

免签“朋友圈”不断扩容 上市公司多维发力做大入境游“蛋糕”

■本报记者 丁 蓉

在一系列免签、退税政策的推动下,外国游客“中国游”“中国购”热情持续高涨。据国家移民管理局6月3日消息,今年端午节假期,单日出入境通关最高峰出现在6月1日,达208.6万人次。入境外国人中,适用免签政策入境23.1万人次,较去年同期增长59.4%。

多地入境客流同比增幅较大。据海口出入境边防检查总站发布,今年端午假期,海南迎来了出入境旅游客流高峰,截至6月2日18时,海南共验放出入境交通工具164架(艘)次,出入境人员达1.99万人次,较去年同期增长44.3%。据上海出入境边防检查总站消息,今年前5个月,上海边检总站累计查验出入境人员超1700万人次,出入境(港)交通运输工具12.2万架(艘)次,分别较去年同期增长23.5%、16.2%。

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,出入境数据的增长,反映出我国经济的强大韧劲和潜力。旅游、免税店等行业企业积极从丰富产品供给、提升服务水平、拓宽客源渠道等维度发力,紧抓入境游市场机遇,共同做大入境游“蛋糕”。

政策红利集中释放

6月3日,外交部发言人林剑在例行记者会上表示,6月1日起中国的单方面免签“朋友圈”首次拓展到拉美和加勒比地区国家,适用单方面免签政策来华的国家已达43个。免签“名单”不断变长,

彰显了中国持续推进高水平对外开放的坚定决心;便利人员往来措施不断优化,反映出中国致力于打造开放型世界经济的扎实行动。今年一季度,各口岸入境外国人超900万人次,较去年同期增长逾40%。

在北京奥优国际文化传媒有限公司董事长张明看来,“中国游”和“中国购”热潮,离不开政策利好的助力。一方面,我国免签“朋友圈”不断扩容;另一方面,我国离境退税、“即买即退”等政策持续优化,吸引了一大批外籍旅客“空箱来,满载归”。

各地积极建设入境旅游新生态,政策利好还在持续释放。在6月3日开幕的2025北京入境旅游发展大会上,《北京市优化入境旅游服务专项行动方案》正式发布。

据悉,北京将“全链条”优化升级入境旅游服务。在产品供给方面,北京将持续提升“大美中轴”影响力,不断丰富世界遗产游、特色胡同游、中轴骑行游等更多特色化、体验式的旅游产品。在服务提升方面,将强化北京国际航空枢纽全方位门户复合型功能,拓展优化国际航线网络布局;提升入境通关效率,设置“临时入境许可”办理专区,提供一站式签发办理服务;推动更多境外银行卡支持轨道交通“拍卡过闸”。

携程最新数据显示,今年端午假期入境游订单同比增长近九成,热门入境旅游目的地为上海、北京、广州、成都、深圳、重庆、杭州、青岛、西安、昆明。入境游景区门票总交易额同比增长超1.5倍,热门景区中除环球影城与上海迪士尼



乐园外,自然风光类景区占四席,分别是九寨沟、张家界国家森林公园、天门山国家森林公园、黄龙风景名胜景区。

多方发力吸引游客

近日,旅游、免税店行业的相关企业在入境游方面的布局,受到高度关注,多家A股上市公司在互动平台回答了投资者关切的问题。旅游企业中中青旅控股股份有限公司(以下简称“中青旅”)积极参加各类展会,邀请旅游批发商来华踩线,加大宣传力度。中青旅方面表示,针对入境游散客增多趋势,公司顺应市场需求,推出了更多散客、定制产品,并且不断更新英文网站产品,满足个性化需求,

形成了半日、一日、多日系列产品体系。公司还推出City Walk、烹饪、学太极等碎片化产品。

凯撒同盛发展股份有限公司(以下简称“凯撒旅业”)开拓小红书、抖音、微视频等线上销售渠道,并与境外平台积极拓展入境游业务。凯撒旅业方面表示,2025年,公司将开拓青岛等地入境旅游市场,为游客提供“机票+酒店+地接”一站式服务。借助在线旅游平台推广入境自由行产品,结合国内免签政策吸引年轻游客,推出文化体验、海鲜美食之旅等特色产品。

