重根據每個項目的獨特特徵（如當地文化歷史、歷史背景及地理環境）量身制定解決方案。於提供委託經營管理的過程中，我們作為專業運營商及管理方，承擔日常經營管理的委託責任，旨在優化資源配置、加強景區或旅遊景點內部團隊協作、提升運營效率、完善基礎設施與環境融合、推動市場推廣、提升品牌知名度及聲譽，同時最大化經濟效益，在提升遊客體驗的同時推動有關旅遊景點的收入增長。透過提供量身定製的策略，我們協助實現卓越運營，並支持客戶的長期可持續發展。

在管理業務分部，我們通常提供以下服務：

- **票務解決方案：**我們負責核心景區票務運營，含售票、客戶開發、客流統計分析及在線預約、核票及客服等與遊客進入景區有關的配套服務。我們的全方面票務解決方案旨在確保遊客進入景區流暢，促進有效遊客管理並最大化景區收入；
- **內部運營解決方案：**我們全面監管核心景區商業運營，涵蓋停車場、遊船、觀光車、餐飲場所、活動場地及臨街零售店以及其他商業運營的管理。我們的解決方案涵蓋所有有關商業運營的運營及管理方面，其中大部分收入來自提供觀光車及觀光船服務，以及門票銷售；
- **認證與規劃解決方案：**我們按目標景區等級制定及實施景區提升策略。我們解決方案覆蓋旅遊交通、遊客設施、遊客安全、衛生、郵政及電信基礎設施、遊客購物體驗、綜合管理及自然資源以及環境保護等方面的提升。我們通過對標誌性旅遊項目、特色旅遊產品、旅遊休閒產品、旅遊線路、智慧服務系統、公共設施及景觀以及環保系統的創新規劃，同時兼顧場地現狀與運營需求，滿足認證要求；

業 務

- **媒體營銷解決方案：**我們負責通過傳統與新媒體平台推廣景區。我們擁有完善的合作媒體及營銷渠道網絡，包括央視頻、新華網等國家級平台，以及景區官號、微信視頻號、抖音及城市核心地段廣告位。我們亦定期邀請關鍵意見領袖(KOLS)體驗景區，通過各種社交媒體平台開展多維營銷活動，從而擴大景區的 brand 曝光度。此外，我們為景區定製宣傳視頻，製造不同版本在不同媒體渠道傳播，以提高曝光度及吸引新客戶；及
- **活動策劃解決方案：**我們立足景區本身，融合地域文化特色，採用媒體推廣與活動營銷雙軌策略，打造定製化旅遊線路產品，以豐富遊客選擇，為遊客提供與眾不同的旅遊體驗。

高郵清水潭旅遊度假區

在往績記錄期間，我們為高郵清水潭旅遊度假區提供委託管理服務。高郵清水潭旅遊度假區是國家3A級旅遊景區、江蘇省省級濕地公園和省級水利風景區。高郵清水潭旅遊度假區是揚州市七大重點旅遊度假區之一，總面積約13.8平方千米，提供集溫泉休閒、水上運動、水上美食等為一體的綜合度假服務，生態環境優越。

我們於2022年6月13日與高郵旅遊投資公司及揚州傳媒公司訂立2022年合作協議，協議有效期自2022年7月1日至2025年6月30日。2022年合作協議屆滿後，我們於2025年6月30日與高郵旅遊投資公司、揚州傳媒公司及高郵孟城驛管理有限公司訂立2025年合作協議，協議有效期自2025年7月1日至2028年6月30日（連同2022年合作協議統稱「高郵清水潭合作協議」）。

2022年合作協議的主要條款概要如下：

- | | |
|-------|---|
| 日期及期限 | (i) 高郵清水潭旅遊度假區品質提升三方合作協議 |
| | <ul style="list-style-type: none">● 日期：2022年6月13日● 期限：2022年7月1日至2025年6月30日 |
| | (ii) 合作協議(廣告服務) |
| | <ul style="list-style-type: none">● 日期：2022年8月9日● 期限：2022年7月1日至2025年6月30日 |

在2025年6月30日屆滿前六個月內，2022年合作協議各方應就合作下一階段條款進行協商。

- | | |
|-----|---|
| 訂約方 | (i) 高郵清水潭旅遊度假區品質提升三方合作協議 |
| | <ul style="list-style-type: none">● 高郵旅遊投資公司● 本公司● 揚州傳媒公司 |

業 務

(ii) 合作協議(廣告服務)

- 本公司
- 揚州傳媒公司
- 揚州景區融媒體中心

合作模式及條款

高郵清水潭旅遊度假區核心區域為委託管理模式，據此，高郵旅遊投資公司委託本公司及揚州傳媒公司就協定的服務區域提供營運管理服務，包括高郵清水潭旅遊度假區的整體營運管理，含售票、內部營運管理、申請4A級景區認證、活動策劃、推廣營銷活動以及文創產品開發。

本公司應負責旅遊景區的日常營運管理，其中包括營運人員的集中統籌、4A級景區認證的規劃、制定及實施、旅遊景點營銷、旅遊線路設計、旅遊產品推廣及其他相關事項。本公司亦應承擔與其運營人員相關的成本及開支。具體而言，該等職責包括(i)票務運營—含售票、客戶開發、客流統計及在線預約、核票及客服等與遊客進入景區有關的配套服務；(ii)內部商業運營—包括停車場、觀光船、觀光車、餐飲、活動場地臨街零售店以及其他商業運營的管理；及(iii)4A級景區認證規劃服務—包括按4A級景區標準制定及實施旅遊景區提升策略。

揚州傳媒公司應負責綜合宣傳及營銷事宜，為旅遊景點策劃營銷活動、規劃及執行重大活動、品牌推廣及宣傳活動，並承擔其運營人員相關的成本及開支。具體而言，有關職責包括：(i)融媒體宣傳—包括運用多種平台，發揮傳統及新媒體各自的優勢，以揚州為宣傳活動中心，共同推廣旅遊景點；在宣傳或營銷活動中，應不時邀請KOL團體參與營銷體驗並通過其各自社交媒體平台推廣旅遊景點。此外，應根據旅遊景點的發展及4A級認證規定製作宣傳視頻；及(ii)活動策劃—包括定制高郵清水潭旅遊度假區的旅遊路線。

本公司亦應與揚州傳媒公司合作，(i)確保策劃和組織不少於五個大型營銷或推廣活動；及(ii)設計以大運河文化、美食文化及高郵特色地方文化為主題的文創產品。

業 務

合作費用及 付款條款

(i) 固定管理費

高郵旅遊投資公司須每年向本公司支付固定金額人民幣3.0百萬元，分兩期（每半年一期）支付。首期款項須於協議簽署後兩週內支付；次期款項須於協議簽署後六個月期滿後兩週內支付。

(ii) 與高郵清水潭旅遊度假區收入掛鈎的浮動費用（或收入分成機制）

根據2022年合作協議，本公司與揚州傳媒公司須盡力實現每年遊客量達100,000人次，並確保最低收入等同於基準收入（定義見下文）；且本公司有權收取高郵清水潭旅遊度假區年度收入中不超過基準收入（定義見下文）之金額。

收入分成機制

此外，根據2022年合作協議，雙方同意採用收入分成機制，據此，各方有權收取高郵清水潭旅遊度假區年度收入超過基準收入（定義見下文）三分之一之金額。各方在收入分成機制下的年度權益，將根據下列公式計算：

收入分成款項 = (年度總收入 - 基準收入) / 3

「總年度收入」指高郵清水潭旅遊度假區售出門票、觀光船票及觀光車票所產生的總年度收入。「基準收入」指高郵清水潭旅遊度假區於緊接簽訂2022年合作協議前三個財政年度的平均收入。

(iii) 廣告費用

本公司須每年向揚州傳媒公司支付人民幣0.5百萬元的固定金額，作為其向高郵清水潭旅遊度假區提供營銷服務的報酬。

根據2022年合作協議，本公司將直接收取總年度收入。在我們所收取的總年度收入中：(i) 預先約定的固定管理費、不超過基準收入的收入金額及本公司應佔的收入分成權益，應確認為我們的收入；(ii) 固定廣告費及揚州傳媒公司應佔收入分成權益應確認為我們的收入，並於我們向揚州傳媒公司支付相關款項時計入銷售成本；及(iii) 高郵旅遊投資公司應佔之收入分攤款項，將由我們代為收取，並計入其收入，本公司於報告期末任何尚未結算的金額，將確認為其他應付款項。

業 務

在往績記錄期間及根據高郵清水潭合作協議，我們為高郵清水潭旅遊度假區提供管理業務的各項服務收到的總費用包括固定管理費及與高郵清水潭旅遊度假區收入掛鈎的浮動費用，分別為人民幣5.3百萬元、人民幣5.7百萬元及人民幣5.2百萬元，分別佔我們總收入的約4.9%、5.1%及3.7%。根據2025年合作協議，管理費由人民幣3.0百萬元(含稅)進一步增至人民幣3.5百萬元(含稅)。我們認為，並經高郵旅遊投資公司確認，其對我們所提供的服務感到滿意，其依據如下：(i)於2022年合作協議期內，高郵清水潭旅遊度假區的收入整體呈增長態勢，僅2025年上半年因揚州市推出市民免門票入園政策而略有下降；(ii)於2022年合作協議期內，高郵清水潭旅遊度假區的訪客數量持續增長，自2022年的約43千人次至2024年的約290千人次，並進一步增加至截至2025年6月30日止六個月的約291千人次；及(iii)我們組織開展了大量的營銷及推廣活動，包括逾30場營銷及推廣活動、在揚州市中心戶外巨幕全天候播放高郵清水潭旅遊度假區宣傳影片，以及逾30篇國家級及省級宣傳稿及逾70篇市級宣傳稿。此外，我們認為，高郵旅遊投資公司提高我們的年度管理費，恰好體現其對我們上述服務及所達到成果的認可與滿意。

2025年合作協議的條款與2022年合作協議大致相同，惟(i)該協議有四名簽署方；(ii)超出基準收入額的收入將由每名簽署方分享四分之一；及(iii)揚州傳媒公司每年的營銷費用為人民幣0.6百萬元。請參閱「概要—近期發展」。

2025年合作協議的主要條款概要載於下文：

日期及期限 (i) 高郵清水潭旅遊度假區品質提升運營管理合作協議

- 日期：2025年6月30日
- 期限：自2025年7月1日至2028年6月30日

(ii) 合作協議(廣告服務)

- 日期：2025年6月30日
- 期限：自2025年7月1日至2028年6月30日

在2028年6月30日屆滿前的六個月內，2025年合作協議各方應就合作下一階段條款進行協商。

訂約方 (i) 高郵清水潭旅遊度假區品質提升運營管理合作協議

- 高郵旅遊投資公司
- 本公司
- 揚州傳媒公司
- 高郵古驛名城管理公司

(ii) 合作協議(廣告服務)

- 本公司
- 揚州傳媒公司

業 務

合作模式及條款

高郵清水潭旅遊度假區核心區域為委託管理模式，據此，高郵旅遊投資公司及高郵古驛名城管理公司委託本公司及揚州傳媒公司就協定的服務區域提供營運管理服務，包括高郵清水潭旅遊度假區的整體營運管理，含售票、內部營運管理、申請4A級景區認證、活動策劃、推廣營銷活動以及文創產品開發。

本公司及揚州傳媒公司將負責旅遊景區的日常營運管理，其中包括營運人員的集中統籌、票務運營、旅遊景區的日常清潔及安保管理、商業運營、旅遊營銷、路線規劃及產品推廣，並承擔與其營運人員有關的所有成本及開支。具體而言，該等責任包括(i)票務運營—含售票、客戶開發、客流統計及在線預約、核票及客服等與遊客進入景區有關的配套服務；(ii)商業運營—涵蓋停車場、遊船、觀光車、餐飲場所、活動場地及臨街零售店以及其他商業運營的管理；及(iii)4A級景區認證規劃服務—包括按4A級景區標準制定及實施旅遊景區提升策略。

