

“人从众”再现！清明假期 1.02 亿人次出游

■ 李金磊

熟悉的“人从众”回来了。2021年清明节假期，就地过年积压的出游热情得以释放，多达1.02亿人次出游，一些景区再现人山人海的景象。

清明假期迎出游高峰

作为2021年春节后的首个小长假，清明节假期迎来出游高峰，憋坏了的人们纷纷出门，去享受美好春光。

经文化和旅游部数据中心测算，2021年清明节假期，全国国内旅游出游1.02亿人次，按可比口径同比增长144.6%，恢复至疫前同期的94.5%。

从旅游人次来看，距离恢复到疫情同期水平仅有一步之遥。一些热门景区再现游人如织的热闹景象，足见国人出游的热情。

北京市公园管理中心5日通报称，清明3天假期，颐和园、天坛、北海、景山等市属公园及中国园林博物馆共接待游客164.25万人次，同比增长197%。八达岭长城景区一度发布游客流量黄色预警，截至4月4日上午10时已预约门票3.9万人次，景区启动三级应急响应。

面对人潮汹涌，有网友感慨：这是久违的拥挤，这是被怀念的拥挤。

踏青郊游占据主流

这个清明假期，踏青游、近郊游、乡村游、自驾游等需求加速释放。中国旅游研究院调查显示，57.0%的游客参与踏青郊游，32.5%的游客体验游园赏花，自驾游占比60.0%。

文化和旅游部表示，旅游景区接待量、度假酒店和特色民宿入住率接近疫情前同期水平，局部地区出现“量价齐升”现象。

携程数据显示，清明小长假期间，门票预订量对比2019年增长232%。上海迪士尼度假区、河南博物院、上海海昌海洋公园、故宫、洛阳龙门石窟、西安钟楼、北京野生动物园、黄鹤楼、八达岭长城、广州长隆野生动物世界为清明节热门景区TOP10。

住宿方面，周边游赏花踏青带动乡村民宿及近郊度假型酒店预订火爆，野猪乡村民宿预订量同比涨超16倍，增速超过酒店预订。

作为北方地区最大的樱花观赏地之一，北京玉渊潭吸引了众多游客前来踏青赏樱，整个假期接待游客人数在北京市属公园排名第一。4月3日下午2时许，记者进入玉渊潭公园时，屏幕显示在园人数已经超过2万人，园内人头攒动，桥已经变成了“人桥”，“网红产品”樱花冰淇淋更是一支难求。

红色旅游持续升温

各地组织开展“守护2021清明祭英烈”主



题宣传教育活动，游客纷纷走进革命纪念馆瞻仰英烈，接受革命传统和爱国主义教育。江西井冈山、陕西延安和河北西柏坡等红色旅游景区受到游客青睐。

不少红色景区推出“红色主题游”+“历史人文游”+“秀美山水游”的组合线路，让游客既可以欣赏到红色旅游带来的人文情怀，也可以学习到不少历史人文，还可以在学习参观的

同时体验生态之旅，旅游体验度大幅上升。

飞猪平台上，红色旅游人群越来越年轻。95后和00后占比近50%。00后的红色旅游预订量增速最快，同比涨超630%。遵义、延安、湘潭、南昌、嘉兴、井冈山等红色旅游热门目的地预订量同比涨超180%。

三星堆成新晋网红景点

随着三星堆新一轮重大考古发现公布，激发了群众的参观热情，三星堆博物馆成为新晋网红景点。

四川省文化和旅游厅4月3日的数据显示，截至4月3日15:00，三星堆博物馆接待游客1.07万人次，门票收入57.72万元，较2019年清明第一天分别增长383%、386%。

清明小长假第二日，三星堆游客量近2万，刷新游客接待纪录。“三星堆博物馆单日游客量近2万”也冲上了微博热搜。

更热的“五一”黄金周在路上

清明小长假结束了，但是好消息是，上完20天班又是小长假。“五一”5天的假期在等着大家。

去哪儿大数据研究院院长兰翔表示，从今年清明小长假来看，旅客被压抑的出游需求得到了初步的释放。随着天气变暖以及疫苗接种率的提升，在即将到来的“五一”、暑期，旅游业将迎来一波大规模的回暖，不仅传统热门旅游目的地将再现人从众的鼎盛情况，一些小众冷门旅游目的地也可能出现“火爆”情况，建议有出行计划的旅客提前预订机票和酒店。

