

旺季将至

# 在线旅行平台提前“卡位”各显神通

端午、暑期临近，各地消费者开始提前筹备夏季出游计划。中国证券报记者从多家在线旅行平台获悉，端午节假期机票预订量同比大幅提升，县域旅游市场热度延续，赛龙舟民俗游升温。此外，暑期旅游已被不少消费者提上日程，出境游、入境游或迎来小高峰。各地文旅部门、在线旅行平台等主体相互配合，共同创新文旅消费供给、优化文旅服务内容。

●本报记者 杨梓岩



游客在新疆阿勒泰地区喀纳斯景区体验漂流项目

新华社图片

## 关注特色旅游目的地

航旅纵横大数据显示，截至5月23日，端午节假日（6月8日-10日）国内航线机票预订量超137万，同比增长约25%。一些具有特色的旅游目的地受到关注。5月以来，《我的阿勒泰》热播，新疆阿勒泰旅游热度持续上升，端午节假期国内城市前往阿勒泰地区的机票预订量比前一周增长约53%；出入境航线机票预订量超41万，比去年同期增长约80%。

“人在上班，心已经在阿勒泰了。”北京的王女士告诉中国证券报记者，由于担

心暑期人多，今年端午节假期，她特意申请年假飞往阿勒泰旅游。

“目前一直处于比较忙碌的状态，一方面我们在接待和回复有意向前往阿勒泰旅行的游客咨询，比如询问价格以及出行最佳时段等，另一方面，我们自己也沿着剧中的热门景点和目的地踩点了一圈，准备设计成具体的旅游产品和线路，为端午节假期的客流小高峰做准备。”携程度假农庄新疆喀纳斯云顶阁联营店负责人岩瑞告诉记者。

## 夏日出游需求被激活

暑期游、毕业游已开始预热。美团数据显示，5月1日至23日，暑期文旅预订量（含门票、住宿、交通等）同比增长63%，其中20-30岁的用户占比最高。景区方面，主题公园、水上项目、水上体验等品类的预订热度最高。

此外，出境游或在暑期迎来高峰。据美团、大众点评数据，5月以来，“出境游”相

关搜索热度同比增长近5倍，其中泰国、韩国、中国澳门、中国香港和日本均为热门搜索目的地；出发地方面，除北上广深外，来自成都、西安、南京等出发地的游客同样热衷于提前规划出境游行程。

赴美游也成为国内消费者的热门选择。同程旅行平台数据显示，今年以来，中国前往美国的旅客明显增多，1至5月份预订热度

作为端午民俗，近一周以来，赛龙舟热度攀升。去哪儿数据显示，“龙舟”关键词搜索量环比上周增长136%。广东因其深厚的龙舟文化，热度上升较快。其中，以佛山为目的地的搜索量上涨了近三成。

不过，总体来看，端午假期旅游消费或将更加从容。5月24日，端午假期前一日（6月7日）火车票陆续开售。记者从去哪儿平台获悉，由于端午假期与高考时间大致重合，端午旅客量并无大幅增长，车票并不难抢。今年端午假期，国内游或将“不

贵不挤”。

记者在去哪儿平台上查询发现，端午假期首日（6月8日）北京直飞大连、温州，上海直飞郑州、广州等航线均有裸票价350元以下的机票在售，部分航线即使加上机建燃油费用，也比高铁更便宜，消费者仍能“捡漏”出游。除此之外，去哪儿大数据研究院研究员肖鹏也向中国证券报记者介绍，小城游在这个端午假期依旧火热。以一个大城市为中心，向周边小城深度“下沉”游，是不少人选择的旅行方式。

## 优质供给充裕

文旅消费持续复苏，爆款目的地频出的背后，离不开各地文旅部门和相关企业在优化文旅供给、提升消费者出游体验方面的努力。

以“村超”举办地贵州榕江为例，“村超”火了之后，榕江县城成了网红地，吸引了全国游客前来观赛、旅游。为提高当地文旅接待能力，当地200多家酒店经营者参与了携程组织的公益培训活动，携程住宿业务员工为当地经营者分享

