

恒大在售楼盘可无理由退房 房市或迎来买方市场

■ 张晓玲 报道

高企的库存和需求的萎缩，迫使包括万科、保利、方兴等在内的开发商们，使出各种招数卖房。

恒大地产另辟蹊径。4月15日，恒大地产宣布，4月16日8时起，恒大在全国的住宅楼盘，购房者履行相关义务并无违约行为，在签署购房合同之日起至办理入住手续前，均可无理由退房。

中国房地产市场多年来一直是卖方市场，开发商持续强势，购房合同中充斥着霸王条款。上海同策咨询研究总监张宏伟认为，无理由退房是一个营销口号，但也是一个承诺，今后购房者的选择权将更大。

买方市场来临

恒大内部文件显示，自4月16日起购买恒大所有楼盘住宅的客户，已履行《楼宇认购书》、《商品房买卖合同》的各项义务，且无任何违约行为，则自签署《商品房买卖合同》及《无理由退房协议书》之日起至办理入住手续前的任何时间，均可无理由退房。

目前，房地产市场竞争激烈，房企集中度正在不断提高，恒大地产总裁夏海钧说，这是大势所趋，“中国房地产市场高峰时有五六万家房地产开发企业，现在还有两三万家。市场竞争、行业洗牌再洗掉两万多家，剩几百几千家很正常。我们希望通过这种竞争，来提升行业的健康程度。”

按照夏海钧的介绍，恒大实施无理由退房的底气在于：恒大成本控制能力强，标准化运营、材料统一配送等降低了恒大的运营成本，其利润来于供应商、建筑商的让利，因此能卖给大众便宜的住宅。

夏海钧强调，作为龙头企业，恒大有能力、有责任带头为维护购房者的权益和市场的良性发展做一点事情。他说，住宅是商品的一种，理应像其他商品一样获得“包退”承诺。



恒大希望更多同行都加入“无理由退房”阵营，让住宅“包退”成为市场新常态。

张宏伟认为，无理由退房本来就是开发商应该做的，只不过此前楼市是卖方市场，开发商比较强势，购房者很难享受到无理由退房的权利；现在进入了买方市场，消费者或者购房者起到主导作用，无理由退房，是讨好购房者的一种营销方式。

中原地产首席分析师张大伟则认为，目前房地产市场依然处于低温过程中，无理由退房，可以解决购房者在投资需求与自住需求双方面上对房地产的心理痛点。从营销上看，对增加成交量有帮助。预计接下来可能有更多的开发商跟进恒大的做法。

对于房地产市场来说，出现退房的原因有两种：一是收房的时候质量差；二是房价下调。无理由退房对于中国90%成交是期房的房地产市场现状来说，这的确解决了购房者对房屋质量的担忧。

但张大伟同时指出，在实际操作中，购房者选择无理由退房的可能性非常小。因为目前市场成交大部分为期房，这种情况下，

购房者从签约到收房起码需要1-2年时间，大部分需要支付10%-15%的按揭贷款利息或者是资金成本。另外收房前，还有3%-5%的税费支出，如果选择退房，这部分将成为购房者的损失，因此未来出现退房的可能性不大。

张宏伟也表示，由于销售业绩指标的压力，各个楼盘在执行无理由退房时流程相当复杂，能够享受无理由退房的购房客户不会太多，包括业务员在内的营销人员会极力劝导购房者不要退房。即使能够无理由退房，购房者的首付、定金的退还周期也比较长，这样，无理由退房也会给购房者带来资金周转的压力，有可能因为反复退房的操作，丧失最佳的购房时机。

并购良机闪现

业内普遍认为，3月30日央行等部门的楼市新政，将推动成交的增长，2014年的市场情况将比去年更好。但开发商仍不敢懈怠，去库存仍是共识。

国家统计局最新数据显示，截至3月末，商品房待售面积64998万平方米，比2月末增加1076万平方米。其中，住宅待售面积增加639万平方米。在建房屋施工面积逾48亿平方米。民生证券宏观研究院执行院长管清友测算，待售住房与在建住房需54个月才能卖掉。

一季度全国商品房销售面积为18254万平方米，同比下降9.2%，但降幅比1-2月份收窄7.1个百分点。其中，住宅销售面积下降9.8%，说明3月单月相比1-2月有所复苏。如果这一势头继续保持，二季度的成交有可能恢复正增长。

