

# 持币观望者陆续出手 北京新房销售回升

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

“最近看房的人明显增加。”近日，一位北京房产经纪人告诉《中国经营报》记者，今年新政策很密集，

## 打折促销力度加大

项目销售人员告诉记者，只有部分房源做折扣，并非所有房源都能有这么大的优惠力度。

近期，“李嘉诚打折卖房”的消息冲上热搜。消息称，10月底，备案价超过9万元/平方米的御翠园项目在按照低于8万元/平方米的价格销售，项目附近的地铁、教育、购物配套优势明显。这一降价促销措施吸引了大量购房者前往看房。

日前，记者来到御翠园销售现场，虽然是在工作日，售楼处也有数十位购房者看房，多为家庭成员结伴前往。项目现场有一位50岁左右的女性购房者告诉销售人员，她在北京已经有一套房子，准备换一套更大的房子用来养老。此外，项目现场还专门为各房产中介平台设置了咨询区。

御翠园售楼处贴出了每一套房源的备案价，以及部分房源优惠折扣的“惊喜价”。以一套在4号楼的141平方米的户型为例，备案价为9.87万元/平方米，优惠后的“金秋惊喜价”为7.89万元/平方米，每平方米单价降了近2万元，总价降了近280万元。

但项目销售人员告诉记者，只有部分房源做折扣，并非所有房源都能有这么大的优惠力度。可以做参照的是，御翠园旁边的逸翠园近期二手房成交价为8.67

万元/平方米左右，已经高于御翠园销售单价。御翠园销售人员告诉记者，在今年国庆假期，售楼处爆满，看房的人需要排队等待才能进入售楼处。

和记地产集团有限公司有关负责人介绍称，得益于近期落地的一揽子利好政策，楼市迎来了回暖。御翠园给出优惠回馈购房者，既是公司基于对各方面因素的综合考量，也是积极配合政府政策、助力推动房地产市场及国家经济平稳健康发展的行动体现。

位于北京亦庄片区的北京润府也给出了购买优惠。以一套99平方米的房源为例，备案价为6.44万元/平方米，优惠后为6.11万元/平方米，房源销售总价比备案价少32万元。记者了解到，这个价格也低于项目今年4月开盘时的价格。北京市住建委官网显示，11月13日，该项目已签约房屋83套，成交均价为6.19万元/平方米。

销售人员告诉记者，目前的价格确实比开盘时低了很多，“我们现在对支付首付的宽限时间也缩短了。”在北京润府项目现场，记者看到，售楼处陆续有购房者

为59.59万平方米，销售面积环比增长59%，同比增长1%；10月北京新建住宅平均价格为45562元/平方米，环比上涨0.27%，同比上涨1.51%。总体实现量价齐升。

记者走访北京房地产市场发现，近期多个售楼处的看房客户众多。业内人士介绍称，近期成交量明显增加。与此同时，今年面市的一些项目，也增加了服务

配套，通过健身房、游泳池等产品打造来吸引购房者的关注。有新项目负责人在接受记者采访时表示，10月成交量环比增长200%。

## 打破持币等待魔咒

北京“9·30新政”落地实施后，对刚需和改善性住房需求的释放起到明显带动作用。

今年9月，多地陆续出台了降低房贷利率、降低首付比例等政策。9月30日，北京发布《关于进一步优化调整本市房地产相关政策的通知》，调降购房首付比例，商业性个人住房贷款最低首付比例可以低至15%。还放宽了购房的资格要求，非北京市户籍居民家庭购买五环内商品住房的，缴纳社会保险或个人所得税的年限，调整为购房之日前连续缴纳满3年及以上；购买五环外商品住房的，缴纳社会保险或个人所得税的年限，调整为购房之日前连续缴纳满2年及以上。

北京市朝阳区一位房产经纪人告诉记者，之前有些有购房需求的人，手里拿着钱一直在观望。他们看到最近发布了很多政策，价格也合适，觉得市场筑底了，就会选择在这个阶段买房。北京润府项目公司也告诉记者，公司对接下来的北京楼市持乐观态度。

