

发改委: 5项具体措施“稳住”猪肉供给与价格

15日,国家发改委就近期宏观经济运行情况举行新闻发布会。国家发改委政策研究室副主任、新闻发言人孟玮在会上回答了猪肉供给和价格问题。

为保障今年年底和明年年初猪肉的供应和价格的基本稳定,发改委表示下一阶段将采取以下措施:

一是继续加力促进生猪生产。国家发展改革委会同农业农村部,加大中央预算内投资支持力度,支持生猪规模化养殖场和种猪场建设,扩大畜禽资源循环利用项目实施范围,支持动植物保护能力提升工程建设,通过这些方面的支持,促进生猪稳产保供。

二是多渠道增加肉类供给。增加牛羊肉、禽肉、鸡蛋生产和供应,多渠道扩大猪肉和牛羊肉等替代品进口,确保整体肉类蛋白市场供应基本充足。

三是完善实施冻猪肉储备投放。目前中央和地方已经建立了一定规模的冻肉储备,会择机向市场投放,保障猪肉消费需求。

四是兜底基本民生。重点关注城乡

低保对象、特困人员等困难群众,指导地方根据物价上涨情况及时启动价格补贴联动机制,足额发放价格临时补贴。

五是密切监测预测价格变化。每天监测全国及各地猪肉价格情况,研判后期走势,及时发现苗头性问题,加以预防和解决。

此外,发改委还将配合有关部门加大市场监管力度,维护良好市场秩序。

统计局数据显示,今年1-10月,我国居民消费价格同比平均上涨2.6%,猪肉等部分食品价格明显上涨的结构性特征明显。

居民消费价格方面,10月份环比上涨0.9%,涨幅与上月持平;同比上涨3.8%,涨幅比上月扩大0.8个百分点。近期CPI同比涨幅有所扩大,主要是由于猪肉及其替代品价格明显上涨,带动整体食品价格同比上涨15.5%。对CPI涨幅贡献超过80%。从剔除食品和能源价格的核心CPI来看,年初以来涨幅呈逐月回落态势,10月份同比上涨1.5%,1-10月平均上涨1.7%。

据新华社



资料图片

商务部:前三季度便利店业态销售额同比增长6.3%

记者15日从商务部获悉,根据商务部零售业态典型调查统计,前三季度便利店业态销售额同比增长6.3%,继续位居主要零售业态首位。

商务部有关负责人表示,今年前三季度,我国品牌连锁便利店发展取得积极成效。推动便利店发展是一项重要的民生工程,在各项扶持政策带动下,品牌连锁便利店发展步伐加快,布局不断优化,发展质量和水平持续提升。

——增长速度持续加快。根据商务

部零售业态典型调查统计,前三季度便利店业态销售额同比增长6.3%,继续位居主要零售业态首位。商务部对55家跨区域便利店企业的调查统计显示,2019年前三季度新开门店1.2万家,较2018年底增长21%。

——区域布局不断优化。龙头企业看好市场预期,纷纷加大投入,拓展布局,今年55家跨区域发展企业共新进入70个地级以上城市,其中省会城市12个,尤其是外资企业大幅加大对中国市

场投入。目前,全国大部分省会城市均有国际便利店品牌入驻,品牌连锁便利店布局更加优化。

——服务水平进一步提升。各地积极出台各项政策,支持便利店提升便民服务水平。北京市鼓励新建地铁站内开设便利店,对便利店经营早餐、销售蔬菜予以资金支持;厦门市在24小时便利店内设置自助设备,可办理临时身份证、交通罚款等多项政务服务。多家连锁便利店企业利用信息技术对食品保质期进行

管理,过期食品无法结账,系统自动提醒更换;一些企业大规模铺设自助收银机,有效减少排队时间。

该负责人表示,下一步,商务部将继续坚持以人民为中心,大力推进品牌连锁便利店发展工作,积极协调部门联合出台政策文件,推动地方加大支持力度,对便利店在网点布局、证照办理、经营许可、商品服务供给、物流体系和数字化改造等方面给予支持,进一步优化便利店发展环境,推动行业健康快速发展。

据新华社

今年能源供需总体平衡 居民用气价格不变

近日,国家发改委披露,预计今年供暖季能源需求总体保持平稳增长态势,供需总体平衡,但可能受持续大范围极寒天气等因素影响,部分地区、部分品种、高峰时段供需平衡可能存在一定压力。价格方面,供暖季期间,各地不再调整居民用气终端销售价格。

今年全国推进天然气产供储销体系建设,供应保障能力进一步提高,居民等民生用气可以得到足额保障。预计全年国内生产天然气1700亿立方米以上,增产110亿立方米以上。全国预计可建成储气能力接近200亿立方米,中石油、中石化、中海油储气设施已按计划完成注气,为冬季保供做好资源储备。

