

上市旅企纷纷积极“引流”  
国庆旅游市场将再掀热潮

携程集团发布的《2024国庆旅游预测报告》显示,预计今年国庆期间国内出行人次和旅游消费有望再创历史新高。高质价比产品带动长假旅游预订火热。

本报记者 李如是

9月24日,北京市人民政府新闻办公室举行“国庆假日文旅活动”新闻发布会。国庆假期将至,为满足广大市民、游客对假日旅游的需求和期待,北京市文化和旅游局统筹全市文旅资源,会同各区、各有关单位,计划在国庆假期期间推出2400余场文旅活动。以及丰富多元的旅游线路产品。

与此同时,多地文旅企业纷纷通过组织国潮及非遗旅游活动,挖掘特色旅游路线、举办演唱会等多种方式“引流”。上海证券分析师罗宁馨表示,国庆期间,预计居民出游意愿持续向好,受益于免签政策和全球航班运力复苏的双重利好,旅游市场高景气有望延续。

旅企优化改造旅游产品

携程集团发布的《2024国庆旅游预测报告》显示,预计今年国庆期间国内出行人次和旅游消费有望再创历史新高。高质价比产品带动长假旅游预订火热。

包括国庆假期在内,出于对未来游客数量增长的乐观预期,多家旅游板块上市公司正在积极优化、改造旅游产品和设施。

9月25日,丽江股份发布公告称,拟将丽江玉龙雪山牦牛坪旅游景区索道改扩建项目投资总额由2.95亿元调整增加至5.32亿元。现索道运量为360人/小时,预计改造后索道运量将达到1900人/小时,预计实际项目建设期为两年。

9月11日,峨眉山A表示,金顶索道改造提升项目已完成图纸设计,进入预算编制阶段,索道设备开始生产,预计于2025年年底前完工,并于2026年上半年投入运营。

9月20日,长白山表示,今年一季度,公司相继推出滑雪、戏雪、赏雪、泡温泉等冰雪旅游产品,第二季度,公司更新了部分老旧车辆,首批网约车正式上线运营,完成公交车公司和业务收购,增购新能源车,推出“延吉—北景区”直通车服务。

“索道是景区类旅游企业主要的营收来源之一,属于刚性的旅游产品,且利润率较高。改造索道,增加运载客流量,给游客带来更好的旅游体验,也将为景区带来更多的收益。但不仅是索道,景区内的旅游产品及设施均需要持续创新和优化,特别是内容性、体验性产品,旅游板块上市公司需要为未来长期发展做更多准备。”产业研究咨询机构景鉴智库创始人周鸣岐向《证券日报》记者表示。

各地拟推出各类特色活动

周鸣岐表示,国庆将至,各地文旅局也在积极通过开办旅游节、挖掘旅游路线、发放文旅消费券等方式吸引客流。旅游消费给居民带来的休闲放松体验,对于提升幸福感是不可或缺的,各地相关部门也越来越重视文旅市场的建设,形式愈发丰富多彩。

多地举办的国潮灯展活动成为一大亮点。据北京市文旅局披露消息,国庆期间,全市各级公共文化服务机构围绕致敬祖国共贺华诞,将组织开展灯会、游园会、文艺演出、阅读推广、非遗体验等群众喜闻乐见的文化活动933场,同比增长11%。其中,“京彩灯会”将在国庆期间持续亮灯,包括通过九大主题展区200余组创意灯组和各类主题活动,向国内外游客集中展示京味文化和中华传统文化的魅力。

云南省大观楼景区举办的“大观奇妙夜”灯展,不仅有取材于云南民间文学的“阿诗玛”“大观楼长联”的“大观印象”、云南非遗的“滇派内画”,更有最大的蘑菇矩阵灯组“蘑菇SUPER CLOUD”,最高达13米。

“非遗+旅游”方面,国庆期间,各地也将推出一批特色活动。例如,山西省隰县小西天景区将组织国家级、省级、市级非遗代表性项目走进景区,讲好传统文化故事;上海市将围绕“一笼国潮·鹤舞南翔”主题,举办2024年南翔国潮大会;贵州省将举办“多彩贵州游·非遗伴你行”系列活动,在重点景区开展非遗集市、非遗互动体验、非遗展示等主题活动。

一大批“文化盛宴”已就绪,演唱会等音乐节也在紧锣密鼓地筹办中。“为一场演唱会奔赴一座城市”已经成为时下一种热门现象。据《证券日报》记者不完全统计,国庆期间,国内多地计划举办演唱会,汇集诸多明星,开启“引流模式”。

周鸣岐表示:“今年以来,‘演艺经济’遍地开花。随着人民群众物质生活水平的不断提高,多元化、个性化的娱乐需求愈发强烈。一场阵容强大、质量高的演出不仅能够有效吸引游客,还能带动区域内吃、住、行、游、购、娱等各类服务消费。但各地也要注意加强市场监管,避免‘门票刺客’扰乱市场秩序,构建价格公允的市场消费环境。”

