

住房“以旧换新”能激活多大需求?

王丽新

加入住房“以旧换新”的城市正持续增多。短短几天内,郑州、常熟、海安等多地相继推出住房“以旧换新”政策,激活改善性需求。

住房“以旧换新”政策,是当前多地支持住房消费的“大招”之一。中指研究院监测数据显示,2023年以来,已有超过30个城市表态支持住房市场的“以旧换新”,并出台相关细则。

笔者认为,整体来看,该政策已从过去的“试点+自发”性质,逐渐转变为有系统谋划、配套政策更多、覆盖面更广的支持性政策“组合拳”中的重要“一拳”,核心目标是加快房产流动,提振市场信心。

首先,“开通”三种主流模式推进政策落地,提升楼市交易活跃度。参考郑州、济南等多地住房“以旧换新”政策可知,不同城市、不同楼盘皆“因城、因项目”施策,但“开通”的主流模式有

三种。

第一种是“帮卖模式”,即购房者、开发商及中介等相关方签订多方协议,购房者可在开发商处认购并锁定房源,并由委托的房地产经纪机构出售旧房,若一定期限内旧房售出则按流程购买新房,若旧房未售出则退还新房认购金。如此一来,提高了房屋销售的确定性,有助于降低房企销售压力。

第二种是收购模式,即收购方接手购房者的旧房,购房者再通过补差价或贷款等方式购入新房,涉及的收购方主要有两大类,开发商和地方国资平台。为了加快新房去化,开发商参与积极性有所提升。但地方国资平台的进场是新亮点,核心在于撬动的交易规模会更大,同时兼顾未来保障性租赁住房筹集规划。比如,郑州城市发展集团计划全年完成收购5000套。当然,这种模式极为考验收购主体处置旧房的能力,其购入的二手房大致有三种“去处”,一是作为保障性住房或人才房使用;二是作为租赁性住房去运营收租;三是运用自身渠道或委托

给第三方机构出售。

第三种是“补贴模式”,各地补贴力度和形式多有不同,但补贴对象大致可以分为两类,一是企业,二是购房者。在企业端,部分城市鼓励房企购买意向购房人的存量房,给予房企总购房款一定比例的财政补贴。在购房者端,有城市表态,在2024年通过“以旧换新”换购新房的群众,均可享受契税补贴30%的优惠。由此可见,“两端”补贴齐发力,再辅以多种配套政策,皆为让不动产尽快“动起来”。

其次,疏通一二手房市场联动堵点,深度激活楼市流动性,更大范围满足改善性住房需求。当前,多地一二手房市场呈现两大共性特征,一是二手房挂牌量持续增加,改善需求的换房意愿比较强烈,但亦导致变现更困难;二是开发商为加快回笼资金,输出各种营销手段,但难以激活改善性需求入市。新房销售和二手房销售陷入僵局,其症结在于需率先完成旧房出售。

