



“每克优惠100元”

黄金价格回调 黄金饰品降价促销

近期,国际黄金价格出现回调。期货方面,COMEX黄金期货价格4月22日跌幅超过3%,4月23日再度回落,跌幅超过1%。终端消费市场方面,记者走访发现,受金价回调影响,不少黄金珠宝品牌推出了“五一”优惠活动,整体力度较大。

推出优惠活动

“目前已进入‘五一’优惠活动周期,每克优惠80元,工本费另算。除了首饰,金条、金摆件同步优惠。”中国黄金门店销售人员告诉记者。

周大生门店销售人员告诉记者,“五一”假期是重要的销售节点,婚庆用金达到小高峰。婚庆用金一般都会提前购买,所以公司提前推出了每克优惠100元的活动。

从销售量看,据多家门店介绍,销量整体较为可观。周大福门店销售人员告诉记者,在此前黄金价格上涨过程中,按件出售的3D硬金产品以及钻石、珍珠、玉石类产品价格基本没有变动。出于替代效应,这些产品受到了消费者青睐。随着“五一”假期临近,这些产品的优惠活动也陆续推出。比如,购买称重类黄金饰品,钻石产品可以享受打8折的优惠。

世界黄金协会报告显示,3月上海黄金交易所的黄金出库量为124吨,较2月略微减少3吨;但一季度上游实物黄金需求增至2019年以来最高水平,达522吨。世界黄金协会预计,黄金投资需求将持续走强。

把握需求变化

在此次黄金价格回调前,黄金价格出现了一轮明显上涨。

券商研报普遍认为,避险需求大增,使得黄金价格处于高位。此外,美国国债超量发行,美元真实购买力下降,全球央行储备中黄金占比从10%上行到20%至30%,黄金成为各国央行替代美元的重要资产。

对于黄金珠宝企业的发展机遇,华泰证券研报显示,国际金价处于高位,消费信心持续恢复,保值心理驱动黄金珠宝消费较快增长。复盘国外高端珠宝发展历程,在经济、文化、消费人群切换阶段,高端品牌要把握需求变化,立足自身定位,持续以产品、服务、品牌占领市场。我国黄金珠宝上市公司大部分定位大众市场,产品性价比高,可通过灵活的渠道与价格策略,持续提升市场份额。

国金证券表示,2024年第一季度,金价环比上涨,同时企业成本控制较为稳定,黄金板块上市公司业绩将得到较好兑现。

从上市公司表态看,普遍看好未来金价走势。银泰黄金表示,2024年,美联储降息、央行购金将成为黄金价格的重要支撑因素,预期金价将呈现震荡偏强态势。

紫金矿业表示,美联储货币政策大概率转向宽松,历史上看美联储降息周期中黄金总体表现强劲,但美联储降息的速度、幅度存在不确定性。

(据《中国证券报》)

房地产市场仍有发展空间

年初,关于房地产市场在2024年春季是否会迎来“小阳春”,引发大家很多期待。从今年一季度房地产投资、销售情况看,市场仍处在调整过程中。但应该看到,尽管一季度销售量与去年同期相比有回落,但绝对数量并不低。为促进房地产市场稳定发展,有关部门和地方出台了一系列政策措施,相关数据表明,这些政策措施正在显现积极效果。从长远看,我国房地产市场仍然具有持续健康发展的条件。

房地产是国民经济支柱产业,并且已经历了一段时间的调整。房地产市场未来走势会怎样?买房的人多起来了吗?价格怎样了?这些问题很多人都非常关心。想买房的希望房价继续跌,觉得还有下行空间,继续观望。想卖房的,自然希望涨价。数据表明,今年一季度,仍有一些房地产相关指标与去年同期相比下降了,但这个下降有去年基数高的因素影响。

以房地产销售指标降幅扩大为例。2023年3月起房地产销售迎来“小阳春”,当月新建商品房销售面积约为1.38亿平方米,为全年各月最高。2023年4月,新建商品房销售额增速和销售面积增速均为2023年12个月中最高。2024年3月,新建商品房销售面积是1.13亿平方米,比去年3月少了2500万平方米左右,同比增速放缓。但对比去年6月以后房地产各月的销售量,今年3月房地产销售量比去年下半年各月绝对水平都高。这表明,今年一季度尤其是3月房地产同比销售回落确实有去年同期对比基数较高的原因,绝对量水平并不低。

支持房地产稳定发展的政策措施效果持续显现。“三大工程”拉动房地产开发投资增长。2023年中央金融工作会议后,中央及地方加快保障性住房、“平急两用”公共基础设施、城中村改造“三大工程”推进力度,积极构建房地产发展新模式。一季度,“三大工程”拉动房地产开发投资0.6个百分点。

房地产融资协调机制使房企融资难有一定缓

解。住房和城乡建设部、国家金融监管总局推动各地建立房地产融资协调机制,为当地金融机构推送房地产项目“白名单”,支持房地产项目融资。今年一季度,房地产国内企业贷款降幅比1月至2月收窄1.2个百分点,这与“白名单”融资政策落地有直接关系。

因城施策房地产调控举措有助于活跃销售。今年以来,各地加大支持房地产稳定发展的政策力度,包括放松限购、降低公积金贷款利率等。有30多个城市提出住房“以旧换新”政策,旨在让有改善性住房需求的群众安全、高效、快速达成换房目的。多城还宣布阶段性取消首套住房商业性个人住房贷款利率下限,此举为购房者提供了更加灵活和优惠的贷款条件,有助于买房人降低购房成本,提升购房积极性。在各个地方政府共同努力下,今年一季度新建商品房销售面积和销售额比1月至2月降幅分别收窄了1.1个和1.7个百分点。

