

旅游市场迎来错峰游热潮

本报讯（通讯员 陈恺文）夏秋之交，一些市民开启寻景之旅，加之当前比较实惠的机票、住宿价格，旅游市场呈现“内外双线并行”的错峰游热潮。

在江山市石门镇清漾村，参与“银发团”的孔女士和团友们围坐在咖啡馆的圆桌旁聊天。“银发团”是江山市一家旅游公司推出的短途旅游线路项目，包含民宿住宿、一日三餐及各个景点的观光体验。“我们年纪大了，就在本地景点喝喝咖啡、聊聊天，舒服又省心。”孔女士说。

年轻市民则将目光投向外地的美景，选择来一场说走就走的旅行。摄影爱好者陈先生刚结束为期5天的长白山之旅。“从杭州萧山机场中

转至通化三源浦机场，单程机票只要七八百元，而且这个时段景区人少，拍出来的景特别美。”他说，这个时候的长白山层林尽染、如诗如画，非常适合旅游。

笔者从多家旅游公司及在线旅游平台了解到，9月以来长白山、喀纳斯等地线路的订单量增多，出游者大多为中老年人。不少旅游公司推出了特别专线，主要包括“哈尔滨—镜泊湖—延吉—长白山—本溪—沈阳—盘锦—大连”双飞9日游以及秦岭巴山、内蒙古额济纳旗等线路。

笔者从几家旅游公司了解到，错峰出游近期很火，预计这一趋势将延续至国庆节前。从年龄结构看，50岁以上客户成为错峰出游主力，他们更青睐节奏舒缓、服务周到的跟团游和定制游。

多地发放“大礼包”助力楼市“金九银十”

“这次国庆节回家正好可以顺便看看房子，政府补贴再加上项目本身也有不少促销活动，也许这次真能下决心买房了。”在广州工作的肖女士告诉记者。

随着国庆节假期临近，近期，多地纷纷拿出真金白银，通过现金补贴、举办房交会等多重方式鼓励住房消费。业内人士认为，此轮政策主要集中在二三线城市，既契合了返乡置业、购房旺季的季节性特点，又释放出地方稳楼市的决心。



图片由AI生成

多地推出购房“大礼包”

从各地的购房“大礼包”来看，以现金补贴最为普遍，多数城市的补贴金额在1万元到5万元之间，补贴普遍是按套发放，有的则按面积或购房总价比例计算。

以广西为例，2025年广西“金九银十”购房补贴活动于9月15日至10月31日开展。活动期间内，在广西购买首套或二套新建商品住宅的购房人，每套可获1万元补贴；购买新建商品房车位的购房人，每个车位可获1000元补贴。补贴总额为1.2亿元，采取“先到先得”原则。记者了解到，截至9月18日发稿，已有超400万元补贴额度完成发放。

广西壮族自治区住房和城乡建设厅相关负责人告诉记者，消费者购房后，凭借相关凭证在线上申请即可，补贴资金会直接打到消费者银行卡上，只要购买的是普通住宅，都可以申请。

与广西普惠性补贴不同，吉林省延吉市则侧重通过房交会释放交易需求。延吉市将于9月20日至10月31日举办2025年秋季房交会，相比于以往，今年延吉市房交会优惠力度空前。除企业自主推出的“购房立减”等福利外，政府对购买新建商品房的群众按照每平方米补贴500元、最高补贴5万元；对人才购房及可办理产权证的车位、车库购买者，均有不同额度补贴；还会叠加发放家电消费券、减免部分交易税费，并提高住房公积金贷款额度、降低商业性个人住房贷款利率等。

河南同样通过多重方式叠加发力降低购房成本。河南近期发布的相关公告提出，不仅要加大购房补贴力度，同时，各地要利用“金九银十”等传统消费旺季和节假日，2025年底前通过线上线下等方式全省累计开展不少于100场房展会、购房节等展销活动，引导房地产企业集中推

出一批位置好、品质高的优质房源，搭配家电家装大礼包等让利优惠措施，持续降低居民购房成本。

广东省中山市则希望吸引港澳购房群体置业。9月17日，中山市住房和城乡建设局发布开展2025年港澳市场全民营销活动及扩大2025年“新中山人安家中山”活动奖补范围的通知。凡成功推荐中国港澳居民在该市购买新建商品房的推荐人，可获得购房发票票面金额最高3%的现金奖励。“新中山人安家中山”活动则为符合条件的购房者提供了梯度奖补，最高可获购房发票票面金额2.5%的电子消费券补贴。

返乡置业动力增强

国庆节假期是传统的返乡置业高峰期，补贴政策的叠加进一步强化了这一季节性需求，多位意向购房者告诉记者，有优惠补贴的话，会更愿意考虑出手。

“我们在国庆节假期期间会有9.5折的购房优惠，同时还会推出特价工抵房，认购成功有价值十万元的家装礼包赠送。”广西南宁一楼盘销售人员告诉记者，叠加今年政府补贴，优惠力度比往年大。

