

2019年房地产调控释放了什么信号?

从加强房企资金审查到局部城区定向放松限购,从放宽豪宅标准到限制房企平均利润率……2019年这样的调控力度释放了什么信号?未来房地产市场走势如何?

楼市总体平稳 调控取得预期效果

“房地产总体保持平稳运行,实现了稳地价、稳房价、稳预期的目标。”住房和城乡建设部部长王蒙徽在近日举行的全国住房和城乡建设工作会议上如此评价2019年我国房地产市场发展。

这一判断得到数据印证:今年1月至11月全国商品住宅销售面积达13.1亿平方米,同比增长1.6%,稳中略升;11月70个大中城市中,一线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比涨幅略有扩大,二三线城市涨幅分别连续7个月和8个月相同或回落,市场预期趋稳。

记者近期走访发现,大多数城市房地产市场预期稳定,“房价暴涨时代成过去时”获得普遍认同。不少购房者向记者表示,新楼盘近期促销力度大、供给充足、可选择余地大;由于相当数量的购房者被分流至新房市场,二手房市场渐成买方市场,“价位合适”才考虑入市。

根据中国社会科学院发布的《中国住房发展总报告(2019-2020)》,2019年房价总体下降城市数量和下降速度超过去年同期,总体房价水平的空间分布演变比较平缓,增长率的空间差异有所扩大。

“2019年,我国楼市年度稳定有降,季度上下波动,空间再度分化,总体迈进调控预设的合理目标。”中国社科院城市与竞争力研究中心主任倪鹏飞说。但他也指出,目前房地产市场总体平稳,是在政策措施管控下的弱平衡,影响房地产市场平稳运行的深层次因素尚未得到根本性转变。调控进入关键时期,应保持定力、从容应对。

各地锚定“稳地价、稳房价、稳预期”的目标,因城、因区、因时施策,积极主动作为,保持了楼市总体平稳运行。

落实“一城一策” 长效机制试点稳妥推进

“对于涉嫌集体恶意炒作房价的小区,主管部门将暂停办理该小区二手房网签手续”,深圳市住房和建设局近日发布通告称,将采取五大措施严厉打击哄抬房价等各类不法行为。

“开发商参与商品住房开发建设用地招拍挂前要提交承诺书,承诺土地购置资金是合规自有资金,其来源不属于金融贷款、资本市场融资”,黑龙江省住建厅等6部门日前联合发布通知称。

梳理今年以来各地调控举措可以看到,一些地方从信贷、土地等方面收紧楼市调控政策;另一些地方则适度宽松了限购政策,如深汕特别合作区商品房全面解冻,广州南沙和花都、上海临港、广东佛山等地区放宽了人才购房的社保年限或户籍门槛等。

“今年各地楼市政策呈现双向精准调控特点,既有放松,又有收紧。”阳光城执行副总裁吴建斌认为,楼市调控在持续打击投机性需求的同时,也加强了对真实居住需求的保护。

在中央层面,房地产政策保持连续性、稳定性,夯实城市主体责任,土地调控机制显著完善、财税制度迈出重要步伐、区域发展规划不断出台,稳妥推进房地产长效机制试点。

从房地产金融监管看,“从紧”为全国楼市调控主要特点。信托、发债等房地产融资渠道收窄,贷款规模控制加强,银行信贷资金或资金借助信托等渠道进入房地产市场收紧。

值得注意的是,2019年,制定完善长效机制的基础性工作稳步迈进。住房和城乡建设部初步构建了房地产市场监测指标体系,开展月度监测、季度评价,及时预警提示。

坚持“房住不炒” 平稳健康发展内涵更加丰富

保持定力,稳字当头,2020年房地产调控指向鲜明。

“坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位”“不将房地产作为短期刺激经济的手段”“2020年要着力稳地价、稳房价、稳预期”……

