

“高端有市场、低端有保障、中端有支持” 楼市最大的悬念 被这位市长一语道破

2017年,是中国楼市调控“花样频出”的一年,什么“住房公有制”“共有制”“租购同权”等概念不断涌现。那么,未来中国大城市的楼市到底是什么模样?房子真的会“重返公有制”吗?所谓的“长效机制”又应该是什么内涵?

据《深圳特区报》报道,8月22日下午,新当选深圳市长陈如桂,在新闻发布会上说了这样一段话:

关于高房价问题。我们将继续落实房地产调控政策,加大保障房建设力度,确保房地产市场健康稳定发展。政府正在按照市委的工作部署,制订未来10-20年全市住房供应与保障计划,将出台相关的政策意见,构建多层次的住房供应与保障体系,做到“高端有市场、低端有保障、中端有支持”,基本做到有购房能力的人,通过市场来解决住房问题,收入低、住房条件差且符合政府保障条件的人群由政府兜底保障。

今后要在努力解决好人才问题的同时,也要关注没有能力购房,又不符合政府保障条件的夹心层人群住房问题,包括公务员、教师、医生、警察以及为城市提供公共服务的公交地铁司

机、环卫保洁等人群,应该都有政策性公租房轮候预期。同时要盘活存量,建立全市统一的住房租赁监管和服务平台,减少中间收费环节,让市民住有所居、踏实生活。

其中值得关注的是这样一句话——“高端有市场、低端有保障、中端有支持”。

这句话说得很有水平,其实这就是中国楼市“长效机制”的核心含义。

所谓“高端有市场”,就是高收入家庭的住房问题,可以通过市场解决。这其中包括商品住宅,也包括商务公寓。

同时,这句话还意味着:第一,中国房地产市场不会全面地“重返公有制”,或者说1998年的住房改革做出180度大逆转。商品房、开发商这套系统,将仍然正常运转。

第二,这句话还意味着,目前的所谓限购、限价、限售、限贷、限商,未来将逐步退出商品房领域,由市场决定。

但是请注意,“高端有市场”的前提条件是,“低端有保障、中端有支持”。如果在低方面力度不够,高端的市场就不可能是真正意义上的市场,“五限”问题就会仍然存在。



资料图片

所谓“低端有保障”,就是要给低收入人群提供充足的政策性住房。由政府或者国企负责建设,或者收购房源,再以较低的价格租赁给这类人群。

在“低端有保障”的问题上,有两大焦点问题需要解决:第一,一定要有充足的房源,而且房源不能都在位置很差的地方,要有正常的教育、医疗、商业、

交通等配套;第二,由于价格低,带有政策红利,所以要通过信息公开(比如公示)等机制,确保房子能低价租给真正需要的家庭。

“中端有支持”,是最容易被忽略的。在香港,这类人群有一个专有名词,叫做“夹心阶层”,意思是说,这类家庭的收入超过了“低收入线”,不符合保障

房的申请资格,但又买不起商品房、商务公寓。其中包括公务员、教师、警察、企业白领等。

对于“中端支持”,目前各大城市做得普遍不够。其中“共有制住房”、“成本价租赁住房”是比较好的解决方案。

比如最近上海就拍卖了多块纯租赁住房地块,定向给了一些区属国有企业,未来将建设只租不卖的房子。这些房子可以超过保障房的价格出租,但又低于市场租赁价格,让夹心阶层租房。

对于有一定经济条件的夹心阶层,可以通过“共有制住房”渠道,跟政府合作买房。也就是说,夹心阶层先买房子的60%到70%的产权,剩下产权由政府持有(或者国企代持)。但整个房子的使用权,完全归购买家庭所有。未来,购房家庭可以按照家庭所占剩余的产权,或者卖掉房子跟政府按照股权比例分配资产。

“中端支持”还有一个重要含义,就是国家要尽快成立住房保障银行,对于购买首套房的家庭,提供较低的利率支持。到那时,饱受病痛的公积金制度就可以退场。

在“高端有市场”和“低端有保障、中端有支持”之间,形成一个相互依存的机制。市场化的商品房,能给政府带来巨额的收入,这是地方财政运行的基础。但这部分收入,要有相当比例用在“低端有保障、中端有支持”上,对中央政府应该有更加明确的规定。

