

北京“两集中”土拍首日揽金516亿元 万科“空手而归”

■本报记者 王丽新

12宗地,昨日拍了整整一天!地价的触及上限、竞报公共租赁住房触及上限,政府产产权份额均达到12%以上,激烈竞争之下,7宗地块转入竞报高标准建设方案阶段,需要10个-15个工作日后才能出结果,分别为海淀区树村2宗地,朝阳区王四营3宗地块、崔各庄1宗地、豆各庄1宗地。据《证券日报》记者汇总计算,12宗地总成交价为516亿元。

中原地产首席分析师张大伟向《证券日报》记者表示,房企拿地积极性很高,但难以再现高溢价地块,此次土拍结束后,预计北京楼市供应将在四季度集中推出。

据悉,在正式拍地之前的报名时间,不仅房企筹备已久,政府也做了相当充分的准备。北京市政大厅5层被分为休息区、材料审核区、等候区及业务办理区。在排队报名的区域,每隔一米就被贴上了“脚丫”印记,按此排队。业务办理区窗口分布明晰,安排的很贴心,甚至连外卖都考虑到了。另据公开资料不完全统计,此前公布的29宗地块有超过230家房企报名,某房企更是一口气交了18宗地块的保证金,可见关注度之高。

5月10日上午9时,竞买人陆续进场,第一宗地块就是关注度颇高的朝阳区金盏乡地块。经28轮竞价,卓越39.27亿元竞得朝阳区金盏乡小店村3005-02地块,竞得产产权13%,核经营楼面价52988元/平方米,溢价率3.89%。

据《证券日报》记者观察,此次竞拍上半程,地块集中在朝阳区,可谓开闸式供应,竞价一般都超过30轮,

可售住宅楼面价在5.3万元/平方米-5.6万元/平方米区间,销售上限价格在7.6万元/平方米水平线上。

下半程的激烈角逐从崔各庄展开。截至竞拍前,1.01地块线上最高报价为46.83亿元,现场从47.06亿元开始竞拍,中交+建发率先举牌,第二手47.5亿元由招商+城建报出,竞价阶梯调整为5000万元,万科+华侨城、中冶等企业跟进。第九轮,绿城+金茂举牌50.94亿元触及竞价上限。最终,第三十一轮,金地+保利+华润以“50.94亿元+公租房22000平方米”将崔各庄1.01地块收入囊中,溢价14.99%,住宅楼面价约6.3万元/平方米。

高潮出现在崔各庄最后一宗L06地块的竞拍,该地块在竞拍前的线上最高报价为26.04亿元,现场环节,世茂率先举牌26.16亿元,第二手26.5亿元由旭辉+首开+建工报出,第5轮,龙湖+恒基举牌28亿元触及竞价上限,溢价率14.99%,住宅楼面价约5.68万元/平方米。

之后,开始竞拍政府共产份额。招商举牌0.3%,越秀+华发0.5%,竞价阶梯为0.5%,随后,碧桂园、中骏、建发、龙湖+恒基、绿城、旭辉+首开+建工等几大房企轮番上台。

据悉,崔各庄板块目前在售房源较少,周边新房主要集中在金盏、丽都片区,新房二手房项目不乏每平方米10万元+的豪宅项目,其中金盏目前在售新房为中海首开拾光里,为总价1000万元/套起步的叠拼别墅;丽都商圈在售的有丽都悦府,均价9.2万元/平方米,总价1600万元/套。

但最贵销售单价项目依然在海淀。“海淀区近年来少有住宅地块供



王琳/制图

应,海淀购房需求甚至大量外溢,因此海淀一出地块即被房企高度关注。”有房企内部人士向《证券日报》记者透露,海淀楼市的供应现状一直处于稀缺状态,同时该区域又是学区房和财富新贵的聚集地。

据悉,海淀的两宗地早在线上阶段就触达地价上限,现场直接进入竞拍政府持有产产权份额环节。南地块上限价格57.3亿元,溢价率2.5%,住宅楼面价约6.9万元/平方米;北地块上限价格63.7亿元,溢价率2.58%,住宅楼面价约6.9万元/平方米。两宗地全部触及上限,进入竞高标准商品住宅建设方案阶段。其中B1南地块指导