从12月份的中层经济工作会议,到中央经济近日在住房和城乡建设部召开座谈会,再到全国住房和城乡建设工作会议,各次重大会议

上都重申了房地产调控主基调。

受访专家普遍表示,从2016年开启的本轮调控,在宏观经济复杂变化的形势下坚持了下来,取得了初步成效,积累了一定经验,凝聚了全社会强大共识。

房地产调控不动摇,中流击水从容应对。倪鹏飞说,房地产调控是国家的一个重大战略操作,是塑造高质量发展的新动力、新机制、新引擎和新路径。

“市场环境及预期不断变化,房地产市场会处在波动运行之中。”倪鹏飞说,地方调控政策或根据当期和未来可能的变化而适时微调,“稳地价、稳房价、稳预期”的目标很明确,市场不应因地方因城施策的局部微调“调控松绑”解读。

惠民生,强保障,中央经济工作会议提出“加强城市更新和存量住房改造提升”“做好城镇老旧小区改造”等举措,促进房地产市场平稳健康发展内涵更加丰富。

根据中指研究院的一份报告,展望未来,在土地供给结构和住房制度改革趋势下,重点一二线城市以租赁住房和政策性住房为主的刚需类产品供给将会继续提升,而对于大多数普通二三线城市来说,改善型住房需求仍将是市场成交主力,且人口年龄结构的变化会加速此类需求释放,未来高性价比、品质突出的产品更易受到市场青睐。 /新华社

北京:三分之一的一年级小学生视力不良

记者从北京市卫健委获悉,日前发布的《北京市2018年度卫生与人群健康状况报告》显示,北京的中小学生学习视力不良检出率为59.5%,小学一年级学生约1/3视力不良,视力不良低龄化趋势值得关注。

报告显示,2017至2018学年度北京市中小学生学习视力不良检出率为59.5%,比五年前下降2%,比十年前上升0.7%。

视力不良低龄化趋势值得关注。据悉,北京市小学一年级视力不良检出率已达到34%,视力不良低龄化严重。随着手机、掌上电脑等视频工具在幼儿阶段的广泛、过早使用,以及不良的用眼卫生习惯,均可能对儿童的视力发育产生不良影响。

据悉,《北京市2018年度卫生与人群健康状况报告》于2019年12月出版发行,这是北京市政府连续第十年面向社会公开发布居民健康状况和卫生健康事业发展的相关数据。 /新华社

内蒙古乌拉特草原上万户农牧民遭受雪灾

记者从内蒙古自治区巴彦淖尔市农牧局等部门获悉,近期受连续降雪影响,巴彦淖尔市4300万亩草场受灾,占草场总面积的59%,受灾农牧户11174户,受灾牲畜180多万头只,死亡牲畜1244头只,直接经济损失4036万元。

12月15日以来,巴彦淖尔市部分旗县普降中到大雪,降雪持续时间,强度大,积雪最深处达15厘米,乌拉特前旗、乌拉特中旗、乌拉特后旗牧区草场被积雪覆盖,造成牲畜死亡、交通阻断以及棚圈、设施农业大棚不同程度受损,农牧民生产生活受到严重影响。

记者采访了解到,乌拉特中旗受降雪影响较大,新忽热苏木、温更镇等9个苏木镇79个嘎查村的5500户农牧民受灾,涉及牲畜近百万头只。新忽热苏木那日图嘎查牧民吉雅告诉记者,他没想到最近会下这么大的雪,草料原本储备得不多,现在大雪封路导致饲料调运困难,担心出现饲料短缺现象。

温更镇镇长乌云达来说:“这场大雪让我们全镇800多户牧民全部不同程度受灾,现在草原被大雪覆盖,牲畜无法放养,而我们镇储备库里共有200多吨玉米、200多吨饲料,这些储备仅够维持一周时间。我们正在想办法调运饲料,加大储备量,组织牧民开展自救,力争把损失降到最低。”

记者现场看到,乌拉特中旗等地正在组织各个苏木镇的农牧民利用铲车清挖积雪,疏通受阻道路,解决交通运输不便问题。农牧、科技等部门工作人员深入灾区统计灾情、调查饲料短缺情况,帮助农牧民解决生产生活困难。

