冯仑：地产帝国谋变 投资工业地产

在国家限购政策持续发力，房地产住宅市场前景不甚明朗的环境下，地产商们开始寻找企业新的目标。3月底，万通地产发布公告称，原万通地产总经理许立接替冯仑成为新董事长。而冯仑将精力侧重于母公司向投资控股集团转型，意在将主营工业地产的万通公社先推上市，三年之内将推动万通控股整体在海外上市。

“工业地产市场需求很旺盛、是个很有潜力的市场。虽说中国的经济发展速度很快，但工业发展还比较薄弱，各地政府发展经济都非常重视工业地产的建设。万通之类的企业进军工业地产领域是值得肯定的。”中国住宅和城乡建设部政策研究中心副主任王珏林在接受记者采访时表示。

蓄谋已久

其实，从2007年开始，冯仑便有了投资工业地产的想法。

2008年初，万通实业和TCL集团分别出资55%、45%，共计2.5亿元注册资本成立了一家工业地产开发公司万通新创。2008年3月4日，冯仑在参加2008年中国工业地产高层峰会时就向媒体透露，万通不久将进入工业地产。

当时就有专家表示，万通新创的上市之路未必顺利，但冯仑高调进军工业地产，此举无疑打响了中国开发商工业地产争夺战的“第一枪”。

不过，投资工业地产，万通并非首例。上海复地集团、合生创展、富力等在内的诸多开发商都曾对工业地产表示过兴趣。

对于国内民营开发商来说，开发工业地产面临最大的问题就是资金紧缺。由于绝大多数客户更愿意选择租赁而非购买，开发商对物业只能长期持有，将占用大量开发资金。而对于大多数开发商的这种困境，但这冯仑看来并不是难题。“资金问题是技术问题，可以通过很多种途径解决。”他说。

现在的冯仑，手上亦握有大量现金。此前他在接受某媒体采访也表示，“拐点对万通来讲是一个机会。我们的非上市公司负债才20%，所以这对我们来说是最好的时候，因为我们借助繁荣时期，把所有的结构都调顺了，把所有的问题都去除了，集中了大量的现金。这种情况下，大家都迷惑或者是对市场预期不清晰，万通就开始了更加清晰的发展道路。”

业内人士认为，资金不是冯仑最关心的问题，摆在万通进军工业地产道路上最迫切的问题是如何选择一种更成熟的模式。

工业地产供不应求

目前，中国经济快速增长，市场对工业地产特别是物流设施的需求日益强劲。不过，相比工业用地，一般更愿意分配土地作为住宅和商业规划区。因此，在很多情况下，物流设施均被视为配套服务，比例相当有限。

业内人士表示，随着网络购物的大众化，电子商务服务集团业务量显著增长，如京东网上商城、当当网以及凡客诚品等企业对仓储空间的需求旺盛，寻求扩张动机明显。工业地产的租金日益上涨，或将迎来新的发展机遇。

可是，目前全国很多专业工业物业开发商和自用业主遭遇物流设施建设用地来源困难等诸多难题。

世邦魏理仕最新发布的“工业地产研究报告”指出，由于工业地产目前整体推地量相当有限，其中物流用地更是供应短缺，而需求层面却相当强劲，因此，预计全国物流物业租金上涨幅度将达20%。物流空间的供不应求，最直接的反应就是租金飙升。从深层次来看，还可能产生物流服务商、零售商和制造商将更高的存储成本纳入到商品价格中等一系列连锁反应。

世邦魏理仕工业和物流服务部执行董事安豪表示，更合理地设定工业用地特别是物流用地在土地整体出让中的配比，应当引起重视。

技术门槛或成最大障碍

既然物流物业有地价便宜、终端需求旺盛、租金上涨等众多利好因素，且通过加大供应缓解物流供地短缺势在必行，那么，近期很多寻找转型机会的住宅开发商，显示是否可以将工业地产作为一个适合进入的领域呢？

事实上，不光万通，绿地、复地、鹏欣、陆家嘴等知名开发商近几年都有涉足工业地产领域的动作。

但业内人士认为，后续大规模转型进入工业地产，除了土地供应稀缺之外，开发技术门槛的制约也是最大的问题之一。因为工业地产对开发、设计和管理等方面的专业经验要求相当高。如物流地产空间层高要求、承重要求，甚至卸货区的平台设置和货物流转方式等，都对其有一系列的指标要求。

