



五道“金牌”密集而出

楼市遭遇政策变局

本报记者 马晓鹏

32天之间,中央五次推出针对房地产市场的调控政策。尤其是1月10日的《通知》是近期楼市调控政策的“大集合”。业内有云,宏观政策连续5次“点刹”过热的楼市,其目的显然是为房地产市场“退烧”甚至是“棒喝”。

1月开局突迎最强调控

继2009年12月底中央密集出台一系列针对房地产业的调控政策以来,1月10日,一份被称作“国十一条”(即国务院发布的《关于促进房地产市场平稳健康发展的通知》,下称《通知》)的综合运用了土地、信贷、税收、行政监督等多种手段的调控蓝图,正式确定了2010年中国房地产政策的基调和架构。

这是近一个月来,中央第五次推出针对房地产业的调控政策。

这次重拳出击,被业内人士认为调控思路清晰、明确,是更加系统、全面地从“调结构、抑投机、控风险、明确责任”四个方面加快遏制房价过快上涨。

有关专家指出,此次《通知》是近期楼市调控政策的“大集合”,宏观政策连续5次“点刹”过热的楼市,其目的就是要为房地产市场“退烧”,有望为楼市降温。

五道“金牌”平衡供求

相继出台的5次调控政策表明,今年房地产调控政策基调发生了转向,将有保有压地维护市场稳定和健康发展的重点,其重点目标是遏制部分城市房价过快上涨的势头,并综合运用土地、金融、税收等手段来加以调控。

居易国际总裁赵宏廷指出,最新发布的《通知》提出了本轮楼市调控的具体政策,关系到财政部、发改委、人民银行、银监会、住建部、国土资源部、国资委等多部委和众多金融机构,涉及金融、税收、土地、住房建设、国有资产管理等多个方面,显示出此轮调控的目标是支持刚性购房者,打击投资和投机性需求。

也有专家认为,此次确立的政策目标



是增加有效供给,稳定楼市预期,遏制房价过快上涨。

新时代证券郑州营业部李立新表示,城市化进程中,房地产市场的刚性需求和投资需求都比较大。此次在平衡供求关系上做文章,是把对了脉。

河南财经学院刘社教授认为,本次调控强调以增加供给来平抑高房价,符合我国的现状,如果单纯靠抑制需求,势必压低交易量,这对刚刚走出危机、增长基础尚不牢固的宏观经济形势会带来较大负面影响。房价无论暴跌还是暴涨,对经济都会造成很大伤害。这是过去两次房价大起大落所证明了的。此次《通知》绝非要打压房价,而是要促进平稳增长。

房价或明显调整

去年12月23日,财政部、国税总局联合发布的《关于调整个人住房转让营业税政策的通知》,随后,调控效果逐步显现。

市场人士表示,此次国务院《通知》,显示了政府遏制房价过快增长的决心和强硬态度。

河南鼎鼎置业有限公司总裁郭占君认为:“我相信2010年房价的涨势绝对不会像2009年那样,这是我们的基本判断。”他认为政府正在出台一系列的政策,“所以我相信2010年的房市比2009年会走得更稳,逐步地走向健康发展。”

河南大学经济学院院长耿明斋也表示,2010年房地产的价格,尤其是大城市的房地产价格难免会出现一些比较明显的调整。他分析原因就在于,这一轮的房地产价格的上涨跟前几年性质有所不同:第一,2009年房价上涨非常快,大城市4月底、5月初突然涨价;第二,明显的带有流动性推动的性质在里面。

由此,他认为央行提高存款准备金率是“非常艺术性的货币政策调整方式”,给资本市场、房地产参与者传递了一个非常

明确的信号:货币当局关注到了资产价格的变化,“在这个情况下,心态不太稳的,基础不太牢固的房地产价格很可能会产生变化。”

对于“购买第二套房贷款首付比例不得低于40%”的规定,郑州汇盈投资董事长赵传生表示,新政对一线城市房地产市场影响较大。他预期政策将压抑今年一线城市的成交金额,调价或会调整5%~10%。

“如果房地产市场不降温的话,首套房首付比例有可能会恢复到三成,二套房首付启动五成也是有可能的。”居易国际总裁赵宏廷如是判断。

今年楼市有望“降温”

5次“点刹”对楼市的成交和价格走向有何影响?

耿明斋表示,宏观调控政策的作用是中长期的,真正效果要等到今年3月份才会显现。

河南康利达置业有限公司总经理何洪有谈到,预计今年不可能再现2009年房价疯涨的局面。2010年房价整体涨幅趋于平缓,不排除部分地区房价出现回调的可能。

郭占君认为,政策高压下,2010年房地产市场有望迎来拐点。首先,地方政府虽然仍然需要土地财政支持,但来自中央政府的压力明显加大。其次,为了防范经济复苏良好的势头半途夭折,货币政策2010年依然坚持适度宽松的总基调不动摇,但流入房地产市场的资金将相应减少。

河南省房地产业商会常务副会长、秘书长赵进京指出,调控效果如何,还要看各部委和地方政府的落实情况。在当前利率维持较低水平的情况下,房地产行业向好趋势不会改变,房价在调控下亦不会大起大落。

物管用房不计入公摊面积

本报讯(记者 马晓鹏)1月18日,郑州市房管局下发通知,明确规定物业管理用房由建设单位无偿提供,不得计入公摊面积,产权归全体业主所有,同时物业管理用房只在房屋登记簿上予以记载,不颁发房屋权属证书。

通知明确:物业管理用房由建设单位无偿提供,主要用于物业服务企业开展管理服务和业主委员会办公使用。电梯井、管道井、楼梯间、垃圾房、变电室、设备间、消防控制室、监控室、公共门厅、过道、车棚、车库、人防工程、社区

