

“五一”假期出游预订升温

证券日报记者 朱宝琛 见习记者 何成浩

“五一”假期临近,旅游市场已提前进入预热状态。航旅纵横大数据显示,截至4月9日,“五一”假期国内航线机票预订量超194万张,同比增长约8%。

作为观察消费活力的重要窗口,今年“五一”假期旅游市场的表现备受关注。接受《证券日报》记者采访的专家均认为,与清明假期以亲子短途为主导不同,“五一”作为全国性长假,有望迎来全年龄段、更大半径的出行需求释放,旅游消费正从“量的扩张”转向“质的提升”,从“休闲体验”迈向“成长体验”。

经文化和旅游部数据中心测算,清明节假期3天,全国国内出游1.35亿人次,同比增长6.8%;出游总花费613.67亿元,同比增长6.6%。商务部商务大数据显示,清明假期,跨城出游人次同比增长15.1%,主题乐园消费同比增长

11.7%,亲子研学订单同比翻倍,租车订单量同比增长约40%。

清明假期与“五一”相隔仅一个月,清明假期展现的消费活力,为展望“五一”提供了重要参照。“五一”作为全国性长假,出游人群将从以亲子家庭为主扩展至全年龄段,出行半径也将进一步扩大。

华侨大学旅游安全研究院教授殷杰对记者表示,此前在清明假期已验证的“成长体验”驱动模式,不仅会延续,更将在“五一”得到全面强化和升级。露营、户外运动、文化研学等体验型消费场景有望持续升温,旅游消费正从单一出行支出向多元场景延伸。

国研新经济研究院副院长朱克力对《证券日报》记者表示,今年清明假期相关数据的温和增长,标志着消费复苏进入稳健、理性、高质量的新阶段。这是可持

续、内生性的恢复,说明居民出行意愿稳定、消费信心持续修复。

在国内旅游需求稳中有升的同时,入境市场正成为不可忽视的新增量,形成“国内稳量、国际提质”的互补格局。

近年来,我国持续推动入境消费相关政策落地。今年3月份,商务部等九部门联合发布《关于促进旅行服务出口扩大入境消费的政策措施》,进一步明确入境消费的重要性。

政策效果在清明假期得到充分验证。据国家移民管理局通报,2025年清明假期,共有677.9万人次出入境,日均226万人次,较2025年同期增长9.1%。其中,外国人入境84.3万人次,同比增长20.9%。入境外国人中,适用免签政策入境31.9万人次,同比增长30.7%。

朱克力表示,我国当前已形成“春假激活国内、免签提振入境”的

双轮驱动格局,内外需实现同频共振。国内方面,春假与清明衔接形成的“小黄金周”填补了春节至“五一”的淡季空白,平滑了客流波动、拉长了消费周期;入境方面,免签政策红利持续释放,服务贸易出口明显改善。“两者叠加,将为二季度消费注入确定性增量。国内游稳住基本盘、扩大内需总量;入境游提升质量、增加服务出口,共同形成良好格局。”

朱克力认为,旅游消费是服务消费复苏的龙头与压舱石,覆盖交通、住宿、餐饮、零售、文娱全链条,乘数效应突出。在外部不确定性加大的背景下,旅游凭借全民参与、跨境联动、场景融合的优势,将成为扩内需、稳预期、保民生的战略支柱,为经济平稳运行提供坚实支撑与持久活力。

(原载《证券日报》2025年4月13日A2版)

今年以来地方债发行节奏提速

土地储备专项债发行规模同比近乎翻倍

证券日报记者 韩 昱

2025年,我国继续实施更加积极的财政政策,其中安排地方政府专项债券4.4万亿元。今年新增专项债券的发行节奏较去年有所提速。数据显示,截至4月13日,各地发行新增专项债券规模约为11879亿元,发行进度为27%。而去年同期新增专项债券发行规模约为10183亿元,发行进度为23%。

“年初以来,新增专项债券发行节奏明显加快,且呈现出化债类资金与非化债类资金均加快落地的特征。”中信证券首席经济学家明明在接受《证券日报》记者采访时表示,其中非化债类资金体量更大,对整体前置落地的贡献相对更为突出。

从地方债整体发行情况看,截至4月13日,各地发行地方债约33947亿元,发行规模同比增长11%,靠前发力特征明显。在新增专项债券快速发行的同时,置换存量隐性债务的再融资专项债券发行亦提速,发行规模达10598亿元,占今年计划发行规模(2万亿元)比重已过半。

