

“金九银十”看成都楼市烽烟几何？

■ 记者 王红英 报道

时入九月,传统意义上的“金九银十”楼市旺季已经到来。记者走访市场了解到,不少开发商都加大了营销力度,推出了各种购房优惠活动,以更多噱头吸引顾客,期望“金九银十”期间能够取得好的销售成绩,而购房者也按捺已久蠢蠢欲动“抢实惠”,期望能在“金九银十”销售旺季买到自己中意的房子。

“金九银十不再仅仅是一个时间概念,而是开发商推陈出新,进行年终冲刺的头炮,是购房者抢占优惠高地,选房置业的好时机。”业内人士评价到。

记者通过走访发现不管是住宅成交,还是土地成交,今年的“金九银十”无疑是在一片“涨”声中拉开序幕。据四川在线新盘数据库不完全统计,9月成都楼市推新项目高达60个,其中37个为全新项目,老推新项目也有23个。

8月楼市淡季不淡 吹响“金九银十”前奏

8月,成都楼市很“热”。数据显示,8月的第一周主城区商品住宅共成交2295套,成交面积为22万平方米,成交套数环比上涨25.89%,成交面积环比上涨25.6%。8月份土地成交面积,土地市场热度不减,当周成都主城区及郊县区土地总供应面积近176亩,环比上涨约11%;土地成交面积约176亩,环比上涨约27%。

而这仅仅只是一个开端,接下来的几周,商品住宅成交量更是一路“涨”声。据中原地产提供数据显示,8月12日-8月18日,一手预售住宅供应呈现出井喷态势,本周供应面积达44万平方米,成为至5月份以来单周供应最高。成交方面,中原地产周报显示,本周主城区商品住宅共成交1841套,成交面积为17.51万平方米,成交套数环比上涨12.32%,成交面积环比上涨7.49%。

据中原地产统计,整个8月份成都主城区住宅成交套数高达10285套,成交面积98.67万平方米,环比分别上升了15.1%和13.3%;8月成都主城区商品住宅供应面积117.72万平方米,环比大幅上涨了84.9%。成交量更是首次突破万套大关,创下了今年单月成交最高纪录。

其中,据成都搜房网数据监控中心统计的数据显示:在新房成交方面,8月成都商品房成交109803.119口,商品住宅成交8508套,住宅成交面积为821867.97口,环比7月下降12.41%,同比去年8月下降15.82%;新增供应方面,8月成都市主城区共有56个项目取得预售许可证,新增供应面积达到1540648.9口,新增供应面积环比提高27.04%,同比去年8月下降7.18%;区域占比方面,8月高新区商品住宅成交2290套,



为主城区最热门的区域;住宅成交面积方面,高新区占比31%,成华区紧随其后占比20%。二手房市场方面,8月成都市主城区二手房成交总面积418474.02口,其中二手住宅成交3716套,二手住宅成交总面积328971.54平,环比下降4.96%。

于此同时,很多开发商也对市场做出积极回应,一大波新盘在8月底入市,万科金色名邸、蓝光COCO国际、中建新华府、中港悦荣府等等。一些大盘均在月底集中入市。

另一方面,8月份,成都土地市场也是热度不减。拍卖成交如火如荼。主城区地块每上市必是多家疯抢,溢价成交。同时,郊县则成为中小房企拿地火拼的主战场,往往出现高溢价。

淡季不俗的市场表现为金九银十起了个好兆头。业内人士纷纷认为,“大多数项目在‘金九银十’之前抢先入市,是市场趋势。从某种意义上说,这对购房者也是一种利好。”

备战“金九银十” 开发商扎堆“放量”

为迎接“金九银十”的到来,成都房地产市场各楼盘扎堆放量,力争在激烈的房地产市场销售中拔得头筹。

据了解,8月底9月初,一大波新盘集中入市;蓝光COCO国际·城北百亩大盘,万科金色名邸,中建·新华府,中港悦蓉府、永立龙邸、御公馆、创源中心、俊发星雅俊园、精诚国际、麦迪逊广场、金辉悦府、景茂雍水岸、天合凯旋公馆、盛源学府新城等等的集中入市为购房者提供了更多选择。

“蓝光COCO国际,城北百亩大盘的入市,为置业者提供了品质生活的选择;而万科金色名邸,城南首座金域系项目等交通便捷、配套成熟,给心仪城南的置业者又一很好选择;中建·新华府,继中建桐梓林壹号后,中建地产再次发力成都,为置业者提供

了高端生活的无限可能。”一业内人士说道。

数据显示,8月31日—9月1日成都市房管局对成都市场6个项目开盘情况统计显示,几乎每个项目现场都是人潮涌动。成都锐理机构负责人表示,由于市场进入“金九银十”的传统旺季,选择在8月底9月初开盘的项目明显增多,同时各项目推盘量增大,9月初开盘项目推新总量达到1600套以上,推盘面积超过12万平方米。