冯仑对重组后的模式思考是，万通地产借鉴新鸿基模式，万通控股则仿效凯德置地模式，直接投资权益性收入加上资产管理收入，结合起来成为控股公司的主要收入。

不过，冯仑此次商业模式转型在专家眼中仍难解惑。住房和城乡建设部政策研究中心主任陈淮表示，与传统房地产开发模式不同的是，PE才是真正半产权方式参与开发商环节，这属于商业模式。但PE是很独特的合伙方式，既有债权特征、也有产权合作的特征，但无法通过分享长期产权溢价来实现扩张。

厚朴投资管理公司董事长方风雷认为，冯仑的变身还有赖于整个金融市场的完善、金融体制进一步改革以及金融产品的创新等。

由此可见，冯仑转型能否成功，还有待市场和时间的检验。

（摘自《中国联合商报》文/陈文喜）

一线城市房价出现下跌 房地产商开始压力测试

3月份，北京、深圳新房成交均价跌破2万元/平方米，广州均价跌破12000元/平方米。中国指数研究院所监测的北上广深四大一线城市3月房价均呈环比小幅下降，其中上海降幅最大，环比下降7.6%。

寒冷“小阳春”

中原地产4月12日发布了根据北京房地产交易管理网数据得出的统计结果，3月份北京市新建商品住房日均成交133套，同比减少50.9%，环比2月减少41.5%，而成交均价为每平方米19679元，环比2月份下降了26.7%，同比下降了10.9%。

“今年上海2、3月份楼市成交量创下了6年来同期最低水平。”中国房地产信息集团分析师薛建雄表示，在楼市最低迷的2月底，上海中海御景熙岸等个别开盘价降低20%上市，获得市场追捧。

根据广州家缘房地产交易网统计，3月份广州新房成交均价为11280元/平方米，环比下跌3%。

深圳中原根据国土委网站统计显示，3月份全市新房成交均价19424元/平方米，环比下跌5.65%。因一些低价楼盘成交量大，拉低全市均价，其中本月成交套数前10名成交均价只有16521元/平方米，环比下跌近14%。

看跌成“共识”

一线城市房价普跌之时，从华远集团退休后继续留任上市公司华远地产总裁的任志强4月10日在媒体见面会上预测，2011年全国房价会有波动，但降幅不会超过15%。

受访的房地产业内人士多数认同任志强的这一判断。

“一线城市，随着调控政策的逐步落实，房价会回归至合理水平；重点二线城市刚需比例大，房价会出现一定波动。”金地总裁黄俊灿向记者表示。

“供求关系改变了。”世联地产研究总监王海斌认为，从今年二季度开始，商品房潜在的供应量会放大，很多城市的供应都会在二季度开始扩张。而限购限贷严厉，使得现在的需求比较低迷，会导致供大于求。

不过，他强调，房价下降仅仅是指全国市场的整体态势而言，不代表每个城市都会降。

“目前房地产商的价格预期确实是下降了。”与众多地产商有接触的北京亚豪机构总监郭毅表示，比如北京一些近期新开盘项目已从3万元/平方米调低至2.5万元/平方米。

各种数据也显示地产商面临的降价压力在增长。

地产商看跌的同时，大多数城市近期出台的房价调控目标确定的全年房价涨幅都在10%-15%区间，并且与GDP、CPI挂钩，

中原地产广州项目部总经理黄韬认为，一些地方政府制定的调控目标中存在偷换概念的嫌疑，“如果房价最终下降了，那也可能只是统计上的下降。”比如，有城市今年的统计把限价房的价格数据也纳入到统计范围，而不少地方则把豪宅的价格因素剔除在外。

