

中秋假期旅游市场亮点多 短途“微度假”受青睐

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

今年中秋假期,旅游消费市场持续升温,涌现出一系列新亮点。

《证券日报》记者综合携程、同程旅行、途牛等多家在线旅游平台数据发现,今年中秋假期旅游消费市场持续增长,是年内三天假期的最高点。国内机票、酒店价格稳定。游客以短途出行为主,游览时长较端午小长假有所延长。

多样化文旅活动火热

中秋期间,记者走访北京、浙江等地的文旅市场发现,赏灯会、观赏烟火、泛舟赏月、汉服游园等富含传统文化元素的活动成为了游客的热门选择。这些活动不仅让游客深度体验中国传统文化的独特魅力,更显著提升了相关旅游目的地的吸引力与热度。

例如,北京园博园的“京彩灯会”璀璨夺目,广州的“明城墙中秋游园”古韵悠长,武汉则上演了壮观的大型烟花秀……这些活动均吸引了海量游客前来,带动当地主题游订单量增长。

市场表现平稳 购房者期待更多利好政策

市场表现平稳 购房者期待更多利好政策

■本报记者 张梦逸

“这几天优惠力度是最大的。”在北京市大兴区西红门板块某新盘售楼中心,销售人员在户型图上为记者罗列中秋期间的购房优惠,“多项折扣叠加,总价合计能打九折,如果选购地一口房源,还能在此基础上再做折扣。”

“金九银十”是楼市传统销售旺季,中秋假期的楼市表现受到市场关注。在广泛走访北京新房及二手房市场后,记者注意到,新房方面,各新盘中秋假期普遍降价促销;此外,开发商普遍将高得房率、精装修、配套会所等“好房子”特点作为楼盘主要卖点,吸引购房者。二手房方面,市场表现较为平淡,部分购房者仍在观望中。

“我认识的所有中介和销售都跟我说中秋期间优惠大,假期时间也比较充裕,就来踩踩盘。”中秋假期首日(9月15日),在北京市丰台区新宫板块某在售新盘,购房者李女士对记者表示。

值得关注的是,前不久走红的《黑神话:悟空》游戏,也掀起了一股古建筑游览热潮。携程数据显示,作为全国古建筑遗迹最为丰富的省份,山西省的大同、忻州、朔州等地旅游订单量较端午假期分别实现了14%、20%、40%的增长。特别是作为游戏重要取景地的云冈石窟、应县木塔、悬空寺和华严寺等景点,更是成为了游客们争相探访的热门之地。

古镇水乡同样展现出了传统节日的独特韵味。乌镇重现“走月亮”这一古老习俗,游客们身着汉服,手提灯笼,在月色下漫步古桥,享受别样的中秋夜;周庄古镇以灯彩为主题的游船活动吸引了众多游客的目光;拈花湾推出了戏剧生活节,为游客们带来了更加丰富多元的文旅体验。

记者注意到,这些中式旅游活动受到年轻人的欢迎。以山西为例,其景区门票订单中,90后和00后的占比接近半数;而在搜索“灯会”相关信息的用户中,超过四成是00后群体。这一数据充分说明了传统文化对于年轻一代的强大吸引力。

民生证券研报显示,从中秋旅游趋势来看,围绕中秋主题、以中秋传统习俗为依托的多样化文旅活动是本次中秋假期供需两端的主要发力点。

同程研究院首席研究员程超功表示,各地通过结合时令节庆和传统文化元素,在传统赏月活动的基础上不断拓展消费场景和体验方式,使得中式夜游成为了中秋假期文旅消费的热门选择。携程研究院高级研究员沈佳璇对《证券日报》记者表示:“中式旅游已成为一种新的潮流。越来越多的年轻人正成为中式旅游的拥趸。同时,供给侧也已经开始关注到这一趋势,越来越多的目的地和旅游从业者正在从以往的满足旅客需求,逐渐转变为‘供给创造需求’。随着这类创新旅游场景、旅游产品的不断推出,新型供给将持续激发游客需求,成为推动旅游市场持续发展的关键因素。”

