

重庆二手房市场“蓄势”

本报记者 庄灵辉 卢志坤
重庆 北京报道

推行“带押过户”登记模式、调整限售年限以及增值税免征年限、降低首付比例……随着支持政策持续发酵，今年下半年以来全国重点城市二手房市场活跃度有所提升，成交量于6月、7月连续2个月出现回升。

不过，多方数据显示，前期需求消化、市场信心尚待提升叠加传统淡季等因素影响下，二手房市场热度并未延续，全国重点城市二手房成交量在连续2个月回升后，于8月份再度出现下滑，且前期全国重点城市二手房成交量修复也存在“以价换量”趋势。

与全国重点城市二手房市场趋势类似，近期重庆二手房成交量也经历了回升后的下滑，8月份成交量下滑至年初水平。成交量回落的同时，重庆二手房成交价格也未延续此前连续2个月的上涨趋势，于8月份出现下跌。

8月量价回落

今年8月贝壳50城二手房成交量指数较7月回落，其中成都、重庆、西安等中西部重点城市成交量指数均下降。

年8月贝壳50城二手房成交量指数较7月回落，其中成都、重庆、西安等中西部重点城市成交量指数均下降。

价格方面，重庆二手房价格未能维持前期上涨趋势，8月份同比均出现下跌。

国家统计局数据显示，重庆二手住宅销售价格指数于今年6月与7月连续2个月环比上涨，其中6月份环比上涨0.5%，7月份环比上涨0.3%；且自去年1月份以来，重庆二手住宅销售价格指数同比已连续保持19个月上涨趋势。进入8月，重庆二手住宅销售价格指数同环比均转跌，其中环比下跌0.4%，同比下跌0.2%。

贝壳研究院监测数据显示，8月贝壳50城中，武汉、西安、重庆等中西部重点城市二手房价格均环比下跌。

贝壳研究院监测数据也显示，今

国家统计局最新数据显示，8月份重庆二手住宅销售价格指数环比下跌0.4%，同比下跌0.2%，其中同比数据为去年1月份以来首次下跌。

多位分析人士认为，当前二手房市场热度下降与传统淡季因素以及市场信心尚未完全修复有关，随着楼市政策环境的持续宽松及传统销售旺季的来临，后期市场活跃度仍有提升可能，同时后期市场活跃度若能提升，对于市场信心提振也将起到重要作用。

“9月房地产市场的表现对当前市场情绪的修复、宏观经济的稳定恢复等均较为关键，各项稳市场的举措积极出台和落地，有利于购房者置业意愿和市场信心好转，有利于9月市场活跃度提升。”中指研究院指数事业部分析师孟新增告诉《中国经营报》记者，短期来看，要稳定房地产市场，一方面要因城施策，灵活运用阶段性信贷政策，支持刚性和改善性住房需求，同时也要通过保交楼稳定市场预期。

挂牌量维持高位

截至9月下旬，仅贝壳平台挂牌的重庆二手房数量即突破了17万套，其中“7日新上”房源超5000套。

市场活跃度下滑的同时，重庆二手房挂牌量依然维持高位。

截至9月下旬，仅贝壳平台挂牌的重庆二手房数量即突破了17万套，其中“7日新上”房源超5000套；诸葛找房则聚合出超27万套有效房源，其中新上房源超7000套。

实际上，挂牌量上涨趋势在全国重点城市中都不同程度存在。诸葛找房数据研究中心数据显示，今年8月，10个重点城市二手住宅挂牌量为119.29万套，环比增长8.59%，较去年同期上涨14.43%。

从各城市挂牌量环比来看，8月10个重点城市中，7个城市二手房挂牌量环比呈增长态势。挂牌量上升的城市中，苏州本月挂牌房源量为12.95万套，环比上涨53.87%，位居涨幅首位；其次为厦门，本月挂牌量为7.4万套，环比上涨51.37%。挂牌量下降城市中，青岛位居跌幅第一，本月挂牌量为13.06万套，环比下降7.87%。