本公司及揚州傳媒公司將負責(i)融媒體宣傳—涵蓋發揮傳統媒體及新媒體各自的優勢，以揚州為宣傳中心，共同推廣旅遊景區；及(ii)活動策劃及實施—針對各項活動，邀請KOL群體參與營銷體驗，針對每項活動定製不少於一個宣傳視頻。在宣傳活動期間，在合理的範圍內適當考慮將高郵的著名文化旅遊景點、項目及活動納入宣傳工作。

本公司及揚州傳媒公司亦將(i)確保每年策劃及組織不少於四次大型營銷或推廣活動；及(ii)承接不少於十項以高郵大運河文化、美食文化、特色地方文化為主題的文創產品設計。

業 務

合作費用及 付款條款

(i) 固定管理費

高郵旅遊投資公司須每年向本公司支付固定管理費人民幣3.5百萬元，分兩期(每半年一期)支付。首期款項須於協議簽署後兩週內支付；次期款項須於協議簽署後六個月期滿後兩週內支付。

(ii) 與高郵清水潭旅遊度假區收入掛鈎的浮動費用(或收入分成機制)

根據2025年合作協議，本公司及揚州傳媒公司須盡力實現年度客流量達250,000人次。此外，雙方就收入分成機制達成協議，據此：(i)本公司有權收取高郵清水潭旅遊度假區年度收入中不超過基準收入(定義如下)部分的全部收入；及(ii)就高郵清水潭旅遊度假區年度收入超出基準收入(定義如下)部分，雙方各有權按25%比例分享。各方根據該收入分成機制所享有的年度權益，乃按下列公式計算：

收入分成權益=(總年度收入-基準收入)×25%

「總年度收入」指高郵清水潭旅遊度假區售出門票、觀光船票及觀光車票所產生的總年度收入。「基準收入」指高郵清水潭旅遊度假區於緊接簽訂2022年合作協議前三個財政年度的平均收入。

(iii) 廣告費用

本公司須就揚州傳媒公司為高郵清水潭旅遊度假區提供的市場推廣服務按年支付固定費用人民幣0.6百萬元。

(iv) 其他費用

如本公司成功協助高郵旅遊投資公司取得國家4A級旅遊景區認證，則相關主管部門就此發放的補貼、獎勵及引導資金(如有)之50%將分配予我們及揚州傳媒公司，相關款項將根據我們及揚州傳媒公司各自承擔的工作量，進一步在我們及揚州傳媒公司之間進行分配。完成分配後，我們將就各自實際承擔的工作與揚州傳媒有限公司結算分配金額。

業 務

就以旅遊景區名義申請的其他各類資金(不包括上述資金)而言，申請主體於收到該等資金後，須將所得總資金之50%作為獎勵，平均分配予其餘三方。

根據2025年合作協議，本公司將直接收取總年度收入。在我們所收取的總年度收入中：(i)預先約定的固定管理費、不超過基準收入的收入金額及本公司應佔的收入分成權益，應確認為我們的收入；(ii)固定廣告費及揚州傳媒公司應佔收入分成權益應確認為我們的收入，並於我們向揚州傳媒公司支付相關款項時計入銷售成本；及(iii)高郵旅遊投資公司及高郵古驛名城管理公司之收入分成權益將由我們代為收取，並計入其收入，本公司於報告期末任何尚未結算的金額，將確認為其他應付款項。

定價、付款及收入確認

我們管理與服務業務分部的定價乃通過與相關對手方進行公平磋商，並參考現行市場價格、項目規模及就每個項目將予提供的服務範圍確定及協定。這些項目不僅為我們帶來收入，亦提升我們的聲譽，並吸引整個旅遊業的未來合作機會。

具體付款時間表乃根據現行市場慣例與有關各方公平磋商後釐定。我們通常要求對方在相關服務協議期限內以分期方式全額支付預先約定的固定管理費。根據高郵合作協議，高郵旅遊投資公司須(i)於相關服務協議日期後一周內向我們支付預先約定的固定管理費總額第一個半年度付款的50%；(ii)於相關協議日期起六個月後的一周內向我們支付預先約定的固定管理費總額第一年付款的剩餘50%；及(iii)第二個及第三個半年度分期付款須各自按上述(i)及(ii)項所載的相同方式及時間表支付。

按照行業慣例及每份協議所規定的條款，我們管理與服務業務產生的收入按固定費用基準確認，且通常會根據履約義務的進展進行確認，當中計及關鍵項目里程碑或在合同期內持續提供服務。具體而言，(i)預先協定的固定年度管理服務費確認根據履約進程於合約期按直線法確認；(ii)管理服務合同中的收入分享機制產生的收入於提供服務時隨時間確認。

業 務

可複制性及規模化潛力

得益於旅遊業的蓬勃發展趨勢，我們的管理業務具有巨大的增長潛力。該業務亦具有固有的可擴展性，非常適合在廣泛的旅遊及文化資產領域進行複制推廣。展望未來，隨著政府對促進旅遊業經濟，尤其是運河經濟發展的政策支持，景區的所有者及經營者正愈發努力尋求差異化發展，並提升遊客體驗的質量。相應地，我們預計對旅遊景區委託管理服務的需求將會進一步增長。此外，隨著旅遊業的數字化轉型、遊客偏好的不斷變化以及對可持續發展的需求日益增長，我們預計在項目規劃、品牌推廣、市場營銷及運營卓越等方面，對熱門和實用的解決方案的需求將日益增長。我們相信，通過持續創新及擴展我們的管理能力，我們能夠成功抓住新的市場機遇，加強客戶關係，並推動我們的委託管理業務實現長期、可持續的增長。我們對高郵清水潭旅遊度假區的成功管理證明了我們的管理業務模式的有效性和可複制性，為其他旅遊景點的未來管理項目樹立了典範。

我們的客戶

概覽

於往績記錄期間，(i)於我們財務報表所確認的水上遊船觀光業務客戶包括(a)零售客戶(含個人客戶及團體客戶)，他們通過現場票務處、自助售票機以及我們的自有微信小程序「揚州瘦西湖水上遊」以現金或電子支付方式直接購買船票，或通過美團、攜程、抖音及同程等OTA平台以及合作酒店等第三方售票渠道間接購買船票，及(b)企業客戶(含旅行社及其他企業客戶)，以批量採購方式購票；(ii)於我們財務報表所確認的觀光車業務客戶為零售客戶，他們直接於現場購買觀光車車票；及(iii)我們管理與服務業務的客戶為高郵清水潭旅遊度假區的擁有人高郵旅遊投資公司。

前五大客戶

截至2023年、2024年及2025年12月31日止三個年度各年，我們的前五大客戶分別佔我們各期間總收入的約7.0%、7.5%及6.1%。我們最大客戶分別佔我們截至2023年、2024年及2025年12月31日止三個年度各年的收入約4.9%、5.1%及3.9%。

業 務

下表概述於往績記錄期間各年度按收入劃分的我們五大客戶的資料：

截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	背景	提供的服務／產品	關係開始	信貸期	付款方式	收入	佔總收入百分比
				時間 (年份)				
1	高郵旅遊投資公司	一家專注於旅遊景點投資、開發與管理的國有旅遊景點所有者及營運商	高郵清水潭旅遊度假區管理服務	2022年	7天	銀行轉賬	5,343	4.9
2	客戶E	一家私人票務代理公司	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2019年	—	銀行轉賬	975	0.9
3	客戶F	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2020年	—	銀行轉賬	521	0.5
4	客戶G	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2023年	—	銀行轉賬	450	0.4
5	客戶H	一家私人貿易公司	透過在古運河區域運營的兩艘水上觀光船，在船艙內播放宣傳視頻及在船體外側展示發光廣告提供廣告與營銷服務	2023年	—	銀行轉賬	377	0.3
總計							7,666	7.0

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	客戶	背景	提供的服務／產品	關係開始			收入	佔總收入百分比
				時間 (年份)	信貸期	付款方式		
1	高郵旅遊投資公司	一家專注於旅遊景點投資、開發與管理的國有旅遊景點所有者及營運商	高郵清水潭旅遊度假區管理服務	2022年	7天	銀行轉賬	5,718	5.1
2	客戶G	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2023年	—	銀行轉賬	889	0.8
3	客戶E	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2019年	—	銀行轉賬	827	0.7
4	客戶F	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2020年	—	銀行轉賬	692	0.6
5	客戶I	一家提供廣播電視節目製作、營銷策劃、廣告服務及文化活動籌辦的私人服務提供商	透過在古運河區域運營的兩艘水上觀光船，在船艙內播放宣傳視頻及在船體外側展示發光廣告提供廣告與營銷服務	2024年	7天	銀行轉賬	340	0.3
總計							8,466	7.5

業 務

截至2025年12月31日止年度

排名	客戶	背景	提供的服務／產品	關係開始	信貨期	付款方式	收入	佔總收入 百分比
				時間 (年份)				
1	高郵旅遊 投資公司	一家專注於旅遊景點投資、開發與管理的國有旅遊景點所有者及營運商	高郵清水潭旅遊度假區管理服務	2022年	7天	銀行轉賬	3,343	2.4
2	客戶G	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2023年	—	銀行轉賬	1,077	0.8
3	客戶J	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2023年	—	銀行轉賬	956	0.7
4	客戶K	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2019年	—	銀行轉賬	529	0.4
5	客戶E	一家私人旅行社	(i) 蜀岡一瘦西湖風景名勝區及古運河區域船票及觀光車票，及(ii) 高郵清水潭旅遊度假區船票、觀光車票及門票	2015年	—	銀行轉賬	437	0.3
總計							6,342	4.6

於往績記錄期間各年度，我們的五大客戶均為本集團的獨立第三方。於往績記錄期間，概無董事、其聯繫人或我們的任何現有股東（據董事所知，緊隨[編纂]完成後擁有我們的已發行註冊股本總額超過5%）於我們的任何五大客戶中擁有根據上市規則須予披露的任何權益。

我們的供應商

概覽

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括(i) 第三方派遣員工服務提供商（我們亦向其聘用派遣員工以支援業務運作），(ii) 船舶製造商（我們亦向其採購船舶用於我們的水上遊船觀光業務），及(iii) 燃料供應商。我們供應商提供的所有材料和採購的服務均必須符合品質控制要求。

業 務

五大供應商

截至2023年、2024年及2025年12月31日止三個年度，我們於各期間向五大供應商的採購總額分別約佔同期採購總額的56.9%、84.1%及59.1%。我們於各期間向最大供應商的採購額分別約佔同期採購總額的28.8%、49.4%及28.7%。

下表概述往績記錄期間按採購總額劃分的我們五大供應商的資料：

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	背景	所採購服務／產品	業務關係 開始年份 (年份)	信貸 條款	支付方式	採購額 人民幣千元	佔採購總 額百分比
1	供應商A	供勞務派遣服務及物業管理服務的私人公司	務派遣服務	2020年	—	銀行轉賬	6,612	28.8
2	供應商D	私人造船公司	一艘仿古鋼制畫舫	2023年	14天	銀行轉賬	1,750	7.6
3	蜀岡一瘦西湖 管委會	監管蜀岡一瘦西湖風景名勝區整體運營之政府機構	水上觀光船及觀光車的 獨家經營權費	2015年	—	銀行轉賬	1,652*	7.2
4	供應商B	國有石化產品生產供應商	水上觀光船的柴油、汽油及其他燃料	2020年	—	銀行轉賬	1,541	6.7
5	供應商E	私人造船公司	60艘自駕遊船	2017年	—	銀行轉賬	1,513	6.6
總計							13,068	56.9

