

一线调查

借力“暑期+两节”叠加政策红利 旅游业或逆转上半年弱势

■本报记者 矫 月 徐一鸣

暑假即将结束，旅游行业表现如何？近日，《证券日报》记者采访多家旅游公司，并走访相关旅游景点了解到，旅游行业暑期收入有所恢复。

记者在黄山景区入口处注意到，前来游玩的游客络绎不绝。“6月份以来，随着国内疫情防控形势总体向好，叠加跨省游恢复等政策红利，国内居民出游信心有所提升，黄山风景区也迎来暑期旅游高峰期，旅游市场整体呈现回暖态势。”黄山旅游董秘丁维向《证券日报》记者表示，8月6日，黄山风景区接待游客2.33万人，创下今年单日接待量新高。

川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳对《证券日报》记者表示，“受多重因素影响，基本面回归或将成为旅游市场的主旋律。随着中秋、国庆小长假临近，叠加政策优化改善，居民旅游需求或集中释放，接下来我国旅游市场活跃度有望实现较大提升，行业盈利能力将得到改善。”

多家公司中报亏损

根据文化和旅游部发布的国内旅游抽样调查统计结果显示，今年上半年，国内旅游总人数为14.55亿人次，比上年下降22.2%；上半年国内旅游收入（旅游总消费）1.17万亿元，比上年下降28.2%。

丽江股份董秘杨宁对《证券日报》记者表示，“2022年上半年，公司游客接待量出现较大幅度下降。公司三条索道共计接待游客51.45万人次，同比下降61.70%。”

游客接待量的下降意味着营业收入的下降。从业绩表现来看，同花顺数据显示，截至8月25日，已有长白山、丽江股份、峨眉山A、九华旅游、岭南控股等8家旅游上市公司披露2022年半年报，净利润均为亏损，其中有6家公司净利润降幅在100%以上。此外，还有10家公司发布上半年业绩预告，皆为预亏。

对此，多家公司在接受记者采访时表示，上半年业绩亏损的主要原因是“受疫情影响，旅游人数大幅下降”。

“今年上半年受疫情阶段复发和多点散发影响，旅游企业半年度业绩普遍承压。”丁维对《证券日报》记者表示，“综合而言，疫情仍是影响旅游企业业绩的首要因素。”

杨宁对记者表示，“上半年，游客接待量下降。丽江和府酒店有限公司实现营业收入2072.10万元，同比下降50.80%；印象丽江实现营业收入192.56万元，同比下降93.96%。”

7月份

全国铁路运输累计发送旅客**2.24**亿人次，日均发送旅客量环比增加**30.9%**

随着中秋、国庆小长假临近，叠加政策优化改善，居民旅游需求或集中释放，行业盈利能力将得到改善

魏健骐/制图

云南旅游方面则表示，“公司传统旅游业务受到较大影响，游客接待量下降，公司营业收入也随之下滑。”

多措并举改革自救

疫情背景下，旅游业上市公司积极采取多项举措，纷纷转型升级。

西安旅游相关工作人员向记者表示，“公司主营旅行社及酒店板块，受影响较大，但公司积极进取，改革举措落地开花，创新活力不断集聚。”

为吸引更多游客到黄山旅游，丁维表示，“公司制定十大硬核振兴举措，例如，推出面向全国游客的门票优惠政策，以及面向特定人群的优惠政策；面向市内旅行社，在实现既定营销奖励政策基础上，出台研学游、康养游、自驾游和户外游等专项政策。”

除了优惠政策外，黄山旅游还联合抖音和携程星球号等平台开展精准营销，并在业内举办首届中国文旅直播大会，以数字艺术的方式开展抽盲盒送鲈鱼等营销活动。“公司创新信用旅游新模式，迎合游客需求推出‘先游后付’模式。”丁维如是说。丽江股份也积极推进泸沽湖摩梭小镇项目和玉龙雪山游客集散中心等重点项目的落地，拓展大香格里拉生态旅游圈，在产品优化的同时寻求市场突破，推出“酒店+在地体验”的深度体验套餐产品。

杨宁表示，公司可以通过调整经营、营销策略，进一步提升各业务单元的应变能力，完善业态布局，创新营销模式，提高资源整合水平，充分发挥集团资源优势，尽量降低疫情对

公司的冲击。

对于上述旅游公司的改革举措，陈雳表示，新业态、新模式将成为旅游行业上市公司服务发展的新方向，通过增强情景式体验，打造差异化多元化服务，加强云旅游、旅播等数字化旅游服务建设，寻求跨界合作等，实现消费者体验度的进一步提升。