恒大的表现要优于大势。年报显示，恒大地产资金压力大大减缓。恒大自购地以来累计应付总土地款2200.1亿，已付1955.5亿占总地价9成以上，未到期未付土地款仅剩一约为244.6亿，较2013年底下降57.2%，创3年新低。这前10强房企表现算是相当优异的。

管理层认为，未来3年的应付土地款，已基本不对恒大造成资金压力。此外，恒大也更多地采用合作方式来降低土地款支出。截至2014年12月31日，合作开发项目78个，累计节省土地款支出597.6亿。

夏海钧说，公司制定了1500亿的目标，以往目标每年都超额完成，今年有信心超额完成目标。

恒大地产主席许家印强调，2014年恒大实现1315亿的销售额，销售回款首次突破1120亿元，这是一个比较高的回款比例。公司今年会更加重视回款。业内分析师认为，此次推出无理由退房，也暗含了恒大对回款率的追求。

2015年的房地产市场仍处于一个周期性的转换阶段，这给恒大这类龙头提供了良好的并购机会。2014年11月15日，恒大以自有资金提前偿还13.5亿美元优先票据，并在今年2月做了一笔15亿美元的融资。据介绍，这笔美元融资将主要用于并购。

豪车市场增速放缓 第二阵营出现分化

■ 刘旭 报道

一季度中国汽车市场增速逐步放缓，其中豪华车市场的表现更为明显。

作为豪华车市场领军者的奥迪品牌，3月中国市场销量4.84万辆，同比微增1.5%。而宝马集团(含MINI品牌)3月在中国市场销量增长8.1%，为一季度的销量增幅最高点。“销量增长放缓的同时，经销商压力正在积聚。”一位德系豪华车品牌经销商向记者表示。

正在抢夺豪华车市场份额的二线品牌，仍希望通过个性化的品牌打造，加速扩张销量。以英菲尼迪为例，一季度中国市场销量为7898辆，同比增长28.3%，市场占有率由2013年上半年的0.5%上升到今年3月的2.2%。

分析认为，豪华车市场今年销量增幅有望继续领跑中国汽车市场，但增幅回落成为必然。紧凑级和小排量车型是豪华车企业增加销量的最关键因素。

在德系豪华车阵营中，宝马与奥迪的竞

争较为胶着。今年一季度，奥迪在中国市场销售13.3万辆汽车；宝马集团在中国销售11.5万辆汽车(含BMW和MINI品牌)，与奥迪的差距进一步缩小。

乘联会数据显示，一季度奥迪A6L销量共计3.87万辆，同比下滑4.4%；同期宝马5系Li销售3.88万辆，同比增长13.7%，以微小的优势超过了奥迪A6L，问鼎一季度C级车的销量冠军。

尽管在A6L这款主销车型上被宝马超越，但奥迪在一季度仍取得增长，重要拉动因素是奥迪A3在紧凑级豪华车市场的增长。数据显示，A3两厢车与三厢车一季度合计销量为1.41万辆，在奥迪中国市场整体销量中占比超过10%。

而宝马X1是拉动宝马销量增长的重要因素。一季度，X1销量1.05万辆，同比提升4.7%。奔驰新C级车拉动效应在今年一度体现明显，数据显示，奔驰C级车销量达到1.82万辆，与宝马3系和奥迪A4L的销量差距已明显缩小。

“此前，到店顾客是在奥迪和宝马之间纠结，但现在奔驰C级车成了重要选择。”一位

奥迪品牌经销商告诉记者。

分析认为，德系三强的竞争格局正在产生微妙变化。“压力大增是必然，但由于奥迪产品线更为齐全，短期内的领先优势仍旧明显。”

第二阵营竞争加剧

豪华车市场扩容给第二阵营车企带来机会。由于市场尚未定型，变数大成为这一领域的关键特征。自2011年持续高速增长的捷豹路虎，可能首次出现季度销量下滑的情况。尽管尚未公布3月销量，今年前两个月，捷豹路虎累计销量16328辆，同比下滑12.3%。

同时，位列中国豪华车市场第五位的沃尔沃，受到XC90换代影响，一季度在中国市场销量下滑0.6%，为1.74万辆。但其国产车型S60L市场销量大幅增加。数据显示，一季度S60L销量5156辆，同比增长103.6%。

