

逛市场 看亮点 增信心②

# 旅游市场回暖复苏

本报记者 张雪

“我决定带父母来一场说走就走的旅行，毕竟我们很久没有出过远门了，特别想到暖和的地方走走看看。”家住北京市丰台区石榴庄街道的市民金桦说。

今年，有这种想法的消费者不在少数，随着春节假期的临近，旅游市场逐渐“升温”。相较元旦假期旅游市场的回暖，春节旅游“量价齐飞”的势头更加明显。携程旅行网数据显示，从1月1日至5日，春节产品的预订量以日均环比增长30%的速度上涨；截至1月5日，春节期间旅游产品的预订量比去年同期上涨45%，人均旅游花费同比提升53%。飞猪旅行网发布报告称，截至1月11日，春节出游预订量同比增长超六成，其中，中长线需求持续恢复，跨省游订单占比已超八成，相关旅游商品平均客单价同比提升超七成，酒店、景点门票等人均预订量同比提升近两成，旅客的出游半径、出游时长、结伴人数显著增加，同时，高星级酒店预订量同比增

长近三成，精品乡村民宿同比增长超1倍。

携程研究院行业分析师方泽茜表示，从目前的预订情况来看，一些一线城市春节旅游的热度不及去年，值得关注。今年春节是疫情防控政策调整以来的第一个春节，因此消费者可能更偏向于回乡探亲，或者去长线度假目的地享受不一样的春节。

出远门的需求增加了，这让交通出行预订变得更加抢手。同程旅行网数据显示，截至目前，春节假期前后的部分热门航线机票已售罄。京哈高铁出京方向、贵广高铁广州至贵阳方向等热门线路，春节期间的大部分已开售车次都已售罄。携程旅行网数据显示，春节假期，三亚进港机票均价已超过1900元，同比上涨47%；大理机票均价为1507元，同比上涨65%；丽江机票均价为1309元，同比上涨51%。

从目的地情况看，传统热门旅游城市三亚、海口、昆明等地已经人气暴满。与此同

时，一些热门目的地呈现“溢出效应”，其周边及下沉地区也掀起了旅游度假热潮。这个春节假期，云南景洪市、腾冲市、普洱市旅游订单同比大涨，有平台预计增幅在3倍到5倍之间；海南的陵水、琼海平均增长超过70%。此外，西安、张家口、延吉、绍兴、白山、北海等地也成为增长快、性价比高的度假目的地。

有人喜欢到温暖的南方度假避寒，也有人喜欢到冰天雪地撒欢，冰雪旅游仍是春节假期最热门的出行主题之一。除了长白山、哈尔滨等典型冰雪旅游城市，全国各大城市的冰雪旅游景区和项目也受到游客关注。同程旅行网数据显示，北京什刹海冰场春节期间旅游搜索热度同比上涨76%；广州、长沙等地的室内滑雪场春节假期搜索热度涨幅也超过50%。

国内游升温的同时，出境游也便利了。根据《关于对新型冠状病毒感染实施“乙类

乙管”的总体方案》，从1月8日起，我国正式取消入境核酸检测和集中隔离，并取消客座率限制等国际客运航班数量管控措施，我国游客的出游热情正在加速释放。同程旅行网数据显示，1月8日出行的出入境机票订单量同比增长628%，创下2020年3月以来的峰值。其中，入境航班订单量占比48%，出境航班订单量占比52%。当天，通过同程网预订机票的中国出境游客，飞往了53个国家和地区的100多座城市。飞猪旅行网数据显示，近一周国际机票预订量同比增长超3倍，同时，春节期间的出境预订量大幅反弹，亚洲目的地预订量占比超五成，仅到泰国的预订量就激增近20倍。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旋认为，随着入境政策的放开，中国游客的出行信心和消费信心都将加快恢复，同时，中国旅客的回归将为全球旅游业复苏带来新活力。

## 热评

近段时间以来，不少整车企业通过采取自建供应链的方式，应对芯片短缺、电池原材料价格上涨和供货稳定性下降等带来的挑战。比如，宝马、广汽、蔚来等车企均投入重资建设自己的电池项目；大众、戴姆勒、丰田、通用、特斯拉、比亚迪、长城等车企相继投资锂、镍等关键矿产资源，掀起了一股“抢矿”热潮。

车企热衷自建供应链，原因主要有两个。一是提升自身供应链的安全性和韧性。当前，国际政治经济逆全球化趋势明显，不少国家或主动或被动采取了区域化的供应链策略，传统供应链体系正变得越来越脆弱。在此情况下，相关企业不得不未雨绸缪，以提升自身供应链的安全性和韧性。

