

北京楼市新政满月:

# 新房、二手房带看量有所增加 市场情绪逐步升温

本报记者 王丽新  
见习记者 陈潇

“新政出来后,北京五环外可以购买第三套房。近期来看房的改善性需求客户挺多的。”5月29日,位于北京石景山区五环外某楼盘的销售人员告诉《证券日报》记者,该项目2023年底开盘,均为120平方米以上的大户型,800多户中已经卖掉一半左右。

4月30日,北京市限购政策进行调整,达到限购套数家庭可在五环外加购1套住房。这也是北京执行14年限购政策后,首次迎来较大力度限购放宽。那么,新政后北京楼市表现如何?

从《证券日报》记者走访情况来看,多位销售人员表示,北京新房、二手房的带看量近期有所增加,成交规模也保持了“金三银四”以来的热度,市场暖意逐步显现。

“我们门店处于五环、六环之间,政策发布后,不少客户都来询问相关细节。”北京链家顺义区双裕东区店负责人赵凯向《证券日报》记者表示,新政发布后的一周时间里,公司门店的咨询量相较节前一周提升了50%,带看量也有近50%上涨。

北京链家研究院院长高原向《证券日报》记者表示,“五一”假期

期间,北京链家五环外二手住房成交量占全市二手房成交量的40.3%,较去年同期33.9%与今年4月份35.8%的水平,成交比重明显提高。

5月28日,《证券日报》记者以购房者身份走访房山区长阳板块,尽管是工作日,但前来看房的人不少,同一套房子时常有两三组人同时看房。

长阳板块某地产经纪人告诉《证券日报》记者,一直以来长阳板块市场热度就不低,新政后更是有升温,相比于五环内,长阳板块由于总价低,居住环境较优,一直受到年轻人青睐。

“二手房方面,刚需小户型的流动性最好。我们成交的房源里,80%的买家来自刚需客户。”上述长阳板块经纪人介绍,目前的市场情况下,他大概一个月可以卖掉两套房子。

记者走访注意到,业主卖房目的以置换居多。“我现在在北边工作,来回通勤太远了,想要卖掉这套房子,在单位附近买一套。”北京大兴区黄村板块一位业主告诉《证券日报》记者。

在议价空间方面,不少中介坦言,一些房源相比于挂牌价有5%—10%左右的议价空间,但主要存在于“诚心卖”的房源。

二手“刚需盘”成交旺盛之际,

从《证券日报》记者走访情况来看

北京新房、二手房的带看量近期有所增加,成交规模也保持了“金三银四”以来的热度,市场暖意逐步显现



王琳/制图

新房则承接了更多的改善性需求,多个项目新房的销售情况也佐证了这一点。

海淀区五环外一项目销售人员向《证券日报》记者表示,该楼盘虽然大部分为200平方米左右的大户型,但近期在新政的影响下,成交情况也达到了“刚需盘”的节奏,仅“五一”假期期间,销售额就超过

4亿元。

“从长周期来看,当前居民对住房的需求已从‘有没有’转向‘好不好’,改善性住房更受市场青睐,而近年来北京市改善性住房供给多集中于五环外,五环外交易热度与占比具有长期增长趋势。”高原表示,短周期来看,北京楼市新政进一步强化了这一趋势,使得五环

外的城市副中心与平原新城成交热度增长更为显著。

中原地产首席分析师张大伟向《证券日报》记者表示,与以往不同的是,此次新政出来后,市场挂牌量在持续减少。截至目前,5月份全市整体二手房挂牌少了8000套左右,这也意味着,北京二手房市场短期基本见底。

## 假期临近出行需求旺盛 多家上市旅企加大新产品供给

本报记者 徐一鸣

端午假期、暑期临近,携程、美团等多个平台的数据释放出消费者积极出行信号。与此同时,旅游产业链上市上市公司积极布局,抢抓市场发展机遇。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示:“端午假期与暑期共振,将为旅游市场发展提供强大动力。对于上市旅企而言,这是一个增加营收和提升市场份额的好机会。”

携程数据显示,端午假期,“90后”和“00后”整体出行订单同比增长15%。新疆、内蒙古、云南、青海、四川等目的地的自驾游预订量领跑。其中,新疆包车游预订量增长显著,同比增长136%。

