

“五一”出行预订火热 “小城游”百花齐放

“五一”假期临近，中国证券报记者从多家在线旅游平台获悉，今年“五一”假期旅游市场热度在去年高位基础上稳中有增，同时出游方式多样化，有的人选择去山区民宿度假，有的人想观看几场演唱会，有的人准备去看几场演唱会，有的人准备去潜水……旅游内容可谓“花样”频出。另外，出境游有望迎来小高峰。业内人士表示，面对旅游需求的变化，旅游供给快速迭代，我国文旅市场正向大众化、多元化和品质化发展。

●本报记者 杨梓岩 段芳媛



新华社图片

出境游迎小高峰

从多家在线旅游平台披露的数据看，今年“五一”假期出境游、入境游订单增长明显。与清明假期中短途旅行不同，“五一”假期中长线旅游成为主角，国内长途游订单占比超过一半。

多家文旅上市公司高管在接受中国证券报记者采访时表达了对“五一”假期旅游市场的高预期。三峡旅游总经理章乐表示，清明期间，公司核心旅游产品已迎来一波小高峰。相比清明假期，“五一”假期更长，属于传统出行高峰。截至目前，公司“两坝一峡”主要旅游产品“五一”档期预售票已经售罄，预计2024年“五一”期间日均及总体游客量会创新高。

三特索道董秘曹正对中国证券报记者介绍，三特索道旗下各项目正全力以赴备战“五一”旅游高峰期，预计“五一”假期会为公司2024年业绩注入强劲动能。

除了国内长线市场升温，今年“五一”假期出境游预订火热。记者从出境游头部企业中信旅游方面获悉，根据当前预订情况，“五一”假期购买众信旅游出境游产品人数同比增长或超400%。从出境游目的地看，日本、泰国等地热度较高。

湖南的杨女士“五一”假期计划和朋友一起赴日本游玩。她告诉中国证券报记者：“假期机票涨价比较厉害，总体耗时较短的航班‘五一’期间涨了三倍左右。尽管如此，不少航班也只剩几张余票。”湖南某旅行社签证业务员告诉记者：“从4月开始，我们每天会收到很多日本签证的代办订单，多数都是计划‘五一’前往日本的游客。”

此外，出境邮轮产品迎来预订高峰。飞猪数据显示，截至目前，出境邮轮产品预订量同

比增长超16倍，部分产品已经售罄，正在持续补充库存。

展望今年“五一”假期，同程研究院首席研究员程超功对中国证券报记者表示，内地居民赴港澳地区及东南亚相关目的地出游需求旺盛，同时港澳居民北上出游热度持续上升。此外，三线及以下城市旅游热度延续上升趋势，文化消费与旅游需求共振更为明显。

“县域游”持续火热

越来越多的小城释放出文旅消费新动能，“县域游”“小城游”热度不减，文旅市场大众化趋势明显。

携程数据显示，今年“五一”假期，预计四线及以下城市，尤其是县域旅游市场增长明显。“五一”假期，县域市场酒店预订量同比增长68%，景区门票订单同比增长151%，

增速高于全国大盘。福建平潭、广西阳朔、浙江安吉、江西婺源、浙江淳安、河北正定等是热门的县域旅游目的地。

北京的李先生“五一”假期选择去贵州毕节山区某民宿度假。他告诉记者：“工作已经很累，放假何苦人挤人，赶景点？在民宿睡到自然醒，在山里呼吸新鲜空气，在小城里漫步，品尝特色小吃，也很惬意。”

和李先生有同样想法的人不在少数。实际上，“不贵不挤”的县域游持续火热，反映的正是旅游消费需求向性价比和休闲放松集中。去哪儿数据显示，相较大城市，拥有支线机场的三线及以下城市假期酒店价格较低，400元左右就能住高档、豪华型酒店，餐饮、交通、购物等综合费用也比大城市低一半左右，小城市出游性价比凸显。

