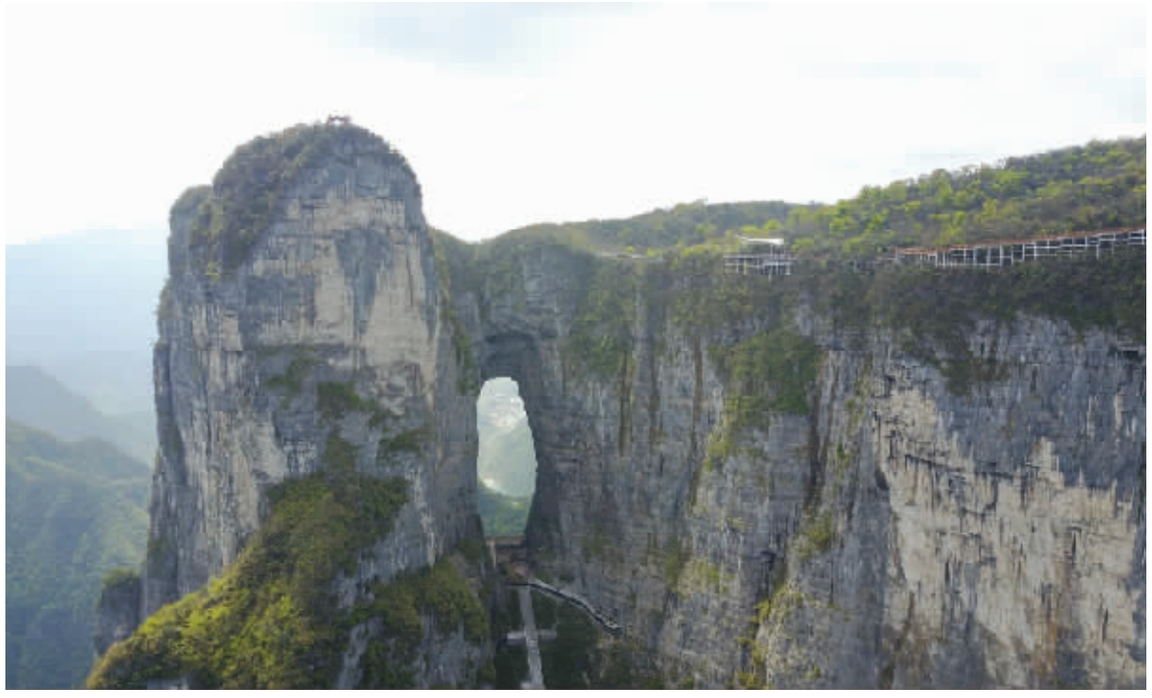
传统旅游市场旺季来临之时，政府部门及时出台政策为市场注入了一针强心剂。文化和旅游部日前发布《关于推进旅游企业扩大复工复业有关事项的通知》，提出要恢复跨省（区、市）团队旅游。消息一出，多家在线旅游平台显示，度假、酒店、民航等各个板块搜索量迅速攀升，相关搜索量均比此前提升4倍以上。



图为张家界风景区 新华社图片

暑期节点跨省游“开闸”
旅企恢复进入加速期

□本报记者 于蒙蒙

对于跨省团队游的放开，业内人士指出，首先将利好暑期的国内旅游市场，尤其目前出境游仍受海外疫情影响，之前北京地区疫情反复已得到明显控制，国内游预计将继续迎来高速恢复。根据一季度末判断，今年“十一”假期，国内旅游或同比疫情前水平基本企稳，若疫情不反复，影响或在年内基本消除。

多数公司业绩受损

受疫情影响，1月24日起，全国多地景区暂停开放，酒店、演艺也受到影响。

张家界上半年预亏5800万元至6500万元，上年同期盈利825.45万元。张家界称，报告期内，受新冠肺炎疫情影响，公司旗下景区景点、景区运输及酒店营业收入大幅减少，净利润严重下滑。桂林旅游上半年预亏约1.12亿元，上年同期盈利991.62万元。峨眉山A上半年预亏1.2亿元至1.4亿元，上年同期盈利7711.09万元。西安旅游上半年预亏2200万元至1600万元，比上年同期下降288.60%至182.62%。

