

楼市

多个楼盘销售破亿 新房热度走高

售楼处火爆,开发商不得不分时段限流;样板间、洽谈区饱和,购房者只能站着沟通;多家房企陆续发布“破亿”海报……

“十一”假期,北京商报记者实地走访多个楼盘发现,“8·28新政”优化首付、放款规则,使刚需、置换客群的购房压力得到缓解;叠加长假置业窗口期,新房案场迎来看房潮,热门项目日均到访突破400组。置业顾问接待负荷拉满,人均单日接待超10组客户,高峰时段同时对接2组及以上购房者。

伴随销售数据回暖,房企的市场信心逐步修复,多个项目计划四季度加推新品,覆盖刚需、改善乃至顶豪全产品线。业内普遍判断,随着政策效应持续释放,北京“银十”行情有望延续,甚至超越“金九”的市场表现。



看房:售楼处堪比热门景区

作为“银十”开局节点,今年“十一”假期,北京新房案场置业顾问迎来了忙碌的销售周期。大兴招商·兴宸揽阅赶在“十一”假期前开放售楼处,意在抢抓长假置业窗口期。

该项目置业顾问韩冬向北京商报记者介绍,按照过往经验,节假日前期因外出游玩的人数增多,到访客流通常偏弱,但该项目自“十一”假期首日便迎来到访高峰,案场不得不适时启动“限流”措施。

韩冬透露,招商·兴宸揽阅案场配置26名置业顾问,“十一”假期期间,置业顾问人均每日接待看房客户14组,整体日接待总量超400组。以每组客户平均看房1小时测算,一线销售人员几乎处于持续高负荷运转状态;客流高峰时段,一名置业顾问同时对接2组客户的情况也较为常见。

在到访量走高的带动下,尚未正式开盘

的招商·兴宸揽阅已累计完成400组意向客户排号登记。韩冬表示,该项目整体房源376套,预计最晚于10月23日—24日入市,首期仅推出254套房源,结合意向登记情况,项目存在开盘即售罄的可能。

9月已开盘的中建壹品·未来元著,同样在“十一”假期迎来到访高峰。北京商报记者实地走访看到,项目洽谈区、签约区座无虚席,后续抵达的意向客户因没有空位,只能靠墙与置业顾问沟通价格等购房细节;各样板间内,同时参观的购房者至少有4组。

该项目置业顾问柳诗然表示,“十一”假期项目日均到访客户400余组,案场24名置业顾问人均每日接待客户超15组,到访规模较假期之前提升至少10%。为保障看房体验,案场每日需准备不少于800份茶点饮品供到访客户取用。

新盘热度高涨,已入市的“老盘”同样交出不俗的假期销售成绩单。北京商报记者了解到,紫京宸园10月1日—4日累计到访202

组,实现成交10套,成交规模较中秋假期上涨约15%;青年ONE序成交16套。

成交:楼盘破亿喜报刷屏

案场到访热度抬升,直接拉动新房成交规模持续走高。北京商报记者留意到,“十一”假期期间,已有多家房企对外发布项目热销海报。其中,保利熙瑞国庆前3日实现销售额2亿元;中海丽泽两个项目国庆前4日销售额达2亿元。

据中海北京相关负责人介绍,截至10月5日,中海北京旗下全部项目假期签约额已突破6亿元,签约规模较节前及去年同期均实现明显增长,增幅超30%。

签约规模走高,离不开各项目假期营销动作的助推。中海北京相关负责人表示,“十一”假期期间,旗下各项目推出国庆专属购房权益,案场配置专人开展楼市新政解读服务。项目将政策红利与专属购房优惠联动,进一

旅游

赛事与长假叠加 北京酒店预订量全国第一

随着游客陆续返程,“十一”假期收官。10月7日,北京市文化和旅游局公布2026年“十一”假期出游数据:北京累计接待游客2345万人次,实现旅游总花费294.9亿元。多家在线旅游平台的数据显示,在“双节”连玩带动下,今年“十一”假期出游热度显著高于往年。聚焦北京市场,北京酒店预订量位居全国首位,过夜游客量位列全国前十。长线游、多城串游受到追捧,不少游客走得更远、到访的城市更多,其中2000公里以上长距离航线热度同比增长超四成,预订2个及以上城市酒店的多城串游订单量增长超三成。随着游客对沉浸式、参与式文旅体验的偏好不断增强,这个假期游客的出游理由更趋多元,“内容驱动型”景区凭借“体验+”新业态成为文旅“新贵”,泥塑陶艺、化妆体验、网球培训等“学艺式旅行”快速走热。

