

# 夏日文旅消费旺 出境游热度大增

端午假期再度点燃文旅消费热。中国证券报记者从国铁集团获悉,6月7日至11日,全国铁路预计发送旅客7400万人次,日均发送旅客1480万人次。多家在线旅行平台数据也显示,端午假期文旅预订单量同比增长接近70%。“国潮”“寻味”“民俗”成为端午假期消费者主要的旅行选择。

作为暑期出游高峰的开端,端午小长假为各地文旅打好暑期旺季“前哨”,暑期国内旅游产品预订量较去年同期显著增长,暑期出境游订单量有望同比增长100%。

● 本报记者 杨梓岩



贵州遵义赤水河畔民宿区

本报记者 杨梓岩 摄

## 端午游出“新花样”

中国证券报记者6月7日从国铁集团获悉,为期5天的铁路端午小长假运输已启动,自6月7日至11日,全国铁路预计发送旅客7400万人次,日均发送旅客1480万人次,6月8日为客流最高峰日,预计发送旅客约1700万人次。国铁集团运输部负责人告诉中国证券报记者,从铁路12306预售情况来看,今年端午小长假铁路客流以探亲流、旅游流为主。

端午假期旅游市场迎来预订热潮。中国证券报记者从美团获悉,端午假期文旅预订单量同比增长接近70%,北京、西安、成都、武汉等地成为热门旅游目的地。

各类新玩法涌现,其中“国潮端午”成为假期出游主题。汉服妆造约拍、汉服主题酒店、国潮主题餐厅、园林茶馆点茶……新中式游热潮下,国潮元素进一步渗透到本地生活的方方面面。在端午民俗氛围之下,北京、西安、南京等文化名城,成为假期沉浸式体验新中式游的好去处。

以西安为例,中国证券报记者了解到,端午假期西安各大景区将推出丰富多彩的文旅活动以及优惠措施,助推新中式游热潮。在唐文化旅游标志性景区华清宫,游客在木华水清门前独立背诵《长恨歌》全文,即可免费入园参观。

赛龙舟、吃龙舟饭、品尝各地风味粽子……端午假期,许多小城镇将以各类民俗体验活动,吸引更多周边城市游客前来短途游。龙舟文化浓厚的广东佛山凭借其非物质文化遗产项目“叠滘赛龙舟”成为今年端午假期的热门民俗小城。据美团数据,端午假期当地文旅预订单量同比增长超过80%。

此外,随着“体重达标”的小龙虾陆续上市,吃虾成为端午出游的理由之一。中国证券报记者从去哪儿获悉,湖北潜江、荆州,江苏淮安盱眙,湖南益阳等小龙虾产地迎来“吃虾族”,5月下旬至端午节,酒店预订量同比增长三成以上。

## 暑期旅游热度高

作为暑期出游高峰的开端,端午小长假为各地文旅打好暑期旺季“前哨”。

暑假周期长,消费需求旺,旅游频次高,不少热门目的地甚至可以迎来长达三个月的旅游旺季。据中国旅游研究院综合测算,去年暑期(6月-8月)国内旅游人数达18.39亿人次,暑期旅游热度显著高于2019年同期,许多景区接待游客人数达到历史最高水平。今年暑期旅游市场能否延续去年热度,引发各界关注。

携程数据显示,截至目前,暑期国内旅游产品预订量比去年同期已经显著增长。暑期长线游也迎来预订高峰,长线游目的地仍不乏“爆款”。

北京、上海、贵阳等地成为暑

期国内旅游热门目的地。以贵阳为例,近期凭借万人“路边音乐节”,贵州省以及贵阳市旅游热度大幅提升,携程平台上贵阳暑期旅游订单同比增长174%。今年热播的电视剧《我的阿勒泰》则进一步带动新疆旅游。截至目前,新疆多地旅游订单增长显著,5月下旬以来阿勒泰地区包车游产品预订量同比增长181%。

从旅游消费人群来看,今年暑期“00后”消费群体增长最为显著,其旅游预订量同比增长78%。暑假也是亲子游、研学游的旺季。携程平台上,暑期国内游亲子人群占比近半,暑期亲子自驾订单占比超过4成。研学游更是延续去年暑期“一位难求”的火爆,携程游学平台研学产品的预订量已经与去年持平。从花费来看,今年暑期国内研学游产品的人均费用相较2019年降低了10%。

