

# 滑雪市场有望迎来强劲复苏 订单量较2019年同期翻倍增长

证券时报记者 曹晨

立冬已至,北方多地迎来雪季。随着气温下降,滑雪热度逐渐升温,多个平台相关订单量迎来大幅激增。

据美团数据,11月1日至9日,滑雪门票团购订单量同比2019年增长209%;去哪儿网平台上,全国滑雪门票预订量同比2019年同期增长147%。携程数据也显示,预订至年底前滑雪门票订单量环比前5日增长113%,同比去年增长近两倍,滑雪主题跟团游预订量环比前5日增长约70%,同比去年增长近三成。

证券时报记者注意到,自冬奥会举办以来,冰雪运动热度不断攀升。2023—2024雪季是后冬奥时代的第一个完整雪季,国内滑雪市场有望迎来强劲复苏成为共识。与此同时,不少户外露营类上市公司也看好即将到来的滑雪热潮,并加快相关渠道的布局。“预计今年会迎来五年来的最旺雪季。今年市场更加稳定,后冬奥带来的冰雪热度仍在延续,虽然面临长线竞争对手增多等挑战,但我们已经做好了应对的准备。”北京军都山滑雪场市场总监王骥说。

## 滑雪热度逐渐升温

距离北京仅220公里的河北崇礼,处在北纬41°的世界黄金滑雪地带,天然滑雪期可达120天。在冬奥会结束后的2023—2024雪季,崇礼地区滑雪场迎来了更多滑雪爱好者的关注。

11月8日,万龙滑雪场开板;11月9日,富龙四季小镇国际度假区正式开园营业,富龙滑雪场将于18日开板,最近几天滑雪场在全天候造雪赶工。“我早在平台上下单了富龙滑雪场的特价团购门票,就等着开板后和朋友们开滑。”来自北京滑雪爱好者张倩说,崇礼距离较近,且交通便利有直达的滑雪专列,因此成为北京雪友的滑雪热门目的地之一。

实际上,张倩提前预定滑雪门票可视为滑雪热潮逐渐升温的缩影,多家在线旅游平台的订单量均迎来大幅增长,另一方面,目前“滑雪+度假”的需求也逐渐提升。据《中国滑雪产业白皮书》,国内滑雪场分为三类:旅游体验型、城郊学习型及目的地度假型,目的



地度假型是目前滑雪产业提质升级的主流方向。而在2022—2023雪季,此类滑雪场产生了432万滑雪人次,占总滑雪人次的21.79%,相比上一雪季的14.37%有明显增长。

当前已开园的滑雪类度假区中,已有园区开板后的首个周末客房全部售罄。据悉,11月初,富龙四季小镇国际度假区在美国、大众点评等平台上的“雪票+住宿”总预售额已超过2千万元。11月18日—19日是滑雪场的开板周末,园区内近1200间酒店客房已全部售罄。

去哪儿平台数据显示,南方多个滑雪场周边酒店预定量已超过2019年,相较于北派滑雪者的专业性,南派滑雪者更注重趣味性,通常都是亲子全家一起出行,滑雪过后会选择设施较好的温泉酒店,平均一趟滑雪游整体花费高出北派滑雪者三成。

除了滑雪热外,降温之后温泉预定量也迎来大幅增长。美团、大众点评平台上,截至11月9日,温泉酒店的预订量同比去年增长约250%。相较周末,周末、“双旦”等节假日的客房热度更高,不少客房已被抢先预订;携程方面,上周末至立冬,平台上含温泉的景区门

票预订量环比前5日增长约140%,同比去年增长翻倍;而包含“温泉”、“私汤”、“泡汤”标签的酒店预订量环比前5日增长近两成,同比去年增长超过150%。

## 户外装备迎来大卖

伴随着骑行、滑雪等户外运动逐渐从专业化走向大众化,相关户外运动装备的销量也在今年“双十一”大促中表现颇为亮眼。

京东平台上,10月31日晚8点开场半小时,滑雪运动成交额同比增长超6倍,骑行运动成交额同比增长超3倍;天猫“双11”开售1小时,骑行、滑雪、户外鞋服成交额同比增长达300%。京东“11.11”首周,骑行服、公路车、滑雪运动成交额同比增长超4倍,滑雪衣裤套装增长7倍。

我国滑雪市场前景广阔,并带动上下游产业链齐发展成为共识。头豹研究院近期发布的报告显示,滑雪是一项适合多年龄段人群参与的现代竞技运动,带动了服装、板材、场地运营等多方面产业发展。中国滑雪行业的市场规模从2017年720亿元,经历2020年521亿元的低谷发展为2022年344.5亿元,