多地出台住房“以旧换新”政

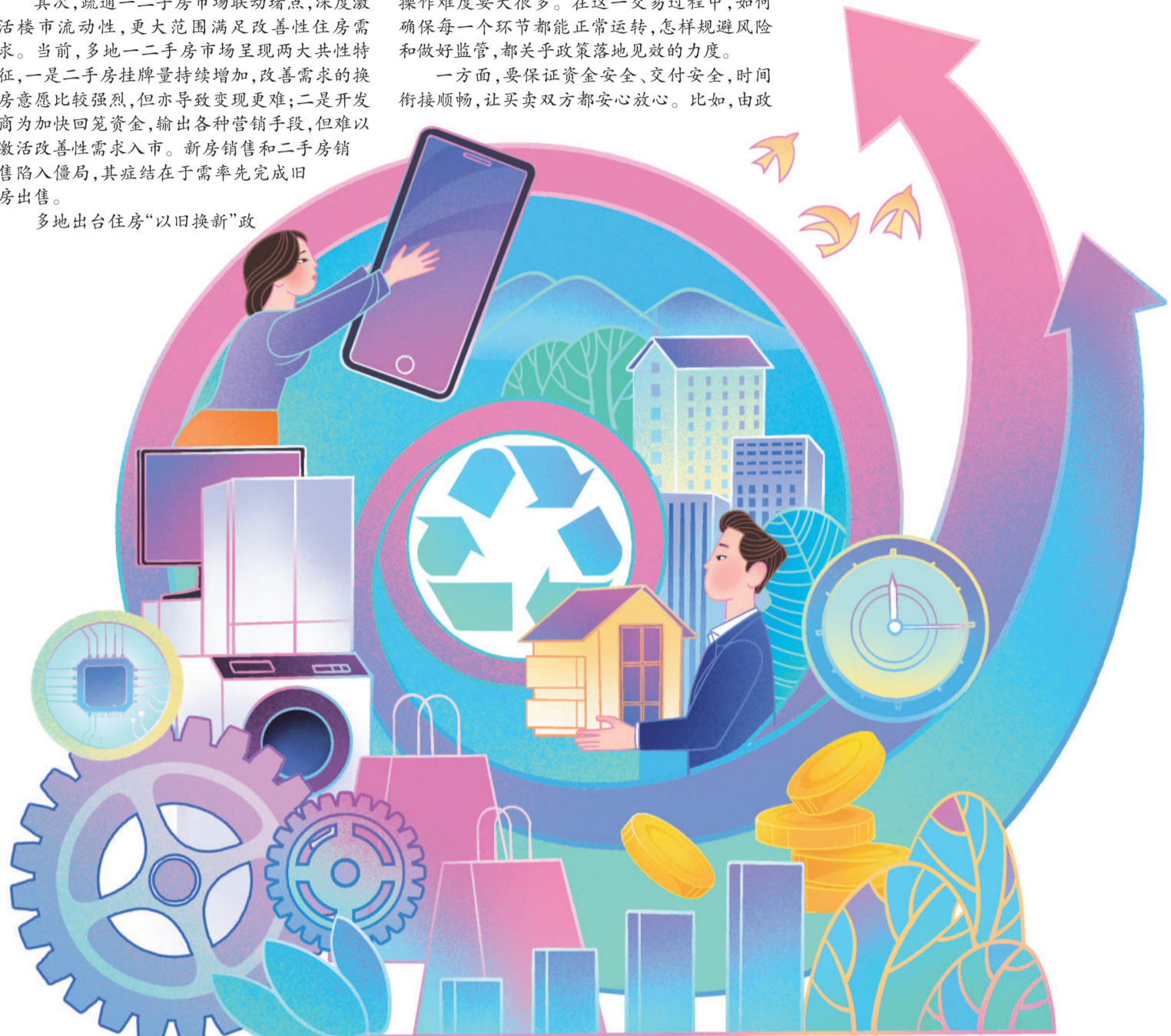
策,正是试图“对症下药”,旨在疏通二手房交易时间长、挂牌量大、手续繁琐等阻碍交易的堵点,力争有效促进一二手房流通,助力楼市预期转好。从政策落地效果来看,不同城市成效不同。总体而言,在这一过程中,拥有一二手房联动客户资源优势的中介机构将发挥重要作用,若匹配周期较快,效果会较为明显。

第三,打通交易各个环节,保障资金及交付安全,以保护购房者权益为底线,至关重要。与家电家具的以旧换新相比,住房的“以旧换新”操作难度要大得多。在这一交易过程中,如何确保每一个环节都能正常运转,怎样规避风险和做好监管,都关乎政策落地见效的力度。

一方面,要保证资金安全、交付安全,时间衔接顺畅,让买卖双方都安心放心。比如,由政

府打造“卖一买一”两个不同流程的资金对接机制,实现资金的全流程、封闭式流转。另一方面,以居民最敏感的旧房如何作价为例,要合理合规,根据置换模式设置价格评估机制。比如,郑州的方法是“委托专业房地产评估机构,对待收购二手房进行价值评估”。

