

房地产进入增速换挡期 躺着挣钱时代一去不返

■ 孙瑞 王存福 高伟 报道

进入 2014 年以来,房地产市场风云突变,全国楼市成交量日益萎缩,降价范围和幅度逐步扩大,房地产市场是否步入“拐点”、面临“崩盘”成为业界关注的焦点。在 7 日召开的博鳌房地产论坛上,中国房地产业协会名誉副会长朱中一认为,崩盘的言论偏于悲观,一定要以常态的心理,认清当前房地产市场的阶段性特征,楼市没有达到舆论认为的“崩盘”程度。

朱中一认为,总体来看,我国的房地产市场在历经了十几年的快速发展后,近两年来呈现出了两个阶段性的特征:一是与宏观经济相对应,房地产市场进入了增速的换挡期,结构的调整期和政策的完善期;二是在市场差异基础上房地产总体的增速下降或同比下降。本轮调整时间的长短,城市之间也会有差异性,主要取决于各地存量房的消化速度。

上半年市场遭遇寒流

最新行业运行数据显示,上半年房地产开发投资、商品房销售情况、土地供求等衡量楼市走势的先行指标均呈现不同程度的下滑。从房价走势上,也能清晰地看出楼市的疲软。国家统计局数据显示,6 月份,70 个大中城市中,新建商品住宅价格下降城市个数在 5 月份的基础上进一步增加至 55 个,占比近八成,持平的城市有 7 个,上涨的城市仅有 8 个。价格下降的城市个数为 2011 年以来最多。而在二手房价格方面,北上广深四个一线城市环比全线下跌。

伴随着楼市的疲软,是“拐点”、“盘”、“冰山”等各种唱衰声音的此起彼伏、层出不穷。上半年的房冷、地冷能否说明房地产市场一蹶不振,濒临崩盘? 在 2014 年博鳌房地产论坛上,与会专家认为,目前舆论对楼市的看法偏于悲观。中国房地产业



协会名誉副会长朱中一认为,目前我国楼市一些数据的同比下行和部分城市进入调整期是不争的事实,但也并没有达到舆论认为的“崩盘”程度。客观分析来看,今年楼市一些数据的同比下行主要与去年同期基数较高有关。去年的房地产市场有很多非理性的、非正常的因素,需求被提前释放。以住宅销售面积为例,今年上半年累计销售 42487 万平方米,同比 2013 年的 46090 万平方米的销售面积是下降了 7.8%,但与 2012、2011、2010 年上半年情况相比,则分别上升了 20.20%、6.74%和 19.69%。

朱中一表示,今年房地产市场经历年初的较大波动后,已逐渐恢复平稳。以 4 月、5 月、6 月的运行数据为例,房地产开发投资额、商品住宅开发投资额、土地购置面积、土地成交价款、房屋新开工面积、房屋施工面积、房屋竣工面积、住宅竣工面积、商品房销售面积和销售额、住宅销售面积和销售额等十多项指标都是逐月上升的,这也延续了往年二季度的情况。

躺着挣钱的时代不正常

本轮房地产市场的调整既有政策影响原因,也有市场自身调整因素,还与房地产市场发展阶段的变化密切相关,经过这样的调整,房地产市场的繁荣还能持续多久?

朱中一认为,我国房地产市场经历了十几年的快速发展,目前已经呈现出了阶段性的特征,即与国民经济三期叠加,房地产市场也进入了增速换挡期、结构调整期和政策完善期,这表现在市场差异基础上房地产总体增速下降或同比下降。不少城市明显供大于求,贷款难度加大以及在政策引导下购房者的预期发生了变化等多方面因素综合起来导致了本轮调整,但这主要还是市场本身调整的结果,因此调整还会延续一段时间。而调整时间的长短,城市之间也会有差异性,主要取决于各地存量房的消化速度。

国民经济研究所所长、北京大学经济学教授樊纲认为,宏观经济和房地产是回归正常。上半年我国 GDP 增速回落到 7.4%,并不

是经济告别“高增长”进入“中低增长”,而是回归到正常发展状态。回顾过去 20 年,我国经济增速超过 9%,就容易出现通货膨胀、资产泡沫等现象。过去房地产市场躺着挣钱的时代也不正常,现在房地产市场的调整也处于回归正常过程中,有市场的高低起伏,有企业的优胜劣汰,这是好事情。但这一轮调整中暴露出来,人口净流出三四线城市其供求失衡关系可能很难调整。樊纲认为,房地产市场从调控政策出台开始,已经逐渐软着陆,未来的大趋势是在兼并重组过程中的价格调整。