中国文旅管理协会乡村振兴建设委员会副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示，“产业融合是经济发展的大趋势，也是推动产业发展的新选择，并逐渐成为产业提高生产能力和竞争力的重要方式之一。”

袁帅表示，让“旅游+”成为多产业发展的“增效器”，通过旅游业探索“三产引二产促一产”的发展新模式，进一步提振旅游产业的经济效能。

市场活跃度有望提升

8月24日，在中共中央宣传部举行的“中国这十年”系列主题新闻发布会上，文化和旅游部产业发展司司长缪冰阳介绍，今年下半年以来，文化和旅游市场呈现出积极复苏态势。

缪冰阳表示，文化和旅游部会同相关部门出台了《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》及系列金融支持文化和旅游行业恢复发展的政策，同时持续推动减税降费、稳岗就业等纾困政策在文化和旅游领域落地落实，增强文化和旅游企业的获得感。根据疫情防控形势，动态调整文化和旅游场所的开放政策，

并将跨省团队旅游“熔断”区域进一步精准到县域，促进文化和旅游市场安全有序恢复。今年下半年以来，文化和旅游市场呈现出积极复苏态势。

事实上，随着旅游公司各项举措落地，叠加政策红利，多位旅游业专家向记者表示，“旅游市场活跃度有望实现较大提升，行业盈利能力将进一步改善。”

根据国铁集团公布的数据显示，7月份，全国铁路运输累计发送旅客2.24亿人次，日均发送旅客量环比增加30.9%，火车出行引领暑期游热潮。

在杨宁看来，三季度恰逢暑假长假，更多人选择全家出游，7月份以来游客量有明显增长。

携程近日发布的《2022年暑期亲子游报告》显示，7月份旅游订单总量环比提升50%，研学游订单量环比增长四倍；暑期亲子旅游占整体订单的三成，人均花费比非亲子家庭高近50%。

金鼎资产董事长龙瀛在接受《证券日报》记者采访时表示，“暑期旅游季，市场呈现较为快速的复苏态势，释放了一部分民众潜在的消费需求，看好中秋、国庆长假旅游市场表现。”

海南大学“一带一路”研究院院长梁海明在接受《证券日报》记者采访时表示，“下半年，旅游市场的一个重点方向是推动旅游产业可持续发展，兼顾旅游和生态环境保护。”

“随着稳增长政策逐步落地，疫情防控措施越来越精准化、科学化，旅游行业未来边际改善依然值得期待。”丁维向记者表示。

国际瞭望

欧元对美元汇率创近20年新低 人民币汇率保持平稳仍有强支撑

■本报记者 刘 琪

欧元对美元汇率近期再次跌破平价。Wind数据显示，8月22日，欧元对美元汇率收于0.9942，盘中最低下探至0.99264；8月23日盘中最低至0.99013，创下2002年12月3日以来新低；8月24日，欧元对美元汇率最高报0.99988，最低报0.99104。

欧元对美元汇率曾在7月12日时跌破1:1，时隔近20年首次跌破平价，引起市场极大关注。不过持续时间并不长，7月15日，欧元对美元汇率最低便回升至1以上，期间盘中最低为0.99524。

对于欧元对美元汇率近期再度破平价并续刷新低，仲量联行大中华区首席经济学家兼研究部总监庞溟在接受《证券日报》记者采访时表示，欧元区相比其他主要经济体而言增长乏力、结构性问题丛生，叠加市场对其区域内经济失衡带来的碎片化风险的担忧，是欧元汇率大跌背后的基本面原因；欧元区通胀压力高企、能源危机阴霾笼罩、欧美货币政策的分歧以及地缘冲突、意大利政局不稳等地缘政治风险，是拉低欧元表现的直接诱因；美元指数近期强势抬升，是导致欧元兑美元汇率跌破历史低位的技术面原因。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华对《证券日报》记者表示，欧元对美元汇率再度下滑跌破平价，主因是市场担忧欧元区经济风险尚未释放完毕，美联储加息压缩推升美元等。展望后期，庞溟认为，短期欧元或许出现技术反弹，但整体而言大概率

将继续承压。从内因来看，无论欧洲央行在进取加息以抑制通胀与温和紧缩以呵护增长之间如何抉择取舍，均会左右欧元走势，但考虑到能源短缺问题持续、通胀飙升能否得到有效控制依然存疑、从负利率起步加息等因素，留给欧洲央行施展超预期货币政策以引导市场曲线的空间并不大。从外因来看，欧洲经济金融周期滞后于美国，美元曲线仍有向右端上升的动力，而美联储如果继续采取鹰派立场激进加息，欧洲央行加息步伐很可能难以同步跟进，息差和美元资产的“避风港”属性都将推动美元兑欧元继续保持强势地位。

