

订单翻倍增长助推复苏步伐

全国旅游企业多点发力备战“双节”

本报记者 张孙明烁 张振 上海报道

“平常这里是不缺游客的，特别是暑期。但今年8月份我们亏损了3万元，现在就期待着中秋节和国庆节的时候人会多一些。”位于无锡市拈花湾景区的一家商户负责人王立(化名)日前向《中国经营报》记者表示，受今年暑期人员流动减少影响，店铺营业额下降明显。

错失暑假“黄金期”

今年暑期店内营业额下滑明显，目前的日均营业额大概是正常时段的5%。

今年7月下旬，在暑假旅游旺季刚刚启动之际，多地跨省团队游被叫停，并随即迎来了酒店、门票产品退订潮，导致文旅行业错过了重要的暑假旅游“黄金期”。

中国民航局9月14日在例行新闻发布会上公布的信息显示，8月份，全行业完成旅客运输量同比下降51.5%，仅相当于2019年同期的36.6%。

迈点首席运营官罗钦日前在接受记者采访时以“一边踩油门，

助推文旅市场复苏

为助力文旅企业加快复苏，多地已纷纷出台措施，以降低疫情对文旅企业的冲击。

错失暑假“黄金期”的文旅行业即将迎来新的“双节”旺季。

途牛旅游网9月8日发布的《2021中秋旅游消费趋势报告》显示，截至9月7日预定数据显示，国内长线出游人次在整体中秋假期出游客群中占比高达57%。“消费者对以跨省游为主的国内长线旅游消费信心不减，伴随着‘十一’黄金周的临近，预计国内长线出游需求将进一步被点燃。”

而从客源地分布情况来看，上述报告显示，今年中秋假期，上海市的消费者出游热情最高，位居中秋节客源地TOP10榜单榜首，其次分别是南京、北京、杭州、广州、深圳、成都、武汉、太原和天津。

飞猪9月11日发布的数据也

王立商铺面临的境况只是全国文旅业近期发展的一个缩影。和拈花湾景区类似，全国多地景区错过了颇为重要的暑假“黄金期”，面临着客流量快速下滑的难题，而直至近日，部分省份才陆续宣布恢复跨省游。

与此同时，值得期待的是，即将来临的中秋节和国庆节“双节”，正在为文旅行业带来加快复苏的希望。携程9月7日发布的

《秋游及中秋预测数据报告》显示

，中秋节前夕跨省游正有序复苏，旅游报名人数平稳上升，9月6日预定跨省旅游订单量较8月20日增长356%。

记者在采访中了解到，在“双节”旺季即将到来之前，多家旅游业上市公司也已开始多点发力积极备战。江苏天目湖旅游股份有限公司(以下简称“天目湖”，603136.SH)董事会办公室

保留一栋开放，201栋禅意村舍全部关闭，仅开放一家酒店住宿。此外，景区内亲子体验馆、手作体验馆、禅乐馆和小剧场等8家体验、表演场馆关闭。

商铺经营同样受到了影响。拈花湾景区主街上的一家商铺负责人也告诉记者，今年暑期店内营业额下滑明显，目前的日均营业额大概是正常时段的5%。

据拈花湾景区运营方无锡拈花湾文化投资发展有限公司(以下简称“拈花湾文投”)相关负责

人介绍，今年暑期期间，景区内60余家店铺的经营时间缩短了1~1.5小时。同时，演出也减少了项目和场次，例如景区重点演艺项目的日间表演场次取消，夜间表演场次周日至周四减少至1场，周五至周六减少至2场；拈花市集、星光嬉水节等活动暂停。

根据文化和旅游部发布的数据，8月初全国有20个省区市的1152家A级旅游景区暂停开放。与此同时，全国多省发布了限制跨省旅游的相关通知。

公共服务项目建设，帮助演出场所经营单位加快恢复运营、加强对各地文旅资源宣传推介等。此次“苏八条”的推出将给予文旅企业真金白银的扶持。据不完全统计，此次江苏省将调剂安排省级文化和旅游发展资金8100万元，对文旅企业进行奖补。此外，措施中还包括免除南京市和扬州市旅游产业发展基金在贷项目今年下半年的利息，免除其他设区市在贷项目今年第三季度的利息。