行业预测，当下旅游市场的火热更是为后续复苏注入一剂强心针，即将到来的“五一”假期甚至有望成为“史上最热黄金周”。

清明假期你怎么过的？“五一”假期有什么计划？

炒鞋大军转战国货 “捡黄金”还是“割韭菜”

随着新疆棉事件发酵，“炒鞋”风蔓延至国货，李宁、安踏等国内品牌价格飙升，国产球鞋涨价、缺货的消息成为公众关注的重点。4月5日，记者发现，一款安踏哆啦A梦联名鞋，发售价格是499元，经炒后，价格变为4599元，涨了8倍之多。此外，李宁的一款原价1499元的球鞋，更是炒到48000元，暴涨了31倍。

在内人士看来，炒鞋客利用限量鞋品的稀缺性，恶意炒作导致鞋子价格背离其本身价值，甚至出现假鞋真炒等乱象，是扰乱正常市场秩序行为。被鞋贩子盯上的鞋企，虽然在一定程度上表明了市场对这家公司产品的认同，但从长远来看，不论是主动炒鞋还是被动炒鞋，都不利于正面品牌形象的塑造。

价格暴涨

“给朋友买的鞋，半个月就涨了近一半，或许我该去炒鞋。”“生怕再涨价，赶紧给下单了。”清明小长假，随便刷刷微博和朋友圈，就能看到国产球鞋涨价、缺货的消息。

“安踏哆啦A梦联名休闲板鞋白黑款，42.5码售价为4599元，发售参考价仅为499元，涨了8倍多。”近日，一位网友晒出安踏一板鞋价格，并惊讶地表示，“炒鞋太离谱，一双转眼就涨了3000多。”

记者登录某球鞋交易平台发现，安踏哆啦A梦联名休闲板鞋白黑款最近购买记录有近

9000条，目前在平台上，该款板鞋显示已下架。不过从交易记录中可以看到，在3月下旬，该款板鞋交易价格还维持在1500元上下，而近两天的最高交易价格已达到3199元。

而李宁与韦德的联名款“韦德之道4”参考发售价为1499元，页面显示仅42码有货，且售价高达48889元，涨幅高达31倍。此外，李宁“韦德之道7 wow7 The Moment 超越限量款”“长安少年”限量款等也都在近日出现不同程度的涨幅。

事实上，安踏、李宁等国产球鞋短期内价格暴涨的背后与几日前新疆棉花事件不无关系。3月24日，一份“抵制新疆棉花”的企业名单被曝出，其中包括与HM共属“瑞士良好棉花发展协会”(BCI)会员体系的一些洋品牌球鞋。

对此，广大爱国网友纷纷表示谴责，并选择用脚投票，支持国货，下单李宁、安踏等知名国产品牌。然而，下单时，不少“球鞋粉”却发现很多爆款不是断货就是涨价，并表示，“再涨连国货都买不起了，救救打工人们吧！”

谁在炒鞋？

炒鞋作为一种市场行为，或许可以用经济学的基本规律来解释，其中包含了经济活动中生产、分配、流通、消费四种角色。相对应的，也就是品牌方(生产者)、黄牛(俗称“鞋贩子”)即电商平台或者线下门店或者有组织的中

商)、散户(消费者)。那么，炒鞋这条完整的产业链中，谁是受益者？谁又在驱动这一产业？

据业内人士分析，鞋贩子无疑是炒鞋产业的最大受益者，因为高额的差价与利润几乎都被他们拿走，上游的品牌方与下游散客分不到多少“蛋糕”。

在北商经济学会常务副会长赖阳来看，鞋贩子之所以能频繁掀起炒鞋浪潮，就在于他们洞察了球鞋期货制的订货方式的漏洞。即现在卖的鞋大半年前就订好了，货量固定，正常市场销售快结束时，鞋贩子会将剩下的库存囤积在手，价格自然也就由他们说了算。就算品牌方发现某款鞋被炒成爆款后进行加单生产，那也有滞后期。因为等到生产出来后，新款也已经上市了。新款中，众多大大小小的鞋贩子也会尝试炒作某款。此时，加单出来的旧爆款，就成了被“遗弃”的旧货了。正是利用这种生产“时间差”上的青黄不接，鞋贩子一再得逞，赚得盆满钵满。

不过，有业内人士认为，在炒鞋产业中品牌方也并非没有责任。业内人士表示，相关品牌方刻意制造“限量版”“明星联名版”，控制鞋的生产数量，人为制造“稀缺”，这一行为也大大助长了二手鞋贩子的炒鞋之风。

能否“长红”

