

春节游高峰将至 旅游业强劲复苏

龙年春节即将来临，各地不断加强旅游产品供给，同时上市公司积极备战。业内人士表示，超长的春节假期及各地推出的优惠活动，将有力提升人们的出游意愿。各地要抓住机遇，以高质量旅游产品和服务迎接游客，保持旅游业强劲复苏势头。

●本报记者 宋维东



视觉中国图片

瞄准“春节档”

今年以来，文旅市场持续火爆，频登“热搜榜”。各地文旅部门花式揽客，相关上市公司更是提早布局，快速行动，紧紧抓住春节假期宝贵时机，加大旅游产品供给，提升服务水平。

首旅酒店在回复投资者提问时表示，为迎接龙年春节，三亚南山文化旅游区准备了丰富多彩的游客体验民俗活动。春节期间全部开园营业，素斋、私房菜等特色餐

各地积极筹备

为充分发挥文化和旅游在营造喜庆氛围、拉动经济消费等方面的独特优势，文旅部于1月18日（农历腊月初八）至3月11日（农历二月初二）组织开展“欢欢喜喜过大年”2024年春节主题文化和旅游活动，包含7大板块25项主题活动，涵盖惠民文艺演出、公共服务活动、非遗体验展示、旅游休闲消费、冰雪研学旅游、文博展览展示、国际国内互动等领域，用优质文化和旅

冰雪游火爆

以冰雪游为主打特色，东北地区乘势而上，在做强传统、提升供给、打造特色上持续发力。今年元旦假期，哈尔滨冰雪游火爆。这将吸引更多游客利用春节假期深入体验冰雪游。

哈尔滨提出，重构顶层设计，聚焦世界级冰雪旅游度假胜地、冰雪经济高地和国际冰雪合作示范区核心定位，对市区县（市）旅游资源一体化规划、市场化整合、系统性重构，完善旅游基础设施功能，力争用3年时间，特色文旅规划体系和治理能力更加成熟定型，冰雪经济全产业链发展迈出重要步伐，让哈尔滨冰雪走向世界，让世界走进哈尔滨，将冰雪旅游度假胜地打造成冰雪旅游度假“圣”地。

哈尔滨发展冰雪经济有了更高目标，这也是当下东北地区做强“冰雪文章”的缩影。在此前闭幕的东北三省及相关地市两会上，冰雪经济、冰雪产业成为“高频词”。

黑龙江三省地缘相近、人缘相亲，在发展冰雪经济方面具有较强的协同性。共建冰雪经济“朋友圈”，“抱团”发展，将进一步提升东北地区冰雪经济整体实力，实现资源与市场最大化利用与发展。

艾文智略首席投资官曹轍在接受中国证券报记者采访时表示，东北地区各省

饮将满足游客需求。南山休闲会馆海景酒店已经推送春节、元宵节特惠促销信息。相关酒店会打造“房+餐、房+游览车、房+旅拍、景+酒”等组合产品，回馈广大游客。

丽江股份称，结合丽江民族大融合的文化和民俗元素，以及玉龙雪山景区的旅游资源，公司设计挖掘了一批具有丽江特色“年味”的旅游产品。后续，公司将继续深挖景区文化和旅游资源，打造兼具创新

性、多元化、互动性的热门旅游产品。

中青旅介绍，公司旗下乌镇、古北水镇景区充分挖掘特色资源，推出了长城冰雪嘉年华、冰屋火锅、冬日泡汤、跨年派对、篝火狂欢等主题活动及针对春节假期的各类特色产品。旅行社板块细化产品分类，精心设计多层次产品类型，推出了“欧洲极光系列”等多个春节寒假产品系列，满足消费者不同旅游需求。

值得一提的是，随着旅游业全面复苏，相关旅游类上市公司经营业绩大幅回暖。日前披露的业绩预告显示，长白山等多家旅游类上市公司2023年归母净利润同比扭亏为盈，经营形势持续向好。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

城年味（哈尔滨——横道河子——牡丹江——镜泊湖——绥芬河）等“欢欢喜喜过大年”十条春节旅游精品线路。除夕当天，“龙年游龙江”点亮仪式将在哈尔滨龙塔举行，通过无人机进行巨龙绕塔等表演，与国内外游客共贺新春佳节。

沈阳市开展2024年迎新春节文体系列活动，结合“冬日雪暖阳”主题，进一步丰富文旅供给，创新文旅场景，给游客更好的

体验。在“欢乐冰雪”方面，联动东北亚等四大滑雪场和沈阳市内众多冰雪场景，举办全国青少年滑雪公开赛等赛事，并推出奥体中心冰雪嘉年华等冰雪娱乐活动。

海南省精心策划了200余项春节主题文化和旅游活动。全省各地文旅部门、重点企业、A级景区和星级酒店，将结合冬季时令和春节假期特点，推出乡村旅游、研学旅游等产品。

“东北冰雪经济要强化协同发展，通过区域内的资源整合、优势互补，实现共同发展。”中国城市发展研究院·文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示，可共同打造冰雪旅游线路，共同推广冰雪文化，共同建设冰雪产业园区等，协同发展提高整个区域竞争力。同时，加强区域内合作机制建设，协调各方利益关系。

