

房地产周评

深挖改善性住房需求潜力

从

在当前房地产市场中，“支持刚性和改善性住房需求”是政策层面多次强调的，“对购买第一套住房的，要大力支持；对购买第二套住房的，要合理支持；对购买三套以上住房，原则上不支持”。无论是眼下促进房地产市场的企稳回升，还是从较长时间阶段看，改善性住房需求的潜力都需进一步挖掘和释放，这是因为改善性需求的空间大，在市场中占比将日益提升，更好释放改善性需求将成为促进房地产市场平稳健康发展十分重要的举措。

通常认为，改善性需求至少是第二次置业，最普遍的是将现有住房以小换大。“七普”数据显示，2020年全国城镇居民人均住房建筑面积达到38.62平方米。从国际经验看，人均住房面积的增长与经济发展水平和收入增长正相关。随着我国经济社会发展，人们对“住上更大面积房子”的改善性需求还将有所增加。当前我国城镇化率已达63.9%，仍有较大上升空间，但随着城镇化率增速较之过去趋缓，城镇新增常住人口数量的增长速度也将有所下降。相对改善性需求比刚性需求有更大提升空间。可以预计，在很多城市，改善性需求在新增城镇住房总需求中的占比将逐步超过半数，以小换大，以旧换新将成为相对主力的需求。有研究显示，当前北京住宅市场中的改善性需求占比已经超过50%，成为住宅市场增长的主

如何更好满足改善性住房需求？从中长期来看，是建设和改造更多高品质的房子。眼下，应该切实落实好合理支持改善性住房需求的相关政策。同时，应适时降低改善性需求的置换成本。一些城市改善性需求的门槛相对较高，在坚持“房住不炒”的基础上，有进一步下调的空间。

要动能。

更好满足改善性需求有助于扩内需。2022年底的中央经济工作会议在对着力扩大国内需求作出部署时明确指出，支持住房改善等消费。房地产是支柱产业，对经济的带动作用强。从发达国家的经验看，即使进入城市化高度发展阶段，与住房相关的消费仍是最重要的内需之一。住房改善不仅是单纯的购买住房的支出，配套设施建设、服务完善提升均有很强的扩内需带动作用。从更广阔视野看，更好满足改善性住房需求有助于留住人才，进而促进城市产业发展和带动作用。

改善性需求不仅是居住面积的增加，更是居住品质的提升。我国住房发展已经从总量短缺转为结构性供给不足，进入结构优化和品质提升的发展时期。人民群众对住房的要求也从“有没有”转向“好不好”，从

“住有所居”到“住有宜居”，不仅需要更宽敞的居住空间，还希望有完善的生活配套、优质的物业服务、合适的通勤距离、良好的社区治理等。从好房子到好小区，从好小区到好社区，从好社区到好城区，改善性需求空间很大。

满足改善性需求不仅需要新建住房，还涵盖存量住房的更新改造，以及满足更多适老化住房需求。毋庸讳言，过去二十余年商品房市场快速发展阶段，城镇大量住宅小区拔地而起，以量的优势基本解决了住房短缺问题，但高品质住宅并不多。随着改善性需求逐渐成为主力，以及人们对居住品质的要求提升，市场对高品质住宅的需求势必越来越多。房企之间的竞争或许会从过去主要靠加快建设周转速度提升盈利空间，转向以品质取胜。存量住宅往往有地段优势，配套成熟，随着城市从过去大拆大建过渡到城市

更新的新阶段，存量住宅的优化和升级也可以成为改善性需求不错的二次置业选择。老龄化社会加速到来，与老年人居住需求相匹配的新建住宅和二手住宅，以及经过加装电梯等适老化改造的小区，都将迎来更多改善性需求的关注。

如何更好满足改善性住房需求？从中长期来看，是建设和改造更多高品质的房子。眼下，应该切实落实好合理支持改善性住房需求的相关政策。一段时间以来，很多城市均对过去限购、限贷等限制性措施进行了调整优化；有关部门也出台了换房享受个人所得税退税优惠等举措。同时，应适时降低改善性需求的置换成本。当前改善性需求的首付和贷款负担均显著高于首次置业，但从总体而言，有改善性需求的家庭收入水平和抗风险能力均较高，因此，可以进一步因城施策对改善性需求的首付比例和贷款利率进行调整优化。一些城市改善性需求的门槛相对较高，在坚持“房住不炒”的基础上，有进一步下调的空间。



