

北京二手房成交量连续6个月超1.3万套

在中央楼市组合拳出台前夜,北京的二手房市场已经实现筑底回升。9月1日,根据北京市住建委的最新统计,8月北京二手房网签量突破1.3万套,同比增长近4个百分点,环比微降。数据淡季不淡的背后,是韧性市场在淡季的筑底回升:北京商报记者走访多个区域二手房中介机构了解到,在8月7日北京本地楼市优化政策落地后,8月下半月市场置业热度显著回升。对比政策落地前,部分中介门店客户咨询量、房源带看量涨幅超20%。不少中介经纪人表示,8月业务已比肩“金三银四”传统销售旺季,部分原本计划淡季休假的经纪人,因客户看房需求集中,被迫推迟休假安排。

值得关注的是,政策效应持续释放带动购房者置业信心修复,二手房议价空间不断收窄,部分房源最快仅5天即可完成成交。在此基础上,叠加中央刚刚出台的一揽子新政,加之9月本身属于楼市传统旺季,多数中介经纪人已提前对接意向购房客户,对“金九”市场行情持乐观预期。

8月北京二手房市场情况

网签量达 **13853**套
同比上涨 **3.92%**

网签面积
约 **124.29**万平方米
同比增长 **1.15%**

网签规模
已连续 **6**个月
超 **1.3**万套

带看量上涨20%

在政策效应持续释放的背景下,刚性购房需求迎来集中释放。北京商报记者近期走访朝阳、东城、西城、海淀等多区域二手房中介机构了解到,随着北京楼市新政逐步为市场熟知,此前受资金等因素制约而被压制的看房需求得到释放,多数中介门店的咨询量与带看量实现两成以上的涨幅。

西城区三里河片区某头部中介机构经纪人赵鹏宇向北京商报记者透露,北京楼市新政落地后,其日均接到的房源咨询、带看预约来电可达5通,而政策出台前日均仅两三通,咨询量提升约40%。

赵鹏宇所提及的楼市新政,是8月7日北京出台的一揽子楼市政策组合拳,内容包含将公积金贷款最高额度上调至340万元,非京籍家庭购买五环内商品住房的社保或个税缴纳年限由两年缩减至一年等多项举措。

购房门槛降低、资金压力得到缓解,推动二手房市场热度持续走高。位于朝阳区酒仙桥片区某头部中介机构经纪人王培军透露,原本计划借“金九”旺季到来前、孩子放暑假的时段安排休假,但新政实施后,每日至少有2组意向客户预约看房,该现象在往年同期较

为少见。经与家人协商,其已退订高铁票与酒店,取消休假计划。

政策红利带来的客户增量超出预期,王培军的日常工作几乎全部用于客户接待与房源带看。他表示,所在片区充分受益于本次政策调整,近期工作日日均带看不少于2组,周末单日带看量最高可达6组。

据王培军不完全统计,其门店共有8名经纪人,全体人员日均带看合计20余组,较政策落地前提升至少20%。其中,不少客户是此前受限于购房资格或资金压力选择保持观望的群体。

合硕机构首席分析师郭毅表示,新政实施前,夫妻双方公积金贷款最高额度仅120万元,对应的购房选择大多集中在总价150万—200万元区间。新政落地后,夫妻共同缴存家庭公积金贷款上限提高至240万元,可支撑的房源总价拓展至300万元级别;叠加额度上浮政策,贷款最高可达340万元,能够覆盖400万元以上房源的贷款需求,直接加速了该部分客群的入市步伐。

500万以内刚需房源成交提速

咨询量、到访量的攀升正逐步传导至成交环节。北京商报记者根据北京市住建委数据统

计,8月北京二手房网签量达13853套,同比上涨3.92%;网签面积约124.29万平方米,同比增长1.15%;网签规模已连续6个月超1.3万套。

郭毅表示,受二手房网签数据存在滞后性影响,新政落地后,购房者从看房、缴纳定金、筹备首付到完成贷款审批,完整流程存在1—3个月的传导周期。据此判断,新政催生的成交增量有望在“金九银十”集中释放,二手房市场的政策红利也将在这一阶段于成交端充分兑现。

