

政策利好释放 “十一”假期京沪楼市热度有所提升

■本报记者 张梦逸

“仅是10月1日、2日这两天,我就卖出去5套房。”谈到“十一”假期的销售情况,北京链家一位房地产经纪人的难掩喜悦。他告诉记者,假期期间的看房时间表早就排满,还有客户从外地回来后打算直奔售楼处,与他相约在北京南站碰头。

与房地产经纪人的忙碌相呼应,数据显示,“十一”假期期间多地看房量提升。据住房和城乡建设部统计,10月1日至3日中午,北京市新房带看量较去年同期增加92.5%,认购量提高2倍,二手房带看量较去年同期增加104.1%。

今年“十一”假期前,中央及地方陆续出台多项房地产优化调整措施,释放政策利好,充分提振市场信心。其中,北京、上海分别于9月30日、9月29日宣布自10月1日起实施降低存量房贷利率、下调个人住房贷款最低首付比例、调减非本市户籍家庭购房社保或个税缴纳年限等政策。为了解相关政策落地效果,《证券日报》记者在“十一”假期期间走访北京、上海新房市场,实探“十一”假期楼市成色。

“现在的政策是近几年来最宽松、力度最大的,客户都被政策推了一把,我们这气氛都不一样了。”10月4日,记者来到上海松江区泗泾板块某新盘售楼处,一位置业顾问表示。

在该售楼处现场,记者注意到,“促进房地产市场止跌回稳”“限购政策松绑”等政策内容用红色加粗字体印出,张贴在醒目位置。

刚刚交定金锁定意向房源的马先生告诉记者,他们一家是第三次来看这个楼盘,对楼盘的位置和配套都比较满意。最近出台的政策减轻了自己的顾虑,加上“十一”假期期间楼盘给出的优惠比较多,让他们下定了决心。

记者了解到,该楼盘在“十一”期间推出多项优惠。除总价折扣外,还包含赠送大额车位券、一口价优惠房源等内容。

在北京,购房者的信心也得到了提振。上述链家房地产经纪人对记者表示,北京及时推出了房地产优化政策,让客户对市场表现的信心增加。

9月26日,中共中央政治局召开会议强调,“要促进房地产市场止跌回稳”。这被业界认为充分释放了积极信号。

“北京、上海等一线城市跟进优化房地产政策也深入落实了党中央‘止跌回稳’的工作导

向,对于四季度楼市政策的消化,市场的提振等都发挥了积极的作用。”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,此外,房企筹划国庆假期促销政策,立足政策再释放出一批优惠,也有助于市场活跃度的提升。

在充分提振市场信心的同时,优化住房限购、优化住房贷款、降低住房交易税费等政策也切实降低了购房的门槛与成本。

北京市住房和城乡建设委员会等六部门发布的《关于进一步优化调整本市房地产相关政策的通知》提出,非本市户籍居民家庭购买五环内商品住房的,缴纳社会保险或个人所得税的年限,调整为购房之日前连续缴纳满3年及以上;购买五环外商品住房的,缴纳社会保险或个人所得税的年限,调整为购房之日前连续缴纳满2年及以上。

北京市昌平区沙河板块某新盘的销售人员告诉记者,楼盘位于五环外,属于当前限购政策最宽松的区域。新政出台后,确实有刚刚达到限购要求的客户前来咨询。

记者注意到,北京五环外的部分新盘在“十一”假期期间到访量及成交量有一定上升。以位于北京大兴区南五环外的一处新盘为例,该楼盘“十一”假期前3天到访量达到430组,认购49套。严跃进表示,北京等一线城市优化限购政策及

住房贷款政策,进一步降低购房门槛,立足市场需求新情况,持续优化相关政策,更好支持合理住房消费需求的释放。政策将发挥非常好的示范效应,也意味着各类新的激励性政策将继续出台。据此,四季度楼市交易或将迎来一波小阳春。

