

连续九周零供应 2月新房成交量创14年来新低

## 上海楼市难见“小阳春”

本报记者 郭阳琛 刘颂辉 上海报道

受新冠肺炎疫情影响,上海楼市一度线下销售“冰封”。据克而瑞数据,2月,上海新房供应量为零;成交量为7万平方米,同比下滑76%,成交数695套,是近14年上海新房月成交套数历史新低。

### 线下看房逐步回暖

上海市的大部分售楼处尽管还未完全“解禁”,但能明显感受到回暖迹象。

“我们项目主打小户型,房型方正,厨卫都是大牌……”春节刚过,国资背景房企的项目销售人员张夕(化名),和几名同事一起临时化身“网络主播”,每周直播两次,“顾客也觉得挺新奇的,刚开始一天也能成交两三套,最多一次播放量超过了14万。”

据记者不完全统计,房天下平台共有50多个上海地区的新房项目开通了直播看房服务,多数直播的观看量在1万以上,其中不乏10万以上的观看规模。为吸引眼球,

### 多项目入市“卡壳”

尽管前滩板块总是供不应求,各项目“也是蠢蠢欲动”,但入市却颇为“艰难”。

谈及近些年上海楼市最火热的板块,人们无疑会立刻想到浦东新区的前滩板块。在这里,“抢房大战”“日光盘”等已是司空见惯。

去年国庆期间,福晟钱隆广场34套房源吸引了221组认筹,认筹率达到惊人的650%。此前,顶着超过300%认筹率的光环,同一板块的前滩晶萃名邸首日便实现“光盘”。

前滩的火爆要追溯到2014年底。彼时,前滩首幅宅地迎来出让,地块一经推出便吸引了46家房企领取竞买申请书,九龙仓、大名城、三湘、华润、新鸿基等品牌房企悉数参与争夺。

格力地产先以16.14亿元竞得浦东新区黄浦江南延伸段前滩地区Z000801编制单元32-01宅地,溢价率127%,楼面价65832元/平方

1月22日,绿地海珀外滩项目拿到预售证,预售均价13.8万元/平方米,创造了2018年5月以来均价最高纪录。3月18日,该项目结束认筹,认筹率超160%,也给“冰封”的上海楼市注入了一针“强心剂”。

近日,记者走访了中海汇德里、华发华润静安府、中粮建发

部分项目仍以“boss上阵”、热播剧《安家》、“百万豪礼派送”等为主题推出直播活动。

3月17日下午,接到门卫的通知,张夕就拿着两张身份信息登记表和户型图等候在售楼处门口,等到客户量完体温并消毒后,便立马将项目材料和名片递了过去。

记者在现场看到,沙盘处有两组客户在听销售人员讲解,而会客区也有三四组客户拿着宣传单和户型图与置业顾问交流。

和张夕所在的项目一样,上海

央玺、中海臻如府等多个项目,发现各售楼处有限流的同时逐步复工,但受疫情影响,普遍将延迟入市。此外,部分在售项目周平均成交量也远远落后于去年四季度。

对此,记者致电致函绿地控股(600606.SH)、华润置地(1109.HK)

市的大部分售楼处尽管还未完全“解禁”,但能明显感受到回暖迹象。

位于黄浦区的绿地海珀外滩,作为董家渡项目的一部分,一直备受瞩目。“没有疫情的话,2月中旬就开盘了。”绿地海珀外滩置业顾问王峰(化名)告诉记者,上述项目在春节前就获得了预售证,房源共203套。

记者走访发现,该项目售楼处不仅必须提前一天预约,从上午9时起每小时只接待1组客户,如果提前到达只能在售楼处外等候。据

定没戏,4月都很悬,售楼处还没开始建呢。”据项目工作人员透露,工地从3月16日开始才零星开始复工,完全复工至少要等到20日之后。

与火热的土拍、抢房相比,如今的前滩仍有些冰冷,宽敞的马路上新鲜有行人,完工的商办也只有零星几家便利店入驻。

记者现场看到,同处“九宫格”的36-01宅地目前已建成为三湘印象名邸,项目一共6幢楼,每幢约10余层,已全部完工。灰白相间的外立面与茂盛的绿植让人有种已有人入住的感觉,但项目大门却被木板封死。据三湘印象名邸工作人员介绍,“项目早在去年就已结束施工,但却还未建造售楼处,工作人员也没几个。”

