

春节旅游火爆 上市旅企获投资者青睐

■本报记者 李万晨

2月19日，旅游板块开盘活跃，三特索道涨停，曲江文旅、西安旅游等个股高开。

消息面上，经文化和旅游部数据中心测算，春节假期8天全国国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19.0%。

艾文智略首席投资官曹敏在接受《证券日报》记者采访时表示，春节期间，国内游客出游人数和消费金额的增长，显示出旅游市场的火热，也为旅游板块的活跃提供了动力。

华泰证券发布的研报认为，中长期来看居民消费需求结构性变化，旅游等体验式消费需求旺盛，市场高景气预计将贯穿2024年全年。

多家上市旅企迎“开门红”

艾文智略首席投资官曹敏在接受《证券日报》记者采访时表示，旅游板块股价表现也反映了市场的乐观预期。总的来说，上市旅企在龙年春节假期抓住了旅游市场的发展机遇。

据初步统计，今年正月初一至初七，三特索道旗下项目累计接待游客48.41万人次，分别较2023年、2019年春节假期增长32.12%、45.47%；实现营业收入同比增长22.24%，可比口径下较2019年春节假期增长29.42%。

“三特索道龙年春节实现旅游接待‘大丰收’，春节假期虽已结束，但2024年的进度条才刚刚开始，良好的春节旅游成绩单为公司2024年全年的业绩稳健增长揭开了序幕。”三特索道总裁张泉在接受《证券日报》记者采访时表示。

三峡旅游方面，根据公司最新统计的情况，春节期间，公司以“两坝一峡”和“长江夜游”为代表的旅游产品游客接待量实现高速增长。“两坝一峡”游船共接待游客6.44万人，较



中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）发布的《2023年中国旅游经济运行分析与2024年发展预测》显示，预计2024年全年国内旅游人数将超过60亿人次

2023年、2019年同比分别增长228.79%、210.40%；“长江夜游”共接待游客0.89万人，较2023年、2019年同比分别增长149.79%、389.37%。

出境游方面，去哪儿数据显示，今年春节假期出境游预订量达到近4年峰值，国际酒店预订量同比去年增4.7倍，国际机票预订量增长高达14倍。新加坡、马来西亚、泰国这三个最新免签的国家春节假期旅游订单都有明显增长。

岭南控股表示，公司旅行社业务实现总体收入同比去年大涨超过300%。此外，多家涵盖旅行社业务的上市旅企均表示，受到免签政策的带动，中国游客走出国门的热情进一步提高。

高景气有望持续

近日，中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）发布的《2023年中国旅

游经济运行分析与2024年发展预测》显示，综合研判，预计2024年全年国内旅游人数将超过60亿人次；国内旅游收入有望突破6万亿元，出境旅游人数合计将超过2.6亿人次，实现国际旅游收入重新攀上千亿美元关口。

事实上，2023年国内旅游市场已经呈现强势复苏态势，上市旅企也纷纷交出了亮眼成绩单，多家上市旅企2023年年度业绩预喜。对于2024年全年上市旅企业绩预期，中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示，春节假期为旅游类上市公司2024年业绩添了“一把火”。

去哪儿大数据研究院研究员肖鹏在接受《证券日报》记者采访时表示，2023年全年出游人次恢复良好，长假人均旅游消费显著回升，2024年春节游订单量价齐升，预计出游需求将持续改善，出游频次有望进一步提升，带动旅游消费支

出，看好2024年全年市场景气度。

目前，如何进一步激发消费者出游与消费意愿，成为文旅企业共同面对的课题。面对未来的旅游行业发展，旅游企业也在积极准备。

“2024年，三特索道一方面将通过营销创新、场景运营、IP深化等手段，抓好现有项目经营管理，推动梵净山、华山、海南猴岛、东湖海洋乐园等现有优质项目更强更优；另一方面，在国有大股东高科集团支持下，加快推进公司千岛湖牧心谷等存量项目发展建设，不断增加新项目储备，持续拓展新资源。”张泉表示。