龙年春节，冰雪游热度不减。携程《2024春节旅游市场预测报告》显示，冰雪游热门目的地包括哈尔滨、牡丹江、长春、白山、北京、乌鲁木齐、大兴安岭、吉林市、延边等地。

业内人士表示，随着光模块的集成度越来越高、封测难度加大，组装厂已经成手工组装向机器辅助的过渡，目前正在从机器辅助向全自动设备或全自动流水线改进。

“以CPO为例，其对耦合封装的精度要求小于0.1微米，目前仅少数厂商能够做到。”

需求旺盛 光模块产业景气度高

●本报记者 孟培嘉

中际旭创预计2023年净利润超20亿元、天孚通信盈利预增六至八成……光模块产业链龙头相继交出亮眼“成绩单”，行业景气度高企。相关上市公司在接受调研时普遍看好行业发展。

业内人士表示，AI技术推动算力中心扩展业务，带动光模块需求激增。企业大通量产品出货量节节攀升，同时竞相布局硅光电子、CPO、LPO等先进技术路线。不过，当前硅光路线发展进度仍较慢，需在设计、封测等薄弱环节加速突破。

客户增加订单

“从2023年3月开始，800G光模块需求开始起量，海外大客户不断增加订单，行业趋势发生根本性转变。”中际旭创近日在接受投资者调研时表示。

光模块是实现光电转换及电光转换功能的光电子器件，主要应用于数通、电信等领域。随着与AI算力相配套的交换机网络需求激增，数通市场需求增长较快，并超越电信应用成为光模块第一大市场。

在市场需求大增的背景下，中际旭创等光模块厂商交出亮眼成绩单。中际旭创预计2023年实现归母净利润20亿元至23亿元，

同比增长63.4%至87.91%。业绩增长主要受益于800G等高端产品出货占比显著提升，同时产品不断优化。

天孚通信预计归母净利润为6.77亿元至7.58亿元，同比增长68%至88%。公司表示，在全球数据中心建设带动下，高速光器件产品、尤其是高速率产品需求增长较快。公司部分产品线持续扩产提量，产能利用率大幅提升。

展望未来，不少公司持乐观态度。新易盛预计，2024年800G光模块需求量将继续增长。

“部分客户已给出2025年趋势性指引，比如全面部署800G光模块。至少两家大客户2025年将开始批量部署1.6T产品。”中际旭创相关人士在接受调研时表示，预计2024年一季度订单及出货量会保持较快增长。

布局新技术路线

400G、800G、1.6T，光模块在通量不断扩大的同时，对其在能耗、延迟性能等方面的要求进一步提高，并推动新技术发展。其中，硅光路线最受关注。

中际旭创表示，2024年公司400G和800G硅光模块有机会进一步放量；1.6T硅光是技术发展趋势，在成本、性能和功耗等方面具备优势。Light

Couting预计，基于硅光的光模块市场份额将从2022年的24%增加到2027年的44%。

“硅光路线本质上是硅基光电子技术，光电器件在硅片上进行大规模异质集成，制成硅基光电集成芯片，以提升光模块的传输、转化效率，并缩小体积。”北京大学教授、上海光机所特聘首席研究员周治平告诉记者，硅基光电子路线理想状态下的“单片集成”目前尚未实现，但在向这一目标发展过程中的过渡态产品逐步成熟，采用LPO、CPO封装技术进行混合集成的光模块逐步出现。

据国泰君安研报，LPO光模块最大特点是低成本、低功耗、低时延，可以满足AI集群在进行训练、推理等任务时的需求。CPO则是光电共封装，将不同组件封装在一个芯片包中，以实现器件间物理路径缩短，提升效率和性能。

产业进展方面，剑桥科技此前在接受调研时称，公司800G LPO硅光产品已在测试中，并与多家硅光公司进行深度合作。“LPO的标准还在制定，预计2024年下半年LPO光模块大规模上量的可能性较大。”

新易盛表示，公司硅光模块、相干光模块、LPO光模块等相关项目已取得突破性进展，涵盖基于硅光解决方案的800G、400G光模块产品组合，以及基于LPO方案的800G光模块。

值得一提的是，随着旅游业全面复苏，相关旅游类上市公司经营业绩大幅回暖。日前披露的业绩预告显示，长白山等多家旅游类上市公司2023年归母净利润同比扭亏为盈，经营形势持续向好。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

业内人士表示，春节假期将为旅游类上市公司业绩回升再添“一把火”。相关企业要提前做好准备，推出新产品，进一步加大宣传力度，提升服务质量，吸引更多游客。

加码产业布局

尽管已有不少硅光产品落地，但周治平直言，产业链还有很多技术难点亟待突破。随着光模块通量提升，硅基光电子技术对芯片的设计、制造以及封测能力均提出了考验。

中际旭创此前表示，硅光产品的良率取决于硅光芯片设计以及Fab厂流片能力的支持，这些因素将决定整个硅光产品的良率以及毛利率情况。

部分上市公司通过并购方式加大布局，以期解决产业链上部分核心环节问题。罗博特科日前公告，拟收购ficonTEC全部股权，加码光模块封测环节。目前，该事项已收到深交所问询函，且公司进行了回复。

