

“爆款”接地气 小城游折射文旅产业新动向

“在天水为吃一碗麻辣烫排了2个多小时队”“尽管下着小雨,但丝毫没影响游客体验簪花的热情”……清明假期,文旅爆款吸引游客涌入各地“小城”。

事实上,越来越多的县城小镇正以其各具特色的文旅IP在供给侧展现出多元活力,激发文旅消费新需求,并成为文旅消费新的趋势。业内人士认为,旅游消费与大休闲大文娱的结合会越来越紧密,品质化则是需要长期坚持的方向。

● 本报记者 杨梓岩



新华社图片

特色IP引爆市场

不少游客向中国证券报记者讲述了他们在几个新晋“网红”城市清明假期旅行的经历。西安的张先生选择去甘肃天水旅游。“天水麻辣烫实惠好吃,地方美食太吸引了,仿佛全国人民都来天水了。”张先生告诉记者,清明假期天水的麻辣烫门店几乎都在排队,他排了两个多小时才吃上这碗“网红”美食。

事实上,今年清明假期,河南开封、福建泉州等城市均成为火爆全网的旅游目的地。郑州的王女士此前在短视频平台看到“王婆说媒”节目出圈后,在清明假期来到了开封。泉州蟳埔村同样火热,“尽管下起了小雨,但游客打着伞排队等着和簪花拍照。”北京的李女士告诉记者。

记者从去哪儿平台获悉,今年清明假期,天水、开封、泉州酒店预订量同比增幅分别达到12倍、4.5倍、3.3倍。天水市相关部门数据显示,4月5日,天水市区的伏羲庙景区游客接待量达到4.2万人次,而距离市区较远的麦积山景区游客接待量也达到1.9万人次。

去哪儿大数据研究院研究员肖鹏表示,清明假期较为短暂,且临近五一,并不算传统意义上的出游旺季。随着一些小城市的特色文旅IP热度攀升,叠加“2小时高铁圈”提供的出行便利,今年清明假期旅游市场显得格外热闹。

小城释放新动能

流量背后离不开特色文旅IP支撑。越来越多的特色IP带火各具特色的小城,并折射出文旅产业发展新趋势。

同程研究院首席研究员程超功向中国证券报记者表示,淄博、天水、开封等城市火爆,流量源头是分散于人们日常生活中的碎片化元素,包括一杯奶茶、一顿烧烤、一碗麻辣烫或是一场“网红”演出,而这一现象反映出旅游消费大众化的重要特征。

“为何麻辣烫可以撑起当地文旅消费的火爆人气?”程超功表示,旅游已不再局限于大牌景区、知名地标,而是分散于大消费、大文娱的各个品类之中。

走品质化路线

“爆款”城镇短期可以带来流量,长期看需要坚持走品质化路线。

清明假期首日,万岁山武侠城景区公众号发布紧急通知称,“因今日(4月4日)万岁山武侠城游客量较大,根据限量、分时、错峰的游览要求,为确保游客的安全和游览体验,万岁山武侠城现启动限流措施,暂停线上购票。”

甘肃省文旅厅4月5日发布消息,由于假期游客量激增,秦州区、麦积区等区县宾馆住宿率均接近100%,其余周边县

越来越多的小城释放出文旅消费新动能,这是文旅大众化的显著体现。多家在线旅游平台数据显示,2024年以来,元旦、春节、清明期间“小机场”城市机票、酒店预订量逐步提升。从去哪儿平台看,拥有“小机场”的三线及以下城市,机票、酒店预订量在清明假期迎来爆发性增长,以云南芒市、江西上饶、宁夏中卫、福建三明等“小机场”城市为目的地的机票预订量同比增长七成以上。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旒告诉中国证券报记者,“爆款小城”的出现,契合了游客近年来寻求个性

区宾馆住宿率接近74%。有网友提到,凌晨2点到达天水,找遍天水所有酒店,就连洗浴中心也全部爆满。天水市随即推出游客分流措施,部分中小学操场、医院面向外地游客免费提供车位,设立临时住宿点,4月5日当天协调解决旅客住宿800余人次。