价格11.2万元/平方米。从周边来看,新房极少供应,有2000万元起步的个别房源;二手房方面,在售房源均价为9万元/平方米-13万元/平方米。

“北京这一轮土拍的最大亮点是规则更加多元和复杂,竞拍难度较大,参与竞拍的房企有备而来。首日土拍的地块政策是先竞价后或直接竞价方案、或竞租赁、或竞政府份额,同时设定金额上限、租赁上限、高标准住宅建设方案等规则,这让房企在进行土地投资决策时需要考虑更多因素,除了开发能力之外,资产运营能力可能成为未来决胜的关键因素。”

贝壳研究院高级分析师潘浩向《证券日报》记者表示,此外,12宗地块平均成交楼面价达50432元/平方米,较2020年全年成交楼面价增长81.1%,主要在于成交地块位于朝阳区、海淀区,地块本身价值较高,而成交住宅用地房价上限平均为78555元/平方米,利润空间一般,但并未影响房企积极参与竞拍,对于一线城市地块的争夺,更多考虑的是市场份额的占有。同时,北京住宅产品的供应将更为多元化。

据《证券日报》记者了解,万科也为此竞拍交纳了部分地块的保证金,但“空手而归”。

上海新能源汽车“绿牌”红利渐退场 微型电动车销量爆发苦盼国标“转正”

■本报记者 龚梦泽

上市270天销量突破27万辆,集超低售价、讨巧外形于一身的五菱宏光MINI EV,以亮眼的销售成绩成为纯电动车领域现象级的“新能源小神器”。但近日有消息称,五菱宏光MINI EV在上海地区的上牌将受到限制。

《证券日报》记者了解到,上述消息最早出现在五菱宏光MINI EV论坛,有消费者在论坛发帖称:“新购买的A0级电动汽车无法申领上海市针对新能源汽车免费提供的专用牌照,4S店说最近不审批新能源牌照,要等5月初的新政。”

为此,记者第一时间向上汽通用五菱方面求证,公司表示,正在了解相关情况。目前上海的新政还没有最终公布,请以最终公布的政策为准。此外,记者还联系到上海地区一家五菱品牌经销商,对方表示:“自4月中旬开始,就有5月份政府将出台新政策的信息,目前店内已不接单”。另有渠道商工作人员称:“自4月下旬客户上牌时就不太顺畅,近日上不了牌照。不过店内还接受客户下单,待新政公布后若不能上牌再全额退款。”

据了解,按照2020年国家补贴政策,续航里程在300公里以下的纯电动车型不再享受国家补贴,这意味着大部分小型纯电动车已经丧失了补贴优惠。而若各地区也在牌照方面进行限制,或将

对小型纯电动车市场造成巨大影响。

“以车长和价格为区分标准,既与国家政策方向相悖,也不够科学严谨,可信度不高。我预计,未来的限制方向会先做分类管理(PHEV限制、微型/小型电动车限制等),最后大概率会走向北京地区所采取的总额管理模式。”有不愿具名的车企市场部人士对《证券日报》记者表示。

上海市“绿牌”红利或逐渐退场

据记者了解,上汽通用五菱旗下的宏光MINI EV电动车,介于低速微型电动车和传统小型纯电动车之间。其不足2米的轴距,甚至不能被划入A00级车型(2.2米轴距),而只能算是A000级车型。

提及这类车型,绝大多数人首先想到的都是“老年代步”、“粗制滥造”等词汇。然而,正是这类曾经几乎不被传统汽车厂商正眼看待的车型,近年来却以超乎想象的速度在三四线城市及农村地区急速扩张。

去年下半年以来,微型电动车市场再度火热,其中,尤以五菱宏光MINI EV最为外界所关注。来自中汽协统计的数据显示,今年3月份,五菱宏光MINI EV的销量为39745辆,同比增长97.08%;今年一季度的销量已经达到96674辆。

而随着越来越多车企的加入,除

了五菱宏光MINI EV这样的爆款车型,微型电动汽车市场也出现了越来越多的竞争者,其各具特色,且面向消费者的不同需求,这些产品的加入将进一步加剧新能源汽车市场的竞争。

