

8 行业调查 Industry Surveys

长三角房企生态调查：房价上行压力待解

■ 苏轲 报道

CREIS中指监测数据显示,上周全国22个一二线城市商品住宅成交面积环比上升4.9%,涨幅较前一周有所收窄,全周环比上涨城市不足六成。成交量未如此前业内预期。

综合多个城市的数据,大多数新房项目的销售价格都保持原先水平,鲜有开发商涨价的行为。金丰易居 & 佑威联合研究中心联席主任黄志坚认为,只有成交量持续放大,使得去化时间明显缩短到供应偏紧、供不应求的区域,房价才会有逆转向上的动力。换句话说,在“供大于求”的状况下,房价没有上行的动力,只有下跌的压力。

4月8日,旭辉集团董事长林中接受记者专访时认为,“2015年比2014年好,下半年比上半年好,但大部分城市的房子仍然需要12个月的去化周期,供求比已经回到0.9-1的正常水平上,需求量会得到逐步的释放。”

窗口期已来临

上海融绿平台是“3·30”楼市政策反应速度最快的房企,迅速启动了“春雷行动”,承诺在4月6日24点前暂缓涨价。3月31日到4月7日,融绿平台上海及苏锡常13个楼盘,共成交157套,总计成交金额达到11.18亿元。

据365家居网不完全统计,清明小长假期间,长三角8个城市成交1687套,其中苏州、杭州的成交量相当于去年的3倍左右,南京、芜湖和常州成交量均出现大幅上涨。

值得一提的是,杭州市在清明小长假成交351套,同比上涨193%。一个重要的原因是在杭州,投资者返场的迹象有所增加。“20%多成交客户都是投资性质的客户。”欣盛·东方福邸一位销售人员透露,该项目上月底刚推出一批60方精装现房“雅舍”,目前已



成交80多套。

杭州融创营销总监邵佳指出,4月份将是房企去化的窗口期。新政对市场信心的提振起到重要作用,有利于房企抓住窗口期去化,“信心比黄金重要”。据统计,小长假期间,杭州融创销售1.8亿元。

据杭州融创相关人士透露,望江府、西溪融庄、之江壹号的准现房大户型明显热销,以自住改善类客户购买居多。4月6日那天,尾盘望江府就成交了3套160平方米以上的精装大户型。

林中认为,新政之后的窗口期不止一个月,6月份以后大部分房企新增供应量会比较少,换言之,今年下半年都是去库存的窗口期。旭辉有的项目已开始涨价,是根据市场供求关系决定的。

林中指出,中国的城市将会出现分化趋势,涨跌互现。一线城市复苏得比别线城市快,涨幅比其他城市高。未来十年中国房价会形成一个价格体系,一线城市均价会达到5

万元,而三四线城市增长空间很少。

说回暖为时尚早?

一个值得关注的现象是:二手房抛售与重新入场的情况交替出现。德佑链家研究总监陆麟透露,虽然上海并没有取消限购,但贷款和税费大幅松绑,对于刚需置业、改善型需求置换甚至投资客的抛盘脱手,都是一个较好的时机。

此次新政减少了购买成本,也令这些投资者对后市的预期发生了很大的改变,挂牌意愿大增之后,一些业主还酝酿如何借新政东风上调价格。按照上海市普通住宅的总价标准,营业税的税率5.65%计算,新政出台后,满2年未满5年的普通住宅,内环内税费可减少25.425万元;内外环税费可减少17.515万元;外环外税费可减少12.995万元,此前这部分免去的税费由买方承担。免征的营业税去哪儿了?