从同比维度看,市场虽仅呈现小幅增长,但政策红利向网签数据的传导存在时间差。东城区东直门片区某头部中介机构经纪人赵晓萌表示,其8月个人促成3套二手房成交,成交房源价格多为总价500万元、60平方米左右的刚需户型,买家大多是前期就具备较强购房意向的客户。

以北新仓胡同一套建面60余平方米的两居室为例,赵晓萌表示,该购房者自年初便关注这套房源,但房源报价超出自身预算,双方多轮议价均未能达成共识,交易就此搁置。

然而,北京楼市新政落地后,该购房者夫妻双方均缴存公积金,公积金贷款额度提升至240万元;同时五环内首套房公积金与商贷之间45个基点的利差,进一步减轻了月供压力,该房源最终于8月末完成签约。



赵晓萌表示,过往成交案例来看,从签约到完成网签、走完全部手续,通常需要一个月到40天,所以该套成交房源体现在网签量上,会在9月末甚至10月初才能够逐渐显现。

该现象并非个例。赵鹏宇表示,近期成交房源当中,70%以上为低总价刚需房源。政策落地有效降低刚需群体的资金负担,叠加8月处于二手房价格相对低位、优质可选房源充足,具备真实居住需求的购房者选择抓住窗口期入市,推动刚需房源成交占比由此前的60%实现明显提升。

房源最快5天成交

在二手房成交量上行的同时,置业周期的缩短,被中介从业者视作市场加速回暖的重要信号。

赵鹏宇介绍,其负责片区房源供给充足,但多数为楼龄较长、单价接近10万元的老旧房源。对于有明确入学需求的客群,过往置业周期普遍在3—12个月;如果子女年龄尚小,购房者的决策周期还会进一步拉长。

而从门店8月的成交房源来看,当前购房决策周期已出现明显压缩。据赵鹏宇统计,门店8月共计成交6套房源,其中1组客户是在楼市新政落地之后到店,并最终完成交易,总计

用时仅5天。

该部分客户从看房、选房、议价直至签约成交,整体置业周期不足一个月。赵鹏宇坦言,该类快速成交的客户目前仍属于少数,但释放出积极信号,反映出购房者置业信心正在修复。

赵鹏宇称,此前接待客户时,“再等等看”是高频说辞。而当前具备真实购房需求的群体,已经长期跟踪市场价格走势。部分客户此前曾对其他房源开展议价,彼时房源议价空间可达10%,但因观望等待,意向房源被其他买家拿下。

现阶段二手房议价空间收窄至5%左右,不过公积金贷款额度上调、贷款利率下行,30年贷款周期省下的利息,足以覆盖收缩的5%议价空间,因此不少刚需客户选择直接出手,不再继续观望。

值得一提的是,在北京楼市新政出台后不久,8月28日,中国人民银行、国家金融监督管理总局联合印发《关于改革完善房地产信贷管理推动加快构建房地产发展新模式的意见》,将个人住房贷款期限由最长30年延长至最长40年。

上海易居房地产研究院副院长严跃进表示,个人住房贷款期限延长最直接的效应,在于降低每月应还本息,显著缓解购房初期月供压力。以100万元贷款本金、3%房贷利率、等额本息还款为例,30年期月供约为4216元,而40年期降至约3580元,每月减少636元,每年可节省约7632元现金流出,前五年累计可释放近3.8万元的还款空间。对于当前收入增长呈阶段性特征的群体而言,这是实实在在的“减负”。