然而，只靠性价比并不能掌握文旅“流量密码”。县域小城瞄准消费者需求，从供

给端释放潜能。程超功告诉记者，部分拥有丰富文旅资源的县级旅游城市本来就是热门旅游目的地，未来需要在产品迭代方面发力，尤其是围绕周边中心城市的休闲度假市场需求进行针对性升级。

“一些文旅资源匮乏的县级城市，要沿着当地交通沿线找准目标市场，针对性挖掘已有资源或新建休闲度假空间，重构旅游产业。”程超功说，天水麻辣烫的走红，为县域旅游创新发展提供了一个新的思路，既要深刻理解当前旅游消费碎片化趋势，也要熟练掌握新媒体传播规律，在做好产品的同时做好营销。

品质化趋势凸显

县域小城旅游市场百花齐放，折射出当下文旅消费多元化、品质化趋势。

“五一假期”，有的人准备观看明星演唱会，有的人想去马尔代夫考取潜水等级证书，有的人准备前往海南文昌现场观礼“嫦娥6号”发射……旅游内容“花样”频出，对旅游产品品质以及服务水平提出了更高要求。

相对于依托文旅资源开辟差异化赛道的县域小城，传统旅游目的地更依赖地标性景区的影响力，供给弹性不足，尤其在碎片化、年轻化产品的开发方面还有较大提升空间。

面对新的消费趋势，传统目的地及景区也在思考如何持续吸引游客驻足。“想新招、抓服务，打造更多沉浸式、互动式、体验式消费新场景，为游客提供众多旅游度假‘候选项’。”曹正告诉记者，比如在陕西华山三特索道，开展“传承非遗—华山论技”活动，为“五一”假期预热。

在文化消费与旅游需求共振的趋势下，融入更多文化元素，满足消费者文化体验也是提高旅游品质的重要举措。其中，“观演+旅游”成为重要模式。在携程平台上，天津、厦门、常州等地音乐节受到游客欢迎。太原因任贤齐、薛之谦两场演唱会，带动“五一”假期酒店预订单同比增长105%，其中外地游客占比达到90%。

不少旅游目的地越来越重视挖掘本地文化资源或引入优质文化内容。在“以文兴旅”方面，历史文化名城加快产品迭代，稳步提升城市的旅游热度。以西安为例，在程超功看来，虽然西安拥有众多老牌景区，但在文旅产品开发方面始终是潮流引领者，特别是在旅游演艺、文化创新等方面产出了众多“网红”项目。

相关平台企业的发力不容小觑。以同程旅行为例，“五一”假期前，同程旅行宣布，其投资运营的古镇旅游升级改造项目——青靛甬直沉浸式夜游景区将于4月30日正式对外开放。面对日益追求高品质的旅游市场，在线旅游平台、旅游企业通过平台化升级和供应链强化，提升供给弹性和灵活性，尤其是提升对于碎片化产品的整合能力，从而更加高效地满足不断变化的市场需求，助推文旅消费品质化升级。

黄金价格回调 终端门店“五一”促销

●本报记者 董添

近期，国际黄金价格出现回调。期货方面COMEX黄金期货价格4月22日跌幅超过3%，4月23日再度回落，跌幅超过1%。终端消费市场方面，中国证券报记者走访发现，受金价回调影响，不少黄金珠宝品牌推出了“五一”优惠活动，整体力度较大。

推出优惠活动

“目前已进入‘五一’优惠活动周期，每克优惠80元，工本费另算。除了首饰、金条、金摆件同步优惠。”中国黄金门店销售人员告诉中国证券报记者。

周大生门店销售人员告诉中国证券报记者，“五一”假期是重要的销售节点，婚庆用金达到小高峰。婚庆用金一般都会提前购买，所以公司提前推出了每克优惠100元的活动。

从销售量看，据多家门店介绍，销量整体较为可观。周大福门店销售人员告诉中国证券报记者，在此前黄金价格上涨过程中，按件出售的3D硬金产品以及钻石、珍珠、玉石类产品价格基本没有变动。出于替代效应，这些产品受到了消费者青睐。随着“五一”假期临近，这些产品的优惠活动也陆续推出。比如，购买称重类黄金饰品，钻石产品可以享受打8折的优惠。