9月份车市持续火爆 乘用车销量或冲高至210万辆

本报记者 龚梦泽

经历前8个月的产销双增长后,汽车行业在9月份依然热度不减。

乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)最新数据显示,预计今年9月份狭义乘用车零售总市场规模在210万辆左右,同比增长4%,环比增长10.1%。其中,新能源车零售规模预计在110万辆左右,同比增长47.3%,环比增长7.3%,渗透率约52.4%。

乘联会秘书长崔东树向《证券日报》记者表示,随着国家对汽车报废更新补贴力度的加强,市场回暖对车市起到明显的拉动效果,价格战对车企的压力相对减缓,年末车市进入持续走强的良好态势。

在此背景下,各家车企纷纷选择推新品、冲销量。据记者不完全统计,进入9月份,已有20多款新车开启预售或正式上市,进一步催热下半年车市。

“金九银十”开局强劲

乘联会表示,国家报废更新政策及各地以旧换新置换政策稳定发力,大力拉动车市增长,叠加“中秋”及“十一”节日效应,9月份车市呈高速增长态势。

记者注意到,2024年8月底至今,已有多地发布了最新的汽车以旧换新政策,单车补贴范围最高可达2万元。与2024年上半年出台的报废和置换补贴标准相比,此次政策优惠力度进一步加大。“金九银十”迎来良好开局。”

银河证券发布研报称,地方补贴的陆续出台,有望带来消费者持币观望情绪的降低,推动消费者购车热情的进一步回升,为后续车市销量增长带来支撑。

与此同时,在地方补贴基础上,汽车厂商们密集发布新车,推高车市热度。例如,9月10日,上汽大众全新一代帕萨特380TSI家族上市,并推出限时一口价策略;9月19日,蔚来旗下新品乐道汽车首款车型乐道L60上市;9月20日,有包括新款大切诺基4xe、锐骐6 Pro、深蓝L07、极氪7X、腾势Z9CT等在内的6款车型上市;此外,领克Z10、极越07等重磅车型也在9月份先后上市。

“如今,车企竞争的关键在于谁能更深入地理解并精准把握中国消费者的具体需求。”极氪智能科技CEO安聪慧表示。

车企推新促销忙

9月25日中午,《证券日报》记者在位于北京市朝阳区的一家华为体验店内看到,前来问询新车的顾客络绎不绝。据门店工作人员介绍,目前华为鸿蒙智行旗下,与赛力斯、奇瑞、北汽蓝谷合作的问界、智界、享界新车将陆续安排店内展示,意在通过与顾客近距离接触,培育顾客的购车意愿。

“每天最低95元,Model Y就可以开回家。”记者在前脚刚离开华为门店,特斯拉门店工作人员即上前开始推介。

除了车企层面外,不少4S店和经销商甚至推出了非官方的店补和



乘联会最新数据显示,预计今年9月份狭义乘用车零售总市场规模在210万辆左右  
同比增长4%  
环比增长10.1%

王琳/制图

促销优惠。“我们现在购车优惠力度也很大,还会附赠很多赠品。”岚图汽车门店工作人员向记者表示。

事实上,早在9月8日,极星汽车就打响降价第一枪。公司表示,为响应以旧换新政策,推出限时优惠,至2024年12月31日前,购买极星4可享受限时优惠,最高补贴高达8500

元。随后,上汽荣威飞凡官宣投入超过5.5亿元补贴旗下多款车。

“从前几年的全国乘用车市场的情况来看,一般每到年末的促销力度相比上一年末都会有所增强。而由于2024年全国乘用车市场价格战持续激烈,预计年末新能源车的促销力度会进一步加大。”

崔东树说。

信达证券发布研报称,下半年上市的新车型,全面覆盖了入门级智驾车型、高端豪华轿车、中大型SUV、硬派越野等车型。预计随着政策补贴进一步加码,叠加新车上市热度逐渐升温,车市产销和新能源车换购有望明显提升。

今年全国将开工改造5.4万个老旧小区  
多家上市公司斩获订单

本报记者 肖伟

据住房城乡建设部消息,今年1月份至8月份,全国新开工改造城镇老旧小区4.2万个。按计划,今年全国将新开工改造城镇老旧小区5.4万个。

据了解,今年以来,得益于地方大力推进老旧小区改造,多家A股市场上上市公司在电梯加装及更新、管道换新、防水更新、电网扩容、适老改造等方面斩获订单。

康力电梯主要从事电梯、自动扶梯、自动人行道的研发、生产、销

售和服务业务。今年以来,公司陆续接到多地老旧小区电梯更新及老旧小区加装电梯的订单。公司华中地区销售经理龙兴春向《证券日报》记者表示,电梯行业暂未出台以旧换新政策,但是各地对老旧小区改造过程中,释放出大量对电梯更新和加装电梯的需求。从公司走访市场了解的数据来看,目前全国范围内存量电梯中使用年限超过15年的约80万台,使用年限超过20年的约17万台,多地正在加快更新不符合现行产品标准、安全风险高的老旧住宅电梯。