从同比来看，除杭州、深圳外，其他8城挂牌量同比均上涨。

政策优化节奏有望加快

短期来看，各地在发力保交楼的同时，将继续优化各项政策。

实际上，量价齐跌等趋势在全国重点城市中均有所体现。诸葛找房数据研究中心统计数据显示，今年8月其监测的10个重点城市二手住宅成交59721套，环比下降9.23%，同比上涨21.27%。

从具体城市二手住宅成交量环比变化来看，10个重点城市中，8月份有9个城市二手住宅成交量环比下降，仅北京成交量上升。

从同比来看，重点10城中，8月份有6个城市二手住宅成交规模不及去年同期。同比上升城市中，成

其中，厦门、成都涨幅位居前二，同比涨幅分别为98.55%和71.25%，佛山次之，本月挂牌量为10.46万套，同比上涨36.74%。

“二手房挂牌量连续4月呈上升趋势。”诸葛找房方面分析认为，受到近期以来宽松政策的影响，如限售年限缩短、调整增值税免征年限以及部分城市取消二手房指导价等，加大了二手房的流通，使得一大批二手房纷纷入市。

不仅如此，重庆二手房维持高挂牌量的同时，挂牌价格也多呈现下降态势。

中指研究院数据显示，今年8月，重庆二手住宅挂牌均价为13945元/平方米，环比下跌0.25%，同比下跌0.31%，价格环比跌幅扩大，且主城区各区房价均呈现下跌态势。

诸葛找房数据研究中心数据则显示，截至目前9月份重庆二手房市场均价为13857元/平方米，环比上月下降0.07%。9月21日降价二手房源为2223套，平均降价4.99万元/套，环比上



近期重庆二手房成交量也经历了回升后的下滑，8月份成交量下滑至年初水平。图为建设中的一小区。中新社/图

日上涨4%；涨价房源为286套，平均涨价3.36万元/套，环比上一日下跌16%。

类似趋势同样出现在全国重点城市中。诸葛找房数据研究中心数据显示，今年8月，重点10城调价房源中涨价房源占比为11.6%，占比较7月回落0.9个百分点，较去年同期收窄2.4个百分点。

“目前来看，全国范围内观望情绪仍呈蔓延趋势，市场信心仍需修复，导致业主涨价信心下降。”诸葛找房方面分析认为，预计随着全国多地逐步落实保交楼措施，信贷端将迎来积极调整，市场信心有望逐步提升。

尚品宅配携手京东“逐浪”数字化家居新机遇

面对家居行业变革，“融合”成为企业稳增长、谋发展的一种选择。

2021年6月，广州尚品宅配家居股份有限公司(300616.SZ，以下简称“尚品宅配”)发布公告，公司拟引入北京京东世纪贸易有限公司(以下简称“京东”)作为战略投资者。

接入京东在供应链、流量、金融等方面的支持，尚品宅配将发挥自身信息化技术能力，逐步搭建全新的交易场景基础设施，实现“线上获客-线下服务-线上交易”的

高效交易场景，在数字化家居潮流中，为消费者提供高效、便捷、一站式的家装体验。

在实践层面，今年6月与8月，仅仅相隔两个月时间，京东牵手尚品宅配相继在合肥、北京“落子”合作门店，以更多样的形态满足消费者需求。

6月18日，超千平方米的尚品宅配线下超级家居体验店入驻合肥京东电器超级体验店，成为合肥京东电器超级体验店里最大的店中店。这也是尚品宅配在安徽省

布局的最大一家线下门店，可谓诚意十足。京东×尚品宅配超体店的落成，是在双方共同目标指引下，以消费者为中心，扩展现品类、强化供应链优势、深化线下场景体验及服务的重大举措，将帮助消费者在超体店真正实现从家居全屋定制到家电、配套家具的一站配齐。

8月27日，京东与尚品宅配再度拓展合作方式，首次以双品牌共建店的模式，在北京新奥购物中心开设了京东×尚品宅配新奥超集

家居体验馆(以下简称“京尚新奥超集店”)。京尚新奥超集店近5000平方米，它融合新潮艺术与智慧科技，为消费者带来耳目一新的视觉感受与消费体验。双方在供应链、信息化技术方面的深度共融与合作，助力超集店实现“全屋生态场景”的升维，从“卖产品”向“卖服务”转变，更好地满足用户对家居空间和功能的需求。