世界黄金协会报告显示，3月上海黄金交易所(SGE)的黄金出库量为124吨，较2月略微减少3吨；但一季度上实物黄金需求增至2019年以来最高水平，达522吨。世界黄金协会预计，黄金投资需求将持续走强。

业绩实现增长

从上市公司披露的2024年一季度报、一季度业绩预告看，受金价上行等因素影响，黄金行业上市公司业绩表现不俗。

4月23日，银泰黄金披露2024年一季度报。报告期内，公司实现营业收入约27.73亿元，同比增长26.52%；实现归属于上市公司股东的净利润约5.03亿元，同比增长69.73%。

公司此前预计，2024年一季度实现归属于上市公司股东的净利润4.8亿元至5.2亿元，同比增长61.94%至75.43%。报告期内，公司下属各矿山继续保持稳健经营，净利润同比上升主要得益于金银价格上涨和销量增加。

紫金矿业披露的2024年第一季度报告显示，报告期内公司实现营业收入747.77亿元，同比下降0.22%；实现归属于上市公司股东的净利润62.61亿元，同比增长15.05%。

紫金矿业表示，公司整体运营成本特别是海外项目运营成本环比下降明显，矿产品精矿和铜精矿单位销售成本环比下降幅度分别达14%和13%，叠加金铜价格持续上涨，公司毛利水平增厚显著。

湖南黄金、山东黄金等公司披露了2024年一季度业绩预告。得益于黄金价格上涨，相关上市公司业绩表现向好。

山东黄金预计，2024年一季度实现归属于上市公司股东的净利润6.5亿元至7.5亿元，同比增长48.11%至70.9%。对于业绩增长的原因，山东黄金表示，一季度黄金价格持续上行，同时并购银泰黄金对公司利润上涨起到了积极促进作用。

湖南黄金预计，2024年第一季度实现净利润1.5亿元至1.7亿元，同比增长40%至60%。对于业绩大幅增长的原因，公司称主要是产品价格上涨所致。

湖南黄金管理层在业绩说明会上表示，金价很难预测，出现涨跌波动很正常。湖南黄金不会因为现在黄金市场价格高，而采取采富矿、弃贫矿的做法，会按照探采规律有序推进矿山开采。企业实现高质量发展，首先应在降本增效和科技支撑上提升核心竞争力，持续推进国企改革向纵深发展，增强内生活力与发展动力。

把握需求变化

在此次黄金价格回调前，黄金价格出现了一轮明显上涨。

券商研报普遍认为，避险需求大增，使得黄金价格处于高位，消费信心持续恢复，保值心理驱动黄金珠宝消费较快增长。复盘国外高端珠宝发展历程，在经济、文化、消费人群切换阶段，高端品牌要把握需求变化，立足自身定位，持续以产品、服务、品牌占领市场。我国黄金珠宝上市公司大部分定位大众市场，产品性价比可高，可通过灵活的渠道与价格策略，持续提升市场份额。

国金证券表示，2024年第一季度，金价环比上涨，同时企业成本控制较为稳定，黄金板块上市公司业绩将得到较好兑现。

从上市公司表态看，普遍看好未来金价走势。银泰黄金表示，2024年，美联储降息、央行购金将成为黄金价格的重要支撑因素，预期金价将呈现震荡偏强态势。

紫金矿业表示，美联储货币政策大概率转向宽松，历史上看美联储降息周期中黄金总体表现强劲，但美联储降息的速度、幅度存在不确定性。



视觉中国图片

去库存 调结构

保利发展：坚守“品质”赛道破题新发展模式

●本报记者 武卫红

日前，保利发展披露2023年年报。2023年，保利发展营业收入稳步增长，资产、资源结构不断优化，产品和服务品质持续提升。

近年来，房地产行业持续调整，保利发展等头部房企加速探索新发展模式。按照规划，保利发展正在积极开创新赛道，公司将以客户为中心，持续推进产品品质提升。在最新发布的行业白皮书中，公司提出，房企应积极向“新质生产力的基础设施服务商”转型，从区域布局、产品业态到供应链技术创新、服务输出等方面，为新质生产力提供硬件支撑和软件服务。