本报记者

黄鑫

□ 本报记者 刘瑾

产业聚焦

打造棉花产业新优势

大宗农产品棉花，在国民经济发展中扮演着重要角色。在中国供销集团所属企业——全国棉花交易市场日前主办的2023“CNCE棉花发展年会上，中华全国供销合作总社党组成员、理事会副主任侯顺利表示，面对复杂严峻的内外部形势和不确定性增多等因素，中国棉花产业迎难而上、负重前行，产业链供应链韧性得到进一步提升。

数字化取得积极成效

2022年，对棉花行业来说是极不平凡的一年。这一年，受西方制裁打压新疆棉、疫情等多重因素叠加影响，国内棉花市场剧烈波动，近十年来首次出现购销价格、期现价与内外棉价格的“三重倒挂”，棉花需求减少、价格大幅下滑，经营不确定性增多、风险增大。

全国棉花交易市场作为中国供销集团的重要板块企业，多年来一直专注于服务棉花产业。全国棉花交易市场董事长丁好武表示，过去一年，国家积极应对，因时因势动态调整优化疫情防控政策，及时出台针对棉纺织行业的税收、融资等优惠政策，帮助行业克服各种超预期因素影响，2022年我国纺织品服装出口总额同比增长2.5%，推动我国棉花及纺织服装行业实现稳中有进。

据国家统计局公布的全国棉花产量数据显示，2022年全国棉花产量597.7万吨，同比增长4.3%。

棉花产业的平稳运行，离不开数字技术的赋能。当前，数字经济已经成为推动我国经济发展质量变革、效率变革、动力变革的新动能。党的二十大报告强调，要“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群”。

数字新技术的涌现和广泛应用，给棉花产业发展带来了翻天覆地的变化。以全国棉花交易市场为代表的一批涉棉企业，在数字化发展方面取得了积极成效，从棉农到棉花厂、仓库再到纺织厂，每一个棉农、每一包棉花都有数据记录，有力推动了棉花产业经营模式的变革。

“自2004年以来，中国棉花尤其是新疆棉花自种植至交易各环节都已经实现数字化，构建了棉花全产业链大数据中心，使得棉花成为目前唯一一个实现全产业链数字化的农产品。”全国棉花交易市场副总经理沈浩强介绍，全国棉花交易市场积极推动提升我国棉花产业数字化水平的同时，不断探索大数据在棉花产业中的应用，推动产业数字化转型。随着数字棉花的不断成熟和智能棉业的快速发展，中国棉业的发展将形成良好的数字生态圈。

对于棉花产业未来的数字化方向，侯顺利指出，要加快推动商业模式优化创新，以数字化激发全行业创新活力和创造潜能，实现产业链再造和价值链提升，带动我国棉花产业在新的高度打开更广阔的发展空间。同时，要加快推动全流程数字化闭环管理，将数字化应用到种植、加工、检验、仓储、物

流、消费等产业链各个环节，赋能棉花产业高质量发展。

维护供应链安全稳定

3月17日，中国棉花协会发布棉纺织企业调查报告显示，2月，中国纺织企业使用新疆棉占总用棉量的86.78%，较上月增加0.34个百分点。

新疆地区的自然地理条件，非常适宜棉花的种植生长。近年来，受种植结构调整等因素的影响，有的地方棉花种植面积有所下降；同时，国家对新疆地区实施棉花目标价格补贴政策，调动了棉农的生产积极性，使得全国棉花种植持续向优势产区集中，目前新疆棉花种植面积处于国内绝对领先地位。

世界棉花看中国，中国棉花看新疆。新疆维吾尔自治区人民政府副秘书长、自治区棉花产业发展领导小组办公室副主任梁勇表示，棉花产业是新疆经济发展的支柱产业，具备突出的资源优势，同时发展也存在一些问题。今后将以建设国家优质棉基地、提升棉花品质和延伸棉花产业链为着力点，以加快棉花及纺织服装产业集群建设、棉花产供储销体系建设和推动国家级棉花棉纱交易中心创新发展、实现期现联动等公共服务体系建设为抓手，不断提升自治区棉花产业链供应链韧性和安全水平。

产业链供应链的安全稳定，是保障经济平稳、供需平衡的基础和支撑。侯顺利指出，要坚守底线思维，不断优化棉花生产布局，多渠道保障纺织原料供应，持续提升棉花产业链供应链韧性和安全水平。