三峡旅游内部人士在接受《证券日报》记者采访时表示，2024年，公司将持续优化旅游产品，丰富旅游体验，提升服务品质，争取业绩再创辉煌。预期今年文旅市场将延续2023年的火爆行情。

沪市公司“各显神通” 助力消费旅游市场新春“开门红”

■本报记者 田鹏

刚刚过去的龙年春节假期，消费市场异常火热。一众沪市消费类上市公司各显神通为春节假期消费市场贡献了积极力量。

春节期间，沪市旅游类上市公司所在景区热度强劲攀升，多项指标创历史新高。

例如，九华旅游所在的九华山风

景区游客量呈现出持续增长态势，春节假期前五天，九华山核心景区累计接待游客33.09万人次。

春节假期，天目湖旗下山水园、南山竹海推出面向全国游客免票活动，拉动消费效果显著。再比如，黄山旅游旗下黄山风景区以轮番呈现的云海日出、丰富多彩的民俗活动、优质的温馨服务和全员坚守的辛勤奉献，共同营造上山下山“中国年黄山味 就在徽州过大年”的浓厚氛围，吸引了海内外20.8万名游客齐聚黄山之巅，游客数量同比增长26.78%。

此外，冰雪旅游仍然是2024年春节旅游热门选项。例如，春节假期，长白山景区备受广大游客青睐，累计接待游客7.61万人次，同比增长137.81%。长白山精雕细琢“长白山下雪”文旅主IP，全面升级新产品、新服务、新业态，精心组织长白山粉雪节系列活动。

谈及如何将消费火热趋势延续、确保企业业绩持续增长时，中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，相关公司可以借助春节消费契机，进一步加强市场调研和消费者需求分析，推出更多符合消费者需求的产品和服务，提高市场竞争力；同时，可以加强品牌宣传和推广，提高品牌知名度和美誉度，吸引更多消费者前来消费；此外，还可以加强与合作伙伴的合作，共同打造更加优质的消费体验，提高消费者满意度和忠诚度。

供应增加、需求疲弱 节后生猪价格仍在艰难爬坡

■本报记者 桂小笋

春节过后，生猪价格仍在艰难爬坡过程中。卓创资讯监测的数据显示，全国多数地区养殖企业陆续开工，市场生猪供应增加，但节后终端需求疲弱，叠加部分屠宰企业仍有休假，猪价以跌为主。

卓创资讯生猪分析师李晶告诉《证券日报》记者，2月19日，全国瘦肉型生猪交易均价为14.04元/公斤，较节前最后一个工作日跌0.90元/公斤。春节过后，终端需求跟进乏力，宰量恢复缓慢。但随着养殖节日期间压栏生猪的集中出栏，市场呈现供大于求态势，导致猪价下跌。

猪价旺季不旺

从2024年以来的情况来看，生猪养殖端的状况不容乐观。多家公司此前已经发布了1月份销售数据，从数据中看，销售单价相较

2023年1月份下降明显，出现销售旺季价格疲软的现象。

大北农的公告显示，今年1月份，公司控股及参股公司生猪销售数量当月合计为63.50万头；销售收入当月合计为9.24亿元；公司控股及参股公司商品肥猪当月均价为13.66元/公斤。而2023年1月份销售均价为14.41元/公斤。

新希望的销售数据显示，公司2024年1月份销售生猪172.48万头，环比变动17.05%，同比变动33.59%；收入为21.59亿元，环比变动17.98%，同比变动5.27%；商品猪销售均价13.30元/公斤，环比变动1.84%，同比变动-10.68%。生猪销量同比增长较大的主要原因是去年同期适逢春节假期销量基数较小。

上海钢联农产品事业部生猪分析师廖美玲告诉《证券日报》记者，当前，从上海钢联数据监测来看，重点样本企业1月份出栏量完成率高达105.64%，2月份计划量较1月份实际出栏量环比下跌19.20%。虽然从2月份计划量数值来

