

聚焦旅游业

# 旅游业复苏尚需时日 迪士尼全球关园市值蒸发2800亿元

■本报记者 矫月

随着国内旅游景点的陆续开放,备受游客关注的上海迪士尼乐园何时开放也成为一大话题,近日,诸如“迪士尼停发10万员工薪水”“上海迪士尼申请开园”等消息再次掀起公众的热议。

那么,在“五一”假期来临之际,上海迪士尼是否会开园呢?对此,《证券日报》记者致电上海迪士尼,对于开园等事宜进行了咨询,相关工作人员回复称:“目前还未收到开园的相关信息,现在还无法预售票。”

有关上海迪士尼何时开园的问题,上述人士并未给出明确答复:“如果收到确实消息,公司将会第一时间在官网、App或微信等多途径发布开园消息。”

## 10万员工停工 哭晕“米老鼠”?

有分析人士称,迪士尼的利润有近半来自于乐园、体验和产品的业务。而此次全球关园将对公司业绩影响巨大。

为了节约成本,减少损失,迪士尼的一众高管纷纷表示减薪,近日,迪士尼更是传出将停发10万员工工资的消息。对此,摩根大通的分析师Alexia Quadrani表示,由于劳动力成本占运营成本的45%,因此,让员工休假以及其他成本削减,将为迪士尼每月节省约5亿美元。

对于此次迪士尼10万员工停工,

有网友戏称“米老鼠要哭了!”

查阅迪士尼的市场表现可知,公司股价从2020年2月20日的140.37美元/股一度跌至3月18日的79.07美元/股,一个月的时间股价下降43.67%。截至4月22日,公司股价报收100.99美元/股,市值较2月20日缩水395.66亿美元,折合人民币2800亿元。

从今年1月份,上海迪士尼乐园已经关闭了近三个月的时间,但是为了减少损失,迪士尼小镇、星愿公园和上海迪士尼乐园酒店部分,已在3月9日恢复运营。

上海迪士尼乐园相关工作人员向《证券日报》记者表示:“虽然部分乐园开启,不过运营的时间比之前要短,其中,小镇的运营时间已经缩短,是从11时开始到19时结束。”

据了解,迪士尼酒店恢复运营后,还推出了一系列活动吸引客流,比如在4月17日上线的冰雪奇缘下午茶、冰雪主题晚餐,还有米奇与米妮队形的春日庆典等活动。但据上述迪士尼工作人员向记者透露:“目前,去上述运营项目游玩的游客并不多,我们也没有对游客进行限量。”

上海文旅产业研究院执行院长李萌向《证券日报》记者分析称:“目前,迪士尼遇到的困难是行业中比较典型的事例,算是此次疫情中全球旅游业的一个缩影。在财务压力下,人工成本、设备维修等费用都是迪士尼要面临的难题。”

“如果上海迪士尼乐园开园的话,那么,设备的运行、人工成本等都会增加,而如果游客人数过少或达不到预期,迪



迪士尼将面临两难的境地。”李萌如是说。

## 旅游业进入洗牌期 业内称旅游企业需适时转型

事实上,在上海迪士尼申请开园的消息传出后,游客对此持不同看法。

有游客向《证券日报》记者表示:“以前在上海迪士尼玩一个项目要排很长时间的队,人太多了,相信此次开园,游客会少很多,去玩正好。”

但也有游客持不同意见,其向《证券日报》记者表示:“相比在人少的时候去迪士尼乐园玩,我还是想观望一下,这个时候带孩子去玩,还是有风险。”

事实上,在国内疫情得到控制后,随着各地旅游景点的逐步开放,出门旅游的游客也逐渐增加。据《证券日报》记者采访多处景点了解到,有部分户外

景点,尤其是地形广阔的景点,游玩的人数较多,而室内景点,游玩人数很少。以黄山为例,在推出免费政策后,景点就人满为患,限制的2万人数很快就达到上限。但也有一部分景点却被冷落,虽然也有限制人数,但每天游玩的人数少之又少。

李萌表示,面对即将到来的“五一”小长假,一些地方政府采取发放消费券、组织消费节等刺激文旅消费的新举措。刺激消费是恢复经济的重要举措,在节假日期间采取一定的鼓励消费的举措,是必要且合理的。但是需要注意的是,在疫情防控常态化条件下,刺激文旅消费不宜操之过急,还需把握好重点和节奏。“对部分热门景区而言,可能迎来客流高峰。这对文旅企业和消费者而言,都是很大的考验,需要按照疫情防控常态化的

工作要求做好防控举措,严防人多聚集在一起造成交叉感染。”