调整期应是完善期

迫于压力,近期多个城市调整房地产行业相关政策和措施,46 个限购城市中的大多数城市已陆续取消了历时 3 年之久的限购政策,这也引发了行政手段和市场手段如何博弈的舆论热点。朱中一认为,限购政策的调整也不能与国家“抑制投机投资性需求”的大政策相违背,目前还应因地制宜,继续实施分类调控、落实地方政府稳定房地产市场的责任。

朱中一表示,市场的调整期也是改革的窗口期 and 政策的完善期。过去那种偏重于稳定房价的调控,在缺乏顶层设计和中长期制度情况下的应急调控、及过多采用行政性措施的调控必然要改变。今后的调控也必然要转到“使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用”上来。具体而言,就是要完善促进市场持续健康发展的长效机制,加强不动产登记和个人住房信息联网工作,加快相关法律法规的制定,积极而又稳妥地推进与房地产有关的财税、金融、土地等制度改革,指导地方政府按照按需定产的原则,科学编制并实施住房建设规划与计划。在规划与计划的编制与实施中,既要考虑新建住房的有效供应,又要挖掘二手房市场和租赁市场的潜力,减少地方政府在开发建设中的盲目性。

中秋将至 食品企业不再生产天价月饼

■ 刘斯会 报道

在距离中秋节(9 月 8 日)还有一个月时间之际,月饼市场成为了商家 PK 的战场。

与以往不同的是,在禁止“三公”消费以及反腐背景下,月饼厂家的销售策略以及定价空间可能要另辟蹊径,那么销售状况将会如何?

记者联系多家生产月饼的企业了解到,北京老字号全聚德月饼礼盒价格往年最低 200 元/盒,今年最低价位产品则是 100 元/盒。此外,有不少酒店和传统品牌月饼供应商将月饼价格降至更低。

从月饼礼盒外部包装和品种上来看,不少酒店和哈根达斯等厂家将年轻人作为主要的消费群体,并着重推出了适合年轻人口味的月饼;而类似稻花香和全聚德等北京当地传统月饼供应商仍将主打老字号传统品牌月饼。

加推中低档月饼

“去年被限制‘三公’消费政策打得措手不及,今年月饼厂家会更加注重市场情况,在定价和产量上面有所调整。”中投顾问食品行业研究员向健军在接受记者采访时表示,预计今年月饼销售状况会比去年好。

北京全聚德仿膳食品有限责任公司副总经理张湛在接受记者采访时表示,受今年整个市场环境影晌,全聚德将在产品方面做转变,从以往注重月饼礼品化到更加注重实用价值。“从整体上来看,中秋佳节月饼消费还是一个刚性需求,与以往不同的是,少了一些团体购买和机关发放的市场,但整个零售市场还是有的。”张湛表示,为适应这种变化,今年全聚德的月饼将不会在产品包装上做大型的和复杂的设计,而是往精致和简约化方向转型。

在产品的价格上,全聚德将延续去年的风格继续推出 200 元/盒的月饼,同时也着重推出 100 元/盒的月饼,“整体来看,整个产品价格区域向下倾斜”。

与全聚德类似的是,另一家老字号食品企业北京稻香村食品有限责任公司也表示,为了能够适应个人和家庭消费,今年稻香村中秋月餅礼盒以中低价格为主。据公司销售人员介绍,今年稻香村推出的 32 款礼盒产品,均没有超过 300 元/盒,价格主要分布在 200 元/盒以下的中低价位上,“在今年全部礼盒产品中,100 元/盒至 200 元/盒价位的礼盒数量高达 15 款,100 元/盒以下的礼盒 10 款,200 元/盒以上的礼盒 7 款。”此外,在月饼礼盒的包装设计上,稻香村也主打简洁风。

“在‘三公’消费政策和反腐背景下,公务群体已不再是主流消费群体,而企业以及个人成为消费主力。”向健军表示,公务群体偏好高价、高档包装等,企业和个人更偏好性价比高的月饼,因此月饼企业在生产和定位上有所调整。至于销售方面,一方面要把握企业这一团购单位,提升销量;另一方面也要通过超市等渠道向个人消费群体输出。

酒店全民销售月饼

与全聚德和稻香村这些老字号月饼厂商相比,以诸多酒店、哈根达斯等为代表的厂商将今年的月饼销售对象转向了年轻人。

某酒店内部人士告诉记者,现在酒店业开启了全民销售月饼模式,酒店工作人员会下意识地向身边的人推荐自家月饼。此外,随着整个市场环境的变化,酒店月饼礼盒在生产数量和价格上都有所下调。在价格方面,所有酒店将不再卖那么贵的产品,比如,燕窝、海参、鲍鱼等高档月饼。上述人士表示,今年其旗下酒店的月饼礼盒销售价格最低有达到 78 元/盒。

