

暑期需求延后 双节出境长线游火热

随着中秋、国庆假期临近,出境长线游悄然走热。9月8日,北京商报记者从多家旅行社、在线旅游平台处了解到,中秋、国庆假期出境长线游预订进程显著加快,不少原计划在9月中旬完成销售的长线游团组已经售罄。长线游走热的背后,是受高温、国际局势等多重因素影响,大量境内游客的出行需求由暑期延后至中秋、国庆假期;与此同时,“请3休13”的拼假模式进一步激发游客出游热情。目前,长线游目的地中,欧洲热度保持高位。旅行社数据显示,欧洲游预订占比接近整体出游总量的一半,赴欧出游人数同比增长140%;北美、澳新的出游及租车订单增速显著,其中北美出游人数同比增幅高达480%,新西兰、加拿大多伦多等地自驾需求同比增长约七成。

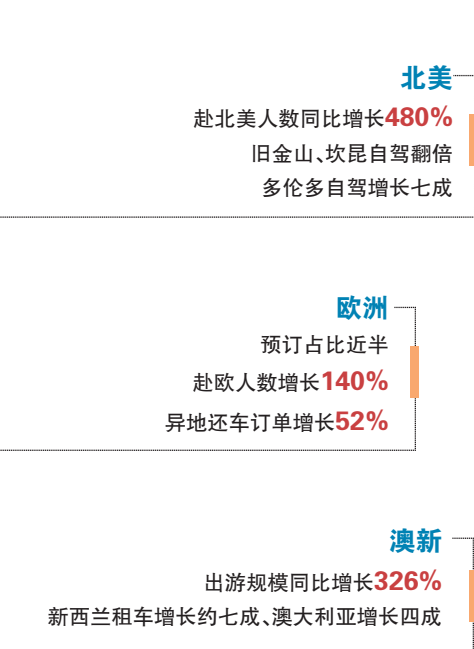
长线产品提前满团售罄

多位旅行社负责人向北京商报记者表示,今年中秋、国庆假期出境游预订进度明显快于去年。

春秋旅游副总经理周卫红介绍,截至目前,在春秋旅游中秋、国庆假期的预订中,出境游占比超50%。很多原计划8月底完成销售的跨洋长线游产品,在8月中旬便已满团售罄,如西班牙、葡萄牙、巴尔干、北欧、希腊、新西兰等地的团组;跨洋长线游产品数量同比增长超20%。原计划9月中旬完成销售的中亚线路、“高加索丝路”、澳大利亚一地深度长线游等中长线产品也已基本售罄。



数据来源:航旅纵横、春秋旅游、去哪儿旅行、众信旅游、租租车



另据租车数据,出境自驾需求自8月初便进入预订高峰。

境内游客提前预订出境长线游的背后,是暑期出游需求受挤压后延后至中秋、国庆假期。多位旅行社负责人此前向北京商报记者表示,今年暑期出境游收客量有所下滑,受上半年国际局势变动以及6—7月欧洲高温影响,不少游客取消或推迟了出行计划。

不过今年国庆假期恰逢周四,向前拼假3天即可从9月25日休至10月7日,凑出13天的超长假期;叠加入秋后凉爽舒适的气候,充足的休假时间与适宜的天气条件进一步激发出境需求。

航旅纵横9月8日数据显示,9月25日—10月7日出入境航线机票预订量超207万张,

同比增长约7%。去哪儿旅行最新数据显示,平台酒店预订已覆盖全球超3800座城市,热门国家酒店预订量同比增长48%。

欧洲稳居长线主力

集中释放的需求体现在目的地预订数据上:欧洲热度保持高位,北美、澳新预订量大幅增长。

众信旅游媒介公关经理李梦然表示,从众信旅游出境目的地预订结构来看,欧洲成为本次黄金周最热门的长线目的地,预订占比接近整体出游总量的一半,赴欧出游人数同比增长140%。

赴欧游客越发青睐环线玩法,“一地取

车、多地还车”正成为出境自驾主流。租租车市场负责人张晓珑介绍,中秋、国庆假期,欧洲异地还车订单增速达52%,瑞士、黑山、波兰、克罗地亚、意大利、土耳其等目的地的异地还车比例居前。

