

入境游市场再迎利好 东盟国家旅游团可免签入境云南西双版纳

■本报记者 李春莲
见习记者 梁傲男

2月10日，国家移民管理局发布公告，即日起，实施东盟国家旅游团入境云南西双版纳免签政策。

“该项政策是有序扩大自主开放、支持云南建设面向南亚、东南亚辐射中心的重要举措，对推动西南地区旅游产业发展、促进中外人员交流交往、助力深化中国—东盟全面战略伙伴关系具有积极意义。”国家移民管理局相关负责人表示。

携程集团海外平台数据显示，上述政策发布1小时后，东盟国家用户搜索西双版纳的热度环比增长37%。今年以来截至2月9日，东盟国家游客赴西双版纳旅游订单同比增长超250%。

推动旅游业高质量发展

根据上述政策，马来西亚、印度尼西亚、泰国、菲律宾、新加坡、文莱、越南、老挝、缅甸、柬埔寨等10个东盟国家的旅游团（2人及以上），持普通护照经我国境内旅行社组织接待，可由西双版纳州嘎洒国际机场口岸、磨憨铁路口岸、磨憨公路口岸免办签证整团入境出境，活动范围为云南省西双版纳州行政区域，停留时间不超过6天。

西双版纳州文化和旅游局数据显示，2025年春节假期期间（1月28日至2月4日），全州累计接

待游客403.58万人次，旅游总花费50.43亿元，分别同比增长3.04%、3.70%。

磨憨出入境边防检查站数据显示，2025年春节假期期间，西双版纳州勐腊县磨憨口岸（含公路口岸、铁路口岸）共查验放来自47个国家和地区的出入境外籍旅客2.7万余人次，同比增长110%，免签入境占比超97%。这些外国游客主要来自老挝、泰国、马来西亚等国家，入境事由以旅游和探亲访友为主。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力向《证券日报》记者表示，免签入境政策极大地简化了东盟国家游客的入境手续，有效激发了游客的出行意愿，预计将促进东盟游客数量显著增长，从而带动免签入境地区酒店、餐饮、交通等相关产业发展。同时，这也将促进云南与东盟国家之间的人文交流与合作，为西南地区旅游业的高质量发展注入新的活力。

A股相关板块迎利好

上述政策发布当日（2月10日），A股市场旅游及酒店板块涨幅居前。个股方面，云南旅游股份有限公司股价涨停，西域旅游开发股份有限公司、丽江玉龙旅游股份有限公司等个股纷纷跟涨。

同程网络科技股份有限公司旗下同程研究院首席研究员程超功在接受《证券日报》记者采访时



表示，此次开放东盟国家旅游团入境西双版纳免签是一次重要的创新尝试，是继过境免签、单方面免签及互免签证之后的政策创新，也是进一步拓宽入境游客流量通道的重要尝试。本次免签政策将东盟10个成员国全部纳入，是对此前过境免签政策的重要补充，对于促进入境旅游业发展的意义重大。

“西双版纳发布”微信公众号消息显示，西双版纳州正用好用足国家入境和过境免签政策，坚持“走出去”“请进来”相结合，

与周边国家联手打造“西双版纳+清迈+曼谷+万象+琅勃拉邦”等多国联动、双向环游的跨境旅游品牌，出入境旅游展现出强劲增长势头。

西双版纳纳象国际旅行社有限公司工作人员表示，东盟国家的游客有着独特的文化背景和旅游需求，因此，公司将在原有入境游路线的基础上，精心规划一些更适合东盟国家游客的玩法和行程。

据国家移民管理局相关负责人介绍，下一步，国家移民管理局

将持续深入推进移民管理领域制度型开放，吸引更多外国人来华旅游、商贸，为入境市场发展持续注入新动能，服务我国高水平开放高质量发展。

在程超功看来，不排除我国下一步会对其他客源国开放旅游团免签，比如对非洲、南美洲等未被过境免签或单向免签覆盖的国家开放旅游团免签，从而在自由行之外进一步挖掘跟团游客源，为相关城市入境游市场拓宽客源，让更多城市加快融入全球旅游市场。

足金饰品价格“水涨船高” 上市公司加快产品创新

■本报记者 丁莹

2月10日，周大福珠宝集团有限公司足金饰品价格报873元/克，同比上涨39.46%。此外，据记者了解，广东潮宏基实业股份有限公司（以下简称“潮宏基”）当日足金饰品价格均达873元/克。

陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问丁臻宇向《证券日报》记者表示，尽管当下金价快速上涨，但是金饰企业灵活应对市场变化，推出“小而精”的轻量化产品，包括金豆、薄片首饰、空心工艺镯等，同时融合传统文化元素或动漫IP元素，提升产品附加值。