对此,乘联会秘书长崔东树在接受记者采访时表示,上海市新能源牌照的数量增长确实比较快,这也使其必然会经历新能源牌照发放数量收缩的过程,逐步缩减政策方面的红利。“这是一个比较正常的情况,未来可能新增车辆全是新能源汽车,政策红利不可能一直持续。”

在崔东树看来,上海、北京等个别一线城市,地方政府需要有对应的政策来控制汽车以及新能源汽车的快速增长,不过这种探索也仅限于上海等个别城市。

“控制新能源汽车牌照发放总量、提升牌照新能源汽车车型类别水平的管控方向,在短期内不会发生变化。”新浪财经专栏作家林示认为,上述管控方向符合上海市汽车产业的发展趋势。新能源汽车的管理,从无条件、无差别的推动到有侧重、常态化的结构管控,这也将成为下一阶段新能源汽车产业政策的趋势。

苦盼国标而不得 微型电动车“转正”不易

据《证券日报》记者统计,2020

年,五菱宏光MINI EV的销量主要集中在二、三线城市,销量占比分别为31.4%和30.8%,四、五线城市的销量占比分别为23.6%和10.4%。相比之下,北上广等一线城市的销量占比仅为3.8%。

具体到城市来看,2020年,五菱宏光MINI EV累计销量最高的城市是青岛,洛阳、菏泽紧随其后,而上海地区全年上险数只有2664辆,排名第四。

以此来看,即便传闻中的上海地区“新政”落地,对五菱宏光MINI EV的销量影响也可以忽略不计。

事实上,微型低速电动车已“苦国标久矣”。早在2016年10月份,国家标准委正式立项并下达《四轮低速电动车技术条件》推荐性国家标准的制定计划,在给出两年执行周期的同时,也提出了“升级一批、规范一批、淘汰一批”的指导思路。

在政策空窗期内,低速电动车产品既没有被列入法定交通工具,也不在工信部《车辆生产企业及产品公告》之内。而随着两年之期结束,企业等来的不是期待已久的“新国标”,反而是一道“封杀令”。

记者注意到,自2018年7月份北京市工商局启动违规销售电动车专项治理行动后,河南、河北、山东等多地相继跟进,开展针对全封闭机动三(四)轮车的整治工作。在此次整顿

中,不在工信部《道路机动车辆生产企业及产品公告》中的电动摩托车、电动三轮、四轮车、老年代步车等,均在禁行、禁售范围内。

受此影响,全国范围内微型低速电动车市场下滑严重,行业加速洗牌。

“禁售禁行政策带来的影响很大。”有微型低速电动车生产企业负责人对记者表示,低速电动车作为三四五线城市市场化所诞生的产物,发展的权利不应该被剥夺。“一刀切”并不能真正解决问题。

而原计划于2018年出台的低速电动车合法化管理相关法规,已推迟至今。

对此,中国电动汽车百人会理事长陈清泰明确表示:“我主张持一种开放支持的态度,低速电动车的性能可以满足当地居民的出行需求,又和当地的经济水平相匹配,是一种完全市场化的产品。”

谈到微型低速电动车未来的发展路径,山东汽车工程学会理事长魏学勤对《证券日报》记者表示,性价比廉的低速电动车更契合农村及三四线城市的出行需求。此外,由于占用道路资源少、成本低,随着智能驾驶技术的升级,未来两三年低速电动车或许将进入分时租赁领域,与共享出行一起进入快速发展阶段。

湖南49家企业亮相消博会

■本报记者 肖伟

首届中国国际消费品博览会(以下简称“消博会”)于5月7日至10日在海南海口举办。记者了解到,上市公司劲仔食品、拟上市公司华联瓷业等49家湖南企业亮相,借助消博会这一沟通平台,携旗下拳头产品与世界大消费市场同频共振。

消费复苏同频共振正当时

本次消博会吸引来自69个国家和地区的650多家企业,共1300个品牌参展。这是全国首个以消费精品为主题的国家级展会,既为各国消费精品进入中国市场提供展示交易机会,也为中国各地和各国消费精品销往世界各地创造商机。