从新增专项债券的投向看,市政和产业园区基础设施仍是主要方向,债券规模、占总体比例分别为5552亿元、47%。投向交通基础设施、棚户区改造和民生服务的新增专项债券规模也较高,分别为1883亿元、969亿元和581亿元,占总体比例分别达到16%、8%和5%。

值得一提的是,今年以

来,土地储备专项债券发行规模已达849亿元,较去年同期(约为435亿元)增长95%,接近翻倍。按季度看,一季度各地发行土地储备专项债券783亿元,同比增长130%。

明明表示,今年新增专项债券资金用途在延续去年同期基础设施建设主导格局的同时,进一步向土地储备和特殊重大项目等领域倾斜。土地储备专项债券则延续了2025年全年以“自审自发”省市为主的投放格局。

各地土地储备专项债券在盘活存量土地方面取得成效。例如,3月份,南充市自然资源和规划局发布消息称,自2025年3月份启动土地储备专项债券试点以来,该市在闲置存量土地收回收购方面取得显著成效。截至2025年首批次申报结束,南充全市累计有20个项目、3884亩土地进入省级备选库,涉及资金43.8亿元,已发行债券资金16.04亿元,预计可消化处置闲置商住用地1017亩。项目入库额与债券发行量均居四川省前列。

上海易居房地产研究院副院长严跃进对记者表示,土地储备专项债券发行规模同比大幅增长,是当前财政工具扩张的一个重要体现。目前各地在收购土地、收购存量商品房等方面都有实际动作,这既有助于优化房地产市场的供求关系,也对后续市场预期形成了有力支撑。

(原载《证券日报》2025年4月14日A2版)

钓系青年,如何“钓”出500亿?

新华社记者 胡可璐



路亚钓鱼互动体验区,观众现场体验垂钓操作。主办方 供图

天刚蒙蒙亮,城郊河道边已站满手持钓竿的身影。36岁的杭州钓友杨先生趁着周末晨光抛竿收线,享受垂钓的松弛感。

不久前,他特意奔赴上海,在2025上海国际路亚展上沉浸式逛展,挑选路亚竿与纺车渔轮。数据显示,全国1.4亿钓鱼爱好者撬动超500亿元规模的钓具特色产业,其中25至44岁中青年群体占比达46%。曾被贴上“中老年专属”标签的钓鱼运动,如今变身年轻人追捧的新生活方式,垂钓经济蓝海正加速绽放。

路亚展:黑科技轻量化钓鱼人有多快乐?

路亚是通过操控拟态饵模仿弱小生物引大鱼攻击的钓鱼方式,源自英文“Lure”音译,强调主动寻鱼和全身协调性。与传统钓法相比,路亚无需打窝、携带便捷、环保回收,被称为“水上高尔夫”。

记者在上海国际路亚展看到,现场人气火爆,抛投体验、新品发布、技巧交流、社交互动等活动氛围热烈。“我是刚入门的新手,平时就想在周末去公园钓鱼,今天在展会看到的短节折叠路亚竿特别合心意,还现场学会了基础抛投技巧。”来自上海本地的95后参观者小张告诉记者,他专程来展会挑选入门装备,“没想到钓鱼还有这么多讲究,很多装备设计得很潮,完全符合年轻人的审美。”

入门玩家追求轻量化、高性价比,资深钓友则更看重专业与个性化。从杭州专程赶来的杨先生拥有7年路亚经验。“我主要玩野钓和竞技比赛,对钓竿的腰力、鱼轮的顺滑度要求较高,这次来想看看新品。”杨先生现场试用轻量化水滴轮后便预定了一套。“以前一款钓竿能应付所有场景,现在大家还会根据自己的钓鱼习惯,定制专属装备。”

据中国钓鱼协会统计,我国目前约有1.4亿活跃钓鱼者,钓鱼用具及相关产业市场规模超500亿元。全球80%以上的钓具产品为中国制造,我国已成为全球最大约

具生产制造基地和重要市场。

展会现场,多家国内外知名企业展出了路亚竿、渔轮、鱼钩、浮漂、仿生饵等全品类产品,观众还能看到专业海钓艇、户外养护设备、户外服饰以及潮流文创周边。其中,光威展示了新品“幻蛛”高感度轻量化虫竿/碳素轮座;临湘产业园展示了全系列竿饵线产品;肃宁鱼竿工贸基地展示了千元内性能竿皇青鲫至尊等。