* 指根據2015年許可合同在蜀岡一瘦西湖風景名勝區內經營水上遊船觀光的許可費人民幣1,452.0千元；及根據2022年許可合同在蜀岡一瘦西湖風景名勝區內經營指定觀光路線觀光車的許可費人民幣200.0千元。有關許可費的進一步詳情，請參閱「水上遊船觀光業務—獨家運營權—於蜀岡一瘦西湖風景名勝區內的獨家運營權」及「觀光車業務—獨家運營權、服務區域及指定觀光路線」。

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	供應商	背景	所採購服務／產品	業務關係 開始年份 (年份)	信貸 條款	支付方式	採購額 人民幣千元	佔採購總 額百分比
1	耀有光	專注於舞台工程、商業演出及提供燈光服務的私人公司	大運揚州遊船演藝之演出策劃服務，以及設備供應及安裝服務	2024年	—	銀行轉賬	45,435	49.4
2	供應商F	國有造船企業	現代遊艇	2017年	—	銀行轉賬	12,115	13.2
3	供應商G	私人造船公司	20艘高檔生態畫舫	2023年	—	銀行轉賬	11,217	12.2
4	供應商A	供勞務派遣服務及物業管理服務的私人公司	務派遣服務	2020年	—	銀行轉賬	6,846	7.4
5	供應商H	從事各類建設工程及特種設備安裝、改造與維修業務的私人建築公司	保障湖景觀照明工程建設服務	2024年	14天	銀行轉賬	1,743	1.9
總計							77,356	84.1

截至2025年12月31日止年度

排名	供應商	背景	所採購服務／產品	業務關係 開始年份 (年份)	信貸 條款	支付方式	採購額 人民幣千元	佔採購總 額百分比
1	供應商E	私人造船公司	現代遊艇	2017年	—	銀行轉賬	10,095	28.7
2	供應商A	供勞務派遣服務及物業管理服務的私人公司	務派遣服務	2020年	—	銀行轉賬	4,825	13.7
3	供應商J	提供景觀提升服務的私人服務供應商	景觀提升服務	2024年	—	銀行轉賬	2,583	7.3
4	供應商I	提供演出相關服務(包括演出經紀及商業演出服務)的私人服務提供商	為大運揚州遊船演藝提供演出人員	2024年	7天	銀行轉賬	1,830	5.2
5	揚州廣播 電視台	為揚州市政府設立的公營機構，作為本地主要媒體平台，提供專業宣傳及媒體推廣服務	宣傳及媒體推廣服務	2025年	—	銀行轉賬	1,462	4.2
總計							20,795	59.1

業 務

於往績記錄期間，除耀有光外，我們各年度的五大供應商均為本集團的獨立第三方。於往績記錄期間，董事、其聯繫人或我們的任何現有股東（據董事所知，於緊隨[編纂]完成後擁有我們註冊股本總額的5%以上）概無於我們任何五大供應商中擁有根據上市規則須予披露的任何權益。

客戶與供應商重疊情況

在往績記錄期間，我們有七位客戶，同時也是我們的供應商，即(i)瘦西湖管理處，我們直接向其銷售水上觀光船門票，並向其採購瘦西湖風景區入園門票及導遊服務；(ii)揚州市個園管理處，我們直接向其銷售水上觀光船門票，並向其採購個園入園門票及導遊服務；(iii)公司Y，我們直接向其銷售水上觀光船門票，並向其採購我們現任優秀員工的休閒養生服務；(iv)揚州楚悠啟貿易有限公司，我們按其在本公司營運的碼頭經營飲料自動售貨機所產生的銷售額比例向其收取服務費，並向其採購瓶裝水及飲料用於轉售；(v)公司Z，我們直接向其銷售水上觀光船門票及提供包船服務，供其以訪客或遊客為主要群體的客戶使用，並向其採購我們員工商務差旅的出行票預訂服務；(vi)客戶I，為我們2024年五大客戶之一，我們透過在古運河區域運營的兩艘水上觀光船外側展示發光廣告，向其提供廣告及營銷服務，並向其採購廣告牌用於我們的營銷及推廣活動，及(viii)供應商E，為本公司2023年及2025年的前五大供應商之一，本公司於2023年向其採購60艘自駕船，並於2025年採購一艘現代化遊艇，同時向其提供營銷服務，例如於展覽活動中設置廣告攤位。董事確認，於往績記錄期間，與重疊客戶及供應商的買賣並無關聯，亦不構成彼此的條件。

於2023年、2024年及2025年，來自該七位重疊客戶及供應商的總收入分別為人民幣209.7千元、人民幣412.5千元及人民幣146.6千元，約佔我們相關期間總收入的0.2%、0.4%及0.1%。2023年及2024年，向這七家重疊客戶與供應商的採購總額為(i)2023年人民幣8.8千元，約佔同年總採購額的不足0.1%；(ii)2024年人民幣80.1千元，約佔同年總採購額的0.1%及(iii)2025年人民幣10,101.7千元，約佔同年總採購額的28.7%。來自這些重疊客戶與供應商的毛利於2023年及2024年分別為人民幣200.9千元及332.4千元；而2025年則產生毛虧損人民幣9,955.1千元，約佔我們相關期間總毛利的0.2%、1.7%及12.1%。毛利／（虧損）按收入減採購額計算。

於2023年及2024年，我們向七位重疊客戶及供應商銷售水上遊船觀光服務及提供服務的毛利率分別約為95.8%及80.6%。由於我們於2025年向七名重疊客戶及供應商銷售水上遊船觀光服務及提供服務的收入遠低於向彼等採購的總額，因而產生毛虧損，故相關毛利率為負數且該比率不具參考價值。於2023年及2024年，於2025年，我們銷售水上觀光船服務及向八名重疊客戶及供應商提供服務的毛利率約為221.9%。我們向其他客戶銷售水上遊船觀光服務及提供服務的毛利率分別約為78.9%、16.9%及82.2%。我們向七位重疊客戶及供應商銷售水上遊船觀光服務及提供管理服務的毛利率，乃基於假設毛利計算得出，即(i)向相關重疊客戶／供應商銷售水上遊船觀光服務及提供服務所得收入與(ii)自相關重疊客戶／供應商的採購金額之間的差額。自相關重疊客戶／供應商的採

業 務

購，在性質上不同於銷售水上遊船觀光服務及提供管理服務，且與我們從相同重疊客戶／供應商獲得的收入相比，該等採購金額較小，例如短期提供的餐飲服務、出於偶發性或臨時性需要提供的廣告牌設計服務以及就旅遊票務預訂服務支付的小額服務費。

七位重疊的客戶和供應商包括(i)供應商E為我們於2023年及2025年的五大供應商之一，同時亦為本公司的客戶，涉及我們向其提供營銷服務(例如在展覽活動中設置廣告攤位)；及(ii)客戶I，為我們2024年的前五大客戶之一，也是向本公司提供廣告看板的供應商。與高郵旅遊投資公司及客戶I的交易載列如下：

客戶E

截至2025年12月31日止年度

來自客戶E的收入(人民幣千元)	70
佔我們總收入的百分比(%)	—*
來自客戶E的採購額(人民幣千元)	10,095
佔我們採購總額的百分比(%)	28.7
來自客戶E的虧損(人民幣千元)	10,025
佔我們總毛利的百分比(%)	12.2

客戶I

截至2024年12月31日止年度

來自客戶I的收入(人民幣千元)	340.0
佔我們總收入的百分比(%)	0.3
來自客戶E的採購額(人民幣千元)	9.3
佔我們採購總額的百分比(%)	—*
來自客戶E的毛利(人民幣千元)	330.7
佔我們總毛利的百分比(%)	97.3

* 少於0.1%

** 毛利／(虧損)乃按收入減採購額計算。

我們與該等客戶之間的船票銷售或提供管理服務及廣告服務均按單獨基準進行，且該等銷售及提供管理服務彼此之間並無關聯性，亦互不構成條件。董事亦確認，與該等客戶開展交易的條款及定價政策符合正常商業條款，且與我們與其他客戶及供應商之間的交易條款及定價政策相似，依據為(i)我們經驗豐富，對水上旅遊業以至更廣泛的旅遊業有很好的了解，因此我們熟悉大多數市場參與者採用的商業條款，並能夠識別條款及定價政策符合正常商業條款，(ii)就供應商合作而言，我們一般在選擇供應商的過程中進行公開招標程序。如毋須進行公開招標，我們會直接與相關供應商談判，並在選擇供應商時比較背景相似的候選供應商所提出的商業條款，及(iii)就與客戶的交易而言，水

業 務

上遊船觀光服務採用統一且不可議價的商業條款，而管理服務的商業條款則需經過多輪談判。客戶可能同時與我們的競爭對手進行商洽，此舉確保相關商業條款正常且符合市場慣例。

採購管理

我們致力於以合理的價格從可靠的來源獲得高品質的供應品。我們主要採購硬件和設施(包括觀光船、船用配件和船艙座椅)、工程服務(例如開發水上旅遊航線及碼頭養護工程)、燃料(柴油和汽油)以及各種服務(包括碼頭安全服務)。

我們已建立採購制度，對所有採購訂單實施多層審批制度，採購訂單需先經部門分負責人與分管負責人審批，再提交總經理審批。授權級別有明確的規定，人民幣40,000元或以上的較高價值交易須受限於經加強的審批程序及管理監督。採購訂單中採購預算(i)在人民幣50,000元及以上的，須經董事會討論並審批；(ii)單位採購預算在人民幣8,000元及以上的，或批量採購預算在人民幣40,000元及以上的，須進行市場調研程序；及(iii)採購預算在人民幣300,000元的，須進行公開招標程序。我們通常就各類供應商擁有多家供應商，以盡量減少任何營運可能中斷的情況，維持採購穩定性，避免過度依賴的風險，並從供應商獲得具競爭力的價格。

供應商甄選及質量控制

本集團致力於從可靠及聲譽良好的供應商採購高質量產品及服務，以支持我們的持續增長及卓越運營。我們已經建立全面的供應商甄選及評估框架，旨在確保透明度、競爭力及對行業領先標準的遵循。

我們並無制定合格供應商名單。然而，我們對供應商的選擇遵循嚴格而結構化的過程。基於貨品或服務的估計價值，我們有兩種不同的供應商甄選程序。就估計價值為人民幣300,000元或以上貨品或服務的採購，我們通過正式公開招標程序甄選供應商，確保供應商基於競爭性招標及客觀評估標準甄選。就估計價值為人民幣300,000元以下貨品或服務的採購，我們通過嚴格的市場研究及比較流程識別並甄選供應商，以提高成本效益及適用性。

我們還實施了嚴格的供應商遴選機制。在該機制下，所有潛在供應商均須通過全面的資質審查，包括核查營業執照、財務報表及合規文件，並通過公共信用信息平台查詢企業歷史記錄。我們亦對核心或主要供應商進行實地考察及現場視察。在必要時，我們會開展確保船舶製造商持有有效的船舶製造級別專業資質認證等行業專項核查。

我們針對各類採購項目維持嚴格的技术與質量要求。例如，就船上家具而言，我們要求採用無拼接的ingia木材、榫卯結構工藝及天然漆面，以確保家具的耐久性及原真性。

我們致力於通過定期內部審查及參照行業領先實踐，持續完善供應商遴選與質量控制程序。供應商績效評估每年進行一次，評估方式包括定量評分和定性評估。根據績效，供應商分為四類：「A」(優秀)、「B」(良好)、「C」(合格)及「D」(不合格)。下一年度的採購量分配將根據這些類別進行調整，不合格的供應商將被淘汰出局。未達到我們設

業 務

定的必要標準的供應商必須在規定期限內立即採取補救措施，持續不合規的供應商將被取消資格並從我們的供應商名單中移除。通過秉持我們完善供應商遴選與質量控制管理的承諾，我們將不斷促進供應商遴選過程及質量控制管理中的透明度、卓越運營及道德操守。