免税店行业上市公司中国旅游集团中免股份有限公司(以下简称“中国中免”)旗下三亚国际免税城一期经营区域内,有税经营的商店已经可以为境外旅客办理离境

退税,同时三亚市内免税店也已投入运营。来华的境外旅客,可以在三亚国际免税城一期充分享受免税与离境退税的一站式购物便利。

中国中免方面表示:“伴随免签国家范围扩大,以及过境免签政策全面放宽优化,出入境客流回暖,也给机场免税和市内免税店业务带来更多空间,公司将积极探索并充分抓住境外旅客带来的增长机遇。”

广州眺远营销咨询公司总监高承飞在接受《证券日报》记者采访时表示:“相关上市公司精准把握入境游市场需求,深挖文化内涵,发挥各地旅游资源优势,打造差异化的旅游产品,将有利于吸引更多入境游客,让入境游市场活力迸发。”

“苏超”火出圈 “体育+文旅”释放多元消费潜力

■本报记者 陈 潇
见习记者 梁傲男

近期,一场来自江苏的足球联赛——首届江苏省城市足球联赛(以下简称“苏超”)正以超预期的人气迅速“出圈”。在南京、徐州、常州等地,球迷们涌入城市地标球场,掌声、呐喊声此起彼伏,不少球迷组团打卡主客场,为家乡球队加油助威。

“苏超”联赛并非传统职业联赛,而是一项由江苏省体育局与13个设区市政府联合主办的业余赛事。尽管球员大多非职业出身,但南京、镇江等地赛事甚至出现一票难求的火爆场面。

体育赛事撬动文旅消费

“苏超”火爆的背后,是近年来各地推动“体育+文旅”融合发展的

缩影。据江苏省体育局统计,“苏超”目前已吸引了超过18万名球迷涌入各个主场城市现场观赛,上座率堪比职业足球联赛。

在“苏超”的带动下,各地巧妙融合地域文化与美食元素,将赛场对决升级为兼具竞技性与娱乐性的全民狂欢,带动了当地文旅美食消费持续走高。今年端午假期,南京位居美团旅行全国文旅热门城市之首。美团旅行数据显示,端午节后,江苏省的文旅需求依旧旺盛,6月2日至6月8日,江苏省内景区预订同比增长305%。

记者了解到,在6月1日南通4:0战胜泰州、南京1:0战胜无锡后,南通和南京的特色美食热度明显升温。美团数据显示,6月2日当天,江苏地区“南京盐水鸭”搜索量较上周同期增长74%，“盐水鸭”菜品套餐的订单量较上周同期增长58%；“南通早茶”搜索量也激增

367%。最近一周,“徐州烧烤”“盱眙小龙虾”搜索量同比分别增长197%、61%。

酒店预订方面,去哪儿旅行数据显示,5月份至8月份入住江苏省酒店的预订量较去年同期增长21%,排名前十的城市分别是南京、苏州、无锡、徐州、扬州、常州、连云港、南通、淮安、镇江。

去哪儿旅行大数据研究院相关负责人表示,对《证券日报》记者表示,“体育+文旅”的融合是近年来比较明显的一个趋势。“苏超”客源主要以省内为主,对拉动区域商圈的住宿、餐饮、旅游等综合消费作用明显,成为带动当地文旅消费新引擎。

向多维度产业融合转型

“苏超”的火爆出圈并非偶然,其背后,地方政府积极推动赛事直

播、传播,使得热度实现“破圈”,同时也实现体育从单一赛事向多维度产业融合转型。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力对《证券日报》记者表示,“苏超”联赛打破了体育赛事作为单一娱乐活动的边界,升级为城市文旅消费的超级入口和体验枢纽。从江苏各地实践来看,常州、镇江“免门票”是最初级的引流尝试,南京球票换优惠则设计了一套激励相容的规则,即政府协调景区、门票让利。各地将赛事流量导向文旅经济,塑造独特城市记忆点。