实际上,游客大量涌入后,地方或景区承载力不足的案例不在少数。程超功表示,号召本地居民为游客“让”出核心消费场所长期看不可持续,中小型城市应理

化、独特化体验的需求;同时,小城的旅游消费价格相对便宜,消费者更容易享受到轻松惬意的旅行环境,这也是大众化旅游消费的重要一环。

此外,各地越来越懂游客的心。以“宠客游”模式为例,大学生是当前文旅消费的主力军,在旅游大众化时代,“得大学生者得天下”已成为业界共识。淄博、哈尔滨、洛阳、天水均主打一个“宠”字。肖鹏向记者表示,所谓“宠”,实际上体现的是以游客为本、注重细节,同时融合特色文化,将游客的需求和体验放在首位。

性对待“爆款”现象,尽可能平衡好各种关系。

此外,越来越多的“爆款”城镇出现,程式化、流水线化套路随之诞生,“审美疲劳”难以避免。“打造爆款只是手段而非目标。从长远发展看,目的地营销同样需要细水长流。”程超功表示,除了运作“爆款”活动,目的层面还须有对应的系统筹划,确保热度按预定的目标次第展开。对于偶发的“爆款”元素,借势要有所取舍,避免昙花一现。

场售罄,并同步在上海、成都、南京、深圳、杭州、乌镇推出“第二现场”,六地观众同步高清观看,身处不同城市的观众打破空间界限,共享数字化戏剧盛宴。

专家表示,清明假期,各地推出一系列丰富多彩的文化活动,民俗体验、文艺展演等轮番举行,丰富了市民和游客的假日文旅体验。打造品牌文化活动为当地引流,推动文旅融合,成为发展假日经济、拉动经济发展的常见做法。

消费潜力持续释放

文旅旅游市场持续火热,假日经济提振服务消费。各地积极创新消费场景,打造文娱旅游等新消费增长点。

多地增设郊游专线、赏花专线,丰富假日出游体验。文化和旅游部表示,清明假期期间,浙江深化“百县千碗”美食推广活动,河南开封、洛阳等城市结合自身实际,扩大公共空间,方便游客停车。贵州、宁夏等地适当延长景区游览时间,增加夜游项目体验等。

江苏日前推出2024“水韵江苏·有你会更美”文旅消费推广季活动,通过贯穿全年、覆盖四季、跨越年度,引导江苏省各地推出形式多样的消费促进活动和惠民措施,打造更多文旅商消费融合新场景,促进文旅业态产品升级,推动文旅消费提质扩容。

商务部副部长郭婷婷此前表示,商务部将突出重点品类、节庆时令、特色民俗等,继续办好“消费促进年”系列活动,促进商旅文体健深度融合,推动消费潜力持续释放。同时,顺应数字、绿色、国潮等消费新趋势,推动扩大服务消费,打造更多消费新增长点。

“在新春消费旺季和各项政策措施带动下,预计一季度消费市场将呈现平稳增长态势。”商务部新闻发言人何亚东说。

部分城市楼市出现企稳迹象

● 本报记者 董添

清明假期期间,多数地区楼市成交较为平淡。部分城市楼市成交、带看出现较为明显的企稳迹象。值得注意的是,近期,多地出台一系列政策,促进楼市平稳健康发展,主要涉及阶段性取消首套住房商业性个人住房贷款利率下限、调整公积金贷款额度、推出春季购房节活动等。业内人士预计,随着房地产供需两端政策持续优化调整,购房者置业意愿或迎来温和修复,二手房市场“以价换量”态势预计将延续。

整体较为平淡

诸葛找房数据研究中心数据显示,清明假期期间,重点城市楼市成交整体较为平淡。一方面,清明假期出游热情上涨,或在一定程度上导致购房需求释放放缓;另一方面,今年以来,房地产市场整体仍处于调整态势,新房销售延续筑底格局。