据了解,此次湖南共有49家企业赴消博会参展。位于7号展馆的湖南馆,总面积600平方米,以立体水纹为元素,按照“三湘四水”的理念进行设计,聚集了湖南休闲食品、消费电子、文化创意等领域的外贸精品,展现了湖南对外开放姿态和浓厚的人文气息。

湖南省商务厅参展带队工作人员向《证券日报》记者介绍相关情况:“2020年疫情期间,湖南企业发挥自力更生精神,立足自身特色产品和产业优势,积极扩大对外出口。2021年一季度,湖南企业对外出口创汇取得良好成绩。本次消博会既是向社会各界汇报湖南企业创汇成绩的时机,也是湖南企业走出国门广交各路朋友的契机。随着疫情逐步得到控制,消费需求将逐渐释放,湖南企业将以消博会为沟通平台,促进消费循环双向流动,既要把优质产品和服务推广到世界市场,也要把优质资源引入湖南,为消费者谋求更大福利,产生国内国外消费市场‘同频共振’的效果。今年,我们带队来到海口,就是希望所有的湖南参展企业与世界头部品牌、头部渠道商进行面对面的沟通,促进供货、交流、洽谈。同时,我们也组织了湖南本土采购商,到国外精品区进行采购。”

休闲食品赛道跑出黑马

在本次消博会上,休闲食品赛道黑马选手劲仔食品可谓风头正劲。作为湖南地区三家上市休闲食品企业之一,劲仔食品经过10余年的发展,已经成长为集研发、生产、销售于一体的现代化食品企业,旗下拳头产品“劲仔深海小鱼”销量稳居鱼类零食行业第一,劲仔风味豆制品等销量跻身行业前列。

劲仔食品董事长周劲松向《证券日报》记者表示:“2020年,劲仔食品顺利取得欧盟注册资格,成为湖南首家对欧盟注册的鱼类零食企业。”劲仔深海小鱼生产基地通过BRCCS(食品安全全球标准)、IFS(国际食品标准)两大国际食品标准认证,成为A股上市休闲食品公司为数不多获得欧盟认证的休闲食品企业。劲仔食品的生产标准已经与国际同频,产品品质可与国际比肩。目前,公司产品畅销中国,并远销英国、法国、日本等全球约30个国家,我们的目标是成为享誉全球的休闲食品品牌。这是我们敢于主动参展、与世界同行一较高下的底气和动力。”

周劲松补充说:“和世界知名休闲食品品牌同台竞技,我们在比较中参考、学习和进步,也在比较中凸显自身优势和独特魅力。劲仔食品脱胎于八大菜系中的湘菜,植根于中华传统饮食文化。我们希望借助本届消博会,让世界各国人民品尝到更多中国美味,认同中国食品的质量,实现‘以食为媒、触达世界’的愿望。”

醴陵陶瓷受热捧

作为湖南出口日用瓷的代表企业之一,华联瓷业在此次消博会上带来了200多件展品,并展示了基于3D喷墨打印技术的成套产品,以及窑变釉、中温色釉等众多个性化产品。

华联瓷业现场负责人许玲芳向《证券日报》记者介绍:“2020年,受疫情影响,海外采购商通过线上观展方式进行采购。本次消博会是线下大规模面对交流的窗口,也是我们集中展示最新设计和最新工艺的好时机。有多位海外采购商购买意愿强烈,想直接现金交易买走我们的展品。从我们接洽的情况来看,跨境电商、餐饮服务、连锁零售、酒店住宿等行业的买家比较踊跃,显示出海外消费市场已在释放积极信号。”

除了华联瓷业外,湖南醴陵的另一家陶瓷企业陶润瓷业也带来了中高端礼品瓷器套装,让海外消费者感受到了醴陵陶瓷的五彩魅力。

陶润瓷业现场负责人谢丰收向《证券日报》记者介绍:“海外市场成套礼品瓷器的需求趋旺,表明下游市场正在复苏。欧美等国消费者偏爱选购性价比、款式新颖的成套瓷器作为节日礼物。”

