

# “金九”失色 楼市入市项目数量降至冰点

□本报记者 于萍

进入楼市传统“金九”旺季,众多开发商纷纷加大推盘力度,为全年销售目标冲刺。不过目前“金九”销售情况却有些失色,令9月销售平添压力。业内预计,“金九”楼市销售仍难乐观,“银十”或将面临供应下滑的考验。继8月房价环比下降后,9月70个大中城市的房价同比增幅已面临由升转降的压力,房价走势或将迎来拐点。

## 8月房价连续下调

统计局最新发布的数据显示,8月份70个大中城市中,有68个城市的新增住宅价格出现环比下降,仅厦门出现环比上涨,温州环比持平。业内人士表示,房价已经连续下调四个月,至少到2015年一季度才可能出现明显企稳。

根据中原地产统计,8月70个大中城市新增住宅平均跌幅达到0.93%,二手房住宅平均跌幅达到0.8%。环比持续4个月下调,同比拐点也接近出现。目前新增住宅平均价格指数同比仅上涨0.54%,二手房住宅价格平均同比上涨0.11%。

可以看到,共有47个城市的新增商品住宅价格环比跌幅超过1%,其中杭州环比跌幅高达2.1%,创下历史纪录。一线城市跌幅也全面加速,北京环比下跌1.2%,上海广州环比下跌1.3%,深圳环比下跌1.1%。在二手房方面,70个大中城市中,有67个城市出现环比下降,而同比下降的城市数量也达到32个。

市场人士认为,由于此前爆发式的价格上涨已经透支需求,再加上部分城市过度的房地产投资,以及资金面紧张等因素叠加,使得房地产市场经历深度调整。9月70个大中城市新增住宅平均增幅或将出现同比负增长。

去库存已经成为当前房企面临的最大挑战。统计显示,8月商品房待售面积达到56160万平方米,这一数据自2012年4月以来已经连续29个月保持上涨。与2012年3月30122万平方米的低点相比,目前全国商品房待售面积增幅达到86.4%。

“2014年楼市变化的速度远远超过了市场之前的预期。”中原地产首席分析师张大伟认为,在整体告别绝对短缺后,楼市已经进入白银时代。本轮市场的调整周期将起码延续到2015年年初。一二线城市在价格调整后,需求会继续入市,但三四线城市调整期可能更长。



## 9月销售成色不足

上海易居房地产研究院数据显示,9月1日-15日监测的20个典型城市新建商品住宅成交面积约431万平方米,环比下跌约6%。“金九”上半场成色较淡,或拖累9月整个行情。

统计显示,20个城市中,有11个城市出现了成交环比下跌,占比约六成。一二线城市的新建商品住宅成交面积环比增幅分别为-18%、-6%和18%。其中,一线城市8月份市场成交相对较好,但9月份市场动力不足。二线城市的行情与一线城市类似,虽然救市力度加大,但成交量反弹面临阻力。相比之下,三线城市在8月份同期行情并不好,但在9月上半场出现了较明显的反弹。

具体来看,东莞成交量环比增幅最大,达到58.7%。九江、贵阳、扬州等城市的成交量环比增幅也都在30%以上。北京、上海的成交量则分别环比下降了37.7%和10.7%。

“即使在目前的救市环境下,成交量的恢复依然是磕磕碰碰。”上海易居房地产研究院研究员严跃进认为,未来一些地方政府或许会加大商业银行信贷投放力度和规模。但在一线城市的楼市政策没有松绑的情况下,开发商降价促销力度会加大。

在市场下行、销售承压的情况下,房企土地储备也明显谨慎起来。中原地产研究部数据显示,20大标杆房企购置土地单月额度连续多月锐减,4-8月连续5个月不足200亿元,最近3个月更是在百亿元徘徊。9月1日-16日,20大房

企拿地合计金额仅18.34亿元。前九月,20大标杆房企合计拿地金额为1873亿元,同比减少了49%。

“标杆房企不拿地,主要是因为去库存。但不拿地的举动对土地市场的影响越来越大,地方政府的财政压力也逐渐增加。”张大伟表示,部分城市的土地价格已经开始出现下调迹象,预计一二线城市的土地价格后续有望出现调整。

