

“十五五”规划纲要明确“有力有序推进现房销售”——

实现住房“所见即所得”

本报记者 廖睿灵

买商品，一手交钱、一手交货，对消费者来说理所应当。但在住房领域，过去很长一段时间内，中国实施商品房预售制度，许多购房者付款时买到的是“期房”。预售制一定程度上促进了房地产业发展，却也带来新建商品房有时“货不对板”、未能按期交付等问题，影响购房者权益。

“十五五”规划纲要明确，推动房地产市场平稳健康发展。其中提到，有力有序推进现房销售。这意味着，购房者期待的住房“所见即所得”，正成为现实。



▲安徽省安庆市岳西县聚焦群众安居需求，持续优化居住环境，让更多群众住上“好房子”。图为岳西县，一栋栋楼宇在青山环抱中拔地而起。
吴均奇摄（人民视觉）

►浙江省台州市仙居县南峰街道未来社区，一栋栋建筑美观、配套设施完善的住宅楼，成为城市里一道靓丽的风景线。
王华斌摄（人民视觉）



现房销售好在哪儿？

——一方面从根本上解决交付难、“货不对板”的问题；另一方面，拉长房企的建设周期，告别“高周转”的运作模式

多年来，很多购房者想买房时，通常有两种选择：要么买新房，但基本为现房，多数以年为交付；要么买二手房，购房者看房时对装修、房屋质量等心中有数，基本“所见即所得”。

“买二手房，小区环境通常没有新房好。而买新房大多得等一年甚至更久才能拿到钥匙。挑房时主要听营销、看沙盘、看样板间，最后房子建成什么样还不知道，让人不太放心。”来自上海的购房者陈曦说。

新房能否也实现“所见即所得”？去年底，住房城乡建设部部长倪虹曾表态，在商品房销售上，推进现房销售制，实现“所见即所得”，从根本上防范交付风险；继续实行预售的，规范预售资金监管，切实维护购房人合法权益。

“十五五”规划纲要提出，“推行房地产开发项目公司制和融资主办银行制，支持满足房地产合理融资需求，有力有序推进现房销售”。

从原先的商品房预售制，到如今要推进现房销售，中国的商品房销售制度为何发生这样的变化？

“主要目的就是实现‘所见即所得’，同时解决部分房企靠预售资金融资、实现快周转但不注重打磨产品的问题。”广东省城乡规划院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为。此外，还有助于避免地方靠规模化卖地

但不注重交付和社区服务品质、只注重增量不注重存量维护等问题。

商品房预售制有其时代背景。上世纪90年代，中国为了解决住房短缺矛盾、引导商品房发展，引入了商品房预售制。1995年起施行的《城市房地产管理法》，专门明确了商品房预售应符合的相关条件，包括按提供预售的商品房计算，投入开发建设的资金需达到工程建设总投资的25%以上，并已经确定施工进度和竣工交付日期等。

“客观地说，商品房预售制促进了中国的城市化发展、房地产行业发展和相应的招商引资。”李宇嘉说。我国早期的商品房预售制，为城市的建设融资、住房供给融资提供了支持，满足了彼时快速城市化、工业化发展背景下的资金需求。

然而，这种模式下也出现了地产界“高杠杆、高负债、高周转”的现象。在房地产市场供求关系发生重大变化、“土地财政”难以为继的背景下，住房预售模式已不再那么“吃香”。

围绕购房者普遍关注的住房交付问题，

去年底，住房城乡建设部方面表示，保交房任务全面完成。“在‘保交房’全面完成的基础上，要建立保障交付、维护业主权益的长效机制，关键还是要现房销售。”李宇嘉说。一方面，现房“所见即所得”，从根本上解决交付难、“货不对板”的问题；另一方面，现房拉长房企的建设周期，告别“高周转”的运作模式，驱动开发商更加注重打磨房屋品质，有利于行业转型，实现高质量发展。

现房销售如何推进？

——因地制宜。江苏徐州、天津等地部分楼盘已开始实施

从有关部门此前提到要“改革房地产开发融资方式和商品房预售制度”，到“现房销售”被写入“十五五”规划纲要，推进现房销售的政策方向愈发明晰。那么，究竟哪些地方适合先施行现房销售？又如何推进现房销售制度？