三湘印象董办相关负责人在接受记者采访时坦承,项目还未入

等企业。绿地控股方面回复称,因防疫需求,所有入市节点都要往后推,近期也只有海珀外滩一个项目将会入市。首要任务是保证线下售楼处的安全,一个小时只能封闭接待两组客户。因此对于外滩项目也没有大肆宣传,防止过多客户的聚集。

人口处的登记表显示,当天共有20余名客户来访。

王峰表示:“拿证信息释放后,看房的人与日俱增,我们对客户来访要求也很严格,基本上三天内的预约都排满了。”

而位于普陀、长宁和静安三区交界处的中海汇德里,尽管还未拿到预售证,但也已开放售楼处抓紧蓄客。“由于售楼处在环球港内部,来我们这儿看房确实比较麻烦,但最近每天也要接待二三十位客户。”该项目置业顾问表示。

市的原因很多,还未取得预售证是重要一环。但当记者追问预售证“卡壳”的原因时,该负责人称“信息敏感,不便透露”。

紧邻的两幅格力地产地块,进展则更慢。其中,32-01地块至今仍处于“晒地皮”状态,仅有几座塔吊但毫无动工的迹象;38-01地块动工较早已经封顶,四栋住宅楼呈回字形沿街道布置,不时有工人乘坐吊梯上下安装窗户。

“地方政府卡预售证是一方面,但多多少少也有一些惜售的心态。”上海中原地产市场分析师卢文曦告诉记者,因为拿地时间较长,如果正常节奏开发,能获得的利润肯定有限。“所以开发商想以时间换空间获取更多些的利润,但不巧的是政府开始限价了。”



前滩板块一直是上海楼市最火热的区域之一,往往供不应求。

郭阳琛/摄影

### 地王去化难 成交遇冷

如果没有疫情,2月底就开盘了。

前滩板块的入市难只是一个缩影。上海连续9周供应量为零,手握预售证的绿地海珀外滩自然满载着外界的预期。

3月12日,该项目公告称,原定认筹时间为2月3日至9日,并于2月19日开盘销售,但受疫情影响,认筹和开盘都进行了推迟。现定于3月24日通过线上选购房屋的方式开盘销售。

6天后,备受瞩目的绿地海珀外滩项目终于认筹结束,203套房源共计认筹328组认筹率达161.68%。

绿地控股相关负责人告诉记者,按照房管局和公证处的要求,线上开盘的首要任务还是保证摇号过程的公正。公证人员、客户代表、公司三方会在公证处进行摇号,按照摇号顺序客户线上选房。

上海链家市场研究部资深分析师杨雨雷认为,从近5周的新房成交表现来看,周成交量总体有逐步恢复的趋势,但速度仍较为缓慢,新增供应尚未恢复是很重要的原因。目前,成交量都来自于对库存的消化,新房存量已由年初的6.3万套降至6.1万套左右,“新增供应未恢复,成交也很难起来”。

延迟入市是现在很多项目面临的难题。中海汇德里工作人员直言,“如果没有疫情,2月底就开盘了。现在预计4月底才能拿到预售证,5月底才能开盘。”

同样在2月底刚刚递交预售证申请,原计划3月份开盘的华发华润静安府,也只能将开盘时

间再推迟1个月。

另一方面,很多在售项目成交量也不尽如人意。例如,宝山区“地王”中粮建发央玺,尽管售楼处顾客较多,有六七名顾客围着置业顾问询问,但仍面临着较大的去化难题。

据上海网上房地产信息,中粮建发央玺在去年6月27日和10月18日先后两次开盘,共推出675套住宅。截至3月13日,仍有335套可售,去化率不到五成。

具体而言,该项目自去年12月单月售出74套后,成交量逐月“大跳水”。2020年至今,每月成交量分别为28套、14套、8套。据悉,在3月购房的业主可以享受2年物业费的优惠活动。