侯顺利表示，在产业布局上，要在稳定新疆这个我国最大优质商品棉生产基地的基础上，适度恢复相关产区棉花种植；在纺织消费上，鼓励以内销为主的纺织企业加大新疆棉使用比例，并持续推进中国棉花可持续发展项目，加快建立新疆棉花认证评价体系，促进新疆棉花销售；在风险防控上，要立足棉花大宗商品属性，把防范和化解风险挑战摆在更加突出的位置；在产业体系上，要坚持融合发展，形成棉农增收、棉业增效、棉区繁荣、纺织受益的多赢局面，打造利益共享的现代产业体系。

推动产业高质量发展

近日，中国棉花预警系统对全国重点定点纺织企业调查显示，受国际需求偏弱、供给量充裕等影响，2月纺织品产量小幅增长，成品和原料库存均有所增加。不过，尽管内外部形势复杂，我国棉花产业仍被认为有能力也有条件应对变局和挑战。

新疆棉花目标价格政策等一系列支持政策，保障了棉花生产、加工、流通、纺织全产业链的持续健康发展。2023年中央一号文件明确提出，“完善棉花目标价格政策”，为我国棉花产业发展提供持续稳定的支持。

与此同时，韧性十足的经济和潜力巨大的国内市场，将为棉花产业发展提供最强支



图为位于江苏省南通市崇川区的江苏大生智慧纺纱厂生产车间。
许丛军摄（中经视觉）

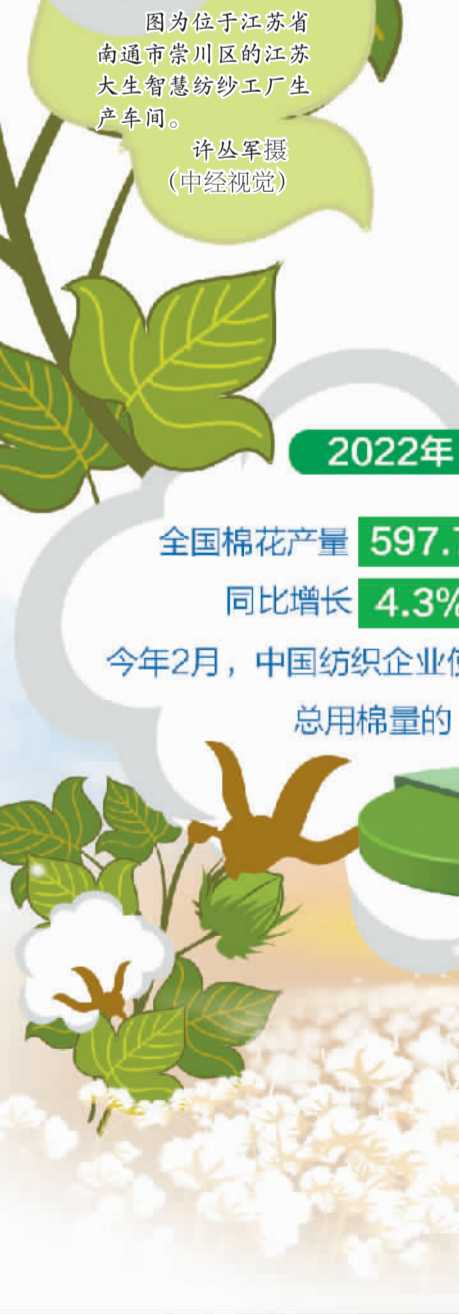
撑。我国有全球最完整的产业链供应链，拥有数量众多、规模庞大、分工细致的产业集群，纺织服装出口额占国际同类商品贸易总额的三成以上，2022年在困难的形势下出口再创新高。

“随着下游服装纺织行业的复苏，棉花需求端仍有发力预期。”天眼查数据研究院高级分析师陈侠介绍，我国棉花产业相关企业现有32.1万余家，企业注册在2020年至2022年的3年间呈整体上升趋势，新增注册企业年度平均增速为37.8%，尤其是2022年度新增注册企业数达8.4万余家，为近年来最高，显示出市场对棉花行业的信心。

在丁好武看来，我国拥有丰富的棉花资源、先进的纺织技术和完整的产业链条，只要紧紧围绕高质量发展首要任务，进一步加快创新步伐，不断推动技术创新、服务创新、业态创新和商业模式创新，突破产业上下游关键环节的发展瓶颈，用好我国超大规模市场优势，充分释放消费潜力，就一定能塑造出我国棉花产业发展新优势。

据介绍，2023年，全国棉花交易市场将继续坚持系统观念，突出问题导向和目标导向，着力打造一流的棉花供应链综合服务平台，为棉花和棉纺织产业的高质量发展作出新的更大贡献。

