

房地产周评

大力推动商品房现房销售



在江苏泗洪经济开发区，一家电子元器件企业的工人在车间忙碌。 许昌摄报(新华社发)

不久前召开的全国住房和城乡建设工作会议上，住房和城乡建设部部长倪虹的一句话引起业界关注：“有条件的可以进行现房销售，继续实行预售的，必须把资金监管责任落位，防止资金抽逃，不能出现新的交楼风险。”主管部门明确提及现房销售，表明未来，实行多年的商品房预售制度面临较大改革空间，现房销售或将成为大势所趋。

现房销售与商品房预售制是两种不同的销售方法。商品房预售制是企业将正在建设中的商品房预先出售给买受人，并由买受人提前支付房款的一种销售方式。现房销售是一手交钱一手交房；预售则是先交钱后交房。取消商品房预售制改为现房销售的呼声之所以一直存在，与预售制带来的一些弊端有关。比如预售制下，有可能出现延迟交付，甚至形成烂尾楼，一旦开发商资金紧张甚至资金链断裂，购房者既不能按时收房，预交的购房款也难以追回。还比如房屋质量问题，此前房款已付，从原理上而言，消费者很难再有约束开发企业提升房屋质量或者遇到交房质量问题时促其整改的筹码，一旦出现房屋质量问题，购房者可能更容易面临维权难。

当前，推进商品房预售制逐步向现房销售过渡的时机进一步成熟。毋庸置疑，在我国住房制度改革至今20多年时间里，商品房预售制度为推进我国房地产市场发展壮大，解决城镇居民住房短缺功不可没。商品房

现房销售不能一蹴而就，更适宜逐步过渡。当前房地产市场正在积蓄各方面力量力求企稳复苏，如果现房销售切换得过快，就可能不利于企业缓解资金链吃紧的困境。因此，现房销售可以找准时机，因材施教，逐步推广。

预售制条件下，拿地仅几个月就开始销售，与现房销售需要两三年建设周期相比，房地产开发企业可以早早回笼销售资金，缩短贷款期限，有利于降低资金成本，提高开发效率。然而商品房预售制也与过去房地产开发高杠杆、高周转、高负债“三高”模式紧密相连。同时，我国商品房总体短缺的时代已基本结束。房地产市场发展从“有没有”向“好不好”转变。房地产开发企业“三高”模式的弊端日益显现，难以维系。房地产行业降“三高”的需要，使得商品房预售制改革箭在弦上。

实际上，近年来一些城市对于现房销售多有探索，积累了经验。无论是行业政策还是地方政府，都能看到一些推进现房销售的努力。公开资料显示，山东省济南市2022年现房销售面积174万平方米，尽管现房销售面积仅占全市商品房销售面积的14%，但实现了同比增长55%。鼓励现房销售的举措更多出现在土地出让环节。如有的城市在

土地拍卖时增加竞现房销售面积的环节，当竞买报价达到土地合理上限价格后，转入“竞现房销售”面积，由现房销售面积最高者中标。有的城市还对期房和现房的销售指导价予以区分，现房销售指导价略高于期房销售指导价，客观上为房企的资金成本给予了一定“补偿”。目前，北京、杭州、济南、西安、福州、合肥、宁波等城市开始出现现房销售试点。从各地传出的消息看，多省份将进一步推进现房销售。如山东、安徽等省份明确表态，2023年将因地制宜鼓励有条件的地方开展现房销售试点。

现房销售有利于保护消费者权益，但对房地产开发企业经营能力是个挑战。对比期房供应的不确定性，现房销售在购房时所见即所得，有助于确保房屋质量，减少购房纠纷，对开发企业的交付行为进行约束，有利于“保交楼，稳民生”。对开发企业而言，现房销售回款周期拉长带来的现金流压力会有所加大，这无疑会增加资金成本，有可

能影响开发企业的利润。随着大形势的改变，特别是行业正由高速发展进入平稳发展阶段，开发企业也应从更加注重开发速度、依赖金融杠杆，转而向提升开发品质、提高企业经营管理能力要效益。

现房销售不能一蹴而就，更适宜逐步过渡。当前房地产市场正在积蓄各方面力量力求企稳复苏，如果现房销售切换得过快，就可能不利于企业缓解资金链吃紧的困境。因此，现房销售可以找准时机，因材施教，逐步推广。

