

“90/70”政策低调回归 业内看淡房地产投资

■ 本报记者 李霖轶

今年一季度,房地产市场呈现一片火热的发展趋势,一线城市“日光盘”频出,部分二线城市也出现抢房热潮。但是,房地产已进入“白银时代”,去库存仍是大部分三、四线甚至二线城市的首要任务。一线城市看似进入“疯狂”发展模式,但是楼市是否回暖仍需理性看待。

“90/70”政策回归

中原地产研究部统计数据 displays:截至3月13日,北京商品房住宅五环内签约为703套,签约均价达到了62464元每平方米。纯商品住宅的供不应求造成房价上涨的原因之一,从最近9年的五环内商品房均价可以看到,整体市场一路走高,从2008年的1.6万元,上涨到目前的6万元以上,未来北京五环内市场已经进入高端化。

中原地产首席分析师张大伟表示,预期未来北京五环内的高端化区域将依然延续,从北京今年出让的土地看,五环内基本地价都超过区域在售房价,包括前期丰台7.5万地王,预期未来新宫等地王还将影响市场预期。

楼市的有趣之处便是,它总是充满着各种各样的变数。

3月31日,北京土储中心网站挂出两宗位于昌平邵镇的住宅用地,在挂牌文件中有这样一条规定,明确表明:“本次挂牌出让宗地除建设保障性住房外的剩余居住规模中,套型建筑面积90平方米以下住房面积所占比重需达到70%以上。”消失已久的“90/70”政策又重新被列入购地条款当中。

亚豪机构市场总监郭毅认为,北京地价逐渐走高,六环周边的地价水平都普遍达到3万元左右,这意味着未来北京住宅市场的刚需型产品将会越来越少,重拾“90/70”,其实主要是为了弥补刚需型产品供给不足的问题;而另一方面,北京的高价地现象也将得以缓解。

日前,包括上海、深圳在内的一线城市市均出台了地产新政,不同程度上对楼市进行了调控。



长期来看,北京的成交量和成交价格相对稳定。一线城市已没有太多的投资空间,加上限购,对于投资客来说,资金杠杆出现了变化,房产并不是一个很好的投资品了。”

成交量回暖有待观察

今年以来,一线城市房地产的一系列现象,让人产生楼市再度“疯狂”的幻觉。上海尤为典型,房东跳价、交易中心爆棚,甚至,上海虹口区推出352套总价上千万元的新房,一天内就被抢光,销售额高达36亿元。

对此,郭毅认为,上海、深圳楼市过热事出有因。深圳去年供地仅有一块住宅用地,其他的都是靠旧城改造

来的增量供应,加之深圳的外来人口相对较多,价格自然上涨得比较快。上海更多的是误传,并且上海成交量上涨和江浙一带的投资敏锐度较高有很大关系。成交量的回暖才是真实的回暖,成交价格的回暖并不一定能够得到市场接受。

而在楼市看似回暖并呈现再度火热的趋势下,北京新房成交量并没有明显上升。从成交量来看,“3·30”新政后一年间虽然成交量出现回升,但37%的增幅与2009年4万亿元刺激之下157%的增幅相去甚远,也低于上海2015年成交量49%的年度增幅;其次,从成交价格来看,“3·30”新政一年间北京商品住宅成交价格涨幅14%,相比深圳2015年40%的年度涨幅低出不少。

此外,北京楼市相对稳定的另一力证是部分项目在涨价,但并不是所有项目都在涨价。根据亚豪君岳会数据统计显示,2015年3月31日—2016年3月30日,北京商品住宅成交中五环外占比高达九成以上,而四、五环之间成交占比仅为5%。换言之,少量高端区域项目价格的快速上涨拉动了整体市场成交均价的上涨。而在低端刚需以及中低端改善型聚集的区县,房价变动幅度并没有很大,例如房山区、门头沟区、怀柔区等房价涨幅均在10%以内,而门头沟区更是低至1%。

业内看淡房地产投资

从北京楼市的长远发展来看,郭毅认为,相较于上海、深圳的楼市过热现象,北京房地产的整体表现很是稳定,“房价的上涨还是依托于地价的上涨倒逼,北京的整体项目中,高端项目占比增加,同时高端项目的成交量也在不断上升,拉动了北京房价出现了结构性的上涨”。

对于今年以来一线城市房地产的发展情况,北京房协副会长陈志刚表示,“近来,坊间传一线城市房地产热得一塌糊涂,我们把深圳、上海、北京和广州这四个一线城市做了一个对比,四条曲线,单看价格,北京和广州的曲线基本上是重合的,都在底部,最高的是深圳,然后是上海,它的斜率是向上的。所以,房地产是区域型的,深圳和北京除了宏观性、全国性的政策之外,发展完全不一样。”

