

成交量环比止跌回升

# 厦门楼市政策优化调整“满月”

本报记者 刘颂辉 上海报道

今年五一期间，多家品牌房企厦门公司对外公布的销售数据和到访客户情况引人关注。例如，中海地产与国贸地产

合作开发的中海国贸上城在五一假期5天时间里热销超6亿元，厦门特房集团与厦门地铁合作开发的特房樾琴湾案场到访客户累计突破了1000组。

5月12日，一家TOP50民营

房企厦门公司负责人在接受《中国经营报》记者采访时透露，受4月份优化调整楼市政策刺激和加大营销推广力度影响，公司旗下项目在五一期间的成交量有所回升，到访客户数量也明显增加。

据了解，厦门市在今年4月15日前后放宽了部分人才购房的要求，政策优化调整已“满月”。厦门市12345便民服务平台一位工作人员告诉记者，根据厦门市此前的限购政策，非厦门户籍

购房者须提供4年内连续3年缴纳医社保记录，目前又新增了一项政策，即岛内或岛外满足全日制本科学历要求的非厦门市户籍购房者，只需提供半年工作证明，包括劳动合同、医社保和公积金

缴纳证明即可购买1套住房。

“新增的政策属实，但没有公开发布官方文件。目前，这两项政策同时存在，符合条件就可以前往售楼处购房。”上述工作人员表示。

## 部分项目看房者明显增多

厦门市多个售楼处也积极开展花式促销活动，以吸引客户“眼球”。

5月7日，国贸地产厦门公司发布官方信息称，公司旗下的中海国贸上城在五一期间的销售额超过6亿元。

据了解，中海国贸上城位于厦门市新房均价最高的思明区，周边规划有厦门第一中学思明分校等教育资源。项目主推110~143平方米户型，房源均价约为71600元/平方米。

厦门特房集团也发布消息称，今年五一期间，特房樾琴湾二期项目的案场成交转换比为5:1，到访客户累计突破了1000组。

“集美区的禹洲联发璟阅城（学府1号）在5天的假期里，案场到访客户约500组，销售额超4500万元；位于环东海域新城的禹洲海墅销售额超4600万元。”禹洲集团厦门公司相关负责人表示。

在做好疫情防控的前提下，厦门市多个售楼处也积极开展花式促销活动，以吸引客户“眼球”。例如，国贸地产厦门公司旗下的6个在售楼盘推出了抽奖领黄金活动，个别一口价房源可优惠50万元。

此外，联发集团福建区域公司位于厦门市、福州市、漳州市和莆田市的9个在售楼盘推出送家电、免收3年物业费等活动，还可抽取红旗轿车2年使用权。

另据厦门市大型房企建发集团旗下分公司披露，位于同安区的在售新盘建发文澜春晓累计预约客户132组，位于海沧区的建发缦玥长滩累计认购超过70套。

据了解，建发缦玥长滩位于海沧区马銮湾新城乐活岛上，在售户型79~143平方米。在今年4月份厦门市住宅成交金额排行榜中，该项目曾以2.22亿元的销售成绩位列第三名。

建发缦玥长滩一位置业顾问向记者介绍，与周末相比，购房者

在五一期间有充足的时间挑选房源，并参与促销活动。“今年前4个月，每月约成交100套房源，而5月份前12天的成交量已接近整个4月份，销售热度明显回升。预计6~9月暑假期间，购房需求还会进一步增加。”

不过，由于网签数据存在一定滞后性，厦门市五一期间的成交量并未在公开平台得到体现。据厦门网上房地产披露，今年5月1~10日，厦门市全市一手住宅共成交350套，日均成交35套，环比下降38.6%；一手住宅签约面积35351平方米，环比前10天下降39.88%。

上述TOP50民营房企厦门公司的负责人表示，楼盘发布的销售数据不排除会有“水分”，“售楼处的销售火热现象也可能与开发商采取的销售逼定技巧有关，只是将前期积累的客户集中在五一期间看房和签约而已。”