了线上运营、数据处理、客诉解决等技能知识。

“我们希望能在专业团队帮助下，提升服务和管理水平，让全国游客都能够乘兴而来、尽兴而归。”当地酒店从业者王志向记者表示。

榕江是旅游市场下沉化趋势加速，县域目的地提升供给侧的服务品质的一个缩影。“一些文旅资源匮乏的县级城市，要沿着当地交通动线找准目标市场，针对性挖

掘已有资源或新建休闲度假空间，重构旅游产业链。”同程研究院首席研究员程超功告诉记者，拥有丰富文旅资源的县级旅游城市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。

此外，今年以来，无论是知名景区还是街头小巷，无不活跃着外国游客的身影。面对夏日入境游市场高峰，在线旅行平台依托平台优势为外国游客创新服务方式。例如，在陕西秦始皇帝陵博物院（兵马俑）景区门口，来自法国的游客通过携程集团线下的国际版售取票机，扫码顺利取到了一家三口的入园门票。“5000年的历史文化，和出色的旅游资源是中国故事最好的载体。旅游也是最好的民间文化交流的方式。入境游的快速发展，会让美好中国的形象影响更多海外游客。从旅游大国到旅游强国，更要充分做大入境游。”携程相关业务负责人表示。

面，游客有了更多出行选择。例如，海南航空于5月16日起恢复开通重庆直飞西雅图国际客运航线，停航4年的福州至纽约客运航线于5月20日正式复航。

中信证券、广发证券等多家券商也发布研报称，随着旅游利好政策频出、叠加暑期旺季临近，夏日旅游有望进一步点燃消费活力。

●本报记者 杨梓岩 见习记者 陈子轩

今年以来，游戏市场出现回暖迹象。不少厂商近期密集发布新游戏，备战暑期档。更值得关注的是，在游戏业务之外，游戏直播、电竞等相关服务的商业化步伐正在加快，“游戏+”领域吸引多方关注。

## 新游戏陆续上市

日前，腾讯、网易相继发布新品。腾讯游戏于5月21日正式开启年度重磅手游《地下城与勇士：起源》（以下简称“DNF手游”）公测，开服不到一小时即爆满。根据腾讯官方发布的公告，由于服务器（微信区）波动导致部分用户无法登录，将进行停机更新。目前腾讯游戏表示将于5月28日举行游戏发布会，届时也将更新一大批游戏产品进展。

5月20日，网易推出11款新游戏，根据网易的介绍，这11款新品不仅涵盖武侠、奇幻、射击、体育等题材，在画面风格、玩法上也各有千秋，例如借助高技术支持，打造出色视觉与玩法的《逆水寒》手游、以金庸笔下的武侠开放世界探索为特色的《射雕》、能够体验到东方文明奇幻冒险的《九畿：岐风之旅》、另类暗黑三国风格的《三国诛将录》等。此外，网易备受瞩目的新游戏《燕云十六声》《永劫无间》手游也在当天推出。

此外，库洛游戏旗下的《鸣潮》、米哈游旗下的《绝区零》、B站代理发行的《三国·谋

定天下》等备受关注的游戏IP都将在第二季度上线。

游戏厂商接连发布新游戏，国家新闻出版署也在5月20日发布了2024年5月份国产网络游戏审批信息，共有96款游戏获批版号。版号信息显示，有90款游戏获得了移动端版号，6款游戏获得了移动端+客户端双端版号。此次获批的新游包括恺英网络旗下的《百工灵》、吉比特旗下的《搏击双城：重构》、三七互娱旗下的《四季城与多米糯》、中青宝旗下的《对决！剑之川》等。

中国证券报记者统计，截至目前，2024年共有570款游戏获批版号，其中国产网络游戏版号524个，进口版号46个。银河证券研究员岳铮表示，目前游戏版号发放数量维持高位，供给端持续向好。从数量上来看，近两年发放的版号数量虽略有下降，但仍明显高于去年的平均水平。2024年前五个月版号发放数量为524款，同比增长超过20%。此举是监管层对行业持续释放的积极信号，版号稳中有增的发放趋势有望延续，这将推动行业供给端持续向好。

