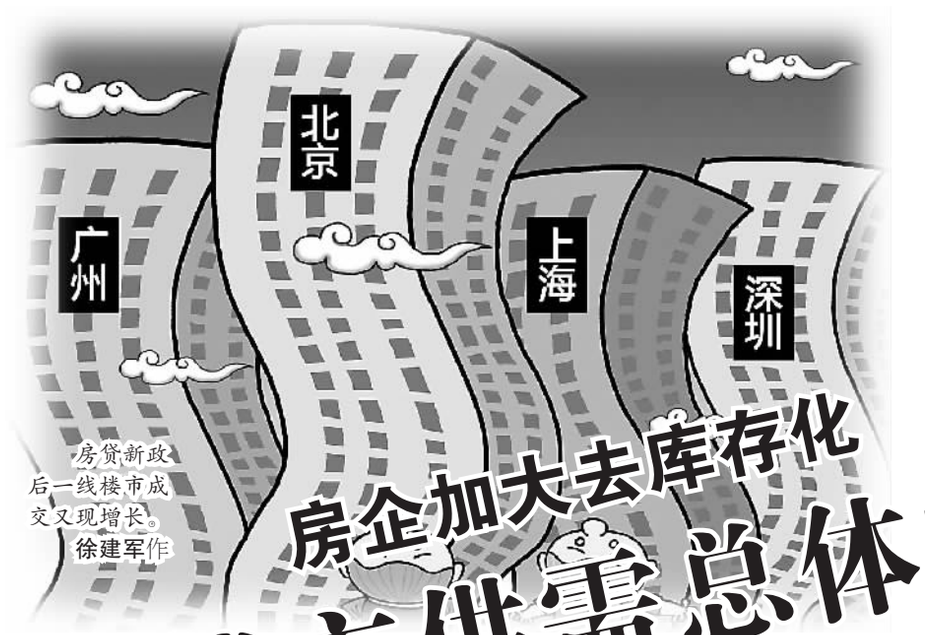

房贷新政后一线楼市成交又现增长。 徐建军作

房地产市场经过前几年火热的开发之后，如今已呈现供应宽松的局面。住房和城乡建设部政策研究中心主任秦虹日前介绍，2011年以后，中国楼市的供需关系已经发生改变，从此前的“总体偏紧，局部过紧”，已演变为“总体偏松，局部过剩”。业内人士指出，目前楼市正出现两大趋势，一是房企加大去库存化，另一个是调控逐步去行政化。

楼市供需总体宽松局部过剩

房企加大去库存化 调控逐步去行政化

本报记者 罗 兰

市场供应大于销售

前几年各地热衷于开发房地产，如今，楼市供应速度已快于销售速度，而住房库存也悄然翻倍。秦虹表示，过去，国内楼市的供求是偏紧的，但是近两年，国内楼市的供应增速快于销售的速度，局部地区确实已经供过于求。

统计显示，截至今年8月末，商品房待售面积56160万平方米，与低点时（2012年3月全国商品房待售面积为30122万平方米）相比，增幅达到86.4%。过去两年多，全国商品房库存几乎翻倍。与2010年年中相比，最近4年来，全国商品房库存增加了约190%。

根据上海易居房地产研究院的监测，截至8月底，全国35个城市新建商品住宅库存总量为26931万平方米，环比增长1.3%，同比增长22.6%。35个城市新房去化周期为17.5个月。

“近几年来市场供应量迅速上升，主要由3个原因所致。首先，为应对金融危机，2008年国内释放大量流动性，但由于实体经济不振，大量的资金直接或间接地进入了房地产领域。”秦虹说。

秦虹分析，其次，2011年1月26日，我国推出了调控楼市的“新国八条”，祭出限购和限贷政策，并使得全国40多个城市开展限购。受此影响，投资房地产的形式也发生了变化，从直接购买房产过渡到购买房地产信托等。这些资金又进入房地产开发投资领域，成为供给资金。第三，从2011年开始，地方政府对土地财政的依赖程度明显提高，土地出让的速度加快，使得供给端的增长速度很快。

当前存在结构性问题

虽然市场供应充足，但仍存在结构性问题。“中国房地产市场结构问题未来会越来越明显。以前是供给不足，现在是结构问题。”秦虹说。

秦虹表示，“结构性”体现在两个方面，一是人群结构，房屋在不同人之间分布不均；二是城市结构，不同城市的市场形态差异较大。

一方面是供大于求，“整体市场供大于求的形势已经确立。”中原地产首席分析师张大伟表示，过去两三年，我国房地产市场的供需关系发生彻底逆转。多地出现的“空城”、“鬼城”表明，“去库存”将成为很多地方的难题。