对于目前旅游行业的现状,李萌向《证券日报》记者分析称:“虽然景点逐步开放并接纳游客,但从安全性考虑,人们对于长途旅游仍有担心。目前,人们外出旅游还需要在心理上有个缓冲的阶段。”

日前,中央应对新冠肺炎疫情工作领导小组印发的《关于在有效防控疫情的同时积极有序推进复工复产的指导意见》(以下简称《指导意见》)。对于《指导意见》,李萌认为,在这种情况下,一些地方盲目力推文旅“报复性消费”的认识和做法并不可取。“安全、健康、有序促进被抑制的部分文旅消费的补偿性反弹,逐步推动近程文旅市场的率先复苏与转暖,着力激发都市及周边近距离、大空间、以家庭自驾为主要方式的高频次休闲消费活动,应当是当下文旅消费引导与刺激的重点所在。”李萌表示。

李萌向记者分析称,从出行安全来看,人们目前更喜欢自驾游,主要是在城市周边开阔地区进行家庭式游玩。“虽然城市周边的自驾游对于旅游公司来说收益不高,但是高频次的自驾游消费需求将会在今后慢慢放大,疫情防控常态化条件下,文旅消费市场从逐步复苏到全面振兴,需要一个较长的时段。既需要给文旅企业一个转型升级的时间,促使业界在安全、健康、绿色、智能方面,对文旅环境、产品服务做出更多改进与提升,也需要给消费者一个心理情绪转换上的缓冲期。”李萌如是说。

# “五一”出行新风景 “一小时高铁游”变“三小时省外游”

■本报记者 李乔宇

今年“五一”假期是自2008年取消黄金周后,12年来最长的一个“五一”假期。从近期部分OTA平台披露的信息来看,随着京津冀健康码互认,游客们的出行路线也由“一小时周边游”到“三小时省外游”试客。

但另一方面来看,往日的热门旅游城市热度回落,三亚、昆明等地却在近5天的假期遭遇冷落,部分航司甚至推出了打折机票试客。

据申万交运研究员郭晶告诉《证券日报》记者,“五一”机票价格偏低反映出远程出行需求恢复尚需时日,尤其在疫情防控要求更高的北京等地区,需求仍较低迷。

据去哪儿网披露的数据显示,今年“五一”假期,平台预计出游旅客量

与清明假期相比增长近四成,游客出行结构仍以“两大一小”“两大两小”为主,放松“遛娃”成为主要需求;国内度假型酒店预订量周对周环比增2.36倍。

从出行范围来看,与清明“小长假”相比,今年五一假期的出游时间显然更加充裕,游客的出行选择也更丰富,因此游客出行范围由清明小长假的“1小时高铁游”逐渐扩大至“3小时生活圈”。

自“京津冀地区健康码互认”确认后,京津冀地区的“五一”出游需求进一步释放。数据显示,不仅4月30日北京出发至北戴河的部分车次已现售罄,4月18日至4月20日期间,秦皇岛度假型酒店五一假期预订量环比上周同期增长2.6倍,北戴河附近度假酒店格外受到青睐。

包邮区表现同样活跃,来自飞猪的数据显示,上海与杭州排在“五一”

周边游热门城市前列,成都和重庆人也是“五一”出游主力。对比两年“五一”旅游产品均价发现,“五一”期间酒店已恢复去年假期常态水平,均价仅比去年低了2%。另外,“五一”期间的机票价格同比降幅超过三成,部分往热门城市的航线,在“五一”期间甚至可以买到低至1折的机票。

折扣低于1折的机票亦并不罕见。在非热门时段,部分机票折扣甚至达到0.4折。据《证券日报》记者尝试从飞猪平台搜索北京到昆明的机票时注意到,4月26日,由北京前往昆明,起飞时间在9时15分的某国航司航班机票最低售价仅有180元。

“180元的机票价格只能覆盖变动成本,整条航线肯定还是亏损的。”郭晶告诉《证券日报》记者,疫情之下“现金流导向”取代“盈利导向”,只要能实

现现金流,航司还是会维持运营。

“现在限制很多,其实挺难做的,我们要首先保证不违规,然后在此基础上陆续开展业务。”某旅行社从业人士告诉《证券日报》记者,目前公司上线的产品都不包含大交通在内的当地游,“其实很多游客都有颗远行的心,但是旅行社还是只能做省内业务”。《证券日报》记者亦通过查阅部分OTA平台注意到,部分“机加酒”“跟团游”套餐虽仍能被搜索到,但跳转至下单页面无法顺利下单。