看，出现一定程度回落，但2月份处于春节假期，实际出栏时间非常有限，叠加春节后需求惯性回落幅度较大，需求量降幅或大于供应量降幅，因此春节后猪价下滑风险较大。今年销售旺季不旺的主要原因仍然是在于生猪产能宽松，需求跟进有限。

布瑞克农产品集购网高级分析师徐洪志在接受《证券日报》记者采访时表示，1月份因为临近春节，需求端有一个脉冲式的放量，短时间内屠宰企业的采购量迅速放大，加上南方雨雪天气影响物流，供需状况相比前期是有所趋紧。但这些现象并没有从根本上扭转供给过剩的局面，从全国范围看，生猪供应仍然是足够充裕，春节后价格继续承压是大概率事件。

未来微利运行是常态

对于当前生猪养殖现状如何改变，多位行业人士向《证券日报》记者提及，

行业去产能的速度仍是最重要的决定因素。

华泰证券研报提及，猪价超预期下跌或主要由于猪肉供应压力偏大。生猪供给充足叠加春节后需求季节性回落，预计生猪养殖或将延续亏损，有望驱动后续母猪产能加速去化。

廖美玲表示，当前，部分养殖场看好未来生猪行情，这在一定程度上或加深养殖企业“内卷”，对本身资金较为紧张的企业来说，或加重资金流动压力。

此外，徐洪志表示：“无论是基本面和资金面，都不是公司能够在短期内明显改善的。更多企业出现流动性危机是时间问题。对生猪行业的竞争格局要有正确的判断，微利运行会是常态。”

李晶表示，企业要适应猪周期的发展，并结合产能和产效，进行动态合理产能空间的预警防控，及时调整产能规划，以降低集中出栏、供应过剩带来的亏损压力。

减肥药概念股受追捧 逻辑在于良好的企业业绩预期

■本报记者 张晓玉

2月19日，减肥药概念股在春节后的首个交易日表现出强劲的上漲势头。东方财富Choice数据显示，截至当日收盘，减肥药板块上涨2.83%，其中常山药业大涨12.43%，翰宇药业涨9.38%，睿智医药、圣诺生物、博瑞医药涨幅均超过6%，圣诺生物、金凯生科等个股涨幅也超过了4%。

对于减肥药板块的表现，中国企业联合会特约研究员胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示：“一是随着肥胖人群增加以及人们对肥胖带来的各种健康问题的认识不断加深，减肥药需求增长；

二是春节过后的体重焦虑也短期带动了减肥药的需求；三是目前医药板块整体估值偏低，具有一定投资安全边际。因此基本面和市场情绪带动下减肥药概念股出现反弹。”

减肥药概念股迎来反弹，也与龙头企业的业绩表现相关。2月16日，“减肥药双雄”之一的礼来股价创下历史新高，报782.06美元/股。2023年礼来股价涨幅超60%。2024年以来礼来股价不断创出新高，截至2月16日，今年以来涨幅已高达35%。礼来在2月6日公布了其2023年财报，数据显示，公司减肥药替尔泊肽去年销售额达到了53亿美元。摩根士丹利预测，礼来有望凭借正在

试验中的口服GLP-1药物Orforglipron，成为首家市值达到1万亿美元的生物制药公司。

高盛分析师预计，到2030年，全球抗肥胖药物市场的年销售额可能会增长到1000亿美元左右。

世界肥胖联合会(WOF)预计，到2035年，超过40亿人(占世界人口规模的一半以上)可能患有不同程度的肥胖症。

太平洋证券认为，现代生活方式和饮食习惯的转变导致越来越多的人深陷肥胖困境。肥胖不仅对个人健康构成严重威胁，还与高血压、糖尿病、高血脂等多种慢性疾病密切相关，被视为健康的“罪魁祸首”。在这样的背景下，GLP-1

