

# “五一”假期出游热情高涨 多平台预订量创阶段新高

近日，“五一”假期首日（4月29日）火车票开售，多条热门线路放票后几分钟内均已售罄。不仅火车票销售火爆，“五一”假期出游的整体热度已经创下阶段新高。4月6日，携程发布的“五一”假日旅游前瞻报告显示，国内游订单量已追平2019年同期，同比增长超7倍。在去哪儿平台上，截至4月12日，国内热门城市“五一”机票提前预订量已超过2019年同期，热门城市“五一”酒店提前预订量较2019年同期增长4倍。

业内人士表示，2月以来消费者积压的旅游需求有望在“五一”期间得到释放，国内主要旅游城市和度假旅游目的地都会因此受益。出境游也有望在“五一”假期迎来小高潮。

● 本报记者 于蒙蒙



新华社图片

## 热门线路火车票售罄

搭乘高铁出游成为众多游客的选择。携程数据显示，截至4月15日上午9时，“五一”假期首日高铁跨省游搜索热度环比前一日增长323%。

今年“五一”假期，火车出游线路方面，携程平台显示，前往北京、上海、杭州、广州、成都、重庆、南京、深圳、郑

州、武汉方向的高铁票较为热门。去哪儿数据显示，从北京出发的热门目的地分别为青岛、长沙、武汉、西安等。

不少中小城市以及新增或恢复列车的目的地热度也迅速攀升。在去哪儿平台上，开往大理的“有风专列”、开往淄博的“烧烤专列”、开往

成都的“熊猫专列”等特色线路广受欢迎。携程近7日的数据预测显示，“五一”假期高铁游热度较2019年同期涨幅最高城市包括扬州、金华、济宁、嘉兴、香港、保定、青岛、昆明、淄博、桂林。

携程火车票相关负责人介绍，高铁

是串联游、主题游更为经济便捷的方式，当周（4月10日-4月16日）高铁游热度已经超过2019年同期近两成。随着游客“五一”假期出行热情持续增长以及多地特色旅游专列的布局 and 加开，“五一”假期或迎来近年来最为繁忙的高铁出游景象。

## 抢先预订出游产品

不仅火车票销售火爆，“五一”假期出游的整体热度已创下阶段新高。

各家在线旅游平台的预订量有直观体现。4月6日，携程发布的“五一”假日旅游前瞻报告显示，国内游订单量已追平2019年同期，同比增长超7倍。4月11日，同程旅行预计，“五一”假期出行的云南、海南、四川、新疆等长线旅游目的地订单量环比增长超过15倍。截至4月12日，去哪儿数据显示，“五一”期间出行的机票提前预订量已超过

2019年同期。

旅客出游热情带动价格增长。在去哪儿平台上，截至4月12日，机票平均支付价格较2019年同期增长五成，酒店平均支付价格较2019年同期增长三成。

热门目的地方面，同程旅行数据显示，截至4月11日，“五一”假期最受用户关注的国内旅游目的地为北京、成都、重庆、广州、上海、西安、长沙、深圳、杭州、昆明。近期在社交媒体上火爆的“特种兵旅游”仍将影响“五一”假期

旅游市场，过半数游客在“五一”假期预订两个或两个以上目的地城市的旅游和出行产品。

出境游热门目的地方面，携程数据来看，今年“五一”旅游市场的复苏趋势非常明显。从游客出行距离来看，截至4月6日，报名“五一”假期长途旅游的订单占比超六成，长线旅游订单量同比增长811%；从增速来看，“五一”假期本地游订单量同比增长幅度相对小一

些，这也说明5天的长假，更多游客希望走得更远。

对于“五一”假期出游的高涨，在去哪儿大数据研究院副院长郭乐春看来，这应归功于全行业的努力。他表示，今年以来，旅游行业利好消息频出。交通方面，航班量有序恢复，开通多城市直达香港的高铁；目的地方面，各地提供半价景区门票，淄博甚至加开烧烤专列。更多从业者真正从旅客需求出发，提供丰富的特色旅游产品，给旅客更好的旅游体验。