郭毅也坦言,“开发商因为成本的提升,价格上涨,利润也并没有太高的提升,大部分奉献给土地了。现在的市场被过度解读了。长期来看,北京的成交量和成交价格相对稳定。一线城市已没有太多的投资空间,加上限购,对于投资客来说,资金杠杆出现了变化,房产并不是一个很好的投资品了。”

二手车电商纷争再起

■ 本报记者 谢育辰

4月初,被资本烤红的二手车电商也掀起了闹剧。有报道称,优信二手车疑似与58同城合并,《中国企业报》记者第一时间致电优信二手车,相关工作人员回应,公司与58同城没有任何形式的接洽,不存在合并之说。

清明节过后,优信二手车正式起诉58同城侵权,针对58同城在其网站冒充“优信二手车”一事表示强烈愤慨,要求对方立即停止侵权行为。截止到发稿前,58同城并没有发布官方回应。揭开这场闹剧的背后,实质是客户流量的争夺,优信二手车执行总裁彭惟廉认为,事件根源是由于两家公司的经营模式不同。

二手车电商大动作不断

“央视3·15晚会点名车易拍之后,外界以为火热的二手车商会逐步降温,没想到最近主流的二手车电商反而大动作不断,甚至行业之间出现恶性竞争。”一位二手车电商CEO对《中国企业报》记者表示。

3月30日瓜子和人人车同天召开媒体发布会宣告完成融资,记者了解到瓜子完成2.045亿美元A轮融资,由红杉资本中国基金和光信资本领投;

人人车正在进行1.5亿美元D轮融资,具体金额尚未最终确定,但腾讯仍在投资方名单之中。

而另外一家二手车电商优信二手车虽然没有发布融资动向,但是却陷入维权风波。优信二手车称,4月2日,58同城在未经优信授权的情况下,在其网站上建立了以优信二手车为名,且功能齐备的子网站。同时,在百度等搜索引擎中搜索“优信二手车”,排名靠前的是“58同城优信二手车”的链接。优信二手车称,这对优信二手车造成了流量损失,严重损害了优信二手车的商业荣誉。

流量争夺战加剧

细观此次优信二手车与58同城之间的利益纠葛,实质上是客户流量上的纷争。对于互联网行业而言,流量的重要性不言而喻。

瓜子二手车直卖网CEO杨浩涌曾公开宣称,要在瓜子和二手车之间“画上等号”,就像携程之于旅游、百度之于搜索、淘宝之于购物那样。这同样也是其他二手车电商大佬不惜花费巨资打造的目的。

从优信二手车到瓜子二手车,再到人人二手车,2015年下半年三家联手在大中型城市中卷起了一阵二手车

明争流量暗战模式

的广告风暴。其中,优信二手车用3000万元拍下了《中国好声音》“冠军之夜”最贵的广告位,号称“黄金60秒”。杜海涛、王宝强、胡军、孙红雷、朱亚文等众多明星将这场广告大战推上高潮。据悉,当晚优信二手车网站就因访客过于密集导致瘫痪。

今年,为了获取更多的用户流量,二手车电商广告大战愈演愈烈。人人车CEO李健称,今年公司将投入5亿元品牌广告费,是去年的3倍,支持二手车“纵横战略”的实施。此前其邀请知名演员黄渤拍摄广告,并在网络投放,其目的就是争夺宝贵的流量资源。

B2C还是C2C?

彭惟廉对《中国企业报》记者表示,58同城之所以会盗取优信二手车的用户流量,根源是由于两家公司的经营模式不同。“58同城不管是做房产、招聘,还是做二手车,其核心业务点是流量的贩卖,低价获取流量。他们的经营模式主要是打电话给经销商,让其同意在58同城优先登出他们的车源,而这些车源是未经认证和检测的,而优信二手车主要是做B2C,我们的核心优势在于检测”。

在二手车交易的商业模式上,要做B2C还是C2C,一直是58同城纠结

的问题。做C2C是58同城最擅长的商业模式,因为它有生活服务的流量基础,每一个频道都有可能独立出来。此前,瓜子二手车甚至高呼直卖模式才是二手车电商的终极模式,真正实现了个人车主直接将车卖给个人买家,因去掉中间环节,缩短了交易链条,进而降低了交易成本,从根本上提升了二手车行业效率。

但是记者走访市场了解到,二手车交易的主要市场仍旧是以平台对个人为主,个人之间交易所占市场份额并不是太高。目前,以C2C模式来做二手车业务多是以布局为主,所有C2C模式的二手车项目都在短期内实现不了盈利。

