

近日,由中国房地产业协会指导、上海易居房地产研究院主持开展的2023房地产企业品牌价值测评研究工作发布了最新测评成果。《2023房地产企业品牌价值测评研究报告》显示,品牌在消费者购房行为中影响较大,在影响消费者购房决策因素中,最重要的是品牌房企交房有保障,其次是工程质量好、小区环境好、物业服务优质,占比分别为90.16%、86.76%、77.84%、74.05%。



2023 房企品牌价值 50 强揭晓 品牌成影响消费者购房重要因素

品牌 50 强变动幅度缩小

根据测评报告,企业品牌价值前三名为中海、万科和华润,保利、招商蛇口、龙湖、绿城、中国金茂、建发房产和新城分列四到十位。其中,新晋 10 强的品牌房企为绿城和建发,绿城排名从 2022 年的第 11 位上升到第 7 位,建发房产排名从 2022 年的第 13 位上升到第 9 位。

上海易居房地产研究院执行院长丁祖昱认为,今年 50 强品牌房企位次变动幅度缩小。其中,50 强榜

单变动率为 16%,较上年大幅下降 34 个百分点;20 强榜单变动率为 15%,较上年下降 25 个百分点;10 强榜单变动率为 20%,与上年持平。

从近 5 年的情况看,品牌 10 强和 50 强的门槛均在 2021 年达到顶峰后持续下降。其中,品牌价值 50 强门槛由 2022 年的 98 亿元下降至 93 亿元;品牌价值 10 强门槛由 288 亿元降至 278 亿元。

头部房企品牌忠诚度有所提升

通过连续 4 年的消费者调研显示,在认知度、美誉度和忠诚度三个维度,今年 50 强房企的品牌认知度有所提升,美誉度和忠诚度继续小幅下降。

丁祖昱表示,2023 年品牌房企纷纷发力深研产品力,产品“内卷”之下,10 强、20 强房企的美誉度均值较上年有所提升。在“保交楼”进程中,头部房企完善交付体系,主动承担企业责任,积极兑现对购房者的承诺,2023 年 10 强、20 强房企的平均忠诚度较上年有所提升。

数据显示,10 强品牌房企近 3 年在重点城市销售溢价率多分布于 0%—12% 区间范围内,其中 2022 年的平均数据为 4.04%,均值比上年上涨 2.92 个百分点。2022 年重点城市频频出台利好政策拉动购房者积极性,经济体量较大、人口吸引力强的一线城市平均房价继续上涨,核心二线城市房价也表现良好。品牌房企战略聚焦一二线城市,通过品牌理念推陈出新、精耕细作,向购房者提供有品质的产品与服务,在重点城市的销售溢价率较上年有所提升。

品牌对消费者购房有较大影响

2023 年消费调研结果显示,品牌在消费者购房行为中起着重大的影响。2023 年影响消费者购房决策因素中,最重要的因素是品牌房企交房有保障,其次是工程质量好、小区环境好、物业服务优质。与 2022 年相比,消费者对工程质量的关注度大幅提升 13.22 个百分点。

从消费者是否愿意支付溢价的

调研结果来看,消费者可接受的品牌溢价空间也和房企的品牌竞争力相契合。多数消费者愿意为具有良好品牌的房企付出溢价,但消费意愿更加理性,愿意支付溢价的消费者占比为 64.86%,较上年下降 18.90 个百分点。其中,愿意付出 0%—10% 溢价的消费者占比最高,达到 37.84%,较上年下降 9.5 个百分点。

房企信用情况受消费者关注

近年来,消费者的住房需求发生了较大转变,令人舒服、愉悦的高颜值、高品质产品更能够吸引大众的注意力,同时通过口碑效应等激发更多受众的购买意愿。总体来看,消费者从买房只看地段和配套的刚需时代,逐步开始关心工程质量、物业服务、小区环境等多方面因素。