## 出境游受青睐

由于“五一”假期是春季最长的假期，很多游客也趁此机会安排出境游。

近一周内，同程旅行的出境游产品搜索热度环比增长42%。携程旗下FlightAi市场洞察平台数据显示，截至4月14日，今年“五一”假期携程境内航班搜索热度较2019年同期增长

150%，跨境航班搜索热度较2019年同期也增长近40%。

出境游热门目的地方面，携程数据显示，今年“五一”假期内地出境机票预订量前十大目的地分别为中国香港、曼谷、新加坡、首尔、普吉岛、中国台北、中国澳门、吉隆坡、东京、大阪。而在同程旅行平台上，曼谷、新加坡、中国澳门、普吉岛和巴厘岛的人气居前。其中，新加坡、马尔代夫和泰国的“五一”假期旅游订单量环比增长超过7倍。

从出境游市场来看，游客热衷于“拼假”组成超长假出游。众信旅游

“五一”长线产品预订情况显示，“五一”假期前夕出发的“伊朗13日”“埃及游轮深度13日”“新西兰一地南北岛全景14日”等产品上线后便售罄。众信旅游方面称，产品部门多次追加“五一”前后出发团期以满足游客出游需求。

作为普洛药业战略核心的CDMO业务正逐步贡献可观的业绩。2022年，普洛药业CDMO业务实现收入15.77亿元，同比增长13.17%。公司预计2023年有望进一步加速发展。

## 原厂集体减产效应初显

## 内存芯片价格现反弹迹象

● 本报记者 吴科任

全球存储器原厂集体减产的效应初步显现。4月17日消息，三星电子近日通知分销商，将不再以低于当前价格出售DRAM（动态随机存储器，又称为内存芯片）。市调机构预计，尽管二季度DRAM和NAND Flash（数据型闪存芯片）价格跌幅有望收敛，但价格处于下行通道，内存芯片价格是否整体止跌企稳还有待观察。

## 价格跌幅有望收窄

近一年来，受消费电子市场疲弱、服务器需求收缩等因素冲击，全球存储器价格跌跌不休。由于存储业务亏损加大拖累整体业绩，三星电子近日宣布加入减产阵营，以期改善存储器供过于求的市况。

更早前，SK海力士、美光、西部数据、铠侠等存储器原厂已经启动减产。与此同时，多家原厂下调2023年资本开支计划。其中，SK海力士较去年缩减一半，美光较去年缩减四成左右。

集邦咨询发布的报告显示，2022年第四季度，三星电子、SK海力士、美光三家公司合计占有全球DRAM市场份额的95.8%，上述五家存储器原厂合计占有全球NAND Flash市场份额的96.9%。

业内认为，一季度是全年最大淡季，备货需求会逐季增强，加上消费需求逐步回升、库存压力逐步释放及原厂进一步减产，预计二季度可能是本轮周期的最低点，存储行情可能最快在三季度企稳。

原厂集体减产效应初显。集邦咨询预计，二季度DRAM价格跌幅将收窄至10%-15%，NAND Flash价格跌幅将收窄至5%-10%。另有报道称，受三星电子减产消息影响，部分现货商与模组厂暂停报价，造成近日DRAM现货价格有止跌现象。

分析人士表示，受到当前库存仍较高、大型模组厂没有意向调涨采购价的影响，虽然短期内可能看到部分DRAM涨价，但回到整体价格上升的趋势难度较大。

## 普洛药业一季度净利增近六成

● 本报记者 于蒙蒙

普洛药业4月17日盘后披露一季报，公司第一季度实现营业收入30.86亿元，同比增长46.83%；归属于上市公司股东的净利润为2.39亿元，同比增长57.35%。对于业绩增长，公司称主要系本期三项业务销售收入均取得增长，其中CDMO（合同开发与生产）业务大幅增长。

作为普洛药业战略核心的CDMO业务正逐步贡献可观的业绩。2022年，普洛药业CDMO业务实现收入15.77亿元，同比增长13.17%。公司预计2023年有望进一步加速发展。

