

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,为端午节假日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中国证券报记者。

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格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。

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,暑期文旅预订单量(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

同比增长近两倍,其中,进入5月以来,预订热度同比涨幅达到247%。一方面,赴美游产品供给有所改善,去哪儿数据显示,今年5月以来,赴美研学产品订单量增长明显。去哪儿研学相关负责人介绍称,随着中美航班机票价格的下降,以及旅行社供应链端的产品增加,今年赴美研学产品的价格较去年下降三成左右,预订量增长了40%以上。另一方

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。

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欢向中国证券报记者表示。

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。”同程研究院首席研究员程超功告诉中国证券报记者,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票取票机,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。

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。目前微信服务器问题已经维修完毕。同时,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,例如借助高科技支持、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》、另类游戏三国风格的《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款游戏获批准版号。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款游戏获批准版号,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,近两个月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,龙头企业业绩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收为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,行业整体迎来自上周期。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,平台投流赋能显著。

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上表示,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。全年实现营业收入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纸电视全年销量超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的认证,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补链,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。公司将紧跟全球技术发展趋势,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。创维集团副总裁袁启楠表示,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、COOCAA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,实现营收千亿美元。



创维集团办公大楼

公司供图