

房贷新政实施一月 去库存仍是主旋律

■ 高伟 蔡颖 报道

央行“9·30”新政出台已经满月。截至10月29日，一个月内有16家上市银行根据“认贷不认房”原则纷纷出台相关细则。由于央行新政对楼市改善型需求的刺激作用，10月份以来多个城市楼市成交量开始筑底回升。不过，由于楼市库存仍处高位、商业银行对降低房贷热情不高，多数项目入市仍以跑量作为定价主导。

业内专家认为，央行新政对购房者心理预期影响明显，但是部分城市交易量回暖尚不足以改变楼市高库存的基本面貌，未来“去库存”仍是房企乃至整个行业的主旋律。至于房价，预计维持平稳，难涨难跌。

现实利率优惠依然凤毛麟角

9月30日，中国人民银行、中国银行业监督管理委员会发布《关于进一步做好住房金融服务工作的通知》，要求“积极支持居民家庭合理的住房贷款需求”。具体为：首套房贷最低首付款比例为30%，利率下限为贷款基准利率的0.7倍；对拥有1套住房并已结清相应购房贷款的改善性购房家庭，二次购房时可按照“首套房”贷款政策执行。

央行“9·30”新政，被业内解读为“认贷不认房”。据记者了解，截至10月29日，在一个月时间内，已经有16家上市银行根据“认贷不认房”原则纷纷出台相关的细则，并推动分行层面执行。除此之外，各地城商行也纷纷跟进落实政策。对于以往房贷结清的客户，重新申请按揭贷款，银行根据具体情况要求的首付比例为30%至40%，利率大多执行基准利率。

工行湖南分行一位信贷经理表示：“对拥有2套住房并已结清相应购房贷款的客户，重新申请按揭贷款，最低首付款比例为30%；但对拥有2套以上住房并已结清相应购房贷款的客户，重新申请按揭贷款，最低首付款比例则需要40%。”

在利率方面，按照央行新政，对于贷款购买首套普通自住房的家庭，贷款最低首付款比例为30%，贷款利率下限为贷款基准利率的0.7倍，具体由银行业金融机构根据风险情况自主确定。

不过，记者了解到，虽然银行给出的折扣利率普遍在8.5%至9.5%之间，但真正能申请到优惠利率的客户凤毛麟角。

融360监测数据显示，有13家银行可以给出利率优惠，其中有11家银行可提供首套房9至9.5折优惠利率，包括中国银行、农业银行、交通银行和邮储银行这4家大行，但条件都较为严格。

某股份制银行内部人士指出，“当前房贷基准利率是6.55%，如果打7折，就连5%都不到了，这比银行理财产品的收益率还要低，对于客户而言甚至会产生‘用房贷购买理财产品’的套利空间。另外，对于银行而言，资金成本上升压力非常大，利差收窄。因此，银行在按揭贷款折扣幅度方面很难操作。”

目前，建行、工行、中行、农行、兴业、华



夏、交行、招行、邮储、南京银行等二套房首付比例仍为60%。多家银行判断，短期内监管层不会进一步放开二套房首付比例。

效果预期转变促楼市回暖

从已经出台央行新政执行细则的银行来看，尽管“认房不认贷”条件严苛，且利率方面并未出现实质性优惠。但是在业内看来，央行新政最明显的作用，是改变了购房者对楼市的预期。

中原地产首席分析师张大伟告诉记者，因为经济增速放缓，各地方政府对房地产的依赖度明显上升。这种情况下，预计各地的救市热情将持续上涨，特别是信贷松动的，一旦银行实施细则执行，购房者将被刺激入市。

中国指数研究院监测数据显示，2014年10月19日-10月25日，受监测的21个主要一二线城市中，多数城市住宅成交面积保持增势。一线城市中北京、深圳环比增幅分别达到17.78%和36.13%，上海、广州环比回落。

事实上，10月份前20天，上海易居房地产研究院监测的20个典型城市新建商品住宅成交面积约671万平方米，环比增长约12%。20个城市中，有15个城市出现了成交环比上升。

易居研究院研究员严跃进认为，10月份前20天，整个市场成交量出现了比较明显的反弹，这说明入市情绪开始变得高涨。按照目前这一趋势，预计10月份的交易量将超过9月份，同时，整个四季度楼市的看跌情绪会逐渐淡化。

