

北京楼市现复苏势头 四季度有望量涨价稳

见习记者 顾哲瑞

近期,市场关注的房贷新政调整和北京市调整普通住宅标准两大利好面市十天后,北京楼市呈现出微妙变化。

根据北京市住建委网签数据统计,10月上旬,北京全市住宅网签总量为1753套,环比下滑75%,同比下滑50.9%;其中,新房网签量为914套,环比下滑73%,同比下滑55.9%;二手房网签量为839套,环比下滑76.9%,同比下滑43.92%。

由于网签数据的公布比实际合同签订时间往往滞后一个月左右,也就是说,10月上旬北京住宅网签总量的数据,实际上是9月上旬北京住宅签约量的数据,因此上述数据并未反映10月上旬北京楼市的真实状况。近日,记者采访北京几家大型房屋中介机构时发现,10月上旬北京房屋成交量明显回升,市场微观的供求层面和买卖双方的情绪已经出现微妙变化。

据伟业我爱我家市场研究院监测,10月上旬,北京市二手房市场新增房源比9月同期增长了19.6%;市场新增客源比9月同期增长了9.4%。

我爱我家市场研究院经理孔丹表示,从10月上旬的合同签订量来看,通过我爱我家达成的二手房买卖合同签订量比9月上旬大幅增长了91.8%;成交均价也出现了小幅反弹,达28962元/平方米,比9月均价上涨1.7%,比去年同期下滑5.5%。此外,市场的微观变化也反应在看房热度的回

暖上。据伟业我爱我家市场研究院监测,10月8、9、10日三天(非假期)二手房市场的日均看房量比9月份日均看房量上涨了21.1%。二手房客户购买意愿出现一定程度的回暖。

中原地产首席分析师张大伟表示,10月上旬中原地产房屋成交量比9月上旬同期增长100%,翻了一倍。

因为8月、9月成交量的确很低,到10月出现一个井喷的现象。而这一现象的说明,北京楼市在回暖。”他说。

对于楼市为何有回暖迹象,伟业

我爱我家集团副总裁胡景晖表示,受“9·30”新政和北京市调整普通住宅标准两个利好的影响,尽管网签情况由于节假日因素的影响而出现显著下滑,但在市场实际合同签订量方面,北京楼市表现出了一定程度的向好冲动,具体表现为:二手房市场看房量出现一定程度的增加,二手房业主议价意愿降低,实际成交均价止跌企稳。对此,胡景晖认为,随着各银行对于房贷新政落地实施和普宅标准调整所释放出的改善型需求逐步入市,四季度的北

京楼市有望在冬季进一步复苏回暖,走出此前9个月的低迷局面。

中国房地产经理人联盟秘书长陈云峰表示,在目前利好消息的影响尚未充分释放的情况下,尽管四季度北京楼市继续复苏势头的可能性基本无悬念,但市场成交量暴增的可能性却相对偏低,量涨价稳”将成为四季度北京楼市的基本趋势。陈云峰还表示,四季度北京楼市有望迎来交易量的进一步复苏,但房价出现大幅上涨的可能性不大。

多家银行已出房贷细则 北京房贷咨询量激增

证券时报记者 张达

“9·30”房贷新政出台一周后,各家银行的落实情况及市场变化备受关注。据多家机构的最新数据显示,新政出台一周后,北京房贷市场的咨询量环比国庆假期前激增一倍左右,新增房源量和新增客源量都出现较大幅度提升,而近日建行、邮储、浦发和北京银行的具体执行细则也终于正式落地,预计未来网签量将明显上涨。

“受央行松绑限贷的影响,国庆节后首周购房者咨询量明显增多,环比节前翻了一倍,很多购房者都在翘首以盼各家银行的具体执行细则。”专

业房贷机构“伟嘉安捷”企划经理吴昊说,近日包括建行、工行、邮储、浦发及北京银行在内的多家银行已出台房贷执行细则,各家银行都严格按照“名下有1套住房贷款还清再买房算首套”这一标准实施,这对改善型购房者来说无疑是一个明显的利好。利率方面,除了建行、工行对于首套房贷依然执行基准利率外,邮储、浦发已调为9折优惠利率,北京银行则为9.5折利率优惠。对于二套房贷,这5家银行均执行基准利率上浮1.1倍。

进入10月份以后,二手房市场新增房源量和新增客源量都出现较大幅度的提升。根据链家地产市场研究部

统计,10月第二周,日均新增房源量较前一周增加75.4%,日均新增客源量较前一周增加54.2%。链家地产内部数据显示,10月第二周北京二手房成交量较前一周增长44%,成交价格为27362元/平方米,较前一周上涨0.8%。

“数据表明,近期出台的信贷政策和普宅政策无疑给10月份的市场打了一针强心剂,市场回暖的态势已初步显现。”链家地产市场研究部张旭认为,本轮政策调整撬动了一大批有意向购房的客户,以目前的新增客户量水平,预计10月份成交量突破10000套已不成问题。