在端午假期、暑期出行热度带动下,多家上市旅企也加大新产品供给力度。例如,海峡股份表示,公司将充分发挥西沙航线产业链协同优势,不断做大做强,开发多元化海洋旅游产品,丰富游客行程和体验项目。同时在提

升旅游服务质量、提升岛屿旅游品质等方面持续发力,推动西沙航线高质量发展。

南京商旅表示,公司各旅游子公司将积极做好运力及人员储备,制定节假日营销方案,线上线下结合,加大品牌推广和产品营销,迎接端午假期、暑期客流高峰。

部分上市旅企也将海外市场作为重要发力点之一。

众信旅游集团媒介公关经理李梦然对《证券日报》记者表示:“端午假期,公司周边游、短途游产品咨

较多。同时,由于巴黎奥运会与欧洲杯同年,公司欧洲出行产品的关注度持续高涨,公司将进一步加大新产品供给力度,为消费者带来不一样的体验。”

此外,进行设备更新、提高服务质量,也成为上市旅企重点考虑范畴。比如,三峡旅游表示,公司将结合经营实际,在满足政策要求的情况下推进设备更新,实现成本节约。

“旅游设备的更新不仅能够保障游客的安全,还能够推动经济发

展。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示,随着科技的进步,更新的设备往往具备更多的互动功能。例如,在虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术支持下,能够让游客更深入地体验科技旅游。

中农安有限公司总裁袁培元在接受《证券日报》记者采访时表示:“预计2024年旅游市场将呈现稳健增长态势,而消费者对高品质旅游体验的追求将推动行业向精细化、个性化方向发展。”

## “出海”打开成长空间 多家汽车零部件企业加快海外建厂步伐

本报记者 郭霖

今年以来,已有多家汽车零部件企业的“出海”建厂计划揭开面纱。近日,松原股份、合兴股份相继发布海外建厂计划。

业内人士认为,随着国内汽车市场进入结构性竞争阶段,“出海”有望为国内汽车零部件上市公司提供新的发展机会。

“出海”是大势所趋

Expert Market Research 数据显示,2020年全球汽车零部件市场规模约3800亿美元,预计到2026年将增长到4530亿美元,年均复合增长率2.97%。

“在新能汽车市场蓬勃发展的推动下,国内汽车零部件公司‘出海’是大势所趋。”浙江大学管理学院特聘教授钱向劲向《证券日报》

者表示,一方面,国内汽车零部件企业的发展需要新的增量,开拓海外市场是必然的选择;另一方面,全球汽车产业链格局正在进行重构,有助于国内相关企业进入跨国公司采购链。

中央财经大学副教授刘春生向《证券日报》记者表示:“汽车零部件公司‘出海’有助于扩大市场份额。通过在全球范围内建立生产基地和采购网络,相关公司可以更好地利用各地的资源优势,降低生产成本,并提高供应链的灵活性和可靠性。”

此外,海外市场的增长潜力也是汽车零部件企业“出海”的重要原因,而近两年的汽车零部件出口数据也恰恰证明了这一点。

普华永道数据显示,我国汽车零部件出口额持续增长,2022年出口额为810.9亿美元,同比增长7.3%,创下历史新高;2023年汽车零部件出口金额为876.7亿美元,同比

增长9%。

中金公司研报显示,中国汽车零部件出口金额在过去30年持续增长,而近三年尤为快速。与此同时,中国汽车零部件公司对海外市场开发持续深入。数据显示,2010年至2022年A股汽车零部件板块平均海外收入占比从7%快速提升至25%。

加速拓展海外市场

目前,我国汽车零部件企业主要通过海外建厂或海外并购的方式“出海”。

“相较于海外并购,海外建厂虽然投资周期长,但整个海外投资过程可控程度更高,可按需调整,风险可控。”中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对《证券日报》记者表示。

近期,A股多家汽车零部件上市公司披露海外建厂情况。比如,5月

28日,松原股份发布公告称,公司拟设立马来西亚全资子公司并投资建设生产基地,计划项目首期投资不超过5000万元人民币。同日,合兴股份披露了关于在德国设立全资子公司暨投资建设生产基地的公告,公司预计投资金额不超过3000万欧元,投资建设内容包括但不限于建造厂房及附属设施、购置设备等相关事项。

