

慧眼观楼市

政策持续发力 房地产市场保持止跌回稳势头

本报记者 张芝逸

在促进房地产市场止跌回稳的政策大方向下,房地产市场在10月份出现了明显的积极变化。11月份以来,多地持续加力,优化房地产领域政策措施,包括加大购房补贴力度、提高住房公积金最高贷款额度等,助推房地产市场继续保持止跌回稳的积极势头。

目前,房地产领域的一系列增量政策已经陆续落地。11月13日,财政部等三部委发布《关于促进房地产市场平稳健康发展有关税收政策的公告》,加大住房交易环节契税优惠力度,明确与取消普通住宅和非普通住宅标准相衔接的增值税、土地增值税优惠政策。展望后市,受访专家普遍认为,在政策的持续推动下,房地产市场有望继续保持向好态势。

政策不断加力

在推动房地产市场止跌回稳的一系列政策“组合拳”影响下,市场出现积极变化,商品房销售面积同比的连续下降出现了拐点。住房和城乡建设部“全国房地产市场监测系统”网签数据显示,10月份全国新建商品房和二手房成交总量同比增长3.9%,环比增长5.8%,实现同比、环比“双增长”。

“9月底新政利好之后,10月份市场迎来了较大面积的复苏,供需两侧都有不同程度的热度提升。”58安居客研究院院长张波在接受《证券日报》记者采访时表示,从58安居客研究院监测的数据来看,10月份重点65个城市新房线上找房热度环比上涨13.2%,扭转了前四个月连续下跌的趋势。

在存量政策效应持续释放的同时,各地积极推出新的稳楼市政策,进一步促进房地产市场平稳健康发展。记者注意到,11月份以来,营口、鄂州、河源等多地出台相关政策措施,内容涉及加大购房补贴力度、加大住房公积金购房支持力度、举办购房赠送消费券红等活动等。此外,深圳、贵阳于近日发布相关征求意见稿,拟对住房公积金相关政策进行优化。

其中,提高住房公积金最高贷款额度是各地政策的重点。深圳市住房公积金管理中心11月11日发布的《〈深圳市住房公积金贷款管理规定〉的补充规定(征求意见稿)》拟提高住房公积金贷款最高额度。职工单独申请的,住房公积金贷款最高额度为60万元,职工和计算可贷额度的共同申请人共同申请的,住房公积金贷款最高额度为110万元。同日,贵阳市住房公积金管理中心发布的《住房公积金促进贵阳贵安房地产市场止跌回稳的九条措施(征求意见稿)》也提出,提高住房公积金最高贷款额度。将公积金贷款最高额度由80万元提高至100万元,多子女家庭由100万元提高至120万元。

此外,各地还致力于支持多孩家庭购房需求。前述由深圳、贵阳发布的相关征求意见稿均提出拟提高多子女家庭购买住房的住房公积金贷款最高额度上浮比例。此外,鄂州市住房和城乡建设局等部门11月7日发布的《关于进一步优化完善促进我市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》提出,对符合生育政策且在2016年“全面两孩”政策实施之后本市户籍二孩、三孩家庭,购买本市新建



商品住房的,分别给予5万元、10万元的购房消费券。

张波认为,目前政策面已经较为宽松,因此各地新出台的政策更多聚焦在购房补贴、住房公积金优化两个层面,其中住房公积金政策对于推动首套购房人群入市起到作用更为明显,而针对多孩家庭等人群的定向补贴则更有利于改善人群。

上海易居房地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示,购房补贴等政策进一步降低了购房成本,各地在政策方面持续宽松,对于降低购房门槛、引导预期都有积极作用。

市场有望保持活跃

除了从需求侧入手,通过优化

购房补贴、住房公积金等政策助力市场止跌回稳外,多地也出台相关政策,推进城中村改造等政策,进一步推动市场持续活跃。

例如,11月11日,广州市规划和自然资源局发布《关于房源安置“房源超市”的通告》,明确广州市所核发的房源可购买的房源范围,对广州市全域范围内可售的新建商品房。

“被拆迁人不仅仅局限于在本区范围内选房,还可根据实际需求在全市范围内灵活选择购房,将在一定程度上提高被拆迁人选择房源安置的积极性。”中指研究院华南分院研究主管陈雪强认为,此次广州出台房源“跨区使用”的安置方式,一方面将有助于加快城中村的改造进度,另一方面也将有助于带动新房市场的销售去化。

目前,政策“组合拳”正在各地推进落实,政策效应逐步释放。展望后市,严跃进表示,目前通过政府专项债来收储存量土地的政策正在落地,支持房地产市场健康发展的相关税收政策也于11月13日出台。相关政策能够优化供求关系、降低购房成本,提振市场信心,对年末房地产市场的积极表现起到促进作用。