而在河南省，河南省财政将给予A级旅游景区和重点文旅企业贷款贴息3000万元的支持。此外，河南省文化和旅游厅也统筹近200家景区推出了免票及打折优惠措施，以回馈全国游客对河南的关怀和支持。

相关负责人向记者表示，在按照疫情防控政策要求运营的背景下，公司将按照以往的客流高峰情况做接待方案。武汉三特索道集团股份有限公司(以下简称“三特索道”，002159.SZ)证券部负责人也告诉记者，公司旗下各经营公司已定制了特色营销方案，“通过强力线上线下营销，公司将力争在‘双节’期间实现营销突破。”

保留一栋开放，201栋禅意村舍全部关闭，仅开放一家酒店住宿。此外，景区内亲子体验馆、手作体验馆、禅乐馆和小剧场等8家体验、表演场馆关闭。

共寻破局之道

伴随着疫情防控常态化继续，出境游受阻、入境游搁浅，国内景区迎来巨大的发展生机。

从开直播到借势“盲盒”，再到推出“随心住”、上线“云游”等功能，文旅企业也因不断创新营销模式而屡屡“出圈”。除此之外，数字化、跨界融合、轻资产和文旅IP等也成为文旅行业发展的热词。

在数字化方面，今年7月份，中国旅游第一股黄山旅游发展股份有限公司(以下简称“黄山旅游”，600054.SH)与蚂蚁集团实施战略合作。据了解，此次合作将提供景区数字化解决方案和游客数字化体验产品，利用5G和人工智能等前沿技术共同打造景区一体化的数智景区新样板。

在轻资产扩张方面，以拈花湾文投为例，记者在采访中了解到，该公司的轻资产输出业务即景区开发业务增速迅猛。8月30日，拈花湾文投与台州市政府签署战略合作框架协议，双方将发挥台州区位和文旅资源优势，推动当地文旅建设取得新突破。

三特索道开发的旅游项目北至内蒙古坝上草原、南至海南岛、东至浙江千岛湖、西至贵州梵净山，并形成了自然山水型景区与城市主题乐园并重的合理产品布局。“公司作为A股同行业上市公司中为数不多的跨区域经营型公司，一方面可以根据

公共项目建设，帮助演出场所经营单位加快恢复运营、加强对各地文旅资源宣传推介等。

此次“苏八条”的推出将给予文旅企业真金白银的扶持。据不完全统计，此次江苏省将调剂安排省级文化和旅游发展资金8100万元，对文旅企业进行奖补。此外，措施中还包括免除南京市和扬州市旅游产业发展基金在贷项目今年下半年的利息，免除其他设区市在贷项目今年第三季度的利息。

而在河南省，河南省财政将给予A级旅游景区和重点文旅企业贷款贴息3000万元的支持。此外，河南省文化和旅游厅也统筹近200家景区推出了免票及打折优惠措施，以回馈全国游客对河南的关怀和支持。

海运价格暴涨数倍：外贸企业叫苦 中间商赚翻

影响环环相扣

“一箱难求”不仅因为集装箱进出口量的严重失衡，新箱产能也在短期内难以扩容。

海运运费涨了多少?国际航运咨询机构德誉里(Drewry)评估的“世界集装箱指数”显示，每40英尺集装箱在2020年1月初的价格接近2000美元，而到今年9月9日，这一价格已超过1万美元，涨幅近5倍。

这样的涨价幅度令上海货运代理白女士(化名)直呼“每天都在玩心跳”。她告诉记者，“最近很多客户走Matson(以下简称“美森快船”)都很吃力，因为运费比去年9月涨了2~3倍。以前美森快船没涨价时，我有十几个客户，一周成交10~20票，现在每周也就成交2~3票。”

巨头冻结运价

随着国庆假期临近，一位深圳货运代理也告诉记者，“海运价格在月底国庆假期前可能还会涨价，而且可能抢不到舱位，因为工厂都赶着在节前出货。”

对于海运价格，集装箱价格的异常高位，监管部门也有所行动。当地时间9月8日，美国联邦海事委员会(FMC)官网消息显示，来自中国、美国和欧盟的海事监管机构召开了全球航运监管峰会，讨论了多个备受关注的议题。

