

# 8 行业调查 Industry Surveys

## 一二线楼市受益降准 下半年供需反转?

■ 张晓玲 报道

据民生宏观研究院测算,4月20日起的降准,“最大受益行业是房地产。”易居中国联席总裁丁祖昱说,开发贷、按揭贷款都将获得更多的额度。

流动性充裕之下,房地产市场首先迎来成交回暖。而根据历史数据,成交连续上升约6个月之后,价格将会上升。这一演进的趋势,将率先在一二线城市实现,部分业内人士预计,一二线城市在今年下半年将出现供需的逆转,房价重新上涨。其中深圳已经开始了。

### 信贷价格下调

丁祖昱认为,降准后,和投资相关、需要大资金量投入的行业受影响更大,固定资产投资首当其冲,其中房地产应该是受益最大的行业。从资金分配角度讲,银行不管是开发贷,还是按揭贷,每年的额度总是用得最快的,但降准之后,贷款就会随之增加更多了。

更为关键的是,“3·30新政”出台了关于二套房的相关利好政策,但如果按揭上限额度不打开,那也是一纸空文,不可能落实到位。从目前各个城市的执行来看是有问题的,特别是在京沪深穗这类城市。降准后释放的流动性超过1万亿,将有助于解决这个问题。因此,降准对房地产是及时雨。他预计,后续还会继续降准降息,降准的概率更高。

合富辉煌首席市场分析师黎文江也指出,二套房首付降至4成房贷新政落地,但是银行贷款额度却是比较紧张的,因此需求难以扩大,楼市成交也不明显。在目前通缩态势下,降准是及时的调控措施。

降准还有利于降低房贷利率。中原地产首席分析师张大伟说,北京地区各大银行并未完全执行“3·30新政”,对二套房贷首付比例统一执行5成,利率仍保持上浮10%。而在“3·30政策”中,明确提及:“具体首付款比例和利率水平由银行业金融机构根据借款人的信用状况和还款能力等合理确定。”在降准



后,央行的可贷款额度明显增加,这种情况下,信贷的价格将持续下调。

专家预期楼市成交将继续好转。黎文江说,以广州为例,目前全市库存量大,且大多为130平方米大户型。本次降准既对消化库存有推动作用,同时也满足更多改善型需求;楼市成交量预期上升,库存逐步被消化,开发商资金回笼,政府的土地也好卖了,供应量也会增加,楼市将慢慢复苏。

中原地产数据显示,4月现有情况看,整体市场表现好于3月,但较1月仍有一定差距。从“3·30新政”之后的成交数据来看,三四线城市表现较弱,而一二线城市相对较好。

张大伟认为,政策刺激对基本面较好的城市有积极作用,而对供过于求的城市提振效应有限。

世联行的成交数据显示,“3.30新政”以

来,4月份前3周的成交金额环比3月份前3周涨幅为27.5%,最新的周成交金额已接近去年12月份水平。但城市间的行情分化非常明显,一线城市领涨,涨幅远高于平均水平;二线城市中的佛山、东莞、惠州、合肥涨幅接近30%;天津、南昌、厦门、济南涨幅约为15%;同时,成都、长沙、中山等城市呈现负增长。

### 一二线房价将上涨?

历史数据显示,降准之后的6个月左右,房价将止跌回升,开始上行。

回顾2008年底的楼市,需求低迷,房价同比出现负增长,很多城市也迎来了库存的最高峰。2008年10月、11月和12月三次连续降准之后(降至15.5%),2009年7月,70个大中城市新建住宅价格同比涨幅为0.3%,结

束下行。与此同时,全国主要一二线城市经历持续去库存,去化周期恢复至合理水平。再回顾2011年,经历当年11月底至2012年5月的3次连续降准之后(降至20%),房价于2013年1月同比转为正增长。

世联行有关分析人士指出,本轮调整从2014年初开始,9月份大部分城市的库存攀升至2011年以来的最高点,目前除主要的一二线城市以外,大部分三四线城市库存去化周期仍在高位;70个大中城市的新建住宅房价同比涨幅也从去年9月以来持续7个月呈现负增长。本次降准,叠加信贷、税费、利率等的宽松政策,核心是去库存,以实现稳房价。