主要从事输水管道的设计、生产和销售业务的青龙管业,今年以来陆续收获了大量老旧小区管道改造订单。公司华南地区销售经理谭中奇向《证券日报》记者表示,老旧小区的管道老化破损比较严重,以输水管道为例,跑冒滴漏是常见管道病害,不仅影响建筑寿命,而且白白流失大量水资源。公司采用高强度聚氯乙烯管道替代已经锈蚀的铸铁管道,已在多个老旧小区里实现了清洁自来水上楼的目标。

飞鹿股份主要从事防水涂料及防腐涂料的研发、生产及服务业务,

是国家级专精特新“小巨人”企业,掌握建筑涂料领域的多项专利。今年以来,公司在老旧小区改造中推进绿色、环保防水涂料的使用,提升了建筑防水等级。据公司董秘易佳丽介绍,今年国内多地有台风侵袭,部分老旧小区进水、漏水情况比较严重,影响居民正常生活秩序。台风过后,公司主动和老旧小区物业接洽,针对防水涂层破损、老化、开裂、剥落等情况,制定了对应措施,在选材和施工中兼顾经济和寿命两大指标,获得老旧小区的住户高度评价。

“老旧小区改造一直是全球范围内城市更新的一个重要课题。发达国家在老旧小区改造方面有许多成功经验,也有不少失败案例。我国在老旧小区改造方面,集合了上市公司力量,又有地方的支持和补贴,因地制宜分门别类开展改造工作,不仅使得老旧小区焕然一新,也为企业带来了订单和利润,其中的经验和模式值得向国内外推广和宣传。”对于上市公司积极布局老旧小区改造业务,湖南大学经济与贸易学院副院长曹二保向《证券日报》记者表示。

怡和嘉业董事长庄志:  
背靠国内强大制造能力 探路全球医疗数字化蓝海

本报记者 李乔宇

日前,第34届欧洲呼吸学会国际年会(ERS)在奥地利首都维也纳举办。中国呼吸机企业怡和嘉业带着旗下PAP Link呼吸数据管理软件等临床实践成果以及呼吸机产品亮相活动。

怡和嘉业2024年中报显示,公司2022年度家用无创呼吸机产品的全球市场占有率达17.7%,排名第二。

怡和嘉业的“出海”成绩是如何实现的?海外医疗市场情况如何?带着这些问题,《证券日报》记者走进怡和嘉业,与公司董事长庄志展开探讨与交流。

铸就国际影响力

回看公司发展历程,2001年,几位工程师针对呼吸慢性疾病缺乏初期筛查手段的市场痛点,共同创立了怡和嘉业,开始涉足呼吸慢性病诊断设备和家用治疗设备的开发;2007年,公司突破了设备核心部件的国产化难题,G1系列单水平呼吸机产品成功上市。

如今,怡和嘉业摇身成为深交所上市公司,已形成覆盖全球100多个国家和地区的产品销售和服务网络。公司的家用无创呼吸机产品已成功进入国外医保名录,成为市场上少有的通过美国FDA认证、欧盟CE认证,并成功进入美国、德国、意大利、土耳其等国家医保市场的中国家用无创呼吸机产品制造商。

事实上,怡和嘉业的“出海”并非一帆风顺。2012年,全球呼吸机行业

的领军企业Resmed指控怡和嘉业专利侵权。经过长达四年时间的诉讼,怡和嘉业最终取得了大部分涉及呼吸机专利的法庭裁决胜利,与Resmed达成全面和解。截至目前,怡和嘉业不仅获得了国内外诸多发明专利,还取得了参与制定家用呼吸机国际标准的资格,标志着公司的产品技术和标准化实力已达到国际水平,中国家用呼吸机制造业有了一定的国际话语权。

数据显示,截至2024年6月30日,怡和嘉业已拥有601项国内专利以及161项国际专利;代表我国参与制定并发布的家用呼吸机国际标准共有20项;代表公司参与制定并发布的国内呼吸机行业标准共有12项。

近年来,怡和嘉业也在持续丰富国内经销网络,提高国内呼吸机产品市场占有率。咨询机构沙利文2023年7月份披露的数据显示,按照销量口径,怡和嘉业2022年家用无创呼吸机产品在国内市场的占有率为25.8%,在国内品牌中位居国内市场排名第一。2023年,公司国内市占率进一步提升,市场地位凸显。