## 入市项目数量降至冰点

经历了前期大幅供应后,楼市10月的开盘数量正初露疲态。从北京市目前披露的10月开盘项目看,仅有22个项目

## 主流房企不积极 海外项目唱主角 北京秋季房展会冷清开场

□本报记者 姚轩杰

9月18日,2014年北京秋季房地产展示交易会开幕,展出来自国内外的600多个项目。但据中国证券报记者观察,本次房展会较往届冷清,参加房展会的房企和购房者并不多。

据组委会介绍,本届展会将有600多个项目参加,尽管项目数量、类型、规模、区位均再创历史新高,但旅游地产和海外地产占据了多半,仅国外项目就占360多个,北京仅有11个开发商携28个项目参展,占整个项目数量不到5%。北京参展项目全部在五环外,多数位于顺义、怀柔、房山、门头沟等远郊区县。

计划入市销售。业内预计,由于销售压力,开发商在年底的价格战或更加激烈。

根据亚豪机构统计,10月北京商品住宅市场预计仅有22个人入市销售,其中包括12个纯新盘以及10个老项目后期。在9月阶段性冲高之后,10月楼市项目开盘入市意愿降至年内冰点。

据了解,10月预计入市的项目中,有多个位于海淀区以及朝阳区的中高端项目,包括泛海国际、华润万橡府以及紫玉公馆等,其中华润万橡府预计售价高达65000元/平方米。此外还包括通泰国际公馆、住总万科金域华府、首开国风美唐朗观等刚需盘,以及部分商住类产品。

业内人士认为,北京调控新思路中除了“高端市场有调控之外”,“中端需求有支持”则重申将继续向符合购房资格家庭,特别是无房家庭提供自住。自住型商品房入市使得部分房源重合的郊区刚需盘不得不通过降价争抢客源,这使得刚需类商品住宅项目面临巨大压力。

亚豪机构副总经理任启鑫表示,在经历了将近四年的长期限购之后,今年以来全国各地纷纷传来限购放开的声音,目前依然坚持限购的仅剩7个城市。当前北京市场预期也开始发生转变,需求无法突破,供应方的压力不断加大,开发商需要制定相应价格策略加以应对,原本预计下半年入市的部分项目将不得不推迟入市,10月份将会上出现短期供应断档。

## 主流房企不积极 海外项目唱主角

## 北京秋季房展会冷清开场

而且,记者在现场看到,北京多数主流房企均为参加此次房展会,比如北京万科、保利、首开、首创、融创等。而像河北、天津、海南等地的项目占据了场馆的主要区域。

在当前楼市下行的态势下,开发商纷纷降价促销,本届展会几乎所有项目都有优惠。9月、10月,多数开发商都想要出货回流资金。”中铁建·国际花园的销售员坦言。

尽管优惠成了房企的标配,但本届展会的观展人数并不多。记者观察到,对比今年3月的春季房展会,秋季房展会的人流量明显减少,很多房企展台更是无人问津。据一位发单人员介绍,今年是销售比买房的人多”。

# 白云山金戈销售额剑指10亿元

## 10月底正式铺货

□本报记者 黎宇文

伟哥售价多到90元/粒至136元/粒,导致部分消费者购买能力受到限制。金戈定价将明显低于国外的同类药。”

在产能方面,白云山制药总厂片剂车间设计产能达到40亿片/年,能满足金戈的市场需求;同时,广药白云山旗下白云山化学药厂还具备生产金戈原料的资质,完整的产业链让金戈更具成本优势。

值得注意的是,在品质方面,按照国家食品药品监督管理总局一致性评价标准,金戈在杂质、杂质谱、溶出行为等一致性对比研究上与“万艾可”一致。

在产品规格和外包装上,金戈将以50mg/粒的剂量单位,分为一粒装、两粒装、三粒装、四粒装和十粒装等5种不同的包装规格,在不同细分市场采用不

同的包装规格和色彩搭配。“金戈的剂量是50mg一粒,这是专门为中国人设计的科学剂量,因为东方人与西方人在体型上有较大的差异。”白云山有关负责人强调。

## 药店与医院渠道并重

在金戈的产品渠道上,据王文楚介绍,将在零售药店与医院渠道方面并重,这也是广药白云山的最大优势。

在药店渠道上,广药白云山有着庞大的销售网络,在医药行业均名列前茅,负责金戈销售的广州白云山制药总厂医院渠道和团队都非常的优秀。“白云山金戈将借助广药白云山强大的药店医院和渠道优势迅速铺货打开局面。同时加强患者教育,提高患者就诊率,使得更多的患者提