对于已开始国产的豪华车企业，国产车型的市场表现尤为重要。2015年对于捷豹路虎而言，国产极光的表现存在较大变数，也是影响捷豹路虎中国走势的关键所在。英菲尼

迪整合优势就十分明显，国产车型的成功成为该品牌在中国快速扩张的关键因素。

东风英菲尼迪总经理戴雷博士表示，“得益于本土化战略的持续深入、国产车型的上市、产品线的不断丰富以及营销活动的创新，英菲尼迪一季度销量实现了新的突破。”

一位汽车市场分析人士向记者表示，基于此前两年的导入，短期内豪华车市场格局基本成型，增加销量、争夺市场份额是今年重点。紧凑车型和小排量车型带来的价格下探，是豪华车企业增加销量的最关键因素。

上述分析人士告诉记者，随着新晋品牌的进入，豪华车价格区间已下移，为了应对这一情况，各个细分市场的传统优势车型多通过小排量车型扩张予以应对。比如，今年二季度奥迪A6L将推出1.8T车型扩展用户群。

在整体市场增速放缓的背景下，豪华车市场利润将进一步被挤压，因此，今年厂商和经销商的关系仍是豪华车市场最不确定的因素。“目前，全系亏损销售已成经销商常态，厂商关系的矛盾尚未得到有效解决。”一位德系品牌经销商告诉记者。

总理关注提网速降资费 信息基础设施迎改善机遇

■ 吴丰恒 报道

“我之前就说过，中国的信息基础设施之落后，我们自己都很难想象！”在一季度经济形势座谈会上，李克强总理提出，运营商应提高网速、降低流量资费，并要求相关部门负责人加快协调工作。

“以前讲的基础设施建设是指建机场、通铁路，信息社会，基础设施是有线和无线网络。如果这些设施没建好，基于网络的个人应用、企业应用，乃至军事、国防都会受到制约。”电信专家曾轲在接受记者采访时表示。

而电信专家项立刚在接受记者采访时则提出三条建议，例如给运营商利润要求松绑、加快技术研发投入、加大国家对固网宽带提升的资金扶持。

有空间，也有瓶颈

“业内有一句话叫做，有线网络是无限的，无线网络是有限的。”曾轲说。固网光纤理论上没有速度极限，无线网络却有基站、频谱资源分配等限制，不过我国的情况是，无线网络的发展超过了有线网络。

众所周知，中移动已建成全球最大的一张4G网络，经过LTECAT9三载波聚合以后，其

理论峰值速率可以超过300Mbps，在用户数量、覆盖方面，在全球4G网中已居于前列。不过，固网速率全国平均下来，却处在全球平均线以下。

总理列出了国际电信联盟的数据，“根据国际电信联盟的评估，我们在世界范围内的排名在80位以后。”

“李总理说排80位以后，这个排名无疑是偏低的。我是这样看，在北京、上海、深圳这些地方，我们实际上达到了国际平均水平。但一拿农村来平均，还是有比较大的差距。”项立刚说。

实际上，我国已提出宽带中国战略，不过20M固网宽带在农村和不发达地区的普及程度依然较差。

在资费方面，专家认为，有线、无线资费过去十多年内，我国均在连续下降，不过问题是，相对于用户的期待、移动互联网发展的要求，依旧有一定距离，“问题是降得多快、有多幅度的问题。”

“CPI这几年一直在上升，只有通信资费几乎是唯一大行业中还在下降的。这取决于两方面，从2G、3G到4G，单位流量成本都是在加速下降，另外，三家运营商竞争很激烈，所以也不断降低资费抢夺用户，随着用户规模的上升，单位成本也在下降。”曾轲表示。

项立刚告诉记者，技术进步是资费降低的根本原因，“2G的时候，我们一个基站只能提供2M的流量，所以1个G的流量费差不多要1万元钱；3G，1个基站可以提供60M流量了，所以资费降到了几百块1个G；现在4G，差不多已经降到30块钱1个G左右。”

对于移动互联网企业而言，虽然网络速度已经基本可以支撑在线观看视频，不过用户在在线观看一部视频需要承担少则数元、多则数十元的流量费，无疑制约了它的发展。

“我觉得随着4G的完善，资费还是有下降空间的，不过用户需求和实际情况永远都有差距。2G时代，别说高清视频，看普通视频都不可能，4G的时候我们说是可以看视频了，但是让全国人民都看上高清视频，技术上还没有支撑，频谱资源是有限的。高清视频能不能看，我觉得能，那就是未来的5G。”项立刚说。

