



▲目前中國文旅市場客流增長較快，但客流向消費的轉化仍有提升空間。 新華社

經濟觀察家

隨着中國居民收入水平提高和消費結構升級，居民消費需求逐步由以商品消費為主向商品與服務消費並重轉變。文旅消費橫跨交通、住宿、餐飲、文化、娛樂等多個服務行業，發展文旅消費，不僅能夠直接擴大居民服務消費，也能夠通過產業聯動、就業吸納和區域消費流動，形成較強的綜合帶動效應。

完善文旅配套 釋放消費潛力



從產業的貢獻來看，2024年，中國旅遊及相關產業增加值達到5.9萬億元（人民幣，下同），佔GDP比重為4.35%，較2023年提高0.11個百分點。

當前文旅市場客流增長較快，但客流向消費的轉化仍不充分。2025年，國內旅遊人次按年增長16.2%，國內旅遊收入增長9.5%，收入增速明顯低於遊客人次增速；人均單次旅遊支出降至966元，低於2023年的1004.6元和2024年的1024.8元，呈現較為明顯的「量增價緩」特徵。從消費轉化看，當前主要存在遊客停留時間相對較短、體驗型消費不足和復遊動力不強等問題，旅遊客流對住宿、餐飲、購物、娛樂等相關消費的綜合帶動仍有提升空間。

豐富消費場景 增停留時間

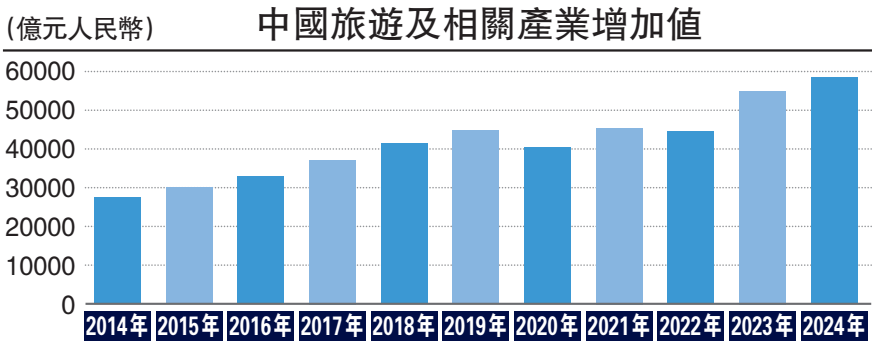
一是短途出遊增多，遊客停留時間相對較短，後續消費環節難以充分展開。近年來，周末遊、周邊遊和短途遊快速發展，大量出遊以當天往返或短暫停留為主，住宿、夜間消費、購物、娛樂和體驗等需要更長停留時間支撐的消費環節難以充分展開，限制了旅遊客流對當地服務消費的進一步帶動。從住宿業情況看，2025年星級旅遊飯店平均房價為360.2元，按年跌3.1%；平均出租率46.8%，按年下降2.4個百分點，可反映過夜消費仍有拓展空間。

二是基礎配套消費較多，內容型、體驗型消費仍顯不足。2023年，全國旅遊景區門票收入佔營業收入已降至18.3%，表明景區收入結構逐步由門票收入向更加多元的綜合經營收入拓展。但部分景區門票之外的消費仍較多集中於餐飲、觀光車、擺渡車、停車等基礎配套服務，演藝、夜遊、研學、非遺體驗等能夠豐富消費場景、提升體驗並延長停留時間的內容型消費仍有較大提升空間。部分景區雖然增加了收費項目，但如果主要是對本遊覽環節的延伸，並不能有效提高消費深度。

三是部分目的地能夠吸引首次到訪，卻難以形成穩定復遊。短視頻傳播、節慶活動和熱點事件可以在短期內聚集客流，但一次到訪之後，遊客是否還有再次出行的理由，決定了流量能否轉化為持續消費。上海迪士尼度假區在增強遊客黏性方面表現突出，中國旅遊研究院《2024上海迪士尼度假區快樂旅遊趨勢報告》顯示，2023年遊客再次遊玩的意願達到85%。相比之下，部分目的地對首次客流的吸引較強，持續吸引遊客的能力有待提升。

更好落實帶薪休假制度

推動文旅消費擴容提質，關鍵是完善貫穿「有時間出遊—有產品可選—能放心消費」的制度條件：在需求端落實休息休假制度，在供給端完善市場准入、考核激勵、跨區域協同和入境保障機制，在治理端健全市場規則與消費者保護機制，釋放文旅消費的潛力。