与此同时,“苏超”还显著带动了大众的运动热情。美团数据显示,最近一周,江苏地区“足球”相关搜索量同比增长187%，“儿童足球培训”“室内足球场”等关键词跻身本地热门。体育热潮的升温,正在释放更广泛的消费和

产业潜力。

朱克力表示,体育赛事具备高关注度、强情绪黏性和特定人群聚集效应。球迷因赛事而来,停留时间自然拉长,住宿、餐饮、交通等基础消费成为刚需。在此背景下,赛事装备、周边文创、青训培训等配套产业有望不断涌现,体育与教育、文旅等产业的融合也将呈现出更多可能。

在业内人士看来,“苏超”作为一项地方联赛,可持续性仍在考验中。“苏超”的火爆出圈,不仅印证了体育赛事对区域文旅消费的强劲拉动效应,更揭示了“体育+文旅”融合发展的广阔前景。从赛场内外的全民狂欢到城市美食、景区的流量上涨,再到地方政府精准施策,这场以足球为名的“城市嘉年华”,不仅是竞技的舞台,更是撬动消费、激活产业、塑造城市IP的多元引擎。

银行理财子公司创新求变 发力长周期与分红型理财产品

■本报记者 彭 妍

近期,存款利率持续下行引发银行理财市场深度变革,银行理财子公司纷纷以创新策略抢占市场先机。一方面,通过发行长封闭期理财产品,搭配“固收+非标”策略,合理配置非标债权资产,挖掘长期收益潜力;另一方面,积极创新分红模式,推出按月或按季分红产品,为投资者提供更灵活的收益获取方式。

受访业内人士表示,银行理财子公司的创新举措,不仅优化了理财市场产品生态,更精准对接了投资者在低利率环境下的资产配置需求,或将成为推动理财规模阶段性增长的重要驱动力。此外,理财子公司的策略调整,亦是其强化服务实体经济能力的重要实践,通过长期资金的有效配置,为实体经济发展注入动能。

银行理财创新突围“双路径”

在利率市场化与财富管理竞争加剧的双重背景下,银行理财子

公司正以两大核心策略实现创新突围。

记者梳理发现,农银理财、徽银理财、渤海理财等机构纷纷布局“固收+非标”领域,推出长封闭期产品。其中,农银理财“农银安心·灵珑2025年第9期理财产品(鑫享)”聚焦高评级非标资产配置;徽银理财“智盈添金目标盈19号理财”将非标债权类资产占比控制在50%以内;渤海理财“财收有略系列固定收益类二年封闭式理财产品”则将非标资产配置比例锁定在49%以下,精准平衡收益与风险。

长封闭期设计为资金运作带来多重优势:对理财子公司而言,稳定的资金期限使其能够制定长期投资规划,布局期限长、收益高的优质项目,有效分散债券市场波动风险;对产品经理人来说,可规避资金频繁申赎的干扰,保障投资策略的连贯性与执行效率;对投资者而言,则能减少主动择时的困扰,避免因非理性追涨杀跌影响最终收益。

分红模式创新成为市场另一大焦点。农银理财推出的“长辈悦

享”主题产品,自成立满三个月起即开启按月现金分红模式。上银理财与苏银理财也紧跟步伐,积极布局分红型理财产品。例如,上银理财的“安心颐选长盈3年(悠享分红款)”,凭借其独特的产品设计与分红机制,吸引了众多投资者的目光;苏银理财的“恒源封闭三年鑫利系列产品”同样表现亮眼,为投资者提供了多元化的理财选择。

