

# 14万张免费机票刺激赴港旅游

4月17日零点起,包括香港航空、国泰航空以及香港快运将陆续发放中国内地往返香港的免费机票。在14万张免费机票的加持下,内地游客前往香港的意愿更加强烈,“五一”期间,香港成为内地游客出境游最热门目的地,酒店价格也因此水涨船高。多种促消费的利好政策相继发布,香港旅游业正快速恢复。



## 覆盖黄金档期

香港机场管理局近日与国泰航空、香港航空、香港快运等相关方负责人共同在上海举办了香港国际机场“飞遇世界大赏”机票赠送计划新闻发布会,并公布了免费机票的获取细则,将发放50万张免费机票,其中有14万张免费机票专门预留给内地旅客。

具体来看,4月17日0点,香港航空“买一送一”产品将在携程平台首发。据了解,香港航空由内地往返香港的免费机票共有3万多张,并联合了携程、飞猪、同程、去哪儿4家在线旅游平台,发布“买一送一”产品。携程方面介绍,香港航空“买一送一”产品的出行日期覆盖“五一”、端午假期及“十一”假期的部分时间。

同日,国泰航空也将率先开启第一阶段由中国内地始发前往中国香港的抽奖登记,包含8万余张往返机票,并有14个可选的中国内地始发城市,其中包括北京、上海、成都、重庆、武汉、厦门、福州、杭州等地。第二阶段将于4月24日-30日开启由中国香港前往海外的抽奖登记,包含26个目的地国家。

香港快运方面,内地往返香港机票共有2万多张,这批机票将于8月正式发放,将采用先到先得的方式获取。

此次“飞遇世界大赏”机票赠送计划

涵盖“五一”、暑期以及“十一”假期等旅游关键节点,免费机票的发放将进一步延续内地游客赴港旅游的热情。

## 带动酒店、景区订单攀升

随着“五一”假期临近,内地游客赴港旅游热度不断攀升,而香港也成为内地游客“五一”假期出境游最热门目的地。

携程数据显示,截至4月14日,香港居于“五一”假期内地游客出境机票预订量首位。

在内地游客赴港需求持续增长的同时,香港的酒店价格也相应上涨。

据携程App,4月30日(“五一”假期第二天)香港JW万豪酒店豪华城景特大床客房的价格为6432元/晚(含税/费),而同为周日的4月16日同房型房价为2956元/晚(含税/费),涨幅达118%。4月30日香港半岛酒店豪华大床房的房价为6520元/晚(含税/费),4月16日同房型房价为4186元/晚(含税/费),涨幅达56%。

除了酒店价格有所上涨外,香港景区门票的预订量也在大幅增长。

据飞猪数据,包括香港故宫文化博物馆、香港M+博物馆、香港迪士尼乐园度假区等热门景点在内的门票预订量同比劲增超30倍。从价格的涨幅以及预订量的激增也不难看出游客们对于赴港游热情的持续高涨。

## 消费市场回暖

从年初以来,香港就一直推出促销活动来进一步刺激本地消费。

2月,香港特区政府财政司司长陈茂波曾表示,将启动以市民为对象的“开心香港”活动,聚焦美食体验、愉快游乐、文创创作等活动,让市民有多元化的本地玩乐选择。同时,香港贸易发展局在未来数月会举办十多场大型会议和展览,预计超过50万人次参与。当月,香港旅游发展局还在携程平台面向内地旅客发放“香港有礼”消费券等。

系列促消费活动的推出,也让香港旅游市场稳步恢复。近日,香港旅游发展局发布数据,今年3月访港旅客为245.4万人次,环比增长约68%;一季度,访港旅客约为441万人次,主要来自内地及东南亚地区。

携程业务相关负责人表示,在内地赴港游需求持续增长的同时,目的地政府、航空公司及旅游企业等推出的“组合拳”,将显著提升用户的出行意愿、加速旅游市场的复苏。

在资深旅游专家王兴斌看来,香港采取一系列的促消费措施,目的是要提高入境旅游人数。虽然发放免费机票数量有限,但却激发了赴港游客的热情。此时,香港也需要同步推出新的旅游产品、游玩方式等,进一步用好自身旅游资源,吸引更多游客前往。

北京商报记者 吴其芸

## · 相关新闻 ·

## 高铁游搜索量超2019年两成

随着“五一”假期火车票开售,游客们开始把目光瞄向高铁游。截止到4月16日,“五一”假期前两天已有多条热门线路高铁票售罄,部分线路车票甚至出现秒没的情况,据携程平台,本周高铁游搜索量已经超过2019年同期近两成。今年“五一”假期旅游需求迎来集中释放,在当前热门目的地机票、酒店价格量价齐涨的背景下,高铁游热度有望持续攀升。