此外,今年还有卡倍亿、派生科技、嵘泰股份、中原内配等多家汽车零部件上市公司官宣在海外投资建设生产基地。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示:“海外建厂一方面可以更好地了解海外客户,提供更快捷的服务,同时也有利于拓展海外市场,提高公司的国际竞争力;另一方面,可以降低生产成本,包括原材料采购、人工成本、物流成本等,从而提高公

司的盈利能力。此外,海外建厂还可以规避贸易壁垒,减少贸易风险。”

事实上,除选择在美国、欧洲建厂外,国内零部件企业也将墨西哥视为投资热点。例如,2023年3月份,旭升集团发布公告称,为进一步拓展北美市场,实现产品的快速交付,公司拟通过分别成立子公司、孙公司最终投资建设墨西哥生产基地,项目预计累计总投资额不超过2.76亿美元。2023年5月份,旭升集团位于墨西哥萨利纳斯市的投资项目正式启动。

目前,新泉股份、敏实集团、万丰奥威、均胜电子、文灿股份等汽车零部件公司已在墨西哥实现量产。

东方证券研报称,随着汽车零部件公司持续对海外工厂进行协同优化,销售规模提升后规模效应和本土化供货优势逐步显现,预计海外工厂将在投产后逐步实现盈利能力提升。

## \*ST园城收到股票终止上市决定书 6月5日进入退市整理期

本报记者 赵彬彬

5月29日,\*ST园城发布公告称,公司收到上交所出具的股票终止上市决定书。这意味着上市28年的“烟台第一股”即将退出A股舞台。

“这是新‘国九条’实施以后,资本市场加快劣质企业退出的一个具体案例。”艾媒咨询CEO张毅对《证券日报》记者表示,新“国九条”在退市方面有严格要求,从本质上是践行金融为民理念,有助于

更加有效保护投资者特别是中小投资者合法权益。同时,完善退市机制,促进优胜劣汰,可有效改善资本市场生态,推动资本市场平稳健康发展。

\*ST园城于1996年10月28日在上交所主板上市,是山东省烟台市第一家A股上市公司。上市28年来,\*ST园城业绩乏善可陈,并呈现出“赚亏交替,赚少亏多”的循环模式。例如,2021年公司归母净利润为197.5万元,但随后2022年和2023年分别亏损了123.1万元和

387.5万元。为了扭转局面,\*ST园城也曾多次尝试跨界并购,标的涉及环保、新材料、白酒、锂电等多个行业,不过全部折戟,公司主业未能改善,最终遭遇退市。

根据公开信息,\*ST园城在2022年度经审计的净利润为负值,且扣除与主营业务无关的收入和不符合商业实质的收入后的营业收入低于1亿元。公司自2023年5月5日起被实施退市风险警示。此后,\*ST园城的2023年度财务会计报告

被年审机构出具了“无法表示意见”的审计报告,触发了终止上市情形。2024年5月28日,公司收到上交所的退市决定书。

公告显示,\*ST园城股票自2024年6月5日进入退市整理期,预计最后交易日为2024年6月26日。退市整理期结束后,公司股票将被摘牌,终止上市。

“\*ST园城退市的根本原因在于公司的持续经营能力存疑。”北京盈科律师事务所合伙人张琦对《证券日报》记者表示,公司长期缺乏主

业,丧失了持续经营能力。

济南大学金融研究院研究员刘坤在接受《证券日报》记者采访时表示,\*ST园城存在信息披露不准确、不及时的问题,还曾被证监会立案,在当前应退尽退的背景下,公司退市并不难理解。

“新‘国九条’发布以来,A股市场加速优胜劣汰,这有助于提高上市公司整体质量。”刘坤表示,同时,这也有助于加速资本市场新陈代谢,提升整个资本市场的效率和活力。

## 前4个月全国各地保费收入出炉: 江苏保费收入居首 沿海地区维持高增速

本报记者 冷翠华  
见习记者 杨笑寒

近日,国家金融监督管理总局发布前4个月全国各地保费收入情况。其中,江苏以2619亿元保费收入居于首位,从同比增速来看,宁波以27.8%的增速居首。此外,江苏、广东、山东、浙江、北京的合计保费收入及分险种保费收入均高于全国平均水平。

受访专家表示,保费收入与地区居民的收入水平、财富水平关联性强,同时经济发达地区居民的保险购买能力和意愿也相对较强,其保费收入与同比增速一般也较高。未来,随着居民对保险产品与服务需求的个性化发展,险企也需要针对不同地区采取差异化策略,更好贴合当地市场,赢得竞争优势。