他又指出，一线城市供不应求的基本面没有改变；而在二三线城市以及不少四线城市，供大于求的形势明显。

另一方面是改善型和刚需仍未满足。据了解，目前中国房地产市场80%以上是自住型的需求，其中改善型需求占主体。全国24-28岁适婚人口1.3亿人，8000万在城镇，5000万在城市。城镇化率提高也会带来新的住房需求。

未来调控去行政化

过去，为抑制房价飚升，各地曾出台限购政策，现在，房地产市场趋冷，大多数城市调整了限购措施，此外，人民银行和银监会也调整了限贷政策。

住建部住房政策专家委员会副主任顾云昌认为，过去十几年楼市调控始终盯着房价，认为房价的调控可以用行政的手段来控制。但实践证明，用限购限贷的办法可能在一定阶段发挥了作用，但是往往使市场的信号扭曲了，会把有效的改善型需求，甚至刚性需求也遏制住了，不利于经济的发展。

近来各地相继松绑楼市限购政策，就是地方政府对楼市调控的“去行政化”，楼市调控正在从以政策为主导转变为以供需为主导。住房和城乡建设部副部长齐骥说，近期的房地产市场政策主要是借市场调整的窗口期，把一些行政色彩比较浓的干预措施尽可能剔除。

“用市场的手段调控市场的问题，将是下一步调控的主要方向和手段。未来一段时期，政府将更倾向于运用金融、财税等市场化手段，而行政化手段相信会越来越少。” 住房和城乡建设部新闻发言人倪虹表示。

有关专家建议，房地产市场在去行政化的过程中，应逐步完善相关的改革措施，建立房地产调控的长效机制。最终，通过市场规律的传导，达到调整市场结构的目的。

热点聚焦

声音

●人口红利还有四五年过渡期

按照过去劳动力转移的平均速度，中国的人口红利结束大概也就是2019年，也就是说还有四五年的过渡期，这个过渡期给我们提供了一个改革的窗口，错过这个窗口再往后恐怕就真的会出现中等收入陷阱。

——中国社科院金融研究所副所长**殷剑峰**表示。

●央行短期内仍将“微调”为主

我国货币政策目前尚处于由数量型、行政指令型调控向价格型、市场化工具调控的过渡阶段，单纯依赖流动性操作压低货币市场利率很难真正有效地降低企业融资成本。预计年内央行可能会更多地使用诸如MLF之类的流动性“微调”工具，并试图加大此类操作对银行贷款利率的引导作用，但短期内实施降准、降息等全面宽松措施的可能性较小。

——瑞银证券中国首席经济学家**汪涛**说。

●水资源配置应重视市场机制

现在和今后制定农业政策一个重要的出发点，就是怎么能够节约用水，提高水的利用效率。我国水的利用效率跟发达国家相比差距很大，农业现代化对节水有很大需求，今后不仅要实施工程措施，还要采取优化种植结构等措施，尤其要引入市场机制，让市场机制在水资源配置当中发挥重要作用。

——中央财经工作领导小组办公室副主任**韩俊**认为。

（**宦佳**辑）

中石油收购巴西能源秘鲁公司

据新华社利马11月7日电（记者**贾安平**）中国石油天然气股份有限公司（中石油）与巴西国家石油公司6日在秘鲁首都利马顺利完成股权交割，中石油以26亿美元成功收购巴西能源秘鲁公司全部股份，此举标志着中国能源企业在秘鲁最大的收购案圆满落幕。

巴西能源秘鲁公司是巴西国家石油公司的全资子公司，在秘鲁主要从事油气勘探、开发及生产活动。通过这次收购，中石油接管了该公司旗下的10区、57区和58区三个油气区块。据统计，在完成该项目的收购后，中石油在秘鲁的原油产量将达到该国原油总产量的54%。预计到2020年，中石油秘鲁公司的年产量将超过1000万吨油当量。

中国品牌亮相圣保罗国际车展

正在举行的第28届圣保罗国际车展上，奇瑞、吉利、比亚迪、江淮和力帆等中国品牌的汽车亮相登场，中国自主设计的车型受到巴西观众的关注和欢迎。图为观众参观涂装成金色的江淮“瑞风S5”汽车。 新华社记者 **徐子鉴**摄

客滚船“渤海玛珠”轮威海下水

11月6日，由山东渤海轮渡股份有限公司斥资近4亿元建造的客滚船“渤海玛珠”轮在山东省威海荣成市石岛黄海造船有限公司船厂顺利下水。“渤海玛珠”轮船舶总长178.8米，型宽28米，总吨位为3.5万吨，乘客定额为2300人，设有3层车辆舱，达到国际客滚船标准。 **申吉忠**摄（**新华社**发）

海峡两岸台北旅展开幕

11月7日，第九届海峡两岸台北旅展在台北世贸中心展览一馆开幕。本届展览将持续4天，大陆参展团总人数约650人，共设展位237个，以“美丽中华之旅”为主题，举行12场旅游产品说明会。图为宁夏馆的工作人员在向观众介绍宁夏的旅游产品。