据专业机构数据显示,9月-10月期间,大成都范围内将有近百个楼盘陆续入市集中开盘。

不过,从9月楼市井喷的放量情况我们不难看出,各大开发商纷纷放量,与之前放量以刚需、首改为主有所不同,九、十月放量项目除了刚需、首改外,还有高端大平层、别墅以及商业性质的写字楼、商铺等。一位在保利地产工作的业内人士透露,“九、十月份将是开发商奠定全年业绩的基础”。无论是保利还是万科、蓝光都将在“金九银十”火力全开。

“每年的9月份和10月份都是房地产销售的黄金时期,我们选择在这个时候开盘也正是想赶这个机遇,在开盘就能迎来销售高峰,达到迅速回款。”一家将在9月中旬开盘的楼盘负责人表示,为了营造九月份开盘后的销售火旺态势,公司提前三个月就对目标客户进行了分析,量身制定了宣传计划,以此借势冲刺年度销售计划。

开发商除了集中放量,拿地热情也持续高涨。“楼市未来稳中有升,开发商拿地热情依然高涨,下半年成都土地市场将继续火热。”一业内人士说到。

中原数据显示,1-8月,成都市土地总供应面积10477.27亩,与去年同期相比下降13.39%;1-8月土地总成交面积9477.55亩,与去年同期相比下降4.68%。在总供应既定的情况下,接连三月供需量的下滑,大量新增供应入市的房企们急于补仓,面向仅有的土地供应,或会出现更加激烈的厮杀。

9月3日,成都迎来9月份的首场土地拍卖,锦江区狮子山街道花果村7组64亩土地引得万科、保利、中铁建、佳兆业、蓝润、荣盛等重点房企纷纷出动抢地,经过激烈的拼抢中铁建楼面地价以5030元/平方米,溢价率48.08%拿下狮子山地块。截止8月29日,成都市国土资源局公告将于9月出让的土地20宗,土地供应依然保持低调。

另外,记者查阅成都市城乡房产管理局数据发现,8月,成都共有56个楼盘入市。其中,8月26日至9月1日期间,仅成都主城区商品住宅累计批准预售供应196万平方米。在这一阶段,成都主城区有15个住宅项目领取预售许可证,较前一周增加11个。“多地预售证的集中发放,或可为“金九银十”一说注入一剂强心针。”哥德堡项目一工作人员说道。

“金九银十”冲销冠 开发商各出奇招

“九、十月份,我们项目肯定会推出一些活动,来促进销售。”一家楼盘的置业顾问李小姐告诉记者,“不过,目前活动还没有具体制定出来。”记者了解到,成都很多房地产商都在抓紧制定活动方案,以便吸引客户,拉动销量。

“买房子送家电”、“买房子送装修”、“买房子送花园”、“买房子送汽车”,“千人看房团大优惠”、“朋友同时买房送面积”等等,开发商为赚足消费者眼球,各种优惠活动大行其道,还有的楼盘直接买一平米送一平米。

针对目前市场存在的现象,业内人士普遍认为由于多个楼盘在“金九银十”集中推盘,竞争将比较激烈,市场销售将面临较大的压力,为了完成今年销售目标,“金九银十”期间开发商的定价策略,会比较谨慎。“目前,薄利多销应该是大部分开发商的基本战略。虽然要损失一些利润,但谁都不敢

冒险惜售,因为没人能够保证今后是否会出新政。”一业内人士说到。

据了解,9月8日,蓝光旗下18个精品楼盘,共推出多达1000套的特惠房源集中入市,全场7折起,部分房源从最低几万元到最高达几十万不等的优惠。

“为了迎接销售旺季的到来,我们公司加大了营销力度,并以打折优惠等吸引更多客户,以提升销售量。”对于即将到来的销售旺季,不少房地产公司都寄予了厚望。据了解,成都一家上市房企还专门在“金九银十”发动了代号为“秋收”攻势的营销战略。该公司旗下近20个项目整装待发。

“对于成都购房者而言,大量新盘入市是购房的良好时机。因为每年的房交会前后,无论是新盘还是热销中的“老盘”,降价走量实现资金回笼是开发商最常规也最保险的做法。”购房者张女士表示,到成都工作已经有几年了,一直想买房,一方面是资金不允许;另一方面,周围的一些人总是说,房价要降,但是事实证明,这几年房价不但没有下降,而且还涨了不少,金九银十到来,房地产产都在打折,放价,并且有的楼盘折扣还很大,所以看上了就会立刻买。