小克重金饰受青睐

2月10日，《证券日报》记者走访了国内最大的黄金珠宝交易集散地——深圳罗湖水贝市场。在深圳罗湖水贝市场的水贝金座大厦一楼，市场工作人员刘志向记者表示，市场内大部分金铺正月初八就已开门迎客，春节长假前后都有不少批发商前来补货。散客方面，不仅有深圳本地的消费者，还有不少从外地来旅游度假的游客。

国潮金饰兴起，是当下黄金首饰消费的一大趋势。雅侨珠宝柜台负责人告诉记者，今年公司在产品上进行了创新，黄金头钗是往年从来没有做过的款式，今年春节前后开始尝试，市场反馈相当好。以前中式婚礼中的头钗很少用纯金材料，现在婚庆消费需求已经从传统三金——金耳环、金项链和金戒指拓展到了金头钗等。加之国潮盛行，“新中式”穿搭受到消费者追捧，黄金头钗未来市场空间很大。

动漫IP金饰受年轻人青睐，也成为新趋势之一。春节期间，《哪吒之魔童闹海》电影热映，带火了“乾坤圈”等黄金饰品。据喜凤凰门店一名销售人员介绍：“门店第一时间推出了古法金工艺的‘乾坤圈’手镯、‘乾坤圈’吊坠和‘乾坤圈’戒指，分别为39克、12克和4克，受到消费者追捧。”

此外，小克重金饰日益受到消费者喜爱，成为了高金价下的消费趋势之一。一位市场内的消费者向记者表示，自己每年春节都买点金器，去年春节买的金手镯，到现在已经升值了不少，今年打算买个克重小的吊坠。

对于黄金价格的未来走势，丁臻宇认为，从历史的角度看，黄金价格总体处于升值状态。但区间的震荡幅度也不小，比如2012年至2015年区间曾出现过40%以上的回调，投资者需要有充分的风险管理意识。

上市公司抢抓机遇

针对金价快速上涨给黄金消费市场带来的机遇，相关上市公司快速反应，加快产品创新的同时，采取了一系列新的市场策略。

周大生珠宝股份有限公司针对轻量化黄金推出“腕美系列”以及衍生新品牌“转珠圈”，精准匹配消费者需求的变化趋势。公司相关负责人表示，品牌主力消费人群出现偏好轻量化、精而美、特而新黄金饰品的趋势，在这种结构分化的背景下，此类产品具有客单价低、毛利率高、周转快等特点。

潮宏基2024年8月份在马来西亚吉隆坡新开的第一家海外门店销售表现理想。公司方面表示，目前来看，公司客户群体以海外华人为主。公司串珠类产品和古法金系列等得到当地客户的认可，整体销售表现不错。随着全球化进程的加速与品牌影响力的不断提升，公司将继续关注海外业务发展，寻找海外发展机会。

民生证券发布研报称，考虑到高端黄金珠宝具备经典保值、文化审美价值、首饰与奢侈品牌入门皮具价格接近、高克重金器具有投资收藏功能等特性，未来中国高端黄金珠宝品牌在个人奢侈品市场份额有望提升。

君禾股份泰国项目迎新进展

■本报记者 吴奕莹

2月10日晚间，君禾泵业股份有限公司（以下简称“君禾股份”）发布公告称，近日公司泰国孙公司与中天海外工程（泰国）有限公司签订了《施工总承包合同》。该合同涉及工程为君禾泰国厂房新建项目，地点位于泰国WHA罗勇府工业区，合同总价为3.53亿泰铢，工期暂定为240日历天，自1月31日开始。

回溯到2024年4月份，君禾股份基于海外布局 and 战略规划的需要，在新加坡设立全资子公司及由其全资控股的孙公司，并由新加坡子公司与新加坡孙公司在泰国共同设立泰国孙公司，从事泵类产品、清洁工具等的研发生产和销售。

君禾股份董秘陈佳伟向《证券日报》记者表示，在泰国开展投资项目，是公司海外布局 and 战略规划的需要，有利于提高公司海外市场的开拓能力，强化产品海外供应能力。此外，在泰国建厂，还能降低公司运营成本，提升公司在国际市场上的竞争力。

“泰国孙公司本次签订合同，是公司泰国项目进展中的重要一步，接下来公司会继续推动项目进一步落地。”陈佳伟如是说。

对于君禾股份在泰国建设生产基地，业内普遍认为，泰国地处东南亚中心地带，交通便利，辐射范围广，君禾股份在此投资建设厂，能够以泰国为据点，更便捷地进入东南亚、南亚等新兴市场，进一步扩大公司在亚洲地区的市场份额，优化全球市场布局。