中指研究院研究副总监李益峰指出，在中央一揽子政策及北京政策优化推动下，房地产市场预期及购房者信心有所恢复，10月份北京市场活跃度明显提升。北京“9·30新政”落地实施后，对刚需和改善性住房需求的释放起到明显带动作用，10月以来，线上咨询量、案场来访量较9月明显增加，新房、二手房销售均出现明显恢复。若接下来北京进一步优化楼市政策，叠加年底房企冲刺业绩，预计后续北京市场有望实现止跌回稳。



在御翠园项目现场，有众多购房者前来咨询项目详情。

陈雪波/摄影

抵达看房，向销售人员详细了解项目情况。该项目销售人员向记者表示，在国庆假期，售楼处的客户多到讲解不过来，一位销售人员要同时带三四组客户。“现在首付比例降低了，社保要求也从5年变成了2年，最近很多人来看房子。”售楼处大门旁还展示了近期房地产政策，列出了降低公积金

贷款利率、降低最低首付比例、增加信贷规模等政策。

北京润府项目公司向记者透露，今年10月，该项目销售额约10.4亿元，提升显著。相比前期，客户决策周期明显缩短，成交节奏加快。系列政策利好一定程度上提振了客户的购买信心。关于近期的售价调整，该公司表示，北

京润府的产品定价依据政府指导价，根据不同户型、不同楼层位置进行一房一价的制定，这也便于客户根据自己的预算和需求进行选购。

“这轮政策对五环外利好明显。”该公司介绍，政策调整加项目自身的优势，吸引了更多的客户来选购。

## 购房者可选范围扩大

很多购房者只是去看一下，实际购买的人很少，他们有很多可选的新房项目，同等价格的二手房选择就更多了。

虽然御翠园的售楼处数月以来一直热闹非凡，但其实际签约数据并没有如到访量一般火爆。有业内人士透露，御翠园今年曾有几次开盘，售价一路从9万元/平方米降到现在的8万元/平方米左右。

熟悉御翠园的一位房产经纪人告诉记者，该项目虽然价格略有优势，但因为是毛坯交付，入住后3—5年会有装修噪声。更重要的是，

因为项目拿地时间早，户型和园林设计比较老旧，而且房屋产权只剩40多年。他告诉记者，很多购房者只是去看一下，实际购买的人很少，他们有很多可选的新房项目，同等价格的二手房选择就更多了。

这位房产经纪人向记者出示了一份御翠园执行大幅优惠后，首个周末的成交数据表：项目总到访量达到612人，但只有16人签约，签约

比例为2.6%。记者多次致电御翠园开发公司和记黄埔地产(北京朝阳)有限公司核实表格的真实性，电话未能接通。记者又向公司发送采访提纲，截至发稿未获回复。记者以购房者身份致电该项目售楼处询问，对方表示“表格不是我们官方出的，有需要可以到现场咨询”。

记者从北京市住建委官网查询到，在不考虑备案延迟的情况下，到

11月13日，该项目数百套取得预售证房源中，只有27套房源处于已签约状态。

熟悉御翠园的一位房产经纪人告诉记者，北京楼市的供求关系比较良性，特别是总价在1000万元左右的房源，新房、二手房都有很多选择。

为了吸引更多的购房者，一些新房项目在产品配套上投入了更多

精力。记者在北京润府看到，项目会所内设置了游泳池、健身房、棋牌室、餐厅等配套设施，销售人员介绍，仅会所打造就花费了将近1000万元。该项目开发公司告诉记者，北京润府项目通过打造会所及社区园林景观，将客户的活动空间外延，未来业主在社区内就可以拥有丰富的活动体验，这样可以增加产品的附加值。