“中国棉业高质量发展需应变局开新局，不断提升产业竞争力，以高质量供给引领和创造新需求，推动我国由棉业大国向棉业强国转变。”侯顺利强调。



我国家电业正由“以新增需求为主”的增量市场步入“以更新换代为主”的存量市场，但产业发展仍不乏亮点。中国家用电器协会数据显示，2022年，全国家电行业主营业务收入为1.75万亿元，同比增长1.1%；实现利润总额1418亿元，同比增长19.9%。

在日前举行的京东家电合作伙伴大会上，中国家用电器协会执行理事长姜凤表示，近三年来，即使受到各种不利因素影响，家电市场依然不断释放出新的机遇与需求，涌现出不少快速发展的品牌和产品。所以无论环境如何复杂多变，加强供给侧管理，积极洞察用户需求，努力创新供给始终是推动家电行业发展的核心和出发点。

“我国传统大家电产品户均已达百台水平，产品饱和度高，家电行业发展一方面要通过产品结构升级，激发传统产品的换新，另一方面是在研究消费需求特点的基础上，通过新品类、新场景，寻找增量。”中国家用电器协会副理事长徐东生说。

如何从存量市场寻找增量？渠道下沉是多个家电企业的共识。小熊电器创始人、董事长李一峰介绍，小熊在京东的销售额从最初的几百万元到破亿元、到十亿元并继续前进。目前小熊跟着京东渠道下沉已合作超1万家店，包括城市旗舰店等。

TCL实业副总裁、TCL电子CEO张少勇表示，家电行业经历了四个阶段的变革，分别是制造为王、渠道为王、产品为王、用户为王。2000年之前因为供需紧张，是“制造为王”阶段，竞争要素是产能+质量；2003年至2015年期间是“渠道为王”阶段，竞争要素是渠道效率；2015年之后以京东为代表的线上渠道崛起，渠道发展趋向稳定，回归到“产品为王”阶段，竞争要素是产品差异化、创新；2020年开始进入“用户为王”阶段，竞争要素是用户黏性、产品领先以及高效运营。这要求品牌洞察用户需求，提供真正满足他们需求的产品或服务。

京东家电家居业务相关负责人认为，除了发挥一体化供应链优势，京东家电还必须找准家电市场趋势。比如，随着生活品质的提高，消费者对“家”的需求多元化、更个性化，原本被切割开来的硬装、软装、购置家电和家居等环节被统一包揽下来。家电家居一体化带来的“家场景消费”，成为京东家电必须面对的新趋势和新挑战。

从存量市场寻找增量，“要看到疫情前就呈现出的家电消费升级趋势没有因疫情而发生改变。高端产品、新品类、新技术类产品成为拉动市场增长主要引擎。后疫情时代，我国消费市场呈现关注健康、注重安全、智能生活、绿色可持续、乐于尝新等新趋势，这将推动家电消费和服务持续升级。”徐东生说。

科技创新已成为市场增长的主要驱动力。中国家电行业正在加强基础研究和原始创新，构建基于全球市场及用户需求的创新体系，原创产品越来越多，核心技术、关键技术也正在取得突破，近年来创新产品、新品类不断涌现，给家电市场带来亮点和活力。

家电渠道已发生深刻变革。新冠疫情加速了渠道变革进程，呈现线上零售与线下体验店相融合、数字化技术赋能的全渠道新型零售模式。根据奥维云网零售监测数据，2022年家电零售市场，线上零售额占比达56%，数智化高效率渠道已成主流。

京东将从成本、效率、产品、价格、服务这五个方面帮助家电业持续提升竞争力。减少流通环节，降低产业链成本；通过智能供应链预测和协同，帮助企业提升库存周转率；基于对消费者需求和对市场趋势的精准把握，携手家电企业提升新品研发效率；通过完整的物流网络，使商品和新品高效触达各线级消费者；通过优化产业链利润分配以及用技术提升效率，给上游更多空间，让消费者享受低价等。

“契合消费者需求的产品才能受到市场欢迎，进而激发市场活力，成为增长动力。要从用户使用场景出发，以用户思维开展创新，切实提升用户使用体验，更好满足消费者多样化、多层次和个性化的需求，挖掘存量市场中的潜在需求，更重要的是通过新产品、新品类、新场景，创造新增量。”徐东生说。

本版编辑 周雷 吉亚娇 美编 夏祎