供應商管理

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別擁有405、437及411家供應商。我們與主要供應商平均有約三年的業務往來關係。

我們尋求與關鍵供應商建立長期戰略關係以增強供應鏈穩定性並優化成本。通過競爭性招投標機制，我們得以維持市場競爭地位，與供應商獲取有利商業條款。我們一般就各類供應品選擇三至五家供應商，以降低任何潛在運營中斷、維持採購來源穩定性、避免過度依賴風險，以及自供應商獲得具競爭力的價格。我們亦在合適及可行的情況下實施集中採購以獲取批量採購折扣。此外，我們採取供應商評估機制，倘供應商未能達到我們規定的標準，則要求其於限定期間內立即採取補救措施。仍未能符合標準的供應商將被認為不合資格，並將從供應商名單中移除。

於往績記錄期間，我們並無經歷任何產品或服務供應中斷、提前終止供應協議或未能取得足夠數量的供應品等對我們的業務或經營業績造成任何重大不利影響的情況。

供應商一般向我們提供最多14日的信貸期。我們通常通過銀行轉賬結算有關供應商的貿易應付款項。

價格管理

我們通過密切監察市場價格波動來管理價格。我們也實施若干措施來控制採購成本，例如(i)在預估採購金額為單位採購人民幣8,000元及以上，或批量採購人民幣40,000元及以上的情況下，則開展市場調研並向至少三家供應商取得報價；(ii)在預估採購金額為人民幣300,000元及以上，則須開展正式招標程序，並明確採購要求及評估標準；及(iii)與若干供應商訂立框架協議，以按協定價格取得足夠供應品。此外，由於我們一般會進行大量的集中採購，我們相信我們能夠向供應商取得優惠價格。按照行業慣例，我們通常不會將供應品的任何短期價格增幅轉嫁予顧客。

反賄賂措施

我們已針對賄賂及可能導致我們與僱員之間出現利益衝突的情況制訂嚴格指引。此外，我們也設有反賄賂內部程序。舉例而言，我們與供應商的所有協議已納入反賄賂條款，倘供應商違反任何相關法律或法規或未能呈報涉及該供應商的賄賂事件，我們可能與其終止合作。我們亦已實施舉報計劃，僱員可據此直接向公司紀檢監察室舉報賄賂或回扣事件。截至2025年12月31日，公司紀檢監察室有兩名僱員。其主要職責為監督及審閱我們的業務及財務事宜，並協助開展內部檢查。公司紀檢監察室實施內部反貪腐政策，調查相關指控並在必要時採取紀律行動。多層採購制度也使我們能夠限制有權挑選供應商的僱員人數，從而增加內部控制措施的有效性。

我們已建立採購中心，由2名僱員組成，專職採購及挑選供應商。採購中心的兩名僱員應與相關業務及財務部門的員工協作開展市場調研、現場參觀(如需)並向董事會提供推薦建議以供決定。董事認為：(i)將供應商挑選職責指派予指定僱員小組，包括採

業 務

購中心的兩名僱員，該兩名僱員須與相關業務及財務部門共同行事且不得作出單方面決定，透過排除單一僱員與供應商勾結的風險，並要求雙方達成共識，此安排大幅降低了賄賂風險；(ii)僅有兩名僱員代表採購中心，並與相關業務及財務部門協作處理供應商挑選事宜，任何異常交易均可快速追蹤，進而便於涉嫌賄賂案件的調查，而此種職責集中的安排亦會增加任何欺詐行為的相關成本及風險，從而發揮遏制作用。因此，董事認為，供應商挑選方面的挑選權與決策權分離，確保該兩名採購人員無法為謀取個人利益而對供應商挑選結果起到支配影響，進而降低供應商行賄的風險；此外，我們亦要求供應商挑選過程中文件記錄清晰、可追溯性嚴格，並具備完善的合規框架以提供額外保障，上述措施連同我們的供應商挑選及質量控制機制，共同建立了遏制及防範採購過程中賄賂行為的有效機制。概無其他僱員有權挑選供應商。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無與任何供應商訂立回扣安排。

採購程序

我們已建立全面的採購程序以確保業務運營所需貨物及服務的品質、數量、定價、交付、檢查及驗收。該採購流程旨在確保透明度、遵守內部控制及根據行業慣例及相關法律法規維護我們的權益。

採購流程的主要步驟載列如下：

- 步驟1： 相關業務或職能部門提交採購貨物或服務申請，列明質量、數量、交付周期及其他相關要求。
- 步驟2： 採購申請由指定的部門分負責人與分管負責人在規定的權限範圍內審核及批准。
- 步驟3： 經部門批准後，採購申請其後須提交至公司主要負責人徐順美女士（執行董事兼董事會主席）及練剛先生（執行董事）進行審議及批准。預算在人民幣40,000元或以上的採購申請，其後須提交至董事會主席審議及批准。
- 步驟4： 收到必要批准後，採購中心根據我們的採購政策啟動並進行採購流程，包括但不限於供應商遴選、合同談判及採購訂單下達。
- 步驟5： 貨物或服務交付後，相關部門須就貨物或服務的質量及數量進行檢查；如有必要，如關鍵項目，可聘請第三方檢測機構或會計師事務所參與驗收流程。

處理與供應商糾紛

與供應商發生糾紛時，我們通常採取結構化的方法，包括及時收集相關證據，如合同、發票及檢查報告，隨後通過正式書面通信以告知供應商發現的問題並通知其於合理時間範圍內提出具體補救措施。倘該等協商未能達成滿意方案，我們可能會通過行業協會或相關行政機構尋求第三方調解。倘爭議仍未解決，我們可能會根據相關採購合同條款通過仲裁或法律程序尋求追索。我們亦對採購流程進行內部審查以找出糾紛的原因，

業 務

並採取適當補救措施減少糾紛的再次發生及任何對業務運營及財務業績的不利影響。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與供應商並無任何對我們的業務運營或財務業績造成不利影響的重大糾紛。

數據隱私及個人信息保護

於我們的日常業務中，我們會收集客戶的特定個人信息。例如，在向客戶提供購票、驗票及售後服務的過程中，我們會收集客戶的姓名、電話號碼及身份證號碼，旨在便利購票與驗票流程、核實客戶身份，並與客戶進行溝通聯繫。當客戶需要我們開立發票時，我們會收集客戶的開票信息，以及電子郵件地址或電話號碼，以便開立並交付發票給客戶。詳情請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—中國關於網絡安全與數據保護的法律法規持續演變。未能遵守所有適用法律法規可能會損害我們的聲譽、業務、財務狀況及經營業績，且我們的[編纂]與[編纂]可能會受阻」。我們根據員工的工作角色及職責為客戶信息存儲系統分配數據訪問權限，實施嚴格的保密措施。此外，我們已制定多項與數據隱私及個人信息保護相關的內部管理政策，包括《網絡安全管理制度》《數據安全管理制度》《個人信息保護管理制度》及《數據安全事件應急預案》。其中，《網絡安全管理制度》適用於我們的網絡安全合規管理活動。該制度明確了公司的網絡安全管理機制，主要涵蓋電腦病毒防範管理、涉密介質管理、機房管理、數據及信息安全管理，以及資產設備管理。《數據安全管理制度》規範我們的數據處理活動，並規定了數據收集、儲存、使用、共享、銷毀及傳輸過程中應遵循的安全要求。《個人信息保護管理制度》適用於我們的個人信息處理活動。該制度主要從個人信息處理活動的合規管理、個人信息主體權益保護、個人信息分類分級，以及與第三方之個人信息交互管理等維度，明確了個人信息處理的安全要求。《數據安全事件應急預案》旨在減輕數據安全事件的影響，適用於我們的數據安全事件應對工作。該預案主要規定了數據安全事件的分類標準，以及公司在發生數據安全事件時應採取的應急處置程序。上述所有制度均已正式發佈並在公司業務運營的各方面全面實施。我們亦要求可訪問客戶個人信息的員工遵守該等政策。從技術角度來看，我們採用安全口令保護、登錄認證、訪問限制及操作日誌留存等技術措施，確保數據隱私及個人信息安全。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司並未發生任何重大數據泄露、數據丟失或違規事件。我們的中國法律顧問認為，截至最後實際可行日期，本公司在所有重大方面均遵守中國有關網絡安全及數據保護的相關法律、規則及法規，理由如下：(i) 我們實施了全面的網絡安全和數據保護政策、程序和措施，以確保數據的安全儲存和使用，防止未經授權的數據存取或使用；(ii) 我們並無因違反網絡安全和數據保護法律、規則及法規而受到任何主管監管機構的重大罰款或行政處罰、強制整改或其他制裁；(iii) 概不存在任何重大網絡和數據保護安全事件或侵犯任何第三方權利的事件，或其他法律訴訟、行政或政府程序，或據我們的董事所知，未決或針對我們或與我們有關的威脅；及(iv) 我們沒有發生任何重大數據泄露、任何機密商業數據泄露或任何重大違反網絡安全和數據保護及隱私的行為。

知識產權

我們依靠商標法和其他知識產權法以及與供應商、客戶和其他人士的保密協議來保護我們的知識產權。截至最後實際可行日期，我們在中國擁有24個註冊商標，這些商標

業 務

對我們的業務至關重要。有關我們的知識產權組合的詳情，請參閱「附錄六一法定及一般資料—B.有關我們業務的進一步資料—2.本集團的知識產權」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的董事及中國法律顧問確認，據其所知，我們或任何第三方所擁有的任何知識產權均未受到任何重大侵犯或侵權行為，且我們未獲悉任何針對我們提起的與知識產權相關的重大訴訟或索賠威脅。據中國法律顧問進一步告知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，並未發生任何與我們或第三方所擁有的知識產權相關的重大違規、侵權行為，亦不存在任何與此相關的重大訴訟或索賠。此外，儘管我們已盡最大努力，但我們仍無法確定第三方不會侵犯或盜用我們的知識產權，或我們不會因侵犯知識產權而被起訴。請參閱「風險因素—與我們業務與行業相關的風險—我們的業務依賴於保護知識產權的能力，且可能面臨第三方提出的知識產權侵權及其他索賠。若該等索賠成立，可能導致我們須支付重大損害賠償並承擔其他成本」。

競爭

中國水上旅遊市場以動態和競爭格局為特徵，由若個關鍵因素驅動。隨著國民可支配收入的增加和消費者偏好的不斷變化，人們越來越傾向於文化和沉浸式的旅行體驗。與我們類似的主要市場參與者能夠利用當地獨特的歷史文化元素，打造多樣化的服務產品，包括豐富的水上觀光遊船選擇，以及多種增值的「遊船+」服務及特色遊船服務，例如船上用餐體驗以及新穎的大運揚州遊船演藝和便捷的觀光車。政府的支持性政策和技術進步進一步推動了增長，提升了遊客的參與程度。然而，我們仍面臨來自類似規模市場參與者的競爭，他們可能會為其核心觀光業務帶來創新性服務，這可能會加劇市場競爭，使中國水上旅遊市場迎來大幅擴張。根據弗若斯特沙利文的資料，預計到2029年，中國的水上遊覽服務市場收入將達到約人民幣188億元，自2024年起的複合年增長率約為13.0%；預計到2029年，江蘇省水上遊覽服務市場收入將達到975.6百萬元人民幣，自2024年起的複合年增長率為8.5%。詳情請參閱本文件「行業概覽—中國及江蘇省水上遊覽服務市場概況—中國及江蘇省水上遊覽服務市場規模」。

儘管如上所述，我們的董事認為，我們的核心水上遊船觀光業務憑藉其良好的業績記錄可使我們脫穎而出，並抓住水上旅遊領域及更廣泛的文化旅遊市場的增長機遇。

環境、社會及管治

ESG治理

我們致力遵守適用國家、省轄市及地方層面有關環境保護、勞動管理、健康與安全、商業道德及其他相關領域的法律法規。與此同時，我們正依據上市規則附錄C2制定ESG政策，該等政策將涵蓋(其中包括)(i)ESG政策及表現、(ii)ESG策略，及(iii)ESG風險管理與監控。