高对ED的认识。”王文楚表示。

当天白云山与大参林、海王星辰等国内排名前列的多家连锁药店就金戈的销售签署了合作协议。专家预计,金戈有望成为中国ED药物的第一品牌。

“未来,白云山还将开发系列伟哥产品,包括开发中药伟哥、抢仿其他抗ED原研药等,形成ED药物产品线。同时通过金戈这一能够引起社会关注的品种,进一步巩固和扩大白云山品牌在医药行业的影响力,带动整个大南药板块的发展。”广药集团总经理李楚源表示。

数据显示,ED是男性生殖系统发病率最高的四大疾病之一,中国的40岁以上男性ED发病率约为46%,约有1.27亿患者,市场潜力高达百亿元。

## 落实“新国九条”

## 沪川冀宁推进企业上市和兼并重组

□本报记者 李香才

—2017年,对境内外首发上市的企业(含借壳上市),所募集资金主要用于在宁夏项目投资的本地企业,在宁夏使用融资额1亿元的奖励50万元;融资额1亿-3亿元的奖励100万元;融资额3亿元以上的奖励200万元。对于在新三板和宁夏法人股权交易中心挂牌的企业宁夏也将给予经费扶持。此外,四川将实施“创业板行动计划”,支持企业到创业板上市融资,对列入该计划且在成都(川藏)股权交易中心交易板挂牌的企业,四川将给予一次性补助,市(州)政府可结合当地实际制定相应的支持政策。

## 推进企业上市

中国证券报记者梳理各地落实“新国九条”文件发现,河北、宁夏、四川、上海等地均提出推进企业在资本市场上市。除了主板、中小企业板、创业板之外,新三板、区域股权市场也成为各地鼓励的方向。比如,河北省提出做大做强石家庄股权交易所,宁夏提出要将推动各类企业在新三板和区域股权交易市场挂牌融资,作为宁夏资本市场建设的重点和突破口,上海同样提出支持企业在新三板和上海股权托管交易中心等市场上挂牌。

此外,宁夏还提出支持符合条件的各类企业在境外上市;四川提出,支持有意拓展海外市场、吸引国际资本的企业境外上市,支持H股公司回归内地市场发行A股筹资。值得注意的是,各地更加关注对上市企业培育和储备工作。宁夏提出,实施上市企业培育工程,建立上市企业后备库。各地市要对本行政区域内符合国家产业政策、盈利能力强、成长性高、基本具备上市条件的企业进行摸排,形成后备企业库。对照上市条件,有针对性地加强对后备企业的培育辅导。四川也要求深化企业上市培育工作。四川要求制定上市、挂牌企业后备资源库管理办法,明确企业入库标准,动态管理机制及政策支持措施。四川明确提出,5年内纳入省级后备资源库的企业达到2000家。

四川提出,推动国有企业通过并购重组实现整体上市或主营业务上市。鼓励产业优势突出的上市公司跨地区、跨所有制实施收购兼并,延伸产业链,带动产业集群发展。引导经营业绩差、主营业务不突出的上市公司通过兼并重组,注入优质资产,增强持续经营能力。业内人士指出,集团公司整体上市一直是市场关注的焦点,在“新国九条”的背景下,此次多个地方再次明确提出推动企业整体上市,这或将成为一个趋势。尤其是在国资国企改革的环境中,国企通过并购重组实现部分业务上市或整体上市值得关注。

□本报记者 董文杰

澳柯玛拟向冷链物流行业延伸产业链条。公司9月18日晚间公告称,拟独家出资6000万元设立河南澳柯玛专用汽车有限公司,向食品、医药等有冷冻冷藏需求的客户提供全方位解决方案。