尽管3月开始多地景区恢复省内游，但疫情影响仍未消除。以峨眉山A为例，公司称，自3月23日起，峨眉山景区安全有序开放。虽然公司各经营项目在陆续恢复，但疫情影响仍在延续，因而对报告期净利润仍然造成很大影响。

也有公司通过积极努力，业绩获得修复。云南旅游早前预计上半年归母净利变动区间为-6300万元至-4600万元，公司7月15日发布上修业绩预告，净利润变动区间为90万元至130万元，净利润变动幅度为同比下降97.39%至96.22%。对于上修业绩，云南旅游称，公司积极利用旅游全产业链以及旅游文化科技业务板块的产品技术优势，发挥旅游文化科技、旅游综合服务以及文旅综合体运营业务板块之间的协同效应，提高公司整体效益，最大程度地降低新冠肺炎疫情给公司上半年生产经营带来的不利影响。公司第二季度经营情况得到逐步改善。

出游热情被激活

文旅部发文指出，各省（区、市）文化和旅游行政部门在做好疫情防控工作的前提下，经当地省（区、市）党委、政府同意后，可恢复旅行社及在线旅游企业经营跨省（区、市）团队旅游及“机票+酒店”业务。中、高风险地区不得开展团队旅游及“机票+酒店”业务。出入境旅游业务暂不恢复。

在该消息发布后，各家在线旅游平台相关搜索量激增。携程平台数据显示，携程平台上度假、酒店、民航等各个板块搜索量迅速攀升，国内跟团游、自由行瞬时搜索量相比开放前激增500%。同程旅行平台上机票、火车票、酒店等的搜索量与开放前一日的同一时段相比增长了457%。截至7月14日晚9点，去哪儿网平台有关跟团游产品搜索量较前一时间段增长4倍，海南海岛游、云南民俗游、华东游成为搜索热度最高的线路。

去哪儿网总裁勾志鹏表示，作为旅游产品中最复杂、影响最广泛的旅游品类，跟团游不仅涉及旅行社等上下游供应商，也对机票、火车、酒店、景区环节具有直接的影响。此次跟团游的逐步开放，将标志着国内旅游市场的全面“重启”，景区、酒店、交通等旅游产品也将在跟团游的刺激下迎来新的一轮“回暖”。被压抑了四个多月的出游需求，将得到进一步的释放。

同程国旅境内游CEO周中伟表示，文旅部关于旅行社及在线旅企恢复跨省团队游及“机+酒”业务的消息，对旅游企业是重大利好，预计接下来机票等交通成为重点，团队定制需求必定会激增，包括西北、新疆、内蒙、川渝藏、云南、湖南、广西、海南这些目的地建议用户提早敲定计划。

值得注意的是，目前正逢暑假，今年暑期7月和8月将相对性地迎来一波持续性的出行高峰。携程大数据显示，北京地区机票暑期预订量已为全国第一，其中，北京旅客搜索三亚热度比上月大涨116%；酒店预订方面，北京也仅次于上海，国内居民暑假出游需求亟待释放。去哪儿网披露，7月有关暑期的机票搜索量较6月中下旬增长4倍。其中，北京地区机票搜索量环比6月中下旬增长9倍，是全国增幅最大的城市。上海、成都、广州、深圳、昆明、重庆、西安、杭州、海口、郑州是今年暑期最热门的十大目的地。

利好旅企复苏

暑期向来是传统旅游的旺季，此时相关利好政策的出台无疑给市场注入一针强心剂。

“跨省旅游的开放给整个休闲旅游市场带来一个大的变化。疫情以来，其实消费者对于出游在心理上还是有一些障碍的，国家此时出台政策从某种程度上也是给消费者一种信心。”首旅酒店总经理孙坚告诉中国证券报记者，目前正逢暑假，结合学生放假出游的热情，这对整个暑期市场是一个非常正向的推动，对于旅游休闲的景点公司来说肯定是一个利好。

出游热情提升，酒店行业也受益明显。孙坚指出，两大因素正在积极推动首旅酒店的业务指标，一方面是北京疫情的有效控制，另一方面是重要城市展会经济的开放，将进一步推动差旅商务活动的增加。他介绍，首旅酒店在疫情初期的整体出租率仅为10%，4月至5月达到50%至60%，而北京疫情出现反复的前夕升至65%至70%，近期基本上已经在70%至75%，上海地区更是达到85%至90%。此外，在流量端，相比6月份，目前已经有接近20%至30%的增长，所以这是一个比较积极的信号。

