

聚焦 2024 年元旦假期

2024年元旦假期旅游迎来“开门红” 全国国内旅游出游1.35亿人次

■本报记者 李春莲
见习记者 梁傲男

2024年元旦假期，国内旅游出行市场迎来“开门红”。《证券日报》记者梳理携程、同程及马蜂窝的数据注意到，元旦假期旅游出行订单、旅客运输量均迎来大幅增长。

文化和旅游部1月1日发布2024年元旦假期文化和旅游市场情况。经测算，元旦假期3天，全国国内旅游出游1.35亿人次，同比增长155.3%，按可比口径较2019年同期增长9.4%；实现国内旅游收入797.3亿元，同比增长200.7%，较2019年同期增长5.6%。

据新华社消息，2023年12月30日至2024年1月1日（2024年元旦假期期间），全国铁路、公路、水路、民航预计发送旅客总量12812.64万人次，较2023年同期增长78.4%。

“假日旅游度假依旧是居民的生活刚需，作为2024年旅游消费的开端，元旦假期各地纷纷推出形式多样的跨年活动及促消费政策，持续带动旅游经济向好发展，为新一年市场开了个好头。”携程研究院相关负责人对记者表示。

小长假催生旅游消费热

携程数据显示，国内跨年旅游订单量同比增长168%，国内酒店预订量同比增长177%。同程数据显示，平台酒店、机票、火车票、景区门票、用车等业务预订量均创下历史同期新高，其中景区门票预订量同比增长302%，较2020年同期增长5倍。

马蜂窝数据表示，“Z世代”客群以超60%的占比领跑元旦假期出行大军，



王琳/制图

2024年元旦假期期间
全国铁路、公路、水路、民航预计发送旅客总量1.28亿人次
截至记者发稿
档期票房已突破13.98亿元
全国航班量预计将达4.9万班

主题活动、演出、特色体验成为游客最关注的“跨年游”要素，去主题乐园参加新年狂欢派对、体验少数民族特色的迎新习俗、去海岛寻一家轻奢酒店“躺平”，都是年轻人开启新年的心仪之选。

此外，冰雪主题则成为元旦文旅消费市场的主要增长点。同程旅行数据显示，元旦假期首日，国内冰雪游热度上涨194%，温泉旅游热度上涨178%。冰雪运动、冰雪景观以及冰雪主题的文旅活动是今年冰雪旅游的主要玩法。

出入境游人气加速“回暖”

在国内游热度持续升高的同

时，随着国际航线航班持续恢复，出入境游人气也在“回暖”。泰国、马来西亚等国家的签证便利政策叠加跨年时机，出境游迎来2024年“开门红”。

据国家移民管理局预测，元旦期间全国口岸日均出入境旅客将达到156万人次，较2023年元旦假期增长超5倍，为2019年同期的90%。

马蜂窝大数据显示，元旦游玩5天至8天的“中长途游”热度同比上涨178%，在“中长途游”人群中，出境游人次占比接近20%，开放对华免签政策的东南亚国家对消费者构成了绝对吸引力。

与此同时，入境游发展态势也在

不断向好。携程大住宿“数智酒店”数据显示，2024年元旦假期，携程平台入境旅游住宿热度比2019年同期增长200%以上。

有旅游行业从业者对记者表示：“出入境游供应链涉及供应商、旅行社、OTA平台等多个元素，只有不断丰富产品供给、提升服务市场，才能带动入境市场稳步复苏。”

“借助节日契机，旅游企业应加强与文化、娱乐、体育等行业的合作，使传统文化以现代化的方式呈现，打好文旅融合‘组合拳’，吸引入境游客。”环球旅游专家、樱桃旅行联合创始人杜山川对记者表示。

2023年电影票房以549.15亿元收官 元旦档创下同期影史新高

■本报记者 贺王娟

电影市场持续回归繁荣。国家电影局统计数据显示，2023年全国电影票房549.15亿元，国产电影票房460.05亿元，占比为83.77%。城市院线观影人次为12.99亿，共有11部影片票房突破10亿元。

