

# 互免签证后,中国重新成为新加坡最大客源国

■ 钱小岩

今年中国重新成为了新加坡最大的外国游客来源国。根据新加坡旅游局最新统计数据显示,今年1月至6月,入境新加坡的中国游客为145万人次,在外国游客中名列第一,超过了印尼的130万人次,而去年印尼是新加坡最大的外国游客来源国。

新加坡旅游今年屡次成为热议的话题,从今年2月中国和新加坡互免签证,到3月美国明星泰勒·斯威夫特(Taylor Swift)在新加坡办演唱会,再到6月新加坡男足门将桑尼扑球,都推动着一批又一批中国游客赶赴新加坡一探究竟。

上海国际问题研究院东南亚研究中心主任周士新向记者表示,中国与新加坡互免签证,有利于双边人员往来,除了对旅游业是利好,还有利于促进经贸发展和民心相亲,同时“在旅游火热的背景下,后期管理也需要跟上,满足双边的需求”。

## 新加坡旅游火热

据新华社报道,2023年中国赴新加坡的游客量为136万人次,这意味着今年上半年的145万人次的游客量就已超过了去年全年。新加坡樟宜机场是新加坡最大的国际机场,根据机场最新发布的数据,今年上半年,往来于中国和新加坡双向客流量达到370万人次,较疫情前的2019年同期多了约10万人次。

新加坡樟宜机场集团表示,中国和新加坡今年在2月开始的互免签证政策,促使了机场双向客流量攀上新高点。航班运力增加也带动客流量增长。双向客流量排名前五大城市分别为上海、广州、北京、深圳和厦门。

樟宜机场目前有15家航空公司飞往29个中国城市,每周共计426个航班。据新加坡旅游局统计,2023年,中国赴新加坡游客虽少于印尼,位居第二名,但为新加坡带来的旅游收益则排名第一位。

新加坡贸工部在今年5月发布2024年第一季度经济调查报告时表示,旅游强劲的复苏将继续促进住宿、航空、零售贸易、餐饮服务以及金融与保险领域的增长。同时,预

计9月新加坡大奖赛(Singapore Grand Prix)的开幕,又将吸引一大批外国游客前来。不过在中新互免签证后,网络上开始流行起了一种“免签不是免费”的说法,即更多的游客拿起护照说走就走,事先没有做足攻略,到了新加坡被当地的物价惊到。以住宿费为例,在新加坡较为普通的酒店住一晚,基本也要在1000元人民币以上,如果是热门的地段,最便宜也要1500元以上,比起其他东南亚乃至亚洲城市来说,都要贵上不少。

根据经济学人智库(EIU)2023年发布的全球生活成本调查显示,新加坡和苏黎世超过纽约,并列成为当年全球生活成本最高的城市。新加坡在过去十一年中第九次蝉联全



球最昂贵城市。

## 新加坡旅游发展方向

新加坡国土面积较小,并没有太多的旅游资源禀赋,这始终让新加坡有一种危机感。

新加坡总理黄循财6月28日在一场活动上表示,新加坡在发展旅游业方面取得长足进展,但绝对不能自满,游客有很多选择,新加坡要竞争并不容易。他举例表示:“若要美丽的沙滩,印度尼西亚、泰国和菲律宾不乏选择,都是新加坡无法媲美的海滩;要是历史感兴趣,也有很多著名的文化景区可参观”。他说新加坡不可能迎合所有人的需求,应该发挥强项,寻找更好的方

式,如艺术和文化表演或博物馆,去讲述新加坡故事,而不是一味建造更多硬件和设施来发展旅游业。

除了常规的旅游,新加坡还希望通过办会展来拉动旅游业。新加坡展览与会议署执行署长傅启川此前向记者表示,新加坡会展业对旅游业不可或缺,大致能占到旅游业收入的四分之一,同时商务旅客的消费水平较高,是普通休闲游客的两倍左右。他进一步表示,新加坡是一个商贸为主的港口城市,利用人员的汇集效应来发展会展业有天然的优势,相信今年可恢复到如前水平。(来源:第一财经)