一个明显的现象是,新政首日,位于普陀区的中远两湾城不少房源出现了5%-10%的跳价情况,例如一套110平方米的房源,原来报价为到手价355万元,房东将其提高至375万元。不过,出现跳价的绝大多数都是一些购入2-5年之间的房源,如上述案例中的房源即是房东购入3年多的,因此,业内人士预测,沪上潜力区域,很可能会走出一波成交行情。

跳价幅度亦非无迹可寻。据德佑链家刘奎介绍,一般情况下房东会把免去的营业税部分作为跳价空间,普遍做法是买卖双方协商,以免去营业税部分的50%作为提价,双方寻求平衡,这样的跳价在二手房市场接受程度比较高。也有业主将免去的营业税并入到手价。

上海很多二手房业主报价分别上涨20万-30万。这些敢率先调价的二手房大多是买房时间超过2年但不满5年的房子,涨价完全得益于“3·30新政”。满两年不足五年的房子入市交易时免征营业税,而之前这类房子必须缴纳5.5%的营业税。若是一套500万的房子,则需要缴27.5万营业税。被免税收的50%-100%,即成为买卖双方博弈的尺度。

多数业内人士认为,现在说楼市回暖为时尚早,长三角地区高库存的去化压力会在较长一段时间内存在。例如4月份南京全市将有40多家楼盘计划推出共6000多套新房源。苏州住宅整体成交均价在9000元/平米左右,在政策性住房与普通低价刚需产品的共同影响下,均价较去年同期的万元左右有一定的下滑。无锡大多数楼盘继续“以价换量”走降价路线。

值得关注的是,截至3月底,杭州市区新建商品房可售155042套,环比2月末增加1118套,再次刷新月末库存历史最高纪录。即便是成交量出现回暖的杭州,与节前相比,清明三天日成交量反而下滑。例如节前日成交都在300套左右,小长假第一天开始成交跌至187套,而后两天成交量逐一下滑,跌至两位数。

鄂尔多斯机场 现8元起特价机票 低成本航空模式开启

■ 李爱平 刘向珂 报道

鄂尔多斯机场管理集团有限公司9日对外发布,从即日起,中联航全面开启低成本航空模式,鄂尔多斯机场中联航航线推出最低8元系列超低机票,并推出超级经济舱产品。

中联航鄂尔多斯至南苑、石家庄、长沙、佛山、南京往返航班,推出“欢乐抢”“大众游”“舒心飞”和“超级享”四款基础产品,价格分别是8元起、188元起、388元起以及588元起,目前在中联航官网进行投放,并通过中联航官方微信服务号、官方微博进行投放。中联航全新官方网站“飞吧网”也同步上线。

据悉,鄂尔多斯机场进出港所有中联航航线,彻底取消头等舱和商务舱,联航返还红包,赠送航班延误、意外保险、自主选座、免费行李、免费餐食、退票改期政策等服务项目,并打包成各种产品组合,旅客可以根据乘机目的和需要,自由选择最实惠的价格和最实用的产品。

除机票产品本身包含或个人意愿单独购买之外,联航普通机票不包括免费餐食、免费托运行李、自主选座等服务。考虑到低成本经营,联航对任何原因造成的航班延误或取消,不提供经济补偿(高价值的机票产品将赠送航班延误保险)。同时,每名旅客只可随身携带一件长、宽、高不超过40厘米、30厘米、20厘米且重量不超过10公斤的行李。出行旅客可以在中联航全新官网上购买所需要的托运行李额度和航空延误保险,也可以在中联航全新官网或航班飞行中向乘务员购买餐食品。

互联网化迫在眉睫 信托招互联网金融人才

■ 裴文斐 报道

近日,财富管理行业开始大举招聘互联网金融人才。在各大招聘网站上可以发现,Java开发,苹果、安卓平台开发工程师炙手可热。四川信托成立互联网金融部,从总经理到业务经理打包招聘;证大财富希望招聘互联网金融移动端产品开发人员;北京普惠多利财富投资管理服务有限公司则在招聘高级Java开发工程师。

业内人士表示,发力移动互联网端可使得金融产品实现“点对点”网络销售,但是考虑到相关法律法规的限制,部分行业最终交易还是需要线下完成。“比如信托产品属于私募性质,通过网络销售存在合规性的问题。”