距离“五一”假期还有半个月,多条热门旅游线路火车票已售罄。

截至4月16日18点,据12306官方微信小程序,“五一”假期前两天“北京-淄博”线路火车票均已售罄。“五一”假期首日(4月29日)“北京-青岛”“北京-西安”“武汉-长沙”等线路也仅剩少量余票。京津冀进港高铁恢复运营后,“北京-香港西九龙”“五一”假期前两天的车票也仅剩部分二等座车票。

美团数据显示,4月14日、15日两天,“淄博”火车票搜索增幅位居全国第一。4月15日中午12点30分,北京南站火车票起售,“北京南-淄博”火车票开售不到1分钟就秒没。

据携程App,“五一”假期前一日的高铁票也已十分紧俏,尤其以午后出发的多条热门线路,上海-南京、上海-杭州、广州-上海、北京-太原等不少车次车票已售罄。

谈及铁路车票火爆的原因,携程研究院高级研究员谢晓青介绍,“五一”假期机票价格大幅提升。截至4月14日,“五一”期间出行的国内单程机票含税均价为1206元,高出春节机票价格两成左右。因此,在中短途出行市场,高铁对用户的吸引力预计将持续上行,进一步促成“五一”高铁的火爆。

近期凭借烧烤出圈的淄博,成为了高铁游最热门的目的地之一,高铁旅游专列的开通,也让当地旅游市场受益。美团、大众点评数据显示,14日、15日两天,“淄博”火车票搜索增幅位居全国第一。“五一”期间淄博旅游订单(含酒店、景点门票)同比增长超2000%。

今年3月以来,多地纷纷开行旅游专列。珠三角地区开出今年首趟高铁旅游专列,奔赴大湾区的环西部火车游在甘肃启程。一辆辆出发的高铁专列也将诗和远方带给了更多的游客。这其中,特色高铁游更是备受瞩目。在去哪儿平台上,开往大理的“有风专列”、开往成都的“熊猫专列”等特色线路,也广受欢迎。

中国社科院旅游研究中心特约研究员高舜礼在接受媒体采访时表示,各地开通旅游专列是便利旅游出行的一项重要措施,有利于定向、定点地输入客源,带来旅游经济的不断增长。如果专列开行能够常态化,一列车带来600-800人,一年下来,客流量将是很可观的。

“旅游专列将目的地的旅游资源进行了串联,为游客展现目的地特色的同时,也在一定程度上拉动了当地的旅游消费。大量客流涌入将提升目的地景区、酒店预订量,带动当地餐饮、购物等消费。”北京第二外国语学院旅游科学学院教授赵慧敏表示。

携程火车票相关负责人介绍,高铁是串联游、主题游更为经济便捷的方式,本周高铁游搜索量热度已经超过2019年同期近两成,随着用户“五一”假期出行热情的持续增长,以及多地特色旅游专列的加开,“五一”或将迎来近年来最为繁忙的高铁出游景象。

北京商报记者 关子辰 张怡然

# 哑火极狐绑定华为智选车

在广汽集团“强硬”退出后,此前余承东的那句“华为的品牌和技术与一些相对较弱的传统车企合作”再次被印证。4月16日,针对此前“与北汽极狐合作遇到问题”的言论,华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东表示:“华为与北汽极狐的合作模式将从Huawei Inside(以下简称‘HI模式’)升级为智选车模式。”双方的合作不仅未止,而且绑定更深。然而,与要把技术话语权拿在自己手里的广汽集团相比,困局中的北汽极狐似乎也只能抓住华为这根稻草。

## 从HI到智选车

“因为前段时间在汽车百人会上表达不太准确,造成了外界对于华为和极狐已不再合作的误解。”余承东表示,华为与北汽极狐将继续合作,但合作模式将从HI模式升级为智选(车)模式,合作进一步加深。

此前,在“中国电动汽车百人会论坛2023”上,北汽极狐“放弃”HI模式消息被证实。余承东透露:“采用HI模式,有3个厂商(北汽极狐、广汽埃安、长安阿维塔)跟我们进行合作,现在基本上只剩长安阿维塔,除广汽退出HI模式,与北汽极狐的合作也遇到问题。”