有深圳业内人士向记者透露，目前地方政府又出现不给高端项目发放预售证的情况，寄望以此拉低整体房屋成交均价。

“我们判断，不把目前的市场僵局打破，中央政府的调控目标就没有达到，接下来还会有更多政策出台，”华南一家大型国有房企人士认为，而破局的办法就是降价或新盘“低开”。

这位人士认为，他所在公司在北京、上海的促销和定价策略符合调控趋势，现在务必要“抢市场”，否则到了更低迷的时候，有能力、有资格购买的客户都没有了。

但郭毅认为，地产商制定价格都是出于理性的判断，不会低于自己的底线销售，事实上就北京来看，迄今为止还只是一些新楼盘低价开盘，大面积的直接降价目前还没有出现。

显示地产商们眼下复杂心态的一个现象是，多数受访的地产商仍尽力避免直接提及“降价”这一敏感词汇，他们大多小心地选取“积极促销”、“灵活策略”、“价格弹性”、“向有利于购房者的方向转变”这类措辞，来表达对于今年市场的判断和应对。

“这是业内不成文的软规则了。”一位地产业内观察人士评价说，“2008年万科带头降价，王石说房价拐点来了，被业内批为‘叛徒’。”

而当年处于风口浪尖的万科，这次的表态也谨慎多了。

“3月份我们重点监测的14个城市成交量和金额都出现下滑，这一变化在我们预料之内，”万科董秘谭华杰向记者表示，万科将继续坚持快速开发，目前并无必要下调全年的计划开工量。

谭华杰认为，房价和地价间存在联动，住房市场出现调整时，土地市场也会出现调整。万科将继续积极促进销售。“如果土地市场出现了相应的合理调整，万科的积极销售策略将更为坚决。”

（摘自《南方网》）

6月1日起，全国所有动车组列车将实行实名制购票

铁道部：高铁将降速又降价

6月底，京沪高铁率先实行网络售票，今年年底全国铁路将全面推开网络售票。此外高铁时速将会降至300公里以内，既是为了保障安全，也给下调票价留下空间。

【车票】
高铁车票6月起全部实名

继4月1日在铁道部全路电视电话会议上，铁道部部长盛光祖表示将加快推进全路高铁实名制售票，日前，盛光祖再次表态高铁售票实名制，并给出了实行时间表。

京沪高铁率先网络售票

盛光祖表示，今年6月1日起，全国所有动车组列车将实行购票实名制。6月底，京沪高铁率先实行网络售票。今年底全国铁路将全面推开网络售票。

京沪高铁票价低于机票

3月底，盛光祖曾就人们关心的票价问题作出说明。他说，北京到上海直达票，根据全程直达运输来测算，会比民航票价便宜一点。第二种是区段停车，其票价比民航票价便宜的幅度较大。

盛光祖表示，京沪直达的票价，是企业根据铁路建设成本、运营成本来测算的，最终的票价，将按照价格法的程序，经过测算后报批。

【速度】
高铁时速降至300公里

近日，铁道部新闻相关负责人表示，高铁将降速至300公里以内，一是为了安全更有保障，二是票价也有望由此适当下降。据记者了解，已开通的武广高铁时速达到350公里。

混合运行票价选择增加

铁道部部长盛光祖也表示，在设计时速350公里的线路上开行时速300公里的列车，有更大的安全冗余，同时也使得票价在符合市场规律上有更大的浮动空间。

盛光祖透露，今年7月1日全国铁路运行图调整时，将实施混合运行模式。一是在时速300公里的高速铁路上，同时开行时速300公里和时速200—250公里两种动车组列车。既开直达车，又有区段停车，增设更多的乘车点，提供两种票价选择。

二是在时速200—250公里的线路上，同时开行时速200—250公里动车组列车和时速120—160公里所谓普通客车，执行动车组和普通客车两种票价。

三是在时速200公里及以下线路上，开行普通客车和货物列车，既适应山区和中西部地区人民群众需求，又兼顾货运，提高货运能力。

“铁路建设不能过度超前”

盛光祖还表示，铁路建设规模要适度超前，而不能过度超前。必须确保已开工的项目，根据发展需要，急需的项目要先上；已经建成的项目要配套建好。

据资料显示，铁道部原部长刘志军在任期间，是中国铁路有史以来投资规模最大、建设速度最快的“跨越式”发展时期。目前，中国高速铁路的营业里程已经达到8358公里，居全球首位。另外还有1万多公里的高速铁路正在建设。