类药物作为一种潜在的减肥解决方案，吸引着众多消费者和医疗专业人士。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹在接受《证券日报》记者采访时表示：“减肥概念股股价上涨受美股等因素影响，另外，这一方面体现出肥胖已成为全球性的健康问题之一，受到广泛关注；另一方面也表明安全有效的减肥药市场空间广阔。”

“尽管减肥药概念股在短期内呈现出强劲的上漲势头，但投资者仍需保持谨慎。”胡麒牧表示，行业竞争激烈，市场环境变化快速，企业面临多种风险，包括政策风险、市场风险等。股价的短期波动可能受到多种因素的影响，投资者需要理性看待。

工程机械龙头赶订单、忙交付 业界判断今年海外市场需求增长

■本报记者 何文英

《证券日报》记者在采访中了解到，龙年伊始，多家工程机械行业头部企业处于赶订单、忙交付的状态。业界预计，海外市场有望为行业增添新动能。

对此，科方得智库研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示：“这一现象预示着行业今年走势较为积极，经济正在逐步恢复，国内外工程机械市场都呈现出良好的复苏势头，特别是新兴市场增长较快，给行业带来发展机遇。”

行业迎红火开年

正月初九，中联重科总价值超12亿元的各系列产品从中联智慧产业城、麓谷、泉塘、望城、常德、渭南、开封等生产园区出发，开启了公司龙年的全球征程。

其中，总金额达2.8亿元的履带吊、汽车吊、随车吊等产品发往全球各地；总价值1.7亿元的R代塔机新品以及智慧智能的无人升降机从中联重科塔机常德智能工厂、华东基地、衡水基地、渭南基地发出；总价值约2亿元的智能高空机械设备从中联智慧产业城启程，发往全国各地以及欧洲、澳洲、拉美、中东、东南亚及日韩等；100余台、总价值达1亿元的超大挖、大挖、小型设备等全系列产品交付国内各区域和海外各大市场……

据了解，2月初，中联重科工程起重机公司、建筑起重机械公司、混凝土机械公司、土方机械公司在年会和产品品鉴会等活动中，已收获了超54亿元的海外订单，为龙年开门红打下了坚实的基础。

三一重工各事业部在2月15日举行开工仪式，三一重工泵业事业部湖南长沙、邵阳、涟源等五大产业园，共计119台价值2.28亿元的主机设备发往世界各地。三一智造6台三一旋挖钻机、3台水平定向钻等多款明星机型发往全国各地。为龙年开篇写下浓墨重彩的一笔。

正月初八的铁建重工盾构机生产车间也是一派繁忙景象。为确保大量订单按时顺利交付，班组成员正加班加点忙生产赶订单。在铁建重工长沙第一产业园内，4台盾构机陆续开始组装。此外，春节假期后，多台超大直径泥水平衡

盾构机即将下线验收，为确保设备高质量通过验收，班组成员都在尽职尽责，高效工作。

海外市场成必争之地

值得关注的是，在这些工程机械企业的新年订单中，海外市场已成行业的必争之地，头部企业也将海外战略部署作为今年工作的重中之重。

“去年，中联重科加速海外市场拓展，在土耳其、沙特阿拉伯、阿联酋、马来西亚、澳大利亚、西班牙、韩国等国家的布局不断取得突破，产品销售多次打破我国出口纪录。”中联重科董秘陶兆波对《证券日报》记者表示，2024年公司将持续用地球村思维推进海外变革，构建基于端到端、数字化、本土化的海外业务体系，持续推动海外业务跨越式发展。

铁建重工作为全球工程机械制造商第一梯队企业，目前已建立10个海外区域经营部，覆盖184个国家和地区，销售产品达16种，累计开展业务至40个国家和地区，海外业务增长势头良好。公司董秘唐翔对《证券日报》记者表示：“今年公司将坚持海外优先战略，做大海外规模，做强重工国际品牌，全力推进属地化经营，拓展新的市场和领域，提升国际市场份额和影响力。”

