2024年5月6日 星期一
本版主编:沈 明 责 编:吴 澍 制 作:张玉萍
证券日报

“五一”消费亮点纷呈 小众旅游目的地快速崛起

本报记者 侯捷宁
见习记者 寇佳丽

“‘五一’假期带全家来北京游玩。昨天去了前门,今天来什刹海逛街,孩子全程都很开心。”游客王先生对《证券日报》记者表示。

5月2日,北京什刹海景区游人如织。记者走访时从景区一位工作人员处了解到,上午10点左右游客开始多起来,一直到晚上10点,客流量都较大。除胡同、公园外,什刹海周围的商业街也早已挤满前来参观的游客。

这只是“五一”假日消费的一个缩影。五天假期里,我国消费市场亮点纷呈,充分体现了中国经济的强大内生动力。

文旅消费“多点开花”

“五一”假期,国内各大热门旅游城市推出特色旅游线路或特色活动,以丰富的旅游场景迎接八方来客。

在西安,各区县围绕航空体验、极限运动、人文探索、生态旅游等推出众多精品线路,充分展示古城魅力;在杭州,西湖区铜鉴湖景区的大型风筝放飞表演、少儿风筝绘画比赛等,吸引大量游客驻足观赏、互动;在昆明,当地推出50余项文旅活动,开启实力“宠粉”模式,让市民和游客不出昆明就能享受吃喝玩乐“一条龙”服务。

精心的准备带来了亮眼的“成绩单”。例如,广东省文化和旅游厅公布数据显示,据初步测算,2024年“五一”假期三天(5月1日至5月3日),该省纳入监测的150家重点景区共接待游客791.9万人次,较2019年同期增长4.7%。吉林省人民政府官网消息显示,据文旅大数据监测,5月1日,全省接待游客量321万人次,日均同比增长80%。

“热门旅游城市不断推陈出新,打造新场景,吸引了越来越多的海内外游客,带动国内文旅市场强劲复苏,为消费市场提供强力支持,干出了实打实的业绩。”中国商业经济学会副会长、华德榜创始人宋向清对《证券日报》记者表示,小众旅游目的地的快速崛起,在“五一”假期也已初见端倪。

小众旅游目的地受追捧

携程平台数据显示,“五一”假期,四线及以下城市旅游预订订单同比增长140%,增幅明显高于一二线城市。县域市场酒店预订订单同比增长68%,景区门票订单同比增长151%。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇告诉《证券日报》记者,小众旅游目的地愈发受到青睐,越来越多的人希望避开拥挤景点,寻找更宁静、更具特色的旅游地点。

华中师范大学中国旅游研究院武汉分院发布的《2023中国旅游业发展报告》显示,随着旅游消费的升级,消费者对高质量和深度旅游体验需求迅速增长,集个性化、较高自由度和深度体验等特点于一身的定制游成为具有市场潜力的旅游品类之一。

“‘小’城市往往在人间烟火、市井情怀上更能打动人心,也更能迎合人们的个性化需求,这些城市也更容易‘出圈’。”星图金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示,此前淄博、天水等在文旅消费领域取得的成绩,也为其他“小”城市的文旅发展提供了参考,加强了信心。

商圈促消费花样多

假期不仅是观察经济活力的窗口,也是提升消费热度的“佳期”。“五一”假期,上海在全市范围内启动了促消费和全国消费品以旧换新行动,组织重点商圈和商业企业等开展营销活动,激发消费市场活力;北京在多个商圈举办“国际双城消费节”,同时联动北京市内近50家商场开展系列促消费活动。

“这件防晒衣原价362元,满五件打五五折,折后大概199元,很划算。夏季需要多准备几件防晒衣和短袖,现在入手正合适,不够五件的还可以和朋友或其他顾客凑单。”在北京丰台区一家商场内,游客叶女士告诉《证券日报》记者,自己平时主要在上海生活,这次趁着小长假来北京,边玩边休息,放松身心。

消费者的良好体验,离不开各家店铺的充分准备。记者走访北京各大商圈发现,不少店铺提前增加了仓库储备,一些商场还多方抽调人手,扩大了工作人员队伍,确保为居民、游客提供多元化、高质量服务。

