# 房地产中介会退出市场吗

## 房地产周评

**官方二手房交易监管服务个人自主挂牌功能上线，意味着二手房自主交易有了新渠道，在一定程度上释放了加大二手房市场监管力度的信号。**

近日，杭州市二手房交易监管服务平台上线了“个人自主挂牌房源”新功能。一时间，不少网友难掩激动心情：个人可以在官方平台上发布房源了，意味着可以绕过市场上的中介机构买二手房，能够省下一大笔中介费。对于房地产中介服务企业而言，这显然不是什么好消息，唱衰的声音迅速跟上，认为二手房中介即将被官方平台取代。可能是受到杭州官方上线个人交易平台消息的影响，在纳斯达克上市的国内中介头部企业贝壳，股价应声而落。

其实，官方二手房交易监管服务系统一直“蠢蠢欲动”。杭州的二手房官方平台不是这几天才新上，早在2016年就已经推出，只不过这一次更新了个人自主挂牌功能。官方平台也不是只有杭州才有。据了解，北京也曾经在多年前推出存量房交易服务平台。河南商丘永城市也曾设立房产信息中心，提供二手房求购、出售以及房屋求租、出租等服务。

杭州之前，最新动态来自深圳。今年6月24日深圳短暂上线了官方“二手房交易系统”，其功能也包含“自助卖房”。当地有关负责人对于很快下线的解释是，目前仅在测试阶段，系统的目标在于严控业主的挂牌价，让二手房交易更加透明以及协助监管中介市场乱象。

官方平台个人自主挂牌功能上线，意味着二手房自主交易有了新渠道，在一定程度上释放了加大二手房市场监管力度的信号。近年来，随着二手房交易量在总交易量中的占比日益攀升，二手房市场平稳对于稳定房地产市场越来越重要。过去房地产市场调控措施多是针对新房市场，二手房市场调控和监管相对薄弱。今年以来，众多城市出台了二手房指导价。发挥好二手房交易监管服务平台作用，就是增加调控和监管的抓手。

目前，官方二手房交易监管服务平台要真正发挥作用，还有待于进一步完善其功能，中介机构短期内还难以被取代。杭州市官方平台相关负责人坦言，上线“个人自主挂牌房源”功能主要目的是便民，为个人房主卖房提供全新售卖渠道。房主可以把房源挂在官方平台上的同时，也可以挂到中介那里，提高成交机会。如果涉及按揭贷款、产权调查等专业服务，目前仍无法绕开中介。

杭州的官方平台功能还比较单一，仅能够展示房源和房东联系电话。如果买卖双方商定好价格，且产权清晰，无贷款需求，仅利用官方平台的确能很快成交。然而，绝大多数二手房交易比较复杂，成熟的中介机构能验证提供购房资格、税费计算、筛选房源、带看、分析对比房源优劣、帮助办理抵押、贷款、缴纳契税、网签等一系列专业服务。更重要的是，当前资金风险、交易瑕疵等交易安全方面的隐患越来越多，中介的存在有助于降低买卖双方交易中的风险。杭州官方平台的相关负责人也表示，目前平台尚未设立资金监管账户，下一步将会考虑设立资金监管账户，解决买卖双方的后顾之忧。

毋庸置疑，对于官方二手房交易平台，广大群众是十分乐见其成的。官方平台提供房源核验和房源的全面信息展示，有利于买卖双方之间的信息通畅。政府的背书，可信度高，有利于消除假房源，净化交易环境，避免买卖双方获取虚假信息。尽管官方平台短时间难以提供更加深入细致的服务，如果更多城市推出官方二手房交易平台并逐步完善，势必影响行业发展结构。有业内人士还认为，官方平台可以和中介服务机构有所分工，并非要取而代之。

购房者对于官方平台的高度期待，从某种程度上也折射出广大群众对二手房中介服务机构现状的不满。当前二手房交易中乱象频出，个别中介服务机构和人员通过虚假房源招揽买家，怂恿业主抱团涨价等。更多的吐槽则来自高昂的中介费，特别是在一线等热点城市，以总房价为计算基数的中介费着实是一笔不小的支出。

有关部门对于中介机构的监管力度正在进一步加大。众多城市在出台整治房地产市场秩序的举措时，都将加大对二手房中介机构的监管力度作为重要内容。今年住建部等八部门联合发出通知，提出力争用3年左右时间实现房地产市场秩序明显好转，对中介机构的监管再度被提及，规范中介服务是市场的期待。

