

# 旅游业奏响复苏强音 明年“五一”有望恢复至2019年同期水平

■本报记者 许洁

12月26日晚间,国家卫生健康委办公厅印发《关于对新型冠状病毒肺炎实施“乙类乙管”的总体方案》(以下简称《方案》),取消入境后全员核酸检测和集中隔离,提出根据国际疫情形势和各方面服务保障能力,有序恢复中国公民出境旅游。

“这标志着旅游行业的复苏和发展在政策层面已经全面明朗,所以,旅游行业非常振奋。”北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋对《证券日报》记者表示。

12月27日,《证券日报》记者在众信旅游网查询发现,跨境游相关产品依然未上架。对此,众信旅游内部人士告诉记者:“今天来咨询的人非常多,但因为《方案》是从2023年1月8日起执行,并且《方案》提出的是‘有序恢复’,因此我们还在等文旅部的具体通知。出境旅游如果有序放行的话,大概是先放开亚洲地区,然后才是欧美地区等。产品价格方面,因为航空公司和酒店的价格还没确定,所以不清楚是否会较此前有所调整。”



美国、新加坡、马来西亚、澳大利亚和英国等地,成为搜索量增长较快的热门目的地,春节出境跟团游产品的相关搜索量猛涨6倍。

同程旅行相关人士对《证券日报》记者表示,截至12月27日上午9时,同程旅行平台国际机票订单量已经达到26日全天的2.5倍。用户凌晨下单量猛增,27日早晨7时后订单量再次迅速攀升,单小时环比涨幅达到271%。中国香港、中国澳门、迪拜、吉隆坡、芭提雅等地的酒店预订量涨幅明显,截至27日中午12时,曼谷地区单日订单量涨幅为147%。

此外,12月27日,国家移民管理局发布公告,自2023年1月8日起优化移民管理政策。有序恢复受理审批中国公民因出国旅游、访友申请普通护照,恢复办理内地居民旅游、商务赴港签证。

“签证也是用户非常关注的方面,12月27日的签证咨询量较前一日上涨15倍,达到三年来的峰值。”上述同程旅行相关人士表示。

携程研究院战略研究中心主任彭涵对记者表示:“尽管2020年以来中国出境游总量低迷,但出境游人均消费不降反升。携程数据显示,近半年来内地出境的机票及高星级酒店人均花费较2020年之前分别增长了64%和40%。这一现象与出境航班和酒店在供给端的某些限制有关,也与海外旅游市场的复苏节奏关系密切。可以预见的是,跨境游限制解除

会极大刺激中国用户的旅游度假需求,此外,考虑到目前的价格洼地效应,也将带动亚洲国际旅行市场快速复苏。”

## 明年“五一”可恢复至2019年同期水平?

根据天眼查12月27日提供的数据显示,我国目前有31.3万家名称或经营范围含旅行社的企业。近年来,相关企业注册数量持续增加。2019年新增6万家;2020年新增5万家;2021年新增6万家;2022年至今新增4.7万家。从注册时间看,超过65%的企业成立于近五年内。可见,作为我国第三产业中的重要支柱产业,旅游业依然韧性十足。

有券商分析师指出,随着疫情防控措施优化,以旅行社为主要代表的旅游综合服务板块龙头企业,有望凭借较强的资源整合能力及线上线下协同优势,迎来业绩反弹及盈利能力恢复。

“我们判断明年‘五一’前后能够全面恢复到2019年同期水平。能够在这个判断之下,可能还有一点结构性差异,比如东南亚旅游市场率先恢复,然后欧美地区占比回升。”杨彦锋表示,“在复苏过程中,航空板块、出境旅行社板块等,包括众信旅游、凯撒旅游等都会率先受益。而像携程、同程等OTA平台本来就相对较强,明年一季度业绩可能会更好。”

● 12月27日上午,中国内地出境机票订单环比26日同期有大幅上涨、整体增加254%

● 12月27日的签证咨询量较前一日上涨15倍,达到三年来来的峰值

王琳/制图

携程内部人士对《证券日报》记者表示:“《方案》提及将有序恢复出境旅游,后续可能会先从一个别城市试点开始,从短线再到长线的地区和国家逐步恢复。旅游企业明年一季度业绩表现仍视后续复苏进程而定。”

经验丰富的从业人员是旅游业发展不可忽视的力量,关系着旅游企业的服务能力和服务质量。根据文旅部市场管理司发布的《2021年度全国旅行社统计调查报告》显示,2021年,全国旅行社从业人员中,签订劳动合同的导游数量相比2019年减少了近3万人。随着提振旅游业相关政策接连发布,企业是否已经做好了准备?