营业收入稳定增长

根据年报，保利发展2023年度实现营业收入3468亿元，同比增长23.42%，增速在国内龙头房企中排名第一。出于谨慎性原则，公司对存货和长期股权投资计提减值合计约50亿元，最终实现归母净利润120.67亿元，同比下降34.13%。

2023年，公司实现签约面积2386.12万平方米，实现签约金额4222.37亿元。在房地产市场持续调整的背景下，保利发展逆势拓展实现销售领先。据中指研究院发布的数据，2023年保利发展位居TOP10房企销售额排行榜第一。

2021年，保利发展提出聚焦核心城市的

战略。近年来，公司坚持高质量拓展，围绕核心城市进行深耕，注重投资回报的确定性。截至2023年年末，公司拓展金额中99%位于38个核心城市；38个核心城市的市场占有率达6.8%，同比提升0.7个百分点。其中，市占率超过10%的城市共27个。

在深耕核心城市模式下，公司开发效率和去化速度均有改善。2023年新获取项目中有40%实现当年开盘，并贡献签约金额超300亿元；2022年新获取项目截至2023年末已收回全部股东投入。报告期末，公司土地储备计容建面7790万平方米，其中存量项目6608万平方米，增量项目1182万平方米，存量项目占比下降8个百分点；核心38城面积储备占比近七成，提升2.4个百分点，资源结构不断优化。

资产负债结构持续优化

报告期内，保利发展现金流、负债结构、融资利率等指标持续优化，同时顺应行业趋势，适当计提减值，夯实业绩。

在房地产行业调整期，经营活动现金流可以反映企业的核心竞争力。2023年，保利发展实现经营活动现金流量净额139亿元，连续6年为正。

销售方面，公司秉持“有现金”的销售理念，全年回笼金额4304亿元，销售回笼率102%，其中当年销售回笼率78.3%，同比提升11.2个百分点。同时，公司通过加速参股项目投资回收，多种方式盘活预售监管资金、加

快退税等，累计增加可动用资金529亿元。此外，竣工规模稳定增长为未来的结算收入打下基础。全年竣工面积4053万平方米，同比增长2%。

报告期末，公司货币资金余额1480亿元，保持在总资产10%左右的合理水平；公司合同负债3772亿元，已售待回笼资金约966亿元。报告期末，公司剔除预收款项后资产负债率为67.14%，净负债率为61.2%，分别较期初下降1.34和12.37个百分点，现金短债比1.28，“三道红线”保持绿档水平。

截至目前，保利发展已将境外美元债全部清偿。报告期末，公司有息债务余额3543.35亿元，较期初减少271亿元，综合融资成本约3.56%，较上年末下降36个BP；公司直接融资占有息负债比重16.31%，仍有较大提升空间。年内公司新增融资1371亿元，综合成本仅3.14%。其中，三年期直接融资成本最低降至3%。

保利发展表示，公司始终坚持稳健可持续的发展理念，兼顾规模增长及风险防范，保持健康的资产结构。会计政策方面，保利发展一贯采取保守策略，投资性房地产采用成本法计量，且每年计提折旧。同时，公司保持谨慎的收入确认政策，项目完成交付后才确认收入，资产质量稳健扎实。

4月23日，平安证券发布的研报显示，保利发展加快资金回笼，融资成本不断降低，销售稳健拓展，行业格局优化下份额提升趋势明确，同时分红比例提高。