



政策“组合拳”发力 下半年经济有望稳定向好

NA2

华为Mate 60启示录:科技自立自强大有可为

△C1



2023 中国企业社会责任创新发展论坛
 China Corporate Social Responsibility Innovation and Development Forum

T1~T8

党的二十大报告指出,高质量发展是全
 面建设社会主义现代化国家的首要任务,党
 的二十大对“双碳”工作也作出了全面部署。
 高质量发展和“双碳”战略对中国企业落实可
 持续发展提出了全新的要求,对企业履行社
 会责任提出了方向,作为时代的主题,正推动
 企业社会责任向更深、更广的维度视角去探
 索、实践、延伸。

2023年9月5日,由中国经营报社主办的
 2023中国企业社会责任创新发展论坛在北京
 举行,论坛以“责任引领凝聚共识”为主题,
 围绕“双碳”战略、“可持续发展”、“ESG公司
 治理”以及“公益实践与创新”等热点话题,与
 会专家学者、企业领袖热议中国企业的时代
 担当,贡献智慧和远见。

大变局下 T1
 企业社会责任创新发展

均瑶健康王均豪: T3
 用企业管理思维做公益

中国三星张剑: T5
 坚持分享经营的理念,
 以创新模式积极履行CSR

社评

坚持长期性、系统性 谋求房地产调控优化效果最大化

自7月24日召开的中央政治局会议作出“我国房地产市场供求关系发生重大变化”这一重大判断后,房地产调整优化政策呈密集出台之势,各地也积极跟进实施。从“认房不认贷”到降低首套房和二套房首付比例,再到“降低存量首套住房贷款利率”,房地产调控的窗口期明显打开。其中,历来被视为房地产调控尺度风向标的一线城市,这一次也不例外,加入了“认房不认贷”的行列。

从效果看,部分城市的确再现了“给点阳光就灿烂”的熟悉一幕,尤其是一线城市,新房、二手房热度短期内均明显回升。但是,这波政策红利到底能够持续多久,是否能够在根本上止住房地产行业整体“降温”的趋势,目前而言还不容乐观。

事实上,外界普遍认为,受多重政策“大招”的集中刺激,一、二线城市今年即将开启的“金九银十”,有望得到一定程度的提振。因为,随着首套房、二套房首付比例的下调,以及限购资格的进一步放松,将有助于部分被抑制的刚需和改善型需求的释放。但是,当前房地产市场遭遇的挑战是系统性的,此轮调控优化主要着重的是对消费空间的挖潜,要指望其能够真正稳住房地产,恐怕仍是力有不逮。也就是说,后续还是需要在跟踪监测政

策执行效果的基础上,继续做好持续治疗和系统性疗愈的准备。

“7·24”会议提出,要“因城施策用好政策工具箱”。从现状而言,政策工具箱里可选的工具,的确还有不少。比如,从消费端看,当前一、二线城市核心区,多数仍有一定的限购要求。这在一定程度上抑制了消费需求的充分释放。从企业端看,可以考虑予以优化的调控政策则更多。

比如说,为“限跌令”和商品房销售价格备案管理制松绑,就是一个备受关注的“大招”。因为这一点对应的是房企的一个核心诉求——价格自主权。由于价格备案制的存在,开发商缺乏足够的自主定价权,这大大限制了房企以降价换市场,从而促进资金回笼的自救空间。应该看到,考虑当前房企整体生态、消费端反应,以及综合城镇化率、人口增长趋势等多方关联因素,再严格实施价格备案制,也即以行政命令的方式一刀切地“稳价格”,已经显得越来越不合时宜。最近,已有部分地方传出取消“限跌令”的消息,这或是备案制进一步优化乃至取消的一个积极信号。

此外,当前房企整体承压,出险房企继续增多的现实,尚未彻底扭转。鉴于此,针对房企的纾困举措,也应该更具针对性。但是,以“小步慢走”的方式推进实质性破冰,在当下却非常值得考虑。

该因时而变,及时作出调整,以为房企“突围”创造更好的条件?开发商作为房地产市场中的关键一环,它们的生存状况,一端连接的是房地产市场的投资信心,一端连接的是购房者的消费信心。有效防止房企生态恶化和风险蔓延,提振市场主体的发展预期,是实现房地产行业稳健发展无法绕开的一环。不管是放开价格限制给予房企更大的降价自救空间,还是从融资上为有发展潜力的房企纾困提供更多的便利,都应该成为房地产调控政策继续优化、完善的一个重要方向。

