

14城二轮土拍收金3785亿元 流拍及撤牌地块数量较首轮明显减少

■本报记者 王丽新

7月18日,广州第二批集中供地正式启动拍卖。从出让结果来看,成功出让11宗地块,3宗地块流拍,共计揽金209.56亿元,整体溢价率为6.55%,流拍率为27.27%。

“本次地块出让热度分化鲜明,房企拿地依旧关注利润成分。在本轮集中供地挂牌时,多数地块取消了竞拍部分,地块触顶后以摇号确定竞得人,规则上更便于项目开发利润测算。”中指研究院土地事业部负责人张凯向《证券日报》记者表示,其中,热度最高的摇号地块“天河区燕塘地块”,触顶价81.1亿元,楼面价4.8万元/平方米。而地块周边天河金茂府二手房目前的报价已达到8.6万元至9.9万元/平方米,新房利润空间可观,成为众多房企角逐对象。

“广州本轮土拍凸显‘精益求精’的特征。”诸葛找房数据研究中心分析师关荣雪向《证券日报》记者表示,与首轮集中供地相比,本轮集中供地成交率有所下降,流拍现象有所增多,但中心区供地比例增加,优质地块涌现,在一定程度上提升房企拿地积极性,整体溢价率较上轮增加5.35个百分点。

“保利发展竞得3宗,越秀地产拿下2宗,珠江实业拍得1宗,其余多由地方平台公司竞得。”张凯表示,从当下看,具备较强资金优势、良好融资能力和拥有充足现金流的房企在土地市场较为积极,也能为其开发建设提供安全保障。

值得关注的是,中指研究院统计,截至7月18日,22城中有19个城市推

7月18日,广州第二批集中供地正式启动拍卖

成功出让11宗地块
3宗地块流拍
共计揽金209.56亿元
整体溢价率为6.55%
流拍率为27.27%



王琳/制图

出第二批集中供地公告,14个城市完成出让,共计成交涉宅用地312宗,收金3785亿元。其中,62宗地块溢价达到上限成交,上限成交占比19.9%;208宗地块底价成交,占比66.7%;流拍及撤牌地块共计26宗,较首批集中供地减少明显。

“今年上半年,房企销售、融资等方面表现相对乏力,土地投资动作随之收缩。不过,在疫情防控取得良好成效下,楼市销售端已于5月份显露出回升迹象,房企资金流进而得到一

定的补充。”关荣雪表示,鉴于,预计下半年土地市场供应端将发力,成交将随之上升,全年供应和成交将基本维持稳定。

“土地市场将会进一步分化。”在同策研究院研究总监宋红卫看来,一方面体现在城市之间的分化上,比如一线城市市场表现会更抢眼;另一方面则体现在同一城市内部的分化上,比如核心区地块竞争更激烈,或会触顶溢价,但远郊地块则可能流拍。

“总体而言,目前部分城市二批次

供地成交回暖迹象明显,整体土地市场交易愈发平稳。”张凯表示,今年多数城市将集中供地调整为4个批次,并且推出预告公告等方式,土地出让节奏把握更好。接下来,预计更多优质企业将参与角逐更多优质地块,土地市场也将更加稳健运行。

关荣雪表示,随着市场信心逐步恢复,融资环境得到进一步改善,民营企业拿地意愿或逐步增强。

华为鸿蒙 HarmonyOS 3 即将登场 形成生态尚需时日

■本报记者 贾丽

自去年推出开发者预览版,酝酿9个月后, HarmonyOS 3 终于要正式亮相。7月18日,华为终端官方微博发文正式公布了 HarmonyOS 3(下简称鸿蒙3.0)的发布日期,定档7月27日。

华为相关负责人对《证券日报》记者确认了这一消息,并表示,华为将加快出海计划的实施。据悉,首个搭载鸿蒙3.0的智慧屏也将一同推出。

华为官方最新统计数据 displays,截至2022年4月份,在全球范围内,搭载使用鸿蒙系统的华为手机设备数超过了2.4亿台。

鸿蒙3.0有何突破?

