

房交会新特点传递楼市新风向 从“有房住”到“住好房”

记者 黄欢

成交住宅274套、商铺2间,购房补贴总金额超一千万……这是6月20日闭幕的2024衢州四省边际中心城市房交会交出的成绩单。

在房产利好新政频出、多重优惠政策叠加的背景下,此次房交会呈现出几个新特点:市民看房、购房热情高涨;刚需、置换的购房者占比较大;外地人来衢购房占比逐渐增大……这些变化在一定层面上,也传递出衢城楼市在未来一段时间的新风向。



在房交会参展楼盘展位上咨询、洽谈的市民。 资料图



房交会总服务台的政策咨询处、补贴申请处。 资料图

多重政策刺激需求释放

契税补贴、房贷利率下调、公积金贷款首套房首付比例调整……房交会开幕前,各类利好政策不断刺激着楼市。

而此次房交会期间,更是发

了个人购房消费补贴,进一步降低了居民购房成本,减轻了购房压力,促进刚需及改善性住房需求的释放。

多重利好政策叠加,进一步提

升了购房者的消费意向,也让房企增加了迎接购房热潮的底气。

“现在购房者的积极性比较高,因为各项利好政策的出台,刺激了对有改善性购房需求的群体,也吸

引了之前徘徊观望的群体前来咨询、看房、购房。”一家楼盘的销售人员刘先生告诉记者,他所在楼盘项目最近两周带看量增长了50%,成交量与一个月前相比有明显提升。

从“有房住”到“住好房”

尽管各项利好政策频出,但房地产业仍处于调整态势中,行业正在全面回归以产品力为主导的竞争赛道。各房企产品迭代出新,配套日渐成熟,都在努力提升居住体验。

“当下,房地产市场已经进入存量与增量双轨并行发展阶段,摆在很多开发商面前的问题是,如何转型成为美好生活服务商。”有业内人士指出。

随着住房消费市场日趋成

熟,人们对配套和景观的关注程度越来越高,而集观赏、休闲与实用性为一体的小区受到更多青睐。在“住得更好”的需求下,消费者对房屋的结构、空间、功能、个性化等属性综合定义。“我们想买一套改善型住房。”在此次房交会现场看房的市民王女士表示,她更倾向于有舒适的居住环境、配套设施齐全、房屋户型结构人性化的楼盘。

“近两年来,消费者在购房时

不再只看广告和沙盘了,更加注重楼盘的景观和配套。”某楼盘销售人员张女士告诉记者,为了加快房子回归居住属性,他们公司在项目设计前期,尽量增加了小区园林景观和绿化休闲占地,让人感觉有更大活动空间。

“来不来地段,买不买看户型。”销售人员张女士介绍,他们在一些细节上做足功夫,特别是在户型设计上,“我们有专门的户型设计团队,市场部会依据过往数据并

结合当地客户需求喜好等多重因素,提出户型设计整体方案。”

“房子是用来住的。”有业内人士分析,随着购房者置业理念越来越趋于理性化,对选择的楼盘有着更多要求,如今的房地产市场越来越多的产品被推出,购房者可选择的余地比较多。在对比中,购房者会选择更加适合自己的房子,如今不少人的置业理念已经从曾经的“有房住”向“住好房”转变。

守住业主的“钱袋子” 我市开展小区公共收益管理 不规范问题专项治理

本报讯(记者 黄欢 通讯员 汪霞 毛圣玮) 利用广告位、停车位、物业经营用房等小区共用部位、共用设施设备进行经营所得的收益,属于住宅小区公共收益,在扣除合理成本之后的盈利属于业主共有,也就是属于业主的“钱袋子”。这笔钱应当定期公示,供业主查询。

为推动小区公共收益管理更加规范透明,实现住宅小区公示公开制度覆盖率达100%,今年以来,市住建局持续开展住宅小区公共收益管理不规范问题专项整治工作,并在4月印发了《衢州市住宅小区公共收益管理不规范问题专项治理工作方案》的通知,要求健全完善住宅小区公共收益使用管理制度、财务审计制度、公示公开制度等基本制度。

到目前为止,全市共741个小区,有公共收益的有384个,占比51.8%。在市住建局前期摸排过程中发现,部分小区存在业委会成员对小区公共收益概念模糊,小区公共收益的分配、管理和使用等方面存在不明确、不规范,前期物业未公示住宅小区公共收益金额以及用途,业主知情权得不到保障等问题。