# 竞争加剧 家电企业如何破解“增收不增利”难题

本报记者 陈靖斌 广州报道

在各大厨电和家电上市公司纷纷发布的三季报中，尽管以旧换新政策显现出一定效果，但《中国经营报》记者梳理后发现，这些企业的业绩出现明显分化。

相关数据显示，截至目前，A

股市场家电板块的102家上市公司已全部披露2024年三季度财报。整体来看，得益于提质增效、以旧换新和创新转型等举措，多数公司在提升经营质量方面取得一定进展，维持了稳健的经营态势。然而，这些企业的成长表现并不一致——仅有44家公司实现营收与归母净利润的双增长，占

比43.13%。中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜向记者指出，家电行业的业绩分化主要源于市场竞争的加剧及以旧换新政策在不同企业中的实际成效存在差异。除政策扶持外，企业在经营管理水平、产品质量、品牌影响力、渠道建设和研发等方

面的不同投入，直接影响了其市场表现。

“面对日益激烈的市场竞争，企业需要优化自身战略，持续加强研发创新，提升产品质量与用户体验，同时拓宽销售渠道，强化品牌建设，以在行业分化趋势中实现稳健增长。”柏文喜建议道。

## “三重”压力下分化加剧

家电企业业绩在第三季度表现分化，与行业激烈竞争息息相关。

回顾前三季度，中国家电市场经历了1—7月的低迷与激烈竞争，到8月以旧换新政策逐步落实，市场信心得到显著提振，家电企业随之加速布局。然而，尽管企业积极抢占市场，但国内经济下行压力增大，消费者信心指数依然低迷，总体需求疲软。实体经济的内部循环存在障碍，供需两端同时面临挑战。

奥维云网与全国家用电器工业信息中心在《2024年前三季度家电市场总结》中指出，家电行业面临三重困境：“天时”——消费信心低迷；“地利”——房地产市场降温；“人和”——人口增长放缓。行业依然处于存量市场的激烈竞争之中。

此外，尽管以旧换新政策带来了一定消费动力，但其潜力尚未完全激发，家电市场依然面临供需错配的严峻问题。奥维云网数据显示，目前中国家电的保有量超过40亿台，按“七普”的49416万户家庭计算，平均每个家庭的家电保有量超过8台。自2019年中国家电市场零售规模达到8910亿元峰值后，近几年市场表现乏力。需求端的多样化和个性化需求加速发展，但供给端的创新速度却在放缓。当前，家电市场正处于“高标准换需求”与“技术微创新”之间的供需错配周期中。

针对这一趋势，奥维云网在报告中提出2025年市场发展的三

项建议。首先，家电企业应在2025年第二季度推出与2024年产品明显不同的新品，尤其是与“国补”政策时期的产品有所区别，以平衡消费者的心理落差。其次，建议企业通过让利经销商、加强运营和服务，而非单纯降价来吸引消费者。在补贴结束后，行业的核心竞争力将是高价值——包括产品、体验和服务，而非价格。能够在“国补”结束后存活活的经销商通常具备较强的运营能力，企业应借助它们的优势，扶持其成长，共同达成互利共赢。最后，随着市场的洗牌，明年将有大量小商家退出市场，但新商家也会涌入。企业需要提前规划终端市场的竞争策略，特别是在空白市场和社区周边市场中发挥其专业优势。

柏文喜进一步指出，在面对面行业激烈竞争与政策变动时，家电企业应着力提升产品创新水平，增加产品技术含量，开发具有差异化竞争力的产品，以提高市场竞争力。TCL智家和美的集团在营收与利润方面取得亮眼成绩，这得益于其创新举措，包括优化产品线、提升产品质量与性能、加强智能家居与物联网技术的研发与应用，以及提高供应链效率、降低成本等。