一年前,华为正式发布鸿蒙2.0操作系统,鸿蒙手机也成为面向市场的正式产品,而此后鸿蒙3.0备受瞩目。今年7月上旬,华为鸿蒙3.0开发者Beta测试版正式开始推送。鸿蒙3.0在上一代基础上有哪些变化也逐渐清晰

起来。有华为内部人士表示,鸿蒙3.0将会支持超级桌面系统,包括服务卡片堆叠、大文件夹伸缩和万物互联操作系统特性等。

“鸿蒙3.0最大的亮点在超级桌面,超级桌面已经在华为智选的王界M7上得到了应用,超级桌面打破了不同终端的应用隔阂,基于手机强大的应用生态,配合华为的‘平行视界’技术,进一步解决了基于鸿蒙系统的PC、智能车的应用生态问题,为鸿蒙系统在多终端的全面推进打下了技术基础。”看懂研究院研究员、通信工程师袁博对《证券日报》记者表示。

车载智能操作系统等作为鸿蒙版图的重要一环,也将被鸿蒙3.0加强支持。“在鸿蒙3.0中,车载系统将成为车、人、车的纽带,基于统一操作系统和无缝流转的能力进一步实现更智能的万物互联。”袁博称。

从目前华为官方给出的手机公测版反馈来看,易用性、隐私保护均有进一步提升。亦有业内人士透露,鸿蒙3.0在工业领域的互联性增强,将有望

带动工业物联网应用快速发展。

鸿蒙全球化正式开启?

鸿蒙3.0的问世,或许比上一代有其更特殊的意义。值得注意的是,此前华为消费者业务地区负责人Derek Yu曾表示,全球用户会在2022年升级体验鸿蒙系统。今年5月份,曾主导鸿蒙系统开发的王成录被证实离开华为,加入开源鸿蒙生态企业深开鸿。

有着“鸿蒙之父”之称的王成录在“下一站”也将加快拓展鸿蒙海外市场,这被视为是鸿蒙走向全球化的重要一步。

“鸿蒙3.0或将成为一个新的起点,标志着开源鸿蒙进入一个新阶段,全球化进程正式开始。”有业内人士认为,此次出海,鸿蒙用户有望快速增长,将成为继安卓、iOS之后的全球第三大系统。

通信行业观察家项立刚对记者表示,鸿蒙系统要成为一个世界级的操作系统,就必须联合多个合作方。鸿蒙系统实现全球化后,将在海外市场与安卓系统等贴身肉搏。不过他认为,鸿蒙生

态要真正实现的全球化仍需时间。

鸿蒙系统成功与否,关键还在于能否吸引更多合作方和开发者进入。华为内部人士对记者称:“华为通过持续的研发及数字基础设施创新,将面向全球广泛集合行业组织和产业伙伴等,构建生态。”

“从芯片到射频器件等零部件的紧缺,都在限制华为手机的供应,这是制约鸿蒙的重要因素之一;目前尚未有第二家智能车制造商支持鸿蒙系统,致使华为大多只能依靠市场上的存量发展鸿蒙生态;从短期看,鸿蒙系统独立的应用生态并不丰富,大量的应用依然基于安卓开发;基于鸿蒙系统下的标志性应用仍待出现。”袁博认为。

中国人民大学国际货币所研究员陈佳在接受《证券日报》记者采访时表示:“鸿蒙新一代系统,应展示其真正的独立研发的能力,华为有能力也有必要对这个影响到系统品牌核心竞争力的争议做个了结;此外,华为对汽车等产业链布局初步成型,鸿蒙3.0要进一步在物联、新能源、电车等领域有突破性表现。”

家政O2O平台轻松到家资金链断裂 行业三大痛点至今难解

■本报记者 许洁

7月17日晚间,深圳市轻松到家科技股份有限公司(简称轻松到家)发布了一份暂停交付的情况说明。公司表示,因资金链断裂,整体负面的信息发酵对企业销售及交付带来沉重打击。

经公司研究决定,7月18日起暂停全部业务销售、交付,恢复时间待定。对于用户、技师、加盟商、供应商、员工的债务公司也在整理清算,根据公司资本运作情况进行逐步偿还。

7月18日,《证券日报》记者登录轻松到家官方平台发现已无法预约任何服务。而7月1日,公司还在进行保洁卡等产品的促销活动。7月8日,轻松到家官方曾发文表示,“不会跑路,轻松到家会对客户负责到底!”

这家曾经挂牌新三板,号称业内排名第三的互联网家政服务平台何以至此?

轻松到家不“轻松”

轻松到家官网显示,公司创立于2014年,是家政服务、家电清洗服务的全国知名企业,也是天猫、京东的指定服务商,美团点评的全国KA级客户。

从业务版图来看,在2014年成立之初,轻松到家还只是家电后市场服务商,在深圳上线了“轻松家电”品牌。经过数

轮融资公司业务范围从家电后市场服务延伸到了家政服务领域。2017年9月份,轻松到家挂牌新三板,但不到2年时间,2019年4月份,公司股票终止挂牌。

“人有生病的时候,企业也有。”这是6月28日轻松到家致加盟商及技师的一封信中的话。事实上,轻松到家6月份业务停摆已有端倪,彼时,有用户在黑猫投诉平台投诉称退款难,平台拖欠家政阿姨工资。