“接下来,我们将摸排公共收益

的来源,掌握小区的资产资金底数。各县(市、区)物业主管部门明确辖区小区公共收益的来源和范围,制定详细的公共收益管理制度,包括收入管理、支出管理等方面,明确收取标准、使用范围、审批流程等。”市住建局相关负责人介绍。此外,各县(市、区)物业部门和街道、社区指导督促住宅小区公共收益管理人(单位)将按照规定在住宅小区醒目位置、“邻礼通”和“浙里物业服务”平台,公示公布住宅小区公共资产、资金清单、公共收益使用情况、审计报告等相关财务报告及其他需要公开的信息。同时,通过第三方考评的方式,对物业服务企业服务项目进行综合考核,考核内容包括物业服务规范提升、公共收益支出、公共收益公示、物业管理等,加大小区公共收益使用规范的考核力度。

“以整改见实效,切实解决老百姓急难愁盼问题,以实际行动推进好小区、好社区建设。”市住建局相关负责人表示,为了更好了解住宅小区公共收益管理不规范情况,市本级和县(市、区)均设立了监督举报电话,并在清廉衢州、政务网站等向群众公开。自公布电话以来,共接到群众反映电话22起。

杭州6月新房成交9460套 时隔5个月再度反超二手房

整个6月份,杭州新房市场颇为热闹,除了红盘“闹猛”,拼社保、限售的情况频现,新房成交量也达到今年以来最大值,时隔5个月再度反超二手房。

据潮新闻美好生活研究院数据显示,6月份杭州新建商品房成交9460套,环比增加41.9%,同比去年也有6.4%的涨幅。

值得一提的是,6月新房的成交量超过二手房的8849套,是杭州时隔5个月,新房成交量再次超过二手房,上一次出现这种情况还是去年12月。

今年1-5月,杭州二手房成交量一直是高于新房的,特别是3月份杭州全面放开二手房限购,以及市区老破小成交火热,二手房成交势头迅猛,与新房成交量拉开较大差距,4月二手房成交甚至反超新房3700多套。

“5·9新政”杭州全面放开限购以来,新房市场活跃度上升,5月新

房成交量已有了明显增加。进入6月,随着购房首付比下调、房贷利率下降等政策叠加,政策效应持续释放需求,新房流动性加快,缩小了与二手房成交量之间的差距。

一位业内人士分析,6月新房成交量飙升除了政策原因,和供应也有关系,他指出,6月入市的红盘数量多,有十多个,是今年来红盘供应最大的月份。另外,到了年中,各房企都要冲业绩,所以会出现集中网签的情况。

“接下来,新房在一波供应高峰过后,成交量会有明显的波动,而考虑到二手房是以价换量的结果,预计成交量还会高于新房,并再次拉开一定的差距。”杭州贝壳研究院院长上官剑分析道,尽管市场仍处修复阶段,但杭州高端改善市场需求依旧强劲,市中心热门楼盘摇号仍然不容易。

据潮新闻

以价换量 杭州6月二手房成交8849套

8849套!6月份,杭州二手房市场热度持续,成交量创下15个月以来的新高。6月的二手房市场呈现供需两旺的景象,也与3月、5月多波新政利好的持续刺激推动有关。

从成交量来看,低总价的刚需二手房仍是6月的主流。其中,老小区继续发力,尤其采荷小区6月成交了47套,也是今年来的新高;次新房中和品小区的成交量保持在高位,6月又成交了22套。

不过高成交量的背后依旧是以价换量,杭州贝壳研究院的数据显示,6月成交前20的小区中,七成以上小区签约均价相比5月有下滑。

6月老小区的成交量继续保持领先的态势,且老小区的价格已经开始止跌,但价格仍在低位。大多中介预计老小区置业的热情将持续至下

半年,毕竟对于不少刚需购房者来说,一百多万在市中心买一套房,具有较高的性价比。

有业内行家分析,杭州连续四个月成交量过8000,背后的原因有两个方面:一方面,市场还是持续以价换量,打动刚需下场购房;另一方面,“3·14”新政、“5·9”新政一波接一波,全面取消限购、降息、降首付等多个政策叠加效应,市场的预期发生变化,客户观望氛围有所松动。

6月成交榜单中,有不少小区出现了成交量大涨。像未来科技城6月共签约二手房207套,也是今年以来的新高。不过未来科技城的价格也是近一年来的新低,贝壳平台显示,未来科技城6月挂牌均价4.17万元/㎡,去年7月的挂牌均价为4.83万元/㎡,跌幅约14%。

据潮新闻

驾校“AI教练”上岗

近日,我市已有15辆智能教学教练车在衢州市区两家驾校首批上线,为基础和场地驾驶项目(科目二)提供教学。

AI教练车和普通教练车外形基本无异,主要区别在于副驾驶的教练员换成了AI教练。车内集成的AI智能教学系统通过各种设备实时感知训练情况,并通过智能交互、智能操作等方式进行驾驶教学,能够对学员培训的过程和学习效果进行精准记录、分析和反馈,并给出个性化的指导建议。