记者注意到,这些中式旅游活动受到年轻人的欢迎。以山西为例,其景区门票订单中,90后和00后的占比接近半数;而在搜索“灯会”相关信息的用户中,超过四成是00后群体。这一数据充分说明了传统文化对于年轻一代的强大吸引力。

民生证券研报显示,从中秋旅游趋势来看,围绕中秋主题、以中秋传统习俗为依托的多样化文旅活动是本次中秋假期供需两端的主要发力点。同程研究院首席研究员程超功表示,各地通过结合时令节庆和传统文化元素,在传统赏月活动的基础上不断拓展消费场景和体验方式,使得中式夜游成为了中秋假期文旅消费的热门选择。携程研究院高级研究员沈佳璇对《证券日报》记者表示:“中式旅游已成为一种新的潮流。越来越多的年轻人正成为中式旅游的拥趸。同时,供给侧也已经开始关注到这一趋势,越来越多的目的地和旅游从业者正在从以往的满足旅客需求,逐渐转变为‘供给创造需求’。随着这类创新旅游场景、旅游产品的不断推出,新型供给将持续激发游客需求,成为推动旅游市场持续发展的关键因素。”

记者注意到,这些中式旅游活动受到年轻人的欢迎。以山西为例,其景区门票订单中,90后和00后的占比接近半数;而在搜索“灯会”相关信息的用户中,超过四成是00后群体。这一数据充分说明了传统文化对于年轻一代的强大吸引力。

势来看,围绕中秋主题、以中秋传统习俗为依托的多样化文旅活动是本次中秋假期供需两端的主要发力点。

同程研究院首席研究员程超功表示,各地通过结合时令节庆和传统文化元素,在传统赏月活动的基础上不断拓展消费场景和体验方式,使得中式夜游成为了中秋假期文旅消费的热门选择。

携程研究院高级研究员沈佳璇对《证券日报》记者表示:“中式旅游已成为一种新的潮流。越来越多的年轻人正成为中式旅游的拥趸。同时,供给侧也已经开始关注到这一趋势,越来越多的目的地和旅游从业者正在从以往的满足旅客需求,逐渐转变为‘供给创造需求’。随着这类创新旅游场景、旅游产品的不断推出,新型供给将持续激发游客需求,成为推动旅游市场持续发展的关键因素。”

周边游是主流

综合多家旅游平台的中秋假期数据不难发现,本地游、周边游及近郊游依然是旅游市场的主流,短途“微度假”模式备受青睐。

《证券日报》记者采访时表示,中秋假期购房者整体观望情绪依然占据主力,这使新房降价促销的情况明显增多,加之房企的销售业绩压力依然存在,加快现金回流的财务诉求不减,房企不但会在房价上进行有效让利,同时还会对自身产品更为关注,这表现在产品打磨上会“更卷”,以期能更好打动购房者。

而相较于新房市场,中秋假期北京地区二手房市场表现较为平淡。北京市海淀区一位二手房中介告诉记者,假期期间带看量及成交量未出现明显提升。

“各地出台一系列楼市政策后,刺激了一些人到市区买二手房,需求经历一轮释放以后,当前市场的交易会稍微显得平淡,但是一些好的房源还是受市场认可的。”上海易居房地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示。

“现在是一边看房一边等政策。”计划购买二手房的白先生告诉记者,选购

携程数据显示,中秋假期期间,同省酒店预订占比超过五成,国内周边游的热门目的地包括北京、上海、成都等,显示出游客对于近距离休闲度假的偏好。飞猪数据显示,省内跨城及邻省跨城的高铁游、自驾游成为增长亮点。途牛旅游则表示,近四成的用户选择了在本地、远郊或周边城市进行短途旅行。

在业内人士看来,随着互联网宣传在旅游行业中的影响力日益增强,信息传播的快速性与广泛性为地方旅游目的地提供了前所未有的发展机遇。通过围绕节假日与传统文化习俗打造具有差异化的文旅主题活动,不仅能够显著提升目的地的知名度与吸引力,还能有效拓展其旅游市场版图。因此,旅游供给端呈现出“百花齐放”的繁荣景象,以满足游客日益多元化的旅游需求。