皇台酒业向保健品行业转型遇阻力

证券时报记者 孙琳

最近几年,因营运资金短缺及白酒行业景气度下滑,皇台酒业000995)主业一度不振。在此背景下,公司并没有走上“卖壳”之路,而是积极寻求出路,牵手“韩哥之父”穆拉德博士及其团队,进军保健品领域。

自皇台酒业6月19日公布向保健品行业转型的预案后,公司股价在4个月时间内连创新高,从9.05元涨至最高时的15.75元,涨幅高达74%。但10月10日公司临时股东大会审议此次定向

增发议案时,该议案却没有获得通过。

从投票结果来看,广大中小流通股股东对这次定向增发议案基本上持赞成态度,而被否的票源主要来自第二大股东北京皇台商贸有限责任公司(以下简称“皇台商贸”)。对于此次临时股东大会涉及定增方案的绝大部分议案持同意态度的47.89%股份,几乎全部来自中小股东网络投票;反对的52.11%股份,主要来自皇台商贸,其持股数量几乎接近全部的反对票数。

皇台酒业2014年半年报显示,皇台商贸成立于2002年2月4日,注册

地在北京,但实际上为甘肃皇台酿造(集团)有限责任公司控制,属国有独资公司(有限责任公司),而后的出资人为武威市凉州区人民政府国有资产监督管理委员会。

记者通过全国企业信用信息公示系统查询时,发现皇台商贸属于被吊销企业。事实上,2008年12月9日皇台商贸已被吊销了营业执照,名存实亡,理应走清算程序,但不知为何这些年一直未办理清算手续。

记者试图联系皇台商贸注册地甘肃武威凉州区政府以及国资委相关人

士,就此次皇台酒业定增方案遭否事件做进一步了解,但对方均表示不方便接受采访。

据武威当地一名知情人士表示:“当地区政府正在大力开发建设经济开发区,他们认为皇台酒业作为当地的上市公司,其募集来的资金就应当投入到开发区的建设中,支持当地经济的发展,增加当地的GDP,而实际上像穆拉德项目后续运作可能都不会设在当地开发区,于是双方利益发生冲突,政府在股东大会上选择了投反对票。”

三季度新能源汽车销量同比增长3.8倍

证券时报记者昨日从中汽协获悉,9月汽车产销环比呈现较快增长,但同比继续保持小幅增长。其中,销量同比增速为今年以来的最低水平。受此影响,汽车累计产销增速进一步回落。值得注意的是,9月新能源汽车产销增长强劲,带动三季度产销销量同比分别增长3.9倍和3.8倍。

数据显示,9月汽车产销分别完成200.70万辆和198.36万辆,环比分别增长17.1%和15.6%,同比分别增长4.2%和2.5%。1-9月我国汽车产销分别完成1722.59万辆和1700.09万

辆,同比分别增长8.1%和7%,增幅比上年同期分别减缓4.7和5.7个百分点,比前8个月有所扩大。

其中,新能源汽车增长明显,9月产量达到8947辆,比8月的4353辆增长1.1倍,比去年同期的1074辆增长7.3倍。1-9月新能源汽车生产3.85万辆,销售3.82万辆,同比分别增长2.9倍和2.8倍。分季度看,一季度产销销量同比增长1.8倍和1.6倍,二季度产销销量同比增长2.7倍和2.9倍,三季度产销销量同比增长3.9倍和3.8倍。(张达)

鸿利光电将以现金收购斯迈得

继收购议案被证监会否决之后,鸿利光电(300219)今日发布公告称,董事会决定终止以发行股份和支付现金相结合的方式向安茂领等自然人收购其所持有的深圳市斯迈得微电子有限公司100%股权,改为全部现金收购,并对股权变更情况作出说明。

公告显示,10月13日鸿利光电与斯迈得的全体股东即安茂领、李俊东、刘文军和张明武四人签署《股权转让协议》,以现金1.7亿元收购斯迈得100%的股权。其中,安茂领持有的斯迈得72%股权作价1.22亿元,李俊东、刘文军和张明武合计持有的斯迈得28%股权作价4847.92万元。上市

公司将以自有资金及银行贷款支付本次交易所需现金。

此前,6月9日鸿利光电公布拟以发行股份及支付现金购买斯迈得100%股权,共支付交易对价为1.8亿元。其中,以现金支付7977.8万元,剩余部分约1亿元以发行股份的方式支付,发行股份价格为13.92元/股,共计发行719.2万股。

公司表示,由于创始股东之一安茂领经营的路森光电与斯迈得的客户在一定程度上存在竞争关系,因此安茂领与李俊东、刘文军和张明武三人商议,将四人持有斯迈得股权统一交由安茂领岳母赵亚朋代持。(阮润生)