此外,从月饼品种方面,酒店将推出更多符合年轻人喜好的口味,如提拉米苏、抹茶和冰淇淋口味等。“总体来说,酒店业会仿照类似星巴克做月饼礼盒的形式,来迎合年轻人的口味。”

哈根达斯相关工作人员表示,为抓住年轻人消费市场,哈根达斯签约了韩国明星金秀贤,并推出名为“星星的爱”月饼冰淇淋,售价为 298 元/盒。

向健军表示,今年国内月饼的定价将接近去年销售火爆产品的价格区域,即礼盒价格 100 元/盒至 200 元/盒区间,一方面是借鉴 2013 年的销售经验,另一方面是 2014 年国内高压反腐态势更加明显所致。

此外,向健军称,除了传统月饼外,往年销售火爆的“金银月饼”今年在市场几乎消失了,所谓“金银月饼”其实并不是食品,而是兼具贵金属材质和艺术欣赏价值的投资品。更为重要的是,相关企业也将迫于压力而不会再生产。



中华慈善总会开展全球患者援助项目 河南省肿瘤医院积极筹备开设胃肠间质瘤诊疗门诊

■ 本报驻河南首席记者 李代广

近年来,原本少见的胃肠道间质瘤(GIST)有发病率增加、误诊率增高的趋势,为扼止这一趋势,中华慈善总会开展了格列卫(甲磺酸伊马替尼胶囊)全球患者援助项目,河南省肿瘤医院普外科也在积极筹备开设胃肠间质瘤诊疗门诊。

据河南省肿瘤医院普外科副主任医师赵玉洲介绍,该肿瘤可以发生在从食管到直肠的任何部位,其中以胃部较常见,约占发病人群的 63.7%,其次为小肠、结肠和直肠。另外还可发生在胃肠道外,手术切除后可以维持一段时间,但较容易转移和复发。因此需要长期服药来进行治疗。由于胃肠道间质瘤的临床症状多表现为恶心、呕吐、腹痛、贫血,不具有特殊性,因此给诊断带来一定难度,只有一些大型医院才能正确诊断,没有经验的医生可能会误诊。这就导致不能及时的对患者进行救治,而且由于确诊率低,也造成了公众对这一疾病的认识不足。

胃肠道间质瘤的诊断主要借助于器械检查和病理诊断。由于其表现症状的非特异性,必须依靠检查才能精确诊断。利用胃镜可帮助明确肿瘤部位及大小;螺旋 CT 扫描是该病最有意义的检查方法之一,定位快速、准确,为手术方案的制定提供必要的影像信息,尤其对向胃肠道外生长或同时向腔内外生长的胃肠道间质瘤更有意义。因此,定时的体检能够帮助我们及早发现胃肠道间质瘤的存在,及时的进行治疗。

胃肠道间质瘤的治疗也是一个长期的过程,其治疗原则是以手术为主的综合治疗。对于可切除患者完整的手术切除是保障患者术后长期生存的重要基础。如果肿瘤在手术过程中不能完整切除或者发生破裂术后的复发风险会大大提高。但对于大多数患者仅仅靠手术或者是短时间用药是不能从根本上解决问题的。如果肿瘤位置特殊,也可以先吃药缩小,可以最大限度保全人体器官同时将肿瘤切除。一般的胃肠道间质瘤需要在手术以后长期服用一种名叫“格列卫(甲磺酸伊马替尼胶囊)”的药物,据赵玉洲医生介绍,此药问世之前,此种肿瘤的术后 5 年生存率不足 50%;转移性或复发性胃肠间质瘤患者的总生存期为 12~19 个月。临床试验数据显示,服用此药可使 98%患者术后 1 年维持无复发生存。

针对胃肠道间质瘤需长期用药,且总体治疗费用较高的情况,中华慈善总会开展了格列卫全球患者援助项目,符合条件的患者每年只需自付 3 个月药费即可获得另外 9 个月的免费药品慈善援助。

东风悦达起亚 韩国明星代言

东风悦达起亚旗下的全新 K3S 两厢车 4 月正式上市。7 月末,该公司迎来第 300 万辆整车下线,同时,2015 款 K3 作为企业第 300 万辆下线轿车上市。两款车都由韩国明星代言——张继科和李敏镐,韩国的全民偶像。

