

# 暑期文旅消费市场火热 上市公司股价走势却冷热不均

暑期已过半,作为暑期经济热点的旅游、酒店和电影市场,今年表现出的特点较往年有所不同。“旅居”成为今夏旅游行业一大特点,游客从走马观花向文化沉浸消费升级,一些小众景区挤入热门景点。暑期档国产电影市场受捧,票房已突破70亿元。反映在二级市场,相关上市公司股价走势却表现得冷热不均,有的电影票房与股价背道而驰,相关景区的酒店个股走势冰火两重。

■新快报记者 涂波

## 电影 票房还在涨 背后公司的股价却已回调

据猫眼专业版统计,8月2日、3日单日票房均超3.7亿元,创暑期档周末票房历史新高。其中,电影《南京照相馆》总票房已超15亿元,暂列2025年票房榜第三。此外,动画、悬案电影也受不少观众喜爱。

反映在A股市场,电影背后的出品方、发行方和院线端有多家上市公司的身影,如中国电影、上海电影、幸福蓝海、万达电影等。但这些公司的股价表现却不一样,上海电影7月以来股价区间涨幅超40%,8月1日达阶段高点39.99元/股;幸福蓝海股价在7月从10元左右涨至最高28.26元,涨幅超120%,成为当月十大牛股之一;中国电影的股价在7月涨幅超30%。

由于前期股价涨幅过大,近日,相关电影的票房还在逐日增长,但上市公司的股价却已进入回调状态。幸福蓝海昨日收盘17.77元/股,近4个交易日股价



■8月4日,一名男孩在观看《南京照相馆》电影海报。  
新华社发

跌近30%。金逸影视、万达影视股价等近日也有不同程度下跌。

面对电影行业现状,北京电影学院国家电影智库常务副秘书长刘正山建

议,在暑期娱乐消费多元背景下,电影市场经营主体要在创新上下功夫,还要放大影视衍生品的溢出效应,带动相关领域产品消费。

## 旅游 出游搜索量大增 景区公司业绩冷热不均

旅游,是不少家庭暑期必不可少的活动之一。7月以来,美团App首页“酒店住宿”搜索量同比增长48%、“机票”搜索量增长99%、“旅游团”搜索量增长42%、“周边游”搜索量增长48%。

近日,西藏民航单日旅客吞吐量首次突破3万人次,核心业务为旅游服务的上市公司西藏旅游无疑成为最大受益

方,二级市场股价也是一骑绝尘,从每股约12元最高涨至30元,近半个月最高涨幅达140%。此外,凯撒旅游、天府文旅近一个月涨幅均超40%。受2025年成都世界运动会即将举办影响,天府文旅股价近期创近8年新高点达7.91元。

相对而言,张家界、桂林旅游和黄山旅游等传统老牌旅游公司的股价可谓波

澜不惊,近一月区间涨幅低于5%,ST张家界还走出了下跌行情。据悉,张家界投资规模达24.43亿元的大庸古城项目亏损额超10亿元,如今已闭园。

对应业绩,旅游行业也是冰火两重天,张家界今年中报预亏超3000万元,云南旅游亏1.15亿元,西藏旅游中报净利润预计涨超170%。

## 酒店

### 旅居热潮升温 品牌酒店陷盈利困局

暑期旅游市场的火热带旺了住宿市场,但品牌酒店已不再是人们出游的唯一选择。近年来,旅居热潮持续升温,文化沉浸式旅游的消费升级,小众景区挤入“热门”景点。综合酒店集团及预订平台数据,县域民宿订单量同比激增超70%。今年暑期,平台上民宿预订7天及以上的订单达到了40%以上。

县域民宿的爆发式增长,印证了目前的旅游新风尚,也侧面反映出酒店行业上市公司盈利困局。

近期,首旅酒店、锦江酒店、华天酒店等个股,股价相对仍在低位徘徊。锦江酒店目前拥有1.34万家在营酒店,但规模扩张并未带来相应利润增长,预计中报净利润最高4亿元,同比下降超50%。今年6月,锦江酒店向港交所递交IPO申请,试图通过资本市场缓解财务压力。华天酒店预计上半年净利润最高亏损1.25亿元,同比下降近60%。对于业绩下降原因,华天酒店表示,由于市场竞争加剧、消费者习惯不断变化,叠加酒店运营固定成本较高等因素影响。



## 锂电龙头欣旺达谋求A+H上市 主要产品售价持续下滑

新快报讯 记者张晓茵报道 近日,欣旺达电子股份有限公司(下称“欣旺达”)向港交所递交上市申请,计划冲刺A+H上市,这是继宁德时代、亿纬锂能之后,国内第三家谋求A+H上市的动力电池企业。