猫眼专业版数据显示，2024年元旦档迎来“开门红”。截至记者发稿，档期票房已突破13.98亿元，超过2021年元旦档的13.03亿元，刷新中国影史元旦档票房纪录，同时也为2023年年末贡献了12亿元票房。

对此，中国青年剧作家导演向凯对《证券日报》记者表示，2023年中国电影市场票房呈整体向上的趋势，体现了强势复苏的态势，也可以从侧面看出，观众对精神文化消费的需求

巨大，优质内容是受市场认可的，未来仍有向上突破的空间。

“目前仍有很多优质影片还未上映，且随着电影题材逐步多元化，2024年电影内容有望迎来百花齐放的局面。”向凯认为，在优质影片的推动下，2024年中国电影市场票房有望持续突破。此外伴随着近期业内探索的分线发行，将利好更多中小影片走向市场，促进电影市场繁荣。

在优质内容供给与极大释放的观影需求共同推动下，2023年中国电影市场迎来强势复苏，电影票房较2021年上涨80%以上。

在供给端，国产片成为电影票房的绝对主力。据猫眼电影发布的《2023中国电影市场数据洞察报告》（以下简称《报告》）显示，全年国产片

占票房83.8%，票房过亿元影片共73部，其中国产影片50部，年度票房前十名的影片也均为国产片。

国产影片持续占据主导地位，在中国数实融合50人论坛智库专家洪勇看来，这反映了国内观众对本土电影内容的认同和市场需求的持续增强。在优质内容的推动下，未来国产电影市场仍存扩容空间。

在业内人士看来，2023年电影市场涌现出多部不同题材的高观影人次的现象级影片反映了电影市场走向繁荣过程中呈现出的多元化趋势，高票房背后，也正是中国电影题材愈发多元。

据猫眼数据显示，2023年电影备案数量已达2729部，而2022年仅为1876部。在丰富的内容驱动下，影视行业供给端持续改善，行业景气度有

望持续向上。

从票房排名来看，截至记者发稿，2024年元旦档票房前三的电影是《一闪一闪亮晶晶》《年会不能停！》《金手指》，产出票房为5.97亿元、2.06亿元、1.91亿元，而据猫眼专业版预测《年会不能停！》最后总票房有望达8.20亿元。

从背后的出品方来看，上述三部头部影片都被猫眼娱乐“押中”，中国电影及其子公司则参与出品《一闪一闪亮晶晶》《年会不能停！》，横店影视和华谊兄弟只参与了《一闪一闪亮晶晶》的出品。

在分析人士看来，在扩内需促消费政策的持续发力下，电影作为线下消费的重要场景，内容供给品类逐步丰富，接下来的春节档有望接力延续火热势头。

元旦假期机票“量升价跌” 上市航司加密航线增加运力

■本报记者 李万晨曦 施露

元旦期间，民航市场迎来小高峰。

浙江大学城市学院文化创意研究所秘书长林先平在接受《证券日报》记者采访时表示，2024年元旦假期，一方面，热门城市机票价格低于2023年同期，消费者购票压力减轻。另一方面，多家上市航司加密航线、增加运力，反映出航司对市场复苏的信心和积极布局。整体而言，2024年航空业呈现出良好开局。

全国航班量大增

根据中国民航局消息，2024年元旦假期（2023年12月30日至2024年1月1日）全国航班量预计将达4.9万班，较2023年同期增长约85.5%，较2019年同期也增长约2.7%。国内跨境出行同比倍增，但仍未恢复到2019年的水平。

