

# 海口纳入购房入户范围 省级管理办法有望出台 产权酒店,借力起跑



近日海口市进一步放宽购房入户条件,明确将产权式酒店纳入购房入户范围,并明确了购买不同面积的产权式酒店入户限额人数,其中套内面积在90平方米以上入户不超过6人。而相比之下,购买一般新建商品房120平方米以上入户才不超过5人。

无疑海口推出的这项购房新政,对于产权式酒店是有所倾斜的。本报记者近日走访了业界,发现业内人士普遍持乐观态度,认为此举促进我省产权式度假酒店健康发展,或将再次提振该行业的景气指数。

■ 本报记者 邵长春

## “度假”当先:海南产权式酒店“走旺”

1999年,海南第一家产权式酒店——海口皇冠温泉假日酒店出现,它以“南海传说温泉度假疗养中心”的名义向国内外公开发售了酒店的部分客房。

2003年以后,海南产权式酒店进入快速发展阶段,并且走在国内的前列。在北起海口、东至文昌、南至三亚的绵延

700公里的蔚蓝海岸线上,大量的产权式酒店如雨后春笋,其中大部分分布于著名的滨海度假区或温泉养生区。比如,三亚的产权式酒店主要集中在三亚湾、大东海和亚龙湾,陵水的则坐落于土福湾和香水湾,万宁则大多兴建在兴隆温泉度假区,而海口作为全省政治经济

文化中心,在市中心区域的部分商务酒店也建设或改造为产权式酒店。

去年10月份,有关部门做过一个这方面的不完全统计,近三年来全省动工新建的产权式度假酒店就超过20家,施工面积近一百万平方米,已销售面积超过24万平方米,均价在每平方米3万元左右。

## “收入”掣肘:海南产权式酒店“变招”

2006年以前,海南的产权式酒店,一般给予购房者6%—8%不等的固定回报,大部分还是预先返还购房者三年的回报并直接从购房款中一次性扣除,如约定回报为7%,那么购买100万元房屋产权,购房者实际只需支付79万元的购房款,酒店经营者前三年可以不再给购房者回报。此外,开发商还给购房者

每年享受酒店淡季免费入住20天左右的回报。

“这种模式在投资者和经营者都有钱赚的时候,大家自然相安无事。事实上,由于近年来房价的大幅度上涨,一些开发商感觉到固定回报的承诺难以兑现。”省房地产业协会秘书长王静说。

近些年,海南除了少部分产权式酒店

目前仍采用固定回报模式,大多数产权式酒店纷纷有所改变:有的是按客房收入一定比例回报购房者,一般按酒店全年客房收入的40%左右分配给购房者;有的是购房者可以选择免费入住酒店;有的酒店干脆对产权式酒店进行回购;有的购房者完全自用,但要向酒店管理者交纳较高的物业管理费以及商业标准的水电费。

## “钱景”向好:海南产权式酒店“迎春”

海南是中国唯一热带滨海旅游省份,在产权式酒店的发展上,与夏威夷及加勒比海沿岸等世界上著名的国际旅游度假胜地应该有得一拼。记者在参加上海等地房展会时,发现江浙沪不少购房者也对包括产权式酒店在内的海南经营性房地产表现出浓厚的兴趣。

王静表示,省房协近年来一直带着全省的房地产开发企业在省内做巡展销售,其实一些岛外购房者提出不少现实

的要求,比如代管、代租甚至置换,但一些房企并不懂得如何满足客户。所以海南还是要加强后续的管理,这方面要与国际接轨。

海口市产权式酒店的立法从2010年开始启动,海口市专门成立了立法调研组,当时作为产权式酒店的立法在全国海口还是第一例,此次海口市又将产权式酒店纳入购房入户范围。记者了解到,省级的产权式酒店管理暂行办法也