## 龙头企业业绩回暖

市场接连发布的重磅消息，为游戏行业带来利好。数据显示，2024年开年以来，龙头企业在游戏方面的业绩浮现暖意。

腾讯财报显示，其一季度游戏业务收入企稳。一季度腾讯国际游戏收入为136亿元，同比增长3%，本土游戏收入为345亿元，同比

下滑2%。从游戏流水的维度看，一季度腾讯国际市场游戏流水同比增长34%，本土游戏市场流水恢复正增长。安信国际分析师汪阳表示，由于存在递延收入，腾讯二季度本土游戏业务收入恢复正增长可期。

5月23日，网易发布2024年第一季度财报显示，其一季度营收为269亿元，归属于公司股东的净利润为85亿元。其中游戏及相关增值服务营业收入为215亿元，热门游戏《梦幻西游》手游、《第五人格》一季度收入创新高。

开源证券发布研究报告称，预计2024年至2026年，网易的归母净利润将分别达到339亿元、373亿元和404亿元，看好新游戏上线继续驱动公司业绩增长。中金公司发布研究报告称，维持网易“跑赢行业”评级。

银河证券认为，随着版号恢复常态化持续推进得到验证，新品陆续上线，游戏行业供给端趋于稳定，行业整体迎来向上周期。2024年第一季度新游戏上线数量同比略微增长，在2024年第二季度和暑期档，包括腾讯旗下的DNF手游、网易旗下的《燕云十六声》《永劫无间》手游等多款重磅新游戏已陆续开启测试和定档，或推动行业整体增长加速。

东莞证券发布研报表示，随着娱乐需求逐渐呈现碎片化，游戏玩法轻度化、休闲化趋势日益显著，看好休闲类赛道发展潜力。根据Sensor Tower的数据，2024年一季度iOS渠道下载测算榜TOP10中，有半数为轻度休闲玩法，其中，腾讯旗下的《元梦之星》、网易旗下的《蛋仔派对》两款休闲类产品分别位列榜单前两名。

盛天网络首席战略官高维向中国证券报记者表示：“国内游戏版号已趋常态化，政策环境有利于行业发展，中国的游戏市场前景广阔，众多游戏企业正迎来机会。”

## 商业化持续提速

除去游戏业务本身，游戏直播、电竞行业等相关服务的商业化步伐正在加快。

在游戏直播方面，网易游戏在5月20日的新游戏发布会上表示，将加强与游戏直播业务的合作。其表示，网易CC直播将持续优化和开拓游戏、电竞直播内容以及不同类型的原创IP娱乐综艺，聚焦用户体验，打造多元内容。此外，CC直播还将注重对核心直播技术的迭代，通过优质内容与前沿技术的双向升级，以不变的初心，持续为亿万用户提供优质服务。

目前，游戏与直播业务紧密联系已成为大势所趋。2024年，抖音与腾讯系游戏达成合作，《王者荣耀》抖音直播全面开放，头部主播“张大仙”于抖音开播，《和平精英》电竞赛事PEL度假岛杯在抖音进行赛事直播。双方或通过合作提升直播平台流量和游戏用户黏性，从而实现双赢。此外，小游戏赛道快速扩张，平台投资赋能显著。

同时，电竞赛事亦成为提升游戏知名度和用户黏性的出口。2023年12月，腾讯重磅新游戏《元梦之星》在发布会当日即公布了游戏的电竞赛事计划和相关合作信息，投入总计超过1亿元打造全民均可参与的游戏赛事生态。

## 创维集团：布局光伏赛道 扩大主业市场份额

●本报记者 武卫红

日前，创维集团董事会主席林劲在媒体开放日活动中表示，2023年公司实现了高速增长，展望未来，公司将推出更多主流产品，进一步扩大市场份额，努力实现千亿营收规模，打造具有国际竞争力的智能家电和双碳生态品牌。

### 新能源业务高速增长

据公司年报，2023年创维集团实现营业收入690.31亿元，同比增长29.1%；实现毛利96.45亿元，同比增长17.5%；实现归母净利润10.69亿元，同比增长29.3%。