“四季度房地产市场活跃度有望提升,核心城市市场加快筑底企稳,也有望进一步带动全国房地产市场加快筑底。”中指研究院政策研究总监陈文静对《证券日报》记者表示,近期多项政策加快落地,市场活跃度提升,核心城市房价有望趋稳。

慧眼观楼市

餐饮消费“热辣滚烫” 多家企业国庆期间客流大增

■本报记者 李静

国庆假期期间,餐饮业烟火沸腾,餐饮消费“热辣滚烫”。美团数据显示,今年国庆假期的前5天,餐饮堂食消费日均值相比2023年同期增长33.4%,分消费时段来看,夜间时段消费较2023年同期增长44.8个百分点。

具体来看,多家餐饮上市企业销售额和翻台率都出现增长,不少门店出现“一桌难求”的现象。“前面还有300桌,预计要等三个小时。”一家重庆老火锅店老板翁庆对《证券日报》记者表示,这几天店里游客占比超过七成,客流量较往年增长近一倍,生意“超出预期”。

海底捞对《证券日报》记者表示,伴随着高涨的出游热潮,北京、西安、上海、广州、深圳等重点旅游城市的海底捞火锅接待量均刷新今年以来最高单日数据,部分门店迎历史最高客流。

海底捞后台数据显示,2024年国庆假期前6天(10月1日至10月6日),海底捞全国超1300家门店共计接待顾客超1000万人次。其中,10月1日当天全国海底捞火锅店共计接待顾客超190万人次,同比增长超5%。

今年国庆期间呷哺呷哺整体销售趋势良好,国庆当天客流量同比增长14.8%。“呷哺方面在接受《证券日报》记者采访时称,今年国庆期间,广州、深圳区域客流同比增长50%以上;北京、河北、天津客流同比增长15%以上。

此外,记者从九毛九方面获悉,国庆期间,九毛九集团旗下太二酸菜鱼和太二火锅备受消费者青睐。数据显示,国庆期间太二酸菜鱼全国门店接待人数超127万人次,总火锅接待人数超23万人次,两大品牌合计接待超150万人次。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示,今年国庆期间餐饮行业表现超预期,这也体现了市场的活跃度和消费者信心的恢复。同时,这一现象也预示着餐饮业在经济复苏中扮演着重要角色,并且有望继续保持增长势头。

各地也纷纷推出多项优惠政策,紧扣国庆假期消费热点“助攻”假日经济。这些政策和举措为国庆餐饮消费市场注入强大动力。上海市商务委表示,国庆长假期间,在餐饮消费券的支持下,朋友聚餐、家庭聚餐等餐饮消费场景显著增加,餐饮消费呈现集聚消费、家庭消费增长的趋势,满800元减200元、满1000元减300元的消费券核销比例较高,账单结算价格显著提升。

海底捞火锅上海人民广场店经理胡小征表示:“上海发放消费券对于消费拉动非常明显,大约10%客人出示并使用了消费券。我们门店位于人民广场附近,从目前使用消费券的客群结构来看,既有本地市民,也有来沪旅游观光的游客。从国庆假期前6天的综合数据来看,门店平均每天接待客流量超1600人次,较平日翻了一番。”

“这几天假期我们去了三个城市,基本上用餐都会选择使用消费券,的确优惠了很多。”市民李女士对《证券日报》记者表示。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示,上海等多地发放餐饮消费券,有效刺激了市场消费,为餐饮企业带来了客流量和收入增长,同时也让消费者享受到了实惠,提升了消费体验。

国庆假期旅游市场热潮涌动 跨境游、深度游成亮点

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

今年国庆假期,游客出游意愿被进一步激发,旅游市场表现火热。综合携程、同程旅行、马蜂窝及美团的数据来看,国庆假期期间,酒店和民宿日均订单同比增长显著,展现出中国旅游消费的韧性。

具体来看,超长假期使得出入境游受到关注,国庆期间,携程平台上入境游和出境游日均订单量均超越2019年同期,创历史新高。同程旅行平台国际机票、酒店预订热度均呈现大幅上涨趋势,有20多个西部城市出境机票预订同比涨幅超过100%。