今年五一期间，厦门楼市成交量出现回升，看房人数增多。

视觉中国/图

## 政策利好稳定楼市运行

若刚需以及合理性的改善需求不能得到释放，厦门市房地产市场的反弹效应将会有限。

据厦门本地媒体报道，为了支持房地产项目加快建设和销售，厦门市将采取阶段性放宽举措，调整商品住房预售许可工程形象进度标准和后续留存资金额度。

今年4月1日起施行的新版《厦门市商品房预售管理规定》显示，在预售商品房符合的条件方面，需要满足“投入开发建设的资金已达到该项目工程建设总投资的25%以上”，其中，申请预售商品房项目工程形象进度应达到的标准为：7层以下（含7层）的，已完成主体建筑封顶工程；8层以上（含8层）的，已完成主体结构工程的二分之一以上，且不得少于7层。

在预售资金监管方面，采用“先留后用”的监管模式，预售资金监管以工程造价的120%设定账户内初始留存资金额度，并根据工程形象进度确定账户内的后续留存资金额度。

“预售资金监管优化后，重点监管额度不变，没有增加企业负担，能确保房地产项目竣工所需资金；预售资金监管专用账户中达到预留存额度之后的其余资金，房地产企业可自行提取，无需再向监管机构办理支取手续。”厦门市住房保障和房屋管理局负责人表示。

“将资金监管模式修改为‘先留后用’，全部购房款均为预售资金，有助于进一步增强厦门市商品房预售政策的灵活性，更好地保护认购人的知情权，更好地维护预售商品房交易双方的合法权益。”克而瑞认为，厦门市从商品住房预售许可工程形象进度标准角度放松预售条件，进一步利好房企流动性改善，稳定楼市运行。

此外，记者在采访中了解到，4月15日前后，厦门市在人才购房等方面也放松了商品房限购政策。其中，岛内或岛外满足全日制本科学历要求的非厦门市户籍购房者，只需提供半年工作证明，包括劳动合同、医社保和公积金缴纳证明即可购买1套住房。

而根据厦门市此前的限购政策，非厦门市户籍购房者须提供4年内连续3年缴纳医社保或者个税证明；具有本科及以上学历、获得中级及以上职称或高级工及以上职业资格条件之一的，在厦门市稳定就业1年以上且无住房的非本市户籍人才，凭与厦门市企事业单位签订3年以上劳动合同，可在海沧区、集美区、同安区和翔安区范围内购买1套自住商品住房。

对此，克而瑞分析指出，厦门市虽然放宽了人才购房条件，但目前仅有个别岛内楼盘确定试行，政策效果传导仍需要时间。若刚需以及合理性的改善需求不能得到释放，厦门市房地产市场的反弹效应将会有限。“在保财政、稳市场的目标下，厦门市松绑房地产政策还有提升空间，特别是在降低首付比例、购房资格认定方面可以进一步放宽。”

# 三棵树营收首超百亿 助力中国涂料高质量发展

三棵树(SH.603737)正在迅速崛起，并成为中国涂料领先企业。2021年，在下游房地产行业销售下滑等背景下，三棵树依然实现营业收入114.29亿元，同比增长39.37%，成为国内率先实现百亿元营收的涂料企业。

三棵树作为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方涂料独家供应商，以“中国时刻一起出色”为口号，圆满完成了“绿色办奥”的重任。站在公司成立二十周年的新节点上，三棵树将继续践行“让家更健康、让城市更美丽、让生活更美好”的企业使命，实现“树立天地，绿满世界”的企业愿景。

**与生活紧密相关的涂料**

涂料是生活中随处可见、关乎百姓生活的重要一环，无论建筑外墙、家居内饰，还是各种用具保护漆，其质量的好坏都直接影响着舒适、绿色的生活环境。所以涂料行业虽看似“隐形”于生活之中，却与生活紧密相关。