本土品牌精科技带来了一系列实时动态声响产品。“这款针对路亚及淡水捕捞开发的探测器,无需复杂布线即可通过WiFi直连手机或平板电脑,可实时呈现70米内的水下动态画面,替代了传统笨重的探测主机。”企业负责人郑先生告诉记者,随着钓鱼人群年轻化、专业化,这种便携智能的探测设备近年来在国内市场销量增长很快,体现出路亚装备向智能化转型的趋势。

“本次展会我们带来了全系列产品,涵盖入门级、进阶级、专业级等不同定位,每天接待的咨询者近千人。”宁波海伯集团参展负责人透露,三款新品水滴轮均搭载海伯芯·2.0齿轮系统与AMC二代自适应磁力刹车系统,抛投顺滑、齿感微弱。蓝鲸舷外机搭载矢量控制算法智慧系统,R系列大功率无刷舷外机适配路亚艇、清洁船等多场景需求,“现在消费者需求越来越细分,我们必须精准定位不同群体,推出差异化产品,才能抓住市场机遇。”

不止于线下,垂钓热潮在电商平台持续升温。抖音电商《2025垂钓消费趋势报告》显示,2025年平台垂钓类商品累计售出4.04亿单,覆盖渔具、饵料、垂钓服饰等全品类,溪流钓、小物钓等“轻量化”垂钓新趋势流行,新锐品牌成为消费主力军。小红书平台上,“钓鱼人的快乐”话题浏览量已突破25.5亿次,钓友分享日常、交流技巧,让垂钓成为潮流生活方式。

值得买消费产业研究院执行院长赵一鹤对记者表示,钓鱼产业升级是体验经济和情绪消费释放的缩影。对消费者来说,钓鱼不仅

是休闲活动,更承载亲近自然、缓解压力、社交互动等多重价值。产业也从渔具装备延伸至户外出行、露营等领域,正从小众爱好成长为兼具消费带动能力和产业延展空间的细分赛道。

隐忧待解:同质化“内卷”下的标准之困

在上海国际路亚展同期举办的钓具行业质量品牌大会上,记者了解到,我国钓具行业已形成较为完善的产业体系,随着我国钓具产业持续升温,路亚消费人群兴起,以往以外贸代工为主的渔具装备厂商开始转向国内市场和自有品牌建设,从“制造”向“智造”与“创造”迈进。

但不容忽视的是,在转型进阶的过程中,同质化严重、标准缺失等问题成为制约行业高质量发展的瓶颈。

中国文教体育用品协会理事长易晓刚提供的一组数据显示,钓具产业主要产品多年来出口占产业总值超过50%以上,2025年出口额达19.78亿美元,同比增长2.46%。“总量和总额都增长了,但是品类单价下降5%-14%。行业同质化低价竞争激烈,内卷严重。”

标准缺失成为制约钓具行业规范化发展的短板。中国文具器材标委会委员郁岩透露,目前我国钓具行业仅有21项标准,其中国家标准0项,行业标准16项,团体标准6项(含3项在研),基础通用标准仅2项、方法标准为0项,与近千种钓具产品的分类总量严重不匹配。

“使用说明、服务、环保、管理等基础标准和方法标准严重缺失,直接导致行业兼容性差、产品质量无法统一界定,企业研发和创新程度缺乏参照和约束。”郁岩说。

郁岩认为,行业应尽快搭建全品类标准框架,推进53项标准制定,补齐标准短板,为产业质量提升、品牌升级提供硬核支撑。

易晓刚指出,钓具行业需摆脱规模扩张惯性,向绿色智造、材料创新、数字协同、柔性定制、生态融

合的高质量发展路径转型,走差异化、精品化发展之路。一是深耕运动竞技场景。针对性研发适配路亚钓、池钓、台钓等专业装备,契合“钓获放流”环保理念,助力垂钓运动普及化、规范化发展。二是聚焦群众体育日常休闲场景。围绕休闲垂钓用户需求,开发可折叠钓竿、一体式钓箱、简易套装等便携产品,研发适配溪流钓、野钓的小型化钓具,实现休闲体验与生态保护双向赋能。三是挖掘娱乐社交场景。把握垂钓成为新型社交载体的趋势,打造体验式门店、垂钓乐园,组织亲子垂钓、钓友沙龙,搭建线上社群交流平台,推动钓具销售与垂钓内容深度绑定;深化“钓鱼+文旅”“钓鱼+露营”融合发展,实现从“卖产品”到“卖体验”升级。

国货突围:以创新重构产业新生态

产业升级的落脚点在企业,面对新消费浪潮,钓具品牌如何更好吸引年轻群体,实现突围?