此外,还要尽快推出房地产税,增加持有有多套房产的成本,改变居民的资产配置。

根据深圳此前公布的《深圳市住房建设规划(2016-2020)》,十三五期间深圳将新增商品住房30万套,保障性住房和人才住房供应35万套。而上海公布的“住房十三五”规划里,新增商品住房的占比也跟深圳差不多,都不足新增总住房套数的一半。可见,未来在大城市,都将走“高端有市场、低端有保障、中端有支持”的路子。

从这个意义上讲,大城市的商品房市场将越来越小众,而且从长远看是完全市场化的。能买商品房的,还是尽早出手吧。

没有购买能力的也不必着急,可以先租房生活,安心搞好自己的事业,因为政府为“夹心阶层”提供的住房资源将越来越多。

财经时评

饿了么正式并购百度外卖,后者以独立品牌运营,团队不变,阿里和百度将对新平台提供全方位支持 外卖“红蓝合璧”背后:阿里牵手百度?

8月24日,饿了么正式宣布合并百度外卖。合并完成后,百度外卖成为饿了么的全资子公司。百度外卖仍以独立的品牌和运营体系发展,包括管理层在内的人员架构保持不变。

根据记者拿到的饿了么CEO张旭豪给全体员工发的公开信,饿了么与百度外卖达成合作后,百度外卖将保留原有的品牌和组织架构独立运营,百度外卖的团队和人员不会发生改变。

饿了么首席执行官张旭豪表示,百度外卖一直是饿了么非常尊敬的同行,在打造品质外卖和深耕即时配送的理念上,饿了么和百度外卖高度一致,这是双方走到一起的首要原因。

据了解,阿里巴巴为此次交易向饿了么提供了融资支持。百度通过换股方式也成为饿了么的股东。阿里巴巴和百度承诺,将给予新平台在流量入口、智能技术、金融保险等领域的全力支持,更大力度的支持。

此前业界预测,百度将执行all in人工智能的战略,尽快把属于O2O领域的外卖业务出手。不过在持续一个月的饿了么并购靴子落地后,百度在外卖市场上并未完全出局。

在饿了么的并购后,百度集团总裁兼首席运营官陆奇表示,很高兴看到百度外卖与饿了么联姻,这对双方的消费者、员工、合作伙伴等各界来说都是非常令人振奋的消息。陆奇表示,百度也将与各方一起持续探索,将最前沿的技术赋能商业,共同营造更广阔的消费场景。这个表态给业界留下很多想象空间。

疑问1 百度外卖到底赚了多少钱?

8月24日,饿了么并没有就并购披露此前网上流传沸沸扬扬的具体方案。

此前据《财经》报道,百度外卖以5亿美元出售,饿了么打包流量入口资源给饿了么,作价3亿美元,因此总共收购价格是8亿美元。这8亿美元中2亿美元为现金,饿了么增发股份3亿美元,交易完成后百度占饿了么股份5%,剩余3亿美元锁定期五年。

互联网分析师唐欣认为,之所以没有公布细节,是为了避免外界过度猜

测。从目前公布的信息看,除了交易价格,后续还有一些合作、交易细节是合作的一部分。而外界对于交易细节的评价可能会影响双方持续合作。

2016年9月,就曾传出百度外卖、百度糯米与美国点评合并的传闻,今年5月,顺丰又成了传闻中的接盘者。据相关媒体报道,百度和顺丰将按照5.5的出资比例,共同出资设立合资公司来运营。

在此过程中,百度外卖的身价也在缩水。百度外卖在去年第一季度完成B轮融资,估值达到了24亿美元。有消息称,美团当时出价30亿美元收购,但因为百度想要把百度糯米一起打包进去,最终没有成交。

2016年底,顺丰给百度外卖开价24亿美元,但顺丰不给,不想全接过来自己做外卖,双方传出各自出资设立合资公司后,最后没有传出进一步消息。

从饿了么对百度外卖的出价来看,目前百度外卖的估值在5亿美元左右。

对此,唐欣并不认为百度外卖是“贱卖”,他表示尽管百度外卖累积投入很大,但面临的形式并不乐观,能够买下百度外卖的潜在买家也很多。

外卖市场竞争的惨烈程度堪比网约车市场,和饿了么相比百度外卖无论是融资速度还是打法上都不够强势。百度外卖的融资只到B轮,除了在F轮融资之后有滴滴出行的战略投资和阿里们的两轮投资。

据了解,此次并购,资金来源是阿里巴巴、阿里巴巴集团执行副主席蔡崇信称,阿里支持饿了么整合外卖市场,集团亦将在流量、融资等方面继续给予新平台大力支持。

疑问2 外卖补贴大战是否会继续?