“未来家电市场的技术或产品创新趋势包括：智能家居、物联网、绿色节能、健康安全和智能语音交互等。这些趋势将为家电企业带来新的增长机会。”柏文喜表示。

## 政策提振下业绩分化

今年前7个月，受房地产市场低迷和消费者信心不足的影响，国内家电市场表现疲软。然而，这一趋势在第三季度出现转机。

随着国家以旧换新补贴政策逐步落实，消费者的换新需求逐步释放，再加上8月高温天气刺激了空调需求，家电行业零售额开始逐渐企稳回升。奥维云网(AVC)数据显示，截至2024年9月，中国家电市场累计零售额为6144亿元，同比仅微降0.2%。从季度来看，今年一、二、三季度的零售额同比增幅分别为4.3%、-8.5%和7.5%。其中，第三季度的7月、8月、9月同比增幅分别为-9.2%、3.7%和28.6%，显示出市场复苏迹象。

然而，家电行业的整体回暖并未在所有公司中平均体现。白电领域的龙头企业如美的集团和TCL智家，受益于政策刺激和企业自身的经营策略，实现了营收与利润的双增长。

美的集团在2024年第三季度的财报中披露，其营业总收入

达到3203.50亿元，同比增长9.57%；归属于母公司股东的净利润为316.99亿元，同比增长14.37%。TCL智家表现也较为亮眼，前三季度的营业收入达到139.45亿元，同比增长23.0%；归母净利润为8.25亿元，同比增长29.6%。这些企业能够在市场回暖的过程中实现双增，表明其在白电市场的竞争力和市场份额仍然稳定。

然而，另一部分企业如格力电器和惠而浦尽管实现了利润增长，但在营收方面却面临下滑。格力电器前三季度实现营业收入1467.22亿元，同比减少5.34%；但归母净利润达219.6亿元，同比增长9.3%。具体来看，第三季度格力营收为469.4亿元，同比减少15.84%；而归母净利润则为78.25亿元，同比增长5.47%。惠而浦前三季度的营收为25.24亿元，同比下降14.81%；但归母净利润大幅增长274.98%，达到5307.2万元。不过，扣非净利润却下降43.68%，显示出营收下滑带来的压力。类似的“增收不增利”现象在当前市

场环境下较为普遍，说明这类企业依赖成本控制和内部管理来维持利润，而在市场竞争中面临较大挑战。

在厨电领域，市场表现同样参差不齐。老牌厨电企业老板电器的业绩出现双降，前三季度实现营业收入73.96亿元，同比下降6.78%；归母净利润12.02亿元，同比下降12.44%。老板电器第三季度的营收为26.66亿元，同比下降11.07%；净利润为4.43亿元，同比下降18.49%。业绩的连续下滑显示出传统厨电企业在市场激烈竞争中的压力。

相对而言，华帝股份在市场上的表现较为积极，前三季度的营收达到45.76亿元，同比增长3.27%；归母净利润达4.04亿元，同比增长12.28%。华帝股份的业绩增长得益于其在产品创新和品牌营销上的投入，显示出较强的盈利能力。万和电气则出现“增收不增利”的情况，前三季度的营收为52.34亿元，同比增长18.61%；但归母净利润下降18.83%，为4.54亿元。营收增长未能带动利润提

升，表明企业在成本控制和市场拓展上面临双重压力。

与白电、厨电领域不同，黑电市场的表现更加低迷。创维集团和极米科技等黑电企业面临营收和利润双降的压力。创维集团前三季度的数据显示，其营业收入为66.18亿元，同比下降13.24%；归母净利润为2.36亿元，同比下降47.19%。创维的利润大幅下滑，主要受到行业整体需求不足和市场竞争激烈的影响。

极米科技的情况更为严峻，其2024年前三季度营收为22.81亿元，同比减少5.8%；归母净利润亏损4033万元。公司方面表示，亏损的主要原因在于整体收入规模下滑，同时受老款产品去库存的影响，销售毛利率下降，进而导致净利润和扣非净利润显著下滑。极米科技的亏损并非首次出现，其去年第三季度的净利润已亏损656万元，尽管在去年第四季度和今年第一季度盈利回正，但今年第二、三季度再次陷入亏损，分别亏损1022万元和4443万元。