针对移动互联网端的开发,财富管理行业的做法并不相同,就在市场充斥各类第三方财富机构的公众号、APP时,信托的触网热情却非常冷淡,据不完全统计,目前仅有37家信托公司在微信平台认证了服务号或订阅号,在全行业中占比为53%,大约只有8家信托公司有自己的APP。

部分信托公司开始意识到缺互联网金融,开始大肆招兵买马。长安信托通过微信端发布互联网金融招聘信息,招聘岗位包括Java研发岗、前端开发岗、支付开发岗、软件测试岗;四川信托互联网金融部的岗位招聘信息,包括互联网金融部总经理、互联网金融部网络推广经理、互联网金融部网络策划/微信APP运营经理等职位;平安信托也于近日连续发布了互联网金融岗位、互联网安全工程师的招聘信息;中江信托则发布了招聘互联网金融事业部副总经理的信息。

中泰信托相关人士表示,互联网为信托公司提供了绝佳的风险控制通道与合作创新平台,通过大数据的挖掘,为信托公司项目中后期管理、创新产品研发以及机构合作等提供有力支撑,延伸了产品线和服务领域。

他甚至大胆预测,下一步金融产品肯定也能通过互联网进行受益权转让,信托公司要认识到这个现实并顺应客户需求,在合法合规的前提下,把互联网和金融因素有机整合,从产品设计、市场营销、资产管理、客户服务等方面去改善,推动业务转型。

不过,也有业内人士指出,信托互联网化的软肋在于不能和银行理财、公募基金一样实现网络认购、打款一体化。此外,信托产品信息披露也存在不足。

“信托互联网化不能照搬银行、公募基金模式,目前通过微信定向推介是比较明智的做法。此外,目前信托产品的披露往往只突出收益、期限等,项目本身情况披露得很少,让投资人不明所以。”一信托公司副总经理告诉记者。

“本轮互联网金融的兴起,主要归功于其能帮助投资人解决信息不对称问题,现在财富管理业的一些项目还没做到向客户充分进行风险披露,至于能否移动支付还有待研究。”上述人士说道。

三公消费少了 高端餐饮靠特色翻身

■ 王霞 报道

餐饮业正悄悄发生变化。在中低端市场价格层层下压竞争惨烈,湘鄂情等传统高端餐饮急速下滑的同时,特色高端餐饮正开始复苏。“2014年我们发现高端市场比较好做,我们的营业额保持了增长的势头,并且高端餐饮比中端餐饮增速快。”以中高端餐饮为主业的台湾上市企业王品集团董事长陈正辉近日在接受记者采访时表示。

为什么高端餐饮增速高于中端餐饮?上海餐饮烹饪行业协会副秘书长金培华告诉记者,这种现象有一定代表性,在传统高端餐饮下滑与转型的过程中,给了不少特色高端餐饮一定的发展机会。

高端消费群体仍在

“作为大众餐厅,我们本来就不做公款消费,所以受政策影响较小;另外,很多原先做高端市场的餐饮公司转向了中端市场,高端市场的竞争者减少了。”陈正辉表示,随着民

众越来越有钱,尤其是现在股市走好之后,高端消费群体依旧存在,只是公款消费没有了而已。

从王品提供的数据来看,2014年王品在大陆销售额为10.8亿元,较2013年的7.9亿元增长了36.8%。公司旗下的三个高端品牌(王品台塑牛排、花隐日式怀石料理、慕法式铁板烧)在大陆的销售增速均比针对中端市场的TASTY西堤厚牛排的增速高。