航旅纵横的统计数据表示，元旦假期期间，国内机票的预订量超过270万，比去年同期增长约1.6倍，国内航线平均票价（含税）约为709元，比去年同期下降约10%。

携程数据显示，元旦期间内地出境旅游订单量同比增长近4倍，出境机票预订量环比上月增长11%，比去

年同期增长265%，机票平均单价是2023年元旦假期的近六成。

去哪儿数据显示，2024年元旦假期期间预订量前100名的热门城市中，超过六成目的地的机票价格低于去年同期。

去哪儿研究院研究员肖鹏在接收《证券日报》记者采访时表示，预订量增长，价格却下降，这反映出供给的增加超过了需求的增加。

元旦期间出境游热门目的地有：中国香港、日本、泰国、中国澳门、韩国、马来西亚、新加坡、美国、澳大利亚和英国，出行的主力人群为90后、80后和70后，占比分别为40%、30%和14%，亲子用户占比27%。其中，元旦前往香港的订单量同比增长603%。

林先平表示，2024年元旦期间机票价格量升价跌的现象是市场供需关系、航司竞争、政策支持以及旅客出行习惯等多种因素共同作用的结果。

据民航出行服务平台“航旅纵横”大数据显示，元旦假期期间国内航线计划执行航班量约3.8万班次；国际及地区航线计划执行航班量超过5800班次。

多家上市航司加密班次

2024年元旦假期，旅客较往年出行意愿提升明显。去哪儿网数据显

示，冰雪游和暖冬游成为旅客元旦假期出行的两大主题，哈尔滨、长白山、长春、昆明、珠海等城市成为热门旅行目的地。

南方航空时隔近三年重启冬季喀纳斯航线长期稳定运营，持续加密伊宁、阿勒泰等冰雪相关热点航线班次。

南方航空相关负责人表示，元旦期间客流主要呈南北走向，广州、北京、上海、深圳、重庆、杭州、西安、海口、三亚、哈尔滨等地为主要出行目的地。“南方航空在广州、北京、上海、深圳四个热点城市执行航班7300余班，超69%的南航旅客前往这四地打卡。”

春秋航空沈阳基地则迎合市场需求优化调整航班，加大了三亚、杭州、上海、宁波、厦门等热门出行城市的运力投入。

新年国际航线方面，南方航空表示，元旦期间主要出境游集中于东南亚、澳大利亚、新加坡及韩国。南方航空在新马泰越四国执行航班300余班，受免签政策和利好驱动，泰国也成为热门选择，近90个航班执飞曼谷。在韩国航线上执行200余班，为广州、大连、上海等地旅客前往韩国旅游提供便利。

吉祥航空相关负责人表示，2024年1月份起将陆续新增包括印尼巴厘岛、菲律宾卡利博、日本旭川等地在内的国际航线，4月份新增上海至希腊雅典国际航线。

永葆“闯”的精神“创”的劲头 深市“新”企业带动产业高质量发展

■本报记者 田鹏

回看2023年，作为全面贯彻党的二十大精神开局之年，也是经济恢复发展的一年。于宏观而言，这一年，我国经济在持续承压中走出一条回升向好的复苏曲线。纵向上，我国2023年经济社会发展主要指标比2022年都有明显改善，横向上，我国经济增长在世界主要经济体中居于前列，仍是全球经济增长最大引擎。

微观而言，A股上市公司年内业绩表现与宏观经济走势继续保持高度一致。同时，作为经济高质量发展的微观基础，A股上市公司也是经济发展动能的“转换器”，其整体面貌的积极变化，关乎着资本市场健康运行，更关乎我国经济转型质效。

其中，“大而优”的行业龙头持续发挥产业引领作用的同时，“小而美”的细分市场冠军则不断筑牢产业链高质量发展发展的“基底”。

一元复始，万象更新。随着2024年的开启，诸多“小而美”上市公司又将如何乘势而上继续释放“大动能”？带着这样的疑问，《证券日报》记者近日专访了儒竞科技、美利信、川宁生物和铭利达等4家刚登陆深交所（下称“深市”）的“新”公司，聆听公司相关负责人讲述“新”公司带动“大”产业的故事。