（一）落實休息休假制度，提高居民可自主支配的閒暇時間

第一，推動帶薪休假制度更好落實。帶薪休假是釋放旅遊消費潛力、促進錯峰出遊的重要制度保障。應進一步強化制度執行和監督，推動機關事業單位、國有企業和大型企業率先落實，發揮示範帶動作用；針對中小企業，可結合行業特點和生產經營實際，通過優化排班、合理調配用工等方式提高制度落實的可行性。同時，加強對休息休假和工時制度執行情況的監督檢查，保障勞動者依法享有休息休假權益。

第二，鼓勵彈性休假和錯峰休假。在不影響正常生產經營的前提下，鼓勵用人單位結合行業淡旺季、勞動者實際需求和學校假期等因素，靈活安排帶薪休假時間，支持職工將帶薪休假與周末合理銜接，形成相對連續的休閒時間。提高居民對休假時間的自主安排程度，有助於推動旅遊需求由少數節假日集中釋放向全年更加均衡分布轉變，帶動長線遊、深度遊和錯峰遊發展。

第三，適當增加公共假期，優化調休安排。針對下半年公共假期相對偏少的問題，可結合傳統節日文化內涵和居民出遊規律，研究適當增加下半年公共假期，例如探索將七夕節、重陽節等具有中華優秀傳統文化特色的節日納入假期安排。同時進一步優化調休安排，減少假期前後連續工作時間過長等問題，增強假期安排的穩定性和可預期性，更好發揮公共假期對文旅消費的帶動作用。

（二）完善資源配置和運營機制，增加優質文旅產品供給

第一，明確經營權配置和合作規則，降低專業民企參與門檻。根據資源保護要求和公共服務屬性，明確可經營範圍、參與方式和責任邊界。在具備條件的項目中，將公共基建與商業運營合理分開，避免以承擔大規模重資產投入作為專業運營團隊參與的前提。完善經營權限、定價、收益分配和退出補償安排，使合作期限與合理投資回收周期相適應，保障企業持續投入和自主運營的空間。

第二，完善國有文旅企業考核與人才機制，增強創新動力和運營能力。對國有文旅企業承擔的公益性任務和經營性業務實行分類評價，合理區分資源保護、公共服務與市場經營的目標和成本。對新IP、新演藝等項目設置與培育周期相適應的階段目標，兼顧遊客體驗和長期經營成效。明確分階段投入、復盤調整和退出條件，區分合理試錯與違規決策。同時，通過市場化選聘和專業團隊合作補充內容開發與運營能力，將團隊激

勵與項目長期經營成效相銜接。

第三，強化公共配套統籌，推動分散項目形成完整目的地體驗。由政府牽頭協調跨部門、跨區域的交通接駁、公共空間和配套設施銜接，為企業依據市場需求組織業態創造條件。對多個項目共用的交通、停車和遊客服務設施，明確建設維護責任。結合公共服務屬性和各方受益程度完善成本分擔機制，減少各自建設、銜接不足的問題。

第四，完善面向境外遊客的服務與產品供給，提高入境消費轉化效率。一方面，提升國際化服務便利度。推動入境便利化措施從口岸向目的地延伸、從一線城市向更多地區覆蓋，完善交通、住宿、遊覽、購物等環節的服務銜接，加強多語種服務，讓境外遊客不僅進得來，也能遊得順、消費便利。另一方面，提高旅遊產品的國際適配度。圍繞境外遊客的文化興趣和出行習慣，開發跨城市、跨區域精品線路，完善文化講解和體驗設計，加強境外傳播與預訂渠道銜接，將特色資源轉化為境外遊客易於理解、便於購買的旅遊產品。

完善監管 提升服務質量

（三）優化文旅市場治理機制，提升服務質量和消費者權益保障

第一，完善消費者保護評價和監管保障，強化主動治理激勵。在地方文旅發展評價中，將遊客滿意度、投訴處理時效、處理結果滿意度、重複投訴和整改落實情況結合使用，減少對投訴受理量、處罰案件數量等絕對指標的簡單依賴，避免將問題暴露增加直接等同於治理成效下降。對主動發現並及時糾正的問題，與長期未整改、反覆發生的問題作出區別評價。對高頻投訴問題建立整改清單和回訪機制，將是否解決問題作為評價重點，避免只考察是否辦結。

