



新春文旅消费图谱： 出入境游“双向奔赴” 特色游持续“上新”

■本报记者 谢岚
见习记者 梁傲男

春节临近,大众出游热情高涨。综合各平台预订数据来看,新春旅游市场活力满满。有旅游业上市公司发布的春节出游趋势报告显示,2025年春节旅游市场收客已渐近尾声,除免签、短途及部分国内目的地产品仍在持续接收报外,长线目的地产品收客率已超85%。春节整体团队量同比增长30%,出游人数同比增长46%。

民俗、乡村、冰雪、研学、邮轮等多元化旅游新需求,不仅有力撬动了旅游投资节节攀升,催生商业领域诸多创新变革,更为文旅产业注入源源不断的新鲜活力,带动上下游产业链协同发展。1月13日,国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》,围绕丰富消费惠民举措、满足不同年龄群体消费需求、扩大特色优质产品供给、培育消费场景、创新产业政策和优化消费环境六个方面,提出18项具体措施。

中国旅游研究院院长戴斌对《证券日报》记者表示,综合城乡居民出游意愿、旅游供应链恢复程度、旅游投资创新、游客预订和旅行社采购指数等先行指标来看,2025年旅游经济将会有更为乐观的预期、更高质量的发展。

有受访专家向记者表示,旅游目的地必须立足本地特色,持续创新旅游场景,增强旅游消费黏性,满足游客对高品质文旅生活的追求。未来,旅游市场需更加聚焦质量提升,强化品质、优化服务会是贯穿始终的主线,推动整个旅游行业迈向新高度。

出入境游热潮涌动

出入境游热度持续迸发。截至2025年1月1日,我国已与25个国家互免签证,对38个国家实施单方面入境免签政策,对54个国家实施过境免签政策。携程数据显示,截至1月10日,春节期间入境游订单量同比增长超1.5倍,出境游亦延续增长势头,热门目的地包括日本、中国香港、马来西亚等。

出境游方面,消费需求多样化趋势显著。途牛旅游网方面对《证券日报》记者表示,交通便捷、免签或签证便利、旅游消费性价比高的出境短线游目的地备受青睐,出游热度持续提升,游客的预订决策周期也呈现明显的“短平快”趋势,高客单价、资源稀缺性的旅游产品备受追捧。

入境游方面,针对提升入境游客体验感,多部门协同发力,“大额刷卡、小额扫码、现金兜底”支付服务体系不断完善;在增加国际航线、加密国际航班方面也有实质性突破,促进国际旅游供应链有效恢复。

携程研究院执行秘书长、入境游总经理傅博文对《证券日报》记者表示,外国人来华跨区域深度游将成为下一阶段文旅趋势,各地能否把握新红利,提高接待能力和水平、提供更丰富、更多元化的旅游产品将是关键。

特色游红红火火

全国各地端出新春文旅“大餐”迎八方游客。其中,京津冀三地将以“瓣瓣同心京津冀、欢欢喜喜过大年”为主题,举办三地庙会系列活动;四川聚焦“赏蜀山冰雪·享攀西暖阳”主题,

2025年春节旅游市场收客已渐近尾声,除免签、短途及部分国内目的地仍在持续接收报外,长线目的地产品收客率已超85%。春节整体团队量同比增长30%,出游人数同比增长46%

多方发力促文旅产业蓬勃发展

■梁傲男

新春佳节将至,文旅市场热闹非凡。在政策扶持、产业布局优化等多重利好因素的推动下,文旅产业链上下游协同共进、持续优化,催生沉浸式、体验型的全新消费场景,文旅业呈现诸多新气象。

其一,政策相继出台提振文旅市场。旅游作为最终消费和综合消费,具有辐射面广、带动性强的特点。近年来,国家为推动文旅产业高质量发展,积极引导其与多领域深度融合,出台了一系列政策。政策红利不断释放,市场热度持续攀升。春节期间,各地文旅消费迎来高峰,预订订单量大幅增长。