预售制在短期之内还是主要销售模式的背景之下，应优化商品房预售资金监管。对于预售资金，既要管好用好。一方面，必须把资金监管责任落位，防止资金抽逃，不能出现新的交楼风险；另一方面，也要优化预售资金监管，如在充分评估房地产企业信用风险、财务状况、声誉风险等的基础上，商业银行可与优质房地产企业开展保函置换预售监管资金业务，支持优质房地产企业合理使用预售监管资金，防范化解房地产企业流动性风险。



本报记者

祝君壁

□ 本报记者 杨忠阳

产业聚焦

汽车业在挑战中奋跃向上

翻开2023年第一张月历，整车厂开始真正忙碌起来。

新年新气象。春节过后，多家汽车企业通过内部信、发布会等形式，披露了新一年的目标销量与发力方向，在给自己“加油补电”的同时，也凸显着“中国信心”和产业变革新趋势。

车企目标销量凸显“中国信心”

在国内六大汽车集团中，目前已有4家发布了2023年目标销量，分别是一汽集团、东风集团、长安汽车和广汽集团。其中，一汽集团目标销量为400万辆，增长25%以上。东风集团目标销量是挑战全年350万辆，增长30%以上。广汽集团目标销量是268万辆，同比增长10%。长安汽车目标销量是280万辆，增长19.3%。

国内三大民营车企也公布了2023年目标销量。其中，吉利汽车提出了165万辆的年度目标销量，增长15%。长城汽车目标销量为160万辆，增长50%以上。而在2022年“赢麻”了的比亚迪新年目标销量最受关注。此前比亚迪董事长王传福表示2023年将向400万辆发起冲击。不过，比亚迪回应称，由于市场、消费需求和供应体系的众多不确定性，目前公司新年目标销量还不好判断。但业内人士分析认为，按照目前比亚迪的较佳状态，“这个目标销量不会太低”。

与传统汽车集团相比，造车新势力似乎更为激进。“2023年蔚来目标是超越雷克萨斯。”在2月6日蔚来媒体沟通会上，蔚来汽车联合创始人、总裁李斌再次提到了这一话题，并解释超越的是“在华销量”。2022年，雷克萨斯在华累计销量达18.39万辆，而蔚来汽车累计销售12.2万辆，这意味着蔚来的增长率将在50%以上。

“为此，今年蔚来将优化产品上市过程的效率，可能会有两款新车，比已经发布的EC7和新款ES8更早交付。”根据此前的发布，这两款车将分别在今年5月、6月交付。李斌还表示，今年将进一步扩建换电站的规模，比此前宣布的400座更多。

小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏在内部信中表示，小鹏汽车计划2023年完成累计交付45万辆。如果除去2022年末累计交付的25.87万辆新车，这意味着小鹏汽车今年需完成近20万辆交付，增长65.6%。虽然理想汽车创始人李想在近期发布的全员信中未提及今年的具体目标销量，但有消息透露，在25万辆至30万辆之间。即使以最低的25万辆计算，其增速也将达到88%。而作为2022年新造车企业的“黑马”，哪吒汽车计划2023年挑战25万辆目标销量，增速为67%。

值得关注的还有传统车企新创品牌。广汽埃安总经理古惠南表示，埃安2023年的目标销量是保50万辆、争60万辆。即使按50万辆计算，其目标增长率也将达到85%。吉利旗下极氪品牌计划2023年销量翻一番，超过14万辆，并进军欧洲市场。此外，吉利汽车集团首席执行官淦家阅透露，2月23日吉利将在杭州亚运会主场馆正式发布“吉利品牌新能源战略”，并推出吉利

中高端新能源系列车型。

辩证看待1月销量数据

各大车企高调发布全年目标销量的同时，1月份产销快报也纷纷出炉。

乘联会数据显示，1月份特斯拉销量为6.6万辆，同比增长10.3%，环比增长18.3%。不但创造了自身历史最好成绩，也进一步激发纯电出行的消费热情。

不过，1月份包括以“蔚小理”为代表的造车新势力和传统车企新创品牌表现低迷。其中，零跑只有1139辆，环比暴跌87%。

今年车市的“开门红”与全年车市增长并不矛盾。秦力洪认为，这主要是由于“三个挑战”叠加的原因：一是受新冠疫情影响，打乱了开年的汽车消费节奏；二是随着国家财政补贴全面退出，去年12月份提前释放了一批需求；三是今年1月春节，虽然假期只有7天，但真正有效工作日比正常月份少了很多，导致数据出现震荡。