亢舒

# 鸡蛋供给有望平稳增加

本报记者 黄俊毅

## 产业聚焦

8月23日，北京新发地农产品批发市场鸡蛋平均价格为10.34元/公斤，比7月1日的8.8元/公斤大幅上涨了17.5%。

农业农村部监测数据显示，进入8月份以后，全国鸡蛋价格持续上涨。8月15日全国鸡蛋批发均价达每公斤10.87元，为今年以来最高价，环比上涨18.67%，比去年同期大涨40.99%。

鸡蛋价格为何上涨？供应有无保障？后期价格会怎么走？带着这些问题，记者采访了有关专家。

在河北省故城县茂丰现代农业园区，一家卤蛋加工企业的工人在剥壳机上检查土元鸡蛋。 新华社记者 李晓果摄

### 蛋价为何走高

今年元旦以后，全国鸡蛋批发价曾持续走高，从去年12月31日的8.45元/公斤上涨至今年1月20日的10.64元/公斤，短期涨幅高达25.92%。

1月中上旬，全国鸡蛋价格大幅上涨，主要原因在于供给紧张。2020年5月份以后，尤其是2020年底及2021年初，大量临近淘汰期或进入淘汰期的产蛋鸡集中淘汰，导致全国产蛋鸡存栏量持续下滑，鸡蛋产出显著下降。此外，由于2020年鸡蛋市场行情低迷，蛋鸡养殖亏损明显，2021年养殖场（户）补栏、扩栏积极性差，新增产能比2020年同期减少明显，造成鸡蛋市场供给减少。以上因素集中拉动今年初鸡蛋价格出现阶段性大幅上涨。

“近期鸡蛋价格上涨是多方面因素共同作用的结果。”中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员、农业农村部农产品市场分析预警团队禽蛋首席分析师朱宁对记者说。

从供给方面来看，8月份高温天气导致蛋鸡产蛋有所下降，鸡蛋市场供应出现季节性偏紧。从需求方面来看，中秋节、国庆节临近，食品加工厂鸡蛋采购量增加。从生产成本看，今年全球大宗商品价格持续高企，蛋鸡饲料及其他原料价格一直处于高位，拉动鸡蛋价格上涨。此外，鸡蛋主产区河南遭遇洪涝灾害，以及新冠肺炎疫情新变化，间接影响蛋鸡养殖、鸡蛋外运及市场销售，导致主销区鸡蛋市场供应减少及蛋价上涨。

### 市场供应有保障

“价格上涨往往是因为供给不足，尽管当前鸡蛋价格上涨较明显，供给还是有保障的。”朱宁如是说。

今年上半年蛋鸡养殖有一个值得关注的现象，那就是产蛋鸡存栏量持续走低。由于1月份蛋价持续高位，蛋鸡养殖出现了近一年以来的最高盈利——每公斤鸡蛋能够获利约1元。养殖场（户）普遍惜淘和延淘，蛋鸡淘汰速度放缓。2月份全国产蛋鸡存栏处于往年同期中高水平，鸡蛋市场供给充足。由于供应过剩，全国鸡蛋价格持续走低，3月2日报8.21元/公斤，比1月20日大幅下跌了22.84%，跌回元旦前的水平。又由于蛋鸡养殖亏损明显、饲料价格高企，蛋鸡养殖场（户）为了止损，淘鸡积极性比较高，导致今年上半年产蛋鸡存栏量持续走低。目前全国产蛋鸡存栏已经减少至12亿只左右。

不过，蛋鸡养殖盈利状况已经好转。自4月份起，行业已经扭亏为盈，并连续4个月盈利。4月至7月平均每公斤鸡蛋可盈利0.76元。进入8月份以后，蛋鸡养殖盈利因蛋价上涨而大幅增加，截至8月19日，8月份蛋鸡养殖场（户）平均每公斤鸡蛋可盈利2.46元。“往年的8月份大都是蛋鸡养殖场的盈利期。2019年8月份蛋鸡养殖场平均每公斤鸡蛋可盈利3.76元。即使鸡蛋价格行情比较差的2020年，8月份蛋鸡养殖场平均每公斤鸡蛋也可盈利0.67元。今年8月份盈利水平还是不错的。”朱宁说。

