

2023年暑期文旅市场盘点

为一场演唱会奔赴一个城市，街区休闲变成“City Walk”，越来越多景区主打沉浸式体验……今年暑期，人们出游热情极大释放，文旅市场既延续传统旅游旺季的火热，又呈现新业态、新需求下的满满活力。

①

全家出游、各取所需 文旅市场持续火爆

“孩子想去比较酷的地方，孩子爸爸注重吃住品质，我主要想购物，因此选择去澳门玩了一周。”结束暑期旅行，上海市民黄明凤意犹未尽。

澳门特别行政区政府统计暨普查局8月底公布的数据显示，7月份酒店业场所住客同比上升3.4倍，达到127.9万人次，客房平均入住率89.0%，超过七成住客来自内地。

不仅澳门，这个暑期，全国各地都游客云集。从一半以上客人来自外地的大连金石滩国家旅游度假区，到游客接待量创历史新高的黄山风景区；从刚刚开馆的三星堆博物馆新馆，到提档升级的重庆八一路好吃街，人们纷纷奔赴远处的风景，熙攘的人流彰显红火的人气。

全家出游、各取所需，是今年暑期旅游的一大特点。

暑期重叠暑假，学生客群激增，各大景区多见携家带口场面。飞猪数据显示，对比去年，“80后”带娃出游客群是今年暑期增长最多、规模最大的出境旅行人群。携程数据显示，暑期机票订单中，亲子游机票较2019年同期增长56%。

多元的出游人群，选择多元的文旅项目：未成年人以研学游为主，注重旅游中的历史文化含量；年轻人更喜潮流玩法，“村超”、国风国韵备受青睐；中老年倾向“慢生活”，健康疗养、山间避暑、海边度假抚慰日常辛劳。

中国旅游研究院此前预测，6月至8月，国内旅游人数达18.54亿人次，占全年国内旅游出游人数的28.11%；实现国内旅游收入1.2万亿元，约占全年国内旅游收入的27.46%。

“今年暑期将是5年以来旅游市场最为活跃、旅游消费最为旺盛的时期。”中国旅游研究院院长戴斌认为，过去一段时间积压的旅游需求在暑期得到集中释放，各地各行业促假日消费相关举措叠加显效。供需双方一齐发力，共同营造适宜出游、愿意消费的市场环境。



新华社发

②

影院满、演出旺，文旅消费注重品质

《孤注一掷》《封神第一部：朝歌风云》《八角笼中》《热烈》……这个暑期，热片不断，既有关注当下的现实主义电影，又有充满想象力的奇幻佳作，观众直呼目不暇接。

据灯塔专业版实时数据，截至8月28日，2023年暑期档总票房（含预售）超200亿元。“最热暑期档”已成定局。

除了电影院，以演唱会、音乐节为代表的演出市场，也成为暑期消费热点。北上广等大城市的演出场馆甚至供不应求。

北京第二外国语学院首都文化和

旅游发展研究院执行院长厉新建说，通过研学游、音乐会等火爆文旅产品，暑期文化和旅游消费被进一步推动，凸显出精神文化需求的高涨。

“为一场演唱会奔赴一座城市”不仅成为一种文化现象，更展现强大的乘数效应。抖音2023暑期文旅数据报告显示，暑期音乐节、演唱会相关话题播放360.7亿次，活动带动武汉景区游玩订单环比增加72%，销售额环比增加86%，带动西安景区游玩订单环比增加70%、销售额环比增加92%。

演出热背后，是人们对旅游产品文

化内涵水涨船高的要求。从苏州园林开启夜游模式，到北京46家博物馆暑期取消周一闭馆以方便游客参观；从上海teamLab无界美术馆主打沉浸式艺术展览，到西安曲江新区推出6条电影《长安三万里》同款暑期研学线路……旅游的形式，早已不限于游山玩水。

“在需求侧，当前居民更乐于消费愉悦身心的服务项目。”中国宏观经济研究院决策咨询部形势室主任郭丽岩表示，从电影院到演唱会，文娱消费需求加速转化成实际消费支出，有力提振文旅产业优化革新。