从运作机制来看,理财产品分红主要分为现金分红与红利再投资两种方式:前者直接将投资收益以现金形式发放至投资者账户,满足即时资金需求;后者则按分红当日产品单位净值,将分红金额折算为新的产品份额,实现收益的滚动增值。两种分红方式均不改变产品的风险收益特征,不影响投资者实际持仓收益,通过灵活的收益分配机制,显著提升了投资者的持有体验与产品吸引力。

推动公司可持续发展

业内专家表示,银行理财子

公司的这些策略调整是顺应市场变化的积极举措。苏商银行研究院高级研究员杜娟对《证券日报》记者表示,银行理财子公司的策略调整主要体现在三个方面:一是采用“固收+非标”等多元资产配置,提升产品收益吸引力;二是推出按月或按季分红产品,以直观收益缓解投资者波动焦虑,引导长期投资;三是借助长封闭期灵活布局长债等高收益资产,进一步增厚收益。

上海金融与法律研究院研究员杨海平对《证券日报》记者表示,近期存款利率下调后,分红型理财产品成为存款替代选择。理财子公司通过拉长产品期限、配置非标资产提升收益。这些策略旨在吸引外部资金、留住存量客户,也是推动理财规模增长的关键。

中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏认为,银行理财子公司调整策略旨在强化服务实体经济效能,借长封闭期产品募集资金,为长期投资项目“输血”。

面对低利率常态化、业绩基准

下行的市场环境,银行理财子公司的可持续发展路径引发热议。

杨海平建议,首先,银行理财子公司应用好鼓励理财资金进入股票市场等相关政策,对原有产品体系进行重检升级,推出特色化的理财产品,适时加大权益类理财产品投放,或者在“固收+”等框架下提升权益类资产配置。其次,根据自身实际情况,强化投研体系的升级,探索扩大可配置资产范围。再者,适度拉长理财产品期限,抢抓政策红利,改善理财产品的收益率表现。最后,稳妥推进理财业务运营和管理的数字化,提升投资者体验。

杜娟表示,银行理财子公司应该多维度地制定有效的应对策略:一是营销获客,除借助母行资源,扩展新媒体、同业合作等多种获客方式;二是提高产品竞争力,通过丰富资产配置、科学设置产品分红等功能,吸引投资者;三是加强股票、债券、贵金属、海外资产等多元化资产配置能力;四是拓展服务范畴及服务质效。

拒绝“价格战” 银行向结构性改革要增量

(上接A1版)

当前,我国小微企业众多,这类企业普遍抵押资产薄弱但信贷需求较强,商业银行普遍受到合规、风控等约束,难以满足其信贷需求。一些银行已敏锐地捕捉到了这一市场信号,并积极行动。商业银行2024年年报等公开信息显示,一些银行通过业务模式创新积极填补市场空白。例如,今年某银行打造的特色信用融资产品,为数千户科技型小微企业提供了信贷支持,该产品发挥征信服务公司的数字化征信价值、商业银行的数字化金融服务优势,并加入担保公司的风险缓释保障,形成由政策引导、数据赋能、银行创新、担保协同的新型服务模式,实现了企业、银行、征信服务公司等主体的多方共赢。

除了产品创新,数字化转型也是银行拓展增量业务的重要手段。

今年3月份,农业银行董事会秘书刘清在业绩发布会上回答《证券日报》记者提问时表示,负债端,将通过数字化经营,着力提升客户分层分群经营的能力,努力沉淀更多低成本资金。此外,建设银行方面表示,2025年,该行将改善负债结构,深化网络化数字化拓客增存,加强低成本、源头性资金拓展。

江苏银行研究院高级研究员杜娟对《证券日报》记者表示,深入场景、差异化客群深耕,创新产品都是银行拓展存贷款增量业务的有效方式,目前这几种方式也有交叉应用。例如,面向餐饮小微企业,商业银行通过嵌入餐饮供应链平台场景,为其提供采购融资、零钱理财等在内的创新产品方案。整体而言,商业银行拓展增量业务,需要综合考虑自身资源禀赋、风控能力、展业区域的产业环境等内外部因素。目前来看,不少尝试已出现了标杆性案例。