供暖季期间,各地不再调整居民用气终端销售价格。对居民用气“量价齐保”,居民用气站价格不上浮;对学校、医院、公共交通等民生用气“保量稳价”,在基准站价格基础上上浮不超过20%。其他市场化气量价格由供需双方协商确定,相关部门加强市场监管和预期引导。

今年北方清洁取暖重点省份新增“煤改气”用户接近320万户,预计供暖季期间新增用气需求接近38亿立方米。国家发改委表示,将协调主要供气企业尽可能增加对北方清洁取暖重点地区的资源投放,今年供暖季一半以上的新增资源供应量安排到北方清洁取暖重点地区。

据新华社

10月70城房价涨幅回落 房地产市场进一步趋稳

国家统计局15日公布的数据显示,10月份,70个大中城市商品住宅销售价格涨幅稳中有落,商品住宅销售价格涨幅的城市数量继续减少,下降的城市数量持续增加。专家分析,在“房住不炒”定位下,各地深入实施房地产调控“一城一策”,房地产市场进一步趋稳。

统计数据显示,10月份,一二三线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比涨幅均有所回落。国家统计局城市司首席统计师孔鹏介绍,初步测算,10月份31个二线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比分别上涨0.5%和0.1%,涨幅比上月回落0.1个百分点。35个三线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比分别上涨0.6%和0.5%,涨幅比上月均回落0.2个百分点。

4个一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.1%,涨幅比上月回落0.3个百分点。二手住宅销售价格环比上涨0.1%,涨幅比上月回落0.2个百分点。其中,北京、上海和广州分别下降0.6%、0.2%和0.1%;深圳上涨1.0%,涨幅比上月回落0.3个百分点。

对比国家统计局公布的商品房销售数据,10月份商品房销售面积为12483万平方米,比9月份的15240万平方米下降29%,但仍比8月份的11654万平方米增加7.1%。

“当前楼市成交稳定,对房价上涨的预期也不强,买家理性选择入市时间节点。在此背景下,房企面临较大压力,四季度仍将维持降价的力度。”中原地产高级分析师文耀认为,10月成交回落意料之中,一方面基于前期影响,遇到假期成交下降是惯例;另一方面,经过前期一波放量后,市场消费力需要喘息调整。

统计数据显示,70个大中城市商品住宅销售价格涨幅的城市数量继续减少,下降的城市数量持续增加,楼市趋稳态势更为明显。

从环比来看,10月份,新建商品住宅价格环比上涨的城市数量为50个,比上月少3个;下跌的城市有17个,比上月多5个;3个城市房价环比持平,比上月少3个。其中,环比涨幅最高为西宁的2.8%,最高降幅为四川泸州的一1.0%。

克而瑞研究中心认为,10月份,全国新房和二手房市场成交均现缩量趋势。其中,杭州、宁波、徐州等长三角城市成交显著缩量,同比降幅分别达16%、32%、28%。记者走访市场发现,临近年终,各大房企全力冲刺全年业绩,市场供应明显升温,购房者选择面较大,加之LPR换锚后多城房贷利率依然稳定,市场观望情绪加剧。

易居智库研究总监严跃进认为,今年“银十”,房企促销成为主旋律,各地开发商都在积极降价促销,不会盲目调高价格。

受访的开发商普遍预期,房地产调控难有实质性松动,在信贷层面也会依旧偏紧。融创中国董事长孙宏斌说,“开发商不能再对放松调控抱有幻想。目前,我国的房地产市场交易规模依然处于高位,并将稳定很多年。房企应当提升自身竞争力去吸引购房者。”

孔鹏说,10月份,各地继续贯彻党中央、国务院部署,坚持“房住不炒”定位,夯实城市主体责任,围绕稳地价、稳房价、稳预期的目标,深入落实房地产调控“一城一策”,房地产市场进一步趋稳。

机构统计数据显示,10月份各地房地产调控超过60次,涉及人才、公积金、租赁等政策。宁波、沈阳、海口等地持续加强房地产市场监管;河南、银川、惠州等地整治房地产市场乱象。各地稳步推进住房租赁体系建设,深圳、杭州加快培育发展住房租赁市场,其中深圳推出首个“稳租金”商品房租赁试点项目;广州南沙区、烟台等地则加快了共有产权住房制度建设。

中国指数研究院认为,在“房子是用来住的,不是用来炒的”主基调下,各地将继续完善因城施策、分类指导,夯实城市政府主体责任的长效机制,未来调控政策将继续以稳为主,同时稳步推进住房保障体系建设,多种方式多渠道有效满足居民住房需求,房地产市场将保持平稳运行。