受益于美加墨世界杯持续带来的流量红利,北美市场迎来爆发式增长。不少球迷与观光游客计划利用长假奔赴北美,沉浸式感受“后世界杯”赛事氛围,同时体验当地特色风光。众信旅游数据显示,赴北美出游人数同比增幅高达480%。租租车数据显示,赴北美自驾订单激增,其中美国旧金山、墨西哥坎昆自驾需求同比翻倍,加拿大多伦多自驾需求同比增长七成。

南半球春暖花开,澳新市场热度同样攀

升。众信旅游数据显示,澳新出游规模较去年同期增长326%。租租车数据显示,新西兰、澳大利亚租车订单同比分别增长约七成和四成。

此外,去哪儿旅行数据显示,受免签政策及新增航线带动,巴西圣保罗、葡萄牙里斯本、智利圣地亚哥等飞行距离上万公里的目的地,机票预订量翻倍增长。

周卫红表示,从今年中秋、国庆假期的出境游预订情况来看,游客不再追求低价打卡,更愿意为稀缺景观、专属行程、舒适服务和深度体验支付溢价,对安全出游的需求明显增长。最直观的体现是,超长距离出境线路率先售罄,高端深度产品的溢价能力与成团率远超常规大众产品。北京商报记者 关子辰 牛清妍

图片来源:视觉中国

中国绿发时隔64个月在京补仓低密住宅

沉寂北京土地市场多年之后,中国绿发再度出手拿地,落子通州宋庄板块。9月8日,通州区宋庄镇TZ01-0101-0001地块(以下简称“宋庄地块”)完成出让,中国绿发以9.962亿元底价将该宗宅地收入囊中。中国绿发上一次在北京拿地,还要追溯到2021年5月,当时该企业斥资30.95亿元竞得朝阳区王四营地块;此番拿下宋庄地块,意味着时隔64个月,中国绿发正式重返北京土拍市场。

本次出让的宋庄地块,地处格拉斯小镇正北方向,而格拉斯小镇多期项目的开发主体北京海港房地产开发有限公司,正是中国绿发旗下全资层级子公司。依托既有项目积淀,中国绿发对该区域的配套条件与客群基础均较为熟悉。该地块容积率仅1.05,具备打造低密别墅类产品的先天条件。

紧邻温榆河

出让文件显示,宋庄地块的土地面积约5.5万平方米,规划建筑面积约5.77万平方米,用地性质为R2二类居住用地(070102二类城镇住宅用地)。

从地块区位来看,该宗地块坐落于东北五环外温榆河畔,地处通州宋庄文化产业园区域,紧邻第四使馆区,同时毗邻京平、京哈、京通快速路及六环路等多条交通干道,自驾出行十分便利。

该地块毗邻温榆河公园,可满足居民日常休闲需求;周边分布北京顺义国际学校、北京力迈学校等院校,区域教育资源较为丰富;区域内还配有北京和睦家诊所、北京新世纪荣和儿科门诊部等医疗机构。

合硕机构首席分析师郭毅表示,宋庄地块向北距离中央商务区五六公里,区位优势明显。依托成熟的格拉斯小镇大盘,片区生活配套已较为完善,社区内配备商业街区、学校及各类便民设施,同时拥有特色分户农田、马场等休闲配套,已然形成成熟、纯粹的低密别墅居住氛围。

·中国绿发近两次在北京公开市场拿地对比·



值得一提的是,本次以底价摘得该地块的中国绿发,距离上一次在北京拿地已时隔64个月。北京商报记者梳理发现,2021年5月,中国绿发以30.95亿元、溢价率5.1%竞得朝阳区王四营地块,后续打造为中绿·东岳府项目,此后便鲜有露面。

郭毅表示,宋庄地块隶属于宋庄镇,南侧紧邻中国绿发深耕多年、持续开发建设的格拉斯小镇。本次出让的低密住宅地块,可视为格拉斯小镇的七期迭代产品。

从市场化开发角度来看,该地块开发门槛较高、产品适配性较为特殊,多数房企难以精准把控片区特质与开发节奏。在郭毅看来,中国绿发深耕该片区多年,对区域现状、客群需求、开发体系极为熟悉,是操盘该地块的最优主体。

格拉斯小镇有望迎来续作

中国绿发对本次摘得的宋庄地块并不陌生。格拉斯小镇项目于2006年10月首次开盘,开发主体为北京海港房地产开发有限公司,该公司是中国绿发全资子公司都城伟业集团有限公司的全资子公司。