值得一提的是,2021年3月1日,中欧地理标志协定正式生效。这是中国对外商签的第一个全面的、高水平的地理标志协定。湖南省醴陵瓷器作为地理标志产品被纳入互认互保范围,这对醴陵陶瓷出口创汇产生了积极作用。据株洲海关发布的统计数据,今年1月份至2月份,株洲地区出口醴陵瓷器3.3亿元,同比增长32.6%。株洲海关还开通了智能审核原产地证书等服务,助力醴陵陶瓷“一秒通关”,飞速前往海外市场。

两家头部教育机构因虚假广告、诱导消费被处罚 低价课引流是陷阱

■本报记者 许洁

5月10日,“作业帮”和“猿辅导”分别被监管部门处以250万元顶格罚款。

而就在不久前的4月25日,北京市市场监管局对包括北京高思博乐教育科技有限公司(高思教育)在内的4家热门机构处以50万元顶格罚款及警告处分。这4家教育机构被罚的原因是虚假广告、诱导消费等。

作为在线教育行业的头部企业,“作业帮”和“猿辅导”此次被罚也是因为上述两个原因。

对此,一位业内人士对《证券日报》记者表示:“疫情以来,在线教育站上风口,但行业乱象也被放大,从融资规模、品牌知名度以及广告投放来看,作业帮和猿辅导都排得上前列。此次被市场监管总局处以顶格处罚,可以对其他企业起到警示作用。”

作业帮和猿辅导回应称“积极整改”

市场监管总局指出,作业帮在其

官方网站谎称“与联合国合作”、虚构教师任教经历、引用不真实用户评价。猿辅导在其网站谎称“班主任1对1辅导”、“微信1对1辅导”、“您”的4名好友已抢购成功……点名我抢报”,虚构教师任教经历等不实内容。上述行为属于实施虚假或引人误解的商业宣传行为,违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款规定。

经核实,作业帮在其运营的App、天猫作业帮直播课旗舰店、京东作业帮直播课旗舰店销售部分课程时,相关课程均未以标示的划线价进行过交易,构成利用虚假的或者使人误解的价格手段诱骗消费者交易的行为,违反了《中华人民共和国价格法》第十四条(四)项规定。

2021年5月10日,北京市市场监管局依法对作业帮和猿辅导两家校外教育培训机构,分别处以警告和250万元顶格罚款的行政处罚。下一步,市场监管总局将持续聚焦民生领域案件,加大校外教育培训机构执法力度,严厉打击各类违法违规行为,

规范市场经营秩序,维护人民群众合法权益。

记者第一时间联系了作业帮和猿辅导相关人士,作业帮相关人士对《证券日报》记者回复称:“已经收到市场监管部门的行政处罚决定书,对此诚恳接受,坚决服从,并对所涉不当宣传内容、价格标识积极全面整改,严格遵守相关法律法规,优化业务流程,用心服务用户。”

猿辅导相关人士也对记者回复称:“猿辅导诚恳接受监管部门的处罚决定,已对产品和各渠道开展自查和审核,相关不规范标识已经全部整改完成。猿辅导将继续坚持以科技创新提升学习效率为目标,切实履行社会责任,加强规范公司业务流程和规范,以更高标准为用户提供优质产品和服务。”

“特价课”诱导消费 饱受诟病

5月10日,《证券日报》记者根据同花顺检索统计发现,目前在沪深、

港股、美股上市或在新三板挂牌的教育企业已接近500家,这些企业的经营范围涵盖了职业教育、学历教育、兴趣爱好教育、课外教育等,但部分教育企业也存在野蛮生长的情况,屡屡遭到用户投诉。

其中饱受诟病的就是“特价课”诱导消费。

“花9元钱买10节课”“19元20节课,另享受价值499元大礼包”……不少教育机构以低价为噱头吸引家长入门。相比动辄一小时上百元的线下培训,这样的低价课程对不少家长颇具诱惑力。

但低价里面暗藏套路,有家长对记者表示:“这些低价试听听起来大多很生动,但老师们往往点到为止,后期会不断引诱家长买课。只有购买正价课之后才会系统讲解,但正课的价格就没那么便宜了。”

特价课引流是在线教育机构最常用的营销手段,而且部分在线教育机构营销攻势强大,小视频广告大多是请演员来扮演各种角色。故而出