君禾股份作为国内水泵龙头企业，长期以来的主要业务市场在欧美地区，近年来，公司通过加强与客户的合作，在欧美地区市场保持了一定的竞争优势，实现了业务的稳定发展。在此基础上，公司加大了对国内、中亚、东南亚等拥有较大发展潜力市场的投入和渠道拓展，以实现业务在这些市场的快速增长。

陈佳伟介绍，除了在海外建立生产基地外，近两年公司在国内市场的布局也有较大进展。

2024年1月份，君禾股份国内首家线下门店正式开业，标志着公司在国际和国内销售生态圈正式形成了完整闭环。截至目前，君禾股份已在宁波、长春、郑州、无锡、佛山、唐山和昆明7个城市成立了仓储式门店。据陈佳伟透露，接下来，君禾股份将持续推进仓储店建设，预计在3年内完成全国主要城市的渠道建设，并通过品牌营销，提高公司产品在国内的市场占有率。

AI眼镜成消费电子产业链重要增长极 多款产品计划今年上半年面市

■本报记者 李乔宇

如果各个厂商的计划如期推进，今年上半年，消费者将看到一批AI眼镜的集中面市。据记者梳理，中国电信股份有限公司（以下简称“中国电信”）研发的AI智能眼镜产品最快将于今年5月份正式面市；小度AI眼镜预计将于2025年上半年正式面市；AI+AR眼镜Rokid Glasses将于2025年第二季度面市；雷鸟V3 AI眼镜则已在今年1月份正式面市。

“AI眼镜未来有望挑战智能手机的地位，成为人们日常生活和工作中的重要工具。”中国移动有限公司（以下简称“中国移动”）相关技术专家告诉《证券日报》记者，通过语音、手势或眼动控制，AI眼镜能够提供实时翻译、导航、日程管理、信息检索等功能，在部分场景下可以“解放双手”替代手机。随着技术的成熟，AI眼镜和智能手机的功能将进一步融合。

三大运营商纷纷布局

在AI眼镜赛道上，三大通信

运营商已陆续布局。

在此前举办的2024数字科技生态大会上，中国电信携自主研发AI眼镜产品亮相大会展台。《证券日报》记者在试用后了解到，这款产品已经能够做到识别物体、人像、拨打电话、编辑短信以及跨语种翻译等功能。

“我们还在研发各种各样的垂直场景，比如识别食物里的卡路里和营养成分等。”中国电信旗下的中电信人工智能科技有限公司家庭和个人专线负责人朱培栋告诉《证券日报》记者，AI眼镜预计最快在2025年5月份正式面市。目前，中国电信正在全力进行研发，力争将成本控制在两千元以内。

AI眼镜还有望产生更大的社会价值，在上述大会上，现场工作人员告诉记者，中国电信的AI眼镜迎来了一位视障使用者，通过中国电信打造的星辰大模型，AI眼镜能够对使用者面前的图像进行识别，通过语音传递信息，帮助视障人士实现对展台的参观。

谈及对于AI眼镜的布局，上述中国移动相关技术专家认为，公

司向相关厂商提供了九天75B语言大模型的API接口，支持用户通过对话实现精准意图识别，可实现一语导航、一语听歌等服务。

“AI眼镜将通过AR/MR技术，将虚拟信息无缝叠加到现实世界中，广泛应用于娱乐、教育、医疗、工业等领域。”上述中国移动相关技术专家表示，在教育中，AI眼镜可以提供沉浸式学习体验；在医疗中，医生可以通过眼镜实时查看患者数据或进行远程手术指导；在工业、设计、建筑等领域，AI眼镜也有望通过展示3D模型等方式，成为这些行业中的重要生产工具。

此外，中国联合网络通信股份有限公司与合作伙伴共同研发的eSIM AI运动眼镜已于去年下半年正式开售。

机遇与挑战并存

华泰证券发布研报称，在AI眼镜热潮之下，今年的“百镜大战”有望为消费电子产业链提供新的增长机遇，也将为国内大模

型的落地提供理想的硬件载体和应用场景。

记者在投资者互动平台上注意到，今年以来，AI眼镜话题热度高涨，部分公司已积极就相关问题回复投资者提问。

1月份，兆易创新科技集团股份有限公司表示，公司的通用NOR Flash产品可广泛应用于消费电子、智能可穿戴设备等终端领域，包括AI耳机、AI眼镜、AIPC等领域。

利亚德光电股份有限公司表示，公司子公司北京虚拟点积累了LydCap无标记点识别算法以及LYDIA动作大模型等多项核心算法技术，进一步拓展了业务边界，在具身智能、AR/AI眼镜等领域已逐步与行业厂家建立起研发和合作关系。