在亚豪机构副总经理高姗看来，央行新政“认贷不认房”规则的改变，所针对的则主要是改善型需求，低端改善型群体受益最大。高姗认为，对于多次置业的群体来说，其资金实力相对较强，因此首付成数的变化对其影响相对较小。反而是“卖一买一”的中低端刚性改善群体，受制于资金压力，对于信贷政策的优惠反应较大。“随着央行新政策的逐渐落地，市场供应也开始增加，预计受到供应集中爆发的影响，接下来的市场成交将处于反弹周期”。

“央行新政对市场有明显的信心提振作用，房价止跌已经明确。”张大伟说，“受央行新政影响，起码可以增加30%的可购房人群，这部分人群恰好是之前被政策抑制的意愿购房人群。”

他进一步表示，整体市场的供应在继续增加，而需求也将释放，因此四季度的成交量值得期待。房价方面，预计依然以平稳为主，继续下调的可能性降低，但因为库存等原因，短期上涨的空间也不大。

四季度仍以去库存为主

央行新政要求，继续支持房地产开发企业的合理融资需求。但据记者了解，目前银行对房地产开发商依然实行名单制。

“从整个市场来看，能在名单中的开发商也就是300至400家，开发贷占银行全部贷款余额约5%至6%的水平。今年，商业住宅的开发贷比去年减少了很多。虽然总量增加了1000多亿，但40%投向了保障房。”交通银行首席经济学家连平说。还有业内人士指出，近三年来，银行

贷款在房地产开发商的资金来源中占比逐年下降，从20%降到目前的10%左右。“对于房地产行业的融资，目前要降低开发商的杠杆率、降低负债率，刺激销售而增加回款能力，因为开发商30%的资金来源于此。所以，按揭贷款的放松正是为增加开发商资金流动性提供契机，当然还包括解除限购。”兴业银行首席经济学家鲁政委表示。

中银国际研报显示，多数房企三季度业绩表现并不理想，毛利率下滑幅度超出市场预期。开发商的利润空间受到地价与需求的双重挤压，整个行业已进入一轮较大的调整周期中。

同策咨询研究部总监张宏伟认为，央行新政有助于提高市场去化速度，有助于部分城市市场成交量出现“翘尾”行情，但从各银行政策实际落地执行情况来看，“惜贷”基本面并没有实质性改变，这并不利于市场基本面出现实质性好转。

张宏伟告诉记者，由于当前库存压力仍然较大、房企扩张盲目性等因素，今年四季度及明年，楼市仍然面临去库存压力，去库存仍然是市场主旋律，并不会因为部分城市市场成交量回升而改变。

中指院也认为，尽管多重利好措施促使市场逐步回暖，但由于楼市库存仍处高位、商业银行对降低房贷热情不高，多数项目入市仍以跑量作为定价主导。此外，前三季度财报数据显示，多数房企营收和利润同比下降明显，经营压力持续显现。尽管后市销售数据随着政策叠加效应的释放将继续改观，但大幅度反弹现象不会出现，房企为冲刺全年业绩目标，应把握窗口期，加快去库存步伐。

政府推消费升级 旅游酒店产业获良机

■ 彭甜甜 报道

“升级旅游休闲消费”成为国务院要求重点推进的六大领域消费之一。对此，三亚海棠湾管委会旅游局局长叶凯中则表示，中国旅游市场应该进行旅游升级，将服务业发展扎实，“比如，旅游将从传统的组团式向自由行、私人定制、会展旅游等方面转变。”

多位酒店行业的资深人士认为，旅游休闲消费结构升级，整个旅游市场将从“观光”旅游向“度假”旅游转变，同时为整个中档酒店市场带来发展良机。

向新型旅游升级

国务院常务会议在“升级旅游休闲消费”中提到“落实职工带薪休假制度，实施乡村旅游富民等工程，建设自驾车、房车营地”。有业内人士认为其中释放了加强服务业建设的信号。

“海棠湾项目定位于现代服务业产业园区和示范区。”叶凯中表示，海棠湾项目建设之前与国家部委沟通过，政策推出之前，就已经做了产业思路的规划调整。

踩着发展趋势提前布点的还有如今在全国各地大规模“造城”的万达集团。近

年来，万达集团在旅游目的地资源的开发和旅行社通路建设上频频出手。10月23日，万达集团旗下的第九座万达文化旅游城（下称“万达城”）落户广州，至此，万达集团在万达城项目上的总投资达到了3250亿元。