“从安居客线上数据来看,二手房近期的表现依然抢眼,找房热度在10月份后由负转正。截至目前,11月份以来日均找房热度同比增长4.85%。”张波表示,纵观2024年,新房及二手房成交呈现成交均价降幅收窄的特点,同时更多城市二手房成交量超过新房,市场底部逐步清晰,预期不断向好的态势不变。

11月上旬深圳楼市继续回暖 市场需求持续释放

本报记者 丁蓉

据乐有家研究中心消息,11月上旬,深圳一手住宅认购量累计达到4314套,较10月1日至10日上涨了34%,日均认购431.4套。二手房方面,深圳市二手住宅累计网签量2410套,较10月1日至10日上涨200%,日均网签241套。

上海易居房地产研究院副院长严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示:“11月上旬一手住宅认购量的拉升,充分说明市场需求比较强,市场的信心持续恢复。政策在降低消费者购房成本和门槛方面起到积极作用,激活买房需求,房地产企业应当积极抓住市场机遇。同时市场的回暖也有望传递到建材市场,带动建材家装市场活跃。”

一线城市楼市回暖

10月份以来,随着多个部门打出楼市政策“组合拳”,多地房地产市场已出现积极变化。

对于深圳楼市,乐有家研究中心认为,11月份深圳楼市交易活跃度延续良好势头,新增10万元化债资源将助力11月份至12月份楼市稳定发展。

不仅仅是深圳,其他一线城市北京、上海、广州,在政策利好

带动下,消费者购房需求释放,楼市持续活跃,止跌回稳态势显现。

北京市住建委最新数据显示,10月份,北京二手房网签量达17367套,环比上涨30.8%,同比上涨63%。

上海市房管局提供的统计数据显示,10月1日至25日,上海市新建商品房成交3115套、37.1万平方米,较上月同期分别增长36.7%、42.3%;全市二手房成交16957套、140.3万平方米,较上月同期分别增长53.1%、50.7%。

根据广州市住建局提供的数据,9月30日至10月27日,全市新建商品房网签108.32万平方米,比去

年同期增加33.3%,比9月份全月增加45.5%。

产业链企业受益

一线城市回暖,有望让房地产企业受益。头部房企保利发展近日在互动平台回应投资者关切时表示:“9月末,房地产行业政策支持力度明显加强,广州全面取消限购,公司在广州销售情况良好,市场有回暖迹象。公司多个项目热销,市场热度较9月份明显提升。10月份,房地产市场政策‘组合拳’出台,稳定行业发展的态度明确,公司将持续以产品焕新推动销售去化。”

严跃进表示:“房企要实现健康稳健发展,一是应当抓住市场行情做好销售,积极去库存。二是要根据市场需求,建设让百姓满意的‘好房子’,实现品质提升,强化运维管理。”

同时,产业链下游的家装市场也将受益。“各地积极落实楼市政策,房地产市场交易的活跃,会带动相关建材、家居、装修等产业的需求增加。”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。

“当下房屋买卖交易的特点是主要为现房交易,消费者购买后可直接装修入住,将有效促进相关消费端的活跃。”严跃进表示。

《再见爱人4》火爆出圈 低成本综艺能否缓解长视频平台收入压力?

本报记者 李豪悦

11月12日,“2025芒果生态扩圈大会”公布2025年“湖南卫视芒果TV”综艺资源。其中,最近掀起广泛讨论的综艺《再见爱人4》的下一季将于2025年第三季度上线。

《再见爱人4》开播以来,热度居高不下。百度指数显示,《再见爱人》自2021年7月份首次开播后,热度最高值停留在2021年的16210。但《再见爱人4》播出后,热度值在2024年10月份直线飙升至31841。

芒果TV凭借《再见爱人4》综艺在第四季度迎来开门红,现象级的综艺也正在为芒果TV带来可观的会员和广告收入。芒果TV针对《再见爱人4》推出的4款定价分别为3元、19元、23元、44元的付费观看礼包。以3元付费观看礼包,即购买32分钟提前看综艺片段为例,收入或突破千万元。除此之外,《再见爱人4》的广告数量相比开播时也有所增加。

对于长视频平台而言,会员和广告是支撑平台收入的两大来源,影视剧和综艺则是驱动平台会员和广告增长的核心。值得一提的是,当前长视频平台正面临会员存

量竞争和广告吸引力下滑的危机。《再见爱人4》此类爆款的出现,能否缓解长视频平台收入压力?