如是背景下,部分线下旅行社只能开打“擦边球”。上述旅行社从业人士告诉记者,“现在的办法是,比如一个北京的游客想要去云南,那么我们只能请客人自行乘坐公共交通到达云南,然后再由当地的分公司为他提供省内游产品,这样是不违规的。但是尴尬之处在于我们不能公开这么说,只能请销售单独去与游客沟通,向游客解释”。

在上述从业人士看来,当下环境中,OTA优势更大。另有某OTA从业人士对《证券日报》记者谈道,与传统旅行社相比,OTA平台更加灵活,“OTA的产品更多,比如机票、酒店、度假跟团游、门票,还有很多例如快速通道、休息室、接送机等业务线。对于用户来说可选择性也就更多。”该人士表示。

从部分旅游行业上市公司披露的上市公司一季度业绩预告可以发现,部分传统旅游行业上市公司披露了预亏公告,有OTA平台也预计一季度收入“折腰”。在旅游行业降温的日子里,传统旅行社以及OTA平台均无法独善其身。

“今年的重点不是盈利。”有OTA平台从业人士告诉《证券日报》记者,“是活着”。

# 工信部点赞新经济新动能逆势成长 专家预计今年5G网络建设将带动产业链投资逾万亿元

■本报记者 孟珂

4月23日,工业和信息化部新闻发言人、运行监测协调局局长黄利斌在国务院新闻办新闻发布会上介绍2020年一季度工业通信业发展情况。他表示,一季度,新经济新动能逆势成长,大力支持5G、人工智能、工业互联网、物联网、车联网、大数据、区块链等技术创新和产业应用。

黄利斌进一步介绍,在新冠肺炎疫情防控和远程教育、在线医疗、网络视频等新兴需求快速扩张,互联网应用在满足人们正常生产生活需求方面发挥了重要作用。一季度信息传输、软件和信息技术服务业增加值同

比增长13.2%,移动互联网流量在去年同期增长129.1%的基础上再增长39.3%,全国实物商品网上零售额增长5.9%。在产业发展方面,一季度集成电路、自动售货售票机、电子元件产量分别增长16%、35.3%和16.2%,3月份高技术制造业增加值增长8.9%。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对《证券日报》记者表示,从工信部发布的一季度数据来看,信息传输、软件和信息技术服务业增加值以及移动互联网流量实现大幅增长,这说明因新冠肺炎疫情影响的社交隔离需求,造成线下需求转为线上需求,无接触经济发展成为必选项,由此带动数字化产品产销的增长,促使

更多经济社会活动转移到线上开展。疫情催生的线上需求将加速经济社会活动的数字化进程,特别是产业的数字化提速意味着需要更完备的数字基础设施,从而需要5G等新基建的投资提速,这是疫情影响下消费需求带动的设施升级需要。

值得关注的是,工信部日前针对5G发展发布《关于推动5G加快发展的通知》显示,要求全力推进5G网络建设、应用推广、技术发展和安全保障,充分发挥5G新型基础设施的规模效应和带动作用,支撑经济高质量发展。这被视为2020年度中国5G发展的“纲领”性文件,迅速引发全产业链关注,为产业发展指明方向。

刘向东预计,今年我国5G网络建设投资规模累计将达3000亿元,如按照1:2.5的比例带动产业链上下游以及各行业应用投资的话,预计将释放万亿元的投资规模。

值得关注的是,新基建不仅在“建”,也在“用”。苏宁金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示,在新基建之中,以5G、人工智能、大数据等为代表的新一代信息技术不仅会深刻重塑各行各业的发展,还将催生更多种类的新型消费业态及应用场景,如新型智能终端、虚实交融的沉浸式体验场景等等,这些都会激发出广大民众的消费意愿,进而促进消费增长。

刘向东表示,新基建主要是通过

投资拉动的作用,带动上下游产业链的投资增长,对引导消费具有重要作用,特别是在信息消费、智慧城市等领域具有重要支撑作用。

“以5G为例,一方面,5G商用的深入推进,以及相关基础设施的不断完善与升级,必将带来智能手机与可穿戴设备等终端产品的大面积升级换代,这便会释放出巨大的消费动力;另一方面,5G技术将会为消费市场的供给端赋能,无人汽车、无人机、VR、AR等新兴业态的春天将会来临,同时5G还将大大重要医疗、工业、娱乐、安全、物联网等诸多领域的发展,而这些都会推动消费市场供给端的升级,进一步改变居民生活,并带动消费的扩大。”付一夫说。