“适合先开展现房销售的地区有几类。”李宇嘉分析，一是片区内新房较少，存量房占绝对主导的区域。这些地方新房需求大、供给少，购房者改善性需求潜力大，愿意为好产品支付一定溢价；二是片区内此前存在住房交付问题，导致市场对现房接受度较低的；三是片区内高品质住房需求潜力本身就较大，购房者属于“高净值人群”，愿意支付更高溢价、个性化需求突出。

业内人士分析，从已有的现房销售项目看，其推进路径大致可分为三种：一种是主动型现房项目，即企业主动的战略选择，项目规划期就为现房销售；第二种是“强制型”，在土地出让时就要求为现房项目所用。比如深圳的部分住宅地块在土地出让规则中，明确要求全部现房销售。还有一种是“被动型”，由于期房阶段性去化缓慢，房企资金回流困难，在符合相关条件的基础上，开发商将期房转为现房销售。

目前国内已有多个城市，采用不同模式施行现房销售。在江苏徐州，某房企近日宣布正式落地“主动现房战略”，旗下试点项目

采用“先建后售、全实景呈现”模式，不卖期房，不做沙盘，让购房者“看过再买”。在天津，最近开盘的某现房销售项目，主打“买人即交付”。据项目公开数据，开盘3小时，项目去化就超过七成。在江西南昌，今年初某楼盘宣布实施“主动现房销售”，购房者可在项目现场看到实景园林、地下车库等真实配套。

“以徐州的现房销售项目为例，房企选择徐州作为首个试点城市并非偶然。这和企业在徐州市场的深耕程度有关，是其敢于试水现房销售的市场前提。”上海易居房地产研究院副院长严跃进认为，房企在具备品牌认知、客户基础的城市，进行新模式试点，可以部分对冲市场对新模式的接受风险，并借助口碑积累，实现快速转化。

总的来说，无论是哪种现房模式，都透露出鲜明的政策信号：房地产行业正从预售模式向“所见即所得”的现房模式有序推进。中指研究院企业研究总监刘水认为，现房销售是行业转型必然方向，但转型仍需时间。未来估计行业在较长时间内将处于“预售为主、现房为辅”的模式，但现房销售在重点城市和高品质项目中的占比有望进一步提高。

对房企影响多大？

——房企现金流及融资渠道要求更高，需要具备更强的产品实力

现房销售，有利于更好保障购房者利益。“去年决定要买房以来，我和家人就不停看房，其中中意的两个小区，环境、绿化都很好，但都得等一到两年才能交房。”来自浙江的许昕雨说，最后，她买了一套房，价格比之前看的期房贵30多万，“但我们都觉得值得，一方面，现房不用担心烂尾风险，买了很快就能开始装修，入住周期短。另一方面，现房更实在，看房时看中哪套就是哪套，各个房间的采光、前后楼栋的间距等细节都能看到，比看沙盘踏实多了。”

推进现房销售，更将对中国的房地产行业产生深远影响。

首先，房企的“资金玩法”彻底变了。“在预售制下，期房的销售周期通常较短，在一年左右。”李宇嘉说。短周期，意味着“快投入”：拿地快、开工快、销售快，这种资金快周转的模式下，杠杆效应强，风险较大。“而现房销售的周期可能在两三年，需要房企合理预判届时的市场需求、价格变化，以确定产品的定位、设计研发、价格等主要指标。”这意味着，房企需要具备充裕的现金流、畅通的融资渠道和理性的投资评估。

其次，卖房的逻辑从“卖预期”转向“能验证”。

房子是用来住的。过去，在商品房预售模式下，购房者买房通常是看图纸、看样板间，但是最终实物品质如何，只有等到交房时才能验证。而在现房模式下，购房者可以实地看采光、通风、社区环境，开发商的产品需要接受现场验证。因此，房企需要更加务实，具备较强的产品实力。