在上述会议召开之后，全球第三大集装箱承运公司达飞海运宣布将冻结即期货柜运价至2022年2月1日，并且表示将公司与客户的长期关系置于首位。

在达飞海运之后，全球九大船公司之一的赫伯罗特也宣布停止上涨运费。赫伯罗特方面认为，即

期运费已经见顶，所以他们不会进一步上涨运费。但该公司并没有明确停止涨价的时间，仅表示这一措施暂时生效。

除此之外，全球第一大航运公司马士基，以及排在第六位的ONE海洋网联船务也于近日纷纷表态，承诺在未来几个月内不会进一步上调市场即期运费，暂时保持当前的运价水平。

航运巨头冻结运价真的能“扭转”海运价格吗?白女士对此并不乐观。她告诉记者，船公司将舱位放出销售时，中间经过两次抬价才销售给货代公司，即使船公司放出

的舱位没有涨价，货代公司买到的舱位也可能高于原价格。

白女士向记者举例道：“船公司把舱位放给公司的业务员，业务员在中间吃回扣，加价卖出去。更别说今年还有中间的‘黄牛’也赚翻了，因为货代公司数量太多，不可能每一个货代公司都对接到船公司的业务员，而‘黄牛’能从业务员那里买到舱位，再转卖给出价高的货代公司，这样就经过两次抬价。”

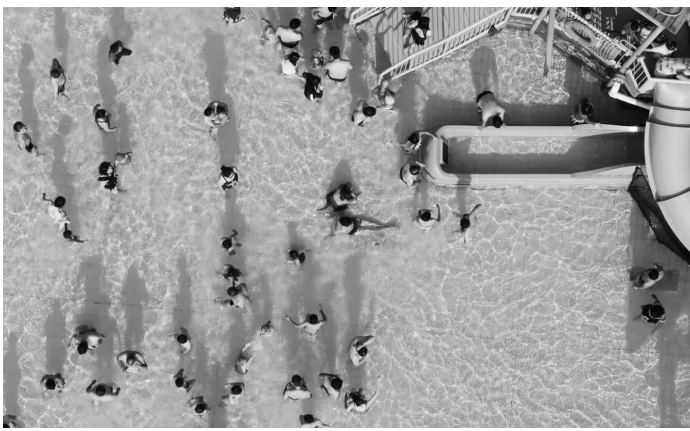
另一方面，丁强则认为，船公司高位冻结运价到今年年底或者明年年初，看似短期受损，实则长期受益，这既可以有效规避后期运价大

幅回落的风险，同时还可以为即将到来的长期协议定价提供筹码。

深圳市盐田港股份有限公司

报告显示，该公司参股的盐田国际集装箱码头有限公司在今年上半年完成集装箱吞吐量145.88万标箱，同比增长21.3%；另一参股公司——深圳盐田西港区码头有限公司则完成集装箱吞吐量113.19万标箱，同比增长21.3%。

为了迎战中秋、国庆节前高峰，盐田港集团也在近期透露，盐田港通过释放内部潜力、增加资源投入、优化作业流程等途径，持续提高生产效率，加快进出口货物物流，保障出货顺畅，最大限度降低“一舱难求”、班轮严重脱班和疫情打击的影响。



即将来临的中秋节和国庆节“双节”，正在为文旅行业带来加快复苏的希望。图为游客在天目湖水世界戏水。 本报资料室/图

共寻破局之道

伴随着疫情防控常态化继续，出境游受阻、入境游搁浅，国内景区迎来巨大的发展生机。

从开直播到借势“盲盒”，再到推出“随心住”、上线“云游”等功能，文旅企业也因不断创新营销模式而屡屡“出圈”。除此之外，数字化、跨界融合、轻资产和文旅IP等也成为文旅行业发展的热词。

在数字化方面，今年7月份，中国旅游第一股黄山旅游发展股份有限公司(以下简称“黄山旅游”，600054.SH)与蚂蚁集团实施战略合作。据了解，此次合作将提供景区数字化解决方案和游客数字化体验产品，利用5G和人工智能等前沿技术共同打造景区一体化的数智景区新样板。

在轻资产扩张方面，以拈花湾文投为例，记者在采访中了解到，该公司的轻资产输出业务即景区开发业务增速迅猛。8月30日，拈花湾文投与台州市政府签署战略合作框架协议，双方将发挥台州区位和文旅资源优势，推动当地文旅建设取得新突破。