对于北汽极狐与华为合作模式的升级,

外界认为与其低迷表现不无关系。去年,成为华为HI和智选车模式落地的关键一年。基于HI模式,华为先后联手北汽极狐和阿维塔推出极狐阿尔法S HI版和阿维塔11两款车型。而通过智选车模式,华为联手赛力斯相继推出问界M5、问界M7和问界M5纯电版。

一年后,两种合作模式同时交卷。数据显示,去年极狐汽车累计上险量仅为1.2万辆,而去年3月开始交付的问界系列,累计交付量超7.5万辆。HI模式未能帮助北汽极狐突围。

作为北汽集团冲击新能源汽车高端市场的品牌,北汽集团寄希望通过极狐品牌与其他传统车企“小号”及造车新势力抢夺高端市场份额,因此北汽集团很早便与华为进行合

作。然而,极狐品牌不及年销目标三成的销量成绩,显然未达北汽集团预期。此后,北汽极狐开始进行人事调整。今年2月,北汽蓝谷发布公告称,子公司北京蓝谷极狐汽车科技有限公司完成公司法定代表人、经营范围等工商变更登记手续,樊京涛卸任法定代表人、执行董事,由张国富接任。

对于北汽极狐销量“哑火”,余承东认为问题是出在北汽极狐产品上。他直言道:“极狐定义产品,但在市场竞争力上有点问题。”此外,余承东曾表示:“仅靠HI模式还不够,因为其是车企主导,取决于车企的能力,车厂能力还可以,能力不强就做死掉。智选车模式、问界生态品牌模式,是我们掌控命运,我们要对车企的产品成功负责。”显然,北汽极狐并不在余承东能力强的车企名单中。

“北汽极狐选择智选车模式,华为可以从参与车型的整个生产环节,为极狐在设计、渠道上提供帮助,双方真正意义上达成深度合作,为极狐当下困局开出‘良方’。”中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示,新能源汽车市场竞争愈发激烈,北汽极狐亟须找到突破口。

## 华为受限“朋友圈”

事实上,余承东主推的智选车模式,其“朋友圈”的选择并不多。

目前,华为参与造车采用三种模式,分别为传统零部件供应商、HI模式和智选车模式。从华为参与造车的深度来看,三者依次递进。从模式上来看,作为供应商是华为给予车企最基础的零部件供应模式;HI模式属于轻资产运营,将华为全栈智能汽车解决方案卖给技术实力较强的车企;智选车模式则通过与车企在造车领域更为深入合作,在产品定义、造型设计、营销、用户体验各环节全面参与。

不过,大部分车企与华为的合作还是处于供应商模式。今年3月,广汽集团发布公告称,将广汽埃安AH8项目由与华为联合开发变更为自主开发,华为的身份也从项目参与者变为供应商,二者之间的合作由颇具“含金量”的HI模式,“降级”为业内常见的零部件供应商模式。

对于取消与华为的合作,广汽集团总经理冯兴亚表示:“是从灵活性、先进性和综合成本三个方面考虑的结果。一是,三年前和三年后的市场需求不同,自主研发会更加灵活;二是,要保持先进性,就不能用统一的架构,不能大家都一样;三是,点餐和套餐的区别,点餐可以选市面上最先进的。”

此外,上汽集团董事长陈虹曾表示:“与华为这样的第三方厂商合作自动驾驶不能接受,因为它会成为上汽的灵魂。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,整车制造

企业一直掌握自主权,如果与第三方全面合作并被介入研发等多环节流程,不少头部车企都会在成本、利润与自主权等方面进行考量。

对于头部车企与华为合作保持的谨慎态度,余承东也心知肚明。他曾表示:“国内合作伙伴中,新势力不太可能在智能化上选择华为。因为他们有自己的追求,为了市值不会选择华为。而国际巨头们也因为多种原因无法选择华为,传统的车企如果怕失去灵魂也不会选择华为,这就让华为面临很大挑战。”

然而,问界品牌的成功又让不少车企对于华为智选车模式蠢蠢欲动,因此不少弱势车企开始选择与华为合作。近日,华为与江淮就智选车模式达成合作。此外,华为相关人士表示,目前华为智能汽车BU智能化部件发货量超200万,战略合作车型上市5款。从今年秋季到明年,还有10多款战略合作车型正准备上市。

为能吸引更多车企形成合作,华为也不断提升系统。4月16日,华为发布HUAWEI ADS 2.0(Advanced Driving System,华为高阶智能驾驶系统)。华为相关人士表示,该系统将在AITO问界M5华为高阶智能驾驶版首发,后续阿维塔11、极狐阿尔法S HI版也将升级。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