朱宁表示，目前蛋鸡存栏水平仍处往年同期中等偏上水平，全国鸡蛋供应有保障。就后期产蛋鸡存栏量变动趋势看，由于4月份蛋鸡养殖扭亏为盈，部分养殖场（户）补栏积极性略有提升，使得7月份及以后新开产蛋鸡数量缓慢增加，产蛋鸡存栏量已经显露出增长趋势。预计今年后4个月，产蛋鸡存栏量及鸡蛋产量将平稳增加，未来鸡蛋市场供应也是有保障的。

### 蛋价未来怎么走

当前，全球大宗商品价格持续高企，国内蛋价是否会持续走高呢？业内专家认为不会。

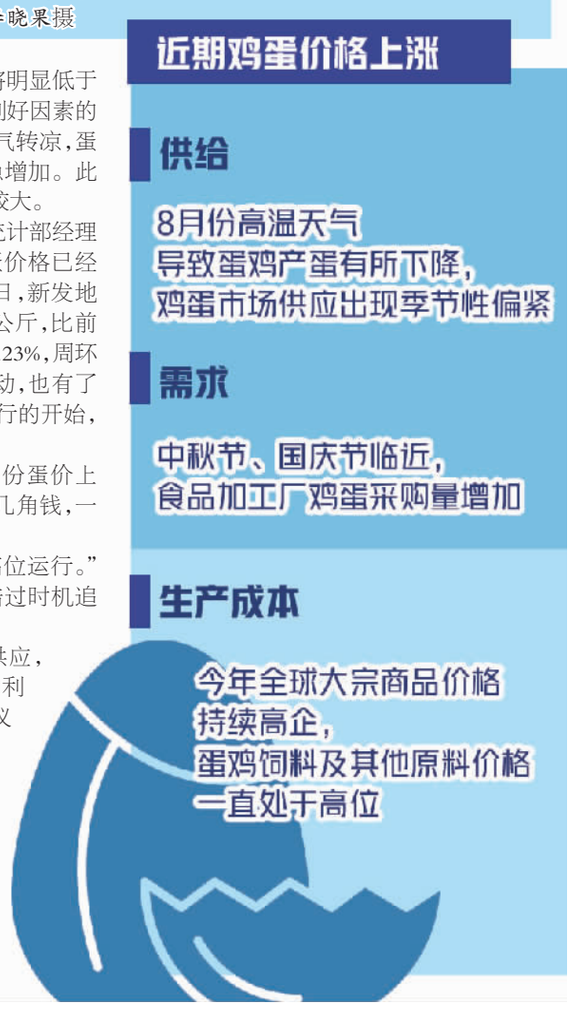
朱宁表示，国庆节之前，蛋价主要受鸡蛋需求影响，因为中秋节、国庆节临近，食品加工厂鸡蛋采购量增加，而且9月份是学校开学季，鲜蛋需求增加。秋后鸡蛋需求的明显提振，将推动鸡蛋价格走高，但涨幅将明显低于8月份。国庆节之后，短期内缺乏利好因素的提振，鸡蛋需求明显减少，而且天气转凉，蛋鸡产蛋性能恢复，鸡蛋供给将平稳增加。此消彼长，鸡蛋价格下跌的可能性比较大。

北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通告诉记者，上周北京市场鸡蛋价格已经出现松动并且有所回落。8月20日，新发地市场鸡蛋批发平均价为10.14元/公斤，比前一周同期的10.70元/公斤下降了5.23%，周环比明显下降。“蛋价已经出现了松动，也有了比较明显的降幅，但这只是价格下行的开始，随后还会继续有所下行。”

有蛋鸡养殖场告诉记者，8月份蛋价上涨以后，鸡蛋压一天，每斤能多卖几角钱，一天就能多赚几万元利润。

“蛋价短时间内还会继续在高位运行。”刘通提醒养鸡场不要惜售，以免错过时机追悔莫及。

朱宁认为，为保障市场稳定供应，就必须让蛋鸡养殖者获取合理的利润，价格大起大落都不好。他建议养殖场（户）通过网站、微信公众号等获取鸡蛋市场预警信息，适时调整蛋鸡存栏量，规避市场风险的冲击。与此同时，为了保障产业平稳健康发展，政府要进一步完善突发事件应急响应机制，强化政策体系建设，提高蛋鸡从业者期货参与度以及健全鸡蛋市场供需预警体系。