应理性看待当前房地产市场的调整。每一个行业的发展,往往是有起有落的。房地产行业历经多年高速扩张,从2003年到2020年,房地产投资年均增长19.9%,商品房销售面积年均增长10.8%,商品房销售金额年均增长20.3%。按照产业成长周期,进入现阶段的调整是正常的。当前的房地产行业调整,有利于房地产构建新模式,有利于结构优化,尤其是有利于房地产业高质量发展。传统产能和落后产能可以实现出清,在充分竞争过程中,整个行业可以为购房者提供更好的房子和服务。

房地产市场未来发展空间仍在。城镇化进程还在推进,2023年我国常住人口城镇化率为66.2%,但户籍人口城镇化率还不到50%,仍有1.8亿外出农民工在城市中没有完全市民化,在这些进城农民工中购房比例不高。且现有存量住房中,90平方米以下中小户型住房仍占绝大多数。随着人们生活水平提高,城镇化深入推进,我国房地产市场改善性、刚性需求仍较多,依然有广阔的发展空间。

(据《经济日报》)

“五一”假期酒店价格走高 多地出手规范价格秩序

“五一”假期将至,旅游市场供需两旺。据美团数据,截至4月24日,“五一”假期文旅预订订单量(含景区、住宿、交通等)周环比增长超190%。不过,近期也有网友在社交媒体上发文称,多个热门旅游城市的经济型酒店假期价格已升至近千元每晚。

北京市京师律师事务所高级合伙人钟兰安对记者表示,酒店价格属于市场调节价范畴,并非国家统一定价,因此酒店有权根据市场供需状况灵活调整价格。然而,酒店涨价并非毫无限制,仍需遵循一定的市场规则和道德规范,确保价格与服务品质相匹配。

酒店住宿需求增长明显

随着国内旅游市场的复苏和酒店行业市场信心的恢复,酒店经营情况显著复苏,经济型酒店的日均房价也呈现上涨趋势。

2023年,华住集团、首旅酒店、锦江酒店等业内领军企业,在房价、出租率及RevPAR(平均可出租客房收入)等关键指标上均实现了不同程度的提升。其中,房价的上涨尤为显著,涨幅接近或超过两成。

“旅游业的复苏,为酒店业带来了源源不断的客源。”旅游酒店行业高级经济师赵焕焱在接受记者采访时表示,2023年,酒店行业头部企业优势进一步显现,强势品牌在连锁化不断提升的过程中持续壮大。

作为春节后的首个长假,“五一”假期旅游热度急速上升。综合携程、同程旅行等多家在线旅游平台预订数据来看,今年“五一”旅游热度在去年高位基础上稳中有增,游客出游距离和出游天数呈现显著增长,北京、上海、成都等热门旅游目的地酒店搜索量环比增幅最高接近100%。

然而,随着出游热度的飙升,酒店价格也“水涨船高”。记者查询发现,“五一”期间北京核心地段以及旅游景点附近酒店价格迎来近100%的涨幅。美团APP显示,环球影城大酒店4月24日豪华大床房为1630元/晚,而5月1日,同房型房价飙升至3205元/晚,涨幅近97%。

记者就此电话咨询了北京环球影城大酒店,工作人员表示:“目前预订房间相对优惠,越是临近假期房价越贵。5月1日至5日豪华大床房等多个房型已全部预

订完,目前房价处于正常水平,与去年‘五一’价格基本持平。”

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力对记者表示,假期酒店价格上涨符合市场供需规律,当需求激增而供给受限时,价格自然会上涨。但涨幅应合理且明码标价,不能无限地抬高价格,市场监管部门需要确保价格的公正透明。

多地规范住宿价格秩序

记者注意到,为确保节假日旅游市场价格稳定,多地市场监管部门对“五一”期间酒店业价格进行了政策提醒。

例如,山东潍坊市奎文区市场监管局发布告诫函称,各类经营主体要严格遵守《价格法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等价格法律法规和相关价格政策,加强价格自律,自觉纠正价格违法违规行为。南京市市场监督管理局组织召开了宾馆酒店行业行政指导会,并发布了“五一”期间价格政策提醒函。江西景德镇市珠山区405家旅游住宿业宾馆、酒店、民宿签订《景德镇市旅游住宿行业价格诚信承

诺书》。

朱克力表示,多地市场监管局发出提醒函,主要是为防止酒店业在旅游高峰期过度涨价,保护消费者合法权益,同时也是出于维护市场秩序的考虑。虽然价格波动是正常的现象,但过度的价格波动,特别是恶意哄抬价格,会扰乱市场秩序、损害消费者权益。

同时,酒店预订平台也正采取措施保障消费者权益。同程旅行表示,如遇酒店毁约,将协助客人安排同等级或以上房间,并按照平台用户权益保障政策,承担由此产生的差价。携程旅行亦表示,消费者遭遇毁约可先联系平台,平台将协调解决,若酒店不愿接待,平台将按订单处理,确保消费者权益不受损害。

北京市京师律师事务所高培杰律师对记者表示,遇到酒店价格虚高情况,首先可以向酒店方提出质疑并要求进行合理解释。若无法与酒店协商,可以向市场监管部门投诉或寻求消费者协会的帮助,如果涉及金额较大或争议难以解决,也可以寻求司法途径维护自身合法权益。

(据《证券日报》)