构建完善创新体系

谈及过往,庄志将怡和嘉业取得的成绩归因于中国强大的制造能力、产品的智能化以及持续的研发投入。

一方面,庄志认为,我国强大的制造业是支撑怡和嘉业产品扬帆起航的重要因素,“公司背靠我国强大的制造能力,能够为公司的用户提供质量最优、性能最好以及性价比最高的产品。”

另一方面,智能化布局亦使怡和嘉业产品“出海”夺得先机。“产品的智能化是公司保持较高市占率的重要原因之一。”庄志表示,公司所有的呼吸机产品都带有数据传输功能,支持患者与医生共享治疗信息。同时,公司也会关注设备在黑暗环境下操作及耗材安装等方面的便利性,在细节方面做了很多智能化的改进。

同时,庄志在交流中多次强调了研发对公司发展的重要性。“为了保持企业的长久竞争优势,怡和嘉业自成立以来就制定了清晰可行的研发策略,除了自主掌握核心部件和软件,还构建了完善的研发创新体系。”庄志进一步表示,呼吸健康领域医疗设备的工艺技术较为复杂,且具有较高的产品设计技术壁垒和专利壁垒,对产品材质、生产环境皆有严格要求。

为了不断完善研发管理机制和创新激励机制,怡和嘉业的研发部门分别设置于北京、天津、西安、深圳等地,且多为我国高校分布密集,研发创新人才活跃的地区。同时,公司牵头承担和参与了多个科技部重点专项中的研究项目,建立了科学有效的产学研医合作创新机制。

为了有针对地进行产品研发工作,怡和嘉业设立了多个产品线研发团队,进行不同产品的自主研发工作。具体来看,家用研发部主要负责家用无创呼吸机产品的研发;耗材研发部主要负责通气面罩、呼吸管路等耗材产品的研发;医用研发部主要负责睡眠监测仪、高流量湿化氧疗仪等医用呼吸诊疗产品的研发工作。

公开数据显示,2024年上半年,怡和嘉业研发投入为5814.56万元,

同比增长4.75%;2023年度公司研发投入人为1.17亿元,同比增逾六成,研发投入总额占营业收入比重由2022年度的5.15%上涨至2023年度的10.42%。

“公司持续看好企业发展前景,未来也将继续加大研发投入。”庄志说。

探索医疗数字化

庄志坦言,公司规划在未来五年到十年,对公司的呼吸数据管理云平台,以及整体基于该平台的医疗器械产品进行数字化转型。

2015年,怡和嘉业在国内率先建立了呼吸健康管理智慧云平台,基于物联网技术打造了呼吸健康硬件、软件和服务三位一体的生态体系。该平台能够在患者使用家用无创呼吸机的时候实现对压力、流量、潮气量、漏气量、血氧数据及呼吸波形等数据的管理与分析,打通了医院和患者家庭两个场景。

在庄志看来,慢病医疗器械的数字化转型有其必要性,“慢病的管理很多时候是在家庭场景中完成的。这就意味着患者以及其家属对于医疗知识的储备,当地医疗资源情况以及患者与临床医生沟通的效率都有可能影响到治疗效果。公司打造呼吸数据管理云平台的愿景,就是希望通过医疗器械的数字化变革,赋能包括呼吸疾病在内的慢病管理。”

在采访过程中,庄志对记者展示了公司呼吸数据管理云平台赋能慢病的全过程。通过该平台,客服和临床医生能够实

时查看用户在使用怡和嘉业产品时共享的产品使用数据。一旦用户使用中出现问题或生理参数出现变化,怡和嘉业的服务团队和临床医生能够及时介入,提供指导或者协助用户调整参数。

庄志认为,怡和嘉业推出的数据管理业务能够大幅提高患者对长期治疗的依从性以及临床医生与患者沟通的效率,提升治疗效果,降低诊疗成本,对于优质医疗资源的均质下沉亦有积极意义。

“目前怡和嘉业的全球数字化进程正在按计划推进,公司已在欧洲成立子公司并建立云平台。这对于公司在全球市场业务的开展具有重大意义。”庄志说。

庄志坦言:“我们是长期主义者。站在当下阶段,比起比较短期利润的得失,我们更关注这项业务对于公司高质量发展的长期价值。随着技术的逐步成熟,我们还计划进一步拓展产品版图,全方位赋能慢病管理,逐步成为全球慢病管理的首选平台。”

“目前全球医疗数字化市场仍为蓝海。”庄志表示,根据《2024年中国数字医疗行业市场前景预测报告》,2024年全球数字医疗市场规模将达到3656.7亿美元。在以5G、人工智能、云计算、大数据、远程医疗等为代表的数字技术快速发展的背景下,全球医疗数字化市场具有巨大的发展空间和潜力。