设备商等有望受益

对于运营商而言，目前运营形势并不乐观。财报显示，中移动去年利润同比下滑了10.2%，中国联通营收下降了3.5%，中国电信虽然实现了营收、利润的双增长，然而增速下滑也较为明显。

工信部数据显示，2014年电信业务总量



完成18149.5亿元，同比增长了16.1%，不过电信业务收入完成11541.1亿元，按可比口径同比仅增长了3.6%，电信业务收入相对于电信业务总量的增长“剪刀差”已较为明显，且2012年以来不断拉大。

“竞争已经非常残酷了，天天加班，礼拜六礼拜天还要去小区摆摊。现在还要降低营销成本，运营商人都在说：十年工资不仅没升，还在下降。”项立刚对记者说，“目前的情况下，国资委既要移动交1000个亿的利润，又要它大幅降低资费，实际上是两难的事。可以适当降一降对电信运营商的业绩考核。”

“中国的运营商在人烟稀少、几乎没有利润的地方也要建网络，这在国外是难以想象

行业变革

券商牌照有望向互联网公司放开

■ 杜卿卿 报道

继马云和他的阿里巴巴之后，京东金融和雪球再次成为证监会的座上宾。监管层对“互联网+资本市场”的推动正在各个领域展开。

4月15日，中国证券业协会联合中关村科技园区管理委员会在北京召开“互联网+资本市场”培训研讨会，证监会主席助理张育军出席会议并讲话。

记者从证券业协会获悉，监管部门将从多个方面支持互联网企业开展资本市场业务。一是放宽行业准入，实施业务牌照管理；二是积极支持互联网企业改制上市融资，加强公司治理；三是支持互联网企业开展场外业务；四是鼓励支持互联网企业参与资本市场基础设施建设。

有机构人士对记者称，监管层一直都表态支持券商发展互联网业务，但是支持互联网企业拿券商牌照，跟之前的表态相比有了突破。

去年5月，国务院发布《关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》(即“新国九条”)，明确提出要提高证券期货服务业竞争力，放宽业务准入。实施公开透明、进退有序的证券期货业务牌照管理制度，研究证券公司、基金管理公司、期货公司、证券投资咨询公司等交叉持牌，支持符合条件的其他金融机构在风险隔离基础上申请证券期货业务牌照。积极支持民营资本进入证券期货服务业。支持证券期货经营机构与其他金融机构在风险可控前提下以相互控股、参股的方式探索综合经营。

新国九条还提出，引导证券期货互联网业务有序发展，建立健全证券期货互联网业务监管规则。支持证券期货服务业、各类资产管理机构利用网络信息技术创新产品、业务和交易方式。支持有条件的互联网企业参与资本市场，促进互联网金融健康发展，扩大资本市场服务的覆盖面。

今年3月，证监会在回应市场热议的银行拿券商牌照的问题时也表示，证监会正在现行法律框架下，研究证券期货业务牌照管理制度，以及商业银行等其他金融机构在风险隔离基础上申请证券期货业务牌照有关制度和配套安排，相关研究工作正在进行中，并需履行必要程序，有关政策的公布实施尚无明确时间表。

记者采访发现，业界对于张育军所称的“支持互联网企业开展场外业务”存在不同理解。有券商人士称，可能是支持通过互联网扩充券商存量业务方式，比如扩展券商的私募柜台业务。另有基金人士称，在个人证券账户放开之后，很多证券市场业务将通过互联网完成，可能未来有证券服务业务的互联网企业将承担部分经纪、咨询业务，甚至交易，随着业务的深入，互联网企业需要获取券商牌照。

在张育军看来，“互联网+”行动计划正式成为国家战略的一部分，“互联网+资本市场”各种业务形态已经展开。互联网企业开展资本市场业务，要成为业务创新的“试验田”。

事实上，张育军最近很忙，先是推动成立互联网证券专业委员会成立，并邀请蚂蚁金融集团、百度、腾讯网、京东金融等企业高管与证券期货业交流经验，随后又表态支持“互联网+资产管理”，对互联网基金销售等业务表示认可。

而今年的券商创新大会也将以互联网与证券行业创新为主题，推动证券行业与互联网的结合。