国货们这一波“炒鞋”能持续多久？业内人士



士表示，“从动因来看，爱国牌不能时时打。促成此次炒鞋的新疆棉等爱国事件，更多是偶发性，而非常态化，特殊时期的爱国情怀不是一台永动机，终有消耗殆尽的时候”。

从性质来看，炒鞋本质上注定是短期的。“炒鞋就是炒鞋客钻空子牟取暴利，脱离了商业本质和基本原则，不是一个正常的商业行为，这从根本上决定了这种行为不可能长久的。”战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐俊指出。

赖阳表示，“炒鞋”虽然不是一个褒义词，但一般来说，只有耐克、阿迪等头部运动品牌的运动鞋产品才存在被市场疯狂炒作，价格一片“涨”声的可能。作为普通的体育品牌很难吃到炒鞋这波“红利”。炒鞋这一现象的始作俑

者以及高频领域也都发生在耐克、阿迪两大品牌间，炒鞋的火热侧面反映出耐克、阿迪的经营策略以及品牌文化软实力的领先。目前，签约、联名、限量等球鞋市场基本还是被这两大集团间接支配，国货品牌难以撼动。

新华社更是发文直言，一件商品短短几天涨价数十倍，显然不是市场运行的正常现象，如果因为炒鞋导致球鞋爱好者买不到想要的球鞋，进而让国产品牌失去消费者的信任，无异于竭泽而渔，自断国产品牌升级之路。

新华社还提到，对当前一些网络平台借机哄抬价格的行为，品牌方应当尽快行动起来，维护品牌形象。监管部门也应积极作为，加强监管和引导，维护市场秩序，为国货发展创造良好环境。(钱瑜 王晓)

光伏巨头隆基股份入局氢能:10 万亿蓝海沸腾

气体、液体分离及纯净设备制造;新能源技术研发;节能管理服务;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广。

隆基氢能股东为西安隆基绿能创投管理有限公司和上海朱雀赢私募基金合伙企业(有限合伙)，隆基创始人李振国亲自担任董事长、总经理，这标志着3400亿光伏龙头——隆基正式入局氢能。

我们先来简单科普下什么是氢能？

氢在宇宙中分布广泛，它构成了宇宙质量的75%；氢是氢(H)在物理与化学变化过程中释放的能量；氢气的来源多样，可利用化石燃料生产，也可电解水生产；氢燃烧的产物是水，是世界上最干净的能源，被誉为21世纪最具发展前景的二次能源。除核燃料外，氢的发热值是所有化石燃料、化工燃料和生物燃料中最高的，是汽油发热值的3倍，酒精的3.9倍，焦炭的4.5倍。

隆基股份为何此时入局氢能？

这或许与当前光伏行业所面临的环境有关。中国光伏行业协会相关报告显示，十四五国内年均光伏新增装机规模达70GW-90GW。光伏装机量的不断攀升，使得消纳问题愈发凸显，成为制约光伏大规模发展的瓶颈之一。而“光伏+制氢”模式，将有效解决消纳问题等可再生能源的发展瓶颈，还可有效解决制氢成本高和绿色生产的问题。

氢能与光伏的最大关系是光伏制氢，即利用光伏发电，再电解水制氢。光伏制氢的优势主要有：1、平抑光伏发电的不稳定性。2、储能效用。利用氢能的储能效用，将光伏发电转换为氢能，以低于化学储能的成本，实现跨天、跨周甚至跨月跨季度的储能。

我国光伏历经十余年的快速发展，一毛钱一度电已经成为现实。据初步计算，在光照好

的地方，光伏制氢的电力成本约1毛5分钱，大幅低于现在制氢的电力成本。光伏制氢的竞争力也将逐渐增强，市场空间也将全面展现。

隆基股份产业研究专业总监白云飞表示，目前，光伏发电已经成为全球最经济的清洁能源，同时它的度电成本还在继续下降，光伏发电的低度电成本给电解水制氢带来了降低成本的机会。那么利用充足且经济的光伏电力解水生产绿氢，就可以不断扩大大绿氢的应用规模，加速实现全球各国减碳和脱碳的目标。

白云飞称，光伏制氢为光伏发电创造了一个新的应用场景和广阔的市场需求。目前全球氢气需求量约6千万吨/年，如果全部由光伏发电来生产，需要新增1500GW的光伏。未来三十年氢的年均新增需求在2000吨以上，每年需要新增约900GW光伏装机。