有望在今年出台。业内人士指出,产权式酒店培养了一批稳定、忠实的投资型客源,酒店往往尽量安排购买者在淡季前来度假,一定程度上缓解旅游“淡旺季”季节性矛盾,也顺应了我省房地产业转型升级的需要。同时,产权式酒店经营涉及面较广,涉及到金融、财务、商业、交通、娱乐、餐饮、康体等部门,这无疑将为海南创造许多新的就业机会。

## 投资提示 投资产权式酒店该注意什么?

对于有志于投资产权式酒店的购房者,业内人士指出,在签订合同前一定要多方考察,谨慎投资,弄清产权式酒店产权时间、投资回报方式等基本情况,也要结合自身需求选购。

**1.产权式酒店所使用的土地**应该是宾馆旅游用地,土地使用权年限为四十年。但现在一些住宅用地、综合用地也被用于建设产权式酒店,这种房屋产权年限也将达到七十年。所以购房者首先要明确自己看中的房子究竟是多少年的产权。

**2.产权式酒店管理公司**在向购房者推销时,承诺的回报率是否在最理想的经营条件下计算的,如果是这样,购房者需要搞清楚,后期对方能否兑现承诺的回报。

**3.产权式酒店**作为酒店应严格按照酒店的规则来经营运作,最好提供具有公信力的第三方资信保障,来保证购房者的投资本金和收益。由于购房者常常缺乏必要手段对酒店的经营管理进行监督,只能坐等收益。万一酒店经营出现问题,购房者不但收益没有保障,甚至连房产产权也无法处置。

**4.部分买产权式酒店**完全自用的购房者,要了解须缴纳的物业管理费和水电费标准,如果事先不知情,入住后就极易与酒店管理方产生矛盾。

**5.购房者**在签商品房买卖合同时,对产权式酒店公共使用面积需明确约定,搞清楚包括酒店大堂等在内的公共建筑部分,是否作为公摊面积按比例摊至全体购房者。

(邵长春)

## 名盘在线



开启“互联网+旅居”营销新模式  
**博鳌金湾打“旅居”概念牌**

近日,2015中国首届旅居健康财富峰会在博鳌成功闭幕。会上,博鳌金湾项目与旅居财富网成功签约,双方以“互联网+旅居”的营销方式展开全面合作,届时博鳌金湾的业主将能够通过旅居财富网平台的出租、交换系统,实现财富收益,免费旅居全球。此举将开启我省“互联网+旅居”的旅游地产营销新模式。

会上,中国房地产业协会原副会长朱中一表示,中国旅居时代已经来临,旅游地产开发商要积极迎合这股潮流,在保护环境的前提下,将旅居、健康、养老、投资、养生等理念与产品融入到旅游地产项目中,形成类型丰富、开发多元的旅游地产格局。对于旅游地产库存问题,他建议有能力的开发商围绕旅居需求将库存房屋统一装修,做好配套和服务,做成可租赁的房屋,进行资源盘活。

峰会主办方旅居财富网CEO曾晓成先生认为,目前我国适合旅居的目的地主要有海南、云南、山东、贵州、广西等空气和环境质量较好的滨海山林地带,而海南“全省皆可旅居”的优势为它带来更多的关注和机遇。作为全国性电商平台,旅居财富网一方面通过制定标准帮助旅游地产开发商真正符合旅居度假需求的旅游地物业,另一方面,围绕终端消费者——旅居客户打造“旅居置业—旅居度假—旅居交换—二手交易”一体化全程保障体系,让供需双方实现无缝对接。

海南博鳌金湾董事长曾劲松谈到和旅居财富网的合作时说道:“旅居财富网按照专业标准协助我们规范物业社区管理,提升硬件配套设施和服务质量,还可以通过网站平台和全国核心城市签约的5000多家旅行社门店,以线上线下招揽客户的方式将博鳌金湾推向更多需求者。”

据悉,除了博鳌金湾,我省目前已多个项目和旅居财富网签约,包括富力集团旗下的红树湾与富力湾、双大山湖湾和椰子世界、中南森海湾等。



## 广物·滨江海岸 临街现铺震撼首发

广物·滨江海岸临街现铺凭借绝佳的地理区位,一经推出受到投资者的热捧,34—150m<sup>2</sup>灵动空间,现正85折火爆认筹中,抢到即赚到,前景无限!