值得关注的是，相较于欧元，人民币对美元汇率虽亦有所承压，但整体表现更稳健更具有韧性。Wind数据显示，在8月11日至8月24日期间，美元指数涨幅为3.25%，同期欧元对美元汇率下跌3.21%，而在岸人民币对美元汇率下跌1.98%，离岸人民币对美元汇率下跌2.29%。

“与欧元区相比，人民币汇率在双向波动的弹性和幅度加大的新常态下，背后依托的诸多积极因素将长期存在，并反映出中国经济在稳增长、调结构、控风险、促改革各项任务之间的成功实践与有效平衡。”庞溟表示。

在周茂华看来，强势美元会对人民币及非美元币构成一定扰动，但国内外汇市场日趋理性，不会改变人民币基本稳定格局。基于国内经济与市场趋势向好、国际收支基本平衡等因素，人民币汇率保持平稳仍有很强支撑。

美国房地产市场持续遇冷 7月份新房销量下跌12.6%

■本报记者 朱宝琛 见习记者 韩 昱

近期多项数据指标显示，美国房地产市场持续遇冷。

据新华财经消息，7月份美国年化新房销量为51.1万套，环比跌12.6%，同比跌29.6%，距市场预期甚远，创2016年1月份以来新低。在过去7个月中，该指标有6个月环比出现下降。截至7月末，美国待售新房数量达到46.4万套，库存升高至2008年以来最高水平。

同时，美国7月份待售房屋销售指数录得89.8，环比下降1%，虽略高于市场预期的2.5%降幅，但同比仍下降22.5%。

中国银行研究院高级研究员王有鑫在接受《证券日报》记者采访时表示，在美联储持续快速加息的影响下，美国房地产市场已明显趋弱。

川财证券首席经济学家、研究所

所长陈雳也认为，当前美国房地产市场销售数据出现大幅下滑，主要是房屋借贷成本在加息背景下飙升导致。根据房地美最新数据，截至8月18日当周，美国30年期抵押贷款利率均值高达5.13%，处在历史高位。在今年年初，这一数据还维持在3%左右。

市场普遍认为，美国房地产数据对其宏观经济指标具有领先性。国泰君安证券研报分析，由于美国住房投资占GDP比例中枢约4.5%左右，对其他行业的拉动占比会进一步提高。加之美国居民有接近四分之一的资产配置在房地产领域，房地产在美国经济中具有比较重要的作用。

多位分析师都认为当前美国房地产承压的现状，不仅将实质拖累美国经济增长，也预示美国经济后续将大概率下行。

第五届中小投资者服务论坛 征文启事

中证中小投资者服务中心(以下简称投服中心)作为中国证监会直属的投资者保护公益机构,致力于探索投资者保护新路径、新手段、新模式,示范引领投资者全面知权、积极行权、依法维权。

中小投资者服务论坛(以下简称投服论坛)已连续成功举办4届,成为投服中心两大品牌活动之一。今年,第五届投服论坛拟由投服中心、上交所作为年度轮值单位共同主办。本届投服论坛设三个分论坛,分别以“信息披露与投资者保护”“投资者赔偿救济机制实践与探索”“公司治理规范与提升”为主题,探讨投资者保护热点、难点问题。现面向海内外理论界、实务界专家,诚邀佳作,共同为中小投资者保护事业发展献计献策,为资本市场生态环境改善贡献智慧。

一、征文主题

投稿需围绕“信息披露与投资者保护”“投资者赔偿救济机制实践与探索”“公司治理规范与提升”主题,选取其中有关投资者保护的热点、难点问题展开深入研究探析。

二、截稿时间

2022年10月15日。

三、征文评比

征文截稿后,投服中心将按照公平公正原则,评选出获奖作品。获奖名单将公布在中国投资者网(https://www.investor.org.cn/)。本次评选奖项设置如下:

一等奖3名,奖金各为5000元(税后);
二等奖5名,奖金各为3000元(税后);
三等奖5名,奖金各为2000元(税后);
优秀奖若干,奖金各为1000元(税后)。