旅游酒店行业高级经济师赵焱焱对《证券日报》记者表示,免签政策的推广、签证办理流程的简化、国际航班运力恢复等,极大地降低了游客出入境的门槛。在出入境便利化措施带动下,中国旅游业与世界连接得更加紧密。

马蜂窝大数据显示,出境游目的地方面,除日本、新加坡、泰国、马来西亚等热门出境游国家外,自去年免签后热度一路上涨的格鲁吉亚首次冲进热门出境游国家前五。当前,中国至新加坡、马来西亚等地国际航班量已全面恢复,超过2019年同期。

供给的增加也促使短线出境航线价格的回落。携程数据显示,国庆假期期间,中国至泰国、新加坡、马来西亚等短途出境航线的机票价格已经与2019年持平。同时,出境游市场中家庭出游的比例也有所增长,从34%提升到了37%。

此外,四线和五线城市居民也成为了出境游新的增长点。国庆假期期间,四线和五线城市居民的日常出境游订单量分别同比增长1倍和3倍。

随着旅游市场回归常态,微度假、疗愈游、“奔县游”等具备深度体验感的旅行方式受到欢迎。在旅游方式的选择上,游客的偏好已超越了传统的跟团游和走马观花式的观光游,更加青睐自驾、徒步、露营等方式,深度游成一大亮点。

国庆假期,初秋自然景区成为游客的首选。美团数据显示,国庆节期间客流主要集中在自然景观类景区。马蜂窝大数据显示,川渝地区凭借其自然风光、文化底蕴与特色美食的完美结合,吸引了众多游客。成都周边的四姑娘山、稻城亚丁等自然景区,在秋景的映衬下热度持续攀升,九寨沟热度环比涨幅高达300%。

与此同时,携程数据显示,大批年轻人爱上“奔县游”,带动县域旅游日均订单同比增长40%,增速最高的县域目的地为临汾隰县、运城芮城、银川贺兰、延安宜川,同比增速均超过4倍。美团数据显示,从民宿订单量来看,桂林阳朔、惠州惠东、汕头南澳等县域民宿热度位居全国前列。

华侨大学旅游学院教授殷杰对《证券日报》记者表示,当前,游客更加注重旅游过程中的深度体验和细腻感受。三四线及县域城市应抓住机遇,通过挖掘地方特色、完善基础设施、推动产品创新、加强营销宣传和提升服务质量等措施,将游客增量变为常量,实现旅游业的持续发展。

邮轮游热度攀升 满足消费者多元化出游需求

■本报记者 丁蓉 见习记者 张美娜

据央视10月7日报道,首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”自今年元旦首航以来,已完成64个航次的服务,载客人数突破25万。“爱达·魔都号”与“爱达·地中海号”邮轮将于明年开启双船六母港全年运营季,为国内外宾客带来近170条国际邮轮航线,以满足消费者多元化的出行需求。

据记者观察,今年国庆假期,邮轮游热度持续攀升,在传统的飞机、高铁等出行方式之外,邮轮正逐渐受到游客的青睐,成为旅游出行新方式。

国庆假期第一天,“爱达·魔都号”满载5000余名国内外宾客从上海出发,开启为期7天6晚的国庆主题航次。

除了国产邮轮,多个国际邮轮品牌也纷纷“摩拳擦掌”,在国庆黄金周期间集中设置航线,覆盖了整个黄金周假期。例如,“爱达·地中海号”和“梦想号”邮轮在10月1日同时停靠天津国际邮轮母港,这是自国际邮轮复航以来首次双母港邮轮同靠,来自全国各地的3800余名游客从天津出发开启近一周的日韩旅程。全球三大邮轮品牌MSC地中海邮轮旗下“MSC荣耀号”设置了从上海前往日本的5天4晚深度游,凭借“狂想曲餐厅”的知名度和诸多船上娱乐活动,票价很快销售一空。

中国矿业大学(北京)管理学院硕士生企业导师支培元向《证券日报》记者表示,国民生活水平提升,消费者对高品质、体验式旅游需求增强,邮轮旅行因其一站式娱乐设施、精致餐饮与舒适