“虽然2023年仍充满不确定，但随着疫情防控措施优化，正常生产生活逐步恢复，中国汽车市场保持平稳持续增长，特别是新能源汽车高速增长是具有确定性的。”他表示，“电动化、智能化和高端化”趋势将引领中国汽车产业向新向上，加快结构调整，推动经济高质量发展。

“2023年中国车市增长率大约在5%。”大众汽车集团(中国)董事长兼CEO贝瑞德表示，尤其看好新能源车市，“2022年中国销售的每4辆新车中就有1辆是新能源汽车，在2023年每3辆新售车辆中就有1辆是新能源汽车。”

也正是基于对中国汽车市场的看好和中国汽车市场在集团发展中的战略地位。春节过后，奥博穆就以大众汽车集团管理董事会主席的身份飞到北京。

期间，奥博穆先后到访长春、上海、合肥等地，拜访当地政府负责人，与当地运营团队沟通交流。“过去40年里，大众集团在中国建立了强大的合作伙伴关系。未来，这片创新的、充满活力的沃土，也将给包括大众集团在内所有企业以新机遇，大众必须全力抓住机会，实现新发展。”奥博穆对大众集团在中国的发展和对中国市场充满信心。

政策接续为汽车产业赋能

就在不少车企为1月份的市场低迷焦虑不安时，又一支持新能源汽车政策出台。2月3日，工信部等8部门印发《关于组织开展公共领域车辆全面电动化先行区试点工作的通知》，在全国范围内启动公务用车、城市公交、出租(包括巡游出租和网络预约出租汽车)、环卫、邮政快递、城市物流配送、机场等领域用车全面电动化先行区试点工作。通过试点，车辆电动化水平大幅提高，城市公交、出租、环卫、邮政快递、城市物流配送领域新增及更新车辆中新能源汽车占比力争达到80%，试点期为2023年至2025年。

工信部装备工业一司副司长郭守刚解释，公共领域车辆使用频率高，燃油消耗和污染排放总量占比大，开展公共领域车辆全面



电动化先行区试点，推动提升车辆电动化水平，不仅可以有效促进节能减排，带动基础设施建设，还能促进新技术、新模式、新业态探索和创新应用，优化新能源汽车使用环境。

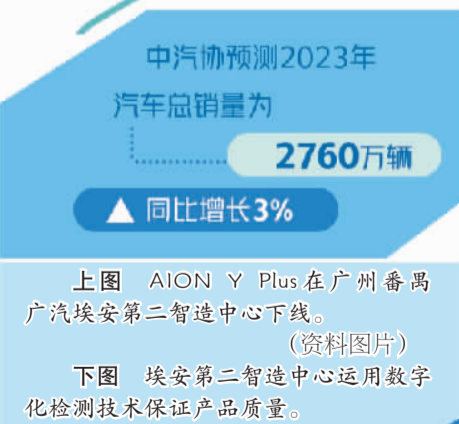
中国新能源汽车为什么能快速领先世界？“中国支持政策体系全面，设计精细，推动力度大，是一个重要原因。”中国汽车工业协会原常务副会长兼秘书长董扬表示，当前中国汽车产业已进入创新引领、绿色发展的新阶段，新能源汽车的良好发展可以提高我们建设汽车强国的自信。

事实上，在“国补”全面退出之际，相关部委就在为新能源汽车的接续政策蓄势努力。今年1月份，工信部总工程师、新闻发言人田玉龙表示，将会同有关部门建立新能源汽车产业发展协调机制，加强央地协调联动，特别是推动落实车购税、车船税、牌照等有关支持政策。进一步研究和明确新能源汽车后续的支持政策，推进换电模式应用和燃料电池汽车示范。

商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋则强调，商务部将继续会同相关部门，着眼全产业链，突出关键点，继续稳定和扩大汽车消费。包括稳定新车消费，支持新能源汽车消费，继续扩大二手车流通，畅通汽车报废更新等。

开年以来，全国多地密集出台相关政策，通过发放汽车消费券、延长新能源购置税等多种方式提振新能源汽车消费。上海市在促进汽车、家电等大宗消费方面明确，延续实施新能源汽车置换补贴，2023年6月30日前个人消费者报废或转出名下在上海市注册登记且符合相关标准的小客车，并购买纯电动汽车的，给予每辆车1万元的财政补贴。

随着扩大内需战略相关配套政策措施的实施，市场主体和消费活力进一步被激发，同时芯片供应短缺问题也有望得到较大缓解。中汽协预测，2023年，我国汽车总销量将超过2760万辆，呈现3%左右的增长。