其二,旅游产品多元化发展成为推动文旅消费增长的强力引擎。随着人们生活水平的提高,旅游已从单纯

的观光迈向深度体验。游客需求日益多元精细,渴望融入当地生活,探寻文化脉络。这一转变促使旅游产品不断迭代升级。

冰雪旅游的崛起便是最好的例证。如今,以冰雪为核心的旅游产品不断升级,不仅有专业滑雪场,还巧妙融入民俗节庆、冰雪艺术展等元素。乡村游同样火爆,清新的空气、趣味盎然的民俗活动以及宁静质朴的田园生活,吸引着大量游客前来。

在此形势下,文旅企业敏锐捕捉市场需求,积极布局多元化旅游产品。一是注重产品的个性化定制,为不同年龄、兴趣爱好打造专属线路,如研学游针对青少年设计科普探索之旅,老年游注重康养休闲;二是文旅产业强化服务品质,从住宿餐饮到导游讲解,全方位提升游客体验。以民宿为例,从简单的农家院

雪+文化”“冰雪+旅游”“冰雪+体育”等模式落地,冰雪游将促进多种旅游资源整合,供给端日益提质升级,持续激发消费热情。

此外,数字技术、智能装备、新材料、无人机、大数据和人工智能等被广泛应用于冰雪场景,为游客带来更好的游玩体验。

乡村游焕发生机

到乡村去,也成为不少游客的春节出游选择。据了解,元旦、春节假期期间,文化和旅游部与商务部等相关部门联合开展2025年“游购乡村”消费迎春活动,组织引导文化、旅游、商业、农业领域优质资源互联互通、开展合作,以游促购、游购结合,弘扬年节文化、丰富假期生活,带动农业农村综合消费。

此外,随着乡村游数字提升、艺术提升和餐饮提升等行动的深入实施,乡村游重点村镇产品建设水平和服务能力进一步提升,乡村游日益成为广大游客休闲度假的热门方式。

《证券日报》记者走访旅行社时,一位正在预订乡村游产品的消费者表示:

“我想在春节期间去乡下呼吸清新自然的空气,参与舞龙舞狮、年节祭祀等民俗活动,实实在在感受传统年味。”

“乡村旅游的火热,根源在于大众休闲旅游需求释放以及下沉市场消费潜力激活,这股热潮倒逼旅游产品供给创新。”文化和旅游部全国公共文化发展中心乡村公共文化服务研究院学术委员周海涛对《证券日报》记者表示,从长远看,乡村旅游未来成长空间广阔,势必吸引更多旅游企业与资本扎根乡村,深挖潜力。

文化和旅游部数据中心乡村旅游分中心监测数据显示,2024年前三季度,全国乡村旅游接待人次为22.48亿,同比增长15.5%;接待总收入为1.32万亿元,同比增长9.8%。

北京联合大学旅游学院在线旅游研究中心主任杨彦锋对《证券日报》记者表示:“乡村游发展切实推动了乡村经济的结构优化与产业升级。”由此,乡村游能够自然风光、民俗文化等优势资源转化为经济效益,以乡村游带动交通、餐饮、住宿、购物等产业协同发展,创造更多就业机会,让村民在家门口增收致富。

德邦证券研报表示,当前宠物行业表现出较为强劲的增长态势。除了宠物食品之外,宠物用品、宠物医疗、宠物美容、宠物训练、宠物寄养等多个细分领域市场也在快速崛起。柏文喜表示:“宠物经济的潜力还在释放,各个细分领域正朝着专业化、精细化方向发展,有望诞生出大型企业。”

冲刺上市关键节点 荣耀官宣“换帅”

■本报记者 贾丽

1月17日,荣耀内网发布公告,赵明因身体原因,向公司提出辞去CEO等相关职务,董事会经过慎重讨论研究决定尊重赵明的个人意愿,接受他的辞呈,同时决定由李健担任CEO职务。

对此,荣耀相关负责人向《证券日报》记者确认,赵明因“个人身体原因”主动辞职。

目前正值荣耀冲刺上市的关键节点。执掌公司9年的CEO突然离职,叠加公司产品市场份额下滑,荣耀下一步该如何走?