## CDMO业务进入收获期

近年来，普洛药业持续加大对CDMO业务板块的投入，多个新生产车间将逐步投入使用。第一个柔性GMP车间，总共有4个单元区，已于2021年10月投入使用；第二个柔性单元化生产车间，目前已经在设备安装阶段，总共有14个独立单元区，可满足CDMO项目的快速切换；第一个高活化合物车间于2023年1月投入使用，配有两条中间体大线和两条API（原料药）小线，目前已有一些高活项目和客户形成合作。

普洛药业针对CDMO业务的布局，逐渐“开花结果”。公司介绍，根据“做精原料、做强CDMO、做优制剂”的发展战略，CDMO业务处于公司重要的战略地位。公司CDMO业务制造能力的竞争优势较为明显，随着研发投入的持续加大和研发人才的不断引进，CDMO的研发能力日益增强，为客户提供服务的能力进一步增强。从公司最近几年CDMO业务中的项目数、毛利率和增长速度都可以看到，公司CDMO的竞争能力明显提升。

财报显示，普洛药业CDMO业务2022年实现营收15.77亿元，

## AI将带来增量需求

当前，以ChatGPT为代表的生成式AI如火如荼，国内外科技企业纷纷推出AI大模型。大模型的预训练和部署都对算力有极高的需求，而存储正是AI算力和大数据紧密结合的关键一环。

AI服务器是AI算力的终端承载。AI服务器核心组件按价值量由高到低依次为GPU（图形处理器）、DRAM、SSD（俗称固态硬盘，以NAND Flash芯片为主的一种存储产品）、CPU等。除了DRAM和SSD，AI服务器用到的存储芯片还包括高带宽存储器。这类存储芯片可以针对AI服务器场景需要提供更更大的容量、更高的性能、更低的延迟和更高的响应速度。

# 1750亿个

AI大模型庞大的数据集需要更大容量的NAND Flash存储数据，GPT-3的参数量已达1750亿个，GPT-4则需要更多。

本轮AI大潮有望推动存储芯片需求上涨。据美光测算，AI服务器中DRAM数量是传统服务器的8倍，NAND Flash是传统服务器的3倍。集邦咨询预计，2023年服务器使用的DRAM将超过智能手机，成为DRAM的第一大应用场景。此外，AI大模型庞大的数据集需要更大容量的NAND Flash存储数据，GPT-3的参数量已达1750亿个，GPT-4则需要更多。

根据信达证券研报，高带宽存储器是三星电子、AMD和SK海力士发起的一种基于3D堆栈工艺的高性能DRAM，通过增加带宽，扩展内存容量，让更多参数留在离核心计算更近的地方，从而减少内存和存储解决方案带来的延迟。以英伟达最新旗舰AI芯片产品H100为例，一颗GPU需要搭配80GB显存（用来存储显卡芯片处理过或者即将提取的渲染数据），对应放置5颗高带宽存储器。

同比增长13.17%，毛利率达41.02%。截至2022年底，CDMO

报价项目820个，进行中项目524个，同比增长62%；API询价项目数不断增多，全年合作项目数55个，同比增长23%，项目数量与附加值持续提升。

对于增长前景，普洛药业在近期的业绩说明会上给出肯定答复。“在市场、技术、政策等多方面利好背景下，全球CDMO产业逐渐向中国转移，我国CDMO行业市场规模复合增长率将高于全球CDMO行业的增速。”普洛药业高管表示，公司将继续秉持“做强CDMO”的发展战略，不断优化CDMO业务，加大CDMO业务的比重。

## 原材料价格回落

随着行业需求逐步回暖，普洛药业的业绩预期也得以改善。

以2022年年报来看，普洛药业主营业务保持增长态势。普洛药业2022年原料药与中间体业务营收为77.37亿元，同比增长18.19%，毛利率为16.69%。随着上游大宗化工品价格见顶回落，开源证券预计，普洛药业2023年的API业务毛利率将持续改善。2022年制剂业务营收为10.80亿元，同比增长24.48%，毛利率达52.13%。公司加速新品种的申报，2022年共有5个制剂产品获批上市，3个品种集采中标，制剂业务有望借集采东风实现快速放量。