据罗博特科披露的投资者活动关系表，ficonTEC是全球光电子及半导体自动化封装和测试领域领先的设备制造商之一，其生产的设备主要用于硅光芯片、高速光模块等的晶圆测试、超高精度晶圆贴装、耦合封装等领域，可在硅光、CPO及LPO耦合、封测等方面提供整体工艺解决方案。

业内人士告诉记者，随着光模块的集成度越来越高、封测难度加大，组装厂已经成手工组装向机器辅助的过渡，目前正在从机器辅助向全自动设备或全自动流水线改进。

丰富产品管线

中药企业研发热情高涨

●本报记者 傅苏颖

为进一步加强中药标准管理，建立符合中医药特点的中药标准体系，促进中医药传承创新发展，国家药监局综合司日前发布《中药标准管理专门规定（征求意见稿）》。业内人士认为，中药行业“创新+消费”双属性明显。在政策推动下，中药企业研发热情高涨，进一步丰富产品管线。

政策助力

征求意见稿明确了适用范围，提出中药材、中药饮片、中药配方颗粒、中药提取物、中成药等药品标准管理适用本规定。同时，明确了中药标准工作的主要原则，包括坚持传承中医药理论和传统炮制技术，坚持标准科学严谨实用规范，坚持临床安全、有效性相关联，坚持整体质量控制等原则，鼓励新技术在中药质量控制中运用，加强各类标准之间的协调，倡导绿色低碳标准理念。

征求意见稿对中药材标准、中药饮片标准、中成药标准、中药配方颗粒标准与中药提取物标准分别提出了具体要求。比如，在中药材标准方面，明确中药材标准应重点关注真伪鉴别和安全性风险控制。鼓励对道地药材品质特征进行深入研究。对药材基原管理问题、性状项制定与执行问题、栽培品质量问题等，提出了明确规定或原则性要求。

国家药监局称，中药标准的研究、制定和管理必须充分考虑中药自身特点。征求意见稿把遵循中医药理论、尊重中医药传统、体现中药特色作为根本原则。同时，注重创新，鼓励通过现代科学技术对中药传统经验和先进技术进行研究。

近年来，国家药监局持续发布文件，促进中药行业高质量发展。2023年2月，国家药监局发布《中药注册管理专门规定》，充分吸纳药品审评审批制度改革成熟经验，借鉴国内外药品监管科学研究成果，全方位、系统地构建了中药注册管理体系。

业绩向好

截至2月6日，32家中药上市公司发布了2023年度业绩预告，24家公司预计净利润同比正增长，占比75%；8家公司预计净利润同比下滑。从预计净利润增速上限看，11家公司增速超50%，7家公司增速处于30%至50%，总体表现较好。

天士力预计业绩增幅排名靠前。公司预计，2023年归母净利润为11.27亿元至13.17亿元，同比增长539%到613%。从主营业务看，公司全力拓展市场，销售收入较上年增加，利润相应增长；计提的资产减值损失减少。剔除该因素影响，归属于上市公司股东扣除非经常性损益的净利润同比增长8%到20%。

华润三九预计净利润规模居前。华润三九预计，2023年归母净利润为37.05亿元至38.99亿元，同比增长25.02%至31.57%。对于业绩变动的原因，华润三九称，报告期内，公司顺应行业发展趋势，积极应对市场变化，持续进行创新升级。同时，强化品牌建设，优化产品结构。另外，昆药集团股份有限公司自2023年1月19日起纳入公司合并报表范围，推动盈利能力提升。

湘财证券认为，2024年中药上市公司业绩有望继续向好。

传承创新

在政策支持下，中药企业持续加码研发创新，今年以来多个中药创新药获批上市。

近日，国家药品监督管理局批准了湖北齐进药业有限公司申报的中药1.1类创新药儿茶上清丸上市。该药品上市为口腔溃疡患者提供了又一种治疗选择。

湘财证券表示，中药行业呈现结构性分化。建议关注两大主线。

在中药创新方面，在政策与临床需求双驱动下，中药创新加速，新药上市节奏加快，且1类新药占比明显提升。研发创新是核心，进入医保基药目录是放量的重要条件。建议关注具有较强研发实力、在研产品丰富且研发进展较快、中医理论与临床结合较好、布局大品类有独家品种的企业。

从“中药+”视角下的新消费看，中药行业“创新+消费”双属性明显，部分中药企业向养生馆、食品饮料、康养旅游等领域探索拓展，有望形成新的增长点。建议关注零售药店终端的独家品种、OTC及双跨品种涉及的相关企业，向消费领域拓展的品牌中药值得期待。

机构预计，中长期看，人口结构出现深刻变化，中药行业市场空间逐步打开；在政策的大力推动和引导下，行业加强传承和创新，走向高质量发展，产品质量和企业经营规模有望提升。



视觉中国图片