据新华社

财经现场

“双11”房企战果如何:找房用户增5倍 订单增3倍

“新房五折起”“一元抢一平方米”“限时特价房”……今年的“双11”,与电商合作线上卖房成为房企促销的新方式。

随着“双11”的落幕,新的商业纪录也随之产生。“双11”当天,天猫成交额为2884亿元,同比增长约25.7%。“双11”的成交额再创新高,对于动辄百万的房子来讲,开发商线上让利打折是否能吸引购房者“剁手”呢?“双11”过后,记者回访了淘宝房产拍卖、京东房产、苏宁三大巨头电商,复盘这个“双11”房企与电商合作的营销战绩。

房企联手三大电商促销

在今年“双11”,三大巨头电商阿里巴巴、苏宁、京东都与品牌开发商合作开展促销。

京东房产称,在“双11”期间,京东在70城联合超过200家开发商,投放超过6000套特惠房源,新房全款5折起,优惠额度超3亿元,参与的开发商包括融创中国、保利发展、碧桂园、绿城中国、华夏幸福等。

以融创为例,在“双11”期间,融创西南区域与京东战略合作签约仪式,于11月1日在融创西南旗舰店举行。在活动期间,融创西南区域共有15城万套房源,累计发放总计3亿元购房券,京东补贴最高190万元,这是融创西南地区首次尝试跨界电商促销。

不仅仅是京东房产,恒大更是与苏宁签订了双方合约,这也是恒大首次在“双11”期间与电商合作卖房。

在11月1日至11月11日,恒大在全国的800多个楼盘近上万个

房源登上苏宁推客进行销售。同时,苏宁采取线上线下相结合的方式推出1111套特价房,消费者在苏宁易购平台或者直播秒杀“99元意向金”,凭此可回到恒大楼盘售楼处认购房价。

一向以拍卖低价著称的淘宝房产在今年“双11”也联手包括万科、恒大、绿地、融创、富力等品牌开发商进行打折促销,房源覆盖上海、北京、广州、深圳、南京、成都、长沙、武汉、青岛、大连、福州、昆明、宁波、西安、杭州、重庆等全国主要城市。

淘宝房产相关负责人表示:“此次共有超过一万套房源上线。包括司法拍卖房产、政府的公有房、开发商的特价房等,其中特价房源门槛低,具体成交价格还要看竞拍结果。”

电商思维,秒杀“五折房”

在电商合作时,房企也运用了电商思维,采取了更新、更多样化的营销手段。

例如,为了吸引更多购房者网上下单,融创西南拿出少量“五折房”为营销噱头,即抢到“新房全款五折优惠权益”即有可能参与线下抽奖最终获得五折购房权益。

同时,富力华东区域在与京东房产展开合作时,以“一元抢一平方米”的优惠来吸引购房者,在此基础上再推出9.9折的优惠。

在与苏宁合作时,恒大还尝试推出了“一口价”的形式,针对恒大的不同房源给出不同程度的力度,最高可以立省200多万元。

类似这样线上的多样化的营销方式为房企带来了足够的流量,诸葛找房数据研究中心分析师王小婧表示:“通过本次‘双11’的卖房促销,购房者已经了解到除了线下的看房团,还有线上选房的模式,房企与电商合作,是新的尝试也是新的进步,卖房也多了个渠道,而且线上用户很多,且均实名制,能精准地给企

业带来流量,对房企和电商而言,均是双赢。”

找房用户增5倍 订单增3倍

由于电商联合房企卖房成为今年“双11”的新趋势,那么,究竟电商促销是否成灾明显呢?

与房企合作力度最大、涉及房源最广的京东房产的“双11”订单数据显示,意向客户呈现翻倍。京东房产提供的数据显示,“双11”当天,京东房产线上找房用户同比增长5倍;京东线上服务咨询量增长7倍;线上订单量增长3倍。

尤其是“新房全款五折起”的活动引发广泛参与。据京东房产向记者反馈,“双11”当天,30余套五折房源的线上订单量为2163个,其中,融创西南“五折房权益”下单688单。由于订单量过多,还需要通过线下抽奖的方式来确定最终的五折房优惠权益名单。

类似于富力“一元买一平”的新型营销方式很受网络用户青睐。“双11”当天,“一元买一平”优惠下单13487个,在“拼购”的基础上打九折优惠,富力华东区域“11.11”当天下单2090组,当天下定380套房源。

从城市来看,京东房产统计数据显示,在“双11”期间,北京、深圳、成都、西安、郑州、武汉、广州、昆明、青岛等地,成交比重也超过80%以上。

淘宝房产相关负责人表示:“目前看来,房源的关注度还是很高的。平均每套房源都能吸引近千次围观。但是,由于房产是大宗交易,拍卖房产首先是下定金参与竞拍,后期还需要付清尾款,完成交易才算成交,所以目前尚未出来成交数据的统计。”

房企为冲刺业绩让利促销

今年,在全国楼市宏观调控趋严、市场降温的环境下,房企利用“双11”的电商营销节点,正在找新的增长点,采取线上和线下互动的方式大力促销,其背后反映出房企年底冲刺业绩



资料图片

据《新京报》