河南省商业经济学会副秘书长胡钰向《证券日报》记者表示,“五一”假期,政府补贴、店铺折扣、商场满减等多种优惠措施,纷纷出现在全国各大商圈,充分激发消费活力,释放消费潜能。各类消费活动的密集开展,不仅推升了消费市场热度,还有助于进一步带动消费升级与文旅业转型,为经济持续回升向好贡献力量。

“流动的中国”活力满 “五一”消费意愿大升温

杜雨萌

人间烟火气,最抚凡人心。作为拉动经济增长的重要引擎,消费特别是假日消费,既是观察消费市场走势的重要窗口,也是透视中国经济活力的微观切口。多项数据显示,今年“五一”假期,居民出行意愿稳中有升,消费市场快速升温。

从出行来看,国铁集团数据显示,随着居民出行旅游意愿强烈,铁路客流呈现强劲增长态势。5月1日至5月5日,全国铁路预计发送旅客9149.9万人次。其中,5月1日创单日旅客发送量历史新高。另外,携程数据也显示,今年国内旅游市场不仅在去年同期高位基础上保持稳中有增态势,且呈现出更为积极的内部结构性变化:即入出境游增速高于国内游,下沉市场增速高于一二线市场。来自携程租车的数据显示,今年“五一”期间,整体国内租车自驾订单量同比去年增长30%。

无论是出行车票的“秒没”,各大热门景区门票的售罄,还是热门商圈的“人从众”,都体现出“流动的中国”活力满满。熙熙攘攘的人流不仅引爆了旅游市场,也同步带火了餐饮、住宿等相关行业。

美团5月4日发布的五一假期“吃喝玩乐”消费数据显示,假期前三天,全国本地生活服务消费同比增长25%,全国餐饮堂食订单量较去年同期增长73%。飞猪发布的《2024“五一”假期出游快报》显示,从人均预订量看,今年“五一”同比去年增长了12%,其中用车、酒店等服务人均预订量增幅更明显;人均消费金额也同比去年增长19%,其中高星级品牌酒店预订量同比去年增长约两成。

一组组亮眼的消费数据折射出我国文旅消费市场的蓬勃活力与巨大潜力,以及中国经济强大的内生动力。在笔者看来,今年“五一”假期,居民消费意愿明显升温,充分彰显了人们对当前消费市场的信心。

为进一步增强消费对于经济增长“主引擎”的作用,笔者认为,后续进一步激活我国消费市场潜力,应从三方面协同发力:首先,在服务消费方面,各地可结合本土资源,进一步挖掘彰显“个性”的特色旅游项目或“体验式”活动,推动消费需求不断扩大;其次,在大宗消费方面,对于消费品以旧换新涉及的汽车、家电等重点品类,各地在进一步明确支持范围和补贴细则基础上,要继续开展好促消费活动;最后,在新型消费方面,既要在产品提质升级上下功夫,还要扩大有效投资,培育体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点,激发新需求。

“味蕾游”带动“五一”餐饮市场 多业态联动焕发新活力

本报记者 谢 岚
见习记者 梁傲男

餐饮业作为促消费、惠民生、稳就业的重要基石,同样是衡量经济复苏活跃度的“风向标”。在刚刚结束的“五一”假期中,居民出行热情高涨,人潮涌动间烟火气升腾,各地餐饮消费市场“跑出”加速度。

民以食为天,美团数据显示,5月1日至3日,“味蕾游”带动各地餐饮消费,全国餐饮堂食订单量较去年同期增长超73%,部分餐厅排队等位超过1000桌。成都、杭州、北京、重庆、上海位列全国异地游客堂食订单量前五城市。

据记者观察,随着越来越多的年轻人通过线上渠道寻找美食,餐饮企业积极参与线上平台促消费活动,推出高性价比套餐。从美团餐厅订座数据来看,除火锅、粤菜、西餐等传统热门菜系受追捧外,江浙菜、京菜、川菜等特色地方菜预订量涨幅明显。