会原辅配
第
届中国
新华社记者
李
然
摄

# 国产

本报记者 王轶辰

从东北大板到好阿婆，从马迭尔、中街1946再到钟薛高……近年来，国产冰淇淋厂商像一阵阵旋风，带着一款款网红雪糕，席卷了整个冰淇淋市场。借助电商平台和冷链物流设施的完善，国产冰淇淋完成了从被外资挤压到红遍网络的逆袭。

上个世纪90年代末，随着外资品牌大举进入中国市场、民营雪糕厂纷纷成立，冰淇淋市场竞争日益激烈。为争夺市场，冰淇淋企业打起价格战，整体品质却越做越低端。因市场份额缩小，很多国产冰淇淋厂面临产能闲置的情况。

近几年来，这种尴尬的局面正在被打破，线上电商成了国产冰淇淋突围的重要渠道。2018年“双11”期间，凭借66元一支的“厄瓜多尔粉钻”雪糕，钟薛高打破了消费者对雪糕行业原本的认知，该产品上线当天便卖出了2万支，该品牌也创下单日销售额460万元的纪录，并一举战胜冰淇淋老牌巨头哈根达斯。

冰淇淋线上市场崛起前，中国冰淇淋市场在中高端领域主要是被和路雪、哈根达斯、明治等一些外资品牌占据；线上市场崛起后，国产冰淇淋开始步入中高端领域竞争。

作为新消费领域的雪糕品牌，钟薛高的打法一直是互联网式。在钟薛高创始人林盛看来，如今的市场，已不再是单纯靠营销、传播就可以拥有好成绩。要想更好地满足消费者的需求，就得有更好的产品，得在产品上有所突破。

数据显示，我国冰淇淋市场已由2014年的708亿元上升至2019年的1380亿元，预计2021年将超过1600亿元。在冰淇淋市场规模激增背后，线上销售占比不断提高。前瞻产业研究院数据显示，目前我国冰淇淋的线上线下销售占比分别为20%和80%；2020年之前，冰淇淋线上线下的销售比例为5%和95%。

冰淇淋线上市场的爆发跟冷链物流等基础设施的完善密切相关。一位业内人士透露，冰淇淋是夏季最常见的冷链类食品之一，但此前线上销售规模并不高，一个重要原因就是配送的冷链物流并不发达。

广东美怡乐食品有限公司是一家创立于1956年的老牌企业。1984年，美怡乐就已开始生产冰淇淋产品，属于国内最早一批本土冰淇淋生产企业。“我们企业比较老，对市场反应不是那么快。”美怡乐董事长兼总经理程俊明告诉记者，美怡乐涉足电商较迟，直至钟薛高现象级的影响力，才“点醒”了他。

此前，美怡乐也曾试水过电商，但是反响平平。对于美怡乐这种小厂家而言，高昂的冷链物流成本令他们不敢过多投入到线上。“冰淇淋做电商其实挺难，主要是包装和保存难度大，运营及物流成本比较高，没什么钱赚，甚至会亏钱。”程俊明的感受也是国内其他冰淇淋小品牌的共同心声。

一名资深冷链专家表示，冰淇淋要求供应链全程冷链，温度要控制在零下18摄氏度以下，运输过程极易发生损耗，耗电成本也比一般快递高出好几倍。

“冰淇淋对冷链的要求比冻肉还要严格很多。”美怡乐电商部负责人张弢表示，如果温度不稳定，很容易导致冰淇淋融化或乳糖析出，影响产品外形和口感。

2021年6月，美怡乐正式成立电商部门，开始招兵买马大力拓展新渠道。与阿里社区电商旗下盒马集市试水合作后，部分区域的销售业绩增长了四五倍。这让程俊明坚定了“触网”的决心，社区电商能让美怡乐在线上“活”起来，还不需要额外增加什么成本预算。

近年来，不少社区电商平台一直在物流基础设施上持续投入，逐渐形成了从供应端的“最先一公里”到配送端的“最后100米”的全程冷链能力。

专家表示，快速分层响应的社区电商物流网络，大大降低了冰淇淋企业的物流仓储成本，缩短了冰淇淋的配送时间和半径。同时，通过冰淇淋品牌+社区电商模式的有效融合，有望推动传统冰淇淋企业渠道变革，帮助老品牌弯道超车。

本版编辑 曹红艳 陶 玛 美 编 倪梦婷