据介绍，目前创维集团四大业务板块包括智能家电、智能系统技术、现代服务业和新能源板块。2023年，公司对旗下业务板块重新进行梳理，将原来的多媒体业务板块和智能电器业务板块进行整合，组建了全新的智能家电业务板块。同时，进一步明确新能源板块的业务范围，将分布式光伏和工商业光伏相关产业的业务进行整合。

报告期内，公司新能源业务增长最为亮眼。全年实现收入233.96亿元，同比增长95.89%，在总营收中占比提升至33.89%，仅次于智能家电板块。2023年，公司新增运营且并网发电的户用光伏电站超过23.3万户，累计建成并网运营的户用光伏电站超过44.2万座。报告期内，公司分布式光伏电站装机总量规模位列行业前三，稳居户用光伏赛道第一梯队。

报告期内，作为基本盘的智能家电业务保持稳定增长。其中，彩电业务坚持以产品线为主轴，对国内、海外以及原件设备制造(OEM)业务做了全面梳理和优化，实现了整体规模及营收的逆势增长，尤其是公司重点打造的新一代壁挂电视全年销量超15万台。冰洗业务方面，公司大力拓展新品种，布局新品类，多渠道协同并进，实现了销量超450万台、营收超45亿元的历史性突破。空调业务方面，公司深度挖掘自身潜力，首次实现盈亏平衡。厨电业务持续强化产品基础性能，营收增幅明显。此外，智能装备、光电商显示业务营收均实现较大增长，个护类家电业务精心打造新锐爆款，市场反响良好。

### 发力光伏领域

创维光伏董事长范瑞武表示，目前户用光伏行业已进入稳定成熟阶段，未来行业增长空间将主要来自工商业分布式光伏领域。下一步，公司将积极扩充产业链，布局储能、逆变器、组件、支架等业务品类，进一步提升市场份额。另一方面，公司还将走向海外，积极开拓市场。

“去年光伏业务收入增长主要是从8个省拓展到了全国，通过市场的拓展进入了行业前三。”范瑞武表示，公司依托在家电领域积累的渠道优势，并探索出一套标准化的运营模式，在户用分布式光伏领域快速抢占了市场。

在范瑞武看来，目前工商业光伏市场还比较分散，未来仍有增长空间。“我们针对平屋顶、斜屋顶、院子等不同的场景，把组件、逆变器和支架都进行标准化。”范瑞武介绍，目前公司在工商业光伏领域也推出了3种模式、4款产品，希望通过标准化快速拓展市场。

据介绍，在海外市场，创维光伏正在推进组件在海外市场获得认证，其中储能产品已经在非洲获得认证并有所销售。在欧洲市场，公司主要针对户用输出整套新能源解决方案。预计通过商业模式的创新加上产业链，未来市场份额有望进一步提升。

### 打造智能家电和双碳生态品牌

按照规划，今年创维集团将追求更有质量的高速增长。公司将紧跟全球发展趋势，在主流产品上下功夫，积极扩大主业市场份额，同时将继续坚守创新、质量和服务的发展理念，致力于打造具有国际竞争力的智能家电和双碳生态品牌。

在智能电器板块，2023年，创维集团持续加大智能产品的研发力度和提升产品竞争力，促进智能电器业务在国内以及欧洲、中东、亚太等海外市场的销售增长。创维集团副总裁吴启楠表示，未来国内市场白色家电仍有比较大的增长空间。在海外市场，彩电、冰箱、洗衣机和空调有希望通过全品类的推广得到较大的增长空间。

按照计划，创维集团未来将在第一增长曲线做强品牌，明确METZ高端、SKYWORTH国民、COOCOO新潮的品牌定位，并通过全品类协同做大规模。在第二增长曲线，公司将聚焦光伏新能源，投身双碳生态，完成从民用到商用，从中国走向世界的布局，并对员工坚持结果导向和事业合伙人机制，对客户始终真诚信赖，坚持双赢互利，实现营收千亿目标。