同时,二手车交易更多地体现在车源以及相关的服务上,与B2C相比,C2C还远未达到。据优信二手车工作人员表示,去年一年优信二手车在此方面投入了数百万元,但仍有很大的提升空间。

“不可否认,C2C模式更容易获得资本市场的偏爱,目前公司依靠传统的B2C经营模式已经开始正常盈利,随着公司经营能力的提升,如果准备与人人、优信和瓜子二手车巨头一决高低,那么也会考虑资本市场更偏爱的C2C模式。”一名二手车电商CEO对记者表示。

观察



多管齐下降低企业成本 是供给侧改革的关键

■ 李宏

4月1日,国务院总理李克强到国家税务总局、财政部考察时强调,衡量全面实施营改增改革成效最重要的标志,就是把结构性减税措施落到实处,让广大企业受惠,要精心组织实施,把改革“红包”实实在在发到企业手中,以政府收入做“减法”,换取企业效益做“加法”、市场活力做“乘法”。

而笔者认为,只有从立法机构、政府和企业多层面共同发力降低企业成本,才能从根本上实现企业提质增效,促进经济发展。

以往,人们通常会把降成本看做是企业自身的责任,因为从微观上看,企业内部挖潜降低综合成本,能有利于应对经济困难,增强竞争力。但从宏观来讲,仅靠企业个体完成降成本还远远不够,政府在全力实施营改增降低企业税负的同时,理当大刀阔斧直击企业成本主要痛点。

一是降低法定成本。由于我国法定的税收和社保缴付增长加快,已超过工资总额增长速度。这些法规成本只能靠修改完善现有法规实现。但是,降税要伴随政府开支的减少,否则只会增加财政赤字,造成国民经济失衡。

二是降低社保成本。数据显示,当前我国社会保险五险费率合计为39.25%,再加上公积金,意味着企业给员工发薪水,近一半被五险一金“吃”掉了。人力成本居高不下,让不少企业家叫苦不迭,企业运营负担沉重。去年,国务院常务会议两次要求下调失业险、工伤险、生育保险费率。据测算,每年可为企业和职工减负670亿元左右。通过调整社保费率增加企业利润,提升企业扩大再生产的意愿,引导更多资金为实业输血而不是用于投机活动。

三是降低企业对市场机会做出反应要付出的成本。比如儿科医生短缺问题,我国能够供给的医疗服务资源在对巨大潜在的医疗需求做出反应时遭遇了障碍。在加强公共服务、让更多人能看得起病的同时,应动员更多的医疗服务资源来增加供给。这就要靠医疗价格机制让更多的人愿意学医从医,愿意参与医疗服务。通俗点说,儿科医生大力度提薪之日,才是缓解儿童看病难之时。

四是降低企业获得市场关键要素的成本。比如房地产热,虽然全国库存过量,降库存的问题突出,可一线城市却房价冲高,说明土地分配无法对各地市场作出灵活反应。我国的土地制度已经不适应当前经济现实的要求,应该以行政手段调控指标,由不同城市按现实的需求决定房源供应的多少。如果市场主体看到了市场机会,想做出反应,但无法获得需要的要素,降成本的过程就会变得非常缓慢。

总之,只有多管齐下,从根本上系统降低企业成本,才能切实推进供给侧结构性改革,这是我国应对转型,走出经济困境,争取更好经济前景,增强国际竞争力的关键所在。

资讯



乐视体育推出付费服务实现商业闭环

4月6日,全球互联网体育领先平台乐视体育宣布,在中国内地市场正式推出付费会员——“乐视超级体育会员”,为体育爱好者提供最多内容+最优体验+最全服务的体育消费新模式,同时引领带动中国体育产业完成职业赛事与在线观众之间的商业闭环,进而推动更多社会力量转化为资本动力,促进产业可持续发展的良性循环。这是继香港市场之后,乐视体育在全球推进会员服务体系的第二站,也是最具价值潜力和产业战略意义的市场布局。随着全民参与体育热潮与互联网+的同期叠加,中国观众通过网络观看体育赛事的需求强劲增长。数据显示,每天有超过1000万名体育迷在乐视体育观看各类赛事。

长安CS15北京上市首推“私人定制”

4月6日晚,长安全新小型SUV车型CS15在北京上市。新车先期推出搭载小排量的1.5L自然吸气发动机的4款车型,售价区间为5.79—7.39万元。新车主打年轻时尚风格,不仅外形酷炫动感,在车内配置上也搭载了in Call智能车载互联系统,紧跟时尚互联潮流。作为该品牌在今年投放首款全新车型,CS15涵盖诸多创新元素,包括采用了全新家族外观设计、全新的智能互联系统、丰富的储物空间等6大亮点,并首次采用“私人”定制的方式进行销售,目前消费者可以在长安汽车官网定制属于自己的专属车型。