奖项设置根据投稿情况可适当调整。

四、征文须知

1.文章应当论点鲜明、逻辑严谨、可读性强,具有学术深度和应用价值,符合国家《著作权法》相关规定,公认学术规范。篇幅在1万字左右,特别优秀的理论文章不超过2万字。

2.来稿请附上作者的姓名、单位、职称或职务、通讯地址、邮编、电话及电子邮箱。

3.投稿请将word文件发送至电子邮箱:tzzbjb@isc.com.cn。

4.投服中心将从获奖论文中选取优秀文章刊登在《投资者》集刊,并在中国投资者网、投服中心微信公众号等转载。

5.联系人:刘老师,电话:021-60290622

地址:上海市浦东新区世纪大道1701号钻石大厦B座11楼中证中小投资者服务中心,邮编:200122。

中证中小投资者服务中心
2022年8月25日

本版主编 姜楠 责编 陈炜 制作 李波
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

汽车之家寻找增量 用818超级IP带来商业价值重塑

■本报记者 许 洁

继电商平台打造“双11”、“618”等超级IP后,一些垂类平台也紧跟其后,将精心挑选的日子发展成行业风向标,比如汽车之家“818全球汽车节”。

近年,随着汽车之家“818全球汽车节”在行业中的影响力日渐加大,汽车之家也带动行业从车展走向“车晚”,将“818”打造为名副其实的超级IP。为什么汽车之家有这个打造能力?从2019年创立这个IP至今,汽车之家对于这个超级IP又有哪些新的认知?818给汽车之家甚至是整个行业注入了怎样的力量?

庞大用户和良好业绩做后盾

当下,汽车之家已是全球访问量最大的汽车网站。2022年1月11日,QuestMobile发布的《中国移动互联网发展启示录(2022版)》显示,在汽车资讯App行业,汽车之家以6771.8万的月活跃用户数量稳居行业月活规模首位,处于领先地位。根据报告数据,汽车资讯类App中, TOP3合计占据汽车资讯91%的市场,其中汽车之家独占超8成,独占用户达5673万,稳居汽车资讯行业龙头地位。

汽车之家高级副总裁吴疆对《证券日报》记者表示,汽车之家作为“内容生态+工具服务+交易平台”一站式汽车生活服务提供商,在用户增长方面主要做到了以下几点:第一,内容生态上,以IP为核心,加速推进资讯内容视频化落地;第二,在工具服务方面,汽车之家有

全网最新最全的汽车车型库,用户可以获得海量汽车相关信息,通过对用户需求洞察,汽车之家的车型库横向跨越拓展到摩托车、电瓶车、房车多种车型领域,6月份,汽车之家还对新能源车型库做了升级;第三,在交易方面,整合了汽车之家、天天拍车和平安三合一的资源优势,完整布局了C2B2B2C汽车生态,实现了二手车流通全链路覆盖,从线索服务到增值服务。另外,汽车之家也有庞大的“换车需求”的用户流量池,加上平安线下的流量拓展,获取了很多卖车人群。所以内容生态、工具服务、交易平台三个方面都在不断拓展,并获得了持续的增长。

用户规模领跑汽车互联网平台,让汽车之家具备了打造行业IP的坚实基础。而良好的业绩表现也增强了汽车之家

的信心。8月初,汽车之家发布了二季度财务业绩。汽车之家二季度总营收17.33亿元,已连续两个季度超出分析机构的预期。经调整净利润4.72亿元,经调整净利润率为27.2%,保持了良好的盈利能力和较高的利润率水平。

汽车之家董事长兼CEO龙泉表示,汽车之家之所以能够逆势向上,正是依靠了公司的业务韧性和穿越行业周期的能力。龙泉预测,伴随下半年整个中国车市的复苏,汽车之家应该会有更好的业绩表现。

超级IP再塑企业价值

“汽车行业发展不好,汽车之家也

不会好。我们想为行业发展做点事情。”汽车之家一位高管在2019年筹办之初,道出了举办818全球超级车展的初心。

彼时,国内车市遇冷,汽车消费市场连续28年的增长神话结束。而818全球超级车展就是汽车之家面对行业困局摸索出的解法之一。

2019年8月18日,汽车之家联合湖南卫视推出了全球首场汽车主题晚会——汽车之家818全球汽车夜。数据显示,2019年的818,汽车之家合作车企340个,覆盖经销商1.3万家。与此同时,第一届晚会的累计浏览独立用户数达1.53亿,经销商互动询价人数达28.4万人,可以说是首战告捷。

2020年疫情突袭,行业遭受重创,这一次,汽车之家818再度彰显出其提振行业信心、带动消费升级的巨大能量。这一年,汽车之家依然联手湖南卫视,开创性地采用了台网联动,让IP效应得到进一步放大。

2021年,汽车之家与湖南广电签约,建立长期战略合作关系,双方确认2021年继续在湖南卫视合作举办“汽车之家818全球汽车夜”,这也是双方三度联手打造818“车晚”。

时间进入2022年,汽车之家选择联手央视财经频道,打造一场元宇宙盛会,并将主题定为《聚光向未来》。

汽车之家高级副总裁杨嵩对《证券日报》记者表示,“818是衔接消费者和主机厂、经销商的盛会,我们希望能更好地服务主机厂和经销商,而财经频道的受众更有可能是汽车的主力消