北京文旅市场热度攀升

“十一”长假,拼假出游带动跨省客流涌入北京,文博展览、赛事演出、夜游体验相互赋能,过夜游市场表现亮眼,文旅消费、智慧出行齐发力,呈现出多元融合的假日旅游新面貌。

根据北京市文化和旅游局公布的数据,2026年“十一”假期,北京文旅市场供需两旺,多业态同步升温,文旅消费活力持续释放,累计接待游客2345万人次,实现旅游总花费294.9亿元。

北京市文化和旅游局方面表示,该局联合各区、各市场主体,推出3000余场特色文旅活动,焕新红色研学、园林戏曲、水岸夜游、中轴探访、非遗体验、京郊微度假等特色场景,激活“文旅+赛事”、演唱会票根经济活力,打造假日消费新引擎,为广大市民游客带来内容丰富、体验多元的假日文旅盛宴。

多家在线旅游平台的数据,同样折射出北京旅游的火热。飞猪数据显示,“十一”假期,北京目的地酒店预订量同比增长超67%,



北京环球度假区、颐和园、恭王府、八达岭长城等是北京目的地预订最热门的景区。据去哪儿旅行数据,北京位列酒店预订热门城市第一位。

赛事与长假叠加,也让北京文旅消费同步升温。据悉,国庆期间,2026年中国网球公开赛在北京举行。美团数据显示,“国家网球中心附近酒店”搜索量同比增长271%。同期,2026年世界乒乓球职业大联盟(WTT)中国大满贯正赛于10月4日至11日在石景山区首钢园举行;截至10月3日,此前一周“石景山首钢园”搜索量同比上涨79%。

聚焦民宿市场,木鸟民宿数据显示,北京位居十大热门目的地榜首,日均订单同比增长83%;同时,北京还位列十大深度游目的地榜首。

同程旅行方面分析称,北京整体出游热度稳步走高,跻身全国热门过夜游目的地行列。大批游客不再走马观花式打卡,而是选择停下脚步,深度感受京城的人文与秋色,全市热门商圈的酒店预订热度保持两位数增长。游客的平均停留时间明显拉长,直接带动了相关区域住宿、景点、餐饮、交通等配套消费。

步激活客户到访意愿,加速购房需求释放。以丽泽双子项目为例,该项目在假期释放了最后一批特惠房源,后续折扣或将全面收紧。

青年ONE序策划经理马子会表示,该项目“十一”假期期间设置政策专项解读,帮助客户厘清政策利好。同时,为撬动意向客户,项目也推出了限时国庆购房专属房源及购房权益,针对75、89、106平方米三种户型推出了优选房源,并设置国庆六重礼,促进客户到访及成交。

亦庄国贤府迎来首次开盘后的首个长假。该项目营销负责人向北京商报记者透露,“十一”假期期间,项目客户到访、复访明显增多,认购成交集中释放,到访量与认购成交量较节前工作日均出现显著提升。

“到访、成交的走强,很大程度上得益于系列楼市新政的托举。”上述亦庄国贤府营销负责人表示,项目主力客群以亦庄科创从业人才、赢海本地置换家庭以及刚需首置年轻群体为主。新政落地之后,刚需首置客群占比明显提升。公积金贷款额度上调、购房贷款成本下行,不少此前持观望态度、受购房门槛约束的年轻刚需群体,选择在“十一”假期集中入市看房、完成认购。与此同时,“8·28新政”下的竣备放款规则,拉长了置换群体卖房的操作周期,有效提振置换客群的购房信心。

柳诗然表示,未来元著项目是“8·28新政”之后取得预售证的楼盘。新政虽导向推进现房销售,但符合条件的项目仍可执行期房销售模式。购房者仅需支付15%—20%首付即可锁定房源,在银行放款前无需偿还月供,可享受1—2年的资金缓冲期,相比过往政策,购房者的阶段性资金压力得到明显缓解。

后市:多家房企酝酿加推

“十一”假期到访与销售数据的显著回升,进一步提振房企的市场信心。伴随政

策效应持续释放,多家开发企业调整销售策略,对北京楼市“银十”行情普遍持乐观判断。

中海北京相关负责人表示,市场观望情绪逐步消解,购房者置业心态发生积极转变。当下购房群体主动抓住政策窗口期,加快落地置业计划,同时更加看重居住品质与交付安全性,综合实力突出的品质项目更受市场青睐。

在政策持续托举之下,北京新房市场四季度具备较好的发展基础。据中海北京相关负责人介绍,中海北京后续将持续供应多元化优质房源,兼顾刚需与改善层级需求,以产品力承接持续释放的购买力。其中丽泽双子项目将集中推出优质四居产品,重点承接丽泽金融商务区及内城改善群体的置业需求。

紫京宸园计划在四季度加推包含172平方米户型的3号楼。该项目营销负责人向北京商报记者介绍,3号楼向内可俯瞰社区环景园林,向外直面星河湾公园,景观优势突出。除此之外,项目仍有少量145平方米户型,主力在售232平方米、278平方米以及400平方米的产品,可覆盖从改善到顶豪的全链条高端置业需求。