付费用户量触及天花板 头部平台争夺2.5亿用户

梳理“爱优腾芒”四大平台财报,对于2024年平台付费会员数量,爱奇艺、优酷未进行披露,腾讯视频和芒果TV实现同比增长。

其中,腾讯发布的2024年第三季度财报提到,腾讯视频付费会员达1.16亿个,保持增长。

但是,1.16亿个的付费会员数量并不是腾讯视频最好的成绩。往年财报显示,2022年第一季度腾讯视频付费会员达到1.24亿个。

无独有偶,爱奇艺2023年财报曾披露,第一季度平台付费会员数量达到1.29亿个。2024年爱奇艺不再披露会员数据。

这些变化在于行业不得不面临存量竞争的压力。6月26日,优酷副总裁谢颖曾在上海电视节上提到,整个网络视听的用户超过10亿个,而四家平台(爱优腾芒)去重后的用户付费数(收费会员数)只有2.5亿个左右。

付费会员数量整体停滞不前,今年长视频平台的广告收入基本都在下滑。QuestMobile预测,5年来,在线视频广告的收入年年下降,2025年预估占比不足3%。

在此背景下,长剧作为会员拉新和吸引广告主的重要手段,广告主更倾向将有限的预算投放到头部大剧。

影视分析博主李婷(化名)告诉《证券日报》记者,近年来,广告主几乎都集中在平台的头部大剧中,腰部剧从开播到收官“裸播”(一个广告都没有)的情况越来越多。

刀客传媒产业研究员方洋告诉《证券日报》记者,对平台端来说,广告主集中在头部大剧好处是能引发竞价,进而抬高CPM的单价,通常头部剧集的广告单价是普通剧集的2倍至3倍,甚至更高。此外,头部剧集牵引到的广告预算,还可以溢出到平台其他内容上,可以有效帮助平台提升广告售卖的效率。

但是,“鸡蛋全都放在一个篮子”的现象也在加剧。头部长剧的制作风险变得更高。方洋介绍,对平台来说,内容分化会越来越明显,平台会将更多资源投入到头部

资源上,作品投资会更大,成本会更高。

雪上加霜的是,长剧今年大盘大幅度下滑。某影视剧数据分析师告诉《证券日报》记者,今年平台影视剧投资不达预期的情况明显增多。

综艺拉新成效显著 平台能否另辟蹊径?

当影视剧的不确定性增加,平台还有什么办法能缓解会员拉新和广告压力?

2024年上半年,广视索福媒介研究数据显示,移动端播出的综艺节目已达到172档,同比增长21%,总视听时长突破106667.3万小时,同比增加9863万小时。这意味着观众花在综艺节目上的时间变多了。

而爆款综艺的会员拉新并不亚于一款热播剧。例如,云数据数据显示,2024年前三季度全网连续剧霸屏榜中,《TOP20中芒果TV仅有《你比星光美丽》《四海重明》两部联播剧,没有一部独播剧进入TOP20。但是网络综艺霸屏榜、电视综艺霸屏榜TOP5中,芒果TV占据三席。

根据芒果超媒财报,芒果TV有

效会员已超7000万个,相比2023年的6653万个,数量持续增长。上半年,公司会员实现营收24.86亿元,同比大增26.74%,平台的综艺投入也随之持续增长。例如,据记者统计,在不包括年度综艺和纪录片的情况下,芒果TV公布的2025年“湖南卫视芒果TV”综艺数量高达85部。相比2024年发布的52部同比增长了63%。

“《再见爱人4》的制作成本远低于《歌手》这类大IP综艺。投资回报比对于平台而言,也高于一部大制作的S级大剧。”李婷表示,从广告主的角度而言,同级别影响力的综艺,其广告吸引力高过影视剧。相比在影视剧中插入广告,观众对综艺广告接受度更高,“《再见爱人4》无意中带火的熏鸭,已经有不少网友喊话嘉宾去带货。”

方洋表示,影视剧的广告过多,用户观看体验会下降。比如《庆余年2》里就有30多个广告主,平台提供了前贴片、角标、创意中插等形式,一度引发观众不满。从品牌端看,扎堆影视剧广告效果就会越来越差。因为大剧带来的曝光有限,一部剧招商的品牌广告主越多,单个品牌的辨识度就会越低。

国家邮政局: 10月份中国快递发展指数 同比提升21.1%

本报记者 寇佳丽

11月13日,国家邮政局于官方微信公众号发布2024年10月份中国快递发展指数报告。

经测算,2024年10月份中国快递发展指数为464.4,同比提升21.1%。其中发展规模指数、服务质量指数、发展能力指数和发展趋势指数分别为583.7、703.8、236.6和72.1,同比分别提升31.1%、20.9%、3.7%和6%。

“10月份,快递业务进入旺季,节假日消费需求上涨叠加各路电商广泛参与‘双11’购物节,带动线上消费趋势进一步增强。同时,寄递网络高效运行,快递业与制造业、农业等产业的协同不断深化,快递行业跨境服务能力得到提升,中国商业发展指数的大幅增长贡献了力量。”中国商业经济学会副会长宋向清对《证券日报》记者表示。