在开发商各种优惠,各种营销手段齐上阵后,掀起了置业者的看房买房热潮。记者了解到,在进入9月后,与新入市楼盘扎堆同步的是,楼市销量也同比上涨。锐理数据8月31日—9月1日对成都市场6个项目开盘情况统计显示,开盘项目推新1600套房屋,认购率多半超过或接近五成,其中金辉悦府推出2号楼192套房源,现场认购109套,开盘认购率为56.8%;蓝光·COCO国际首批次推出531套房源,当天现场认购291套,认购率为54.8%;凯德风尚推出4期4批次329套房源,当天现场认购174套,认购率为52.9%。

另据调查显示,在8月31日到9月1日之间,上东世家首批次推出2、3号楼共84套房源,当天现场认购13套,开盘认购率为15.5%;凯德风尚推出4期4批次329套房源,当天现场认购174套,认购率为52.9%。华侨城推出3期共104套洋房房源,现场认购43套,开盘认购率为41.3%;蓝光·COCO国际首批次推出531套房源,当天现场认购291套,认购率为54.8%;9月1日,金辉悦府推出2号楼192套房源,现场认购109套,开盘认购率为56.8%;保利城推出3期3、4、15号楼共140套房源,现场认购约70套,认购率为50%。

领取预售证方面,据统计,6月共有41个项目领取预售证,7月有所增加,达到45个。进入8月下旬,截至21日已有29个项目领取预售证。近几个月市场疲软,但房企为何还在积极领取预售证?缘起每年的9月和10月是楼市的传统旺季,也是开发商冲击任务、抢占市场的关键节点。因此,开发商目前积极领取预售证正是为了抢占“金九银十”的市场。

“宽带中国”:资金缺位与机会成本

■ 崔烜 报道

“宽带中国”已经实施了一年多,但最终方案却在8月17日作为国务院文件正式下

发。方案的最终文本似乎要让三大电信运营商感到失望,尽管提出了一系列的建设目标,但方案对于扶持资金的数额只字未提,并且扶持的目标也仅限于农村以及中西部的宽带建设。

“从运营商自身的收入来源来看,数千亿规模的投入建设成本是难以满足的。国家宽带战略如果没有财务上的保障,最后会不会被打了折扣,或者说变成只是统计上的概念而已?”中国移动研究院研究员陈志刚这样问道。

事实上,资金仅仅是难题之一,对于宽带中国实施上的诸多问题,方案中仅有简略的陈述,更具体的下层设计方案仍待完善,特别是十多年来在宽带市场饱受争议的最后一公里问题,仍未有妥善的解决方案。

没有财政投资

此次定案的“宽带中国”战略目标与去年便已经开始讨论的草案并无太大出入,焦点仍是网速。

方案提出,到2015年,初步建成适应经济社会发展需要的下一代国家信息基础设施。基本实现城市光纤到楼入户、农村宽带进乡入村,固定宽带家庭普及率达到50%、行政村通宽带(有线或无线接入方式,下同)比例达到95%、第三代移动通信及其长期演进技术(3G/LTE)用户普及率达到32.5%。城市和农村家庭宽带接入能力基本达到20兆

比特/秒(Mbps)和4Mbps,部分发达城市达到100Mbps。

早前,据电信业内人士普遍估计,要实现这一目标,三大电信运营商每家至少需投入2500亿-2800亿元用于设施建设,如果再将广电的宽带投入算进来,所需资金近万亿。

中国工程院院士邬贺铨现为宽带中国战略研究专家组组长,在草案的制定过程中,邬贺铨便已经向外界明确,方案对宽带的推动主要靠政策而不是靠财政投资。

最终的方案确如邬贺铨所介绍,并未有任何财政支持三大电信运营商的提法。

但针对性质属于公共服务的农村以及中西部宽带建设目标,方案提出,将完善电信普遍服务补偿机制,形成支持农村和中西部地区宽带发展的长效机制。例如,将充分利用中央各类专项资金,引导地方相关资金投入宽带网络研发及产业化,以及农村和老少边穷地区的宽带网络发展。对西部地区符合条件的国家级开发区宽带建设项目贷款予以贴息支持。

“这跟我的想法还是有一定距离。”邬贺铨对记者回应道,“对于农村以及中西部宽带建设,我是希望能够建立宽带普遍服务基金加以扶持,但目前只能够利用现有的专项资金来进行,未来还需要进一步加大力度。”

邬贺铨提出,宽带普遍服务基金是推动宽带中国战略建设最为有效的办法。据他介绍,建立宽带普遍服务基金在欧美发达国家十分普遍,主要由政府、运营商和利益相关方投入资金,用于农村和偏远地区的宽带网络建设。