公司称,随着经济发展和居民生活水平的提高,国内冷链物流得到了国家高度重视,陆续出台了支持冷链物流发展的规划和各项政策,对冷藏保温车的需求增大蕴藏着巨大的发展空间。

在传统冰箱冰柜等白电业务增速放缓的背景下,公司向冷链物流细分市场延伸,将有利于打破制冷行业同质化竞争的局面,拓宽延伸制冷产业链条,增强制冷主业竞争力,打造新的利润增长点。

## 时代出版 承办出版物馆配馆建交易会

□本报记者 余安然

第二届全国出版物馆配馆建交易会9月19日在安徽举行,时代出版获得了该届交易会的承办权。

时代出版公司人士表示,推动传统媒体与新兴媒体的融合,实现转型升级发展,一直是公司的重要战略。在本次交易会上,公司三大数字出版阅读平台——时代e博、时代教育在线、时光流影将同台展出。其中,时光流影平台是国内传统出版企

业率先自主研发、自主运营的新媒体平台,具有云支付、云数据、云编辑、云印刷功能,实现平台与内容的深度融合。同时,安徽时代出版公司还参与研发电子出版物交易平台,建立B2B电子商务平台,在开幕式上将安排电子出版物交易平台签约仪式,邀请22家出版社现场签约。

据了解,此次全国出版物馆配馆建交易会,是由中国出版协会联合全国馆配商联盟共同搭建行业馆配会公共平台,全国统一、信息和资源共享的交易平台就此形成。

□本报记者 丁菲

新联电子预中标国网采购项目4409万元

新联电子9月18日晚间公告称,公司为国家电网公司2014年第三批电能表及用电信采集设备招标采购中标候选人之一,其中15个包,预计中标总金额约4409万元。

公告显示,此次中标的集中

## 欲打造全国知名珠宝品牌

# 金一文化9亿元并购浙江百年老店

□本报记者 陈光

9月18日,白云山举行发布会宣布,其仿制的针对男性ED(勃起功能障碍)的枸橼酸西地那非片剂“金戈”将在10月底正式铺货,成为国内药企中首个上市的“伟哥”仿制药,这将打破外资药企在我

国抗ED市场的垄断局面。

业内人士预期,借助白云山强大的销售网络、渠道优势,金戈在未来几年有望成为5亿至10亿元的明星药物。

## 定价明显低于国外同类药

作为首个中国“伟哥”,金戈的市场策略备受关注。广药白云山集团大南药板块总监王文楚表示:“价格将成为金戈的一大优势。目前在华销售的外资药企三种

已成为一家集钻石翡翠批发零售、终端连锁销售、高端会所展示、设计、研发于一体的珠宝综合服务商。目前主要产品有钻石及钻石镶嵌饰品、黄金饰品、翡翠饰品及其他珠宝类饰品。

截至2014年6月末,越王珠宝已先后在绍兴、嘉兴、湖州、金华、台州、衢州、宁波、杭州、山东九大地区30多个城市开设43家直营连锁专卖店和75家商品店,两家会所,并在“天猫”开设了越王珠宝旗舰店。目前已形成了以终端连锁零售业务为主体,以钻石、翡翠批发业务和高端会所品牌宣传为两翼的“一体两翼”业务结构,并形成以深圳为配送中心、以上海为钻石贸易中心,立足浙江、面向全国的连锁品牌发展格局。

公告显示,截至2014年6月30日,越王珠宝是浙江省珠宝行业唯一一家百年老店,先后获得“中国名牌”、“中国驰名商标”及“中华老字号”等殊荣,

## 全产品覆盖

交易完成后,越王珠宝数量众多的直营店和联营店将为金一文化带来直营渠道的迅速建立和壮大,并迅速在浙江市场生根发芽,对金一文化其他产品进入浙江市场打下坚实的基础。越王珠宝也能借助金一文化现有全国销售网络,成功进军全国市场,实现产品、渠道资源共享,强强联合打造全国知名珠宝品牌。

公司方面表示,此次交易使得金一文化的全国性战略布局再下一城,产品及品牌将实现覆盖北京、上海、深圳、江苏、浙江、山东等国内经济最为发达的省份及一线城市。此种模式若获成功,未来可复制至国内其他区域,为打造成为全国知名珠宝品牌奠定基础。