新华社记者 **申 宏**摄

出境人数逐年攀升 消费需求日益增长

全球奢侈品缘何近半花落中国

本报记者 **周小苑**

在全球奢侈品消费因经济低迷呈现增长放缓的背景下，中国内地消费者去年竟买走了全球近一半的奢侈品，其中超过七成是境外消费。专家认为，中国人日益增长的消费能力和境外游的迅猛增长，带动了奢侈品消费热潮。不过，随着中国人消费心理日趋成熟，境外奢侈品消费未来或将降温。

中国人买走全球47%奢侈品

中国奢侈品市场研究机构——财富品质研究院近日发布报告显示，中国消费者境外人均消费额1508欧元，消费能力全球第一，是很多欧美国家公民境外购物人均消费额的3-5倍。2013年，中国人买走了全球47%的奢侈品，约计1020亿美元，其中只有280亿美元的消费留在中国境内，境外消费额却高达73%。

随着出境人数的逐年攀升，中国人开始在全球范围内释放消费力，并成为全球旅游零售市场，特别是免税市场的最大买家。从2013年全球排名前十的免税集团公布的数据可以看出，主要免税集团销售增长势头良好，多家公司保持双数的增长，其中DFS以40.65亿欧元的销售额位居全球免税行业第一，较2012年增长了25%。这得益于亚洲特别是中国大陆游客庞大的消费群体与强劲的消费力。

该报告预计，2014年中国人的奢侈品消费将进一步转向境外，港澳地区（30%）、欧洲（22%）、美国（21%）是中国人海外购买奢侈品最主要的三大地区。同时，中国消费者在境内购买奢侈品的比例较2013年减少了2%，港澳地区则锐减14%。

境外“价低质优”优势明显

随着中国经济的快速增长，中国人的财富在不断积累，消费能力不断增强，对奢侈品的消费需求日益增长。

“中国拥有超过13亿人口，活跃在奢侈品市场的消费者现在约有7500万，即使是财富和支出的小幅增加都可能产生很大的影响。”在汇丰银行消费者与零售研究部负责人埃尔旺·朗堡看来，奢侈品消费不仅与GDP增长和财政政策相关，它也与社会和文化的发展趋势有关。正因如此，非常富有的国家不一定在奢侈品上花费很多。在许多西方文化中，炫富被认为是不当之举。相比之下，中国人展示自己的财富则被认为“是合适的”。

近年来，随着中国人出境游的比例大幅增加，奢侈品在海外“价低质优”的优势明显，因而带动了境外奢侈品消费出现井喷。

“奢侈品牌在中国经历了近20年的发展，在中国已经布局了广阔的销售网络，但并没有向消费者提供优质的服务，没有基于中国消费者需求，提供更有竞争力的产品价格。”财富品质研究院院长周婷分析认为，首先，一些奢侈品品牌在中国的服务和体验没有到位，尤其是很多品牌在中国都存在价格歧视现象；其次，很多奢侈品的假货在全渠道覆盖，令消费者没有消费安全感，因此会更倾向于去原产地买到高品质、原汁原味的奢侈品；第三，越来越多的中国消费者希望有更多新产品和新体验，相比之下国外的选择更加多样化。

未来消费将趋于理性

然而，奢侈品消费在中国逐年增长的趋势，在今年可能难以延续。美国贝恩咨询公司和意大利奢侈品行业协会联合发布的《全球奢侈品市场调查报告》显示，今年前8个月，中国内地奢侈品市场的消费增长率为10%，与去年同期相比明显下降。预计到今年底，中国内地的奢侈品市场销售额将达到人民币1178亿元，比2013年下降2%。这是自2000年该调查启动以来，首次出现的负增长结果。

在周婷看来，奢侈品在华业绩不振的主要原因在于消费需求的转变。奢侈品的销量近年在国内飞速增长，完全是由市场需求推动的，品牌运营者并没有任何功劳可言。随着互联网的普及，信息越来越充分和透明，中国的新兴消费群体正在逐渐成熟，对时尚消费品的需求变得更加理性。而此时，品牌运营者并未做好服务与转型，从而导致了奢侈品市场开始出现细分和降温。

“中国人在海外采购奢侈品之风未来将会逐渐淡化。”中国现代国际关系研究院世界经济研究所所长陈凤英认为，人们到一定富裕程度的时候就不会那么崇拜奢侈品。在国内也能买到跟国外基本价格相同的产品的时候，他们也不会到国外去买；另外当中国发展到一定程度，中国的品牌效应也会发展起来，未来对奢侈品的那种狂热需求可能会下降并逐渐淡化。

市场观察