中指研究院相关负责人表示,拉长贷款期限可有效减少月供、降低当期还款压力,以时间换空间提升购房者贷款能力,尤其利好首次置业和改善置换群体。

一系列楼市政策的出台正值“金九”来临,多位经纪人也向北京商报记者表达了对“金九”楼市旺季的期待。位于海淀区田村片区某头部中介机构经纪人王月表示,北京在此前8个月未出台政策时,二手房市场依靠自身调节能力,成交量一直维持在近几年的高位,现在在政策的加持下,传统楼市旺季的“金九”成交量有望再上一个台阶。

北京商报记者 李晗

拆解国内四大酒店集团半年报

2026年上半年,国内头部四大酒店集团相继交出成绩单,利润增长的动力已悄然从“提房价”转向“控成本”。截至9月1日,锦江、华住、首旅如家、亚朵四大集团已全部披露半年报,合计实现营收约298亿元,归母净利润约44亿元,部分酒店集团利润水平较去年同期显著增长。业绩回暖的表象之下,衡量酒店经营质量的部分核心指标却几乎原地踏步,部分酒店集团成熟门店平均可出租客房收入(RevPAR)呈现出下降趋势。压力之下,控制运营成本成为上半年酒店市场主旋律。面对“省”出来的利润空间终究有限,各集团也在加速谋求第二增长点:押注零售生意、大力推进加盟扩张。业内人士认为,长期增长需依靠产品结构优化、非房收入培育以及加盟生态的持续完善。

利润大涨

作为国内四大头部酒店集团,锦江、华住、首旅如家、亚朵相继披露了2026年上半年财务数据,虽然整体业绩逐步回暖,但部分经营指标却在“原地徘徊”。

根据锦江、华住、首旅如家、亚朵四大酒店集团各自发布的财报,2026年上半年,上述四大酒店分别实现营业收入约68.01亿元、131.17亿元、35.8亿元、63.02亿元,合计约298亿元,其中,锦江、华住、亚朵酒店的营业收入均较去年同期实现增长。

从盈利情况来看,锦江、华住、首旅如家、亚朵于今年上半年分别实现归母净利润5.45亿元、24亿元、4.41亿元以及10.11亿元;同时,锦江、首旅如家、亚朵的归母净利润较去年同期分别同比大涨47.05%、10.98%、51%,

华住的数据则保持持平。各大酒店的业绩已呈现出回暖的现象。

但在业绩回暖的背后,各大酒店集团的部分经营指标却增长得微乎其微。具体来看,今年上半年,锦江酒店境内有限服务型酒店RevPAR为146.66元,同比增长0.46%;首旅如家不含轻管理酒店的全部酒店RevPAR为153元,同比增长0.1%。聚焦二季度,华住中国综合平均可出租客房收入为238元,同比增长1.1%;亚朵集团大盘平均可出租客房收入为345.4元,同比增长0.7%。

甚至部分酒店单季度经营指标呈现下降趋势。其中,2026年二季度,锦江酒店境内有限服务型酒店平均房价(ADR)229.86元,而2025年同期为236元;华住中国综合入住率也呈现下降趋势;首旅如家轻管理以外的全部酒店的三大经营指标(ADR、RevPAR、OCC(入住率))均呈现小幅下降趋势。

在此背景之下,为何各大酒店集团半年度的归母净利润能实现增长?锦江酒店在财报中直言,报告期内利润变动主要是营收同比增长的同时,有效控制运营成本,并持续优化资本结构使财务费用较上年同期下降等共同影响所致。同样,首旅如家上半年的营业成本、财务费用均较去年同期有相应缩减。首旅如家方面还表示,运用新材料、新工艺不断实现运营效率提升及成本控制。当前,各家酒店不约而同地进入了降本增效阶段,通过节省、控制运营成本来相应提升利润。

旅游酒店行业资深高级经济师赵焕焱分析指出,在经营承压的背景下,控制成本已成为增收节支的重要途径。这也从侧面反映出,行业正普遍进入以“降本增效”为核心的深度调整期。但他也强调,若行业供大于求的供需矛盾未得到根本性扭转,酒店经营整体下行的趋势仍难以逆转。