携程研究院行业分析师方泽茜告诉中国证券报记者,“00后”覆盖高考生、大学毕业生等学生群体,今年暑期“00后”的旅游订单占比从去年的9%增至12%,学生群体在暑期旅游市场的重要性进一步提升。

## 出境游产品丰富

暑期出境游产品也进入预订高峰期。出境游上市龙头众信旅游方面向中国证券报记者表示,公司暑期出境游产品丰富度较去年同期提升约45%,欧洲产品丰富度提升最为明显。截至目前,暑期出境游报名人数已与去年同期持平。伴随着免签短途目的地持续扩容,预计2024年暑期出境游人次较去年将提升100%。

携程平台数据也显示,截至目前,暑期出境度假产品预订量同比增长近乎翻倍;暑期出行的签证办理量较去年增长1.5倍;暑期包车相关的出境游订单量同比增长约70%;出境游接送机订单量同比增长80%。

从目的地来看,受近期日元汇率影响,中国游客热衷“跟着汇率去旅行”。今年第二季度,携程平台上日本签证办理量同比增长5倍。叠加今年欧洲杯和奥运会的举办,欧洲产品的关注度也持续高涨。当前预订暑期奥地利、德国的旅游产品订单量同比增长均超2倍,瑞士、意大利、西班牙、法国订单量增长超1倍。

此外,伴随着向我国免签的“朋友圈”国家不断扩容,马尔代夫、阿联酋等目的地均成为我国游客免签入境的目的地国家,越来越多的游客选择在暑期来一场说走就走的旅行。

航班运力恢复,长线机票降价也为暑期出境游添上“一把火”。多数长线出境游的旅客已经提前订下行程,携程机票数据显示,今年暑运,旅客长线出境游搜索指数较去年同期上升22%。长线出境游票价也有所回落,整体票价较去年同期下降12%。

## 端午档新片丰富 带热暑期观影消费

● 本报记者 杨梓岩

端午假期来临,不少观众再度走进影院,开启假期观影消费。据灯塔专业版数据,截至6月7日,2024年端午档(6月8日-6月10日)档期内预售票房突破1.3亿元,《谈判专家》《扫黑·决不放弃》《我才不要和你做朋友呢》三部影片档期预售票房均超过3000万元,暂列前三名。今年共10部影片定档端午,类型丰富、题材多样。业内人士认为,端午假期虽然不长,但新片供给充沛,作为暑期档前奏,有望点燃暑期影视市场。

### 暑期档前奏

“端午档虽假期不长,又临近暑期,学生将陆续放假,因此作为暑期档的前奏,承担着带热暑期大盘的作用。”猫眼研究院高级分析师尹腾宇告诉中国证券报记者,近几年端午档定档影片均较多,今年影片定档为正常水平。

从题材来看,相比于五一档和去年端午档,今年端午档的新片数量不算少。在类型上,端午档新片涵盖喜剧、悬疑、犯罪、剧情等,端午档叠加高考季,青春题材电影也未在档期内缺席,其中有多部电影热度较高。重点国产片中,《扫黑·决不放弃》为近几年热门“扫黑”题材,猫眼数据显示,其关注度为档期最高,预售票房也位列端午档第一梯队;《我才不要和你做朋友呢》为青春喜剧类型影片,青春题材对年轻、学生群体吸引力强,且有2020年同名爆款剧集IP支撑,关注度较高。《谈判专家》为双影帝刘青云和吴镇宇主演港片,在华南地区受关注度高。

此外,近年来端午档也是动画影片上映的重点档期。灯塔专业版数据分析师陈晋告诉中国证券报记者,去年端午档上映的动画片数量比较多,今年端午假期在时间与儿童节比较接近,预计在六一儿童节票房表现优异的动画片《哆啦A梦:大雄的地球交响乐》《加菲猫家族》也将在端午档有一定的市场空间,满足带小孩的家庭观众观影需求。