5月3日22时左右,《证券日报》记者在武汉江汉路步行街看到,肥肥虾庄门口坐满了排队等位的顾客,不少是拖着行李箱的外地游客。

“这个假期,我们店每天都很忙,日均客流量较去年同期提升约15%。”肥肥虾庄相关负责人张阳对《证券日报》记者表示,为把握“五一”假期消费热潮,餐厅提前开启专场直播,5月1日销售的团购套餐单量创历史新高。

江苏苏州一怪食府掌柜“一怪”也对《证券日报》记者表示,“五一”期间餐厅的日营业额再创新高,或得益于近两年餐厅始终位居大众点评用直古镇排行榜酒店业第一,积攒了不少人气。

来到陌生的城市,年轻人不愿再走马观花,而是从“心”出发感受当地的生活。“从‘一座城’到‘一个景区’再到‘一家小吃店’,年轻人的旅游目标越来越‘小’。”马蜂窝目的地研究院院长孙云蕾对《证券日报》记者表示,年轻人开始追求小众景点以及能品尝地道美食的小店,“体验感”正在成为年轻人旅游出行的第一诉求。

为了迎接“五一”假期,多家连锁餐饮企业集中上线新菜,给消费者带来味蕾新体验。旅游热门城市的餐饮企业假期前就开始加大食材备货、调整营业时间,做好迎接假期客流高峰的准备。

海底捞数据显示,5月1日当天,海底捞全国超1300家门店共计接待顾客约200万人次,为2024年至今客流量最高的一天,较去年同期增长超10%。

“假期第一天,整个露营地超100人同时就餐,家庭、亲子为主力消费人群。我们还设置了丢飞盘、下棋等多种活动,为大家提供更多元化的‘露营+火锅+美食’体验。”海底捞上海松江露营基地负责人薛永芳表示。

美团研究院副院长厉基巍对《证券日报》记者表示,随着我国居民消费水平不断提高,餐饮消费多业态联动效应更趋明显,“餐饮+”跨业态联动的场景大量涌现。同时,县域餐饮消费空间也将持续扩大,线上线下融合程度加深,有望成为餐饮消费新的增长极。

在业内人士看来,旅游热度持续走高,餐饮消费市场烟火气升腾,新潮玩法层出不穷,展现出“五一”假期蓬勃旺盛的消费活力。随着餐饮消费潜力持续释放,有助于进一步扩大内需,助力经济向好向稳发展。

中国烹饪协会会长杨柳也表示,餐饮企业在促消费、创新消费场景的同时,还要重点关注安全生产、食品质量、明码标价、反浪费等方面可能存在的问题,共同推动餐饮市场持续向好,为实现餐饮业高质量发展作贡献。

五一档总票房破15亿元 前三名进账差距不大

本报记者 李豪悦

截至5月5日17时,灯塔数据显示,2024年五一档票房15.07亿元,接近2023年同期的15.21亿元。原本定档11部电影,但随着《怒海营救》《特技狂人》《小倩》《没有一顿火锅解决不了的事》先后撤档,五一档收官时电影数量已减少到7部。

这也是今年继春节档后,年内再次出现同一档期多部影片撤档的现象。

“撤档问题频现,反映了电影市场竞争的激烈和不确定性。这也意味着电影市场对于档期的选择和排片策略越来越看重。”中娱智库创始人兼首席分析师高东旭向《证券日报》记者说。

“今年五一档表现可以说是中规中矩。虽然有多部影片撤档,但剩下的影片在票房上仍然取得了较好成绩。并且整体票房相对平均,这说明观众需求比较多元。”高东旭说。

灯塔数据显示,2024年五一档票房前三分别为《维和防暴队》《末路狂花钱》《九龙城寨之围城》,票房分别为3.96亿元、3.75亿元、3.18亿元,差距并不悬殊。三部影片的出品及联合出品方包括万达影业、阿里影业、欢瑞世纪、中国电影及横店影视等多家上市公司。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向《证券日报》记者表示,今年五一档没有口碑非常爆的“领头羊”电影出现。《维和防暴队》映前被寄予厚望,但是最终表现一般,豆瓣评分持续走低。