总而言之,技术支持和制度建设需相互支撑,为“以旧换新”发挥实际效果护航。当然,若能持续激活换房需求,将积极促进有效供给匹配有效需求,对房地产市场平稳运行形成有力支撑。



新知灼见

以旧换新激活消费“一池春水” 只换不收问题仍需解决

朱宝琛

近日,笔者家中换了台热水器。因为老客户可以参加以旧换新活动,旧热水器能抵700元,因此算下来,相当于打了个八五折。

这是国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》(以下简称《行动方案》)后,众多厂家推出优惠活动的缩影。《行动方案》发布以来,激活了消费“一池春水”。为笔者家中安装热水器的师傅表示,近一个月内,通过以旧换新方式安装的水器数量,较前几个月增加了至少三成。

以旧换新并不是新话题,其一头牵动企业投资,一头影响居民消费,“一旧一新”间会有效撬动增量和存量两个市场,是消费升级和经济发展的重推动力。国家发展改革委有关负责人介绍,2023年底我国民用汽车保有量达到3.36亿辆,冰箱、洗衣机、空调等家电保有量超过30亿台,汽车、家电更新换代能创造万亿元规模的市场空间。

消费是支撑经济运行的“稳定器”和“压舱石”。实施消费品以旧换新行动,对激发消费潜力、推动消费结构升级具有重要意义。此次以旧换新行动,各地均有很高热情,其中,仅4月7日就有广东省和山东省召开相关会议,部署具体工作安排。一些上市公司亦纷纷表态,称“将密切关注相关政策,积极响应国家号召,持续推

动消费品以旧换新”。

笔者认为,随着政策部署落地见效,将优惠实惠落到千家万户,让高质量耐用消费品进入老百姓生活,在满足多样化消费需求、增强居民获得感的同时,还能打通消费难点堵点,激发消费市场澎湃动能。但也要看到,仍有相关问题亟须解决。比如,旧家电的回收。笔者家中换下的旧热水器,厂家让自行处理,最终,这台旧热水器被回收废品的小哥以10元的价格收走。

事实上,对于置换下来的旧物品,《行动方案》明确要求,要加快“换新+回收”物流体系和新模式发展,支持耐用消费品生产、销售企业建设逆向物流体系或与专业回收企业合作,上门回收废旧消费品。

所以,推动以旧换新,在销售端给出优惠的同时,更要解决好“只换不收”问题。一方面,要强化生产端责任,在“推新”和“回收”方面“两手抓”;另一方面,要提高回收效率,不能让回收的废旧物资报废了之,而要整合好产业链资源,实现变废为宝。

深语连珠

提升投资收益率 险资如何突围

冷翠华

近日公布的A股上市公司2023年业绩显示,投资收益不佳成为拖累其业绩的主要因素。而2024年以来,市场利率继续呈下行态势,权益市场回暖基础有待夯实,利差缩窄的焦虑感在保险行业弥漫,有效提升投资收益率依然任重道远。

总体而言,当前险资提升投资收益率主要面临三方面挑战:一是利率中枢持续下移,低利率环境使得保险资金的成本优势逐步消失。二是低风险、高收益的优质资产稀缺,新增保险资金和到期资金再投资面临配置难题和信用风险增加的挑战。三是外部环境不确定因素仍多,对于追求稳健收益的险资而言,权益市场投资回报仍面临考验。

在此背景下,笔者认为,就当下和未来一段时间而言,险资应结合利率变化、权益市场发展的诸多新情况,锻长板、补短板,优化资产配置,强化投后管理,提升投资收益率。

首先,在夯实固定收益投资“基本盘”的基础上,丰富投资组合,优化收益来源。长期以来,由于资金的刚性成本和长周期等因素,保险资金风险偏好低,债券、存款等低风险固收类资产是配置的“基本盘”。在存款利率较高、信用风险较低时期,这种投资策略可有效覆盖负债端成本,险企也可以稳步实现规模扩张。不过,随着利率中枢的持续下移,险资若过度依赖这一投资策略,则会带来另一重风险,即利差风险,弱化穿越周期的能力。