分析人士认为，隆基将光伏与制氢深度融合，计划大力发展光伏制氢，不仅代表光伏制氢产业的未来发展方向，还能为光伏发展之困提供新思路。随着光伏发电和电解水制氢技术的不断发展，成本的逐渐降低，光伏制氢将成为我国能源安全和能源结构调整的又一生力军。

二级市场上，受益于光伏行业的景气，隆基股份成为2020年的大牛股，被市场称为“光伏茅”。从2020年年初的25元/股，涨到年底的92元/股，隆基股份的全年涨幅高达270%，市值增长超2500亿元。2021年，隆基股份股价剧烈波动，在机构抱团股集体杀跌期间，公司最大回撤幅度达40%，近期股价又有企稳回升之势，最新市值为3437亿元。

我国氢能支持政策频出，欧盟4.6万亿砸向氢能源

在“十四五”规划纲要中，氢能与储能被列为前瞻谋划的六大未来产业之一。截至目前，已有10余个省及直辖市出台氢能产业专项政

策，超过40个市、县出台氢能产业相关政策。

日前召开的中央财经委员会第九次会议强调，我国力争2030年前实现碳达峰，2060年前实现碳中和，是党中央经过深思熟虑作出的重大战略决策，事关中华民族永续发展和构建人类命运共同体。会议指出，要构建清洁低碳安全高效的能源体系，控制化石能源总量，着力提高利用效能，实施可再生能源替代行动，深化电力体制改革，构建以新能源为主体的新型电力系统。

随着氢能应用技术发展逐渐成熟，以及全球应对气候变化压力的持续增大，氢能产业的发展在世界各国备受关注，多国政府都已出台氢能及燃料电池发展战略路线图，美国、日本、德国等发达国家更是将氢能规划上升到国家能源战略高度。根据此前披露的《欧盟氢能战略》，欧盟计划未来十年内向氢能产业投入5750亿欧元(约合人民币4.56万亿元)。氢能产业也已成为我国能源战略布局的重要组成部分。2019年，氢能首次写入《政府工作报告》。随后，燃料电池汽车示范应用政策的发布、新能源汽车产业发展规划(2021-2035)的发布以及碳达峰、碳中和目标的设定，均为氢能产业及氢燃料电池汽车的发展注入了强心剂。

十万亿级别的大市场，上市公司纷纷入局

根据国际氢能委员会预计，到2050年，氢能将承担全球18%的能源终端需求，创造超过2.5万亿美元的市场价值，燃料电池汽车将占据全球车辆的20%-25%，届时将成为与汽油、柴油并列的终端能源体系消费主体。

英国石油公司BP最新发布《世界能源展望》中指出，到2050年，氢能占终端能源消费总量比例或将增长16%，其中电解水制氢将成为供氢主体，中国的电解水制氢率先采用可再

生能源，据中国氢能联盟发布的白皮书显示，到2050年，我国可再生能源电解制氢将占氢气供应结构的70%。

今年3月份，美国最大油气生产商埃克森美孚发布的战略内容与过去近两年最大的变化，是大幅下调了未来公司油气产量指引，重点表达了对碳捕获与封存和氢能技术前景的乐观态度。该公司预测，自2020年起，全球氢能市场规模每年扩大约30%，到2040年可达到1万亿美元。

面对十万亿级别的庞大市场，以及政策的密集支持，越来越多的上市公司正在加速入局氢能产业链。

3月29日，长城汽车举办氢能战略全球发布会，未来三年将投入30亿到氢能领域研发中。长城未势能源董事长张天羽表示，今年，长城汽车将推出全球首款C级氢燃料电池SUV，并在全球率先完成100辆49吨氢能重卡应用项目落地；2022年，首支高端乘用车服务队将出现在冬奥会的舞台上；2023年实现核心动力部件推广数量国内领先，2025年剑指全球氢能市场占有率前三。

3月29日，中国石化表示，公司将加快推动能源转型，积极推进天然气全产业链跨越式发展，把氢能作为公司新能源业务的主要方向，“十四五”期间规划建设1000座加氢站或油氢合建站，打造“中国第一大氢能公司”。

3月29日，宝丰能源在互动平台上称，公司于2019年启动200MWp分布式光伏发电及2万标方/小时电解水制氢储能及综合应用示范项目，该示范项目被国家能源局列为国家级示范项目。

3月26日，上海电气发布公告称，拟非公开发行A股股票，募资50亿元，此项资金将投入于电解水制氢、超临界CO2和大规模储能技术研发等项目。

(来源:券商中国)