旅游酒店行业高级经济师赵焕焱在接受《证券日报》记者采访时表示:“深度融合地方特色文化习俗的文旅消费模式,具有巨大的发展潜力。随着地方文旅目的地对游客流量的需求增长,以传统文化为主题的文旅活动成为今年各地吸引游客前来体验的核心点。”

二手房时房源对比很重要,需要“广撒网”,多看几套后再做决定。同时,也期待未来能出台更多实际降低购房成本的政策。

镜鉴咨询创始人张宏伟表示,在政策落实到位的情况下,第四季度楼市或将出现新一轮行情,成交量有所抬升。

对于今年第四季度的楼市表现,张波表示,总体来看,第四季度市场表现会好于第三季度,成交量环比会有一定增长。每年第四季度都会是相对的市场旺季,加之房企年底冲业绩打折增多,都会带动市场成交量增长。同时,各地在金融政策上不断发力,对于已有明显购房意向群体的“催化”作用明显,改善型群体入场的积极性预计会高于刚需。

严跃进认为,在政策加持与价格调整到位的影响下,第四季度楼市将保持一定的活跃度。未来各地持续出台购房补贴等房地产相关政策,也将发挥进一步活跃市场交易的积极作用。

中秋“舌尖消费”火热 餐饮企业积极把握新趋势

■本报记者 丁蓉

中秋假期,家庭、朋友聚餐带火“舌尖上的消费”。《证券日报》记者在走访调研中了解到,北京、深圳、长沙等地的餐饮门店人气火爆。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示:“今年中秋期间餐饮非常火爆,有的餐厅一座难求,有的门店晚餐翻台几轮。不少餐厅根据消费趋势变化,推出健康餐饮、社交餐饮以及促销活动来吸引消费者,取得良好的效果。”

9月17日,《证券日报》记者在深圳一家谭厨餐厅看到,晚餐期间大堂内的餐桌几乎都翻台几轮。一名消费者向记者表示:“中午预约时就发现没有包厢了,取号排队1个多小时才等到位。晚餐期间商圈内的每家餐厅都要排队,太火爆了。”

湖南冰火楼董事长胡艳萍在接受《证券日报》记者采访时表示:“今年冰火楼各家门店中秋家宴包间提前一周就订满了,居民餐饮消费活力足。”

广州酒家旗下陶陶居一门店相关负责人向《证券日报》记者表示:“针对今年中秋和国庆假期,我们在人手安排、食材订购等方面做了充分的准备。中秋假期的销售成

中秋档电影总票房突破3亿元

■本报记者 李豪悦

灯塔数据显示,截至9月17日17时,2024年中秋档电影总票房(含点映及预售)达3.02亿元。

具体来看,今年共计18部新片参与中秋档竞争,《野孩子》《一雪前耻》《出走的决心》分获档期票房前三,票房分别达到1.56亿元、4444.2万元、3868万元。

灯塔专业版数据分析师陈晋向《证券日报》记者表示,2024年中秋档影片供给数量充足,且差异性明显,涵盖了剧情、喜剧、犯罪、家庭、悬疑、灾难、惊悚、动画等多种类型,不少经典影片也进行了重映,满足了广大观众丰富的观影需求。

中国银河发布研报称,目前传媒板块处于估值底部区间,多个板块具有较高的投资价值。着眼传媒行业本身,内容生产处于传媒产业链和价值链的中上游位置,而优质内容始终是稀缺资源。优质内容制作公司的长期价值不改。此外,随着AI技术不断催化,生产力革命迎来革新,AI技术与内容创作的结合将进入实质阶段,内容市场因此进入长线复苏趋势,而内容生态繁荣也是带来消费增长的基本盘。

一位影视行业分析师向《证券日报》记者表示:“今年中秋档有多部女性、家庭题材影片。根据近两年的市场经验,根据真实故事改编的现实题材仍然具有市场吸引力,它们在后期票房逆袭方面有一定优势。”

据记者不完全统计,18部上映的新片中,有7部影片的主出品或联合出品名单中出现上市公司身影。其中,3部电影主出品或联合出品名单中上市公司数量达到或超过2家。

具体来看,电影《大场面》主要出品公司包括横店影视及中国电影;《祝你幸福!》主要出品公司包括横店影视、阿里影业及微博;《出走的决心》背后参与出品的上市公司数量最多,包括华策影视、猫眼、横店影视及万达影视4家。