预测2027年行业规模将达到1539.94亿元。

不少从事户外露营的上市公司也看好滑雪等户外热将带动相关产品的销量增长。三夫户外11月9日披露调研纪要表示,户外市场陆续出现冲锋衣热、馬拉松热、越野跑热、露营热以及接下来将会出现的滑雪热,这些热潮代表着户外运动生活方式正在逐步形成。

“公司2021年完成收购X-BIONIC商标专利权,X-BIONIC现阶段处于良好的发展态势,今年前三季度营收实现50%以上的增长。X-BIONIC产品的科技性和功能性非常适用于滑雪、越野跑等户外运动。渠道方面,公司在持续布局,目前公司在多个雪场都已经开店,下一步会继续布局滑雪渠道。”三夫户外表示。

中金公司研报认为,户外等新兴赛道高速增长,看好本土功能性龙头品牌保持增长。随着居民消费场景更加丰富,户外运动成为消费者新的生活方式之一。“本土运动、羽绒服品牌加大运动科技创新研发,我们认为也在进一步激发消费者需求。此外,品牌通过科技创新赋能产品,占据差异化细分赛道如瑜伽、滑雪、户外等高增长品类,实现市占率加速提升。”

# 第六届进博会意向成交金额784.1亿美元

证券时报记者 吴志

11月10日,为期6天的第六届中国国际进口博览会在上海圆满落幕。

## 展会成果丰硕

本届进博会是新冠疫情后首次全面恢复线下办展。来自154个国家、地区和国际组织的来宾齐聚“四叶草”(国家会展中心),72个国家和国际组织亮相国家展,128个国家和地区展的3486家企业参加企业展,集中展示442项代表性首发新产品、新技术、新服务。据统计,本届进博会按一年计意向成交金额784.1亿美元,比上届增长6.7%。

国家展为不同发展水平的国家增进交流、促进合作、互利共赢提供重要平台。本届展会有巴林、中非、多米尼克、冈比亚等11个国家首次参展。各参展国积极推介本国投资环境、旅游资源、优势产业和特色产品,举办近200场丰富多彩的展台活动。

企业展方面,本届进博会有128个国家和地区展的3486家企业参展,其中,数量500强和行业龙头企业达289家,数量为历届之最。“积极强化对接撮合,通过组织近百场专场对接活动等方式,多措并举促进成交,采购商的‘购物车’兼具烟火气和科技感。非洲‘甜面包’贝宁菠萝开启中国首秀,成功签下大额订单,大量高科技产品也获专业观众青睐,有望加快进入中国市场,助力产业升级。”中国国际进口博览局副局长孙成海表示。

本届展会期间举办了丰富的专业配套和人文交流活动,放大了展会的综合效应。孙成海介绍,展会期间集中举办了政策解读、对接签约、投资促进、研

究发布、产品展示等各类配套活动122场。贸易投资对接会邀请近4000家展商参加洽谈对接,达成合作意向416项。组织96场集中签约活动,达成合作意向超过600项。相关数量均超历届水平。

## 近200家企业提前签约

本届进博会继续践行“零碳进博零塑办博”。孙成海介绍,通过省间绿电交易方式采购绿电800万千瓦时,本届展会首次实现100%绿电办展。此外,本届进博会期间还将对建筑运行、餐饮供应等碳排放数据进行核算,采用购买碳配额方式,中和展会温室气体排放,实现零碳办展目标。

第七届进博会的筹备工作也已全面铺开。据悉,本届展会期间已举办4场签约仪式,累计近200家企业提前签约参展,签约展览面积超过10万平方米。当天的新闻通气会上,上海市政府副秘书长、进博会城市服务保障领导小组办公室主任章雄介绍了第六届进博会的保障工作情况。“第六届进博会是疫情过后首次全面线下举办,上海以开放、创新、包容的城市品格为动力,全面深化高水平开放,全力提供一流的城市环境和一流的服务保障,充分展示了中国式现代化的上海实践,助力第六届进博会成为一届高标准、高质量、高水平的全球经贸盛会。”章雄表示。

据介绍,本届进博会上海交易团加强精准对接与洽谈,举办了集中签约、政策解读、新品首发等25项配套活动。上海交易团达成意向采购订单95亿美元,同比增长5.3%,连续六年居全国各地方交易团首位。意向订单来自35个国别和地区的商品,采购范围一

步扩大。

## 展商的“丰收季”

从第一届到第六届,6年来,进博会的平台价值日益凸显。越来越多的展商变成进博会“常客”,积极参与进博会,用好进博会这一平台,成了展商们的共同目标。“进博会已经成为我们年度计划中的一项重要活动。”国际化工巨头陶氏公司相关人士对证券时报记者表示。