部分城市在清明假期期间成交、带看均有企稳迹象。诸葛找房数据显示,上海、佛山、温州2024年清明假期新房成交表现较好。

中指研究院监测数据显示,清明小长假期间,部分城市市场情绪略有修复,如北京、青岛、郑州在政策带动下,项目到访量增加较为明显。

从北京市场看,中原地产监测数据显示,清明假期期间,北京地区日均成交量维持在500套以上。4月4日至6日,二手房网签量分别为51套、47套和67套。

“北京地区二手房成交‘荣枯线’为月均1.5万套,清明小长假二手房成交日均签约500套以上,相比之下,回暖迹象较为明显。特别是在假期之前,北京地区并没有针对性出台相关利好政策。”中原地产首席分析师张大伟对记者表示。

北京市住建委网站统计数据显示,3月份,北京全市二手房网签量为14280套,逼近1.5万套“荣枯线”,比上月上涨125.5%,相比去年3月下降35.7%。

业内人士认为,3月以来,北京二手房市场出现一些积极信号。二手房价格下调幅度相比之前几个月出现明显放缓的迹象,但北京二手房挂牌量居高不下,低总价、高龄楼盘源占比仍然偏多,预计这部分房源4月仍将面临较大的价格下行压力。

利好政策频现

近期,多地出台了一系列政策,主要涉及阶段性取消首套住房商业性个人住房贷款利率下限、调整公积金贷款额度、推出春季购房节活动等。

鹤壁市近日宣布,将于2024年4月12日至14日举办春季购房节活动。优惠政策方面,购买商业房30平方米(含30平方米)以上的,每套享受1万元购房补贴;购买30平方米以下的,每套享受5000元购房补贴。购买商品住宅144平方米以下的,每套享受1万元购房补贴;购买144平方米(含144平方米)以上的,每套享受5000元购房补贴。

近日,微信公众号“江西发布”发文,南昌、赣州、九江、新余接连发布公告,阶段性取消首套住房贷款利率下限,4月1日起执行。

福州、济宁、青岛等地也宣布,阶段性取消首套住房商业性个人住房贷款利率下限。4月3日起,福州阶段性取消首套住房商业性个人住房贷款利率下限。福州市五城区首套住房商业性个人住房贷款最低首付比例由原不低于25%,调整为不低于20%;二套住房商业性个人住房贷款最低首付比例由原不低于35%,调整为不低于30%。住房套数认定标准按照原政策执行。

中国证券报记者了解到,目前住房贷款利率实际上形成了“三层定价机制”:一是全国层面,央行确定全国性的利率政策下限;二是地方层面,地方政府在全国性利率下限基础上,确定当地住房贷款利率下限;三是银行层面,银行综合考虑客户资质、资金成本等因素,与借款人协商确定实际执行的住房贷款利率。当前,多数城市首套住房贷款利率下限呈下降趋势。

部分城市楼市调控优化打出“组合拳”。以青岛市为例,在发布《关于调整青岛市新发放首套住房个人住房贷款利率下限的通知》的当天,青岛住房公积金管理中心网站发布《关于调整我市住房公积金贷款政策的通知》,涉及购买第二套住房调整公积金贷款最高额度等内容。在青岛市行政区域内购买家庭第二套自住住房的,借款申请人及配偶均符合申贷条件的,公积金贷款最高额度调整为80万元;借款申请人仅本人符合申贷条件的,公积金贷款最高额度调整为50万元。此前,青岛二套房公积金贷款单职工上限为36万元,双职工上限为60万元。

易居研究院智库中心研究总监严跃进对中国证券报记者表示,当前房贷利率较高的城市,未来存在进一步下调的空间。

刚需占比上升

“今年‘小阳春’,楼市回暖节奏偏慢、力度偏弱。从成交结构看,刚需占比上升明显,二手房市场呈现出‘对价格更为敏感’的刚需市场特征。”麦田房产相关负责人告诉中国证券报记者。