三棵树的公司名称正是以代表健康、绿色、生命力的树作为企业图腾，建立了“让家更健康、让城市更美丽、让生活更美好”的企业使命与“树立天地，绿满世界”的企业愿景。

自公司成立以来，三棵树始终关注人们的美好生活和家居健康，逐渐从一支产品发展到涂料、保温、防水、地坪、辅材、施工“六位一体”的一站式集成系统。

不仅如此，三棵树建立了“健康+”企业标准，助力涂料行业发展，创建气味检测方法，不断推出资源节约型、环保型产品，以满足消费者多层次的消费需求。

**2021 营收百亿**

三棵树2021年年度报告显示，公司营业收入114.29亿元，较2020年度增长32.28亿元，同比增长39.37%。

面对2021年各种考验导致的发货受阻等因素影响，三棵树顶住压力，成为营收率先突破百亿元的民族涂料品牌，呈现出极强的内生增长动力。

2021年，三棵树各项业务维持稳健增长态势，家装墙面漆、基材和辅材、胶黏剂、防水卷材带来的销售收入分别同比增长102.97%、29.15%、83.26%、82.87%、36.61%，零售业务持续强劲，带动了公司整体营业收入的高增长。

通过积极推行高端零售战略，



拓展渠道多元化等手段，三棵树加速布局C端和B端市场，率先实现新一波行业增长，锚定未来的高质量发展。

2022年开年，三棵树Q1季报实现增长，营收16.98亿元，同比增长14.49%，毛利率基本追平去年同期，也让业界对三棵树的零售战略转型充满了更多期待。

随着国内消费升级，国潮风的兴起，三棵树所构建的高端化、年轻化品牌，一站式绿色化产品，艺术而丰富的色彩体系，都很好地迎合了时代消费潮流。

**市场广阔有可为**

随着国内GDP增速目标调至5.5%，中信证券等研究机构均认为，基建投资将成为2022年中国经济稳增长基调下的重要抓手，基建产业链基本面将迎来积极变化。绿色建材下乡、创新高科技制造企业的政策支持，有望撬动千亿级建材市场，为三棵树的发展提供更大的市场机遇。

不久前国家相关文件提到，要全面推广绿色低碳建材，加快更新建筑节能、市政基础设施等标准，提高节能降碳要求。

在“大基建”的风口，三棵树持续研发新技术和新产品。三棵树设有博士后科研工作站、院士专家工作站，以及CNAS国家认可的实验室。三棵树上海全球研发中心，是目前国内实验设备最为齐全的涂料企业研发中心之一。在2021年，三棵树研发了200多项新产品，以色彩更丰富艺术，更新潮环保，获得了市场的积极反应。

三棵树不断升级资源节约型、高性能工程外墙产品体系和高装饰高环保型产品体系，满足了消费者多层次的消费需求。

近年来，三棵树还深入研究国内气候、环境、墙面状况、施工情况、地域性差异等，研发出符合国内家装墙面需求、满足国人情感诉求的国潮风涂料新品。

**冬奥效应显现**

作为2022年北京冬奥会和冬残奥会的官方涂料独家供应商，三棵树参与建设了“雪如意”等10多个冬奥场馆和配套工程建设，树立了绿色工程的行业标杆。三棵树为短道速滑队研发设计了头盔涂料与图案的“出色头盔”，融合了科技之美、文化之美、运动之美，广受好评；另外，三棵树专门研发了水性硅烷改聚氨酯涂料，其透明性好，附着力强，高度还原材质本身色彩，同时有足够硬度，抗划伤能力好，防锈能力强，充分发挥保护奖牌的作用。

与此同时，三棵树签约冬奥冠军武大靖、谷爱凌成为品牌代言人，

成为中国短道速滑国家队涂料行业合作伙伴。在冠军运动员代言人的加持下，三棵树持续“破圈”，让品牌影响力迈上了新的高度，成为了涂料行业关注的又一焦点。

成功的冬奥营销，将三棵树产品服务“健康、自然、绿色”的理念体现得淋漓尽致，做到了产品和品牌效应更大化。

2022年一季度，三棵树凭借本届冬奥营销，进一步加强了品牌形象、绿色品质的提升。

依靠冬奥加持，三棵树将提速零售发展，进一步提升高端零售业务的品牌占有率。同时继续专注创新、微创新，加大降本增效，控制风险，稳中求速，实现高质量发展。 广告