董事會作為本集團ESG管理及相關事項的最高決策機構與權力機構，對本集團的ESG目標、行動計劃及策略承擔最終責任。此外，我們鼓勵董事參與ESG相關培訓，包括舉辦內部培訓課程、提供相關學習資料以促進彼等專業發展，以及安排其他適當學習

業 務

形式，以發展及更新彼等的知識及技能，從而提升董事會成員的ESG意識及應對能力，並使他們了解ESG相關風險及機遇的最新發展。

重要性評估

為明確ESG議題對我們經營及發展的影響範圍與長期意義，並優化ESG管理及披露工作，我們開展了ESG重要性評估。該評估綜合考慮了本集團的業務實際、行業趨勢、國家宏觀經濟形勢及定期持份者參與，識別可能影響本集團業務或持份者的潛在重大議題。我們從環境、社會及管治三個維度對議題進行重要性評估，形成重要性矩陣。根據評估結果，評分排行在前20%的議題被挑選為重大議題。通過這一過程，我們識別出對本集團具有重要性的ESG議題，並在踐行可持續發展理念及實現可持續發展目標時，對該等議題予以優先考量。

ESG目標

我們聚焦商業道德、環境責任、可持續供應鏈、社會責任及社區參與等領域，並擬於以下方向投入資源、實現相關目標：

- (i) 商業道德：我們致力通過完善的商業道德管理框架防範腐敗行為，該框架包括相關政策制定，以及為全體員工開展定期反腐敗培訓。
- (ii) 環境責任：我們將持續努力提升資源利用效率、減少自身碳排放，並提高資源回收利用率。
- (iii) 社會責任：我們視員工為珍貴資產，致力保障員工權益，包括確保工作場所安全與健康、提供具競爭力的薪酬、完善的福利計劃，以及推出提升員工參與度與滿意度的相關舉措。
- (iv) 可持續供應鏈：我們旨在通過優化管理體系、要求供應商在勞動實踐、環境保護、隱私保護、商業道德及職業健康與安全等領域履行ESG義務，構建可持續供應鏈。
- (v) 社區參與：我們致力增加公益項目投入，為社會發展作出積極貢獻。

商業道德

本集團長期高度重視反腐敗管理，將其視為企業健康、穩定及可持續發展的基石。我們已在核心文件中納入反腐敗條款，將反腐敗原則融入企業經營的各個環節及僱員的日常工作當中。

除通過向全體員工播放警示教育影片、組織誠信文化課程等多渠道宣傳教育舉措外，我們還創新推出「運河清風」誠信文化研學路線，此路線以運河為精神紐帶，以水上遊船觀光為獨特載體。這一舉措讓全體僱員深刻理解反腐敗工作對企業發展的重要意義，助力在本集團內部培育濃厚的誠信文化，營造「人人參與、人人守規」的良好氛圍。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們確保遵守所有相關的中國法律法規。

環境責任

作為一家提供旅遊服務的企業，我們的運營活動對環境的影響相對有限。然而，我們充分認識到社會對環境保護日益重視。因此，我們嚴格遵守中華人民共和國環境法律法規，並實施完善的環境保護措施。

應對氣候變化

本集團深刻認識到氣候變化帶來的複雜挑戰，及其可能對社會和日常運營產生的重大影響。環境與氣候相關風險可能導致我們面臨經濟損失和非財務性挫折。因此，識別現有及潛在的經營風險，並積極主動地進行管理與應對，對我們的可持續發展至關重要。此類風險主要包括：

- (i) 實體風險：源於氣候變化的直接影響，包括洪水、颱風、乾旱等極端急性事件，以及長期氣溫上升、海平面升高等慢性變化，這些可能直接影響運河的水文生態及基礎設施。
- (ii) 轉型風險：涉及政策法規變化、市場動態及聲譽影響，或需本集團投入更多資源用於減緩和適應氣候變化。日趨嚴格的監管要求和市場向可持續發展轉型的趨勢，將促使我們提高合規成本、推進綠色消費升級，以保持競爭力和聲譽。

為應對氣候相關風險，本集團已制定《極端天氣應急預案》、《特殊天氣條件下工作安排》等文件，明確極端天氣情況下各部門職責分工，細化預警級別、響應措施、處置流程、保障措施及培訓要求，並建立相應管理措施以保障員工安全。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因違反環境法律法規而產生任何與氣候及環境保護有關的重大資本開支或合規成本。倘現有法律或法規有任何變動，我們日後可能須遵守更嚴格的合規要求並產生額外成本。

業 務

以下概述我們已識別的氣候相關風險、其對業務及財務表現的潛在影響，以及我們已採取或計劃採取的緩解措施：

氣候相關 風險類別	氣候相關 風險描述	影響時間	對業務表現的潛在影響	對財務表現的潛在影響	緩解措施
嚴重實體風險	暴雨洪水導致船隻停運。	短期(1-3年)	因極端天氣而暫時關閉路綫將導致客戶投訴增加。	在停運期間，門票和餐飲收入將減少。	為運河開發數字旅游替代方案；與保險公司簽署保險協議，以確保在停運時獲得賠償。
政策及法律過渡風險	船舶碳排放新規生效	短期(1-3年)	按照新監管規定，高排放船隻必須逐步淘汰，而由電動船取代，否則，我們將面臨政策處罰。	將高排放船隻轉換為電動船將產生成本。	申請「綠色航運補貼」，實施階段性改造。
長期實體風險	運河生態退化，旅游價值下降。	中期(4-9年)	水質惡化將影響旅游體驗，導致游客重游率下降。	游客數量的減少將影響門票收入。	與環保部門合作，種植淨水植被。
市場轉型風險	碳中和證書成為投標門檻。	中期(4-9年)	未能獲得碳中和證書將導致訂單流失。	完成碳中和認證將導致碳核算成本增加。	建立運河旅游碳賬戶，購買當地碳信用額，實現航綫碳中和。

環境管理目標

中國致力於通過實施更嚴格的政策措施，提升國家自主貢獻水平，力爭2030年前實現碳達峰，2060年前實現碳中和。為此，本集團已制定一系列目標，旨在與國家戰略方向保持一致，同時提高市場競爭力，強化品牌形象。

方面	我們的目標
溫室氣體排放	以2024年為基準年，到2028年將溫室氣體排放強度降低5%。
能源管理	以2024年為基準年，到2028年將能耗強度降低5%。
水資源管理	以2024年為基準年，到2028年將用水強度降低5%。
廢棄物管理	以2024年為基準年，到2028年將無害廢棄物密度降低5%。

在制定這些目標時，我們已考慮往績記錄期間各自的歷史水平，並綜合考慮了我們未來的業務拓展，以期在業務增長與環境保護之間取得平衡，實現可持續發展。為實現這些目標，我們已制定一系列具體節能減排措施，並在下文相應章節中詳述。

業 務

溫室氣體排放

本集團非常重視溫室氣體排放，並堅定地致力於探索有效的減排途徑。我們已實施一系列措施，將碳排放量降至最低，例如：規定夏季和冬季空調的標準溫度設定。

通過比較2023財年至2024財年在聯交所[編纂]的可比較旅遊服務公司的平均值，我們發現我們的溫室氣體排放密度低於行業平均值。下表列示於往績記錄期間我們的溫室氣體排放：

溫室氣體排放	單位	截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
範圍1溫室氣體直接排放 (附註1)	噸二氧化碳當量	1,414.88	1,315.41	1525.23
範圍2溫室氣體間接排放 (附註2)	噸二氧化碳當量	249.18	307.93	475.54
範圍3其他溫室氣體間接排放 (附註3)	噸二氧化碳當量	3.47	6.07	10.58
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	1,667.53	1,629.41	2,011.35 (附註4)
溫室氣體排放總量密度	噸二氧化碳當量 ／百萬人民幣 收益	15.28	14.62	14.25

附註：

1. 範圍1直接排放包括我們自用船隻的溫室氣體排放。排放因子參考《聯交所—如何編備環境、社會及管治報告》附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引及《大氣污染物與溫室氣體融合排放清單編製技術指南》。
2. 範圍2間接排放主要包括我們使用外購電力所產生的溫室氣體排放。排放因子參考國際能源署資料庫及中國國家電網平均排放因子。
3. 範圍3其他間接排放包括用於水和廢水處理的電力產生的溫室氣體排放，以及出差航班產生的排放。
4. 截至2024年底，大運揚州項目投入運營，帶動電力及用水消耗量上升，從而導致溫室氣體排放量增加。

空氣污染物管理

由於本集團沒有公司自用汽車，因此我們的空氣污染物排放主要來自水上觀光船的營運，主要污染物為氮氧化物(NO_x)、硫氧化物(SO_x)及懸浮顆粒物(PM)。

通過比較2023財年至2024財年在聯交所[編纂]的可比較旅遊服務公司的平均值，我們發現我們的空氣污染物排放密度低於行業平均值。下表為於往績記錄期間我們所錄得的水上觀光船所產生的空氣污染物排放明細：

空氣污染物排放	單位	截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
氮氧化物(NO _x)	噸	8.65	8.04	9.32
硫氧化物(SO _x)	噸	0.31	0.29	0.33
懸浮顆粒物(PM)	噸	0.69	0.64	0.75

附註：

1. 到2022年底，新開通的水上旅遊路線增加了水上觀光船的出遊次數，令船隻燃料消耗增加，從而增加了2022年後的空氣污染物排放。

廢棄物管理

我們確保所有廢棄物處理活動完全遵守中國法律法規，保障整個過程的安全合規處理。

業 務

由於我們的核心業務為旅遊服務，經營過程中並無產生有害廢棄物。無害廢棄物主要包括一般辦公室廢棄物。

通過比較2023財年至2024財年於聯交所[編纂]的類似旅遊服務公司的平均值，我們發現我們的無害廢棄物密度低於行業平均值。下表載列於往績記錄期間產生的廢棄物數量明細：

廢棄物產生	單位	截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
無害廢棄物	噸	212	255	297
無害廢棄物密度	噸／百萬元人民幣收入	1.94	2.28	2.10

資源使用

作為旅遊服務企業，我們所有的資源均來自標準化的供應渠道。就能源而言，我們業務營運的主要能源消耗來自水上觀光船所使用的汽油及柴油；支持日常業務活動的電力；以及依賴市政供水系統的水資源，用於景區環境維護及滿足員工日常辦公及食堂需求。整體而言，我們的業務活動對該等資源的影響相對有限。

本集團嚴格遵守中華人民共和國有關資源管理的所有相關法律法規。

通過比較2023財年至2024財年於聯交所[編纂]的類似旅遊服務公司的平均值，我們發現我們的能源消耗密度、用電密度及用水密度低於行業平均值。下表載列於往績記錄期間我們的能源及資源消耗明細：

能源及資源消耗	單位	截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
直接能源消耗	兆瓦時	2,189.88	2,035.93	2,360.68
直接能源消耗密度	兆瓦時／百萬元人民幣收入	20.07	18.27	16.72
用電	兆瓦時	447.52	553.03	854.06 ^(附註1)
用電密度	兆瓦時／百萬元人民幣收入	4.10	4.96	6.05
用水	噸	3,237.00	3,555.00	12,872.00 ^(附註1)
用水密度	噸／百萬元人民幣收入	29.67	31.90	91.16

附註：

- 截至2024年底，揚州大運河夜遊演出投入運營，帶動電力及用水消耗量上升。

社會責任

員工是本集團的重要資產，其成長對本集團的發展貢獻卓著。本集團秉持以人為本的理念，致力為員工提供公平公正的機會、健康安全的工作環境以及民主和諧的企業文化。

僱傭

本集團嚴格遵守中國關於薪酬福利、解僱程序、機會平等、多元共融及反歧視的法律法規。我們與所有員工簽訂勞動合同，以保障其合法權益，並確保解僱程序合法合規。我們遵循多元僱傭原則，實施尊重和包容員工各方面差異的人才多元化策略。在招