位于普陀区真如板块的高尚领域也推出了“购房送3万元物业”的优惠,“邻居”中海臻如府最高优惠八折。

尽管售楼处较为热闹,但两个项目的去化均不甚乐观。尤其是中海臻如府,该项目于去年9月、12月分三批开盘。据上海网上房地产信息,截至目前,A11A-01地块352套房源售出213套,去化率为60.5%;A06-04地块共计677套房源,仍有579套未售出,去化率低至14.5%。

财经评论员严跃进表示,短期内上海楼市供应量还很难提上去,但楼市也亟待解封来纾缓房企的压力。“我预计从3月下旬开始供应才会陆续恢复,完全恢复正常可能要等到5月份,这是场持久战。”

## 南京“派糖”3.18亿元 政府自掏5000万元促消费

本报记者 刘颂辉 上海报道

一向花钱大手大脚的杜康,近两个月竟然每天自带餐食到公司,日常生活费也有所减半。

杜康是江苏南京的一名普通上班族,春节复工以来,公司附近的门店多数关闭,以往熙熙攘攘的商业街变得冷清不少。紧张、郁闷、担心,说不出什么感觉让他害怕拥挤的人群,又期待能像年前一样带着对象去步行街“撒欢”。

多数人在疫情期间与杜康相似,在生活中缩减了开支。3月16日,国家统计局发布数据显示,今年前两个月,社会消费品零售总额52130亿元,同比名义下降20.5%。其中,餐饮收入4194亿元,同比下降43.1%;商品零售47936亿元,下降17.6%。

日前,各地开始对重视发挥消费的基础性作用,例如浙江省推出10亿元文旅消费券和1亿元文旅消费大红包,还有山东、辽宁和河北等省份也给市民“发福利”。其中,南京市宣布向社会发放总额度3.18亿元消费券引发社会关注。

南京市委内部人士向《中国经营报》记者表示,此举主要是为了鼓励民众走出家门,在满足防疫条件下放心消费。而3.18亿元中的5000万元电子消费券费用来自地方财政资金,其余部分并非全部由财政负担,比如工会本身的部分费用,将可能提前用于困难群众和工会会员。

作为今年率先通过摇号派发红包的城市,南京市推行的面不广,且刚开始很多场所不支持,但根据以往发消费券的经验来看,依然有诸多可取的经验。

### 深夜“抢红包”

据南京市官方平台发布的消息,南京打出促进消费“组合拳”,统筹资金向市民和困难群体发放消费券,通过政府引导与商家促销相结合,推动服务业复苏。

消费券包括餐饮、体育、图书、信息、乡村旅游、困难群众和工会会员7大类,面值根据不同类型按每份100元或50元设定。前4类消费券发放总金额5000万元,采用多批

### 财政自掏5000万元

在南京“3.18亿元消费券”使用的首日,记者以食客的身份随机采访了南京市内多家大型品牌连锁餐饮店发现,陆续有市民持券用餐,也有些餐馆拒绝用券。

3月18日,南京市新街口一家大型品牌火锅店的店员告诉记者,暂时没有收到类似餐饮消费券的使用通知,同时,公司在南京的各家连锁门店亦无法使用。

在南京建邺区的一家餐饮店,负责人介绍,接待到了一桌使用餐饮消费券的顾客。“他们带着餐饮消费券过来,得知可以用券才进店

### 刺激经济成效待考

“地方政府在特殊时期采取的惠民政策,客观上是拉动社会需求,扶持陷入困难的中小企业,或者说损失较重的服务类行业。”南京大学经济学院教授、长江产业经济研究院院长刘志彪表示。