由于房地产市场供求关系发生重大变化,与以往出现的房地产危机应对,在政策工具的使用上,也还不能止于缓解眼前的压力。确切地说,我们所面对的是一个新的房地产市场发展阶段,不仅是外部的调控政策应该适时调整、优化,而且还应该重视对房地产行业自身变革的引导。这方面,有一些讨论已久但并未取得实质性进展的问题,就有必要重新被审视。比如,改革商品房预售制,取消公摊面积等。虽然说,这两项政策一发而动全身,要想一步到位地实现,并不现实。但是,以“小步慢走”的方式推进实质性破冰,在当下却非常值得考虑。

一方面,当前房地产市场、房企、消费观念等都进入深度调整期,这个时候的调整、改变,社会的认同度相对更高,更容易被接受;另一方面,此举也利于提振消费信心。毕竟,预售制带来的问题,诸如烂尾、货不对板等,已成为当前消费者购买新房的重要顾虑。而鼓励具备条件的房企能够在现房销售上先行先试,也未尝不是房企突围的一个机会。要知道,从全世界的经验来看,取消预售制和公摊面积是大势所趋,晚变不如早变。同时,这种涉及开发模式、产品模式的大调整,也能够给市场主体、消费者带来新的预期——房地产市场不可能再走“老路”了。这对引导房地产市场从过去的比速度、比规模,转向比质量、比服务,有着不可替代的作用。

房地产市场规模庞大,上下游产业链长,覆盖行业广泛,以及它在就业、消费等方面举足轻重的地位,决定了它的危机应对,从来就不是一件容易的事。而当前,由于与房地产发展相关的社会基本面发生重要变化,在政策应对上就更不能只是简单复制过往的经验和路径,而必须更加注重以政策工具使用的长期性来树立预期,以系统性来确保效果的最大化,以创新性来引导新的发展方向。归根结底,就是要从实际出发,从规律出发,以变应变。

本期热词

“认房不认贷”

一直以来,房地产政策强调满足老百姓改善性住房需求,但是严苛的二套房认定标准却抬高了换房门槛。如今,“认房不认贷”政策相继在一、二线城市实施,房地产市场交易逐渐活跃,新增需求也让银行信贷投放“松了口气”。

“认房不认贷”持续落地 利好刚需群体

楼盘不打烊

上海市内的多数楼盘热度都在一定程度有所提升,有项目打出了“24小时不打烊”海报或喊出“今晚24小时不打烊”的口号。记者注意到,包括南山前湾拾境、中建御华园、理想之地等在内的多个楼盘都出现了超过130%的认购率,其中中建御华园和理想之地等楼盘还触发了积分。

多楼盘24小时不打烊 有项目深夜认购火爆

手机卫星通话

9月8日,中国电信宣布,电信用户可通过营业厅、拨打10000号或者中国电信App等方式开通手机直连卫星功能包,即可使用手机直连卫星业务。该业务功能费为每月10元,含2分钟卫星通话,拨打、接听国内电话平均每分钟9元;发送短信每条5元,接收免费。

智能手机实现卫星通话 运营商开启卫星通信竞争大幕

电影宣发大战

线下路演是否有效的争议在疫情之前就一直存在,在这种传统的宣发方式下,每场到场观众只有二三百人,其效能难以量化,需要调用的人力物力较大,但即使如此,每个剧组都把线下路演作为宣发标配。线上宣发在过去十年间伴随移动互联网而逐渐成为主流阵地,当下线下路演到底应该怎样搞?

2023年暑期档电影宣发大战

经济大势

A1~A4

农业农村部副部长马有祥: A2
 全球粮食安全面临诸多不确定性

积极财政政策要加力提效 A3
 新增专项债9月底前基本发行完毕

营商环境

B1~B12

分仓收入二八分化 B2
 公募降费降佣倒逼券商革新

银行化身金融参谋 B4
 破解金融供给不平衡

年拉动投资或达8000亿元 B5
 城投看好城中村改造

“两个市场”创新不断 B6
 服贸数字化爆发引擎效能

深圳楼市“认房不认贷”实录: B11
 台风天营销中心仍开放

一次性医用手套厂商陷在周期里 B12

智在公司

C1~C8

Meta联手LG对决苹果 C2
 高端头显市场潜力待挖掘

服贸会“引进来”“走出去”步伐加快 C3
 教育科技化升级

玩具商家加速转型 C4
 千亿规模产业寻突围

中欧汽车品牌“决战”慕尼黑 C5
 电动化和数字化成重头戏

电动风暴席卷慕尼黑车展 C6
 “中国造”加速驶入全球市场

摩托车市场迎价格战 C7
 知名品牌降价上万元 高端市场或生变



中经传媒智库



本报官方微信



6 942626 1440861

广告许可证:京海工商广字第0224号

本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所

总机电话: (010) 88890000

发行征订电话: (010) 88890120

广告热线: (010) 88890020

监制电话: (010) 88890050