【影响】
高铁民航争夺客源

据记者了解，此前高铁按行驶里程来制定票价，二等座票的定价标准为每公里0.484元，而京沪高铁全长1318公里，通过计算，京沪高铁二等座票或在640元左右。

目前，上海到北京的民航机票全价为1130元，但机票经常会打折，打折后的价格可低到550元左右。随着武广高铁、沪宁高铁的开通，民航与高铁的客源争夺战已悄然开始。

此前有媒体报道称，随着高铁开通为武汉带来的出行便利日趋明显，武汉600公里半径内的短程航线已有近七成停飞。

4月1日，武汉往返南昌航班宣告停飞，距其运营仅过了5个月，堪称史上“最短命”的航班之一；而在此前的3月27日，武汉往返南京的航班也全部停飞。**（摘自《新京报》文/刘泽宁 刘春瑞）**

海外购物潮折射出什么？

最近有报道说，国人大批涌向香港、澳门购买日用品，导致当地市场部分货品紧张、物价上扬，使当地居民开始坐立难安。这种景象虽然畸形，但知道中国国情的人并不难理解。最让人难以理解的，是“中国制造”倒挂的现象。国人不仅去港澳购物，还到日本、韩国买茅台酒、中华烟等国货。

我在美国生活了15年，也不小心卷入这个风潮。我很久没有回国，心里过意不去，每当家里有人来，总是要带些小东西回去送给亲友。可是，随着中国的发展，我越来越发愁：国内的家人总能给我带些美国找不到的东西，比如茶叶。可是，从美国能给家里人带回什么国内没有的呢？总不能让大家总吃什么深海鱼油吧？

去年夏天小侄来访，给我上了一课。我本想带他到附近的湖里玩帆板，连设备都是免费的，不过有个规矩：上帆板前必须测水性，受试者要穿长衣长裤在水里呆十分钟。小侄仅穿了短裤，显然不合格。于是我就带他去附近店里买一条。走到减价区，见到19.99美元的各色长裤一大堆。我告诉他：“今天我买单，你挑一条下水吧。”他拿起一条惊呼：“天哪，这牌子在国内得上千！”我脑子里迅速计算一下，20美元，换成人民币也就130多块，当叔叔的这好人不做白不做。于是马上告诉他：“多挑几件，算我送你了，衣服、裤子什么都可以。但有一条，我是节俭的人，超过20块我可不管。”就这样，他一会儿挑出一堆衣裤，给我上了堂名牌启蒙课。我算服了：我15年来从来没有穿过超过20块的裤子或衬衫，居然这些东东在国内都是千元上下的名牌！

这些服装全是“中国制造”，但毕竟牌子还是人家的。返销回去，大概中国会加收关税。这也是应该的，可以理解。最不可思议的事情发生在最近。我的茶叶喝完了，过去一直托亲友从国内带，亲友们没少花钱，但带来的质量长短不齐。知情人说，在大陆不认识人，有钱也未必买得到好茶。另外，污染、农药残留物也不可不小心。还是买台湾茶保险，台湾茶叶市场非常规范，一分钱一分货，你用不着是行家，钱花到了，好茶一定有，且无污染、农药的忧虑。

我一听就知道他言之有理。上次弟弟给我带来多种茶叶，最好的两种都是台湾产的。春节后到中国城的超市仔细打量，居然也发现了这种台湾牌子的茶叶，100克的包装，仅卖5美元，折合成人民币不到40块钱。我心里嘀咕：这么便宜的茶能喝吗？回家一冲，绝对及格，而且比许多亲友带来的茶要好！兴奋之余，上国内的购物网搜了一下，简直不敢相信自己的眼睛：同样的牌子，同样的包装，国内要卖100元！

要知道，在美国的中国人居住分散，市场份额有限，赚他们的钱不容易。更不用说，美国的人均GDP是中国的11倍，人家收入高、购买力强，这种小众产品，价格就更高了。台湾的茶叶，到大陆销售也进关，到美国也进关，关税绝对不是价格的决定性因素。在美国中国人的中等收入比美国白人还略高，估计比普通中国人的中等收入至少高出十几倍。怎么他们就炒不高这小罐茶叶的价格呢？

我不得不承认，我是越来越不了解中国国情了。看来，百物腾贵，并不在于货源的成本。那么，高价卖出来的钱都跑到哪里去了？我们的市场机制又是怎么调节的？这个谜团，还是留给国内的各路方家去解开吧。

（摘自《国际在线》文/薛涌）