携创新基因一路“智闯”

俗语有云，“初生牛犊不怕虎”，作为刚刚登陆资本市场不久的“新”公司，在成长过程中尽显敢做敢为。2023年，面对世界经济动能不足和国内经济大循环尚存堵点的内外挑战，公司一路勇闯。

美利信董秘王双松对《证券日报》记者感慨道：“2023年是充满变革和挑战的一年”，面对复杂多变的经济环境，公司紧紧抓住新能源汽车在全球渗透率不断提高的历史机遇，积极开拓新客户和市场，先后闯入了 Rivian、蔚来、小鹏、智己汽车等主机厂新市场。此外，还跻身全球知名光伏太阳能公司、国内头部新能源动力电池制造商的供应商体系。

事实上，美利信身上展现出来的“闯”劲只是诸多“新”企业的一个缩影。在儒竞科技，身处国际经贸形势严峻复杂的巨大变局时代，公司积极落实制定“走出去”战略，结合海外客户的需求，获取全球资源，拓展国际市场空间；在川宁生物，面对下游市场需求恢复所带来的市场份额争夺挑战，公司不断提升产品发酵水平和产品质量，熨平生产波动，降低生产成本，以保持竞争力和行业地位；在铭利达，为抵消消费电子和安防行业需求下滑带来的不利影响，公司全面提升公司的产品研发能力和产品竞争力，保证公司核心业务的稳定和增长……

而一个个勇闯身影的背后，则是上述4家公司始终将创新基因植根于企业发展的每一步，使得每一次“勇闯”，也是“智闯”，在敢作敢为之间，以科技创新之“进”，拓企业创新之路，为营收增长注入新动能，重塑新优势。

从最为直观的科研支出来看，据东方财富Choice数据统计，2020年至2022年，上述四家公司合计研发支持分别为2.41亿元、2.77亿元和3.80亿元，呈现逐年上涨之势。

铭利达证券事务代表张后发对《证券日报》记者谈及科技创新对企业发展的重要作用时表示，公司依靠“技术创新、标准引领、成本领先”的技术研发战略，重点进行新材料、新工艺、新生产、新产品的“四新”研发方向，正逐步将公司建设成智能制造标杆工厂，为新能源领域精密结构件产业体系高质量发展注入强劲动力。2023年前三季度公司研发支出已达1.33亿元，远超2022年全年0.69亿元的水平。

张后发对《证券日报》记者透露，目前，上述两个生产基地均已开始投入运营，并随着本地化的销售团队迅速建立，将进一步满足海外重点客户产能配套需求，为未来海外项目的规模化量产打下坚实的基础，提升公司整体的服务能力和产品的综合竞争能力。

再比如，儒竞科技为了更好地服务于全球客户，积极推动海外生产、研发、测试基地的全球化、本地化布局，提供贴近客户需求本地化制造和研发服务，同时凭借已有的品牌优势，借助本地化布局积极开拓海外客户。

上述儒竞科技相关负责人对《证券日报》记者表示，目前，根据现有客户的具体需求，公司已去欧洲当地进行了考察调研，并与客户沟通了解欧洲当地的营商环境等政策，正在综合考虑产业基地的具体选址。

王双松对记者表示，为加快全球化布局，公司于2023年12月23日召开董事会审议通过收购宁波圣龙汽车动力系统股份有限公司全资子公司 SLW Automotive, Inc. 持有的 Millison Casting Technology LLC 100% 股权，积极布局北美市场。

如今，2024年已拉开序幕，以四家公司为代表的众多“新”公司，又将如何在新的2024年一路勇闯。王双松说，公司首先要练好内功，在技术、制造、销售等方面全面提升，以应对全球化的挑战；同时，要引进国际化人才，特别是能够参与全球研发和国际商务的人才，支持海外布局和经营发展；另外，要在制度和流程上根据国际规则做适应性调整。

以上述4家公司为例，据东方财富