上述分析人士预计,降准之后,分化的行情仍会继续。按照2008、2011年的走势推算,今年3季度主要一二线城市的库存去化周期将恢复至合理水平,供求逆转后,房价将进入上行通道。

中国指数研究院分析认为,具体来看,不同城市房价走势将持续分化。一线城市库存量相对合理,目前出清周期普遍在12-14个月,未来随着利好政策逐步落地实施,需求将进一步释放,房价将继续稳中看涨;南京、郑州等需求旺盛、政策利好的热点二线城市房价也将呈现上涨趋势。

但三亚、天津、桂林等库存压力仍较大的二三线城市,未来仍将以去库存为主,虽然在利好政策推动下,需求将有所释放,但住宅价格将趋于平稳或跌幅收窄;三线城市如徐州等库存持续走高,徐州3月末出清周期高达近20个月,未来价格或将延续下行。

值得关注的是,由于城市间中长期库存、短期供求及地理位置的差异,一二线同级别城市间住宅价格也表现分化。一线城市中,深圳房价已进入上行通道,未来随着需求进一步释放,房价或将继续保持稳中有涨甚至加速上涨;广州短期库存压力增大,宅地供应收紧,广佛同城长期利好难撼,未来价格将稳中有升;二线城市中,武汉潜在需求旺盛,对政策反应敏感,在利好政策推动下量升价稳。杭州库存仍处高位,出清周期回落至13个月以内,未来房价或将止跌企稳。



## 车企价格战开打: 上海大众等品牌宣布官方降价

■ 林辉莹 报道

打算购买天籁的车主孙小姐告诉记者,她所看中的车型价格优惠环比增加了1000元,这周准备去下定金。“一款20多万元的,有2万来元的优惠,我觉得挺满意的。”对打算五一前后购车的人来说,最愉快的事情莫过于听到车价频降的消息。而这种好事,最近都让车主赶上了。近日,除了上海大众、长安福特等品牌宣布官方降价之外,还有很多品牌都希望通过多样化的促销政策来提升四五月的销量,目前是上半年淘笋货的最佳时间。

### 第一季度增幅下降成主因

今年4月份,车市的价格变化让大家有些措手不及。首先拿价格开刀的竟然是第一季度的销售冠军上海大众,4月5日,上海大众决定以官方名义对多个车型降价促销;此后,长安福特、北京现代、一汽大众等好几家一季度同样卖得不错的企业纷纷跟进。大家所采取的促销手法并不一致,但都是在提高车辆的性价比。

目前看来,第一季度的销售数据是车企采取促销的直接原因。今年一季度,我国汽车销售共计615.3万辆,同比增长3.9%,增幅较此前明显下降。去年一季度我国汽车销售增速为9.2%,2013年同期为13.2%。虽然中国汽车工业协会常务副会长董扬21日在上海举行的2015中国汽车论坛上预测,2015年中国汽车市场总销量有望达到2500万辆,增幅约7%,但第一季度这样的销量表现依然令人心忧。

“早几年,车厂喜欢在3月份宣布官方降价,目的就是提高四五月的销量,而最近两三年企业基本改变策略,不公开降价,但支持经销商暗地里放水。”某日系品牌一位黄姓经销商表示,车企在今年再次使用官降这个杀手锏,说明它们对今年的市场前景信心不足,希望通过这种行为来培育销售氛围。

目前看来,国内的乘用车价格近期将会出现较大动荡。上汽乘用车在上海车展开幕前几天也决定下调其荣威、MG两个品牌的产品价格,本次调价共涉及29款车型,降幅为6000-20000元,成为第一家跟进的自主品牌企业。相信这股降价风还会延续下去。

### 五一前经销商积极促销

在走访市场过程中,多个品牌广州经销商告诉记者,今年第一季度受珠三角提前实施国五排放标准这一政策影响,销售业绩很差,8个受访品牌中,只有东风本田车商表示,新车XR-V带动了销量,所以销量达到预期目标。

从四月下旬开始,车市已经进入传统的汽车销售高峰期,但上海车展有不少影响重大的新车即将推向市场,这也会令客户出现持币待购心理。因此经销商都在想尽办法揽客。“最近我跟几个同行打听了一下,大家都觉得在目前的竞争情况下,只有现金让利才能提高成交量。”一位德系品牌销售总监无奈表示,经销商能给的促销牌早已打光,新一轮的促销政策需要厂家给予补贴。