业内人士认为，伴随现房销售的推进，市场结构或将进一步分化。

“对行业来说，推进现房销售可能迎来一波洗牌。”李宇嘉说，一方面，这将淘汰掉“泡沫较大”的企业，让住房回归居住属性；另一方面，一些中小房企或将迎来发展机遇。“中小房企项目较少，对本地需求较熟悉，擅长做定制化的小而美产品。而对于龙头房企来说，基于此前大量项目积累的数据，他们能全面掌握客户需求；加上大房企本身在设计、物业等全过程管理中的把控能力较强，其消化现房成本的能力更强，也有实力打造宜居的‘好房子’。”

不使用“0元”“免费”“不限量”“永久”等表述——

电信网上营业厅有了服务新国标

本报记者 孔德晨

想在手机APP上查个资费套餐，翻遍页面却找不到入口；办理业务时发现优惠期一过，套餐不经用户确认就恢复了原价；想咨询人工客服，却被智能语音导航绕得晕头转向……这些电信服务中的麻烦事，将迎来系统性治理。

近日，国家市场监督管理总局批准发布《电信和互联网服务 基础电信企业网上营业厅服务规范》国家标准（以下简称“标准”），对网站和手机APP形式的电信服务网上营业厅全流程进行规范，覆盖业务宣传、业务销售、业务管理等各环节。

随着通信业务线上化办理日益普及，网上营业厅已成为用户与运营商互动的最主要渠道之一，但由于长期缺乏统一的服务规范，不同网上营业厅体验参差不齐。

北京市民陈烁此前就有过一段无奈的经历。他在某运营商的网上营业厅看到一款宣传“无限流量”的套餐，“以为是真的无限流量，结果使用中才发现达到一定用量后，网速就会降到几十Kb/s，非常卡顿。我参加的‘首月0元’体验活动，页面上的续费提醒也被折叠在不起眼的角落，次月就按原价自动续费，想取消续费也得折腾一圈。”陈烁说。

信息不透明、关键信息表述模糊甚至误导用户，是此次新国标着力破解的问题之一。市场监管总局有关负责人介绍，标准明确要求，网上营业厅的推广宣传内容

必须真实准确、完整清晰，资费标准、服务内容、适用范围、使用规则、优惠政策、在网期限、退订方式、违约责任、限制性条件等重点事项，须在同一页面以醒目方式一并明示。同时，标准明令禁止使用“0元”“免费”“不限量”“永久”等容易引发用户误解的表述，不得通过折叠、隐蔽、模糊等形式隐瞒或淡化限制性条件。

在操作便捷度方面，不少用户反映网上营业厅“找入口难”的问题也有望改善。标准要求，网上营业厅应为用户同时提供关键词搜索和页面菜单两种方式的导航服务；业务咨询服务入口必须放置在页面明显位置，实现一键进入；界面配色不突兀，不含深奥生僻文字。

针对庞大且日益增长的老年用户群体，标准专门提出了无障碍服务要求。网上营业厅应为老年群体提供适老化页面，界面简洁、字体可调、操作简化；页面中不得出现广告弹窗，以免干扰使用。同时，标准还要求为非中文母语群体提供相应语言版本的页面服务。

个人信息保护也被列入标准的重要板块。近年来，运营商APP违规收集使用用户信息的问题备受关注。标准明确规定，网上营业厅收集使用用户个人信息时应按相关要求获得用户授权同意；数据使用过程中应采用加密、脱敏、访问控制等技术手段，防范信息被非法获取、篡改或滥用。此外，标准还对服务时间、服务效率、投诉与反馈机制等提出要求，旨在引领基础电信企业全方位提升用户体验。



陇电入湘直流工程完成年度“大体检”

近日，我国首个大规模风、光、火打捆外送特高压直流工程——陇电入湘工程恢复运行，顺利完成第九次年度“大体检”。该工程西起甘肃酒泉祁连山换流站，东至湖南韶山换流站，全长2383公里，投运以来累计输送电量超2300亿千瓦时。

图为甘肃省酒泉市，国网甘肃省电力公司员工在换流变电站开展检修作业。
苏睿摄（人民视觉）