京东方加大8K屏技术推广应用

近期京东方A(000725)参加了2014年日本高新电子展和日本脑神经外科学会第73届学术总会,加大了其全球首发的8K屏显示技术在传媒和医疗领域的推广应用。

在日本一年一度的电子通讯盛会——2014年日本高新电子展上,由NHK与日本电子情报技术产业协会共同打造的重点项目“TV超进化体验”,选用了京东方8K超高清显示终端,将8K超高清及混合广播融为一体进行展示,为参会者呈现未来新一代公共广播视听体验。京东方副总裁张宇介绍,此次展出的显示终端是目

前全球最大尺寸的8Kx4K显示屏,产品分辨率高达7680x4320,是目前主流的高清电视分辨率的16倍。该显示终端采用了京东方独有的ADSDS技术,视角达到178度,亮度达到500流明。据介绍,京东方已于今年4月开始向NHK Media Technology提供98英寸8K超高清显示终端产品。

在同期举行的日本脑神经外科学会第73届学术总会上,京东方还面向专业医护人员展示了8K超高清显示终端产品在医疗方面的应用,推广新一代显示技术在远程医疗等领域的创新应用。(刘杨)

中国冰箱产业且看美的时代



场来看,美的冰箱通过“全品类”的产品阵容,再配合线下的精品巡展等推广活动,实现了对国内冰箱市场“早布局、早启动”下的逆增长。

从9月19日开始,一直持续到10月7日,美的冰箱携旗下凡帝罗高端系列产品在全国展开了一轮精品巡展活动,通过多款高性价比的冰箱精品直接面向用户展示和销售,构建了企业与用户高效交互平台。

结果表明,在行业整体下滑轨道中,美的冰箱凭借对产品技术的技术创新和用户需求的充分满足,主动造势刺激需求,不仅取得市场份额和经营规模上的稳定增长,还通过产品调结构取得了在经营利润上的同比增长,撬动了整个行业的洗牌和转型。

此前,美的冰箱事业部总经理王建国就公开透露,2014年上半年,在国内冰箱市场下滑的背景下,美的冰箱呈现增长态势,今年总营有望实现新突破。至2018年,目标销售规模翻番,冲击行业标杆。”

冰箱业且看美的时代

自今年以来,美的冰箱在市场上持续增长,开始实现恢复性增长的背后,是基于过去几年来这家企业在冰箱产业进行的一场“卧薪尝胆”式变革,从而也拉开了整个冰箱产业在互联网时代的转型升级大幕。

过去两年间,很多冰箱企业都在规模扩张上做加法、技术创新上做减法,追求持续的规模化扩张。但是,美的冰箱却在产品品质上加大持续投入,在短短2年内就投入2.5亿元围绕产品品质展开各项升级和创新,其中仅在PLM系统(产品生命周期管理)就一举斥资5000万元,解决产品设计源头的品质问题。

其实,从全球家电产业的发展背景来看,中国家电企业与全球最优秀家电同行在产品基本品质上的差异已经很小,但是在“精品工程”上还有着较大的差异,特别是在产品整体的触感、质感都欠缺精细、精致。这也正是近年来美的冰箱积极推动“产品品质”和“精品工程”转型的初衷。

从2013年开始,在完成品质保障体系的建设,打造好产品的基础上,美的冰箱再度启动了一项“精品工程”,建立产品视觉、听觉、触觉、嗅觉等方面的综合性标准,朝着让用户意外的“尖叫



型”产品迈进。并于去年11月成立国内第一家冰箱先行技术研发中心,聚焦于食品与保鲜、智能、材料、制冷、CAE、门封、包装等七大冰箱主要研究领域的技术研发与成果转化,致力于未来3-5年产品的前瞻性技术和产品研发。

美的冰箱从产品基本品质到精品工程的坚持不懈“大手笔投入”,不仅获得终端市场上众多消费者认可,更让更多的美的冰箱经销商信心大增,将企业发展带入到“良性轨道”中快速运转。

基于企业内部创新能力提升,美的冰箱在大容量、智能化和节能化等高端产品的占比快速提升,产品结构优化和市场竞争得到持续强化。同时,来自外部市场消费群体和需求爱好的迭代触发消费需求的变化,85后、90后消费者更关注产品性价比,更注重使用体验,这为美的冰箱的转型提供了更明确的技术改进方向。

通过最近几年的持续努力、坚持品质创新,今年美的冰箱,无论是产品结构、经营结构、现金流,还是利润率都是历史上的最好水平。我相信,在以用户需求为中心做好冰箱的这条道路上,美的冰箱会在互联网时代继续引领潮流。”王建国说。

在王建国的这番表态背后,无疑是整个中国冰箱产业正在进入一个更加美的的新时代。(CIS)



黄金周打响冰箱洗牌战

对于已发展30多年的中国冰箱产业来说,在进入互联网时代后可谓遇到产业发展的寒冬。从今年十一黄金周市