值得注意的是,据拓普研究院

中秋假期电子消费市场热度攀升 银行借势加大信用卡业务营销力度

■本报记者 熊悦

中秋假期期间,电子消费市场热度攀升。记者走访南昌多个大型商场的3C数码卖场看到,各大手机品牌重点对新产品及折叠屏手机加大以旧换新补贴及购买优惠力度,吸引了诸多消费者询问购买。

“现在购买折叠屏手机,可以享受以旧换新补贴和中秋假期商场200元的补贴优惠,非常划算。”9月16日,南昌市新建区某大型商场小米之家门店销售人员热情地向记者介绍。

荣耀体验店也在对折叠屏手机开展一波营销攻势。除了以旧换新补贴外,该店打出的营销宣传点为支付宝花

呗或京东白条分期支付免息、加99元换购碎屏服务以及购机赠品等。据该店工作人员介绍,分期支付免息覆盖荣耀Magic V3、Magic Vs3等多款折叠屏手机。“总体来看,目前店内对折叠屏手机的优惠力度会更大一些。”

记者在与销售人员及消费者交流时得知,折叠屏手机是诸多消费者在考虑以旧换新时选择的一类主要机型。“折叠屏手机价格、旧机补贴价格,以及折叠屏手机屏幕险等,均是购买时会考虑的因素。”一名年轻消费者表示。

一家大型商场华为体验店的工作人员告诉记者,华为品牌的折叠屏产品已经历过多次迭代,整体已经比较成熟,颜色款式选择相对较多,消费者的购买热情也比较高,有的产品因颜色清新活泼,格外吸引年轻人购买。

记者注意到,“双节”来临,叠加华为和苹果近日分别发布的三折手机及iPhone 16系列产品即将正式开售,电子消费市场愈加火热。不少银行信用

卡机构乘势而动,纷纷投身电子消费支付领域“竞技场”,紧抓折叠屏手机等消费热点,加大产品营销力度,激活信用卡存量经营底下的新活力。

例如,中秋期间,通过电商渠道购买折叠屏手机也可享受银行信用卡支付优惠。华为京东自营官方旗舰店出售的nova Flip产品,支持交通银行、中国银行、农业银行、建设银行、兴业银行、工商银行、浦发银行等7家银行的信用卡分期支付。

近日开启预售的iPhone 16系列产品也吸引不少银行布局。总体来看,各家银行主推信用卡分期支付免息、满减优惠、返现红包等,参与银行主要是大中型银行。

9月13日苹果官网开启预售当天,招商银行信用卡官方微信公众号便发布优惠信息,在苹果官网或Apple Store零售店等官方渠道选购2024年苹果秋季新品,使用招商银行信用卡分期付款即可享最长24期0分期利率。苹果官网显示,除了招商银行外,使用建设银行信用卡和工商银行信用卡在线或到店购买iPhone 16系列产品,同样可享最长

24个月分期免息。

中国邮政储蓄银行研究院娄飞鹏对《证券日报》记者表示,电子消费产品更新换代速度较快,居民尤其是年轻群体为该领域的主要消费者,银行在消费金融领域关注这一领域,不仅市场空间较大,而且有助于更好吸引并服务年轻人群体。

“当前消费贷款仍是银行提振贷款需求的重要抓手。消费场景在哪里,消费贷款营销就应跟到哪里,近期3C电子消费已成为银行消费贷款的必争之地。”星图金融研究院副院长薛洪言认为,受不良率提升等因素影响,今年银行普遍提高了消费贷款和信用卡准入门槛,导致消费贷款余额增幅放缓。当前市场正处于“双节”消费旺季,叠加电子产品新品发布、以旧换新政策落地等,为银行消费贷款促消费提供了良好窗口。

娄飞鹏进一步告诉记者,银行信用卡机构加大对电子消费领域的营销力度,不仅有助于更好服务扩大消费,为居民提供优质金融服务,也有助于银行自身信用卡业务发展,丰富业务发展场景。