因此,险资在配置领域上应更加丰富,形成多种投资组合。事实上,部分险资已经在创新投资方面进行了诸多有益探索。例如,加大对REITs(不动产投资信托基金)、ABS(资产证券化)等品种的投资力度。笔者认为,在投资策略上,险资还应当进一步丰富投

资种类,适度增加优质股权、不动产等另类资产配置,在分散风险的同时,丰富收益来源。

其次,强化存量投资的投后管理,力求长期投资的预期收益顺利落地。保险资金期限长,投资周期也很长,随着市场环境的变化,部分看似低风险的投资可能出现变数,甚至面临“踩雷”风险。

以债权投资计划为例,过去十多年,债权投资计划是险资重要的非标投资产品,保持高速增长,并在2021年达到高峰,当年登记规模超9600亿元。此后,债权投资计划规模连续两年减少,去年保险资管机构共登记债权投资计划规模为7356.61亿元,同比减少约16%。但从存量规模看,债权投资计划在险资另类投资中仍占绝对比重,部分投资的信用风险有所上升。因此,险资必须补上投后管理较弱这一短板,妥善应对可能出现的风险因素,力求实现预期收益率。

再者,着力提升权益资产投资能力,使其发挥更大作用。险资业绩的好坏,权益投资往往是最重要的因素之一。这也说明权益资产投资能力在一定程度上是险资业绩的“胜负手”。

当前,A股估值总体处于历史低位,险资的权益投资信心指数已连续三个季度明显回升。从政策环境来看,今年是有大型保险机构落实权益投资长期考核机制的第一年,也是监管部门携手共促长期资金长期投资的关键一年。从投资机遇来看,低空经济、人工智能等投资主题颇为活跃,新质生产力的发展也酝酿着新的投资机会。

因此,险资宜将投资信心转化为实际行动,着力加强投研能力建设,加大逆市布局力度,有效发挥长期资金优势,提升权益投资收益水平,从而助力整体投资收益率的提高。

当然,投资本身就是收益与风险并存,要在竞争激烈的资管行业脱颖而出,既需要适度承受风险,更需练就善于识别风险、分散风险、规避风险的能力。随着我国经济逐步复苏,新的投资机会也将不断出现,险资在继续夯实固收类资产配置优势的同时,还需要适度扩大配置领域,抓住新的投资机遇,进一步强化投后管理,持续锻长板、补短板,真正成为投资理财的“专门家”和社会财富的“管理者”。

冷眼静看

车企争相“高飞”前景几何

龚泽洋

当电动汽车遇上低空经济,将会产生怎样的火花?目前,全球范围内多家公司正在积极研发和测试飞行汽车,既包括传统的汽车制造商,也涵盖航空和科技领域的企业。

日前,继小鹏汇天飞行汽车旅航者X2示范首飞成功后,亿航智能也上架了一款无人驾驶载人航空器EH216-S。此外,吉利、比亚迪、广汽、丰田、铃木等均已布局飞行汽车,车企们要么专注于eVTOL(电动垂直起降飞行器)开发,要么向飞行汽车领域拓展,聚焦陆空两栖汽车等。

笔者认为,车企布局飞行汽车优势较多。在技术成熟度上,飞行汽车与新能源汽车都由电力驱动,都使用自动驾驶系统,同时都大规模引进新型复合材料,双方在很多领域可以互相借

梦析笔谈

鉴。在品牌建设上,打造飞行汽车能够凸显企业的科技标签,吸引消费者和资本市场的支持与关注。更长远地来看,飞行汽车符合全球技术演进的方向,处于立体交通的重要一环,有望成为未来车企发展的第二增长曲线。

据预测,2030年飞行汽车全球市场规模将达到3000亿美元,2050年全球主要城市空中将有9.8万辆飞行汽车飞驰。但也要看到,汽车想要飞上天,还面临着政策、技术以及商业化应用等多方面问题需要克服。