③

更融合、更细分，文旅产业不断创新

回应市场热点，暑期中创新文旅产品不断涌现，引领文旅产业潮流风向。

文旅融合向纵深推进——

暑期以来，甘肃嘉峪关关城景区热度持续上升，日均游客量达到2.5万人次左右。

“景区通过大明将士出关实景演出、仿古通关体验等项目，让游客全方位沉浸式感受独特的边塞文化。”嘉峪关关城景区开发经营有限公司副总经理曹文娟介绍。

挖掘历史故事、增加高科技项目、推出主题演艺……越来越多景区意识到，为旅游赋予更多文化价值是必由之路。

携程研究院高级研究员谢晓青认为，暑期文旅热点启示，今后应当加强文旅深度融合，积极推动数字化转型，利

用科技手段提高旅游服务的质量和效率，同时布局虚拟旅游和在线文化活动。

群众需求向细分发展——

在福建泉州，10条“泉州古城City Walk”漫游线路于暑期推出，同样的街区漫游，却可以满足游客从感受世界文化遗产到体验当地特色小吃的多种诉求。

专家指出，提供更有个性、更细分的旅游产品，有助于更好满足人民群众的美好生活需要。

厉新建提到，要加大文商体旅等领域的融合力度，以更丰富多样的产品供给、更贴近市场需求的产品创新、更灵活多变的供给机制激发市场潜力。

文旅行业向高质量迈进——

7月24日，文化和旅游部办公厅发

出通知，要求切实提升暑期旅游景区开放管理水平，更好满足人民群众旅游需求。

暑期文旅市场火热，但不少博物馆一票难求、演唱会门票“秒光”等现象，也反映出高质量文旅产品的稀缺，市场呼唤加强供给。

在郭丽岩看来，统筹推进现代化市场基础设施和高标准市场体系建设，持续提升体育休闲文旅健康消费服务的质量和水平，有助于文旅行业良性发展。

“从提振消费信心上讲，我们要以游客满意度为导向，在旅游基础设施、公共服务方面补短板、修复旅游产业链，让广大游客有风景可看、有场景可游，为即将到来的中秋、国庆假期做好准备。”戴斌说。新华社北京8月31日电

“认房不用认贷”政策落地广深 影响几何？

8月30日，广州和深圳先后宣布实施“认房不用认贷”政策。继住房和城乡建设部等三部门发布相关通知后，“认房不用认贷”政策迅速在两个一线城市落地。“认房不用认贷”政策对楼市影响几何？哪些购房者受益最大？是否会刺激房价上涨？

政策是场“及时雨”

“认房不用认贷”政策对楼市影响几何？

2021年下半年以来，广深楼市相继步入下行轨道，深圳二手房成交量在2021年和2022年连续两年腰斩。乐有家研究中心负责人表示，2023年1至7月深圳一手住宅月均网签量2700套左右，而8月网签量仍在下降。近期深圳新房的去化周期接近16个月，超过14个月的警戒值。

国家统计局数据显示，7月份广州二手房价环比下降1%，在四个一线城市中降幅居首。克而瑞的统计显示，进入8月，广州一手房周成交面积维持在10万

平方米左右，创下近8周的新低。

万科董事会主席郁亮表示，现阶段市场已经出现超跌。由于地产销售低迷已经持续了一段时间，市场情绪受到了一定影响，容易作出过度反应。当前政策已在发力，希望已出台的政策能推动市场恢复到健康合理的水平。

易居研究院研究总监严跃进认为，深圳、广州当前出台政策信号意义非常强。

显著降低置换购房门槛

哪些购房者受益最大？

市场人士分析，“认房不用认贷”政策最有利的群体是有置换需求的购房者。

“认房”或“认贷”是银行在发放住房按揭贷款时评判首套房、二套房的标准，其中“认房又认贷”最为严格，指的是即便第一套住房贷款已还清，但因有贷款记录，再置换时仍被认定为购买第二套住房，从而执行更高比例首付及房贷利率。

在此前“认房又认贷”的政策下，广深普通住宅二套房首付比例为70%，而首套房首付比例为30%，二套房贷的利率也普遍高于首套房0.5至1个百分点，“认房不用认贷”的政策实施将让置换现有住房的购房者首付比例下降到30%，在同样的贷款总额情况下，利息支出也将下降。

广州市民黄小姐目前正在考虑置换自家在广州的唯一一套住房，她的房子目前市值约400万元，还有约100万元的贷款，卖掉这套房子并结清贷款后，最多可以拿出300万元的首付购买新房。在原来“认房又认贷”的情况下，她的首付比例为4成，可以购买总价约700万元的住房。“认房不用认贷”政策落地后，她的首付将下降到3成，可以撬动市价约1000万元的房产。“这样我们可以选择的范围就扩大了很多。”黄小姐说。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示，楼市过热时期的一些政策，已经不适应我国房地产市场供求关系

发生重大变化的新形势。“认房不用认贷”政策的落地有助于改善性需求和跨市工作者入市，促进房地产行业良性循环。

起到稳定预期的积极作用

多位受访业内人士表示，“认房不用认贷”政策降低购房门槛，会带动部分消费需求，但目前的形势下不会刺激房价再次进入上涨周期。

李宇嘉表示，广州、深圳外来人口集中，新市民规模大，且两市近期二手房价格回调明显。尽管“认房不用认贷”降低了购房门槛，但提高了月供。该政策在楼市上升期的效果会很明显，但在当下还要谨慎看待。

乐有家营销总裁孟凡振表示，“认房不用认贷”初中刚需及改善痛点，满足更多合理居住需求。当前，该优化政策可以进一步起到稳定预期的积极作用，但不会带来房价明显的反弹。据新华社广州8月31日电