本次港股IPO,欣旺达计划将募集资金用于实现国际增长策略、加大研发投入、推进数字化及智能化升级、寻找潜在投资或收购上下游业务,以及补充营运资金和其他一般企业用途。

欣旺达1997年成立于深圳,2011年4月在深交所挂牌上市。公司起步于消费类电池业务,后逐步拓展至动力电池及储能业务领域。目前,欣旺达已成为全球最大的手机电池厂商,同时也是全球第十动力电池及储能电池厂商。

尽管欣旺达已跻身行业巨头行列,但其业绩波动较大,2022年-2024年,公司营收分别为521.62亿元、478.62亿元及560.21亿元;年内利润为7.63亿元、3.31亿元和5.34亿元,对应净利率为1.5%、0.7%、1.0%。其中,2023年利润大幅下降的背后,是行业竞争加大、营运成本上升、投资损失等因素影响。

2025年第一季度,欣旺达业绩呈现复苏态势,实现营收122.89亿元,实

现期内利润2991.7万元,分别同比上涨11.97%、37%。然而,业绩复苏的同时,欣旺达主要产品的平均售价却出现了明显下滑。其消费类电池的平均单价从2022年的66.2元/只降至2025年一季度的46.0元/只,降幅约为30%;动力电池从2022年的1.1元/Wh降至今年一季度的0.5元/Wh,降幅约为54.5%,以价换量或是推动公司业绩复苏的原因之一。

客户集中度较高是欣旺达面临的一大挑战。2022年-2024年,公司来自前五大客户的收入占比分别为58.1%、47.7%和44.3%。公司也坦言,若主要客户减少订单、取消采购、延迟验收或付款,将对公司业绩构成影响。

与此同时,公司财务状况也承压。截至今年第一季度,公司资产负债率达64%,而截至5月31日,其未偿还债务为282.87亿元。其中,未偿还金融负债中的约49.7%于一年内到期或按要求偿还。

此外,公司此前计划分拆旗下子公司“欣旺达动力”独立上市,但由于后者盈利能力不佳,该计划已暂时搁置。同时,为控制经营风险,公司亦终止了宁乡与珠海两个大型投资项目。

## 已花38亿裁员

### 雅诗兰黛发布重组计划新动向

新快报讯 记者陆妍思报道 近日,雅诗兰黛发布公告,批准了重组计划下的部分举措,包括价值链优化、启用职能重塑等,而实现这些举措的方式,以裁员为主。根据公告,截至2025年7月30日累计批准的费用里,与员工相关的成本为5.39亿美元(约合人民币38亿元)。

2023年11月,雅诗兰黛启动了利润恢复与增长计划(“PRGP”),该计划专注于重建更强大、更可持续的盈利能力,该计划旨在提高毛利率、降低成本基础并减少管理费用,同时增加对面向消费者的关键活动的投资。

作为PRGP的一部分,雅诗兰黛于2024年2月宣布了一项为期两年的重组计划。最初,雅诗兰黛预计重组计划将导致重组和其他费用总计5亿-7亿美元(税前)。2025年2月,雅诗兰黛宣布扩大PRGP,重新评估之后,雅诗兰黛预计的重组费用和其他费用总计将在12亿美元至16亿美元(税前)之间,预估费用较之前翻倍。

重组计划的举措包括:价值链优化,减少跨度和层级,以及调整供应链和研发职能部门的组织能力;启用职能重塑,重组和调整公司职能规模;品牌主导模式,重新设计品牌和产品类别结

构中营销、创意和其他职能的跨度和层级,使其更精简、更快、更敏捷。公告也指出,上述举措的实现方式主要为裁员。

根据公告,雅诗兰黛在启动PRGP后,已有部分实质性成果。在2025财年的三个季度中(2024年7月1日至2025年3月31日),尽管面临销量下降的压力,但雅诗兰黛毛利率达到74.6%,而上一财年同期,其毛利率为71.6%。尤其是2025财年第三季度(即2025年一季度),雅诗兰黛毛利率达到75%,较上一财年同期增长了310个基点。雅诗兰黛表示,毛利率增长依托于运营效率的提高、减少过剩库存以及通过减少折扣和促销来提高战略定价行动的净收益。

值得一提的是,雅诗兰黛2025财年第三季度营收同比下降10%,下降幅度超过预期,净利润下跌超过50%,其中在旅游零售渠道的销售额同比下降28%。不过中国大陆市场业绩表现亮眼,净销售额实现了中个位数增长。

“中国市场持续发挥着重要作用,且发展前景长期向好。”雅诗兰黛集团总裁兼首席执行官司泰峰表示,集团旗下护肤、彩妆、香水和护发四大品类在中国市场的份额均有所提升。