值得一提的是,今年不少电影从点映开始就主要瞄准下沉市场。例如,《末路狂花钱》最初的路演主要集中在东北地区;《九龙城寨之围城》则集中在两广区域;5月5日才宣布撤档的《没有一顿火锅解决不了的事》,最初公布的20个点映的城市,也避开了北上广深。

灯塔专业版数据分析师陈晋表示,今年五一档三四线城市票房占比接近四成。此外,“五一”假期首日,临场购票的观众比例较高,接近七成,观众的购票决策时间相比以前更滞后,更喜欢在当天临时决策观影。

5月5日,《没有一顿火锅解决不了的事》宣布撤档的消息冲上热搜第一。事实上,《没有一顿火锅解决不了的事》是五一档主出品方数量最多的电影,高达16家。唐德影视、百纳千成两家上市公司也是主要出品方之一。

但是截至5月5日,该电影票房不及6000万元。官方微博宣布撤档时提到“自上映以来,因为各种环境因素,导致影片没有与更多的观众见面”。

北京丰台区一家万达影院经理向《证券日报》记者表示:“《没有一顿火锅解决不了的事》5月5日的场次放映完之后就不再放映了,目前开放的场次已经标注了点映。一般都是电影上映前才进行点映,节假日上映五天还标点映的不多见。”

今年五一档撤档的电影并非只有《没有一顿火锅解决不了的事》,光线传媒出品的动画电影《小倩》在五一档开启前就宣布撤档。出品方在投资者互动平台回应,《小倩》撤档主要因为两个因素:一是今年五一档上映的影片数量多达十余部,导致很多影片排片比例较低,同时营销成本又大幅度上升;二是上映时间距《小倩》制作完成的时间较短,相关营销宣传还未完全展开,市场热度有待提升。

“但两者之间仍有区别。《没有一顿火锅解决不了的事》是全程参与五一档后才撤档,观众基本都知道电影内容,口碑评分也已经公开了,后续再想收获票房会变得非常难。参考春节档撤档又上映的几部电影,最后效果都不好。而《小倩》在正式上映前撤档,还有再来的机会。”张毅说。

实探“五一”北京楼市:
五环外现“热闹”景象 改善性购房需求大

本报记者 杜雨萌
见习记者 张梦逸

“假期这几天忙得连喝水的时间都没有。”北京昌平区某新楼盘销售略带歉意地对《证券日报》记者说。在向记者介绍楼盘的过程中,这位销售接了好几次咨询电话。

今年“五一”假期前夕,北京住房限购政策迎来优化,即对五环外购房限制大幅松绑。为一探新政落地效果,记者在“五一”假期期间,走访了北京五环外多个在售楼盘。部分新楼盘来访者络绎不绝,人气火爆。

五环外热度明显提升

根据4月30日北京市住房和城乡建设委员会发布的《关于优化调整本市住房限购政策的通知》(以下简称《通知》),北京市在执行现有住房限购政策的基础上,允许相应的居民家庭(含夫妻双方及未成年子女,下同)或成年单身人士,在五环外新购买1套商品住房(包括新建商品住房和二手住房)。

5月4日,《证券日报》记者在北京海淀区某售楼中心注意到,根据《通知》相关内容做成的海报在该售楼中心内随处可见。

当记者在该售楼中心前台进行登记并排队等待时,负责接待的销售人员告诉《证券日报》记者,此次限购政策优化恰逢“五一”假期,前来看房的购房者明显增多。相较于刚需人群,改善性购房需求明显更多。

中原地产首席分析师张大伟在接受《证券日报》记者采访时表示,此次北京对于限购政策的优化力度非常之大。当下,北京新建商品房住宅约81%在五环外,二手房房源大约70%在五环外。限购政策优化后,有望刺激这些区域市场成交,提高市场成交量。另外,根据中原地产研究院的监测数据,新政发布后,北京五环外成交量和到访量都明显放大,热门板块的典型项目,如顺义后沙峪、昌平南等区域热度均明显上升。

同在售楼中心了解楼盘情况的许女士告诉记者,她本来需要等五环内的“老破小”卖出后才能购买新房,《通知》发布后突然有了购房资格,就趁“五一”假期来看看新房。虽然房子一直在二手房交易平台上挂着,但她目前并不着急出手。