格拉斯小镇分期开发,包含玫瑰城堡、茉莉庄园、让的花园、香博城堡、明德兰庭等主题别墅区,形成了多组团、多样化的欧式风格建筑产品。

据二手房平台挂牌数据,格拉斯小镇现有35套房源在售,挂牌均价约6.16万元/平方米,房源总价区间为958万—7900万元。

本次成交的宋庄地块先天条件优越,具备打造低密别墅产品的基础。郭毅表示,地块容积率仅1.05,属于超低密用地,产品可塑性较强,可打造洋房、类独栋、合院、叠拼等多元低密产品。

郭毅进一步分析称,中国绿发深耕片区多年,过往已打造独栋、洋房、酒店式公寓、叠拼等全品类产品,深度掌握区域客群居住需求。后续项目可结合客户痛点迭代产品力,依托格拉斯小镇成熟的全维度配套,打造一体化、沉浸式的品质居住小镇。

郭毅指出,无论是片区资源整合、产品打造能力,还是区域市场适配度,中国绿发都是该地块的最优开发主体,普通房企难以复刻其开发优势与大盘运营能力,项目整体市场发展前景较为可观。

北京商报记者 李晗

油电分化加剧 8月乘用车零售环比弱修复

8月是国内车市传统淡季,行业结构性分化持续加剧。9月8日,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(以下简称“乘联分会”)发布数据显示,2026年8月全国乘用车市场零售154.1万辆,同比下降23.6%,环比增长5.5%;前8个月累计零售1171.6万辆,同比下降20.8%。

乘联分会指出,8月国内乘用车市场呈现“总量弱修复、环比走强、结构极致分化”的运行态势,淡季尾部正在“筑底蓄力”,行业结构性调整进一步深化。

具体来看,市场总量环比修复但同比仍承压,结构性分化进一步放大,“燃油深度降温、新能源强势领跑”成为市场主线。8月燃油车全线收缩,零售同比下降超40%,近乎腰斩;其中纯燃油车零售同比下降45%,普通混合动力车零售同比增长10%。与此同时,新能源渗透率持续刷新纪录,8月新能源零售100.5万辆,同比下降10.1%,环比增长5.7%,渗透率达65.2%,再创历史新高。

值得注意的是,世界新能源车渗透率整体呈快速提升态势:2022年为13.1%,2023年升至15.9%,2024年达19.5%,2025年达23.6%,2026年达到24.1%。其中,德国达32.6%,挪威达81%,英国达35%,而美国仅7%,日本仅4%,足见世界新能源车发展极不均衡。

此外,出口持续发挥托底作用,有效稳住车企批发规模与产能释放。8月乘用车出口(含整车与CKD)88.8万辆,同比增长77.8%,环比下降4.2%,占乘用车厂商销量38%。其中,新能源车占出口总量的58.4%,较上年同期提升18个百分点;自主品牌出口78万辆,同比增长82%;合

资与豪华品牌出口10.8万辆,同比增长53%。

受出口拉动,8月厂商批发销量235.3万辆,同比仅下降5.3%,环比增长4.5%,批发同比增速较零售高出18.3个百分点。

从乘用车消费特征看,当前市场呈现三大核心特征:一是高油价持续抑制燃油车需求,“油电替代”加速,新能源渗透率在65%以上高位运行,消费者购车决策中用车成本的权重持续上升;二是换购需求挤压首购需求,“消费升级与消费降级退出并存”,B级及以上高端车型需求旺盛,A级、A00级经济型电动车受多重因素影响持续萎缩;三是以智驾驱动的新消费需求正在形成,消费者对AI智驾功能的关注度快速提升,技术体验正成为继续航、补能之后的第三大购车决策因素。

展望9月车市,乘联分会指出,9月市场进入传统“金九银十”消费旺季,终端客流有望持续回暖。随着电动车大型化趋势愈加突出,家庭选择大型自驾电动车的性价比提升,10月国庆出游有望进一步拉动大型电动车销量。此外,伴随国内“反内卷”工作持续推进,9月车市有望延续环比修复态势,高基数效应消退后,同比降幅将明显收窄。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪指出,当前车企利润率普遍承压,2026年1—7月行业利润率仅为3.6%。在此背景下,能够实现健康盈利、并在智能化领域形成差异化竞争力的企业,有望维持增长动能。同时,中国品牌在海外市场,尤其是新能源赛道已具备显著优势,后续仍需加快国际市场布局与扩张。

北京商报记者 蔺雨薇