住宿,满足了现代都市人追求放松与奢华的愿望。政府对文化旅游业的鼓励政策,加之本土邮轮制造业的突破,降低了运营成本,提升了服务品质,促进了邮轮经济的快速发展。

中银证券分析师王靖添向《证券日报》记者表示,国内邮轮经济有望加速复苏,预计未来邮轮运输市场规模有望超过200亿元。

业内人士普遍认为,邮轮经济保持复苏势头,尤其是首艘国产大型邮轮的火爆“出圈”,为中国邮轮产业发展提供了宝贵的经验,将持续利好产业链上下游。

中国船舶集团方面介绍,第二艘中国国产大型邮轮已进入总装搭载的加速期,计划于2026年底完成交付并在广州南沙开启国际航线。

同程研究院首席研究员程超功表示,随着更多国产邮轮运力的投放,中国邮轮旅游市场在全球竞争中也将掌握更多主动权。首先,邮轮旅游与其他旅游方式、文化消费等深度融合,释放出了更大的消费潜能。其次,中国邮轮产业在邮轮设计建造、运营到国际邮轮服务等领域均取得了长足的进步,随着国内各项邮轮产业扶持政策的落地,邮轮旅游产业正在从局部发展向“多点开花”升级,除上海、天津、广州外,厦门、青岛等重点港口城市的邮轮旅游也进入发展快车道。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁树对《证券日报》记者表示,邮轮经济的发展将利好多个产业,包括邮轮制造、邮轮运营、旅游服务、酒店餐饮、零售购物以及港口服务等。邮轮经济的发展将带动这些产业的协同发展,形成邮轮经济的产业链和生态圈。

国庆档电影票房突破20亿元

■本报记者 李豪悦

灯塔专业版数据显示,截至10月7日(18时09分),国庆档电影总票房已突破20亿元,达到20.5亿元。《志愿军:存亡之战》《749局》《浴火之路》分列档期票房前三名,分别为8.41亿元、3.55亿元、3.53亿元,票房冠军和票房亚军的票房差距较大,档期后半程基本呈现出《志愿军:存亡之战》票房“一家独大”的局面。

灯塔专业版数据分析师陈晋向《证券日报》记者介绍,《志愿军:存亡之战》连续6天单日票房破亿元,表现最稳定,已经进入2024年电影票房榜前8名。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向《证券日报》记者分析,《志愿军:存亡之战》的突出表现,主要有两方面原因,一是电影主题受欢迎;二是整体制作水平稳定,投入较大,参与的出品公司也多,在宣传上比较卖力。

据记者梳理,国庆档10部电影背后参与出品或联合出品的上市公司数量达到15家。其中,《志愿军:存亡之战》的主出品及联合出品上市公司就达到11家。

截至10月7日,2024年电影总票房已经达到368.54亿元。需要注意的是,是2023年总票房为549.53亿元。随着2024年国庆档落幕,仅剩的两个半月时间恐难填补180亿元的票房差距。

“电影市场需要有新突破,这也是今年整个电影市场需要承受的一个巨大压力。”张毅说。

“今年市场相对平缓,有三方面原因。一是2023年的市场机遇可遇而不可求,观众需求经过了积压后得到释放。二是2024年缺乏过硬的大片和制作,对观众的吸引力减弱。三是在娱乐市场中,观众的消费精力是有限的,而且消费兴趣会随着新的消费产品兴起被转移,如微短剧等,这对于电影行业来说是一个不小的挑战。”

一位微短剧头部企业负责人向《证券日报》记者介绍,微短剧行业今年涌入了许多电影领域的创作者,如周星驰等。而不少电影上市公司也逐渐开启了微短剧行业的探索。“在这种情况下,往期资金分给电影的预算,也会被一些短剧分流。”

张毅认为,电影行业目前想要突破,需要回归精品。不仅仅是在内容选题上进行创新,还要运用更多的新技术,才有更多机会走过压力期。