業 務

聘、薪酬及晉升過程中，本集團確保膚色、國籍、性別、年齡、民族、婚姻狀況、宗教信仰及戶籍等因素均不產生影響，為來自不同文化背景的員工營造相互尊重、理解與融合的工作環境。此外，我們積極支持殘疾人士就業，並根據其能力及需求提供合適崗位。

我們高度重視保障員工權益。我們嚴格依據相關規定，明確禁止使用童工及強迫勞工，要求所有受聘員工必須年滿18歲。

在薪酬福利方面，我們全面考慮市場標準、職位價值、員工業績及技能等因素，致力為員工提供具競爭力的薪酬方案，包括：基本薪金、績效獎金、年終獎金及各項政策補貼。

職業健康與安全

職業健康與安全（「**職業健康安全**」）是本集團營運管理的首要任務。我們嚴格遵守中國所有關於勞動保護、工作安全及職業事故預防的法律法規，致力營造一個關愛員工身心健康的活力工作環境。為保障全體員工健康，我們定期組織全面的健康檢查服務。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在職業健康與安全方面未發生任何重大不合規事項及事故。往績記錄期間的健康安全相關數據如下表所示：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
工傷死亡人數(人)	0	0	0
工傷事故發生次數	0	0	0
因工傷損失工作日(天)	0	0	0

發展與培訓

我們高度重視人才的職業發展與成長，制定了《員工教育培訓管理規定》。

高品質培訓是實現員工發展的關鍵途徑。我們在培訓計劃、培訓類型、培訓實施及效果評估等方面均制定了明確規定。每年都會制定全面的培訓方案，涵蓋集中培訓、自學、外出考察學習及線上課程等多種形式。培訓後通過筆試或口試答辯的方式進行考核，科學衡量員工的學習成效。我們多元化、多層次的培訓體系有效激發了員工潛能，提升了員工的專業能力。

可持續供應鏈

我們針對供應鏈管理制定了完善的內部制度，並建立了覆蓋供應商全生命週期的評估機制。於篩選供應商時，我們根據技術能力、人員資質、質量管理體系、企業綜合能力、售後服務及實物產品檢驗等標準對供應商進行評分。我們要求供應商及外包商提供營業執照、生產經營許可證等相關資質證明文件，並優先選擇ESG管理實踐表現優異的合作夥伴，包括客戶服務能力突出、生產能力穩定的合作方。

業 務

新供應商引進必須經過現場評估與審核，通過試用期評估後方可成為正式合格供應商。在ESG方面，我們持續監察供應商的表現。我們認為，一家負責任的企業必須在整個供應鏈中保持一致的做法，以共同促進社會和諧及環境可持續發展。若出現任何品質問題，將立即取消其合格供應商資格。每年年初，採購部門會制定《供應商定期評估管理規定》，不同部門將從各個方面(包括ESG)對供應商進行評估，評估人員依據該規定認定表現不佳的供應商，並要求其進行整改。

社區參與

我們始終致力於公益事業，積極履行企業社會責任。於往績記錄期間，累計公益投入達人民幣468,000元。該筆資金主要用於向榆林市橫山區榆揚情農產品銷售有限公司提供定向支援，通過向該公司採購農產品的方式助力其發展。此外，本公司的船娘團隊定期走訪並資助兩名貧困兒童。未來，我們將繼續回饋社會，為建設和諧可持續發展的社會貢獻力量。

物業

自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有兩處物業，其詳情載列如下：

編號	地點	業主	用途	概約 建築面積 ^{附註} (平方米)
1.	江蘇省揚州市大虹橋路靜香園部分	本公司	出租給獨立第三方作商業用途	518
2.	江蘇省揚州市大虹橋路靜香園部分	本公司	出租給獨立第三方作商業用途	176

附註：我們的每處自有房產的建築面積均以樓面面積的總面積進行計量。

截至最後實際可行日期，我們未能取得上述物業的土地使用權，且當地法規不允許為瘦西湖景區內的碼頭及配套設施等建築物頒發產權證。請參閱下文「不合規」。

所有權

於2014年，本公司先後取得揚州市蜀岡-瘦西湖風景名勝區管理委員會規劃建設管理局及蜀岡一瘦西湖風景名勝區管理委員會批准，在瘦西湖風景名勝區靜香園碼頭投資及建設相關配套設施。根據於2002年5月15日發佈的《國務院關於加強城鄉規劃監督管理的通知》嚴禁以任何名義和方式出讓或變相出讓風景名勝區資源及其景區土地，故我們不得及無法通過土地轉讓或其它方式獲得瘦西湖風景名勝區的相關土地使用權，因此

業 務

我們不得及無法為上述配套設施申請產權證。根據蜀岡一瘦西湖風景名勝區管理委員會於2026年1月具確認函，同意本公司可將上述配套設施用於租賃於第三方並對上述出租收入獨自享有其收益，並進一步明確確認本公司所造配套設施不存在所有權爭議。

根據上文所述，本公司已將在瘦西湖風景名勝區靜香園碼頭投資及建造的兩處物業列位自有物業。

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有一處租賃物業，其詳情載列如下：

地點	業主	租戶	租期	用途	概約 建築面積 (平方米)
揚州市高橋南路20號便益門廣場的南樓資產(原麥粉廠舊址)	全域旅遊公司	本公司	2022年7月1日至 2026年12月31日	功能空間	1,510

附註：我們的每處自有房產的建築面積均以樓面面積的總面積進行計量。

我們的業主全域旅遊公司為我們的控股股東。因此，全域旅遊公司與我們所訂立的租賃協議於[編纂]後構成持續關連交易。詳情請參閱本文件「關連交易—一次性持續關連交易—1. 物業租賃框架協議」一節。

對於所有該等租賃建築，我們已從相關業主處取得了有效的產權證明或文件，以證明我們的合法權利。

於2025年12月31日，我們並無任何物業權益的賬面價值佔我們合並總資產的15%或以上。因此，根據上市規則第5章及公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告(香港法律第32L章)第6(2)條，本文件獲豁免遵從公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表3第34(2)段的規定，該段規定須就本集團於土地或樓宇的所有權益提供估值報告。

於往績記錄期間，(i)就高橋南路20號便益門廣場的上述租賃物業，我們未能根據中國適用法規及時向相關主管機關辦理租賃協議登記手續，主要由於負責相關事宜的僱員疏忽所致；及(ii)就江蘇省揚州市大虹橋路靜香園部分的上述自有物業，由於缺乏房產證書，我們未就兩份租賃協議辦理登記手續。截至最後實際可行日期，我們已就位於揚州市高橋南路20號便益門廣場的租賃物業完成租賃協議登記。進一步詳情請參閱下文「不合規」。

員工

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們共有227、232及201名員工。我們的所有員工均位於中國，在江蘇省的揚州總部。

業 務

下表載列截至2025年12月31日按職能劃分的員工明細：

職能	員工人數	佔員工總數的百分比
業務運營	188	93.5
安全管理	3	1.5
財務	2	1.0
採購	2	1.0
一般與行政	6	3.0
總計	201	100.0

我們通過多種方式招聘員工，包括校園招聘計劃、在線招聘廣告及內推薦。我們不使用任何勞務中介。

我們的成功在相當程度上取決於我們能否吸引、保留及激勵足夠數量的合資格員工。因此，我們為不同部門和崗位的員工提供各種培訓課程，涵蓋文化旅遊從業人員服務禮儀、航船技能、財稅知識、安全等主題，以持續提升他們的專業技能以及對本公司和文化旅遊產業的了解。此外，為吸引及激勵優秀員工，作為我們人力資源戰略的一部分，我們亦為合資格員工提供職業通道晉升機制等額外福利，並透過市場調查持續檢討及更新薪酬及獎勵政策，以確保具競爭力的僱用制度、公平的薪酬及具吸引力的福利。我們認為，本公司的薪酬待遇及福利計劃具有競爭力，且高於水上文化旅遊產業的平均水平。

為評估職工的績效，我們已制定年度績效評估方案，作為我們決定加薪、花紅及晉升的依據。績效評估方案因不同團隊而異，分別按組合基準（經參考團隊集體經營成果及利潤率）或按個別基準（經參考其各自之績效及產生的收益）。

我們與所有企業性質職工（包括全職職工及臨時工）簽訂勞動合同。我們為職工提供具有競爭力的薪酬待遇。我們的薪酬待遇分為三種模式：(i) 績效掛鉤薪酬，即高級管理層人員薪酬，根據蜀岡一瘦西湖風景名勝區經濟發展局之年度評估結果（經參考本公司有關經濟目標成果、主要工作目標、監管合規目標、社會責任目標、企業黨建目標等）確定；(ii) 固定薪金，就班組長或更高職位僱員而言，包括技能工資、綜合補貼、崗位津貼、生活補貼、管理層津貼及績效獎金；及(iii) 佣金基準薪酬，就導遊及船娘而言，不同團隊間存有差異，一般包括基本薪金及基於其各自銷售額之佣金。我們的員工不會通過任何工會或集體談判協議來協商其僱傭條款。

根據中國有關法律法規的要求，我們參與各類由省及市級政府組織的職工社會保障計劃，包括養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。此外，我們亦提供其他職工福利，如節日禮物、夏日清涼物資、產假、育兒假、獨生子女育兒假。除下文「過往員工派遣安排」各段另有披露者外，我們的中國法律顧問認為，截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守適用的中國勞動法律法規，且我們的僱員並無通過任何工會或集體議價方式協商僱傭條款。

業 務

過往員工派遣安排

於往績記錄期間，我們通過與第三方人力資源服務公司簽訂採購合同（服務）聘用勞務派遣。於往績記錄期間，我們未能完全遵守《中國勞動合同法》及《勞務派遣暫行規定》。儘管如此，我們於2025年9月10日前將部分優秀派遣僱員轉為全職僱員及終止聘用相關勞務派遣僱員以糾正該不合規行為。進一步詳情請參閱下文「一不合規」。

工會

我們於2016年6月依照相關中國法律法規設立了工會。我們的工會在勞動爭議及其他員工事務代表員工理。我們的工會下設立三個委員會，分別為：工委委員會、經濟審查委員會及女職工工作委員會。我們還定期組織職工代表大會，以審議和討論本公司的重大事項。在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的勞動爭議或罷工事件。

保險

我們(i)為乾隆水上遊覽線、古運河水上游覽線、北護城河水上游覽線的指定水域以及宋夾城景區自駕船的指定水域的業務運營投保公共責任保險，用於涵蓋因業務運營產生的損害賠償責任，包括但不限於因員工或客戶遭受的財產損失和人身傷害；及(ii)為第三方服務用工和我們自主用工人員投保水上遊責任險的團體意外險，涵蓋意外住院津貼、意外傷害身故和殘疾及意外傷害醫療費用的責任。我們的董事認為，我們目前的保險覆蓋範圍符合我們的業務規模和類型，並符合中國內地的標準商業慣例。然而，我們的保險覆蓋範圍可能不足以涵蓋所有可能發生的損失。詳見「風險因素—與我們業務及行業相關的風險—我們的保險覆蓋可能無法充分涵蓋業務與營運中的相關風險」。

法律程序

我們可能不時牽涉日常業務過程中產生的各種法律、仲裁或行政程序。在往績記錄期間直至截至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何尚未了結的，或據我們所知針對我們或我們的任何董事的法律、仲裁或行政程序，從而對我們的業務、聲譽、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