# 物流从业者眼中的复工复产:人员陆续到岗 美食不可辜负

■本报见习记者 昌校宇

复工复产有序推进,《证券日报》记者带大家到一线看一看物流从业者的工作情况,以及他们眼中的复工复产。

日前,中央应对新冠肺炎疫情工作领导小组印发了《关于在有效防控疫情的同时积极有序推进复工复产的指导意见》,明确提出要完善物流快递业相关防控措施,允许快递人员进入社区(村)配送。

4月17日,商务部办公厅与国家邮政局办公室联合下发了《关于深入推进电子商务与快递物流协同发展工作的通知》,明确将智能快件箱、快递末端综合服务场所纳入公共服务设施相关规划,提供用地保障、财政补贴等配套措施,鼓励电商、快递等企业与实体店、小区物业等开展末端配送服务合作。

北京市朝阳区百世快递办公分部负责人魏国栋对上述政策深有体会。他告诉记者:“政策发布前,社区、写字楼等均不上快递员投递;政策发布后,北京市90%的社区已允许快递员进入投递,不过目前只能将快件放入社区内的智能快递柜里,单元楼仍不可进入。”

根据该分部今年以来的整体业务情况,魏国栋透露,从快件的形态和特别标注的水果件面单来看,消费者在线采购生活用品和生鲜食品同比明显上升,占比(所有派送快件量)60%,商务件同比有所降低,占比10%。

魏国栋以写字楼的派件情况为例介绍道:“随着北京市内企业逐步复工,4月中旬以来,我们负责片区内的写字楼也变得热闹起来。之前,由于写字楼内入驻的企业采取防控措施,员工到岗率不超过50%,所以快递

员派送写字楼的快件经常因为收件方不在而出现重复派件的情况。现在,企业员工到岗率逐步攀升,快递员的派件率也提升至95%以上。此外,为减少收件方重复下楼取件的数量,同行企业开启‘抱团取暖’模式,旗下快递员组织约定同时间段到同一写字楼派件,达到多方共赢。”

《证券日报》记者近日从商务部官网获悉,商务部印发了《关于在做防疫工作的前提下推动商务领域企业有序复工复产的通知》,要求各地商务主管部门指导企业按照零售、餐饮等行业防疫指南要求,营造健康安全的消费环境。同时,指导企业创新经营服务模式,鼓励运用线上模式开展业务,组织动员餐饮企业提供“移动食堂”或餐饮外卖服务。

四川省成都市的闪送员黄巍用一辆电动车和13块电池,在疫情防控期间

坚守岗位。他告诉《证券日报》记者,“自2月9日起,我个人就开启了‘复工模式’。起初,成都市最热闹的春熙路自晚上7点起就基本没人了,营业的也只有部分以火锅店为主的餐饮企业(不提供堂食服务,只能点外卖)。直到3月中旬,大部分餐饮、商超企业陆续复工,春熙路也开始有人气。”

黄巍透露:“从开工至今,我接到的订单有80%来自餐饮、商超企业,每天要跑200公里—300公里。截至目前,餐饮、商超企业的线上订单持续快速增长,派送商品品类也由原本的火锅、普通菜品、药品、日用百货等增加为多品类。此外,最初订单基本都是短程派送,现在逐渐有了长途派送。”

记者问及个人收入有何变化,黄巍坦言:“疫情初期由于人手不够,平台奖励等多重因素收入较高,目前收入有所

下降。不过我更喜欢现在的踏实感,因为我国疫情已控制在相对稳定的水平,让我对接下来的工作更有信心。”

盒马鲜生林奥店店长刘治以店内订单为例告诉《证券日报》记者,林奥店新开业一周,线上订单增幅就超过30%。其中,海鲜、水果、新鲜蔬菜成为增长最明显的商品,鲜花销量增长超过40%。

国际新经济研究院经济行为与中国政策研究中心主任、博士郑磊向记者总结道,目前来看,一方面全国企业复工复产的比例正在稳步提高。另一方面,为了防止疫情在人群间扩散,多数人对线上购物的需求明显提升,使得快速、外送的工作量和效率都有较快提升。上述情况也侧面说明,餐饮、商超等服务业的经营困境得到缓解,中国消费市场正在快速恢复,有序经济社会秩序正在回归。

## 新证券法上市公司监管制度解读

### 强化法律责任追究 遏制信息披露违法

■张子学

信息披露制度是证券市场的基石,以强有力的法律责任追究保障信息披露制度得到切实有效执行,是信息披露监管的最主要也是最后手段。新证券法通过第197条、第85条等条款,明显加大了对上市公司等主体信息披露违法行为的惩治力度与广度,完善了行政法律责任与民事赔偿体系。