AI教练车能够以毫秒级反应速度和厘米级精度对车辆的状态进行预判和控制,在车辆达到安全限速、安全间距过小、驶出划定红线等危险驾驶操作行为发生时,实现自动停车。

图为负责现场教学、远程监控教学和安全应急保障的驾校管理员,在智能监控中心通过大屏幕指导学员培训。

记者 黄欢 通讯员 余韶晗 张荣 摄



6月车市销量将略有上升,二手车延续下降走势

中国汽车流通协会预计,6月乘用车新车终端销量与上月相比将小幅上涨,约为175万辆。值得注意的是,尽管6月车市销量环比将略有上升,但经销商经营状况仍不理想。为冲击半年度任务目标,6月经销商库存增加,成交价格继续下探,“以价换量”现象较多,新车降价导致消费者观望情绪增加。

二手车方面,6月汽车市场进入传统销售淡季,二手车市场延续5月下降走势。从6月1日到23日,二手车共交易116万辆,与5月同期相比下降4.5%,但与前一周相比有所收窄,表明市场正在逐步走出低谷。

7月1日,中国汽车流通协会在月度形势分析会上表示,6月,

多地进入农忙季节,天气炎热,南方多雨等季节因素对经销商集客、成交有不利影响;但在“以旧换新”政策、端午假期、“618”大促以及经销商半年冲量策略的共同助推下,6月乘用车新车终端销量与上月相比将小幅上涨,约为175万辆。

值得注意的是,尽管6月车市销量环比将略有上升,但经销商经营状况仍不理想。流通协会介绍,为冲击半年度任务目标,6月经销商库存增加,成交价格继续下探,“以价换量”现象较多,新车降价导致消费者观望情绪增加。

数据显示,2024年6月中国汽车经销商库存预警指数为62.3%,同比上升8.3%,环比上升4.1%。政策方面,“以旧换新”政策效

果在逐步释放中,目前全国提交报废补贴申请已经超过11万次。但流通协会表示,短期内政策对车市的推动作用尚不明显,仅有不到20%的消费者进店咨询了相关政策,且实际成交的比例不足10%,大多数经销商认为目前仍以政策宣传为主。

对7月的预期,流通协会表示,7月市场整体表现将与6月持平,经销商对下半年汽车市场预期较为谨慎,认为汽车市场整体维持去年水平。

二手车方面,据流通协会介绍,6月汽车市场进入传统销售淡季,二手车市场延续5月下降走势。从6月1日到23日,二手车共交易116万辆,与5月同期相比下

降4.5%,但与前一周相比有所收窄,表明市场正在逐步走出低谷。

二手车交易量的下滑,与新车价格的走低不无关系。根据经销商反馈,新车价格的下降吸引部分二手车潜在客户转而购买新车,近期二手车交易价格波动较大,导致消费者观望情绪加重。

谈及对7月预期,流通协会认为,7月二手车市场情况同6月基本相当或略有好转。新车在经历了二季度激烈的价格战后,7月新车成交价格有望企稳,二手车交易将趋于活跃,有望扭转持续下滑的走势。从长期来看,我国二手车市场规模、政策环境、市场结构等基本方面没有发生根本改变,长期趋势仍然向好。

据中国经济网

上半年召回乘用车超407万辆 特斯拉量大、奔驰高频

上半年,国内乘用车召回市场形成“高位开局、逐级下降”的走势,涉及32个品牌、66批次的4077203辆乘用车被召回,同比增长64.77%。

以品牌来看,上半年,特斯拉是唯一召回数量超过百万辆的品牌,其共分3批次召回了1632179辆乘用车。但值得注意的是,特斯拉发布的3起召回,均是通过汽车远程升级(OTA)技术为车辆免费升级软件,从而消除隐患,实属“无感召回”。本田(包括讴歌)、奔驰则因问题燃油泵而共计召回了803686辆乘用车。

据国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心数据,6月,国内乘用车召回规模“再下一个台阶”,共14个品牌合计召回乘用车133989辆,环比下降45.50%,成为上半年内最低点。

由此,上半年国内乘用车召回市场形成了“高位开局、逐级下降”的走势。具体来看,2024年首月,乘用车召回规模以2550965辆的水平高位开局,是自2021年4月以来的召回新高;单月召回规模甚至超过2022上半年和2023上半年的整体召回数量。此后,乘用车召回规模呈现逐级下降,2月-3月回落至40-50万辆水平,4-5月降至20-30万辆水平,6月再降至10-20万辆水平。

值得注意的是,随着汽车技术、智能化的提升,汽车“召回”形式已发生了巨大变化。上半年特斯拉发布的3起召回,均是通过汽车远程升级(OTA)技术为车辆免费升级软件,从而消除隐患,实属“无感召回”。

据中国经济网