创维集团办公大楼

公司供图

# 新品密集上线 “游戏+”商业化步伐加快

●本报记者 杨梓岩 见习记者 陈子轩

今年以来，游戏市场出现回暖迹象。不少厂商近期密集发布新游戏，备战暑期档。更值得关注的是，在游戏业务之外，游戏直播、电竞等相关服务的商业化步伐正在加快，“游戏+”领域吸引多方关注。

## 新游戏陆续上市

日前，腾讯、网易相继发布新品。腾讯游戏于5月21日正式开启年度重磅手游《地下城与勇士：起源》（以下简称“DNF手游”）公测，开服不到一小时即爆满。根据腾讯官方发布的公告，由于服务器（微信区）波动导致部分用户无法登录，将进行停机更新。目前腾讯游戏表示将于5月28日举行游戏发布会，届时也将更新一大批游戏产品进展。

5月20日，网易推出11款新游戏，根据网易的介绍，这11款新品不仅涵盖武侠、奇幻、射击、体育等题材，在画面风格、玩法上也各有千秋，例如借助高技术支持，打造出色视觉与玩法的《鸣潮》、米哈游旗下的《绝区零》、B站代理发行的《三国·谋

定天下》等备受关注的游戏IP都将在第二季度上线。

游戏厂商接连发布新游戏，国家新闻出版署也在5月20日发布了2024年5月份国产网络游戏审批信息，共有96款游戏获批版号。版号信息显示，有90款游戏获得了移动端版号，6款游戏获得了移动端+客户端双端版号。此次获批的新游包括恺英网络旗下的《百工灵》、吉比特旗下的《搏击双城：重构》、三七互娱旗下的《四季城与多米糯》、中青宝旗下的《对决！剑之川》等。

中国证券报记者统计，截至目前，2024年共有570款游戏获批版号，其中国产网络游戏版号524个，进口版号46个。银河证券研究员岳铮表示，目前游戏版号发放数量维持高位，供给端持续向好。从数量上来看，近两年发放的版号数量虽略有下降，但仍明显高于去年的平均水平。2024年前五个月版号发放数量为524款，同比增长超过20%。此举是监管层对行业持续释放的积极信号，版号稳中有增的发放趋势有望延续，这将推动行业供给端持续向好。

## 龙头企业业绩回暖

市场接连发布的重磅消息，为游戏行业带来利好。数据显示，2024年开年以来，龙头企业在游戏方面的业绩浮现暖意。

腾讯财报显示，其一季度游戏业务收入企稳。一季度腾讯国际游戏收入为136亿元，同比增长3%，本土游戏收入为345亿元，同比

下滑2%。从游戏流水的维度看，一季度腾讯国际市场游戏流水同比增长34%，本土游戏市场流水恢复正增长。安信国际分析师汪阳表示，由于存在递延收入，腾讯二季度本土游戏业务收入恢复正增长可期。

5月23日，网易发布2024年第一季度财报显示，其一季度营收为269亿元，归属于公司股东的净利润为85亿元。其中游戏及相关增值服务营业收入为215亿元，热门游戏《梦幻西游》手游、《第五人格》一季度收入创新高。

开源证券发布研究报告称，预计2024年至2026年，网易的归母净利润将分别达到339亿元、373亿元和404亿元，看好新游戏上线继续驱动公司业绩增长。中金公司发布研究报告称，维持网易“跑赢行业”评级。

银河证券认为，随着版号恢复常态化持续推进得到验证，新品陆续上线，游戏行业供给端趋于稳定，行业整体迎来向上周期。2024年第一季度新游戏上线数量同比略微增长，在2024年第二季度和暑期档，包括腾讯旗下的DNF手游、网易旗下的《燕云十六声》《永劫无间》手游等多款重磅新游戏已陆续开启测试和定档，或推动行业整体增长加速。

东莞证券发布研报表示，随着娱乐需求逐渐呈现碎片化，游戏玩法轻度化、休闲化趋势日益显著，看好休闲类赛道发展潜力。根据Sensor Tower的数据，2024年一季度iOS渠道下载测算榜TOP10中，有半数为轻度休闲玩法，其中，腾讯旗下的《元梦之星》、