金培华告诉记者,王品集团这种情况是正常的,2014年以来,虽然高端餐饮总体在走下坡路,但是部分有特色、不以公款消费为主的高端餐饮却从中获得了发展机会。“现在高端餐饮行业的消费对象已经发生变化,高端商务餐饮和特色高端餐饮,还是有很大需求。”金培华说,“未来讲究特色鲜明,顺应市场变化。”与其相对应的是,随着三公消费政策的出台,传统高端餐饮逐步向大众餐饮转型,其结果就是中低端的竞争愈发激烈,特别是低端市场。

不少业内人士表示,从2013年开始到现在,餐饮行业的竞争越来越激烈。自从“国八

条”公布之后,餐饮行业开始出现“高端做中端、中端做低端层层下压的现象。”“其次,近年来经济放缓的压力导致失业率增加,投入餐饮业成为很多离开职场人士的第一选择,这也导致餐饮业的竞争更加激烈。”陈正辉告诉记者。

而餐饮业近两年的变革,也体现在行业分布上。上海市餐饮烹饪协会数字显示,2014年大众化餐饮占上海整个餐饮业的比重已达80%,比2年前约提高10%。

推进多品牌战略

在高端品牌取得较快增长的王品集团,是否将放弃中低端餐饮?答案是否定的。“目前的市场发展是不正常的,最终会回归到常态分布,高中低端市场都会有。”陈正辉告诉记者,因此王品在未来也将继续加大品牌的拓展,其中就包括中低端餐饮,并且也考虑进入中餐领域。“2015年我们的门店开设计划依然将重点放在高端和中端上,另外我们还打算开一个新品牌,人均消费大概在70-80元

人民币,预计在今年底会进行试水。”陈正辉告诉记者。

根据公司的长期规划,目标是争取在2022年之前在大陆开1000家,其中中高端占30%-40%,重点会集中在百元以内的中低端消费,而目前公司在大陆只有107家门店。“我们发现,不管是中高低端,由于价格、口味等,每一个品牌都会有区域性问题,这在低端更加明显。”陈正辉告诉记者,多品牌战略将不同的品牌分布在不同区域,这样有利于扩大市场。

值得注意的是,以传统中餐起家的小南国采取了相似的策略。一方面公司重新布局规划中高低端品类的分布,另一方面也积极向西餐领域拓展。公司近两年先后成立南小馆、小小南国等中价位餐饮品牌;代理做思叔叔七个城市的管理权,并于第三方人士创立了“米之莲”品牌,同时也采用与外方合作、收购方式进入到咖啡、西餐等领域。

2014年公司营业收入增长11.4%,净利润增长53.8%。而这一数据在2013年分别是营业收入增长4%,净利润下滑99.4%。

跨国公司联合“围剿”平行进口 美规车份额萎缩至两成

■ 刘卫琰 报道

随着上海、广东自贸区内对于平行进口汽车贸易的运营逐渐步入深水区,今年前两个月,国内平行进口市场出现了一次“小井喷”,但是跨国公司对于各国市场的管控也日渐严格。

路透社日前报道称,目前部分豪华车品牌正在对未经授权的美规车出口活动展开调查,因为此类出口已经威胁到了他们在中国市场的利润。

据中国进口汽车市场信息联席会的分析,今年前两个月,平行进口车在进口车市场中的份额已经达到7.5%,而同期海关累计进口汽车同比下滑18.3%,快速上升的平行进口汽车贸易贸易引起了跨国公司的高度关注。

“遏制平行进口的最主要手段就是将本来2.979L的排量提升到3.001L,以利用中国的相关法规增加车辆的消费税和增值税。”一位豪华车品牌经销商向记者透露,这就提升了原本价格优势明显的美规车的销售成本。

中国进口汽车市场信息联席会的数据同样显示,此前在平行进口汽车市场占据近半壁江山的美规车,今年前两月所占的比例已经回落至不足两成。

提高车型发动机排量

根据路透社的报道,由于在中国市场的

利润受到威胁,目前包括奔驰、宝马等豪华车品牌正在对美国对华出口未经授权的车辆展开调查。

对此,宝马(中国)相关负责人在接受记者采访时表示:“对于平行进口业务,我们一直在关注和研究。”