在快递发展规模指数方面,国家邮政局发布的数据显示,预计10月份快递业务量同比增长24%左右,快递业务收入将同比增长16.5%左右。此外,10月22日揽收快递包裹7.29亿件,同比增长74.0%,刷新单日业务量纪录。

在快递服务质量指数方面,从分指标来看,快递服务公众满意度预计为84.3分,同比提升1.2分。重点地区72小时妥投率预计为84.3%,同比提升0.6个百分点。

在快递发展能力指数方面,多因素成就了3.7%的涨幅。一是基础设施建设升级步伐加快。快递企业在临沂、东莞、宝应、福州等地建成启用转运中心、智慧供应链产业园,集中改造分拨中心,通过配置智能分拣设备、扩大作业场地容量,有效提升干线网络分拣效能,为旺季提供有力保障。二是航空网络建设稳步推进。行业自有航空公司新开“深圳-吉隆坡”“鄂州-香港”等全货机航线,航空货运能力有所加强,辐射范围不断扩大。三是跨境服务能力逐步增强。快递企业积极增设跨境设施,在厦门、西咸新区、青岛、义乌、东莞等地布局跨境电商/商家中心,提供揽收、仓储、保税、发货等定制化跨境服务,高效衔接跨境“首公里”与干线运输。快递企业着力优化跨境服务方案,通过扩容海外仓与产业仓、增开跨境寄递专线、增加包机数量,提升陆空联运,加强与境外口岸服务提供商合作等方式,持续提升跨境服务能力,为境外消费者带来更加便捷的寄递服务。

快递物流专家、贯标资本CEO赵小敏对《证券日报》记者表示,基础设施建设和设备投入对快递行业的发展至关重要。今后,伴随人工智能、5G等前沿技术的迭代更新,无人车、无人机等商业化应用会进一步推广,助力我国快递发展能力持续提升。

回购热度不减 多家公司拟专项贷款回购股份

本报记者 陈红

政策引导下,上市公司回购热度持续攀升。11月12日晚间,风范股份、柘中股份、大洋电机、线上线、长华化学等13家公司发布回购计划,获得回购专项贷款公告。

从回购资金来看,多家公司拟以专项贷款回购公司股份。中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示:“通过贷款回购公司股份,可以优化其资本结构,从而增强公司的财务稳定性。这有助于吸引更多投资者的关注,提升市场对公司的信心。”

具体来看,11月12日晚间,风范股份发布回购方案,公司拟不低于1.5亿元,不超过3亿元回购公司股份,用于股权激励或员工持股计划。本次回购价格不超过6.9元/股,资金来源为公司自有资金及专项回购贷款。

截至2024年9月30日,风范股份总资产为82.64亿元,归属于母公司股东的净资产为26.85亿元,货币资金为17.36亿元。按照本次回购资金总额上限3亿元测算,回购资金占公司总资产、归属于母公司股东的净资产、货币资金的比例分别为3.63%、11.17%、17.28%。

风范股份工作人员对记者表示:“本次回购彰显了公司对未来发展的信心,对公司偿债能力不会产生重大影响,也不会影响公司的正常持续经营。”

柘中股份发布回购计划暨取得股票回购专项贷款公告,公司拟不低于3亿元,不超过3.3亿元回购股份,回购价格不超过11.5元/股,用于实施员工持股或股权激励计划。本次回购的资金来源为公司自有及股票回购专项贷款资金。

与此同时,柘中股份表示:“公司已取得交通银行2亿元的贷款资金专项用于公司股票回购。”

同日,平煤股份、华发股份、大洋电机、密尔克卫、鑫铂股份、振东制药、吉宏股份、线上线、长华化学等9家公司分别拟不超过10亿元、6亿元、2亿元、1.5亿元、1.2亿元、1亿元、1亿元、6000万元、2000万元回购自家股份。从回购资金来源看,除了线上线下和振东制药为自有或自筹资金,其余均为专项贷款、自有或自筹资金;从回购用途看,员工持股或股权激励计划居多,仅密尔克卫和振东制药为注销并减少注册资本。

谈及回购,上述多家公司表示:“主要基于对公司未来持续稳定发展的信心和对公司价值的认可,进一步健全公司长效激励机制和利益共享机制,促进公司健康可持续发展,并增强投资者信心。”

在柏文喜看来:“多数公司将回购的股票用于股权激励或员工持股计划,这反映了公司对内部员工的重视和激励。这种做法有助于建立和完善劳动者与所有者的利益共享机制,提高员工的凝聚力和公司竞争力。”