“目前的人员数量相比2019年及之前肯定有了很大变化,不少人都转行了,但我们的核心人员还在,旅行社的资源也还在。公司持续保持与新老客户、各境内外资源渠道的密切联系,为业务的全面复苏做好充足准备。”众信旅游内部人士对记者表示。

途牛内部人士也对《证券日报》记者表示:“我们会抢抓回暖时机,正在积极筹备产品,待出境游正式开放后,预计日本、泰国、新加坡等热门目的地的产品将首发上线。机票方面,随着出入境政策的调整,我们也会对出入境机票相关基础信息做了全面的合规检查,途牛官网及客户端将全面恢复出入境机票展示界面,设计更加醒目,预计本月底前完成更新。”

## 企业迎来新机遇新考验

整体来看,当前旅游市场呈现出的新趋势、新业态和新亮点,将为旅游行业带来新的机遇和考验。

北京执惠集团创始人董事长刘照慧在接受《证券日报》记者采访时表示,相关旅游企业需要做好三方面准备:“首先,是产品供给和产品服务、体验等方面的准备工作;其次,是需要积累能应对产品采购供应链的资金实力;此外,旅游产品在最近三年不断更新迭代,而在国际旅游市场打开以后,新疆、青海、西藏等地的旅游市场还将面临国际旅游目的地的客源竞争,相关旅游企业需要做好相应的准备。”

周鸣岐表示,国内旅游行业有望在2023年春节假期迎来一波小复苏,以海南等为代表的远途旅游目的地市场或呈现较好行情。“未来我国旅游出入境政策、宏观经济形势将是影响行业整体复苏趋势的重要因素,预计观光类的旅游收入占比会有所减少,体验型消费和增值服务占比提升,在此趋势下,旅游行业公司需要持续推进转型升级,提升经营理念,并着力提升自身的产品和服务,通过更多的体验产品和增值服务来推动人均客单价和游客的二次消费提升,同时,旅游产品也将越来越注重体验化、差异化、精细化。这些行业趋势都值得企业关注。”

携程内部人士对《证券日报》记者表示:“我们会抢抓回暖时机,正在积极筹备产品,待出境游正式开放后,预计日本、泰国、新加坡等热门目的地的产品将首发上线。机票方面,随着出入境政策的调整,我们也会对出入境机票相关基础信息做了全面的合规检查,途牛官网及客户端将全面恢复出入境机票展示界面,设计更加醒目,预计本月底前完成更新。”

# 新冠病毒感染将实施“乙类乙管” 行业人士称医疗基建将提速扩容

■本报记者 张敏 见习记者 熊悦

12月26日晚,国家卫健委发布公告,将新型冠状病毒肺炎更名为新型冠状病毒感染。同日,国务院联防联控机制印发《关于对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”的总体方案》(以下简称《总体方案》),2023年1月8日起,对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”,并相应调整了一系列防控措施。

业内人士表示,新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”后,疫情防控将围绕“保健康、防重症”展开。而加大各级医疗资源建设,填补补齐医疗资源短板,将成为今后疫情防控的主要措施之一。

巨丰投顾高级投资顾问赵喜龙对《证券日报》记者表示,新型冠状病毒感染降低防控措施级别后,发热门诊、重症医疗、医疗器械设备等医疗基础设施将成为长期市场需求。“尤其是病床、监护设备、制氧机、血氧仪及ICU病房相关的医疗器械配置需求会进一步放大,相关上市公司应进一步增产扩产,以满足重症患者的需要。”