泰嘉股份作为双金属带锯条领军企业，龙年开年也携各系列带锯条、圆锯片、锯床等多元化产业链产品首次亮相2024年第13届印度模具展。公司董秘谢映波对《证券日报》记者表示：“此次展会使公司与南亚及东南亚锯切行业客户建立起了更紧密的联系，进一步开拓了海外市场。2024年，公司将持续瞄准国际市场，通过积极参与各类国际展会，进一步扩大自有品牌在全球范围内的影响力。”

“未来海外市场潜力和空间巨大，行业头部企业已经开始加大海外布局力度。”对于工程机械行业如何高质量“走出去”，张新原表示：“上市公司可以通过加大海外市场的拓展和开发力度，通过技术创新和服务升级提高产品的竞争力和市场影响力，同时在国际市场建立品牌形象，形成差异化竞争优势，并持续加强与国际市场的沟通与合作，提升商业环境下对市场的把握能力。”

1月份上海二手房成交量同比增长86% 机构称存在企稳迹象

■本报记者 徐一鸣

见习记者 张文湘

在1月份楼市传统成交淡季中，上海二手房成交量出现企稳迹象。2月19日，上海链家研究院发布数据显示，1月份上海共成交二手房1.48万套，环比下降3%，同比增长达到86%。

分环线的成交量来看，1月份上海外环以内成交7052套，占比为48.3%，较2023年12月份减少了2.1%；外环以外占比为51.7%，较去年12月份增加了2.2%。1月份成交量前三区域分别为浦东区、宝山区和闵行区。

上海链家研究院认为，1月份上海二手房成交量出现企稳的迹象，主要因为节前楼市利好政策频出，如部分区域放松人才购房、外环外放开单身限购等，对楼市起到支撑作用，同时购房者看房信心有所恢复。此外，政策放开后，更多刚需有望被释放。

“二手房表现不错原因有几个方面，一是购房者担心期房交付有难，转向二手房市场；二是二手房选择面广，小户型多、总价可控，具有学位或区位优势；此外，上年同期二手房带看、磋商、成交等均受到疫情影响，导致低基数。”广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对《证券日报》记者表示。

“从全国重点城市二手房市场来看，1月份总体成交稳定。从上海单个城市的二手房市场表现来看，亦体现出一定的韧性，环比属季节性回落，同比跌幅较大。”诸葛数据研究中心高级分析师关荣雪在接受《证券日报》记者采访

时表示。

在成交金额方面，今年1月份上海二手房市场成交金额为537亿元，环比下降2%，同比增长94%；套均总价为363万元/套，环比增长2%，同比增长4%；成交均价为42437元/平方米，环比持平，同比增长2%。成交均价前三区域分别为黄浦区、徐汇区和长宁区，而崇明区、长宁区和黄浦区则环比增长较多，其余大部分区域持平或下跌，青浦区和虹口区环比下跌较多。

与此同时，上海链家研究院也对上海楼市后续走向进行了展望。由于今年2月份春节假期期间，出游人数众多，成交节奏暂时被打断，春节之后，预计成交量会逐步恢复，特别是外环以外放开单身限购的利好有望在节后开始体现，二手房成交中有超过半数的占比在外环以外，政策放开后，更多刚需有望被释放。

关荣雪则对记者表示，当前上海地产市场似乎仍处于缓慢修复的阶段，购房政策接连松动持续为需求释放注入动力，预计随着市场信心逐步恢复以及各项利好政策合力发酵，市场成交规模仍有稳步上升的强烈预期。2024年市场表现或将较去年有所好转。

“后续中国地产区域与区域、项目与项目之间的分化会进一步加大。随着国内经济的逐渐复苏，以上海房产为代表的优质资产，无疑将受到关注。”珠海左岸房地产策划有限公司总经理李炳亮在接受《证券日报》记者采访时表示，目前上海地产仍在U型底部徘徊，但上海优质房产将率先回暖。