中信建投社服行业首席分析师贺燕青告诉中国证券报记者，当前时点恢复跨省团队游，对于旅游企业来说，无论景区还是旅行社，今年现金流均受到很大冲击，此时恢复将非常及时，有助于其逐步脱离困境，改善现金流状况，得以恢复生存。多数景点、旅行社、OTA等也借机推出优惠促销等活动，进一步释放旅游潜在需求，以期压缩恢复时间，快速产生稳定现金流。一季度末各大旅游景点及休闲度假业务陆续恢复营业，但对成熟景区或项目来说，仍受到接待客流不超过最大承载量30%的限制，此次将限流比例调整到最大承载量50%，对于前期恢复较好且较成熟的景区项目来说，进一步提升短期天花板，增强恢复动能。

贺燕青指出，从细分行业看，恢复跨省游及扩大限流比例，不仅直接利好国内旅游景区、休闲度假景区及旅行社等，也深度利好如连锁酒店、餐饮、旅游购物等周边业态，对拉动整体消费和第三产业的增长意义较大。

创意信息总经理何文江：
打造大数据产品和解决方案综合提供商

□本报记者 康曦

作为大数据产品和综合解决方案的提供商，创意信息将公司发展融入国家“新基建”战略，突破国外软硬件厂商卡脖子式垄断，加快信创、大数据5G等方向的产品及综合解决方案落地，打造在能源大数据、政务大数据和自主可控数据库三个细分行业的龙头地位。

今年4月，创意信息聘任曾在全球老牌数据库巨头甲骨文（中国）软件系统有限公司担任副总裁的何文江为公司总经理，进一步加码核心业务布局。日前，何文江在接受中国证券报记者专访时表示，公司已具备全栈的大数据产品和核心能力。未来，将从加快数据智能升级、抓住信创产业发展机遇、加大5G领域布局三个方面快速发展。

解决大股东质押和现金流问题

中国证券报：你加入创意信息后，怎么思考公司发展，接下来的规划是什么？

何文江：我用三个关键词来总结：聚焦、协同、安全。首先，聚焦细分行业和核心产品，打造在自主可控数据库、能源大数据和政务大数据三个细分行业和领域的龙头地位；其次，进一步加强各业务板块和各子公司之间业务、技术、市场的资源共享与业务协同，力求发挥公司整体优势；最后，尽快解决大股东高比例质押及公司现金流问题，以利于加大市场与研发投入，确保公司安全，实现可持续发展和增强抗风险能力。

中国证券报：如何解决大股东高比例质押及公司现金流问题？

何文江：大股东近期减持是归还前期质押。现金流则是通过非公开发行股份的方式募集资金，主要用于投向公司的战略业务领域，包括大数据、数据库及5G方向。

中国证券报：业务聚焦意味着会收缩业务吗？

何文江：肯定的。公司的资源和资金有限，想要突破势必要有所取舍，什么都想干，什么都干不好，对打造公司核心竞争力也不利。为了在一个不太长的时间内打造出公司核心竞争力和业务亮点，一定要笃定地收缩，健康地收缩。

中国证券报：大数据业务在公司业务架构中处于什么样的地位？

何文江：从2019年年报披露的财务数据来看，公司大数据业务2019年营收同比实现了大幅增长，大数据相关的产品和解决方案在公司总营收中的占比已超过四分之一，大数据业务已成为公司业绩增长的主要驱动力。

中国证券报：市场上能够提供大数据产品的公司非常多，公司的核心竞争优势体现在什么地方？

何文江：两年多前我们就明确了公司的基本定位，就是做大数据产品和综合解决方案的提供商，形成了数据采集、数据汇聚、数据处理、数据存储、数据应用和数据展示融为一体的大数据核心能力。在此基础上，我们在能源大数据及政务大数据两个领域已全面进入市场。