## 医疗基建有望加速

目前来看,全国各地对新冠病毒感染相关药品、检测试剂、血氧仪等涉疫医疗物资的需求有所扩大,同时,医疗机构的发热门诊、重症患者救治也承压。

12月27日,国家卫生健康委政务司司长焦雅辉在国务院联防联控机制召开的新闻发布会上表示,在经历重症救治高峰的省份,重症床位的资源已经接近临界值,需要进一步扩充重症床位的资源,或者是加快重症床位的周转。

在这种情况下,开展分级分类医疗服务,强化基层医疗卫生机构救治功能、向基础疾病老年感染者倾斜医疗资源等,成为缓解医疗资源紧张的关键。

《总体方案》要求,重点做好住院床位和重症床位准备,配足配齐高流量呼吸治疗仪、呼吸机、ECMO等重点救治设备,改善氧气供应条件。二级以上医院均设置发热门诊,配备充足的医疗力量;有条件的基层医疗卫生机构应设置发热门诊或者诊室;二级综合医院应当独立设置重症医学科,二级传染病、儿童专科医院应当设置重症监护病房;三级医院要强化重症医疗资源准备,确保综合ICU监护单元可随时使用等。

# 家电市场回暖迹象显现 业界看好明年复苏表现

■本报记者 贾丽

家电与民生息息相关,家电消费是居民消费的重要组成部分,在稳增长、促消费、扩就业等方面发挥着重要作用。2022年接近尾声,家电市场的未来走势也备受市场关注。

“随着年底促销旺季来临,企业加速库存,家电行业承压局面将逐步好转,产业长期向好的基本面没有变。”中国家用电器协会执行理事长姜凤对《证券日报》记者表示,家电业要抓住促消费、扩内需的机遇,紧跟不断变化的市场需求,在高质量发展方面迈出新步伐。

近日,有多家机构发布研报预测,家电消费市场有望触底并回暖。12月27日,中金公司发布报告称,家电消费复苏是大势所趋,但消费短期或有波折,预计家电内需有望在未来1个季度至2个季度触底回升。华西证券也指出,从需求来看,目前家电消费景气度还在左侧,随着国家强化内需,将扩大消费摆在优先位置,家电需求有可能获得释放,预计需求端的拐点将能带来家电行业的估值提升。中泰证券则认为,2023年可以更乐观,看好家电的顺周期板块弹性。

今年以来,受多重因素影响,家电市场经历低谷期。全国家用电器工业信息中心数据显示,2022年一季度我国家电市场规模达到5224亿元,同比下降8.9%。

虽然前三季度整体规模下滑,但我国家电市场仍具有较强韧性,一些确定性成长机会正在出现。今年“双11”及“双12”期间,多家家电零售企业线下门店的绿色节能家电、高端家电、智能家电销售额出现环比超120%的上涨,回暖迹象显现。

“随着居民生活逐渐恢复常态,经济增长动力蓄势回归。市场主要的驱动因素来自生产生活回归常态后的消费者信心提升、消费者对品质家电和健康家电的需求复苏、部分积压需求的释放、行业产品与功能技术迭代升级、企业端和渠道端的共同推广等。”奥维云网总裁助理兼研究创新部总经理赵梅梅在接受《证券日报》记者采访时表示,奥维云网方面预计,明年家电零售额将同比增长3%。

中怡康白电事业部总经理王宏吉对《证券日报》记者表示,预计未来几个月家电市场将会逐渐复苏,明年全年家电市场会出现明显的上涨。“明年外部因素对消费的压制作用将会逐渐减弱,社会消费活力有望持续恢复。未来国家扩大消费的支持政策也会在全国各地落地,会有力拉动家电消费。明年中国经济回升潜力大,也将有力拉动家电消费。此外,随着房地产市场逐步回暖,家电消费将受到带动,出现明显增长。”

2022年,家电行业波折重重,相关企业面临业绩增长压力。从二级市场来看,格力电器、美的集团等公司股价走出下行曲线,估值减半。

中泰证券分析师认为,从业绩端来看,横向对比消费龙头,家电龙头估值尚在稀缺区间凸显黄金价值,后续随着消费补贴以及地产回暖的进一步拉动,家电行业边际改善后基本面弹性及情绪向上空间较大。企业应该把握“估值提升、国产替代、需求创造”的三重机会。