陶氏公司今年连续第6年参加进博会。今年公司带来了近50种创新的材料科学解决方案,其中11种为全球、亚太或中国首发。本届展会期间,陶氏公司与震坤行工业超市(上海)有限公司于11月5日签署的价值3亿美元的合作备忘录,成为“首日首单”签约。据陶氏公司相关人士介绍,公司在此次进博会期间举行了10场战略合作备忘录签约仪式,“对陶氏公司而言,进博会是我们展现最新技术,与客户、合作伙伴和政府进行交流的独特平台,也是我们与客户签署战略合作协议、确定采购意向的‘丰收季’。”

国机集团苏美达股份香港全资子公司苏美达香港有限公司此次联合了来自16个国家的机械加工、纺织、轻工、电子、新能源、食品加工等多个行业的100个装备品牌共同参展。苏美达相关人士告诉证券时报记者,本届进博会苏美达继续集“招商商、采购商、服务商、组展商”身份于一体,共计签约17个项目、签约金额超21亿美元,采购规



模实现新突破。其中,苏美达技术公司进口高端装备,提升国内产业的技术水平和自主创新能力,与德国布鲁克纳机械有限公司签订8亿美元采购合同。

成立于1998年的鑫荣懋果业科技股份有限公司,是一家链接全球核心水果资源的平台型企业。本届展会上,公司带来的新品佳沃秘鲁沙漠蓝莓成为“人气展品”,展会期间就不断有消费者询问购买渠道。“中国拥有14亿人口,在水果消费上更是有着万亿级的市场。中国持续推动高水平的开放,也让世界的企业获得了信心和持续发展的动力。进博会积极联通中国和世界,已经成为全球共享中国发展机遇的重要平台。”鑫荣懋相关负责人向证券时报记者表示,依托中国大市场优势,通过进博会这一国际化平台,公司正积极搭建全球水果进入中国的桥梁。

来自中国香港的金米技术是一家技术驱动的创新供应链服务企业。今年已是金米技术连续第三届参展,展位面积也从最初的几十平方米增加到今年的几百平方米。“我们已经预订了明年的展位。”金米技术市场总监Tina对证券时报记者表示,“之所以对进博会情有独钟,是因为借助进博会赋予的难得机遇、金米技术的业务和市场获得了持续增长。”

“在陶氏公司的全球化战略中,中国是公司最倚重的市场之一。中国政府坚持高质量对外开放,中国市场拥有巨大的规模和潜力,这让我们对在华业务发展充满信心。”陶氏公司相关人士表示。

# 拟将23.87亿元资产出售 东湖高新遭交易所问询

见习记者 刘茜

东湖高新(600133)拟将全资子公司湖北省路桥集团有限公司(以下简称“湖北路桥”)的控制权,转让至公司控股股东间接控制的企业。此次交易若顺利完成,在东湖高新主营业务中占有重要比重的工程建设板块,将从上市公司剥离,短期内东湖高新可能面临业绩下滑的压力。

11月10日晚,东湖高新收到了上交所发来的问询函,要求说明本次重组的交易目的,以及重组草案披露前是否存在内幕消息泄露的情形。

回溯来看,10月26日,东湖高新发布重大资产出售暨关联交易报告书(草案),拟以现金交易方式向湖北建投投资有限责任公司(以下简称“建投投资”)出售湖北路桥66%股权,作价23.87亿元。本次交易后,建投投资持有湖北路桥66%股权,东湖高新仍持有湖北路桥34%股权。

建投投资成立于2023年9月25日,间接控股股东为湖北省建设投资集团有限公司(以下简称“建投集团”),实际控制人为湖北省国资委。同时,建投集团是东湖高新控股股东,持有东湖高新21.2%股份,东湖高新实际控制人也是湖北省国资委。草案中显示,东湖高新主要涵盖工程建设、环保科技和科技园区三大业务板块。通过本次交易,东湖高新剥离旗下工程建设业务,进一步集中优势资源发展环保科技和科技园区相关业务。

此次交易的标的湖北路桥始建于1956年,拥有公路工程施工总承包特级资质、市政公用工程施工总承包一级资质、建筑工程施工总承包一级、机电工程施工总承包一级资质、电力工程施工总承包一级、桥梁及隧道工程专业承包一级资质、工程设计公路行业甲级等,已完成从单一的公路施工向多元化经营的转型。

财报显示,2022年湖北路桥的资产规模和营业收入分别占东湖高新总资产和主营收入的61.55%和76.41%。草案显示,本次交易后东湖高新总资产、营业收入、归母净利润、扣非后归母净利润、基本每股收益和扣非后基本每股收益均呈现一定程度的下降,主要系湖北路桥的总资产、营业收入、净利润占合并口径的比例较高且为正所致。