“根据我国国情,宽带普遍服务基金给予运营商的补贴比例不应低于其建设成本

的1/3。”邬贺铨说。

但陈志刚对普遍服务基金并不看好,“这个普遍服务基金的执行效果存在巨大的障碍,比如基金发起方之间的市场划分问题,那些区域和市场到底应该由谁负责普遍服务?另外,普遍服务基金的规模到底多大合适,这都难以明确。”

“一般来说,一项普遍服务基金要么来自财政支出,要么来自税收。但是在目前经济不景气的大环境下,国家很难再能够对某项特殊产品或者服务增加税收或者费项。比如在电信资费上增加一部分税项作为普遍服务的资金来源,恐怕又和资费下降这项政府绩效冲突,而且很容易被转嫁到消费者头上。”陈志刚说。

曾有专家透露,最初专家组提出多套方案,一种是直接从中央财政划拨专项资金,给予运营商一定的补贴;另一种是建立宽带普遍服务基金,从电信运营商上缴国资委的央企利润中拿出一部分返还给运营商,用于补贴从事农村和边远地区宽带普及及工程建设的成本。上述两种方案均得到多数专家支持,但财政部、国资委等部门明确反对。

反对的意见认为,宽带建设的最终受益者是运营商,不希望中央财政给予过多的财税和资金支持,另外,国资委方面也不希望电信运营商在上缴利润上搞特殊化。

而对于这些说法,邬贺铨表示并不知情,但他表示,对于宽带战略而言,一定的资金支持是必须的。

“站在财政部的角度,电信行业作为高利润垄断行业,从整个行业受益的角度看上去是并不缺钱,因为公开的三家运营商的利润总和超过千亿;而站在国资委的角度,三家运营商的资金各家是各家的,岂能混用?

所以我们看不到关于宽带中国建设资金的来源问题的解决方案。”陈志刚总结说。

三大运营商的机会

对于“宽带中国”所提出的20Mbps(20兆/秒)提速目标,建设光纤网络是最可行的选择,而方案也对FTTH(光纤入户)有了明确的目标,到2015年将实现7000万的用户量。

统计显示,今年,中国电信、中国联通和中国移动均计划新增光纤到户覆盖家庭2500万户、1000万户和180万户。此外,三大电信运营商预计投资3700亿元用于提高光纤入户数量,光纤招标规模将达9400万公里。

对于运营商而言,FTTH的成本是不小的负担。

一份来自中国电信北京研究院的数据显示,就FTTH而言,每户设备(不含光调制解调器,即光猫)、光缆成本为1240元。从2009年开始的三年间,仅北京一地为铺设光纤网络就投入超过80亿元,但到2012年初只发展成功几万户,摊下来每户成本上万。

“这只是前几年还没大规模铺网时的成本,跟之前的各种电信技术类似,只要规模达到一定的数字,成本很快就能降下来。”北京邮电大学信息产业政策与发展研究所教授阚凯力说。

中国电信科技委主任韦乐平曾介绍,截至2012年8月,中国电信FTTH覆盖用户达到6379万,但实际使用FTTH的用户只有1000万左右,实装率低于15%。但只要安装率高于20%,运营商就能开始收回成本。

阚凯力认为,FTTH的成本已经可以大规模推广。“基本上五六年就可以收回成本了,运营商本身也不傻,一方面这是大规模扩张用户的机会,另一方面网速的大幅提升对于诸如视频等的信息消费而言是一个巨大发展的机会,肯定不是说政府要求提速,运营商就不计成本地去做。”

但FTTH的推进,对立足于小区宽带的民营宽带服务而言,可能是一个巨大的挑战。

中国电信监管事务部高级业务主管王崇鲁对记者介绍,目前国内宽带销售市场可以划分为三级:一级市场是骨干网宽带批发市场;二级市场是宽带批发市场,宽带提供商向骨干网运营商批发带宽;三级市场是宽带零售市场,各级宽带提供商向用户出售宽带业务。

第三级市场也就是接入网市场直接面对用户,有为数不少的民营企业涉足。

以北京为例,长城宽带、时代互通、方正宽带等都占有不少的市场,但“光进铜退”无疑将挤占他们原有的空间。

北京观滔高科技有限公司总经理曹永忠认为,面对“光进铜退”的挑战,民营宽带也要将原来的双绞线换成光纤,增加了不少建设成本,对于财力并不雄厚的民营企业而言,很可能意味着被挤出市场。

曹永忠介绍,立足于丰台区的观滔三四年前的利润率能达到40%-50%,但如今仅能维持在10%。他估计,在激烈的市场竞争下,估计能坚持到明年底的民营宽带服务企业也就几十家。

“现在一些仅覆盖几万户,实际用户只有1000多户的小公司都在往外卖带宽。”曹永忠说。