中国家用电器工业协会常务副秘书长张剑锋在接受《证券日报》记者采访时表示,纵观2022年,促消费政策不断出台、新国标发布均带动行业更规范地发展,技术迭代升级,智能高端家电出口火热反映市场还有空间待激发。家电企业想在激烈的同质化竞争中突围,要另辟蹊径,主动去捕捉政策、行业、市场等方面的变化趋势,动态捕捉消费者的新需求点,并在创新领域走在行业前列。

# “冬游西藏”即将启幕 西藏旅游称林芝各景区已恢复运营

■本报记者 舒娅疆

新一轮“冬游西藏”活动即将开启。西藏自治区旅游发展厅官网日前发布信息称,第五轮“冬游西藏”市场促进奖励(补助)优惠政策将于2023年1月1日至2023年3月15日实施。届时,除寺庙景区外,全区所有景区免费游览,相关酒店、旅游运输企业执行淡季价格,此外,符合条件的旅行社、航空公司还将享受奖励(补贴)。

分析人士认为,新一轮“冬游西藏”的启动将有助于进藏旅游需求的增长,有望带动西藏自治区旅游产业进一步复苏。预计2023年在旅游市场整体行情的推动下,包括西藏旅游在内的多家旅游类企业将迎来新的发展机遇。

## 多条“硬核措施”助力复苏

从第五轮“冬游西藏”市场促进奖励(补助)优惠政策实施方案来看,奖励(补助)对象包括区内组织招徕接待区外旅游团队的旅行社、旅游景区(寺庙景区除外)、旅游运输企业和执行淡季价格的航空公司。

旅行社方面,对区内旅行社组团累计接待游客达到800人以上的予以奖励10万元,每增加100人追加奖

励5万元,单个旅行社累计奖励金额不超过80万元。航空公司方面,因支持“冬游西藏”,在活动期间各航空公司调整增加运力(如增加航班、小机型改大机型等),按同比增加后的净增进藏旅游者200元/人进行补助。

此外,以包机形式组织旅游者进藏旅游的旅行社,每班包机超过100人(含100人),奖励10万元;每班包机超过200人(含200人),奖励15万元。以专列形式组织旅游者进藏旅游的旅行社,每趟专列超过300人(含300人),奖励20万元;每趟专列超过400人(含400人),奖励25万元。

不仅如此,该方案还提到,在“冬游西藏”时段,除寺庙景区外,全区所有景区免费游览;三星级(含三星级)以上宾馆(饭店)及国际品牌、精品酒店执行淡季价格;具有合法资质的运输企业(含民营)的客运价格按照不高于旺季价格的50%执行旅游淡季价格。

多条“硬核措施”的出台,为西藏自治区旅游行业复苏带来积极动力。景鉴智库创始人周鸣岐在接受《证券日报》记者采访时表示:“冬季是西藏自治区旅游淡季,近日即将开启的‘冬游西藏’活动正当时,随着疫情防控措施持续优化,有望为当地旅游行业的复苏带来积极影响。”

但他同时提醒,西藏的气候季节性特征较为明显,除了拉萨以外,其他地区的旅游配套设施和基础设施仍有较大提升空间,为游客提供的产品和服务有一定局限,需要注意上述因素给旅游产业发展带来的影响。

## 企业迎来新机遇新考验

西藏旅游是西藏自治区唯一的旅游类A股上市公司,随着当地积极推动“冬游西藏”等活动,公司旅游业务的经营状况和前景也受到市场诸多期待。

资料显示,西藏旅游运营的景区主要分布于西藏林芝和阿里地区,其中林芝地区的雅鲁藏布大峡谷、巴松措景区均为国家5A级景区,公司在阿里地区涉及的景区则为国家4A级景区。在投资者互动平台上,与“冬游西藏”等活动相关的问题也被投资者频频提及。对此,西藏旅游表示,公司林芝各景区已恢复运营,并通过渠道商合作、线监智库等方式促进业务复苏,目前,旅客进藏政策已优化调整,铁路、航空班次正陆续增加,公司将积极配合地方旅游主管部门,根据相关计划安排,参与西藏自治区“冬游西藏”相关旅游促进和优惠活动。”