《新京报》记者询问过的多名中小商家和百度外卖骑手,都表示饿了么收购百度外卖不会对他们产生太大影响。北京的李女士是百度外卖的忠实用户,她唯一的担心是饿了么收购百度外卖后,会不会进一步形成行业垄断,进而出现配送费涨价的问题。

比达咨询数据显示,2017年第一季度中国第三方餐饮外卖市场规模达843.2亿元,覆盖用户数逼近2亿,饿了么以36.5%的市场份额领跑,美团外卖以33%市场份额紧随其后,百度外卖以17.3%的市场份额名列第三。饿了么联手百度外卖,二者份额之和或超过50%。

来自Trustdata的数据却表示,饿了么和百度外卖二者联手恐怕也不是美团对手。Trustdata数据显示,今年上半年外卖市场规模近千亿元,其中美团外卖占比45.2%,饿了么是36.4%,百度外卖6.3%。

数据的差异很可能是统计方法的不同。从总体来看,拿下百度外卖的饿了么与美团基本呈势均力敌,两家公司不会为了一决胜负,展开新一轮的补贴大战?

对此,唐欣表示,可能性比较大的是保持目前的补贴力度。一方面,美团目前的财务状况并不是特别充裕,已经有较长时间没有新融资了。美团外卖曾宣称外卖日订单量超过1200万单,以美团日订单量1200万单,每单补贴1.5元计算,美团一年仅外卖补贴超过54亿元。

另一方面,饿了么和百度外卖还有很多要整合的地方,这一块会耗费大量的时间和精力,在整合完成之前,大规模增加订单并非很迫切的事。

中国电子商务研究中心生活服务业O2O部助理分析师陈礼旭认为,随着外卖大战“玩家”的减少,各平台对于市场有更多的话语权,除非二者再次爆发新一轮的“大战”,否则补贴力度将逐渐降低。

疑问3 通过新平台,阿里牵手百度?

在外卖这一战场的激烈竞争背后,是巨头对消费场景和流量入口的争夺。有分析人士认为,外卖比网约车的用户

黏性和活跃度更高,对支付等其他业务的帮助也更大。哪怕不赚钱,相关企业也不会放弃这一块。

在饿了么宣布合并百度外卖后,百度集团总裁兼首席运营官陆奇表示,百度也将与各方一起持续探索,将最前沿的技术赋能商业,共同营造更广阔的消费场景。阿里巴巴集团执行副主席蔡崇信称,阿里支持饿了么整合外卖市场,集团亦将在流量、融资等方面继续给予新平台大力支持。

营销专家路胜认为,目前来讲,百度与饿了么的合并,并不会大大增强饿了么的市场占有率,而是会获得更多的资源,例如手机定位、流量等市场占有率以外的支持,而美团一定会和腾讯加强合作在这个方面进行积极防御。

产业观察家洪仕斌分析,外卖市场是一个高频的链接用户的支付端口,目前的支付体系已成为基础性建设,如同高速公路一样。背后的用户数据将会二次或多次有效利用,这种生活数据的获取是未来的竞争营销的一大资源。

显然百度并不想失去这个领域,“百度也看好外卖领域,毕竟是一块重要的支付端口,将自己不具备优势的项目合并给有经验的阿里系,可能还可以获得一些资源。”洪仕斌认为。

洪仕斌观察,百度业务上AT,肯定希望在某一领域的业务模式上与其他巨头进行深度合作,阿里目前拥有支付体系,又有淘宝天猫平台的生意数据,但更真实的外卖生活数据也相当吸引阿里,百度目前投入人工智能领域,虽然两者现在道路不同,但最终目的是相同的。

“未来互联网企业的合作机会会有很多,因为他们的合作的关联度与敌友观念没有传统企业来得强。”洪仕斌认为,以这次为契机,百度与阿里未来的合作机会会更广。

当然,也有分析人士认为,从一次合作还不足以说明百度与阿里形成了某种联盟。IT分析师唐欣认为,不认为是在高层上跟阿里结盟,目前看来并非跟阿里结盟,而只是保留了在外卖相关领域进一步合作的可能性。