路透社报道称,“梅赛德斯-奔驰美国区首席执行官 Steve Cannon 说,当‘灰色出口’汽车数量达到4000辆时,我们引起了重视。”但戴姆勒大中华区相关负责人表示,“目前并不了解此事”。

来自中国进口汽车市场信息联席会的统计显示,今年前两个月,奔驰两款进口SUV产品的上牌量实现13.3%的增长,但是从官方统计的销量来看,这两款车型“基本为零增长”。

随着平行进口汽车销量不断增长,跨国公司早已经不再停留在调查阶段,而是采取行动遏制这一贸易行为。

某豪华品牌经销商在接受记者采访时表示,“在今天的经销商大会上,(厂家)已经承诺采取措施控制平行进口,其中一个重要措施就是将美规SUV车型的排量提升至3.001L。”

“提高排量的车型如果进入中国,就会增加消费税,削弱此类进口车型的价格优势。”有宝马经销商举例说,目前授权渠道的宝马X5和X63.0T车型的排量为2.979L。

根据国家税务局等部门关于消费税税率的相关规定,排量在3.0L以上至4.0L(含4.0L)的乘用车,税率为25%;而排量在2.5L

以上至3.0L(含3.0L)的税率仅为12%,税率相差高达13个百分点。

发动机排量提升之后,一款到岸缴关税后价格60万元的汽车将多缴消费税11.8万元。如此一来,平行进口车的价格优势将大大降低。“跨国公司这一战略成效已经开始显现。”从事进口车贸易的张先生告诉记者。

根据进口汽车市场信息联席会的统计,今年前两个月,中东版车型在平行进口中所占的比例已经达到80%,美规车(主要是宝马和奔驰品牌)的比例不到20%;2013年,我国平行进口车的来源中,北美车型的占比一度超过50%。

多手段“围剿”货源通道

眼下,多家跨国车企都在通过各种手段围剿平行进口汽车贸易。

消息人士透露,“目前除了有意提高车型发动机排量,还可以通过禁止跨区域销售的方式抑制平行进口业务。”

这一管理手段是通过进口车的VIN码查找车辆的最初销售者,从而核对其与车辆的使用地点是否一致。目前奔驰和路虎已经开始使用这一方式。

据路透社的报道,奔驰鼓励经销商通过使用Zilow等在线资源核查潜在买家的地址,以此审查购买GL大型SUV等专属市场车型的买家,并对现金付款设置障碍。

则是采取国产化战略,以降低车型价格,缩小与平行进口车型的价格差距,抑制平行进口的发展。其中,普拉多2.7L作为丰田品牌平行进口数量最多的车型,其国产之后的起售价为36.98万元,和中东版同款车型的价格差距大大缩小,此前这两款车型的价格差距为14万元左右。

北京北辰亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉认为,今年以来,跨国车企之所以各显神通,采用多种方式围剿平行进口车,归根结底,还是因为这一贸易形式动了跨国车企的利润奶酪。

国机汽车市场部高级经理王存表示:“此前,中规车的售价要比非中规车高10%~15%。”这足以成为消费者购买非中规车的重要理由。而这对于中规车的销售带来了一定的影响,从而倒逼经销商调低产品售价,直接威胁到跨国公司的定价体系。据中国进口汽车市场信息联席会统计,今年以来,进口车市场终端优惠幅度超过10%。

“货源仍然是平行进口汽车市场面临的最重要问题,但是市场和渠道的力量不可小视。”上述从事进口车贸易的张先生表示。

截至目前,不仅上海自贸区的首批平行进口业务也已经获批,又一批汽车经销商集团进入这一市场。

与此同时,跨国车企也在平衡授权销售和并行进口之间的关系,推动国内平行进口贸易的良性发展,仍需各方进一步博弈。