### 观影选择更多元

去年端午档现象级影片《消失的她》以一己之力将暑期档热度提前至端午,而从预售情况来看,今年端午档暂未出现现象级商业大片。

猫眼研究院高级分析师张彤告诉中国证券报记者,去年端午档的重点影片有《消失的她》和《我爱你!》,由于《消失的她》分走该档期56%的票房,所以留给“腰部”影片的排片份额很有限。尽管去年端午档也有10部新片上映,但实际上观众的观影选择并不多。

目前看来,今年端午档以“中腰部”影片为主,涵盖了犯罪、喜剧、战争、家庭、悬疑、动画等多个类型,国产片与进口片同台竞技,给观众充分的选择空间,但目前还未能看到一部超头部的

影片。

“商业大片制作成本高、周期长,产量较少,一般会选择春节、国庆和暑期等重点档期。”尹腾宇分析认为,目前暑期档定档影片数量较少,预计接下来会有更多重磅影片定档暑期。在档期缺乏商业大片的市场环境下,小而美(小体量高口碑)及“腰部”重点影片会有更好的票房释放空间,通过长线放映收获高于预期的总票房。

陈晋认为,今年以来电影市场档期效应依然显著,春节档、清明档均创造历史最高票房成绩,五一档票房也进入了影史前三,其中喜剧片、动画片表现亮眼,深受家庭观众的喜爱,这说明合家欢观影的刚需在大档期更显著,今年端午档供应的家庭片、喜剧片、动画片内容供应充足,观众选择更为多元。



北京市一影城内

本报记者 杨梓岩 摄

### 头部企业竞相布局

相比五一档,今年端午档影视头部企业竞争更为激烈。从主投主控来看,联瑞影业、万达电影、光线影业、儒意影视等均参与到跨度仅3天的端午档。

《谈判专家》由联瑞影业主投。五一档中,联瑞影业参与出品的《九龙城寨之围城》,累计票房已破6.6亿元。端午档上映的《谈判专家》同为港片,目前市场期待值较高。《扫黑·决不放弃》关联17家出品方、发行方,其中包括春秋时代、光线影业。《我才不要和你做朋友呢》出品方包括万达电影、儒意影视、横店影视,还吸引了华策电影、金逸电影、欢瑞世纪等企联合参与出品。

华西证券研报分析认为,多部影片将在3天的端午节假日内集中上映,《扫黑·决不放弃》《我才不要和你做朋友呢》《走走停停》《美国内战》《疯狂的麦克斯:狂暴女神》等佳作竞逐端午档,看好端午假期电影票房表现,院线热度有望延续至暑期档。

此外,随着电影市场复苏,相关公司业绩正在持续修复。例如,阿里影业2024财年财报显示,受益于电影和演出行业的蓬勃发展及业务结构的多元化布局,截至2024年3月31日,阿里影业实现收入约人民币50.36亿元,同比增长44%;经调整EBITA连续4年实现盈利,盈利约人民币5.04亿元,同比增长61%。2024财年,阿里影业电影投资制作及宣发收入约人民币20.72亿元,同比增长69%;电影票务及科技平台收入约人民币9.2亿元,同比增长76%;IP衍生品及创新业务收入约人民币10.53亿元,同比增长9%。

## 近三年净利复合增长率近26% 深市绿色低碳公司 解析增长“密码”

● 本报记者 黄灵灵

6月6日,深交所“能源革命焕新机”为主题,组织国轩高科、吉电股份、科士达、上能电气召开集体业绩说明会。各家公司董事长、总经理、财务负责人、董事会秘书等核心成员积极解析公司成长“密码”,坦诚回应投资者关切。

记者了解到,目前,深交所汇聚了近330家绿色低碳领域上市公司,总市值超5.5万亿元,占深市上市公司总市值的18%。近三年,深市绿色低碳领域上市公司营业收入复合增长率达24.15%,净利润复合增长率达25.71%,在助力构建清洁低碳、安全高效的新型能源体系方面发挥积极作用。

### 一季度业绩亮眼

此次参加业绩说明会的公司,有的是能源市场的“老将”,有的是新能源领域的“新兵”,但都不约而同瞄准并站上了绿色低碳的“风口”,乘势而上建立起竞争优势,在实现自身成长的同时,推动能源革命焕发新活力。