政策方面,宜加快飞行汽车产业发展顶层设计与规划,在产品管理、产品认证、空中交通的统筹管制、标准体系设计等方面做好前瞻性布局。从建立飞行汽车驾驶资质认证及培训体系、加速开放低空空域、建立统一的监管指挥平台及低空空域管理体系等多方面发力,推进飞行汽车规模化应用。

技术方面,相比纯电动汽车,飞行汽车对动

力电池提出了更高的比功率和安全性要求。虽然飞行汽车巡航功率在1C(C表示每小时电流强度)以下,但在起飞和降落时放电倍率将提高4倍至5倍。此外,飞行汽车电池在一年内要完成约1600次充满放循环,这等于续航400公里的电动汽车在一年内行驶64万公里,上述工况都会对飞行汽车电池的充电能力、循环寿命和热控管理,带来更为苛刻的要求和挑战。

商业化落地方面,目前通用航空基础设施建设和运行体系也难以兼容新一代飞行汽车规模化应用需求。业界认为,eVTOL将经历特殊行业孵化、民用发展再到立体交通商业落地三大阶段。飞行汽车的发展,可以参考自动驾驶汽车的发展经验,在发展初期首先在示范区域提供特定服务。随后伴随技术的迭代,逐步在试点城市开展规模性应用推广。最后,成为交通系统的组成部分,彻底改变人们的出行观念和出行方式。

“便民办税春风行动”再起航 三方面发力吹暖经营主体

苏诗钰

今年是国家税务总局连续第11年开展“便民办税春风行动”,税务部门积极行动,各项工作以良好开局激发市场主体活力,精准谋划,把潜在机遇转化为经济发展势能,持续打造市场化、法治化、国际化税收营商环境,为服务高质量发展作出积极贡献。

4月初,国家税务总局对外发布《关于开展2024年“便民办税春风行动”的意见》,2024年以“持续提升效能·办好为民实事”为主题,紧紧围绕推动国务院“高效办成一件事”部署在税务系统落地见效,持续开展“便民办税春风行动”,集成推出4个方面十一项惠民利企服务举措。

回望过去十年,“便民办税春风行动”硕果累累,据统计,2014年至2023年累计推出620条税费服务措施,已逐步实现96%的税费事项、99%的纳税申报“网上办”“掌上办”。不折不扣落实落细系列税费优惠政策,2018年至2022

年累计新增减税降费及退税缓费就超过11万亿元,助企纾困政策持续发力“久久为功”,为经营主体送去“真金白银”。

今年“便民办税春风行动”聚焦“高效办成一件事”增便利提效能,笔者认为,可从三个方面着手,吹暖经营主体。

首先,要做到政企心贴心交流,解决“一厘米”问题。政策文件这张纸要有聚合力,让税收优惠政策“活”起来。政策制定方面,要加大调研力度,深入一线,了解经营主体急难愁盼问题。敢于推陈出新,根据新业态新模式,进一步推进税费服务方式创新,向精细化、智能化、个性化转变。政策落实方面,要上下联动,多部门协调,做到政策活水精准灌溉,助力经营主体提信心添活力。

对有困难的企业进行上门指导,梳理企业申报过程中遇到的难点、堵点,帮助企业解决复杂业务,把企业可享受到的税费优惠政策落实到位,助力企业在发展中轻装上阵。

第三,提档升级强化数字赋能,解决“一分钟”问题。持续推进数字赋能,通过大数据互通共享,加强数字技术运用,优化办税缴费流程。压缩时间成本,为办税成本、申报流程做减法,切实做到高水平优化提升税费服务。

面对复杂多变的市场环境,不断打造一流税收营商环境,要因时而动、顺势而为,乘势而上。多举措在政策落实上提质增效,为营造良好的税收营商环境添砖加瓦,为经济高质量发展贡献税务力量。

诗语漫谈