对此,7月8日,轻松到家官方微博发文称,“目前企业的确遇到了阶段性的经营困难。且最终造成了在6月底、7月初部分技师的集中离职,使得近日交付出现批量的‘爽约’和‘更换技师’的情况,给客户带来非常不好的体验。我们正在积极向深圳市政府、行业协会以及其国资股东寻求纾困。我们不会放弃,恳请广大用户可以多给予我们一些时间和理解。”

7月18日,《证券日报》记者咨询平台退款事宜,公司方面表示,“未给您退款的产品金额可以兑换其他产品服务,我司也在积极寻找合作方,在开放兑换服务后,进行兑换。如您坚持退款,可以官方服务号找到服务订单进行提交退款。”

自建团队模式带来较重成本

同样成立于2014年的家政O2O平台还有天鹅到家。2021年7月3日,作

为行业头部选手的天鹅到家正式提交上市招股书,拟在纽交所上市。但一年时间过去了,天鹅到家上市事宜仍无进展,一位已经离职的员工对《证券日报》记者表示:“整个行业都太难了。”

天鹅到家创始人兼CEO陈小华在接受媒体采访时曾表示,在2020年2月份至4月份,公司业绩遭到了较大影响,“我知道有很多小的家政公司没有挺过来,因为没有对应的资金储备。”对于美股上市,陈小华7月18日在一场公开会议上表示:“我要把家政阿姨带到纽交所,让全世界看到她们。”

巨头的进击之路尚且如此艰难,轻松到家更是很难抵御风险。家政O2O服务平台大体有两种模式:一类是打造全品类家政信息平台的“轻”模式;一类是从面试和培训等源头把关劳动者的“重”模式。与天鹅到家的模式不同,轻松到家是首批积极响应国家“员工制”家政技师的企业之一,其采取的是自营技师的模式。轻松到家官方信息显示,平台共计有服务人员1万人,覆盖50万家庭用户,“自营技师”这一较重的商业模式可以说是轻松到家一直在打的差异化“王牌”。

“自建团队可以对服务品质进行精准把控,不会出现服务水平参差不齐的情况,但自建团队的缺点在于成本结构较重,对于企业资金有较高的要求。”网

聚焦促消费

北京餐饮消费券发放首日 部分平台秒光 到店消费有所提升

■本报记者 王君 见习记者 李静

7月18日上午10点,北京餐饮消费券正式“上线”,44秒定出堂食消费券第一单。

“消费者使用消费券订单的速度可以体现市民消费的动力,消费券的发放也将进一步提振本地消费。”美团相关负责人对《证券日报》记者表示,美团7月18日上午11点统计的数据显示,北京餐饮消费券上线仅6分钟,平台上四种面额的餐饮消费券已全部领取完毕。其中,美团餐饮堂食满100减30消费券,仅用68秒被一抢而空。

消费券“秒光”

7月18日上午10点开始,北京面向全市消费者发放餐饮消费券,由政府提供餐饮服务的企业共同出资,推出外卖类、到店类、养老助残类三种消费券累计1亿元,惠及在京消费者及餐饮企业。首批餐饮消费券通过建行生活、美团、饿了么、麦尖外卖等平台发放。

《证券日报》记者在各大发券平台发现,部分平台的首批消费券一上线即被迅速抢空。

其中,美团APP的外卖消费券几乎“秒光”,记者在18日上午10点打开APP后,两种面额的外卖消费券均显示“今日已抢完”,记者仅成功抢到两种面额的堂食消费券。

在饿了么平台,屏幕上会弹出“恭喜抽中超值红包”提示。记者成功领到“满50元减15元”以及“满100元减30元”两种面额的消费券。

在建行生活APP首页,也出现北京餐饮消费券的入口,当记者点击后显示当天的消费券“已抢光”。而在麦尖美食小程序,首次领取优惠券则需要输入姓名、身份证号、手机号。当记者操作完以上步骤后,优惠券已被领完。

值得关注的是,为了更好地惠及民生,提高消费券补贴效率,此次餐饮消费券的发放规则也有变化,即北京市消费者每天均可领取餐饮消费券,但领券时必须当日使用,外卖消费券

多地密集发放新一轮消费券 下半年消费市场有望持续复苏

■本报记者 包兴安

7月18日起,多地发放新一轮消费券,以进一步释放消费潜力、促进消费持续恢复。专家表示,发放消费券具有多重效应,消费市场将进一步复苏。

“发放消费券的目的,是为了提振消费市场,助力宏观经济增长。”星图金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示,发放消费券相当于政府向民众转移购买力,在特定时期内用于特定领域的消费,从而通过“杠杆效应”在短期内迅速提升居民的边际消费倾向,刺激相关领域消费的复苏,进而带动企业生产经营好转,缓解经济运行压力。与直接发钱相比,发放消费券更能用于消费而不是储蓄起来,刺激效果更明显。

