

新一轮土拍大幕将开启

## 房企土地储备少 春节之后忙“备货”

近日,多地披露了新一轮土地集中出让信息。有房企人士对记者表示,房企在上半年拿地,通常可以赶在当年销售。春节过后,已经有房企开始拿地。机构数据显示,春节后首周,重点监测城市土地市场成交溢价率达8%。

## 出让公告扎堆发布

2月9日,江西省土地使用权和矿业权网上交易系统集中挂牌南昌11宗涉住宅地块,总起始价约48.25亿元,将集中于3月11日拍卖。在此次上线的11宗地块中,西湖区、九龙湖区各有3宗,经开区2宗,高新区、青山湖区、青云谱区各1宗。

徐州市自然资源和规划局发布的国有土地使用权挂牌出让公告显示,共集中挂牌26宗地块,总面积约93万平方米,起始总价约71.32亿元。其中,铜山区出让5宗,贾汪区出让7宗。上述地块将于3月16日集中拍卖。

一线城市方面,上海、北京等地已经披露了2022年首轮集中供地情况。

1月26日,上海市土地交易事务中心发布2022年上海市第一批住宅用地集中出让信息预告,上海2022年第一批住宅用地拟于2月21日-2月25日发布集中出让公告,预计在4月上旬集中组织交易。

1月初,北京就发布了2022年度第一批商品住宅用地出让公告,共计18宗,土地总面积约



83公顷,总建筑面积约169万平方米,将于2月中下旬集中交易。

## 房企土地储备处于低位

受春节假期等因素影响,房企1月份拿地规模同比下滑明显。从上市公司披露的2021年1月份拿地情况看,不少上市公司1月份拿地明显不及上年同期。

2月14日晚,华侨城A披露2022年1月主要业务经营情况。2022年1月,公司实现合同销售面积17.2万平方米,同比下降44%;实现合同销售金额31.5亿元,同比下降51%。新增土地情况方面,2022年1月,华侨城A新增锦绣天府地块,位置在成都市龙泉驿区,土地规划用途为文旅综合用地,土地总价款约为3.81亿元。

2021年1月,华侨城A实现合同销售面积31.61万平方米,合同销售金额为64.47亿元。2021年1

月,公司新增3宗地块,土地总价款为34.95亿元。

招商蛇口披露,2022年1月公司实现签约销售面积70.56万平方米,同比减少27.66%;实现签约销售金额151.47亿元,同比减少38.47%。公司新增盐城市开创路东地块项目、盐城市亭湖区地块项目、宁波市镇海区田施地块项目,需支付价款分别为15.03亿元、3.3亿元和6.04亿元。

2021年1月,招商蛇口新增9个项目,多个项目超过10亿元。其中,杭州市萧山区新塘北单元项目土地面积为4.46万平方米,计容建筑面积约为9.81万平方米;土地用途为城镇住宅用地,土地使用年限为70年;成交总价为15.27亿元,公司拥有该项目100%的权益。

机构数据显示,2022年1月,TOPI100企业拿地总额837亿元,拿地规模同比下降62.6%。TOPI100企业招拍挂权益拿地总额占全国300个城市土地出让金的66.7%。

## 把握拿地契机

有房企人士对记者表示,房企在上半年拿地,通常可以赶在当年销售。从房企披露的财务报告看,不少房企2021年没有拿地,土地储备处于低位。

春节过后,部分房企开始拿地,开展项目建设。机构数据显示,春节后首周,重点监测城市土地市场成交溢价率达8%。

溢价率抬升主要受沪杭多宗商办用地高溢价成交带动。其中,杭州此次出让的35宗商地中有8宗地块溢价成交,桥西拱宸桥、庆隆小河单元、崇贤新城等地块的溢价率高达50%以上,竞争较为激烈。

据《中国证券报》

## 1月自主品牌汽车市占率超45%

新能源汽车掉队致合资品牌集体衰退

如果产品升级换代不能快速跟上的话,合资品牌的下滑将是不可逆的。

2021年底,90后“拆迁户”孙刚在逛了一圈丰田、本田、大众4S店之后,最后却买了一辆吉利星越L和一辆领克05。孙刚的经历或许只是一个特例,但却是中国车市格局变化的一个缩影。

## 自主品牌市占率上扬

乘联会近日发布的数据显示,今年1月自主品牌汽车零售销量达到94万辆,同比增长11%,市占率达到45.5%,创下近年来的新高。同期合资阵营中,合资品牌总零售销量为86万辆,同比下降17%,环比下降7%。其中日系品牌市场份额为19.2%,同比下滑2.2个百分点;德系品牌市场份额23.5%,同比下降2.3个百分点;美系市场零售份额达到8.2%,同比下降1.2个百分点。

乘联会统计的狭义乘用车批发销量TOP10中,自主品牌占据了5个席位,它们分别是长安汽车、吉利汽车、长城汽车、比亚迪汽车以及奇瑞汽车,并且长安和吉利进入1月批发销量前三,仅次于一汽-大众。

乘联会秘书长崔东树告诉记者,自主品牌市占率上扬,合资品牌市占率下降最主要的原因在于新能源汽车的增量。

2020年以来,中国新能源汽车市场飞速增长。2020年,中国新能源车销量达到了136.7万辆,同比增长10.9%。2021年新能源汽车的销量规模达到了352.1万辆,同比增速超过160%,私人用户市场启动,个人、家庭用户的需求大幅增长。

崔东树认为,2022年新能源汽车的市场渗透率有望超过20%。部分激进观点则认为,2022年部分月份新能源汽车市场渗透率将超过30%。多家车企高管告诉记者,新能源汽车已经开始出现对于传统