炬芯科技股份有限公司表示，公司智能穿戴芯片ATS3085搭载于INMO GO第一代智能眼镜产品并已量产面市。其他更多基于公司芯片的AI眼镜客户产品即将量产面市。

深圳佰维存储科技股份有限

公司表示，2025年，随着AI眼镜的放量，公司与Meta等重点客户的合作不断深入，将推动公司智能穿戴存储业务的持续增长。

AI眼镜发展如火如荼，但产品真正得到广大消费者认可，仍有赖于技术进一步突破。

“AI眼镜需要高分辨率、宽视场角（FOV）和轻量化的显示技术，但目前的光学方案（如光波导、Micro LED）仍存在成本高、良率低、亮度不足等问题。”上述中国移动相关技术专家进一步表示，AI眼镜的高功耗导致续航时间短；AI眼镜的体积和算力有限，限制了AR渲染和大模型性能；AI眼镜需要自然、高效的交互方式（如语音、手势、眼动控制），但目前的技术在准确性和用户体验上仍有不足。

此外，行业标准不一及设备兼容性等问题也限制了AI眼镜生态的完善。上述专家建议，AI眼镜的发展需要推动行业联盟的成立，制定统一的技术标准和规范，同时加强国际合作，促进全球市场的协同发展。

多家头部酒企举办“春节后第一会” 纷纷强调“稳”字当头

■本报记者 李静

春节假期结束，国内多家头部酒企相继召开了“春节后第一会”，为2025年的发展定下基调。

据记者梳理，业界普遍认为2025年白酒行业仍将处于调整期，由此，头部酒企纷纷强调“稳”字当头，将“稳价格、抓动销、提费效、转作风”等作为2025年目标。

更加重视稳定发展

2月5日，五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长曾从钦在2025年收心会上表示，今年首月实现稳步开局，公司各项重点工作继续保持良好发展势头。酒业主业“稳”的基础更加牢固，非酒产业“进”的动能不断积蓄，企业发展

“好”的因素持续累积。

同日，山西汾酒集团党委书记、董事长袁清茂赴公司各单位走访慰问干部职工时表示，新的一年，要推动汾酒各项事业稳中有进，努力实现“开门红”“开门红”。

2月7日，舍得酒业股份有限公司总裁唐晖在2025年度工作会议上表示，2025年公司要以“长期主义”的耐心，保持战略定力，坚持以老酒战略为基石，推动多品牌矩阵战略、年轻化战略和国际化战略齐头并进。

2月8日，陕西西凤酒股份有限公司副总经理周艳花在2025年度营销工作总结表彰大会表示，公司2025年的营销核心工作确定为“稳主品价格，保商家利润，扩核心终端”，并在2024年“1246”营销战略的基础上，实施“1257”战略，最

终实现公司营销工作的管理优化、模式转型、效能提升。

“与2023年底的高增长目标不同，2025年各大头部酒企更加注重市场、渠道、价格和经销商的稳定发展。”武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青向《证券日报》记者表示，这种转变将推动整个行业从过去的放量增长逐渐转向结构增长，从粗放向精细、由数量向质量、由高速度向高质量转变。

行业分化加剧

尽管头部酒企强调“稳”，但白酒行业的分化趋势却愈发显著。截至目前，已经有10家上市白酒企业披露了2024年业绩预告或年度经营情况公告。其中，仅4家预

计报告期内实现净利润稳定增长，其余6家则预计同比下滑。

其中，贵州茅台酒股份有限公司披露的2024年度生产经营情况公告显示，预计公司2024年实现营业收入约1738亿元，同比增长约15.44%；归属于上市公司股东的净利润约857亿元，同比增长约14.67%。四川水井坊股份有限公司披露的2024年度主要经营数据公告显示，预计公司2024年实现归属于上市公司股东的净利润约13.41亿元，同比增长约6%；营业收入约52.17亿元，同比增长约5%。

而舍得酒业股份有限公司披露的2024年度业绩预告公告显示，预计2024年实现归母净利润3.2亿元至4.2亿元，同比减少81.93%至76.29%；此外，酒鬼酒股

份有限公司预计2024年归母净利润同比下滑98.17%至97.26%。

对于业绩变动原因，多家酒企在业绩预告中提到，2024年白酒行业整体仍处于调整期，行业竞争进一步加剧，市场需求萎靡不振，销售速度放缓，甚至出现了价格倒挂现象。这一系列变化加剧了市场竞争，推动了行业分化。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬向《证券日报》记者表示，在这种情况下，“稳”字当头的策略有助于酒企保持冷静，理性应对市场变化。头部酒企通过稳定价格、控制产量等措施，可以巩固自身的市场地位，维护品牌形象，为未来的市场竞争打下坚实基础，而中小酒企也可以通过稳健经营，逐步调整产品结构，加强渠道建设，提高市场竞争力。