第二，暢通維權銜接，降低遊客維權成本。由市場監管、文旅等部門與在線旅遊平台建立投訴對接機制，明確接收、轉辦、協查和反饋責任，推動已提交的訂單、合同、付款憑證和履約記錄在必要範圍內共享，減少重複舉證。

第三，細化服務規範，明確新業態責任邊界。由相關主管部門會同行業協會，針對服務組合複雜、爭議較多的新業態，制定或完善合同示範文本和服務信息披露清單，對多個主體共同提供的組合服務，明確各方服務範圍、合同關係與售後接口，減少責任邊界模糊。建立依據投訴和糾紛案例定期更新規範的機制，使規則能夠隨經營模式變化及時調整。

（作者為粵開證券首席經濟學家）

美就業降溫 聯儲本月料不加息



經濟把脈

9月16日，美聯儲宣布將聯邦基金利率目標區間上調0.25厘，引發市場廣泛關注。自本輪加息啟動以來，美聯儲貨幣政策走向及其對全球經濟、金融市場和中國外貿、匯率、貨幣政策的影響，成為各方關注的重點。

判斷美聯儲會不會繼續加息，關鍵要看美國經濟增長、物價穩定和就業市場三大目標的平衡情況。當通脹率明顯高於2%的控制目標，美聯儲就會考慮加息；通過加息提高資金借貸成本，抑制過熱的投資消費需求。

從最新數據看，美國勞動力市場熱度已經開始下降。9月新增非農就業人數明顯走弱，僅2.9萬人，失業率上升至4.2%，薪資同比增速也出現放緩，這意味着由薪資驅動的通脹上行壓力正在逐步緩解。通脹方面，雖然整體價格水平仍高於美聯儲2%控制目標，但環比漲幅已經出現邊際回落的跡象。受就業降溫、通脹放緩的影響，市場對短期再次加息的預期明顯減弱，美聯儲在10月議息會議大概率還會維持當前利率水平保持不變。不過，由於美國當前消費者物價指數（CPI）仍然高出2%目標達1.4個百分點，後續是否繼續加息，主要取決於CPI及就業數據的變化：如果10月、11月CPI數據再度走高、就業市場重新回暖，美聯儲12月很可能再次加息；反之，如果通脹持續回落、就業繼續走弱，年內繼續加息的可能性就不大。

事實上，美聯儲加息本質上是一把「雙刃劍」：它既能給通脹降溫，也可為經濟增長減速。其傳導路徑主要通過提高銀行存貸款利率，提高居民、企業和政府三個層面的借貸資金成本。

一是居民借貸成本上升。加息會導致居民個人房貸、消費貸款利息上升，居民借貸成本相應增加，居民可用於消費支出的「活錢」變少，抑制購買住房、大額耐用品的消費需求，居民消費意願逐步回落。



▲美國就業降溫，市場對聯儲局本月再次加息的預期減弱。 路透社

利好因素多 港樓市穩步上升



樓市新態

本港住宅樓市近期熱度全面升溫，一手市場呈現罕見的「百花齊放」盛況。一眾發展商眼見市況持續穩步向好，紛紛順應形勢加快推盤節奏，尤其是九龍區新盤戰全面升級，多個矚目大盤，由西南九龍靚環系列、油塘擎海I、紅磡首岸第2期、紅磡瓊海、牛池灣33清水灣等項目相繼登場，勢必掀起新一輪一手大混戰；同時，西沙巨無霸項目SIERRA SEA 2C（2）期亦以震撼價登場搶客，持續測試並釋放市場的強勁承接力。發展商多元開價策略相繼奏效，最大得益者自然是一眾引頸以待的準買家。

一手市場銷售狂熱的背後，發展商在供應層面的遠景部署，展現出極強的信心與前瞻性。據美聯物業研究中心綜合地政總署最新數據顯示，今年9月份接獲的住宅樓花預售申請單位數量呈現顯著增長，單月錄得約3778伙，按月大升近2.36倍，打破自2022年5月以來的52個月（逾4年）紀錄，充分反映發展商正全力加速補充庫存，以求在市況持續向好之際，將售樓靈活性與主動權「最大化」。

何文田地高價成交 添業主信心

除了新盤市場數據亮麗外，日前投地市場更傳來重磅喜訊，為整體樓市奠定極其穩固的價值基石。本財年賣地表唯一一幅九龍區住宅地：何文田佛光街豪宅地皮，早前吸引10間大型財團激烈競爭，最終由大型發展商嘉里建設以43億元成功奪得，每呎樓面地價達2.07萬元，較市場估值上限高出近四成，一舉創近5年九龍區賣地表地皮樓