“与一线城市相比，二三线城市的购房需求对价格和补贴的敏感度更高。”上海易居房地产研究院副院长严跃进对记者表示，本轮政策集中在二三线城市，充分考虑了外出务工人员返乡置业以及本地居民改善性购房的实际情况，形式简单直接，容易被购房者感知。

严跃进表示，今年以来，中央层面强调“因城施策”，地方稳楼市政策频出，“一线城市主要通过限购松绑、信贷优化来稳预期，而二三线城市则更倾向于发放补贴、搞房交会，直接降低购房门槛，能更快激发市场活力。”

同策研究院联席院长宋红卫对记者表示，近期开发商均在积极筹备“十一黄金周”这一传统购房旺季。这是房地产市场的重要节点，也是房企全年最为重视的销售阶段。从往年的表现来看，四季度有时能够贡献全年约30%的业绩份额，因此这期间的销售表现对房企来说至关重要。

宋红卫进一步表示，随着购房补贴等多重举措落地，市场信心正逐步回暖。尤其是那些高品质、性价比突出的项目，更有望在本轮购房旺季实现较好的销售表现。可以预见，今年的“十一黄金周”将成为好项目集中释放潜力的重要时点，也有望带动整体市场氛围的改善。

业内人士认为，这些看得见、摸得着的政策红利将在短期内推动成交回暖。但更长远的稳楼市之道，仍需建立在高质量供给和稳预期的市场环境之上。

据《证券日报》

如何做好“文博消费”文章？

伴随全社会对历史文化遗产关注度提高，近年来，“博物馆热”持续升温，特别是在节假日，一些热门馆“一票难求”；文博消费持续升温，成为文旅融合和服务消费的重要增长点。

面对群众日益增长的多层次精神文化需求，日前发布的《关于扩大服务消费的若干政策措施》提出，结合实际、因地制宜延长热门文博场馆、景区营业时间，优化预约方式，鼓励推行免预约。

人民群众对博物馆工作怀有新期盼。国家文物局副局长乔云飞表示，一方面增强供给能力，通过大馆带小馆，巡展、借展、联合办展、“云展览”等方式，把更多优质文化资源送到基层；另一方面提升服务质效，科学实施预约机制，丰富优质文博内容，优化参观线路，提升公众参观体验。

三星堆博物馆寒暑假和部分节假日闭馆时间从18时延迟至20时；上海博物馆、浙江省博物馆9月起全面推行个人参观免预约；湖南搭建“湘见万年”文博特展矩阵联动传播平台，提高省内博物馆资源流动性……在保证文物安全的前提下，各地积极探索激活文博资源活力，让文化服务更贴近群众需求。

“优化预约方式可以提升服务消费的便利性与用户体验，同时拓展消费的时空边界，释放周边经济、夜间经济与错峰消费潜力。”中国传媒大学文化产业管理学院副教授熊海峰认为，此举不仅能直接拉动门票、文创、餐饮等收入，更能培育长期的消费习惯与偏好，为扩大服务消费注入持续动力。

从全球独创的“博物馆奇‘喵’夜”，到上架之后热卖逾4亿元的1200余种爆款文创，再到黄浦江上华丽游弋的“上博号”古埃及文明主题游艇……今年8月落幕的上海博物馆“金字塔之巅：古埃及文明大展”在13个月的展期内，吸引277万人次中外观众，收入达7.6亿元，带动城市综合消费超350亿元。

展览的影响力和流量，折射中国当下文旅消费热度、实力和潜力。

此次发布的措施明确支持鼓励“文博场馆创新办展方式”“与社会力量合作开发文创、数字产品，推动市场化方式举办的各类文化展览进商场、进社区、进公园”。

“关键是要建立多元合作机制，完善收益分配机制、优化办展政策环境，鼓励更多社会力量参与。”熊海峰说，创新办展、市场化办展并非削弱文博场馆的公益性，而是通过模式创新和资源整合，提升服务效能、传播效果和可持续发展能力。

文创年度销售额达亿元的博物馆数量不断增多。数据显示，除故宫博物院外，上海博物馆、陕西历史博物馆、三星堆博物馆、河南博物院、苏州博物馆等年度销售额在2亿元至5亿元，“爆款”文博文创单品的销售总量动辄超10万件，部分单品的收入可达500万元以上。

中国旅游研究院院长戴斌建议，鼓励文博单位建立开放共享的“文化文物资源库”，明确文创开发范围和创新授权模式；同时培育一批有创新能力的文创研究、生产和分销企业经营主体。

随着收入水平和消费能力的提升，人们对体验更高品质的精神文化产品的渴望将日益提高，服务消费的发展重心将从“有没有”向“好不好”转变，体验式消费将成为主流。

“现代科技为旅游目的地提供了更多体验场景和消费空间。科技和优秀传统文化、当代文化融合，给游客带来更加新奇的体验，让传统旅游目的地焕发新机。”戴斌说。

面向未来，文博消费将不局限于城市、不局限于热门场馆，越来越成为大众旅游的重要组成部分。“文博场馆将不仅是文化的守护者，更是美好生活的创造者。”熊海峰说。

据新华社