由于上游原材料的缘故，普洛药业毛利率阶段承压。2022年普洛药业整体实现毛利率23.89%，相较于2021年减少2.61个百分点，主要系原材料成本上升等原因所致，其中原材料成本整体上涨约22.74%。

值得注意的是，从去年12月开始公司业务涉及主要的原材料价格已出现回落。普洛药业强调，这会对公司产品的毛利率产生正面影响。

# 多地力推文商旅融合拉动消费

● 本报记者 孟培嘉

天目湖动物王国文旅综合体、三皇村遗址公园、西太湖湖北河环城公园……在4月17日召开的常州市文商旅融合发展大会上，总计24个文旅项目签约落地，预计总投资近130亿元。

眼下正是春夏旅游旺季，将文旅资源转化为商业优势，创新场景进而拉动消费被不少城市列为工作重点。中国证券报记者梳理发现，今年以来已有多地召开会议或出台政策支持文商旅融合发展，不少上市公司也开始在这一领域加码布局。

## 文商旅融合成新方向

商业和文旅在转型升级过程中发生更多交集，文商旅融合成为近年来新的发展方向。商业的场景与业态发生重构、文旅不再割裂经营，不断出新的文旅消费新场景成为提升消费活力的重要载体与抓手。

据公开信息，今年3月广州市海珠区举办文商旅融合发展大会，发布打造数字文化产业高地项目，并促成14个重点项目签约，总金额达50亿元；天津市文旅局在年初围绕文商旅场景融合工作成立专班、走访企业，整理出10个潜力项目开发文旅消费融合新场

景，满足消费者多样化需求。

不少城市将推动文商旅发展工作提高到全市层级。4月初，绍兴市出台《关于推进绍兴古城“文商旅”深度融合高质量发展的实施意见》（简称《实施意见》），旨在依托“越宋古都、江南水城、名士之乡”品牌优势，推进文化和旅游深度融合，打造以全城申遗为导向的历史文化传承地、以文创文旅为业态的时尚产业集聚地、以传统风貌为依托的宜居环境生活地。

常州市也于近日印发《关于加快推进全市文商旅融合发展的实施意见》，力争到2025年全市文化产业增加值占GDP比重达6.3%，游客接待量达1.2亿人次，旅游总收入达2000亿元，社会消费品零售总额达3300亿元以上，进一步提升文商旅经济的消费带动力和经济贡献度。

“文旅时代，内容为王。”常州市文广旅局局长严俊认为，在旅游竞争白热化的当下，培育好核心产品、打造好核心品牌才是关键。他介绍，当前常州市正打造焦溪古镇、三星村考古遗址公园等全龄友好型文旅体验产品，推出更多深受市场追捧的精品文旅线路和网红打卡地；还将围绕工业遗存、青果巷、东坡文化等文旅特色，做深做精差异化、在地化城市IP。

绍兴市出台的《实施意见》中也

提出要打响古城品牌IP，打造一批地方小吃、台门文宿、特色文旅、风情演绎等体验性项目，持续提升古城“坐乌篷、品黄酒、看社戏”的吸引力，并建设越王城文化广场等融文化、休闲、旅游、购物等功能于一体的多功能文旅空间。

## 上市公司积极参与

文商旅融合发展潜力显现，多家上市公司也相继加码布局。

4月11日，恒信东方发布公告，拟调整此前定增募集资金的使用，其中新增1亿元用于数字沉浸式应用场景内容开发，包含文商旅互动平台开发；新增5000万元投向的人工智能算力中心平台建设和运营项目也将应用于公司文商旅服务平台所需要的界面重构、人机交互算力等。

百纳千成4月12日公告称，拟以自有资金9000万元购买西安永兴坊文旅策划运营有限公司60%的股权。公开信息显示，永兴坊文旅成立于2017年，主要从事影视文化IP开发及线下运营、文化旅游项目策划、商业运营管理及咨询服务，目前已完成江西南昌绳金塔、洛阳大河荟、大同古城户部角、聊城东昌府非遗文化街区等多个知名文旅项目的策划以及西安“长安十二