刘宗巍

二是汽车产业全面重构催生全新供应链。一方面，在碳中和目标指引下，中国新能源汽车持续快速发展，已形成了与传统动力系统完全不同且不断增长的电动化供应链；另一方面，万物互联推动智能汽车大行其道，又形成了包括高性能芯片、先进传感器、操作系统以及各种软件等在内的智能化供应链。受此影响，汽车供应链体系将拥有全新的内涵和外延，融入很多不同类型的全新参与者。汽车供应链的结构与本质也将发生根本性变化，由垂直的产业链条向交叉的生态系统演进。显然，车企只有构建起新的供应链体系，才能确保在未来竞争中不至于落败。

那么，车企应该把自建供应链作为一项长期性、全局性的策略吗？可以说，车企有必要构建新的供应链体系，不过企业的资源和精力都相对有限，也不能不应谋求自建完整的供应链，还需坚持“有所为有所不为”的战略。

首先，正确理解供应链建设的合理边界。需要明确的是，重新构建供应链不等于全面自建供应链，适度自研核心技术不等于独立建设硬件产能，短期应急措施不等于长期发展策略。车企需要对供应链进行系统谋划和科学布局，但不宜单打独斗，而是要充分借助供应商伙伴的力量。同时，车企可以在电池、芯片等方面加大研发投入，并通过资本参与等方式提升掌控力，但不宜背负不必要的零部件产能负担和技术转轨风险。更何况在这些领域，车企也很难比专业供应商做得更好。

其次，重新建立供应链安全与效率、成本的新平衡。过去，企业过分强调效率和成本，而把安全视为理所当然。未来，企业需要把经营安全作为重要的前提条件和决策依据。为此，车企应尝试通过联合开发、信息共享、风险共担等方式，与供应商伙伴建立起战略互信和深度绑定关系，成为彼此的安全支点。在确保安全的前提下，车企仍应把效率和成本作为供应链体系的核心诉求。

再次，全面创新供应链建设和管理的理念及模式。车企应调整对无库存生产的极端追求，转为适度储备库存，并减少供应层级。应改变传统的订单式管理，转为构建内外部资源联动的新型敏捷供应链体系。对软件供应商，应摒弃以往的备份式策略，转为确定长期固定的合作伙伴，以支撑产品的持续迭代优化。

要强调的是，一家或一类企业无法独自构建完整的汽车供应链，但就国家整体而言，必须建立高安全、强韧性、新内涵的汽车供应链生态系统，以有效支撑汽车强国建设，进而支撑制造强国、交通强国、科技强国等战略目标的实现。为此，应强化国家顶层设计和统一部署，以安全为前提，以生态为目标，重新梳理和布局汽车供应链，并通过实施动力电池、汽车芯片、车载操作系统等重点专项工程带动全局突破。

〔作者系清华大学(车辆学院)汽车产业与技术战略研究院院长助理〕

本版编辑 李苑 辛自强 美编 王墨哈

## 链接

### 雪乡旅游再红火

本报记者 吴浩

唢呐声声年味浓，锣鼓阵阵满街红。临近春节，位于黑龙江省牡丹江市境内的龙江森工大海林雪乡旅游风景区再次火爆“出圈”，成为冬季旅游热门目的地。

“自2022年12月12日开园以来，雪乡景区共接待游客6万余人次。目前，雪乡景区日均接待游客4000余人，冬季旅游市场复苏回暖势头强劲，预计春节期间将迎来今冬旅游高峰。”龙江森工大海林林业局有限公司森林旅游产业发展部部长刘忠才告诉记者，雪乡景区正全力做好游客服务保障工作，让游客度过难忘、快乐、梦幻、精彩的雪乡之旅。

每当夜幕降临，雪韵大街上由驯鹿、小火车组成的花车巡游车队和雪乡秧歌队如织而至，为来自天南海北的游客献上充满东北民俗特色和雪乡风情的精彩表演；雪乡篝火广场上，熊熊篝火照亮了夜空和游人的一张张笑脸，游客围着篝火载歌载舞尽情欢歌；雪乡的烟花燃放区也格外热闹，游客纷纷购买各式礼花庆祝新年和好运的到来……在大红灯笼和皑皑白雪的映衬下，整个雪乡成了欢乐的海洋。

来自广东深圳的游客张娟和好友8人结伴带着孩子来到雪乡，计划游玩2天，但因孩子们玩雪太开心不愿走，于是又临时改变行程增加1天。“孩子们打雪仗、抓雪球、坐爬犁，简直玩嗨了。雪乡的夜景像是童话世界的现实版，很震撼，图片、视频发朋友圈引来亲朋好友纷纷点赞，他们对雪乡也很向往。”张娟说。

不久前，雪乡景区内的林子草堂民宿被文旅部评选为全国乙级旅游民宿。对林子草堂民宿业主李彦林来说，他对冰雪经济复苏升温的感受更为明显。“元旦假期游客就明显增多。春节预订情况也特别好，房间基本都订满了，刚刚还有新加坡游客下