首先,在整体上大幅度提高罚款力度的同时,区分了不同样态信息披露违法行为的行政法律责任层次,重点打击虚假记载、误导性陈述与重大遗漏,尤其是那些严重财务舞弊和通过违规占用、担保侵害公众公司及股东利益的欺诈行为。新证券法下,信息披露义务人违反有关及时披露、公平披露等要求,构成未按照规定披露,罚款幅度是50万元以上500万元以下;信息披露义务人报送的报告或者披露的信息有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,罚款幅度是100万元以上1000万元以下。这样规定,既贯彻了违法必究的原则,普遍增强了威慑,又针对不同违法行为的性质与危害程度,拉开了行政处罚档次。

其次,在继续聚焦发行人行政违法责任的同时,突出拓展了控股股东、实际控制人应当承担责任的范围。新证券法下,发行人包含了所有需要披露股票、债券发行文件的公司与需要持续披露定期报告、临时报告的“上市公司、公司债券上市交易的公司、股票在国务院批准的其他全国性证券交易场所交易的公司”。同时,追究发行人控股股东、实际控制人的责任,已经不再局限于组织、指使发行人实施信息披露违法的积极行为,也包括隐瞒相关事项、导致发行人信息披露违法这种更为常见的消极行为。两种情形下,控股股东、实际控制人均应受到与发行人同等程度的行政处罚。

第三,在追究发行人与其控股股东、实际控制人等单位责任的同时,强化对各层面责任人员的追究。新证券法下,应受到追究的直接负责的主管人员与其他直接责任人员,不再局限于发行人的董事、监事、高级管理人员,同样拓展至控股股东、实际控制人的董事、监事、高级管理人员。未按照规定披露情形下的罚款幅度是20万元以上200万元以下,虚假记载、误导性陈述与重大遗漏情形下的罚款幅度是50万元以上500万元以下。而且,根据近年来的证券执法实践,直接参与上市公司财务舞弊或者侵害上市公司利益的中层人员、核心雇员,乃至帮助、教唆发行人实施信息披露违法的外部人员,也会被认定为直接负责的主管人员或者其他直接责任人员。

第四,在注重追究发行人与相关人员责任的同时,以同样力度追究其他信息披露义务人与相关人员的责任。近年来,受到证监会调查处罚的其他信息披露义务人,从违反披露要求的大额持股披露义务人、上市公司收购人,逐步拓展至重组上市、上市公司重大资产交易中实施财务舞弊或者隐瞒重大事项的标的公司及其董事、高级管理人员以及股东,以及隐瞒一致行动关系、股份代持关系或者参与上市公司治理过程中不当披露相关信息的上市公司股东。新证券法第78条明确,发行人之外的其他信息披露义务人,既可以由法律、行政法规规定,也可以由国务院证券监督管理机构规定。

第五,在强化行政法律责任的同时,加大了民事赔偿责任的范围与力度。新证券法下,不再局限于证券发行文件或者持续披露文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,也拓展至未按照规定披露;民事赔偿责任的适用主体,不再局限于发行人及其有关人员,也包括其他信息披露义务人;发行人控股股东、实际控制人承担连带赔偿的归责原则,也不再是过错责任,而是与发行人的董事、监事、高级管理人员和其他直接责任人员一样,适用过错推定责任;同时,不仅是保荐人、承销的证券公司,其直接责任人员也应按过错推定原则承担连带赔偿责任。

新证券法的实施,既充实、完善了追究信息披露违法责任的立法基础,也提出了如何通过精细执法、精准打击,真正遏制信息披露违法的诸多新课题。一是应当坚持“以人为本”,抓住核心董事、高级管理人员和控股股东、实际控制人这些“关键少数”,实行重点打击;同时,应关注到主要资本市场法域追究发行人责任的最新趋势,研究与解决中小股东可能受到的“二次伤害”与“循环赔偿”问题。其次,应研究推进行政处罚、刑事追究、民事赔偿三种责任手段之间的呼应、支持、互补与协调衔接,尽快研究修订信息披露违法民事赔偿责任司法解释,尽快研究调整违规披露、不披露重要信息的刑事移送标准,进一步优化以行政处罚为主干,以刑事追究为后盾,以民事赔偿为补充的三位一体的责任追究体系与执法机制。三是在新证券法引入鼓励自愿性披露,允许发行人在董事、监事、高级管理人员对发行文件和定期报告表示异议等机制后,尽快研究发布相应的安全港规则。

(作者系中国政法大学民商经济法学院教授)