许女士的情况并非孤例。记者从位于海淀区的二手房销售中介处了解到,《通知》发布后,近期北京市二手房的挂牌量已有所下降。“这几天我们平台挂牌的二手房少了几千套,降价的也变少了。”该中介对记者表示,《通知》对有置换需求的人群影响更大,很多希望进行置换的客户不再急于出售手中的二手房源。

记者查询相关数据发现,截至5月5日发稿时,某二手房平台北京房源挂牌量为142368套,较4月29日的146150套下降近四千套。

“二手房挂牌量下降,与购房者的预期有关。在市场预期向好的情况下,卖家的心态也会比较平和,同时在价格方面的预期也会提升。”易居研究院研究总监严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示,二手房挂牌量的下降说明市场对于政策有所反应,是一个好现象。

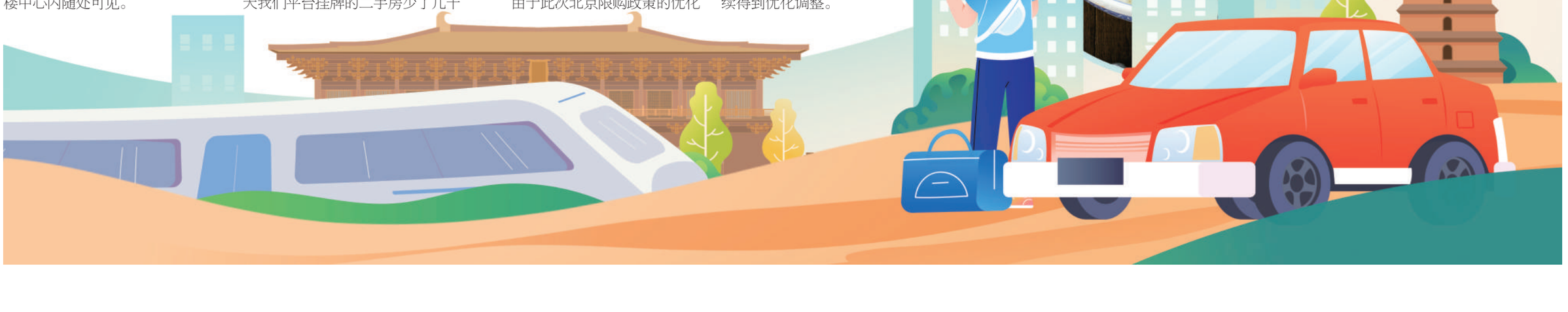
从新房销售来看,前述位于海淀区的二手房销售中介对记者表示,由于目前北京存在新房二手房价格倒挂的情况,且五环外还有不少新盘可供选择,因此,《通知》显然更利好五环外的新房销售。

“应该说,五环外早已成为北京新房供应主力区域,《通知》的出台有利于释放增量去库存。”58安居客研究院副院长李震如是说。

政策仍有优化空间

由于此次北京限购政策的优化是以五环作为分界线,因此,相较于五环外的“热闹”景象,五环内的看房到访量相较之下明显冷热不均。

“虽然新政出台后,会释放一定的改善性需求,但目前南四环看房到访量基本没有太大变化。”北京丰台区某房产中介在接受《证券日报》记者采访时表示。

对于部分购房者来说,即便新政降低了购房门槛,但其仍要通过“卖旧买新”来实现改善性置换。“还是希望房子能尽快卖出去。”正在二手房平台上挂牌出售房产的赵女士对记者说,就算有资格置换新房,目前也需要通过出售现有房产来腾出资金。因此,期待未来北京出台更多房地产支持政策。

中指研究院市场研究总监陈文静在接受《证券日报》记者采访时预计,未来,北京房地产政策依然具备优化空间,渐进式优化或成主基调。从支持刚需和多样化改善性住房需求角度,以及城市未来发展空间格局的角度看,未来北京市针对不同人群、不同面积段、不同区域的限购政策仍有优化预期。此外,一些在过去房地产市场过热阶段出台的已不符合当下市场环境的限制性政策,未来有望陆续得到优化调整。