亦庄国贤府营销负责人认为,四季度历来是北京楼市升温、政策红利集中兑现的关键窗口,也是自住属性优质楼盘的销售黄金期。刚需首置、置换改善需求有望集中释放,确定性高、品质过硬的住宅产品,将成为四季度市场的抢手标的。

中海北京相关负责人预判,旗下在售项目成交有望迎来一轮小高峰。在其看来,市场利空因素已基本出清,同时企业产品力站上历史高位;在市场确定性增强的背景下,购房者更需把握选房节奏,抢先入市才能拿到更优房源与价格。综合多重因素,“银十”行情有望延续甚至超越“金九”的市场表现。

北京商报记者 李晗

地出游人次同比增长均超过50%,增幅位居前列。

随着长线游需求大幅增长,东部城市自驾游客“飞赴西部、落地自驾”的趋势逐渐深化。租租车数据显示,“十一”期间国内自驾需求同比增长近7%,珠三角、长三角、京津冀地区游客的自驾游需求更旺,其中,广东自驾游客更偏爱云南、新疆,上海自驾游客更多选择成都与兰州,北京游客的目的地更分散,有的偏爱拉萨,有的偏爱呼伦贝尔赏秋。

多城串游订单增超三成

除了出游半径不断扩大,越来越多的游客愿意通过飞机、高铁等交通方式组合,用一趟出游串联多个城市,提升出行“含城量”。美团数据显示,“十一”期间,游客人均到访约1.2个城市,较去年有所提升;其中,通过飞机、高铁等交通方式组合、一次串联3城及以上的用户同比增长54%。

去哪儿旅行数据显示,预订2个及以上城市酒店的多城串游订单量增超三成;预订3个、4个及以上城市的游客分别同比增长超三成和五成,呈现出“住得城市越多,增长越显著”的趋势。马蜂窝大数据显示,多城串联游相关搜索热度环比上涨172%,县域目的地、自驾路上的衍生文旅项目、兴趣向主题旅行的搜索热度也大幅走高,平均上涨120%。

不仅如此,县域正从旅途“过路点”加速转变为独立旅行目的地。马蜂窝大数据还显示,“奔县游”相关搜索环比大涨238%。木鸟民宿数据也显示,四成游客选择奔县游,打卡县城宝藏民宿成为这个“十一”假期更多年轻人的选择。

学艺式旅行成为新玩法

凭借古镇夜景和沉浸式非遗灯会,江西北上饶葛仙村成为假期期间人气最旺的景区

之一;河北唐山河头老街则凭借水上夜游和实景演艺,让游客仿佛“穿越”入画,热度同样跻身TOP10。对此,去哪儿大数据研究院研究员杨涵分析称,过去,旅游更多是围绕“去哪里”,今天更多人开始为了“一个故事”而出发。越来越多“内容驱动型”景区,凭借“体验+”的新业态,正在成为文旅“新贵”。

白天看古建、逛市集、拍汉服,夜幕降临时看灯火亮起,再步行回到附近民宿,成为不少年轻人的古城旅行方式。途家数据显示,“十一”假期,大同古城、重庆洪崖洞、洛阳洛邑古城等中式传统地标所在区域,均成为民宿预订热门商圈。中式主题乐园开封万岁山武侠城周边民宿预订量同比增长近三成。

随着游客对深度文化体验的需求不断增长,“学艺式旅行”正在快速走热。这个“十一”假期,不少游客选择在景德镇学陶艺,到普洱辨别咖啡风味,在上海一堂美妆私教课,到西双版纳的基诺山雨林徒步,住进婺源民宿换上汉服看晒秋……美团数据显示,徒步登山、秋收采摘、网球培训、化妆体验、泥塑陶艺、环线赏秋、温泉度假、品蟹赏味、音乐剧观赏、入住特色体验民宿,成为今年“十一”假期的十大热门玩法。

途家民宿高级副总裁胡阳表示,今年“十一”长假,有的游客为了秋景、演出、美食等特色体验奔赴一座城市,有的则是主动避开拥挤,在近郊、小城或一个目的地住得更久。相比过去单纯追逐热门景区,游客越来越关注“为什么去”和“怎么度过这几天”。

旅游酒店行业资深高级经济师赵焕焱分析认为,“十一”长假为长线游创造了条件,便利的交通使多城串游成为可能,年轻客群及亲子出游则带动“学艺式旅行”成为热门。因此,各目的地城市必须彰显个性化的独特魅力,文旅企业也需具备整合多样化旅游要素的能力,以吸引更多游客到访。

北京商报记者 吴其芸
图片来源:视觉中国