麦田房产认为,当下,供应大于需求,购房者拥有更多的房源选择,业主需作出较大的价格让步才能成交,二手房议价空间持续扩大。

中指研究院市场研究总监陈文静认为,随着房地产供需两端政策持续优化调整,购房者置业意愿或迎来温和修复,叠加“白名单”项目融资落地见效,项目建设推进有利于提振市场信心,进而带动新房销售边际好转。核心城市在政策优化以及供给端改善等因素带动下,新房销售规模有望进一步修复。从二手房市场看,“以价换量”态势预计仍将延续。

假日市场热辣滚烫 熙攘人群展现经济活力

● 本报记者 连润

在春日里赏花,在电影院里体会人生,在演唱会上放肆歌唱……2024年清明假期,出游热情持续高涨,电影市场清明档票房打破纪录,假日市场活力迸发,熙熙攘攘的人群展现出中国经济活力。

专家表示,假日经济提振服务消费,同时各地积极创新消费场景,打造文娱旅游等新消费增长点,共同推动消费潜力持续释放,一季度消费市场有望呈现平稳增长态势。

旅游市场热度攀升

“只有水里不挤的颐和园”“泰山景区发布关于暂停检票一小时的通告”……清明假期,各个景区人山人海,旅游热度滚烫依旧。

多项数据直观展现出清明假期旅游市场的火热。经文化和旅游部数据中心测算,假期3天全国国内旅游出游1.19亿人次,按可比口径较2019年同期增长11.5%;国内游客出游花费539.5亿元,较2019年同期增长12.7%。交通运输部表示,今年清明假期,预计全社会跨区域人员流动量75283.6万人次,日均25094.5万人次,比2023年同期日均增长56.1%,比2019年同期日均增长20.9%。

“清明假期旅游出行人次增多,带动国内出游花费大幅增长。”国金证券首席经济学家赵伟说。

值得一提的是,清明假期,出入境旅游持续恢复。据国家移民管理局统计数据,今年清明小长假期间全国边检机关共保障518.9万人次中外人员出入境,日均173万人次,较去年同期增长69.6%。其中,港澳台居民出入境226.7万人次,较去年同期增长35.9%;内地居民出入境242.2万人次,较去年同期增长101.7%;外国人出入境50万



新华社图片

人次,较去年同期增长163.2%。

“港澳居民返乡祭祖、探亲访友、观光购物等需求增加,东南亚等近程市场的海外侨胞入境人数上明显升。出境游方面,日本、泰国、韩国、中国香港、马来西亚、新加坡、澳大利亚、中国澳门、印度尼西亚、阿联酋等是热门目的地。”文化和旅游部表示。

文艺展演轮番举行

清明假期,旅游市场热度不减,文化娱乐消费也呈现强劲势头。

清明档电影票房破纪录。灯塔专业版数据显示,2024年清明档(4月4日-6日)票房达8.42亿元,总出票数为2106.42万张,场次达138.26万次。《你想活出怎样的人生》《哥斯拉大战金刚2:帝国崛起》《功夫熊猫4》分列清明档票房榜前三。

赵伟表示,清明假期,全国电影院线票

房同比增长73.3%。

业内人士表示,2024年元旦档及春节档超预期表现,给2024年电影市场创造了良好开局。今年清明档影片满足了观众多样化的观影需求,是总票房破纪录的重要原因之一。

演唱会、音乐节成为假期娱乐热门之选。在北京市,张学友在华熙LIVE·五棵松倾情献唱。“整个演唱会相当惊艳,‘歌神’果然名不虚传,现场比线上好听太多了。”4月6日,观看了张学友演唱会的张亚告诉中国证券报记者。

在浙江省湖州市安吉县,安吉青年大麓音乐节引来近8万人狂欢,门票收入3600余万元,给当地经济带来超1亿元的活力。“整个音乐节现场非常嗨。”在上海工作的李楠说。

数字技术激发新型文旅消费热点。文化和旅游部表示,清明假期,中国国家话剧院推出原创话剧《苏堤春晓》,在京演出场