不难看出，2022年尚品宅配与京东在家居消费场景打造和交付能力构建上加速布局。



京东×尚品宅配智慧体验空间

全面提升综合竞争力

细数尚品宅配与京东在品牌、流量、供应链、技术研发等板块建立的全面战略合作关系，双方将实现优势互补，全面提升尚品宅配在家居行业的综合竞争力。

在线上引流获客及线下门店运营合作层面，尚品宅配(集团)旗下门店、直营、加盟门店等由双方共同进行资源整合和协同运营。京东将为尚品宅配旗下门店提供配套供应链输出、营销支持、品牌合作等资源支持。

为了凸显尚品宅配线下门店

由京东提供正品保障商品的形象，双方同意开展“京东品牌+尚品宅配旗下品牌”的双品牌联合市场营销策略。这样一来，尚品宅配也将通过京东授权品牌增强用户品牌信任度，提升线下门店的转化效率和服务能力。

在中央厨房式供应链及物流合作层面，尚品宅配与京东达成高度共识，依托各自长期积累的技术和经验，在供应链领域展开深度合作，高度协同，打造共建一个泛家居产业互联网平台。

着眼于分散、多样的建材家居需求与供应链要求，尚品宅配与京东拟共建中央厨房式供应链系统及仓配体系，该体系基于尚品宅配的BIM整装数字化系统，以及京东在物流、仓配的基本能力，打造丰富、高效、精准、敏捷的供应链体系，充分满足商家及消费者需求。

面对消费者在选购、装修及交付期间可能出现的顾虑，在尚品宅配与京东达成的业务合作中，京东将利用线上线下全场景的金融、支付能力，提供京东白条、装修险、装

修贷等服务，支持尚品宅配旗下门店数字化、线上化的全链路改造，探索构建全新的交易交付场景。

对于引入京东作为战略投资者，东吴证券在研报中指出，京东在家居销售方面具有线上流量、品牌、供应链、物流仓储等方面优势，而尚品宅配作为技术驱动型的定制企业，在家居软件、线下销售网络、智能制造方面具有优势。引入京东作为战略投资者后，双方可释放较强协同，打造创新的线上线下深度融合的全链路一体化消费场景。

发挥信息化技术能力

作为家居行业内深耕信息化技术的企业，尚品宅配以IT企业起家，多年来不仅拥有以3D虚拟现实设计、云渲染引擎、AI智能应用等为代表的多项核心技术，更积累了丰富的家居行业应用服务实践经验。

鉴于尚品宅配积蓄的信息化技术能力，继2021年6月达成战略合作之后，尚品宅配与京东于2022年3月深化战略合作——在数字化业务扩张及搭建平台化基础能力方面展开的重磅合作推进。

具体来看，此次合作囊括了家

居场景销售设计工具、装修全流

程信息化系统及施工调度管理系

统等家居行业前沿信息化综合应

用能力。旨在为更广大的用户提

供全新的购物交互体验，提供更

直观、丰富、准确的商品和消费服

务，为京东线上、线下用户提供整

随着尚品宅配与京东的战略合

作推进，联合门店相继在西安、

合肥落地，构建一站式家居消费

新场景。8月27日，首家双品牌

联合共建门店——京尚新奥超集

店也于北京盛大开业。

从经营方式来看，位于合肥的

京东×尚品宅配超体店是合肥京

东电器超级体验店中最大的店中

米，位于北京奥体中心旁的新奥

购物中心，其多物业形式的超

级综合体具有较大的影响力与辐

射力，也为双品牌合作店面吸引

更多消费者。

京尚新奥超集店旨在通过线上京东电商以消费者为中心的流

量、内容、产品，联合线下尚品宅配的门店和场景化体验，以年轻人为核心链接，打造一站式家居体验馆。双方将共同加大对线上线下融合的深入探索，实现高效协同和供应链整合互补。

在京尚新奥超集店开业活动销

售业绩已突破1600万元，刷新了

尚品宅配北京单场活动销售额纪

录。这也意味着京尚新奥超集店

的家居新型零售模式取得较大突

破，为双品牌联合门店在全国加

速布局注入“强心针”。

广告