燃油汽车的替代效应。

但大部分合资车企并未享受到新能源汽车市场飞速增长的红利。乘联会数据显示,2022年1月,自主品牌汽车销量中,新能源汽车渗透率已经高达32%,主流合资品牌销量中新能源汽车渗透率仅为27%,其中南北大众在一月共售出13661辆新能源汽车,占到主流合资品牌新能源汽车59%的份额。

究其原因,在于丰田、日产、通用等主流合资品牌目前在售的新能源汽车产品以插电式混合动力和“油改电”纯电动汽车为主,其续航、智能化等产品力以及售价和自主品牌新能源汽车产品相比,有着较明显的劣势。

智能座舱领域的技术和对中国用户需求的把握,亦是外资车企的集体短板。尽管大众ID系列纯电动汽车在销量上已经成为合资车企在新能源市场的“扛把子”,但其销量表现并未达到大众汽车方面的预期,销量成绩也逊色于售价接近的小鹏、特斯拉等品牌。有业内人士分析认为,ID家族产品仅仅进行了电动化,而没有能够满足中国用户需求和期待的智能化表现,不仅仅是ID家族,目前其它几家合资车企在新能源汽车方面披露的新产品也有着同样的问题。

## 新能源车市场结构向“纺锤型”优化

目前1月电动车高端车型销量强势增长,中低端走势也较强,纯电动市场哑铃型结构有所改善,A级电动车占纯电动份额已达到22%。有业内人士分析称,我国新能源车市场结构也将从“哑铃型”加速向“纺锤型”优化,新能源汽车有望在15万元左右价格区间的主流大众市场实现突破,届时新能源汽车将在合资目前占据主流的市场产生更大的替代效应。

和反应相对迟缓,错过红利的合资品牌车企相比,自主品牌车企近期销量的快速增长很大程度上

依赖于新能源汽车。2021年全球新能源汽车车企销量排名中,比亚迪、五菱、上汽等自主车企进入销量前十,五菱宏光MINIEV、比亚迪秦Plus DM-i等自主品牌车型进入全球新能源车销量前十。

乘联会数据则显示,1月新能源汽车批售超过万辆的车企中仅有特斯拉一个海外品牌,其余皆为中国品牌车企。其中比亚迪1月批售销量达到93101辆,超过特斯拉位居国内新能源车市第一;吉利新能源领域车型(含吉利、几何、极氪、睿蓝)销量达17928辆,其中纯电动车型同比增长约641%。

“未来,插电混动的紧凑型市场有较大的发展空间,目前比亚迪已经获得了一个较强的增长,预计紧凑型插电混动能带来50万辆以上增量空间。同时,紧凑型电动车也在逐步地突破,也会带来较大的增量。”崔东树告诉记者。而除了比亚迪外,吉利、长城、长安和奇瑞等自主车企也在加速高效插电混动汽车的布局。

与此同时,在新能源汽车销售尚未突破的情况下,合资品牌视为“自留地”的紧凑型燃油汽车市场亦被自主品牌所冲击。随着技术和产品力的提升,自主品牌车企也开始侵蚀传统合资车企的优势市场。吉利方面表示,定价在12-20万元区间的中国星系列产品1月份销售25077辆,上市以来的累计销量已突破30万辆。长安的高端产品序列UNI系列产品也在10万元以上细分市场稳定收获破万的月销量成绩。

近期,记者在走访上海市时发现,头部合资车企已不复往年盛况,二线合资车企则正逐步变成“小透明”;在新产品、新技术和新能源的加持下,上海用户对于自主品牌的关注度日益提升。“顾客对丰田、大众等外资品牌的认可度在持续下降,如果产品升级换代不能快速跟上的话,它们的下滑将是不可逆的。”一家车企华东区域负责人向记者说道。

据《第一财经》

航空物流新规划  
“客货并重”两手抓

新华社北京2月16日电 民航局日前印发《“十四五”航空物流发展专项规划》,这是我国民航首次编制航空物流发展专项规划,将为构建优质高效、自主可控的航空物流体系提供指引。

规划提出,“十四五”时期我国航空物流以推动高质量发展为主题,以降本增效为核心,坚持安全发展底线与智慧民航建设主线,加快航空物流供给侧结构性改革。到2025年,初步建成安全、智慧、高效、绿色的航空物流体系,航空物流保障能力显著增强,降本增效成效显著,体系自主可控能力大幅提升,航空物流对高端制造、邮政快递、跨境电商等产业服务能力持续提高。

民航局运输司司长梁楠表示,规划改变以往重点支持客运的政策导向,实施“客货并重”发展策略;传统航空货运服务链条较短,规划加强“最先一公里”的揽货能力与“最后一公里”的地面配送能力建设,满足“门到门”的运输需求;发展着力点从单一的运输链条拓展到与多种生产链条融合,着力推动航空物流企业与快递、跨境电商、生产制造企业深度合作;推动航空物流生产方式由行业化向社会化转变,打造精准治理、多方协作的社会治理新模式。

据悉,“十三五”时期,我国航空物流在发展规模、航线网络、安全保障等方面取得较好成绩,货邮运输量、货邮周转量年均增速分别高于全球2.2个百分点、6.5个百分点。截至“十三五”末,我国航空货运航班通达国内237个城市(不含港澳台),联通62个国家和地区的153个城市,其中全货机通航国家和地区26个。

讲文明 树新风 公益广告

# 为民惠民靠民 全力争创全国文明典范城市