## 首饰金价破750元/克 有黄金公司上半年利润同比大增100%

■ 刘晓颖

在盘整了一段时间后,金价再创新高。在国内零售端,周生生、周大福、六福珠宝等连锁品牌7月17日公布的黄金首饰价格纷纷突破750元/克。

今年以来,国际金价已累计上涨超过18%,超过去年全年的市场涨幅。

山西证券表示,金价自今年4月中旬开启高位波动,预计现阶段黄金珠宝终端消费观望情绪较重。6月金银珠宝社零降幅有所收窄,短期继续跟踪金价变化及终端黄金珠宝销售情况,中长期看好头部黄金珠宝公司品牌势能提升及渠道开拓能力。

不过,虽然黄金珠宝终端消费者观望情绪较重,但上游产业链端企业的业绩受到金价上涨的影响,业绩

大增。截至目前,已有多家上市公司披露2024年半年度业绩预告,其中不乏半年报实现翻倍式增长的公司。

赤峰黄金(600988.SH)预计,2024年上半年实现净利润7亿元-7.4亿元,同比增加124.39%-137.21%。针对业绩增长的原因,赤峰黄金表示,本期黄金产量及销售价格较上年同期上涨。

除了业绩翻倍的,实现大两位数增长的也不少。

四川黄金(001337.SZ)公布2024年半年度业绩预告,报告期归属于上市公司股东的净利润1.4亿元至1.5亿元,同比增长51.14%-61.94%;扣除非经常性损益后的净利润1.4亿元至1.5亿元,同比增长51.69%-62.56%。公司方面表示,净利润同比上升主要系金精

矿销售量及金价上涨所致。

湖南黄金(002155.SZ)预计上半年实现净利润3.91亿元-4.47亿元,同比增长40%-60%。公司方面表示,业绩上涨主要是产品价格价格上涨所致。

山东黄金(600547.SH)披露2024年上半年度业绩预告称,预计上半年公司实现净利润12.50亿元-14.50亿元,与上年同期相比增加3.70亿元到5.70亿元,净利润同比增长42.07%-64.81%。

此外还有扭亏为盈的:西部黄金(601069.SH)去年净利润亏损约7183.87万元,但今年实现净利润5000万元-6900万元。西部黄金表示,业绩的改善主要得益于自有矿山生产的黄金销量和销售价格的双重提升。

## 麦当劳计划: 2028年中国内地餐厅数量破1万

■ 揭书宜

7月17日,全国近4000家麦当劳餐厅的员工统一换上全新的制服。这是时隔十年,麦当劳中国为餐厅员工量身定制的第七代制服。

“到2028年,麦当劳在中国内地的餐厅数量将突破1万家。”麦当劳中国首席执行官张家茵表示。

麦当劳于1990年进入中国内地市场。2017年,麦当劳中国市场成为麦当劳全球最大的国际发展特许市场,中信联合体成为控股股东。正是这一年,麦当劳中国进入“金拱门时代”。七年来,麦当劳中国加速本土化发展,餐厅数量超6000家,较2017年增长超一倍,员工超20万,其中95后员工超过65%。目前,上海麦当劳500家餐厅,员工总数接近1.3万人,其中也有近六成是95后的年轻一代。

与麦当劳一样,自从1987年进入中国市场后,肯德基也在中国市场持续推进本土化进程。2023年12月,肯德基在中国内地的门

店数量已经突破了1万家。

着眼下沉市场是当下麦当劳和肯德基共同的目标。

第一财经记者了解到,在门店数量倍增的同时,麦当劳也在更多向中国的低线城市下沉。“金拱门时代”之前,麦当劳更多聚焦于一二线城市的市场开发。而现在,大概50%的麦当劳餐厅分布在三四五线城市。到2028年要开出的1万家餐厅中,低线城市同样占据一半的体量。

肯德基接下来的目标则是,到2026年,肯德基的美食和服务覆盖到中国超7亿消费者,人群规模实现50%以上的增长。肯德基母公司百胜中国首席执行官屈翠蓉曾表示:“目前我们仅服务了中国人口的三分之一,我们的目标是在2026年服务一半的中国人口。目前我们超过一半的新店布局在低线城市,以满足这些地区城镇化和消费升级带来的需求。”