雪灾发生后,巴彦淖尔市启动自然灾害应急预案,成立救灾专项工作组,深入灾区调查核实受灾情况,指导农牧民及时维修受损设施、修缮受损棚圈,加大对灾区牲畜疫病防治工作力度,严防灾后发生疫情,最大限度减少雪灾带来的损失。紧急筹集资金1484万元用于救灾抢险,调运饲料2.7万吨,帮助受灾群众渡过难关。

目前,巴彦淖尔市正在组织交通、电力、通信等部门及时开展抢险、救援,全力做好道路疏通恢复工作;加快推进储备饲料,确保救灾物资充足供应。 /新华社

海淘旺、“村会买”、直播购……

2019年“买买买”有啥不一样?

跨境电商火热、线上线下消费融合、下沉市场消费“逆袭”……2019年的“买买买”有哪些不一样?

市场: 双向拓展国内国外

从今年多份市场报告数据看,国内外市场呈现双向延伸的趋势,一是“海淘”比重增加,跨境电商增长迅猛;二是下沉市场消费比例快速上扬,三四线城市消费潜力得到发掘。

据天猫国际发布的《中国进口消费市场研究报告》显示,预计2020年,中国跨境电商用户将超过2亿人。天猫进出口事业群总经理刘鹏介绍,越来越多海外品牌认识到了中国市场大进口的机遇,目前,海外新品牌入驻数同比增长达300%,建立战略合作伙伴关系的品牌数同比增长86%,年度海外亿元俱乐部品牌数增长至80多个。

海外商品的引入与国内

三四线城市消费潜力的挖掘形成双向互动,极大地释放了三四线城市的消费需求。京东数字科技研究院发布《2019基于京东大数据的中国消费市场研究报告》显示,京东平台上,县域地区的消费总额占比从2016年的不足30%升至2019年11月的31.4%,以四五线城市为代表的下沉市场消费已成为当前中国经济的一大亮点。

在海淘方面,考拉海购数据显示,三四线城市消费群体消费额年均增速58.3%,是一二线城市的两倍,两者的消费实力也越来越接近。

渠道: 直播化、社交化成趋势

电商平台掀起直播热潮,边看直播边“剁手”已成为很多人的网购新方式。数据显示,淘宝直播平台上的日均直播场次已超6万场,直播时长超过15万小时,主播与厂商直接签订销售协议,根据网上订购人数即时调整

价格,受到众多商家青睐。

目前,淘宝直播日均开播人数高达3万人左右,注册主播超过10万人,覆盖彩妆师、厨师、教师、农民、海外留学生等不同群体。

“高停留时长、高复购、高客单是观看群体的特点。”淘宝直播负责人赵圆圆说,直播已成为电商的主流商业模式和商家越来越重要的销货通路。

电商社交化是另一趋势,不仅吸引了国内商家,还受到海外商家的青睐。记者在2019年中国进口博览会现场发现,海外客商进入中国市场快速“入乡随俗”,入驻电商、社交平台,开通网络销售的比例显著增加。

监管: 扎紧篱笆维护消费者权益

消费市场热度不减,但一些存在的问题也值得重视。今年“双十一”期间,各电商平台打出促销牌,秒杀、打折、红包、优惠券、预付定金

直减花样频出,然而,部分商品已经偷偷换了“身价”,一些商家依旧玩着“先涨后降”的套路。

此外,一些社交电商、网络主播、直播代购等为了博眼球、冲销量,存在虚假宣传、价格欺诈、以旧充新、真伪难辨等问题。

中国国际电子商务中心特聘专家陈威认为,今年“网红带货”出现虚假宣传、商品品质不佳的问题,本质上是原来的一些微商换了新的“跑道”,虽然网络销售正在向新领域延伸,但老问题并没有彻底解决。

专家认为,电商形态迭代快速,一些不公平竞争和侵害消费者权益的行为游走在“灰色地带”,逃避市场监管。针对电商新形态,不仅要加强监管力度,完善法律法规,形成覆盖售前、售中、售后的管理规范,还要提高技术监测水平,鼓励社会监督和行业自律。 /新华社