“因为今年车市降价过于频繁,车主也有些麻木,如果增加的让利不大,也无法令客户当场下定。”东风日产一位销售经理告诉南都记者,最近该品牌多款车已经增加1000-2000元的优惠,这样的幅度应该可以让客户掏钱出货。

“我最近已经参加了好几个品牌的周年庆、团购、试驾活动,车辆的价格确实比10天前松动了。”打算买车的谭斌表示,她现在有些犹豫,不知道要在近期的团购会下定,还是等五一再出手。

记者走访市场发现,五一前准备价格放水的车商并不少。大家希望以此来吸引客户到店看车,即使车主不能马上下定,也可以为五一黄金周累积潜在客户。最近的降价促销活动非常频繁,价格恶战再次开打。

### 行业前沿

## 网络院线开辟电影发行新战场

■ 李晶 报道

互联网巨头与影视大佬联姻,试图颠覆传统的院线产业。在去年底360与光线传媒宣布成立合资公司之后,近期光线传媒总裁王长田透露,新网站将介入该公司影片的售票、发行、院线上映等多个环节。双方合建的网络院线目前处于产品调试的阶段,该公司的目标是将网络院线建立成中国的“Netflix”。

王长田所提到的Netflix是一家美国视频网站,因拍摄热门网剧《纸牌屋》而红遍全球。Netflix最近干的一件大事是和好莱坞片商温斯坦影业公司联合宣布于今年8月线下与线上同步播放《卧虎藏龙》续集,外界评论,此举会让好莱坞的传统发行商们坐立不安。

那么,随着互联网巨头的涌入,中国的网络院线会给电影业带来什么样的改变呢?据360网络院线内部人士向记者透露,“在以往,制片方出于对票房的保护,影片通常要在影院下线一段时间以后,才可以在网上供网友观看,中间存在60至90天的窗口期。而360网络院线则打破了以往的影片发行模式,部分影片实现同步独家首播;此外,网络院线会上映那些中小成本的独立电影,满足更多细分市场的需求。”

事实上,网络院线已成为中国电影圈的热门话题,摆在电影公司面前的亟待解决的棘手问题是虽然中国电影银幕数年年增长,但仍然有大量影片无法进入院线上映,即便获得上映许可和排期,也难保不会遭遇“院线一日游”。正因为如此,除360和光线联姻之外,爱奇艺、乐视等视频网站也瞄准了这一市场。目前,爱奇艺平台的网络大电影主要通过付费点播的商业模式来与片方分账,这种“网络院线”的全新模式与院线发行相似,通过对用户收费获得的收入按比例与片方分成,项目合作方最高可获得达7成的分成比例,预计60%的中小成本的制片方有望通过网络发行实现成本回收。

著名独立电影人刘浩对记者透露,“去年国产电影生产量600多部,但是上了院线的只有200多部,这意味着三分之二的电影投资打了水漂。而网络院线的兴起无疑为这些中小成本的电影提供了新的生存空间。”

### 零窗口期

显然,中国电影市场的井喷让投资者趋之若鹜,而目前中国电影产业链中,决定票房的控制权还是握在院线大佬手中。数据显示,中国去年投资于电影产业的资金约为72亿元,占全产业链投资不到31%。更多投资涌向基础设施建设领域,即院线建设,平均日开3家电影院。截至2014年11月30日,全国累计影院总数达5540家,银幕总数量为23349

块。而这其中的原因,就在于目前中国电影票房的控制权还掌握在院线手中。为此,以电影制作公司为主的资本力量纷纷由上游涌入下游的院线资源,而作为外来者的互联网公司则选择开辟网络院线作为其挺进电影业版图的重要棋子。

“中国电影票房收入可能2017年超过美国,美国目前票房收入占比不足30%,其他收入来自衍生品网络等,中国未来电影价值更多在于版权和网络票房及衍生。”这是王长田的商业逻辑,“未来版权收入如果占到50%,网络票房就扩容了一倍。”