据记者梳理,7月18日起,多地向消费者派发消费券。如,北京面向全市消费者发放餐饮消费券,由政府提供餐饮服务的企业共同出资,推出外卖类、到店类、养老助残类三种消费券累计1亿元,惠及在京消费者及餐饮企业;深圳市总工会启动“千万礼券惠职工百万职工助消费”活动,向职工会员陆续发放共6000万元的“惠工消费券”;六盘水市发放第二批餐饮和零售消费券。

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清对《证券日报》记者表示,发放消费券具有多重效应:一是具有促消费的杠杆效应;二是具有促投资的牵引效应;三是创造新消费需求和新增消费能力的引领效应;四是增加居民收入减少生活成本的带动效应;五是促进中小企业复苏的推进效应;六是提振社会经济发展信心,扩大城乡就业和保障民生的联动效应。

今年以来,多地密集出台一系列激活消费市场政策举措,其中发放消费券成为重要抓手。7月13日,宁夏

可以直接线上线下单使用。

到店消费有所提升

“本次大集团旗下6家门店都参与了,5家胡大饭馆和1家红巷子餐厅。”胡大餐饮总经理助理兼办公室主任方绪虎告诉《证券日报》记者,政府通过平台发券,用户可以线上领券,线下消费就自动满减了。“本次发放的餐饮消费券,不需要商家补贴,美团和饿了么都是跟商家无缝衔接,商户正常入驻就可以参与。”

《证券日报》记者当日中午走访丰台区线下餐饮店发现,部分可以使用“消费券”的餐饮企业在卖场醒目位置贴有消费券领取及使用说明。当记者走进呼噜呼噜店铺时,服务员在点单时主动询问是否已领消费券。

记者在美团APP上下单了价格为62元的“单人精选肥牛套餐”,在结账时勾选勾选领取过的“满50元减15元”消费券,最终支付47元。

“平时工作餐喜欢点外卖,但今天外卖消费券没抢到,只抢到了堂食消费券。”一位消费者对《证券日报》记者表示。也有部分消费者表示,“太难抢了,准备明天上午10点定闹钟准时开抢。”

“发放消费券对餐饮市场的复苏以及恢复起到关键作用。”中国品牌研究院研究员朱丹蓬对《证券日报》记者表示,消费券的发放提升了消费者的消费意愿以及信心。从产业端、政策端以及消费端来看,消费券的发放对整个宏观经济的拉动,餐饮行业的复苏以及消费者意愿的提升都有很大好处。

“消费券的发放使很多市民积极参与促消费活动中来,对于品牌的销售额也会有一定的增长。”呼噜集团副总裁张艳梅在接受《证券日报》记者采访时表示。

“今天的外卖订单明显增多了不少,而且很多都是一个订单上有两份外卖。”一位美团外卖员对《证券日报》记者表示。

据美团实时数据,7月18日,北京餐饮消费券上线后两个小时,平台上到店堂食套餐、代金券等订单量环比前一周增长超83%。

多地密集发放新一轮消费券 下半年消费市场有望持续复苏

7月18日起,多地发放新一轮消费券,以进一步释放消费潜力、促进消费持续恢复。专家表示,发放消费券具有多重效应,消费市场将进一步复苏。

“发放消费券的目的,是为了提振消费市场,助力宏观经济增长。”星图金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示,发放消费券相当于政府向民众转移购买力,在特定时期内用于特定领域的消费,从而通过“杠杆效应”在短期内迅速提升居民的边际消费倾向,刺激相关领域消费的复苏,进而带动企业生产经营好转,缓解经济运行压力。与直接发钱相比,发放消费券更能用于消费而不是储蓄起来,刺激效果更明显。

据记者梳理,7月18日起,多地向消费者派发消费券。如,北京面向全市消费者发放餐饮消费券,由政府提供餐饮服务的企业共同出资,推出外卖类、到店类、养老助残类三种消费券累计1亿元,惠及在京消费者及餐饮企业;深圳市总工会启动“千万礼券惠职工百万职工助消费”活动,向职工会员陆续发放共6000万元的“惠工消费券”;六盘水市发放第二批餐饮和零售消费券。

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清对《证券日报》记者表示,发放消费券具有多重效应:一是具有促消费的杠杆效应;二是具有促投资的牵引效应;三是创造新消费需求和新增消费能力的引领效应;四是增加居民收入减少生活成本的带动效应;五是促进中小企业复苏的推进效应;六是提振社会经济发展信心,扩大城乡就业和保障民生的联动效应。

今年以来,多地密集出台一系列激活消费市场政策举措,其中发放消费券成为重要抓手。7月13日,宁夏