中国汽车市场在经历高速发展的黄金十年后,迎来理性增长阶段。消费者不再追求车辆大同,而是需要符合个性和实用的专属座驾。在此背景下,东风悦达起亚充分调研市场需求,准确把握市场动态,适时推出 K3 和 K3S 快速切入市场,通过差异化的用户体验不断适应市场变化,而张继科和李敏镐正是这两款精品车型的代言人。

明星代言是一把双刃剑,不仅要“选对人、搭对桥”,还要“拼人气、讲气



质”。阳光帅气的张继科,球风犀利果敢,比赛中的技术与速度均高人一筹,与 K3 “蕴实力 耀不凡”的品牌内涵相得益彰,也诠释了 K3 的目标消费群体;他们年轻向上,处在事业上升期;享有开放思维,乐于接受新兴事物;追求品质,拥有良好的生活情趣和时尚态度。风格出众的李敏镐,演技形神兼备,优雅迷人的明星气质使其风头时无两,和“型动随我”的 K3S 交相辉映,体现了率性果敢、快乐自信且掌控自我的年轻一代对有

大数据揭秘网购诈骗:万里“骗”一

■ 高少华 报道

网络购物如今已经成为人们主流的消费方式,而木马犯罪产业也大规模“转行”,把攻击重心从游戏盗号转向网购消费者身上,利用钓鱼网站结合电话诈骗、木马劫持等方式盗取网购资金,致使许多网购用户利益受损。

360 互联网安全中心日前发布的《2014 年上半年中国网购安全报告》(简称《网购安全报告》)基于大数据分析,今年上半年 360 网购先赔服务共接到网络欺诈骗案约 1.3 万例,占开启网购先赔服务用户的比例接近万分之一。这意味着,每一万名网购消费者中,就有一个人实际遭遇网购损失。

专家表示,由于目前国内网购用户基数庞大,加上部分“裸奔”用户更容易被钓鱼网站和木马侵害,网购安全威胁不容忽视。在诈骗形式上,P2P 网贷、贵金属交易、外汇买卖等新型的互联网金融投资诈骗日益活跃,消费者应对此予以警惕。

“退款”电话 为饵钓鱼网站盗刷银行卡

今年 5 月,郑州市的吉先生网购了

一个充电器,不久就接到自称是“卖家客服”的电话。对方告诉吉先生,由于系统临时维护升级,吉先生的订单失效,需要他填写退款协议办理退款。吉先生便通过 QQ 打开对方发来的退款链接,并按提示输入了银行卡号、密码、身份证号、手机号及短信验证码等信息。结果,本以为是办理退款,他的银行卡却被消费了 3000 元。

像吉先生碰到的这类以“退款”为由,实施电话混搭钓鱼诈骗的案例不在少数。《网购安全报告》显示,2014 年上半年,360 网购先赔收到的近 1.3 万例网络欺诈骗举报中,“退款”欺诈骗占到 11.2%,是仅次于网络兼职欺诈骗的流行骗局之一。退款欺诈骗害人均损失高达 3760 元,远超过 1988 元的总体平均值,从受害人数、黑产值到人均损失,均排在第二位。

网民的电商账户几乎成了网络身份 ID,通常绑定网银快捷支付,一旦电商账户密码信息泄露,就面临网银被盗刷的风险。对此,360 安全专家刘福军建议,消费者应重视个人账号安全,定期修改密码,并使用安全浏览器“网站名片”识别网站真实身份,避免在非可信网站上提交个人信息。

互联网金融 火爆 P2P 网贷欺诈骗抬头

今年上半年,360 网购先赔服务接到 223 例投资理财欺诈骗报案,在各欺诈骗类型中仅排第八位,但受害者人均损失却高达 9533 元,远超其他欺诈骗类型,排在榜首。其中,P2P 网贷跑路事件频发,今年上半年 P2P 网贷平台的受害人,占各类理财诈骗的 61.6%,在互联网金融诈骗中占据榜首。

据专家介绍,目前互联网金融风头正劲,信用卡理财、外汇买卖、P2P 网贷、博彩投资等各类新型投资方式先后出现。不过,准入门槛低、无监管,导致 P2P 网贷平台野蛮生长,鱼龙混杂。仅 2013 年至今,已经有百余家 P2P 网站跑路,受害者往往难追回资金,损失惨重。投资者在网上搜索金融理财信息时,往往被一些“加 V 认证”的空壳网贷平台蒙蔽,从而使得骗子平台轻易获取投资者信任,迅速敛财。

“投资者应高度警惕那些宣称收益奇高、纯资金吸纳的互联网金融投资项目,并认真调查其担保投资机构的合法资质,以免落入投资陷阱。”刘福军称。