以消费生态场景创新为例,某城商行上海分行通过聚焦“企业福利精准服务、民生场景深度对接、消费生态创新构建”三大方向,拓展了增量业务,满足了消费者和企业的金融需求,促进了内需和消费的增长。该行还通过搭建电商特殊通道,助力行内制造业客户“一键触网”,同步加深对公合作;纵向贯通“采购通”供应链,整合多个品牌资源,为餐饮行业提供米面粮油供货服务,构建“产—供—销”全链路生态。

拓展增量业务也需要监管部门的引导。曾刚建议,监管部门应鼓励和引导银行加大产品、服务和技术创新,打造差异化、特色化金融服务,设置合理创新激励机制。

提升非息收入

实际上,不少商业银行“卷”存贷款的一大原因是营收结构单一。因此,拓展非息收入对于缓解商业银行存贷款内卷具有重要意义。

目前,我国商业银行的非息收入主要由财富管理业务(代销、投顾、财务规划等)收入、金融市场业务收入、投行业务收入等板块构成。今年以来,不少商业银行在业绩发布会上或接受机构调研时明确表示,将加大非息收入占比,进一步增强经营的韧性。

提升非息收入不仅是银行破解存贷款内卷的重要途径,更是实现多元化发展、增强抗风险能力的关键所在。中信银行研究团队认为,低利率环境下传统存贷业务的盈利空间遭受挤压,拓展中间业务、抬升非息收入成为必然选择。

“我国居民收入持续增长,财富管理意识不断提升,财富管理业务增长前景广阔。”在中国银行研究院银行业与综合经营团队主管邵科看来,银行发展财富管理业务具有客户数量庞大、信用基础好、多元化服务能力强的竞争优势。

杜娟也表示,近年来居民财富由房地产向金融资产转移,在存款利率持续下行的背景下,财富管理业务增长空间广阔。财富管理业务有利于银行积累优质客群,可以与存贷款等各类业务实现联动。

为抓住这一发展机遇,邵科进一步建议,我国商业银行可以从五方面拓展财富管理业务:其一,树立“买方立场”,推动经营理念从“产品驱动”转向“以客户为中心”;其二,着力培养一批具有综合能力的财富管理专业团队;其三,强化集团协同,整合各资产管理机构形成条线合力,强化债券投资能力,打造拳头产品体系,突出比较优势;其四,加大对科技的战略性资源投入;其五,提升全球化服务能力。

除财富管理业务之外,适度加大金融市场业务也能提升营收。

今年以来,不少银行机构通过发力金融市场业务缓解了业绩增长压力。数据显示,今年一季度,A股42家上市银行中,有34家银行的投资收益同比正增长,有一半的银行投资收益同比增幅在20%至90%之间。其中,有10家银行一季度的投资收益同比增速超过了100%。

未来,商业银行在统筹考虑风险、收益、服务实体经济等维度后,加大金融市场业务具有重要意义。邵科表示,商业银行在开展金融市场业务时,需平衡好信贷投放和金融投资的关系,以自身稳健经营保障行业高质量发展:第一,正视低利率环境下金融投资收益对于稳定银行盈利的重要作用,根据自身风险承受能力和市场资金获取能力,稳妥确定金融投资的合理水平;第二,提高金融投资与实体经济需求的匹配度,灵活运用债券、基金和股权投资等方式,提高资金支持制造业、科技创新、绿色转型、养老服务 and 基础设施建设等重点领域的质效;第三,持续强化金融投资的风险管理能力,前瞻性关注利率风险问题,动态监测资产负债错配风险,关注金融投资的资产质量问题。

多位受访人士表示,商业银行存贷款的反内卷之路,本质是金融服务供给侧的结构性改革。当行业建立起以客户价值创造为核心的经营体系,我国银行业方能穿越经济周期,在服务实体经济中实现自我革新。这场转型虽道阻且长,但银行已经积极探索,前路曙光渐现。