中国证券报：面对国家大力发展“新基建”的机遇，公司将如何响应，同时促进公司的发展？

何文江：公司将紧紧把握国家在“新基建”领域密集出台一系列政策和举措的历史机遇，将公司发展融入国家战略，充分发挥技术和市场优势，在重点行业客户数字化智能化升级过程中加快公司大数据、云计算、物联网、5G及自主可控等方向的产品及综合解决方案落地，同时着力打造公司在能源大数据、政务大数据和自主可控数据库三个细分领域的龙头地位。

信创市场空间巨大

中国证券报：加入创意信息之前，你在甲骨文中国担任副总裁，在数据库领域具有丰富的经验和深刻的理解。你如何看待公司信创业务的市场空间？

何文江：我国数据库市场现在仍然被甲骨文、微软、IBM等外企占据，数据库作为基础软件急需完成国产化替代进程，国内厂商订单将从政府采购逐渐扩展至电信、金融、能源等领域，国产数据库产品未来需求量将进一步扩大。同时，大数据、云计算等新兴技术的发展也为数据库行业未来发展提供了新的机遇。公司也在加快加大布局，力争明年上半年进入国产数据库第一梯队。

中国证券报：目前公司的数据库产品有哪些优势领域，在这些领域中又有哪些具体应用？

何文江：我们的数据库产品目前主要应用于能源行业、电信运营商及金融行业。以我们在金融行业的布局为例，光大银行的“云缴费”系统是光大银行目前TPS（每分钟事务数）最高的系统，它使用的就是由光大银行、光大科技和我们的子公司万里开源联合开发的数据库。我们平时使用某信、某宝缴费的时候，后面真正的缴费系统其实就是光大银行的“云缴费”系统。

中国证券报：从国产数据库的同行业对比来看，公司的数据库产品具有哪些优势？

何文江：团队方面，万里开源的核心团队是Turbolinux及MySQL中国研发中心发展过来的，有20年基础软件研发积累；技术积淀方面，相比传统集中式数据库厂家，公司产品遵从国际标准，基于分布式数据库架构，在性能与扩展性方面具有显著优势，依托MySQL强大的生态，开发人员更容易上手和掌握，产品升级更及时，同时在上下游工具以及从业人员储备方面相比其他国产数据库有巨大优势。公司在国家电网、运营商及金融行业的银行总部已开始全面合作及进入应用。

加快转型升级步伐

中国证券报：未来两到三年，公司将从哪些方面加大布局，拓宽公司的发展空间？

何文江：下一步，公司将进一步加大数据库、大数据和5G三个方面的投入和布局，着力打造公司在能源大数据、政务大数据和自主可控数据库三个细分领域的龙头地位。

中国证券报：未来在大数据领域，公司由数据集成向数据智能方向去做升级的具体路径是什么？

何文江：在大数据领域的转型升级上，未来公司将聚焦政务和能源两大重点行业客户需求，一方面，进一步完善创意大数据基础平台和相关工具；另一方面，加快“大数据+行业解决方案”向“大数据+智能”转型，向智能数据管理、深度智能与边缘计算、数字孪生及数据安全等方向进行业务多元化延伸，为客户提供全栈数据智能产品、解决方案和技术服务，进一步拓展大数据应用领域。

中国证券报：公司在5G领域做了哪些布局，面对华为、中兴等巨头又将如何实现突围？

何文江：公司在5G领域已经有一定技术储备，希望能把大数据、物联网、云计算、人工智能和5G技术进行交叉创新，形成一些具有公司特色的解决方案。当然，公司不是面向运营商领域，去跟华为、中兴等巨头争夺市场，而是集合自身优势打造一个能够满足客户个性化需求的细分领域的综合解决方案。

中国证券报：公司目前还存在一部分商誉，未来有何考虑？

何文江：基于业务发展规划，公司分别于2015年、2016年收购了上海格蒂电力及广州邦讯信息，这两家公司现在与公司的协同非常不错。商誉是很多上市公司在发展过程中不可避免的问题，没必要谈商誉就色变。当然，公司管理层也会关注和积极面对这个问题，相信未来公司会以合适的方式处理它。

阳光助业贷是光大银行零售名品，为小微客户的每一个成长和发展阶段提供专业、便捷、专属的资金支持，助力小微客户经营发展，携手零售普惠金融走向更美好的明天。

*产品详情信息及业务办理请咨询光大银行营业网点。

95595 www.cebbank.com

Bank 中国光大银行
共享阳光 · 创新生活