据新华网

联通混改“第一炮” 瞄准物联网与BAT 成为利益共同体



物联网成为中国联通公布混改方案后首先发力的领域。

在8月25日召开的“中国联通物联网生态大会”上,中国联通董事长王晓初指出,创新业务发展是联通混改考核的重要因素之一。中国联通积极引入战略投资者在物联网等领域开展深度合作。

王晓初在物联网生态大会演讲中表示,联通的混改刚刚成功落地,按照方案联通主要做两方面工作。其中之一就是与战略合作伙伴共同提高业务和创新力。

同日成立的中国联通物联网产业联盟有三十多家“盟友”,其中就有阿里巴巴、腾讯和百度。这三家公司都进入了中国联通混改的朋友圈,都将成为中国联通的股东。

中国联通副总经理姜正新表示,百度、阿里、腾讯、京东等参与

联通的混改后,联通与这些互联网企业联合会更重视业务协同,合作的企业更多,效率更高。他表示,大家已经是一个利益共同体。

NB-IoT(窄带物联网,简称NB)是目前三大运营商都在集火的前沿阵地,均在火速推进全国商用步伐。

据悉,中国联通将与广州基金合作引入社会资本,联手打造100亿物联网产业基金,投入物联网、智能制造、工业互联网领域。基金首期将投入10亿元,补贴至互联网终端、模组等相关部件及重点应用。

目前中国联通已在全国数十个城市完成了NB试商用开通,全国300多城市具备快速接入NB网络的能力。同时,中国联通也在北京、广东等多个区域已经开通了eMTC(增强机器类通信)试验网,具备商用条件。

据新华网

“写字楼+零售物业”组合受青睐

近日,戴德梁行发布《2016-2017中国商业地产大宗交易市场报告》,报告显示,从全球资本来看,2017年可用新资金预计将达到4350亿美元,虽较去年同期记录减少2%,但仍为有史以来最高。面对又一波大量资金的涌入,中国预计将成为继美国之后的第二大投资目标国家。

据统计,中国商业地产投资于2016年创下历史新高,大宗交易金额达2094亿元,与2015年相比翻了一番。尽管2017年一季度的交易金额只有500亿元人民币,但由于不少大型资产交易正在进行中,因此戴德梁行报告预计,大宗交易金额会在第二、三季度显著上升,2017年全年交易金额有望突破纪

录。

写字楼仍然最受欢迎

按照资产类别来看,写字楼仍然最受欢迎。数据显示,2016年全年总投资额中,写字楼占据一半,略高于2015年42%的占比。不过,增长最快的是零售物业投资。根据统计,2016年零售物业投资达到560亿元,占交易总额的27%,这也是2010年以来的最高占比。

由于租金增长放缓,同时资本价值增长迅速,国内商业地产收益率受到压制。2016年四大一线城市甲级写字楼价格平均上涨近10%,但租金仅平均增长1%。因此一线城市平均毛收益率下降至4.9%。报告认为,在庞大供应量的压力

下,预计未来租金增长仍将保持缓慢,收益率预计将继续下滑。

在收益率不断压缩的情形下,一些投资者将目光转向零售物业。报告称,一部分投资者计划通过物业提升或租户调整,来取得更高的租金,而另一部分投资者,则打算将其收购的零售物业改造成为写字楼或综合体,以实现更高的回报。

数据显示,综合体项目的收购中,写字楼和零售物业的组合占到了九成以上。有一定零售体量的写字楼通常可以达到较高的入住率或租金增长。同时,由于写字楼内的员工可在工作日为零售区域带来较为稳定的工作量,因此写字楼与零售物业的相辅相成也令

类物业受到投资者的青睐。

内资买家占比达九成

报告显示,去年商业地产大宗交易中内资买家占比为89%,这也是近10年来的最高占比。由于具有资金雄厚、审批较快等优势,内资企业涉足国内同一领域较多。

报告用上海举例,称险资为主的内资机构资本在这里十分活跃,在内资投资总额的占比接近六成。在利率仍保持较低水平以及股市持续低迷的状态下,险资的资产配置压力不断加大,而商业地产尤其是位于一线城市的优质物业成为各大险资互相竞争的对手。

据新华网