上汽协预测2023年汽车总销量为2760万辆，同比增长3%。

上图 AION Y Plus在广州番禺广汽埃安第二智造中心下线。(资料图片)

下图 埃安第二智造中心运用数字化检测技术保证产品质量。(资料图片)



电子元器件是支撑信息技术产业发展的基石，也是保障产业链供应链安全稳定发展的关键，广泛应用于智能终端、汽车电子、5G通信、物联网以及航空航天、能源交通、军事装备等领域，其质量、水平和可靠性直接决定了电子系统和整机产品的性能。

目前，我国已成为全球电子元器件第一大生产国。“大部分产品产销量均居全球领先地位，本土供应链体系完善，产品门类较为齐全，基本可覆盖现有市场需求。”中国电子信息产业发展研究院副院长王世江介绍，近年来，我国电子元器件产业呈产销两旺态势，产业规模突破2万亿元。在政策引领下，产业构建自立自强基础电子生态的进程加快。同时，国产化步伐加快，自主保障水平明显提升。“本土企业在下游急需关键电子元器件产品领域重点发力，取得较大进步。”王世江说。

尽管如此，我国电子元器件产业大而强的问题依然突出。王世江认为，主要表现在企业整体实力偏弱、自主创新能力不强等方面，“对标国际市场，供应链效率有待提高，供应链成本有待降低，行业集中度有待提升，产业发展缺乏有效载体；发展基础不牢，上游供应链保障能力较低；产业自主创新能力较弱，产品发展水平档次偏低”。

当前，我国电子元器件产业发展瓶颈依然存在，必须突破核心技术这个难题。同时，建立电子元器件和集成电路国际交易中心、营造公平的营商环境、服务于本土产业和市场电子元器件和集成电路分销商、增强供应链的弹性和韧性等任务迫在眉睫。

机遇与挑战并存，强大终端市场和新技术应用叠加，为电子元器件产业带来巨大市场发展机遇。工信部、国家发改委和商务部联合批复成立电子元器件和集成电路国际交易中心，通过市场准入的方式，打造高质量市场体系，服务于高端、高质、高新的现代产业。2022年12月30日，电子元器件和集成电路国际交易中心股份有限公司在深圳注册。据了解，交易中心由中国电子和深圳市投资控股有限公司领衔，联合11家央企、国企和民企共同设立，致力于打造电子元器件、集成电路企业和产品市场准入新平台，促进上下游供应链和产业链的集聚融合、集群发展。

“深圳是全球电子信息产业重镇，是我国重要的电子元器件和集成电路产品设计中心、应用中心、集散中心，为交易中心建设提供了坚实基础和良好条件。”深圳市委副书记、市长覃伟中在日前举行的交易中心揭牌仪式上表示，未来深圳将全面加强与中国电子等企业的合作，把交易中心打造成为立足深圳、面向全国、辐射全球的国际交易平台。

中国电子党组成员、副总经理陆志鹏介绍，交易中心着眼于电子元器件和集成电路产业，提供用户集采、聚合竞标和自助撮合三类模式，用“更大的交易规模”实现“更低的采购总成本”，从而实现“聚量引擎”自驱式发展。

“交易中心更加注重加强买卖双方沟通，收集、整合、分析采购需求，打破客户和供应商之间不对称和信息延迟滞碍，交易更加透明高效。”陆志鹏表示，交易中心致力于畅通上下游对接渠道，利用大数据手段整合行业需求信息，促进上下游供需匹配。此外，交易中心将推动海关、金融、税务等数据协同与利用，联合海关、税务、银行等机构开展跨境业务，为企业提供供应链金融服务。设立电子元器件和集成电路检测认证及实验平台，加快完善相关标准体系，降低相关测试认证成本。

“希望通过鼓励、引导全球知名基础电子元器件和芯片公司及上下游企业(含各品牌商、分销商或生产商)，依托交易中心开展销售、采购、品牌展示、应用设计、售后服务等，最终优化整体的元器件供应链。”王世江表示，希望通过交易中心降低集成电路供应链总成本，优化产业链生产要素自由流通、整体管理，最终为实现国产元器件产业的做大做强提供保障。“交易中心将以市场化为导向，充分发挥互联网技术优势，结合电子元器件和集成电路应用范围广、技术迭代快的特点，实施市场化、动态化的电子元器件和集成电路交易机制，实现交易中心健康、高效、持续运营。”

本版编辑 周雷 吉亚娇 美编 倪梦婷