許可與批准

我們的經營需取得多項許可證、批文及認證。根據我們的中國法律顧問的意見，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，除下文「水上遊船觀光業務—大運揚州—許可規定」及「不合規」所披露者外，我們已根據適用於主營業務的中國法律法規，依法取得所有重大許可證、批文及認證，並且上述許可證、批文及認證均持續有效。我們會不時對上述批准和許可進行續期，以符合相關法律法規的要求。截至最後實際可行日期，中國法律顧問已告知我們，我們在續期運營所需的許可證、批文及認證方面不存在可預見的重大法律障礙。

業 務

下表載列截至最後實際可行日期本集團取得的重大許可證、批文及批准之詳情：

許可證／批文／批准	頒發機構	持有人	授予日	到期日
食品經營許可證	揚州市蜀岡一瘦西湖風景名勝區市場監督管理局	本公司	2021年11月26日	2026年11月25日
准予「大運揚州遊船演藝」演出活動	揚州市文化廣電和旅遊局	揚州運通	2025年8月22日	2026年8月16日
營業性演出許可證（演出經紀機構）	（揚州市數據局）	揚州運通	2025年10月23日	2027年10月22日
非通航水域內從事旅遊觀光接待業務許可	揚州市旅遊局	本公司	2006年8月29日	不適用
延伸揚州古運河旅遊船舶航線	江蘇省交通運輸廳	本公司	2022年5月10日	不適用
非通航水域遊覽經營活動備案	揚州市交通運輸綜合行政執法支隊	本公司	—	不適用
蜀岡一瘦西湖風景名勝區內部水上遊船經營服務許可	蜀岡一瘦西湖風景名勝區管理委員會經濟發展局	本公司	2015年9月10日	2035年9月9日
蜀岡一瘦西湖風景名勝區瘦西湖景區內北線及運河三灣景區內觀光車經營服務許可	蜀岡一瘦西湖風景名勝區管理委員會	本公司	2022年8月1日	2042年7月31日

業 務

不合規

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在相關中國法律法規下的不合規事件以及我們就該等事件已採取的糾正措施：

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
就2024年10月至2025年9月營運的大運揚州夜間演出而言，我們(i)未持有演出經紀機構許可證，而是以不適當的國內文藝表演團體類別經營該演出；及(ii)在未事先取得演出舉辦許可的情況下即開始演出活動。	上述不合規情況主要由於：(i)我們未能及時向相關政府主管部門諮詢，取得有關辦理必要許可及審批程序的指導，及(ii)對相關法律與政策的誤解。	根據我們的中國法律顧問的意見，未能及時取得演出經紀機構許可證或未事先取得演出舉辦許可即開始演出活動，導致我們經營大運揚州夜間演出的行為屬於未經授權從事營業性演出業務，可被責令停止經營，沒收演出設備及違法所得，並處以違法所得八至十倍的罰款。	本公司的子公司大運揚州遊船演藝的經營實體揚州運通(i)於2025年8月自揚州市文化廣電及旅遊局取得演出舉辦許可及(ii)於2025年10月自揚州市數據局取得演出經紀機構許可證。 本公司收到揚州市文化廣電及旅遊局認證，確認(i)未能及時獲取演出經紀機構許可證及未事先取得演出舉辦許可即開始演出活動乃由於本公司及揚州運通對相關法律及政策理解不足所致，並不構成重大違規；(ii)經營大運揚州夜間演出所產生的收入不構成違法所得，且本公司與揚州運通不會因該等不合規事件而受到任何行政處罰(包括但不限於罰款、沒收違法所得等)；(iii)自各公司成立之日起至本確認出具之日止，並無收到及針對有關本公司及揚州運通營業性演出相關業務活動的投訴或舉報，本公司及揚州運通亦未有任何重大違法或違規行為，本公司或揚州運通亦未遭受任何處罰。

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
			<p>此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遭受任何重大行政罰款或處罰(i)我們未曾接獲任何有關中國主管部門的通知，指稱我們未獲得，或要求我們在演出開始前變更或取得其他類型的營業性演出許可或必要批文；(ii)我們並未就被責令停止該演出的運營，亦不知悉有任何有關部門計劃責令我們停止運營；及(iii)我們未曾被處以任何罰款或處罰，亦不知悉有任何有關部門計劃對我們採取此類措施。</p> <p>我們的中國法律顧問認為：(i)揚州市文化廣播電及旅遊局為揚州市指定主管部門，負責監管揚州市內文化事務，並執行揚州市文化市場相關法律法規，因此其為授予演出舉辦許可的主管部門，且是作出上述確認的主管部門；(ii)揚州市數據局為頒發演出經紀機構許可證的主管部門；及(iii)基於揚州市文化廣播及旅遊局確認，以及本公司及揚州運通並未受到重大行政罰款或處罰的事實，我們不會被相關部門要求停止運營大運揚州夜遊演藝，亦不會因未能取得合適演出經紀機構許可證及演出舉辦許可而遭受任何重大行政罰款或處罰的可能性較低。</p> <p>經考慮上述因素(包括中國法律顧問的意見)後，我們的董事認為，相關部門不會沒收本公司在該不合規期間來自大運河揚州演藝項目的收入，且該不合規事件不會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。</p>

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
			<p>我們已於2025年9月檢討並實施與業務運營所涉許可事宜相關的強化內部控制措施，包括(i)我們已根據中國法律法規強化關於業務運營許可要求的內部合規政策，包括新演出項目(如有)必須在開始運營前向指定部門報備並獲其批准；及(ii)我們亦聘請外部法律顧問就監管事宜(包括許可相關事宜)向我們提供意見。</p> <p>本公司的內部控制顧問經審閱本公司採納的上述強化內部控制措施後認為：(i)相關措施具備完備的風險管理流程，涵蓋風險識別、措施執行、監控及反饋，並納入跨部門協作機制，明確界定不同業務部門及單位的許可權與職責；(ii)上述措施所內嵌的「職責分離及相互制衡」原則，有效降低了許可及審批管理中的人為風險，及(iii)基於上述情況，本公司就文旅業務運營相關許可及審批要求所制定的內部控制措施具備有效性，且從長期來看，該等措施將能有效應對監管變動及業務擴張需求，確保本公司及時識別並遵守相關許可及審批要求。</p> <p>我們董事認為，強化內部控制措施對我們目前的業務運營而言屬充足且有效。</p>

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
於往績記錄期間，我們未根據法定繳存基數，為部分員工足額繳納社會保險費及住房公積金。截至2023年、2024年及2025年12月31日，社會保險費及住房公積金的繳存缺口分別約為人民幣0.9百萬元、人民幣2.9百萬元及人民幣0.4百萬元。	該不合規事項主要原原因如下：(i)部分員工不願繳納社會保險費及住房公積金成本；及(ii)相較於揚州當地其他企業，我們現行的社會保險費及住房公積金繳存標準已處於相對較高水準，員工調整繳存基數的意願較低。	誠如中國法律顧問告知：(i)就未足額繳納之社會保險費而言，中國相關主管機關可能要求我們於指定期限內補繳該等未繳款項，並按未繳金額每日計付0.05%之滯納金；若我們未於規定期限內完成補繳，可能面臨未繳款項一至三倍之罰款；及(ii)就住房公積金供款而言，我們可能被責令於指定期限內補繳未足額部分；若逾期未繳，相關單位可向中國法院申請強制執行。	我們已補足自2025年1月至8月期間應繳的員工社會保險所有不足額，並已補足2025年7月及8月應繳的住房公積金不足額。自2025年9月起，我們已就社會保險及住房公積金作出悉數供款。 截至最後實際可行日期，(i)我們尚未收到中國相關主管機關發出之任何通知，指稱我們未足額繳納社會保險費及住房公積金並要求於指定期限內補繳；(ii)我們並不知悉相關主管機關有任何向我們追繳該等未足額款項之計畫；及(iii)截至最後實際可行日期，我們亦未收到相關主管機關要求我們修改員工社會保險費及住房公積金繳存政策或實務操作之任何通知。
			此外，本公司及附屬公司所在地社會保險主管機關已出具書面確認：(i)目前不存在任何已發生或潛在之情形，可能導致我們被要求補繳社會保險費之繳存缺口；及(ii)並未對且不會對我們或附屬公司施加任何行政處罰。
			我們亦已收到監管本公司及附屬公司之住房公積金管理部門的書面確認，表明本公司及附屬公司從未因違反國家或地方住房公積金相關法律法規而受到處罰。
			董事認為，該不合規事項不會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響，考量如下：(i)根據我們中國法律顧問之意見，基於社會保險及住房公積金事宜的相關監管規定及前述事實，我們或其附屬公司因未能為僱員提供全額社會保險及公積金供款，而須按相關主管機關要求補繳任何未繳社會保險費及公積金供款，或遭受相關當局施加行政處罰之風險，實屬甚微。且該不合規事項導致我們發生實際重大損失之風險亦屬輕微；(ii)截

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
			<p>至最後實際可行日期，我們尚未收到中國相關主管機關要求補繳社會保險費及住房公積金任何缺口款項或罰款之通知；(iii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未遭受任何行政處罰；及(iv)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未接獲任何員工就社會保險費及住房公積金相關事宜之投訴，亦未涉及任何相關勞資爭議。</p> <p>此外，關於於2025年9月1日生效的《中國最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》(「解釋」)，董事認為，解釋將不會對我們業務、財務業績或相關法律法規的合規性產生重大不利影響，原因如下：(i)經中國法律顧問進一步告知，解釋不會擴大本公司因歷史性社會保險費及住房公積金繳納不足可能面臨的處罰風險，亦未廢除現行有效的社會保險費及住房公積金有關中國法律法規；及(ii)概無僱員就我們的社會保險費及住房公積金繳納提起訴訟或仲裁，亦無涉及本公司的待決訴訟或仲裁受解釋規限。</p>

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
			<p>我們已檢討並實施下列強化之內部控制及補救措施，以防止日後發生類似不合規事項：</p> <ul style="list-style-type: none">• 我們已根據中國法律法規，強化我們有關社會保險費及住房公積金繳存之內部合規政策；• 我們已指派專人定期監控社會保險費及住房公積金之繳納狀況，確保根據適用法律法規或相關主管機關要求，按時為員工完成繳存。指定團隊包含人力資源部門人員，其應按月製作相關繳納書面記錄，並提交人力資源部門及財務部門負責人審閱；及• 我們亦聘請外部法律顧問，定期向負責人員提供合規培訓，並持續更新相關法律法規資訊。我們董事認為，所強化之內部控制措施對於我們現行營運而言屬充分且有效。 <p>我們董事認為，強化內部控制措施對我們目前的業務運營而言屬充足且有效。</p>