而据熟悉万达的知情人士对记者透露，按照万达文化集团的规划，未来万达打算建造10-20个万达城。据了解，每个万达城的投资都是百亿以上级别，每个项目从最初的产品定位，到外观的设计各有特色。

叶凯中表示，在向新型旅游结构升级的过程中，当地政府应该配合企业，打好配合战，配套设施要做好。“我们现在是积极引进医疗养生、会展会务等与现代旅游业相符的项目，而对于与其发展不相符的项目，设置引入门槛。”

此前，杭州旅委主任李虹表示，希望借助万达旅业的进入带动杭州旅游产业的升级转型，借助企业的力量在本地加大休闲度假旅游投资。

有业内人士认为，中国的旅游文化市场广阔，但十八大以来，全国各地上马的文化旅游城项目呈“井喷”趋势，从总量上看，未来有产能过剩的隐忧。

叶凯中认为，在顺应旅游市场升级

中，政府部门应该结合自身优势，不能刻意捏造建造一些劳民伤财的文化旅游项目，“向新型旅游结构转变之后，以前高达50%-70%的组团旅游将下降到20%左右的合理区域。”

2013年，万达长白山三分之二的客流量由旅行社提供。北京万达文化产业集团有限公司副总裁莫跃明表示，按照正常客流分布，应该是三分之一的客源来自旅行社，三分之一的客源来自在线旅游网站，另外三分之一的客源来自自由行等其他通道。

中档酒店的机会

一呆网联合CEO石劲磊对记者表示，旅游结构升级后，整个旅游市场从“观光旅游”向“度假旅游”转变，而这种转变给适合家庭居住的体验式度假公寓提供了市场机会。

一呆网方面发布的数据显示，2013年，国内短租房的房源类型中公寓租赁占51.5%，家庭旅馆占23.8%，而便捷酒店仅占3.2%。

今年9月份，一呆网和保利地产联合推出首个度假型公寓品牌。“8月份试运营以来，平均入住率达80%以上。”石劲磊表

示，“度假公寓是未来旅游酒店发展的主方向。”

据了解，目前国内有5000万套以上的可待开发旅游公寓，潜在的可用资源巨大。

中国旅游研究院副研究员杨宏浩对记者表示，旅游产业机构的升级为整个中档酒店市场带来更多的机会，近年来，有不少资本涌入这块市场，“七天集团（现称‘铂涛集团’）下面已经推出了多个中档精品酒店品牌，未来这块市场将不断细化。”

雅阁酒店集团中国区首席执行官张黎明则表示，从2007年开始，中国高端星级酒店盈利能力不强的弊端日渐凸显，很多城市的五星级酒店从当地的“名片”变为“累赘”，而中档酒店市场则表现出强大的消费需求。

雅阁集团2005年进入中国市场，张黎明表示，此前雅阁集团发展的重点集中在豪华、高端酒店品牌，而在下一个十年，以澳斯特为代表的中档精品酒店将成为雅阁集团在华扩张的重点。目前澳斯特品牌在中国共有21家酒店，预计到2017年，澳斯特品牌酒店项目数量将突破150家。这也意味着，未来三年内，澳斯特酒店的数量将翻近7倍。

2014 创业生态报告发布 三领域成投资热点

■ 张力 报道

2014年10月29日的“36氩WISE 10互联网创业者大会”在京举行，主办方36氩发布《36氩2014年创业生态报告》（下称：创业报告），《创业报告》指出互联网创业的热点在哪里？哪些新趋势应该抓住？该报告通过详实的数据，进行全面呈现。

互联网创业异常火爆

据了解，仅2014年前三个季度，共发生922起投资案例，涉及金额近100亿美元。其中，IDG资本就投资了美啦美妆、寺库SECOO、蘑菇街等10余起；经纬中国，投资了爱图购、猿题库、美柚等6起，项目涉及资金2亿美元左右。这一系列的投资数据，显示互联网创业的火爆，很多垂直领域也正处在爆发期和洗牌阶段。