推进上市

公开信息显示,赵明曾在华为多个岗位历练,自2015年起出任荣耀事业部总裁,全面负责荣耀业务。

在很多荣耀内部人士看来,赵明的离职较为突然。2024年12月31日,赵明还发布2025年新年讲话称,着眼未来,公司会坚定不移地推进AI、品牌高端化战略,推进全球业务正循环及可持续发展。

对于此次离职,赵明在内网发布告别文章表示:“选择放手和离开荣耀,是人生当中做出的一个最艰难的决定。”他称,公司多年成长需要系统性解决一些问题,很遗憾不能带领大家一起变革了。无论怎样,荣耀快速向前,是他最大的心愿。

实际上,荣耀管理层已经有所调整。2024年9月底,荣耀宣布,公司副董事长万飏因个人原因辞职。2025年1月15日,荣耀宣布,原中国区总裁王班被调离,负责海外及平台业务,不再管理中国区业务。

公开信息显示,此次接任CEO的李健,也是在华为闯荡多年的老将,只是较少出现在公开场合。他于2001年加入华为,在战略管理和全球化作战等方面有着丰富的经验,并参与过华为重大改革和战略制定。2021年,李健加入新荣耀,先后任管理团队核心成员、副董事长、董事、人力资源部总裁等职务。

于李健而言,其接任CEO后面临的第一关,便是推进荣耀顺利上市。

均胜电子递交港股上市申请

■本报记者 郭霏霏

宁波均胜电子股份有限公司(以下简称“均胜电子”)赴港上市又有新进展。

1月17日,均胜电子发布公告称,公司已于1月16日递交了在香港联合交易所有限公司(以下简称“香港联交所”)主板挂牌上市的申请,并于同日在香港联交所网站刊登本次发行并上市的申请资料。

公开资料显示,均胜电子主要提供汽车电子和汽车安全两类解决方案,业务覆盖座舱域、智驾域、网联域、动力域以及车身域,为全球整车厂客户提供全方位、全面的解决方案。据弗若斯特沙利文报告,按2023年的收入计算,均胜电子是中国第二大独立汽车零部件供应商。

均胜电子相关负责人向《证券日报》记者表示:“在港上市后,公司将形成‘A+H’两地上市格局,这将使得公司能更好地顺应智能汽车等领域的全球化发展需求,进一步提升综合竞争力。”

浙江大学管理学院特聘教授钱向劲在接受《证券日报》记者采访时表示:“对均胜电子而言,此次赴港上市,将为公司引入更多资金,助力加速战略布局和业务发展。而且中国香港作为国际金融中心,H股上市后均胜电子的国际知名度和品牌影响力将大幅提升,吸引更多国际投资者关注,进而优化公司股权结构。”

均胜电子此次赴港上市,所募集资金将用于多个关键领域。招股说明书显示,均胜电子计划将募集资金用于开发与主流智能芯片兼容的高级自动驾驶和舱驾融合域控制器、跨境中央计算单元,还计划开发符合全球市

场标准的智能网联相关技术和产品。同时,资金也将用于下一代汽车功率电子解决方案的开发和商业化,例如,高效率无线充电技术,以及为满足新能源汽车对高压电气架构需求而开发的下一代电子产品。

此外,均胜电子拟利用募资改善生产制造能力,优化供应链管理,提升成本效益。具体举措包括在中国建设一个全面创新生产基地,一个气囊气体发生器制造工厂,并在东南亚建立一个生产基地,同时助力供应商海外建厂,以强化中国本土优势与全球供应链整合。