宁波海伯集团有限公司总裁贺少杰认为,当前钓具行业市场“水位”上涨,但消费人群已发生根本性变化,消费者需求呈现液态流动特征,户外业态也从单一场景向复合场景进化。基于此,海伯集团打造品牌矩阵,覆盖基础用户、高阶玩家、硬核钓友与环保爱好者,同时通过打造骑行、徒步等多场景适用产品、情绪营销以及垂钓驿站等,重构品牌与户外运动人群的连接,探索特色化品牌升级路。

在数智浪潮下,科技重塑智慧垂钓新生态。“企业累计投入超4600万元研发自动化生产线,从一代迭代至六代,同时自主研发数控成型机、全自动智能化绑钩设备,极大地提高了生产效率和产品质量,高档浮标年产量可达150万支。”湖南池海浮标有限公司董事长李建明介绍,企业坚持将60%利润投入研发,即便行业内卷,池海仍保持超10%的企业利润率。

据了解,钓具行业早有“临湘的标、威海的杆”之说。湖南临湘被称为“中国钓具浮标之乡”,浮标产业长期占据中国市场超80%份额,产值突破85亿元。此外,“中国钓具之都”山东威海、“中国钓具鱼竿工贸基地”河北肃宁等钓具产业集群近年来在科技创新加持下也呈快速发展态势。

今年2月,钓鱼装备制造商乐欣户外登陆港交所主板,成为港股“钓鱼装备第一股”,展现出钓具产业的发展潜力。从“孤舟蓑笠翁”的古典诗意,到如今“水边煮茶、抛竿闲谈”的现代治愈,钓鱼这项古老的运动,正重新确立发展坐标——不仅是蓬勃发展的户外休闲经济业态,也承载着当代钓鱼人的“诗和远方”。(来源:新华网)

春日消费活力映照经济新图景

新华社记者 王雨霁

人间四月,绿树花明。

各大旅游平台上,“春日赏花”“近郊踏青”等关键词搜索量大幅攀升,人们奔赴春光的热情持续高涨。景区繁花盛开、游人如织,多地增开“春日专列”满足旺盛出游需求;时令春菜走俏,“春日味道”激活餐饮消费;以旧换新持续发力,零售业态持续焕新,带动线下商圈客流回暖。春日消费日益升温,映照生机勃勃的经济新图景。

消费市场活力绽放,折射需求升级与供给创新的双向奔赴。随着我国居民消费结构深刻转变,沉浸式体验、个性化表达、品质化享受渐成主流,情绪类、体验类消费日益成为新趋势。一场随心而行的“Color Walk”,一杯季节限定的春日特饮,一次定格春光的国风旅拍,无不彰显人们对美好生活向往的新内涵。顺应这些消费新需求,供给端不断创新。以赏花为例,“赏花+露营”“赏花+研学”“赏花+低空飞行”等新业态推动相关产业向“吃住行游购娱”全链条延伸拓展,为提振消费、扩大内需注入新动能。

消费春意浓,离不开政策激活消费动能,不仅要开好“花季”,更要延续“四季”。一些地方的探索带来启示:深挖地域特色、历史文脉、民俗非遗等文化内涵,让自然风光与人文底蕴深度融合,以文化赋能提升产业附加值与核心竞争力;同时主动拥抱人工智能等前沿技术,构建沉浸式、交互式、科技感十足的消费体验,让消费场景更具吸引力。

春日消费的“好风景”,是国内大市场韧性与潜力的生动写照。持续以需求为牵引优化供给,以政策为支撑释放活力,不断推动业态融合、场景创新、品质提升,让“消费之花”四季常开。

(新华社北京4月13日电)

消费春意浓,离不开政策

报告认为,能源支出上升显著挤压英国居民消费能力。若能源价格未能迅速大幅回落,电费、燃油成本上升将进一步加重英国家庭负担。

决议基金会首席经济学家詹姆斯·史密斯表示,当前能源价格仍明显高于战事爆发前水平,今年多数英国家庭的购买力将被削弱。

中东战事爆发一个多月以来,国际油价居高不下,伦敦布伦特原油期货价格从2月底的每桶70美元左右上涨至目前的每桶100美元左右。

中东战事推高能源价格

英国普通家庭收入承压

新华社伦敦4月14日电

(记者 赵小娜)英国智库决议基金会13日发布报告说,受中东战事推高能源价格的影响,英国普通家庭今年的收入预计将较战事爆发前下降,居民生活水平面临下行压力。

报告指出,在能源价格上涨推高通胀的背景下,英国普通家庭今年的收入由此前预计的增长0.9%转为下降0.6%。收入最低的五分之一群体收入增速预计从冲突前的2.8%降至1.2%。