配套用房、临时性建筑及室内层高不足2.2米的房屋不得作为物业管理用房。

开发建设单位在申请办理房屋所有权初始登记时,要如实对物业管理用房申请登记,市房屋交易和登记中心将物业管理用房在房屋登记簿上予以记载,不颁发房屋权属证书。物业管理用房应统一规划和建设。对于分期开发的物业项目,应按照规划总建筑面积的标准预留物业管理用房,开发建设完成后,按照最终确定的规划总建筑面积核定物业管理用房面积。

通知还要求,物业管理区域内,开发建设单位应当按照不低于总建筑面积千分之四的标准配套建设物业管理用房,总建筑面积小于2万平方米的,按照不低于80平方米的标准配套建设。

市房管局要求建设单位在办理房屋销售手续前,需要向房管部门提交物业管理用房的位置、建筑面积和测绘报告等资料,经审核后向相关部门出具物业管理事项确认证明。

物业管理用房应为永久性建筑,并具有相应的规划审批手续。

楼市漫谈

目标“80后”: 凶悍的万科秒杀营销

本栏主笔 马晓鹏

江湖传言,“谁抓住了80后,谁就能笑傲地产江湖。”

非“80后”,绝难知晓何谓“秒杀”,卖家发布几件超低价格的商品,在某一段时间上架,所有买家在同一时间网上抢购的一种销售方式。

淘宝“秒杀”万科房:2009年12月7日,淘宝网携手万科推出房产“秒杀”活动。根据活动安排,2009年12月28日将产生一位幸运用户以1元价格“秒杀”下一套价值近百万的“万科”商品房(预售房),房子位于四川省成都市锦江区沙河堡片区南四地块万科金润华府楼盘。最终,浙江树人大学大二的一名普通学生杨江明成为幸运用户。

当天推出“秒杀”,绝非偶然,是因为淘宝游戏频道——淘宝江湖上线,其“淘自己的江湖,偷别人的菜,换万科的房”,意味着偷菜这类社交游戏不再虚拟化。网络平台的互动参与度,正是地产商看重的技术优势。在动辄上亿的销售压力面前,中小型开发商不太可能押注网络营销。或许,正是这种“一着不慎,满盘皆输”的残酷现实促成了品牌开发商的营销革命。

无所不用其极,是因为万科的600亿到800亿的跨越之旅已经拉开序幕。

据万科于今年1月7日发布的公告显示,万科地产2009年累计销售额达634.2亿元,增长32.5%。资料显示,2009年排名前十位的地产公司集体进入百亿俱乐部。而万科成为内地第一家年销售额突破600亿的地产企业,同时也极有可能继2008年之后第二次成为全球住宅企业的销售冠军。万科董事会主席王石近日在接受媒体采访时表示,今年将实现800亿的销售额。

值得市场思考的是,万科是怎样实现了600亿的销售额,今年又将如何实现800亿?显然,王石本人不用去想如何卖房,但是,万科的销售团队已经开始行动了。他们知道建设更加符合年轻人营销体系和传播渠道已刻不容缓。由此,我们看到了“淘宝秒杀”、“互动设计”、“青年置业计划”,它们在反映购房群体发生结构变化的同时不经意地映射了地产行业的营销模式创新。当然,我们不能将万科的600亿完全归功于网络营销的功劳,但却不得不直面网络营销在面对“80后”跻身购房主力军时的市场力量。

畅享“鸿韵”·大展“鸿图”

一期“鸿韵”稀缺户型暖冬加推,二期“鸿图”VIP会员火热招募中。

2009,美景置业扛鼎力作——美景鸿城,在中原地产的舞台上,多姿多彩、万众瞩目、成绩斐然:
5月20日,“郑州之壁”销售中心正式对外开放,美景鸿城恢弘亮相;
6月5日,一期“鸿韵”开始认筹,再现久违的排队抢购场面;
8月13日晚,同鼎博鳌房地产论坛,荣膺中原唯一“中国地产风尚大奖之2009中国最具影响力楼盘”荣誉称号;
8月29日晚,美景携手蔡琴,2009“蔡琴不了情”世界巡回演唱会郑州站演出精彩上演;
10月17日,一期“鸿韵”选房活动盛大举行,创造单日销售1300套,销售额逾5亿的佳绩;
12月4日,“2009第十一届中国住交会”上再铸辉煌,美景鸿城荣获“2009CIHAF三名大奖”之“中国名盘”全国性权威大奖;
12月5日,国际钢琴大师郎朗走进美景鸿城;12月6日,“郎朗2009迎新春钢琴音乐会”隆重举行——郎朗携美景,琴音绕鸿城;
12月13日,一举摘得“2009第六届中国人人居典范建筑规划设计方案竞赛”大奖;
12月19日,二期“鸿图”会员招募,当天会员排号超过900名;
2010,美景置业将继续秉承“美丽地产、美好生活”的开发理念,“鸿韵”之后,“鸿图”大展,鸿城鸿愿,风行中原。

河南美景置业有限公司
HENAN MEIJING REAL ESTATE CO., LTD.

60m² (一房变两房) 80-90m² (两房变三房) 120-140m² (三房变四房) 160-180m² (四房变五房) 180-300m² (首创顶层TOWNHOUSE)

● 暨领中原,执掌城市大门 ● 临水而居,自然风生水起 ● 精工透雕,传承窗棂华韵 ● 滨河商业,特色风情繁华 ● 窗窗观景,户户赠送空间 ● 6年品牌积淀,美景驰誉中原

鸿城热线:0371/6683 8888/6683 9999 地址/中州大道与航海路交汇处东200米 网址/www.mjtc.com.cn 规划设计/纬思平(德国) 建筑设计/华汇(深圳) 整合推广/博思堂(深圳)

(2009) 郑房管预字第2488号