“强者恒强”效应凸显

从合计保费来看,前4个月全国各地合计保费收入约25383亿元。其中,江苏以2619亿元保费收入居于首位;广东、山东、浙江、北京分别以2309亿元、1580亿元、1524亿元、1505亿元分列第二位至第五位。

从保费同比增速来看,前4个月全国各地合计保费收入同比增长10.2%。其中,宁波、青岛、西藏分别以27.8%、23.2%、18%位列前三。而保费规模排名前五的地区中,除广东为9.4%外,其他4个地区的同比增速均超过12%。这意味着,大多数保费收入居前的地区,其保费收入同比增速也高于全国保险行业保费同比增速。

分险种来看,全国寿险保费收入合计15878亿元,同比增长13.8%。其中,江苏、广东、北京分别以1797亿元、1481亿元、1026亿元保费收入居于前三。全国财产险保费收入合计4792亿元,同比增长2.9%。其中,江苏、广东、浙江分别以427亿元、411亿元、304亿元保费收入居于前三。全国意外险保费收入合计334亿元,同比下降2.9%,收入排名前三位的地区为广东、江苏、浙江。全国健康险保费收入合计4379亿元,同比上升7.2%,收入排名前三位的地区为广东、江苏、山东。

普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾对《证券日报》记者表示,从影响保费收入的因素来看,寿险保费与当地居民的财富水平关联性强,财险保费与当地GDP(国内生产总值)的关联性强。中国地域辽阔,GDP贡献和居民财富主要集中在东部沿海地区和大城市,因此体现为这些地区的保费排名也相对靠前。

东北证券非银金融首席分析师郑君怡对《证券日报》记者表示,保费规模较大的地区经济普遍更加发达,险企在这些地区的业务布局更深入,带动地区保费收入增长更快;此外,目前险企保费收入结构中,新单保费收入规模较大的地方未来增长潜力更大,而保费规模较大的地区通常在新单规模上也具备优势,因此,也易出现“强者恒强”的效应。

从不同险种保费收入同比增速来看,寿险方面,宁波、青岛、上海、内蒙古、云南分别以47.8%、39.8%、24.0%、23.3%、22.4%的增速居于前五;财产险方面,深圳、湖南、广西、辽宁、浙江分别以14.0%、10.5%、8.0%、6.4%、6.3%的增速居于前五;意外险方面,青岛、贵州、上海位列前三;健康险方面,厦门、内蒙古、天津位列前三。

可以看出,保费增速居前的多为沿海地区和低基数效应显著的中西部地区。对此,周瑾分析,相较而言,沿海发达地区受收入增长预期变化的影响相对较小,因此在保费增速排名上也相对靠前。

险企需采取差异化策略

随着保险市场持续发展,各地区的保险市场差异也越发突出。以广东省为例,公开数据显示,2023年,广东省寿险保费收入水平位居全国第一,且寿险保险密度达到2772元/人,居全国领先水平。与全国平均水平相比,这一差距自2015年以来保持在400元/人以上。

郑君怡认为,从短期看,全国保费贡献重点仍将向经济发达地区。因为经济发达地区人口多、人均可支配收入高,对保险产品需求更大,这一现状短期内不会发生太大变化。此外,我国保险行业市场化发展时间较短,多数中小险企的业务布局重心主要集中在发达地区,而在经济欠发达地区投入较少。

相对而言,中西部地区的保险市场处于相对较早的发展阶段,从长期来看具备较大的发展潜力。在郑君怡看来,目前经济欠发达地区的保险覆盖广度和深度更小,潜在保险消费者人数多,保费收入增长空间大。未来,随着险企在发达地区业务布局逐渐完善,市场或将下沉,对经济欠发达地区的人力投入或将加大,从而提升经济欠发达地区保费收入对全国保费的贡献。

对险企而言,区域性差异意味着差异化的经营策略。周瑾表示:“随着居民对保险产品与服务需求的个性化发展,区域性的差异化也会愈发明显,这也需要险企改变全国一盘棋的经营模式,针对不同地区和不同人群进行客户洞察分析,产品与服务定制设计、营销策略和运营模式创新,以便更好地贴合当地市场,赢得竞争优势。”