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
<p>於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未獲准且無法取得我們在瘦西湖風景區靜香園碼頭建造的配套設施（面積分別為約518平方米及176平方米）的土地使用權，因當地法規禁止為瘦西湖風景區內的碼頭及配套設施等建築物業發產權證書。因此，我們未能為該等物業取得產權證書。</p> <p>該等物業於2014年12月建成，最初擬作為票務處或倉庫用於本公司業務經營；其後該等物業出租予獨立第三方作商業用途。2024年，我們從出租上述物業所獲得的租金收入約為人民幣888,000元。</p>	<p>根據相關法律法規，我們未獲准且無法在瘦西湖風景區內取得土地使用權。此外，經此事宜主管機關——瘦西湖風景區管理委員會確認，由於相關設施位於瘦西湖風景區內，房地產登記部門無法為其單獨簽發產權證書。</p>	<p>據我們的中國法律顧問告知，由於我們建造的配套設施缺乏土地使用權和產權證書，我們可能會被勒令拆除相關設施，從而可能導致我們與獨立第三方簽訂的租賃協議無法執行。</p> <p>我們的中國法律顧問告知，(i)根據《最高人民法院關於審理城鎮房屋租賃合同糾紛案件具體應用法律若干問題的解釋（2020年修訂）》，出租人就未取得建設工程規劃許可證或者未按照建設工程規劃許可證的規定建設的房屋，與承租人訂立的租賃合同無效。但在一审法庭辯論終結前取得建設工程規劃許可證或者經主管部門批准建設的，人民法庭應認定有效。鑒於本公司在投資建設相關配套設施時已獲得瘦西湖風景區管理委員會相關建設管理局的批准，本公司與相關承租人就相關配套設施訂立的租賃合同有效；(ii)根據《國務院關於加強城鄉規劃監督管理的通知》，本公司無法取得瘦西湖風景區內相關土地的使用權，相關配套設施無法辦理產權證書，存在被政府部門責令拆除的風險。倘相關配套設施由於上述原因被拆除，儘管相關租賃合同並未明確規定本公司於該情況下下的違約責任，根據《中華人民共和國民法</p>	<p>我們已向蜀岡—瘦西湖管理委員會申請且該委員會於2026年1月19日確認(i)本公司獲准在靜香園碼頭建造配套設施；(ii)其同意本公司可出租配套設施並獨立佔由此產生的收入；(iii)因瘦西湖風景區內碼頭及附屬建築不頒發產權證書，故無法為該等配套設施取得產權證書；(iv)配套設施建造不存在產權糾紛；及(v)其不會對本公司施加任何處罰或強制要求我們拆除有關配套設施。</p> <p>據中國法律顧問確認，根據《風景名勝區條例》以及蜀岡—瘦西湖管理委員會官方網站上公佈的機構設置及職能，蜀岡—瘦西湖管委會是揚州市政府的派出機構及蜀岡—瘦西湖風景區的管理機構，負責風景區的保護、使用及統一管理，下放住房房和城鄉建設局等職能部門。鑒於本公司兩處自有物業均位於蜀岡—瘦西湖風景名勝區內，蜀岡—瘦西湖管委會為頒發相關確認函的主管部門，其確認相鄰蜀岡—瘦西湖管委會住房和城鄉建設局等主管部門具有優先效力。</p>

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
		<p>典》第577及583條，存在本公司可能需要向承租人承擔相關違約責任的風險（例如退還已收取但尚未產生的租金、補償承租人部分業務營運虧損、搬遷費用等）。然而，鑒於本公司在投資建設相關配套設施時已獲得規劃建設管理局及蜀阿一瘦西湖管委會的批准，且蜀阿一瘦西湖管委會已明確確認其不會要求本公司拆除上述配套設施，本公司對相關承租人承擔違約責任的風險較低。</p>	<p>我們的中國法律顧問認為，本公司因拆除相關配套設施（如有）而被要求拆除該等配套設施或被視為違反相關租賃協議之風險發生可能性甚低，其依據為：(i)本公司就投資建設該等配套設施已取得蜀阿一瘦西湖風景名勝區管委會及蜀阿一瘦西湖風景名勝區管委會規劃建設局之事先同意；(ii)蜀阿一瘦西湖風景名勝區管委會已出具書面意見，說明該等配套設施無需拆除；(iii)於往續記錄期間及直至最後實際可行日期，本公司並未收到任何拆除相關配套設施之命令，亦未遭受任何行政罰款或處罰；及(iv)該等配套設施未取得產權證明文件之事宜，不構成違反租賃協議。</p> <p>我們的董事認為，鑒於以下情況，該不合規事件不會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響：(i)我們於建設設施前已取得蜀阿一瘦西湖管委會的同意；(ii)上文載列有關我們的中國法律顧問的建議；(iii)截至最後實際可行日期，我們並無接獲任何中國相關主管部門指稱我們未取得必要產權證書的通知；且我們亦不知悉任何有關部門計劃命令我們拆除上述設施或使租賃協議失效或對我們施加任何罰款或處罰；(iv)我們已接獲有關部門的證明，表明其不會對我們施加任何行政處罰，亦不會要求我們拆除上述設施；(v)截至最後實際可行日期，我們並無接獲有關部門發出任何通知，要求我們終止租賃協議，理由是該等協議無效；及(vi)於往續記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無被處以任何行政罰款或處</p>

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
於往續記錄期間，我們並未按照適用的中國法規向相關主管部門登記下列三份租賃協議：(i)我們向獨立第三方面積約518平方米物業的租賃協議；(ii)我們向獨立第三方面積約176平方米物業的租賃協議；及(iii)我們於高橋南路20號便益門廣場租賃我們的控股股東全域旅游公司約1,510平方米物業的租賃協議。	就第(i)及(ii)項租賃協議而言 我們未就位於揚州市大虹橋路靜香園的自有物業登記兩份租賃協議，原因為缺乏房產證明。 就第(iii)項租賃協議而言 我們未就位於高橋南路20號便益門廣場的租賃物業登記租賃協議，主要原因為負責相關事項的員工疏忽所致。	根據我們中國法律顧問的意見，未登記該等租賃協議並不影響其有效性及可執行性。然而，若我們與業主未按照相關主管部門的要求登記該等租賃協議，我們可能會就每份未登記的租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。	罰。此外，相關配套設施主要用於租賃給第三方面，並不構成主要營業場所，由此產生的費用在我們的其他收入中佔比較小。 我們一直在積極檢討及改進相關做法。具體而言，我們已建立以下強化內部控制措施： <ul style="list-style-type: none">• 我們已指定人員及部門負責物業、設施和建造相關事宜；及• 我們亦已委聘外部法律顧問，並定期就相關法律法規進行諮詢。 我們董事認為，強化內部控制措施對我們目前的業務運營而言屬充足且有效。

業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果	補救措施、潛在影響及內部控制措施
<p>於往績記錄期間，我們透過與第三方人力資源服務公司訂立《採購合同（服務）》聘用派遣員工，而我們2023年、2024年及2025年聘用的派遣員工最高數量分別為69名、85名及68名，而其中超過10%監管限額的最高人數分別為50名、63名及47名（詳情如下所述）。該等派遣員工與該服務公司簽訂勞動合同，而非與我們簽訂。於往績記錄期間，我們未完全遵守《中國勞動合同法》及《勞務派遣暫行規定》，我們聘用的派遣員工人數超過本公司員工總數的10%，且部分派遣員工不僅用於臨時性、輔助性或替代性崗位。</p>	<p>該不合規事件主要是由於於法律知識不足及對相關法律要求的疏忽所致。</p>	<p>根據中國《勞動合同法》及人力資源和社會保障部於2014年1月24日頒佈的《勞務派遣暫行規定》，任何公司聘用的派遣員工數量不得超過其員工總數（包括直接聘用員工及派遣員工）的10%，且派遣員工僅能用於臨時性、輔助性或替代性崗位。</p> <p>根據我們中國法律顧問的意見，若我們被要求進行整改但未能在此期限內完成，僱主將被處以每名派遣員工不少於人民幣5,000元但不超過人民幣10,000元的罰款；最高罰款金額將根據超出10%規定比例的派遣員工數量，由主管部門酌情決定。</p> <p>根據超出10%規定比例的比例的派遣員工的最大數目，對本集團可能施加的最高罰款金額為人民幣630千元。</p>	<p>截至最後實際可行日期，我們已透過將部分表現良好的派遣員工轉為我們全職員工及終止與相關派遣員工的聘用關係，從而糾正上述不合規情況。</p> <p>我們中國法律顧問認為，我們因勞務派遣可能受到處罰的風險極低，原因為(i)我們已於2025年9月10日之前糾正該等不合規情況；(ii)截至最後實際可行日期，我們尚未收到相關勞動行政部門就勞務派遣發出的任何整改通知或行政處罰；(iii)我們已取得主管勞務事務的相關部門出具的證明，確認針對上述歷史性超過法定10%上限聘用派遣員工的不合規行為，我們不會被處以任何形式的處罰；及(iv)主管勞務事務的相關部門及相關勞動行政部門為作出該等確認的主管機關。</p> <p>我們已制定以下加強內部控制措施，以防止日後再發生類似不合規情況：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 我們已指定專責人員及部門，每月核實派遣員工的比例；若在任何時間點派遣員工比例接近總員工人數的10%，我們將立即暫停所有新派遣員工的招聘，以確保符合監管要求；及 • 我們亦已聘請外部法律顧問，並定期就相關法律法規進行諮詢，以確保我們持續符合監管規定。 <p>請參閱見「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們面臨與員工派遣安排相關的風險」。</p>

業 務

風險管理及內部控制

我們已指定專職人員負責監控風險管理及內部控制的執行情況。我們已制定一套完整的內部規定、政策及流程，以確保風險管理和內部控制的有效性。我們致力於持續完善這些內部規定、政策及流程。有關內部規定、政策及流程涵蓋人力資源、信息技術及財務報告等業務運營的各個關鍵環節。

人力資源風險管理

我們根據人力資源管理政策及各部門員工需求，提供定製化培訓。我們定期組織涵蓋業務運營及合規事項(包括反賄賂、反貪污等)的專題培訓。我們通過這些培訓確保員工及時掌握最新內部政策要求，提升其在業務拓展過程中遵守適用法律法規的能力。我們已制定覆蓋全體員工的員工手冊及行為準則，內容涉及職業道德、舞弊防範、失職預防及反貪污政策等方面。我們通過各種培訓機制強調商業行為廉潔的重要性，並要求全體員工在業務開展過程中嚴格遵守反貪污及反賄賂政策。

信息技術風險管理

我們高度重視信息技術基礎設施的維護與保護，以及對業務過程中收集的個人數據和其他信息的安全管理。我們已在全系統範圍內實施多項信息技術風險管理措施，包括數據備份、恢復及應急響應機制。我們已建立一系列備份管理流程，定期進行數據恢復測試並保留相關記錄。同時，我們制定應急響應機制，用於評估關鍵風險、制定災難應對預案並定期開展應急演練。對於收集的個人數據，我們在使用、存儲和保護方面採取額外的預防措施。參見「數據隱私及個人信息保護」一節。此外，我們已與主要信息技術和互聯網企業建立合作夥伴關係，共同提升工作場所協作和網絡安全方面的業務表現。

財務報告風險管理

我們已制定多項相關會計政策，並安裝財務報告管理系統以監控財務報告和記錄流程，確保會計政策的有效執行。我們還定期為財務部門員工提供培訓，以確保其充分理解並在我們的營運中嚴格執行我們的財務管理和會計政策。

內部控制

我們已制定並實施嚴格的內部控制程序，以確保業務運營符合相關法律法規要求。我們的內控團隊與法律、合規及財務部門緊密合作，開展風險評估、提升運營效率、監督內控有效性，並在全公司範圍內提升內控及風險管理意識。我們已設立不當行為舉報渠道，並對違規員工採取紀律處分。

我們亦已聘請獨立內部控制顧問對內部控制措施進行審閱，並評估內部控制制度的有效性。該審閱範圍涵蓋以下業務環節：銷售、應收款項及收款、採購、應付款項及付款、存貨管理、生產成本管理、人力資源及薪酬管理、資產及在建工程管理、現金及現

業 務

金等價物管理、財務報告及披露控制、稅務管理、投資及融資管理、保險管理以及信息技術一般控制管理。基於上述內控審閱，內部控制顧問認為，在上述內部控制評估範圍內，未發現我們的內部控制制度及措施存在重大缺陷。

獎項及榮譽

於往績記錄期間，我們憑藉優質服務及社會貢獻等獲得多項榮譽，包括：

獎項／榮譽	日期	頒發機構／部門
2025年江蘇省智慧旅遊沉浸式體驗新空間優秀案例 . . .	2025年	江蘇省文化和旅遊廳
2025年全省文化和旅遊裝備技術提升優秀案例	2025年	江蘇省文化和旅遊廳
揚州船閘—瓜洲古渡古運河遊覽航線獲選為國內 水路旅遊客運精品航線典型案例	2024年	中華人民共和國交通運輸部
江蘇省交通運輸與旅遊融合發展典型案例	2023年	江蘇省文化和旅遊廳