显然,对于传统影视公司光线传媒来说,转型互联网是必然的选择。一部电影从投资、筹备、拍摄、制作、发行到最后登陆院线,投资方承担着较大的风险,而电影能否票房大卖,除电影本身质量外,院线排片量往往决定票房收入。电影公司为了让影片大卖会不遗余力地争取排片率最大化。

据电影发行公司山海童蒙内部人士介绍,“整个排片的流程是,出品方和发行公司初步制定影片上映档期,然后将初步档期计划通知院线。而这个时候,决定权就掌握在了院线手里。最初,这个决定权只是按照市场规律来进行排片,比如有大明星、大导演那么先期的排片率可能会高,但是最终排片率是一个动态的过程,会按照上座率而进行动态调整,不过调整的决定权依然掌握在院线经理手中。”

那么对于光线来说,虽然本身已是国内最大的影视公司之一,但在排片博弈中,院线依然是强势一方。这种情况下,面对电影业越来越互联网化的趋势,占领网络院线已是必然选择,至少这样可以不再完全受限于院线排片量的影响。

事实上,光线传媒早已表现出向互联网转型的浓厚兴趣,去年以来其持续收购仙海科技、蓝瓜文化、热锋网络、妙趣横生等部分股权,王长田希望互联网收入能在整体收入中占到一个较高的比例。据360网络院线内部人士透露,目前该网络院线主要有3种产品类型:明星专场、土豪包场和观影大厅,主打“观影+社交”的网络新模式。

与王长田一样,传统的影视人开始逐渐意识到网络将对院线造成冲击。最近,爱奇艺与香港导演王晶宣布战略合作,将合作六部影片,除实体院线发行外,均将采取网络发行模式。

这是互联网与院线之间的一个重要的改变。据业内人士透露,此前国内在实体院线下线之后的影片一般会在60-90天之后才在网络上播出。如今这个“窗口期”已经慢慢缩短甚至消失,未来的趋势是影片在实体院线下线后即在网络院线播出,无缝衔接即产生“零窗口期”的概念。比如360和光线影业合作的首部上线影片《冲上云霄》在院线上映之后的

18天就在网络院线上放映了,这是目前国内史上最快登陆网络的影片。

显然,电影线下与线上同步播出的风潮正在开启。今年1月,亚马逊旗下的亚马逊工作室也宣布将开始制作电影。虽然这些原创电影还是将率先在电影院播出,再通过亚马逊Prime Instant Video视频服务播放,但是有别于以往一部电影在电影院播出后需要39周至52周时间才能在互联网上播放的状况,这次亚马逊播放这些影片只需4周至8



周时间。

### 新生存区

事实上,早在2011年,乐视、腾讯、激动网、迅雷、暴风、PPTV、PPS等7家一线视频网站就共同发起了“电影网络院线发行联盟”,宣布“5元就能在家看大片”,此后多家视频网站加入。一些电影也开始尝到网络播放的甜头,去年暑期档大片《变形金刚4》在内地影院卷走近20亿元票房,登陆付费视频网后,10天内又有高达2000万元的进账;《蓝色骨头》、《推拿》等在影院排片率不高的文艺片,也已将网络点播看做了其票房“第二战场”。

而另一方面,中国商业大片模式使电影的制作周期越来越快,作品数量越来越多,但有的影片特别是文艺片或者中小成本制作片很容易匆匆下线,比如去年娄烨导演的《推拿》就遭遇了口碑很好但是实体院线排片率惨淡的局面。“但是这些文艺片还有那些根本上不了院线的中小成本电影并不代表没有市场,而且很多错过在实体院线观看电影的观众希望在视频网站看到这些电影。而另一方面,这些电影的制片方也渴望通过网络收回一部分成本,那么不受银幕数量和时间限制的网络院线,正能够解决片方最苦恼的问题。”360网络院线内部人士说。

独立电影人刘浩认为,“院线放映受制于票房压力,会压缩很多独特题材的生存空间,让类型片的创新受限,一些新导演想尝试新的题材,网络院线的出现是一件好事。”

没错,受到好莱坞电影、商业大片冲击及传统院线排片限制,很多新导演的小成本电影最终成了自娱自乐,无法与观众见面。因此,爱奇艺曾发布“分甘同味”电影计划,据其