以2023年6月末为节点来看,本次交易完成后,模拟备考口径的东湖高新总资产由交易前的371亿元下降至交易后的176.6亿元,下降52.40%;营收由交易前的63.5亿元下降至交易后的9.85亿元,下降

84.49%;归母净利润下降14.51%。不过,东湖高新也表示,本次交易能有效降低上市公司的总负债和资产负债率,提高上市公司流动比率和速动比率,有助于提升上市公司的抗风险能力和偿债能力。

11月10日晚,东湖高新收到了上交所发来的问询函。上交所要求东湖高新结合目前科技园区、环保科技业务的经营数据以及本次资产出售前后公司盈利能力的变化,量化说明本次重大资产出售的目的和合理性,是否符合《重大资产重组管理办法》中“关于增强上市公司持续经营能力”的相关规定,是否存在损害上市公司及中小股东利益的情况。

上交所还要求东湖高新结合环保科技、科技园区所处细分领域的市场竞争格局、公司资源积累、研发投入等情况,说明公司剩余业务的核心竞争力以及本次交易所获资金的使用安排;说明继续持有湖北路桥剩余34%股权的主要考虑以及后续安排。同时,上交所还要求东湖高新说明标的资产减值以及评估情况。

草案披露,2023年上半年,湖北路桥计提信用减值损失1.55亿元,占归母净利润比例为262.71%;计提资产减值损失0.48亿元,占归母净利润比例分别为81.36%。上交所要求东湖高新说明标的公司减值计提金额较大的原因及合理性,并分析是否存在通过减值做低资产交易价格的情形。

此外,草案显示,本次交易选取收益法评估结果。根据收益法,湖北路桥2019年至2022年营业收入平均增长率为14.97%,预计2023年全年营业收入为85.76亿元。结合上述情形,本次评估湖北路桥2024年的营业收入按照年9.95%增长,2024年以后年度增长率在上一年度基础上每年递减5%至2028年达到稳定期。上交所要求东湖高新说明预测期营业收入增速低于历史情况的原因及合理性,说明本次交易的评估价值是否公允,是否有利于保障上市公司利益。

值得注意的是,在草案披露前30个交易日,东湖高新涨幅偏离值累计达27.79%。上交所要求东湖高新补充披露,草案披露前筹划重大事项的具体过程,包括接触、协商、签订协议等主要节点和参与知悉的相关人员,是否存在内幕信息泄露的情形;公司董监高、持股5%以上的大股东及其董监高在公司草案披露前6个月至今是否买卖公司股票的情况。

# 经营态势稳健 南山铝业拟回购不低于9亿元

证券时报记者 黄翔

11月10日晚,南山铝业(600219)发布公告,当天公司召开董事会,审议通过了《关于对股东的回报方案规划》以及召开2023年第三次临时股东大会两项议案。

南山铝业在公告中指出,近年来,公司经营状况良好,业绩持续稳定增长,为进一步拓宽发展平台、优化布局,公司目前正在筹划和推进分拆子公司在港股上市的相关工作,在该分拆上市安排实施后,预计将进一步提升公司整体的盈利及股东回报能力。鉴于此,在综合考虑公司战略发展目标、经营规划、盈利能力等因素的基础上,为进一步回馈广大投资者对公司的支持,公司计划在分拆子公司港股上市相关事项获得股东大会审议通过后,推出股东回报方案。

据公告,南山铝业计划2024年—2026年,每年以不低于3亿元人民币自有资金回购股份并注销。并在符合法律法规、公司章程规定的分红条件的前提下,公司计划2023年度分红(不含回购)比例不低于当年实现归属于母公司股东可供分配净利润的40%(含本数)。有市场分析,股份回购同时分红的行为,既能彰显南山铝业对未来发展的信心,

也能提升投资者的情绪,进一步夯实公司始终坚持的“创新驱动、高端制造、精深加工”发展战略,持续推动公司依托完备的产业链,以科技创新为动力,着重向发展高附加值产品领域发力。

近年来,南山铝业重点发展以汽车板、航空板为代表的高附加值产品,利用全产业链优势,坚持低碳、绿色生产,深入强链、延链、补链,将公司打造成世界先进的汽车、航空材料供应商和世界一流的铝加工企业。今年前三季度,公司实现营收216.89亿元,净利润21.42亿元,净资产471.95亿元。在主业稳健发展的基础上,南山铝业于今年10月披露,公司拟将印尼氧化铝资产分拆至香港资本市场上市。

南山铝业表示,该资产独立上市有助于公司进一步提高募投效率,加快深耕印尼及周边地区业务,更好顺应国家“一带一路”政策,凭借印尼的资源及区位优势,持续拓展海外铝产业链布局,进一步提升公司整体盈利能力和综合竞争力。