三特索道开发的旅游项目北至内蒙古坝上草原、南至海南岛、东至浙江千岛湖、西至贵州梵净山，并形成了自然山水型景区与城市主题乐园并重的合理产品布局。“公司作为A股同行业上市公司中为数不多的跨区域经营型公司，一方面可以根据

旅游市场趋势变化，灵活向优势地区进行资源优化配置；另一方面也可在呈现多点散发的后疫情时代有效抵御系统性风险，避免一损俱损，做到多点开花。”公司负责人告诉记者。

此外，早在2013年即提出轻资产扩张的恐龙园文化旅游集团有限公司(以下简称“恐龙园”)目前正在发力新赛道。8月31日，恐龙园提出在“城市更新”和“乡村振兴”两个赛场上，公司将努力成为“休闲场景的创造者、城市功能的提升者、品质服务的引领者”。

在谈及后疫情时代旅游景区的发展趋势时，罗钦日前在《中国旅游景区品牌发展报告(2020—2021)》主题演讲中表示：“从某种角度上来说，尽管国内景区受到疫情冲击严重，但疫情背景下的双循环历史新格局，让文旅业成为扩大内需的主力军，而伴随着疫情防控常态化继续，出境游受阻、入境游搁浅，国内景区迎来巨大的发展生机。”

“在此基础上，为了满足暴涨的游客需求，景区也需要完成从‘流量’到‘留量’的转化。”罗钦认为，从实际落地情况来看，景区可以从丰富多元产品、打造消费场景、提升服务品质以及实现产业智能等层面进一步提升。

本报记者 段楚婷 赵毅 深圳报道

近日，“海运费暴涨10倍还抢不到货柜”的词条登上网络热门搜索，不少外贸行业、货运行业从业者细数了成本暴增、“一箱难求”的无奈。

在新冠肺炎疫情持续影响的大背景下，全球制造业订单大量回流中国，但集装箱航运市场的局势却持续紧张。全球运力供需失衡，集装箱短缺、港口拥堵等现象仍未缓解，集装箱价格的上涨也令海运成本进一步增加。

有货运代理告诉《中国经营报》记者，海运价格暴涨前，客户还会外销纸巾、棉签盒等价格低廉的日用品，海运价格暴涨后，有的货品可能都不及运费的价格。

海运价格、集装箱价格的异常高位运行也引起了监管机构的关注。近期，全球多家航运巨头均表示将“冻结运价”，但在货运代理眼中，这一举动看似使航运巨头的利益受损，实则却是令其长期受益，为日后的长期协议定价提供筹码。

对于海运价格，集装箱价格的异常高位，监管部门也有所行动。当地时间9月8日，美国联邦海事委员会(FMC)官网消息显示，来自中国、美国和欧盟的海事监管机构召开了全球航运监管峰会，讨论了多个备受关注的议题。

在上述会议召开之后，全球第三大集装箱承运公司达飞海运宣布将冻结即期货柜运价至2022年2月1日，并且表示将公司与客户的长期关系置于首位。

在达飞海运之后，全球九大船公司之一的赫伯罗特也宣布停止上涨运费。赫伯罗特方面认为，即

意到，在“海运费暴涨10倍还抢不到货柜”的热搜话题下，有网友表示，公司每月大概收3~4个货柜的货物，但海运费猛涨导致产品售价翻倍，竞争力下降。在此之后，公司选择一些货物拖着不运，那么国内工厂就要积压几个货柜的货物，没有地方存放，也令人头疼。

白女士也告诉记者，在海运价格上涨前，有客户还会用美森快船运卫生纸、棉签盒、纸杯之类的日用品，但现在这些产品只能走拼箱，可能货品都不及运费贵。

幅回落的风险，同时还可以为即将到来的长期协议定价提供筹码。

随着国庆假期临近，一位深圳货运代理也告诉记者：“海运价格在月底国庆假期前可能还会涨价，而且可能抢不到舱位，因为工厂都赶着在节前出货。”

上述货运代理的货运业务主要集中在深圳盐田港，该港口是全球集装箱吞吐量最大的单一港区，也是华南地区集装箱枢纽港，承担着广东省超三分之一的外贸进出口货量、全国对美贸易的四分之一货量。

深圳市盐田港股份有限公司(000088.SZ)发布的2021年半年度