房企的信用情况依旧受到消费者重点关注。在 2023 年的消费者调研中,在被问及如果开发商有债务违约等信用及财务风险情况,是否会影响购房决策时,62.16% 的消费者认为非常有影响,认为不太影响的占比为 8.11%。2023 年,从中

央到地方先后出台多条政策助力“保交楼”,得益于政策引导与资金支持,市场各方主体信心有所恢复,消费者决策受房企信用风险的影响稍有缓解。

丁祖昱表示,当前,产品力、交付力、服务力成为房企立足长期主义的重要抓手,越来越多的房企意识到项目的交付不体现在某一个孤立的时间节点,而是贯穿产品研发、设计、制造、交付服务、交付后维护等产品开发全流程。未来房企专注交付力体系化建设将成为行业趋势。

(中国消费者报)

重庆：“三无”人员首套普通住房不再征房产税

重庆对实行了 12 年的房产税政策进行了调整。

日前,重庆市政府发布关于修改《重庆市关于开展对部分个人住房征收房产税改革试点的暂行办法》和《重庆市个人住房房产税征收管理实施细则》的决定。其中,该决定将房产税征收对象中“在重庆市同时无户籍、无企业、无工作的个人新购的首套及以上的普通住房”修改为“在重庆市同时无户籍、无企业、无工作的个人新购的第二套(含第二套)以上的普通住房”。同时将纳税期限由每年的 10 月 1 日至 31 日调整为每年的 10 月 1 日至 12 月 31 日,并调整了相关细则。

“房产税领域的放松导向,是继各地执行‘认房不认贷’、取消限购后,第三类比较重要的政策放松,具有很强的信号意义。”易居研

究院研究总监严跃进认为,“认房不认贷”属于金融政策,取消限购属于行政政策,而此次重庆的房产税政策调整则属于财税政策。至此,政策宽松覆盖到金融、行政和财税几个领域,充分体现出政策放松的涉及面在不断拓宽。

2010 年 5 月,国务院首次明确提出“逐步推进房产税改革”,2011 年上海和重庆两地启动房产税试点工作。此次政策调整之前,重庆征税范围为主城九区行政区域内的独栋商品住宅、个人新购高档住房及三无人员新购住房。

“过去重庆三无人员首次购房,是要征收房产税的。而现在三无人员只有购买了两套及以上高档住房才征收房产税,此举有助于恢复重庆房地产市场的信心。”镜鉴咨询创始人张宏伟表示。

克而瑞数据显示,重庆 8 月新建商品住宅成交面积 32 万平方米,环比下降 2%;今年前 8 个月,重庆新建商品住宅成交面积 427 万平方米,与去年同期持平。与此同时,截至今年 8 月,重庆新房库存量 839 万平方米,去化周期达 22.9 个月,库存压力较大。

“重庆市场面临较大去库存压力,重庆房产税征收对象范围对三无人员的放宽,配合认房不认贷等政策组合拳,有助于当地楼市去库存。”张宏伟称。

“目前正是减税免税的关键时期,重庆的政策进一步说明,对于合理购房需求,可进一步在税费方面做好文章、做足文章。”严跃进认为。

值得关注的是,重庆调整此次政策之前,《十四届全国人大常委会

立法规划》对外公布。在财税领域,《规划》明确,增值税法、消费税法、关税法等将在本届人大常委会任期内提请审议;而备受关注的房地产税法立法和个人所得税法修订并未出现在本次立法规划中。

“房价处于波动期的时候,要考虑到房地产税开征对房价、对房地产市场乃至全国经济的影响,因为房地产作为支柱产业,涉及国民经济的方方面面。加之房地产税是直接税,居民的税痛感比较强,可谓牵一发而动全身。”中国政法大学财税法研究中心主任施正文表示。

“在当前房地产的特殊时期,各类政策都朝着降低购房成本、鼓励购房需求入市等积极的方向推进,在此情况下,房地产税的推出会更加审慎。”严跃进称。

(财联社)