春节临近宠物寄养需求旺 “它经济”细分赛道迎机遇

■本报记者 丁蓉

春节临近,宠物寄养市场开始变得火热。《证券日报》记者近日走访深圳宠物寄养店发现,有的门店已经“一窝难求”,寄养价格也随“水涨船高”。

有店家向记者表示:“平时宠物寄养68元/日,春节期间138元/日。5公里内免费接送,每日帮宠物消毒清洁,加粮加水。”

位于深圳市龙岗区的喵格里拉生活馆,春节期间为宠物提供酒店式寄养,提供“标准间”“阳光房”“舒适房”和“豪华别墅”等多种选择。该店负责人向《证券日报》记者表示:“很多客户提前一个月就来给自己的萌宠订好寄养空间,非常重视宠物的生活环境。”

记者在走访调研中了解到,一些宠物

门店的寄养服务包括每天分享宠物活动视频、每天两次遛狗、提供免费的尿垫等精细化项目,有的门店还提供上门喂宠服务。此外,一些长租公寓的管理方也专门提供了为租户提供上门喂宠物的服务。

宠物寄养市场的旺盛需求,体现了我国宠物经济的快速发展。根据《2025年中国宠物行业白皮书》,2024年国内城镇(犬猫)消费市场同比增长7.5%,达到3002亿元。其中,犬消费市场规模达到1557亿元,同比增长4.6%;猫消费市场规模达到1445亿元,同比增长10.7%。

近年来,多地打造“宠物友好城市”,提升精细化管理水平,宠物消费新场景频现,激发“它经济”活力。据悉,在上海、深圳、无锡等地,宠物友好巴士已经开始运营,乘客可携宠物搭乘巴士。在广州、深

圳、济南等地,宠物友好商圈出现,部分商场开始提供遛宠工具、开辟宠物休息区等。

宠物经济蓬勃发展,产业链上下游迎来了新的增长机遇。众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示:“我国宠物经济规模持续增长,其产业链较长,涵盖领域广泛。在宠物食品、宠物医疗、宠物用品及宠物服务等多个细分赛道,相关企业有着广阔的成长空间。”

随着宠物经济成为新的消费热点,“它经济”相关上市公司也交出了亮眼的成绩单。

截至1月17日午间,已有多家宠物赛道上市公司披露2024年业绩预告。例如,天津市依依卫生用品股份有限公司披露的业绩预告显示,公司预计2024年实现归属

净利润1.98亿元至2.25亿元,同比增长91.76%至117.91%。公司方面表示,原有客户的订单保持了较好的增长,叠加新增客户贡献,公司营业收入较2023年有较大幅度增长。公司业绩增长的原因包括:多种主要原材料采购价格稳中

小幅回落,叠加产能利用率大幅提高,产品毛利率不断提升,盈利能力持续改善。

除了宠物食品之外,宠物用品、宠物医疗、宠物美容、宠物训练、宠物寄养等多个细分领域市场也在快速崛起。柏文喜表示:“宠物经济的潜力还在释放,各个细分领域正朝着专业化、精细化方向发展,有望诞生出大型企业。”

德邦证券研报表示,当前宠物行业表现出较为强劲的增长态势。除了宠物食品之外,宠物用品、宠物医疗、宠物美容、宠物训练、宠物寄养等多个细分领域市场也在快速崛起。柏文喜表示:“宠物经济的潜力还在释放,各个细分领域正朝着专业化、精细化方向发展,有望诞生出大型企业。”

德邦证券研报表示,当前宠物行业表现出较为强劲的增长态势。除了宠物食品之外,宠物用品、宠物医疗、宠物美容、宠物训练、宠物寄养等多个细分领域市场也在快速崛起。柏文喜表示:“宠物经济的潜力还在释放,各个细分领域正朝着专业化、精细化方向发展,有望诞生出大型企业。”