单春节房。”看着订单，李彦林对龙江冰雪旅游经济复苏信心满满。

今年，为做好旅游服务保障工作，雪乡景区强化智慧景区管理建设，实现实名制线上预约购票，错峰入园，合理分流游客，丰富雪乡智慧景区综合平台服务功能，精准掌握旅游消费信息，全天候保障亚雪公路等出入雪乡通道的清雪、防滑、应急救援工作，制定并印发各项应急预案，持续强化雪乡安全保障等工作。

“我们将充分利用雪乡的生态资源和区位优势，借助冬奥会效应，推进雪乡野雪公园、冰雪运动训练基地、青少年冰雪体育培训基地等项目加快落地见效，优化冰雪产品供给，激发广大游客的冰雪热情，提升冰雪经济价值转化能力，推动雪乡冰雪旅游产业高质量发展。”刘忠才说。

#### 携程数据显示

春节假期长线旅游订单占比达七成 同比增长72%

#### 途牛数据显示

在春节假期出游用户中 72%选择跨省出游 本地游、周边游占比为28%

#### 木鸟民宿数据显示

2023年春节假期民宿订单 预计将达到2022年春节假期的3.6倍 三亚、西双版纳、上海、大理等城市 部分民宿除夕前后一周房源已售罄

#### 去哪儿数据显示

春节前两周(2023年1月7日至21日)机票预订量大幅增长 比一周前增长近8.5倍 春运火车票预订量同样增长明显



1月15日，湖北襄阳，游客在雪后唐城景区游览。 谢勇摄(中经视觉)

### 多地多部门打击金融领域非法代理维权——

## 守好消费者钱袋子

本报记者 王宝会

岁末年初，金融领域非法代理维权现象有所抬头。为进一步遏制非法代理维权，保护金融消费者合法权益，近日，北京、河南、山东等多地的金融监管部门联合公安机关开展打击金融领域非法代理维权灰黑产业行动。

中国社会科学院金融研究所金融科技研究室主任尹振涛介绍，非法代理维权名义上是保护消费者合法权益，其实是利用漏洞骗取维权收益。打着代理维权旗号的犯罪分子，先以了解案情为由要求消费者提供银行卡、身份证、保单等重要金融信息，然后利用消费者银行卡账户，截留占有消费者钱财，更有甚者利用消费者个人信息开展洗钱等违法活动。目前，非法代理维权已成为一个灰色产业，亟需进行治理。

近年来，非法代理维权有了新花样。一些不法分子把阵地转移到各大短视频、朋友圈、社交平台等媒介上，发布帮助他人代理的“全额退保”“处置信用卡债务”“修复征信”等类似虚假案例，诱骗消费者委托其代理处置维权事宜。

以非法代理全额退保为例，消费者面临的风险极大。中国社会科学院保险与发展研究中心副主任王向楠表示，保险具有一定复杂性，一些非法代理人借此欺骗消费者，以达到谋利的目的。在正常保单情况下，消费者退保是一种提前解约的做法，会产生退保费用，损失掉部分已交保费。同样的保单，退保越早，退保费用占已交保费的比重就越大。如果非要追求全额退保，编造保险工作

人员在签约时有不当行为，则可能面临法律风险。此外，其他金融领域的非法代理维权也频发、高发。无论是要求消费者委托其代理处置信用卡债务，还是修复征信，最终往往都会损害消费者的权益。比如，某些看似有效的故意拖延偿还信用卡欠账的非法代理维权攻略，实际上消费者往往要承担逾期滞纳金及罚息等后果。央行多次发文提示，征信领域不存在“征信修复”等说法，消费者花钱“洗白”征信终将“越洗越乱”，到头来影响个人信用。

非法代理维权与正当维权行为并不是一回事，消费者要擦亮双眼、明辨是非，守住自己的钱袋子。尹振涛表示，非法代理维权屡禁不止，后续治理还需完善制度，堵住非法代理维权漏洞。从法律角度来讲，非法代理维权违法违规认定比较难，不法分子因为违法成本比较低，收益又比较高，所以愿意铤而走险。应进一步明确非法代理维权违法

行为的认定标准，增加不法分子的违法成本。目前，金融机构已运用数字化手段建立联盟平台精准识别金融黑产。比如，去年马上消费金融联合新网银行、富民银行等十余家机构成立行业首个打击金融领域黑产联盟，目前该联盟已经汇聚银行、消费金融公司等近50家金融领域企业，并联合对多起黑产案件进行精准打击。

北京信用学会副秘书长薛方表示，铲除非法代理机构滋生的土壤要有完善的信用基础设施作保障。随着社会信用体系建设的整体推进，以“信用中国”为窗口、全国公共信用信息共享平台为载体的国家社会信用体系大动脉已贯通，有必要完善非法代理组织及其责任人失信惩戒体系，形成跨地域跨部门、线上线下的数据信息共享平台。此外，监管部门还应联合公安机关、行业协会等部门加大专项治理力度，引导消费者选择正规维权渠道，加快遏制非法代理维权蔓延的势头。