上能电气是储能变流器头部供应商,今年一季度,公司实现营收7.11亿元,同比增长14.71%;实现净利润约5109万元,同比增长39.91%。

“2023年及今年第一季度公司营业收入和净利润同比大幅增长,主要是由于国家光伏和储能业务项目装机容量大幅增加,公司紧抓行业机遇,迅速扩大销售规模。同时,通过研发和商务降本,提升了主营业务的毛利率。”上能电气副总经理、首席技术官李建设说。

吉电股份今年一季度也取得了创纪录的好业绩,公司主要业务涉及新能源、氢能、综合智慧能源及火电、供热、电站服务等领域。2023年公司归母净利润首次突破9亿元,创历史新高,且连续两年涨幅超过30%;今年一季度延续良好发展势头,实现归母净利润逾6亿元,再创同期最好水平。

当被问及2024年经营预期时,吉电股份董事长杨玉峰表示,公司2023年新增装机容量105万千瓦,主要在2023年下半年投产,2024年全年运行,会增强公司效益。2024年新投产的新能源项目也将提供效益增长支撑,从2024年一季度经营结果看,公司新能源板块表现优于去年同期。

### 做大技术“鱼池”

在业绩说明会上,多家公司透露了新技术布局进展。这些公司在做强主业的同时,主动探索前沿技术,做大技术“鱼池”,积极寻找未来增长空间。

国轩高科是国内动力电池产业中最早进入资本市场的新能源企业之一。今年一季度,公司实现营收75.08亿元,同比增长4.61%,扣非归母净利润同比增长195.26%。

近年来,公司积极探索固态电池技术。国轩高科董秘汪泉介绍,公司目前已实现车规级全固态电池制备及基础性能验证,电芯能量密度可达350Wh/kg,是全固态电池从0到1的突破,成功通过严苛的200摄氏度热箱测试,为高比能、高安全电池体系提供了新的实现路线。

同时,国轩高科将动力电池向低空领域延伸。“目前公司已对接国内外头部低空飞行客户,合作进展顺利。”汪泉说道,eVTOL电池的需求有“三高快”的特点,即高比能、高功率、高安全和快充,公司针对eVTOL电池要求进行精准开发和应用布局,目前在研电池能量密度大于320Wh/kg,且均可实现12-20C高倍率放电,满足起降期间大功率要求。

### 掘金海外市场

新能源公司出海已成为大势所趋,深市绿色低碳公司也不甘为人后,积极布局海外市场并取得长足发展。

“2023年,公司境内与海外业务实现双增长,出口业务占比首次超过国内业务。”科士达副总经理、董秘范涛表示,随着“双碳”目标的提出,全球各国由政府主导推进新能源布局,很多方面都有绿色通道;在全球多个国家和地区,光伏和储能等新能源业务都有政策补贴。在后续市场开发过程中,政策推动加之市场需求旺盛,市场整体空间较大。

科士达主营数据中心及新能源领域核心设备及系统方案。2023年,公司营业收入约54.4亿元,同比增加23.61%;归母净利润约8.45亿元,同比增加28.79%。

当前,新能源公司出海面临一些国际扰动因素,但这并没有影响头部公司全球化布局的决心。“国际合作的持续深化,将全球电动化产业推到了新的高度。中国新能源汽车产业的进步全球有目共睹,产业链全球化协同发展过程中,世界离不开中国的产品。”汪泉说。

据了解,国轩高科海外市场布局较早,目前已经形成了亚太、欧非和美洲三大海外业务板块,并拥有TATA、Ebusco等较为牢固的海外客户;公司海外产业链布局完善并有序推进,已在德国、泰国、美国硅谷等地完成部分PACK线的投产;公司电池产品全面覆盖磷酸铁锂、磷酸锰铁锂和三元等多种材料体系,能契合海外市场各类整车与储能客户的需求。

“国轩高科始终将全球化作为公司重要的发展战略有序推进,并在此过程中形成一些独有的特点,这些因素将推动公司全球化战略在未来取得进一步发展。”汪泉说。