该创业报告称：现在是互联网创业的时代，网络已经成为人们生活中必不可少的基础设施，潜在用户基数庞大。像腾讯等这样的大企业的开放平台把创业门槛降到最低，只需要具备足够好的创意和强大的执行力。但好的创业环境，也加速了创业者之间的竞争，市场是个大筛子，进行着优胜劣汰。形成物竞天择，适者生存的优良发展。

报告主要分析了在线教育、互联网金融、O2O等几大领域未来的发展优势势。

在线教育将入换血期

据本年度创业报告显示，从2014年初期，创业者开始向教育行业伸出触角，现今模式不错的公司已进入B轮、C轮融资，而模式不靠谱的已被淘汰。第一轮换血期已至，又将涌起新一轮的比拼。

从在线教育来看，像题库、拍照答疑、找老师平台、职业考试类、英语培训类等这些领域，创业者已经很难再插足进去，目前的市场供应处于饱和状态，除非有更高效率的解决方式和刚性需求相匹配，否则很难有更多大的突破口。

而未来互联网，在线教育市场可能会有新机会的是技术驱动型的数据分析领域、为线下机构做好服务帮助他们线上线下结合的领域、硬件领域的教育公司、机器人、早教市场、教育导航、探索出规模化游学模式的领域等，这些领域需要公司具备高效、创新的特质。其中有些领域会用到大量的数据分析，进行精准定位。对陌生领域的探索，才能走出一条别人没走过的路。

互联网金融继续井喷

去年，是互联网金融行业元年，继续保持井喷态势。仅从今年第二季度开始，业内开始密集发布投融资消息，短短几个月内，有超过30起大额融资信息发布。全年至今，累计风投事件近百起，其中不乏数千万美元的大单，P2P在其中充当了主力军角色。

该报告指出：经过一段时间的竞合，有几个趋势非常明显：市场开始洗牌，优质公司逐渐显现；政策导向逐渐明朗，准入门槛、认证标准的提高将会排除一批欠规范化企业，市场空间将被领先者瓜分。从去年到现在，P2P市场的增长很大程度上来自于新平台的带动，但接下来一段时间这一状况会有所改变，领先平台的内生性增长将逐渐成为主流。

报告还对未来趋势进行了预测：首先，整个金融行业规模，将经历由增长到萎缩的曲线，随着行业改进和竞争加剧，整个金融产业在GDP中所占份额将会大幅下降部分创业领域将成为雷区；其次，创业机会由单点突破转向服务生态圈，如今互联网金融已经在多个“单点”形成规模，接下来显现的则是对行业基础设施的需求。而金融数据的获取和处理方式更加智能，以往很多暗箱充斥的领域，现已更加透明化；第三，互联网金融市场正由理财市场向投资市场扩展，如今大众日渐接受高风险的投资市场。金融边缘人群会成为一大增量，金融覆盖领域将更大，比如农村，边远地区人口。最后，金融和社交结合的趋势将逐步显现，金融的本质基于信用，而信用标准化、客观性的硬数据和非标准、人格化的软数据来源这两方面。

碎片化市场中的 O2O 服务

整体看来，O2O正处于一个迅速扩张的阶段，首先，市场中的玩家愈聚愈多，而他们提供的服务范畴，已覆盖到人们日常生活的各个层面。资本市场也对O2O投入了更多关注，成为BAT等巨头眼中的香饽饽，直接表现就是早期投资的金额上升。

O2O业务范围继续扩大，新的市场不断被开发出来，如奢求零售、半成品、生鲜电商、厨师上门、婚假、美容美发美甲、洗车、二手车交易等都可以展现服务便利性的一面，可以成为新的创业焦点。因此，上门服务和快速物流服务在各个O2O细分市场中蔓延。

但O2O这个事情本身很难，O2O现在也变成了一个很大的套子，什么都往里面装，但很多领域的O2O其实没有解决一个基本的问题——信息化的问题。如果底层的信息没有结构化，来谈O2O就比较空阔。