事实上,地方政府“派糖”在国内其实并非首次。早在2009年,受国际金融危机的影响,南京市也曾发放过总额2000万元的乡村旅游消费券,在公安部门提供的89万家

次网上摇号方式面向全体市民公开发放,最终受益人数67万人。3月15日零时起,该4类消费券在手机平台开始第一批预约报名。而困难群众、工会会员和乡村旅游等3类消费券按照系统内有关要求发放。

新南京人王一池介绍,开始抢券的当晚,自己按照时间参加了预约,刚进入客户端的时候出现卡顿现象,试了10多分钟,他还是“惊

吃饭。”该名负责人说,两名顾客付款之后,优惠的金额会直接从系统中付到店里的账户,全程非常快。

“对于商户来说,发消费券的形式是带来利好的,如果消费券多发一点的话,带动消费的效果应该会更加明显。”

南京市大数据中心统计数据表示,截至3月16日24时,通过官方平台成功预约电子消费券人数达1670378人,申请消费券4426776笔,其中餐饮消费券1444795笔、体育消费券827151笔、图书消费券931397笔、信息消费券1234323

笔。2019年数据显示,南京市常住人口850.55万人。可见,此次参与“消费券游戏”的人数约为南京市的五分之一。

财政部财政科学研究所原所长贾康在接受记者采访时表示,类似覆盖面较大的电子消费券一定程度上能起到促进消费的作用,不过,需要关注的是,需要区分该笔额度的款项是来自地方财政资金还是商家的赞助金,如果从地方财政支出,则需要符合法律标准。

险”地报名成功。

在餐饮、体育、图书和信息4类消费券中,王一池更青睐餐饮消费券,不过为了保险起见,他还是将4种券全都勾选。

记者发现,南京市此次发放消费券不限户籍,餐饮类消费券在南京市辖区内可用支付宝付款的各餐饮企业使用,线下到店单笔消费满150元,可使用一张100元消费

券。信息类消费券则是在南京各通信运营商所属指定网点或苏宁(含家乐福)相关门店使用,主要用于购买手机或者升级5G套餐。

“万一摇号出来的是信息消费券,对我来说肯定用不上,最近没有置换手机的需求。要是抽到餐饮类,我可能周末就立马去恢复堂食的地方,和小伙伴吃一顿火锅。”王一池毫不犹豫地告诉记者。而社

况推出消费券的行为表示支持,其支持地方结合自身实际有针对性地推出一批务实管用的政策措施。同时,其提到,地方出台政策要把握好两个方面,一要考虑地方的财政承受能力;二是要让市场主体和广大的人民群众真正受益。

南京市此次“派糖”底气来自于其地方财政和经济实力。统计数据显示,2016~2018年,南京市GDP分别为10503.02亿元、

11715.10亿元、12820.40亿元;一般公共预算收入分别为1142.60亿元、1271.91亿元、1470.02亿元,财政收入分别达到956.62亿元、1044.61亿元、1242.49亿元;全市政府性基金收入完成1522.5亿元、1706.4亿元、1614.6亿元。

据悉,2009年,受金融危机影响,国内如杭州市也曾分成两阶段、三批次发放了总额共计达到9.1亿元的消费券,成为国内发行

消费券总额最大的城市。在2009年3月增速见底后,杭州的消费市场呈现出极为显著的反弹态势,且远超全国水平,被认为是消费券政策的最大受益城市之一。

据抽样分析,杭州82.62%的调查对象是由于旅游消费券的吸引赴杭旅游的,且平均每张10元的旅游消费券可以拉动289.45元的旅游消费,“乘数效应”非常明显。

府预算管理,按规定需报本级人民代表大会审查批准的,必须依法报本级人民代表大会审批。

南京市人大常委会有关负责人在接受记者采访时表示,发放消费券是民众较为关注的事情,期间的财政支出是由人大常委会监督,相关审批进度目前还不清楚,需要再问一下。南京人大网会实时公布一部分,但是消费券费用支出的应该还有个审批过程,目前没注意到。但截至3月19日,记者查询南京人大网,未见有关3.18亿元支出的审批公告。