二是企業融資成本抬升。美聯儲加息，增加企業融資利息支出，企業經營利潤承壓；企業會放緩擴產、降低設備投資，減少用工和薪資增長計劃，企業會主動控制漲薪及擴大投資。

三是政府端融資成本上升。絕大多數國家都存在巨額政府債務，利率上行後，政府付息壓力加大，財政負擔會明顯加重，一定程度上抑制政府投資，倒逼政府壓縮財政開支。

同時，美聯儲提高存款利率也會帶來資金的虹吸效應，國際資本加速流入美國，國內消費者更加願意把錢存進銀行，獲取較高利息收入，流通中的貨幣自然就會減少。

總的來說，如果美國經濟韌性較強、就業沒有明顯惡化，加息可能導致經濟增長放緩和資產價格重估；但如果高利率維持時間過長，也可能增加企業違約，房地產下行等信用風險。

值得注意的是，美聯儲加息，本質上會推高美元資產收益率，帶動美元升值、人民幣相對貶值。從進出口層面看，人民幣適度貶值會降低中國出口商品以外幣計價的價格，有利出口產品競爭力，擴大出口，帶來更多美元回款，促進貿易順差擴大，外匯收入增加。

但同時也應看到，美元走強也會吸引全球更多的國際游資回流美國。跨境資本外流必然會減少中國外匯儲備。因此美聯儲加息對中國進出口產生非對稱的對沖效應：一方面人民幣相對貶值帶來出口增加、美元回款增多的利好；另一方面資本外流帶來的美元外匯儲備減少的利空，美元進出「水管」同時開閥，相互抵銷一部分影響。

中國幣策堅持「以我為主」

為什麼美聯儲加息之後，歐洲國家央行大多選擇跟進加息策略，而中國卻沒有跟隨加息呢？一國究竟選擇加息還是降息，最核心的依據是基於本國經濟的基本面，貨幣政策工具運用要與本國經濟形勢相匹配。大家知道，當前歐洲與美國經濟情形很相似，都面臨高通脹、物價持續上漲的壓力，需要通過加息抑制通脹、控制物價過快上漲。

中國面臨的經濟形勢與上述國家有本質的不同，當前中國面臨的主要矛盾依然是供強需弱，有效性需求不足，如果盲目跟進美聯儲加息，會進一步抑制國內消費與投資需求，加重經濟增長負擔。因此，中國的貨幣政策還是要堅持「以我為主」，保持人民幣匯率合理均衡水平上的基本穩定，運用降息以及各類貨幣政策工具，創造相對寬鬆的貨幣金融環境，刺激消費、擴大投資、穩定就業。

（作者為山東師範大學特聘教授）

面呎價新高。

「麵粉價」出現明顯溢價，不僅大幅提升業主與買家的心態，更顯著提振二手市場的持貨信心。據筆者與前線同事交流所得，拍賣結果公布後，區內如天鑄等指標豪宅即時觸發連鎖反應，多位業主選擇加價，甚至果斷封盤不賣。這種由優質地皮高價成交所引發的「資產重估潮」，正成為確立樓價止跌回升的明確信號。

地價向上重估為實體市場注入強心針，金融體系亦隨即展開強力配合。為爭奪全年及明年年初的按揭業績，本港銀行之間的按揭戰進一步白熱化。根據市場報道，最近中小型銀行紛紛「加碼」，進一步調升按揭現金回贈，當中部分特定優質客群，例如專才的回贈比例更較一般為高，創近3年高位。銀行以積極的態度搶攻按揭業務，有助於降低入市成本，為樓市交投注入充沛的流動性。

市場各方利好因素雲集，國際大行的最新樓市預測，亦為後市提供權威佐證。日前花旗銀行最新發布研究報告，隨着香港住宅市場基本面持續回暖，未來房屋供應將逐漸緊縮，而剛性需求則保持強勁，因此維持對2027年前本港樓市的正面看法，並預計明年本港住宅樓價與租金將雙雙錄得約6%的升幅，租金更將再創歷史新高。

綜合而言，從一手新盤的全線爆發、預售申請數據創多年新高，到地皮高價成交與銀行加碼回贈等，本港樓市已具備全面回升的關鍵要素。隨着買家與投資者信心全面復甦，樓市正穩步進入健康而強勁的新一輪上升周期。

（作者為美聯集團行政總裁暨美聯物業執行董事）