指标增长靠新店

在进一步拆解各大酒店集团的RevPAR数据后,北京商报记者发现,一些成熟的老店在持续承压,指标的小幅增长靠的是新店拉动。

根据锦江酒店最新发布的财报,2026年上半年,在锦江酒店境内可比有限服务型酒店中,开业18个月以上酒店RevPAR为143.37元,同比下降1.92%。

今年二季度,不少酒店集团业绩持续承压。其中,华住中国运营18个月以上的成熟阶段酒店RevPAR为233元,同比下降3%。首旅如家不含轻管理酒店的成熟酒店RevPAR为

161元,同比下降6.1%。与此同时,亚朵集团也同样出现类似趋势,其运营超过18个月的酒店RevPAR为336.8元,而2025年同期为347.2元,呈现出下降态势。

酒店行业研究机构迈点网分析指出,今年上半年,新店拉动了大盘,使得整体数据上升,但成熟门店却仍在承压。亚朵集团方面透露,今年二季度,亚朵3.6在营酒店RevPAR超过370元,亚朵视野在营酒店RevPAR超过450元。亚朵方面也坦言,该品牌溢价能力更强,差异化竞争力显著。这显然与成熟门店形成了鲜明对比。华住方面也表示,从结构来看,品牌升级与产品迭代的成效持续释放。截至报告期末,全季4.0及以上门店占比升至85%,桔子2.0及以上升至80%,汉庭3.5及以上升至55%。

广东连锁酒店加盟商吴立鑫向北京商报记者表示,酒店行业当前面临的核心困境在于如何持续维持整体业绩与经营指标的增长。在他看来,实现增长一方面主要依靠单房收益更高、竞争力更强的新开门店;另一方面则是对存量酒店进行持续的更新改造,以提升房价。然而,随着各酒店集团不断推出新门店,产品迭代周期缩短,老店面临的竞争压力日益加剧。为稳住客源,老店往往被迫采取降价策略,导致经营持续承压,进而拉低了集团整体的业绩表现。

谋求新增量

在节省成本之外,增加零售收入、扩大加盟版图成为部分酒店集团寻找第二增长曲线的手段。

以零售业务开辟新增量点的亚朵集团,如今该板块收入在总营收中的占比持续提升。根据亚朵集团最新公布的财报,今年上半年,亚朵零售业务实现收入26.46亿元,占总营收约42%,已超四成。不仅如此,聚焦二季度,亚朵零售收入为15.75亿元,同比增长63%。

但布局零售业务似乎并不是所有酒店的强项,在零售业务之外,快速拓展加盟版图,也是部分酒店提振业绩的重要手段。华住财报显示,2026年上半年,管理加盟及特许经营酒店的收入为66亿元,同比增长22.9%,占总收入的50.3%。同时,在二季度,华住中国开设498家酒店,包括1家租赁及自有酒店以及497家管理加盟及特许经营酒店。不难看出,加盟店几乎包揽了全部新开店份额。

赵焕焱认为,全行业供大于求的格局之下,酒店集团经营指标下行不可避免,差别则在于下滑幅度的不同。酒店业本质上属于酒店管理行业,酒店品牌是酒店管理的结晶,品牌输出是酒店集团的必然逻辑和衡量标准。酒店集团的效益来自于轻资产运作,因此有不少酒店集团靠此来获得更多的收益。另外,亚朵的新零售业务虽是全球酒店业的一项创新,但其未来增长仍需关注枕头、被子以外的客房衍生品,例如研发更轻便舒适的座椅等产品,以支撑多元化收入的持续增长。

赵焕焱表示,控成本是短期利润的重要支撑,但长期增长仍需依靠产品结构优化、非房收入培育以及加盟生态的持续完善。在存量竞争时代,谁能率先打通“降本”与“增收”协同发力的双循环,谁才能真正穿越行业周期。

北京商报记者 吴其芸