### 临街现铺,价值高地

作为海口城央湾区商业价值高地,广物·滨江海岸坐拥1.3公里繁华江岸,“三桥两路”交通要道通达全城,坐享超高人潮和城央商业氛围,更规划三期超大规模商业综合体,是海口投资创富的价值高地。目前,滨江海岸34—150m<sup>2</sup>临街现铺全面首发,限时95折全城火爆认筹,创领海口商业地产投资的新门路。

### 完美配套,“金”益求“金”

衡量商铺是否具有投资价值,除了要考虑繁华地段之外,内部规模配套尤为重要。广物·滨江海岸一线临街现铺在这方面超出了大部分人的预期。在国集贸·海甸岛双板块价值之上,滨江海岸现铺更“金”益求“金”,配备有完善的商业配套,包括大型商业中心、南洋商业街等商业规模集群,保障商铺的持续经营能力;多家国际品牌即将入驻,跟着大牌投资安全无须担心;广州星汇提供五星物业后勤服务管理,让商铺经营从此轻松自如。

不仅如此,商铺周边更串联海口第二中学、寰岛实验小学、海南大学和社区国际双语幼儿园等教育配套,以“学区”概念引爆投资升级,一条功能完善、配备齐全、投资潜力大的商业街区即将闪耀崛起。抢铺就是抢财富!

## 行业透视

# 互联网与房地产隔着用户的痛点

如今,有两个词越来越频繁地被使用:互联网、90后。互联网已在大众生活中潜移默化,而对于房地产行业而言,90后正逐渐成为主力消费群体。

目前,业内人士对房地产与互联网之间的理解,还集中在互联网作为房地产营销的方式或手段,也有部分走在行业前端的房企利用互联网推销自己的产品。但眼下的主流观点是,真正的互联网+不是用于营销手段,而是客户有什么需求,企业就应该来满足客户。

从这个角度来说,房企可以利用互联网给客户提供什么样的服务?

以旅游度假地产为例,“互联

网+”可以从三个维度来看:第一个维度是钱,包含卖家和买家以及开发商,旅游地产的投资回报周期较长,如何快速得到回报;第二个维度是客户,如果没有客户消费,开发商很难维持之后的开发;第三个维度就是金融,越来越多开发商在做地产项目的时候,要考虑怎么跟金融特别是互联网金融结合,众筹就是互联网思维的产物。

在互联网时代之前,曾经有一个“80.20”法则,即希望20%的人去赚取80%的钱。例如花一套房子1/10的钱,但享有房子的增值收益。如今,互联网给投资思维带来颠覆性的改变。

假设,一套房子在三亚卖100万元,开

发商会提供一个方案让消费者换一种思路:每一套房子的使用权只有10万元,但可以卖给20个客户,产生更大的收益。

其实,这并不是在盘活现在的供给和需求,而去新增了很多供给和需求。在旅游度假的时候,消费者不止选择酒店,还可以选择很多度假式物业。互联网创新已经从物业到消费模式实现对房地产行业的颠覆。

最为关键的是,房地产企业做互联网,要摸清用户的需求,找到客户痛点。

互联网的本质是链接。以滴滴打车为例,它抓住了用户的痛点,就是“打不到车”,出租车的痛点是“赚不到

钱”。滴滴打车解决了链接,解决了资源盘活,解决了出租车司机和打车乘客可能相差500米,还看不见对方的资源浪费的问题。

那么,房地产企业的用户痛点在哪里?有专家指出,房企有很多资源,包括社区商业、零散的公寓等,这些沉睡的资源大有可为。还有就是养老的问题,也是机会点,也是可以盘活和有效利用的资源。房企不应再拘泥于建设楼盘的工业化思维,由于互联网来袭,房企在物业管理、社区服务、多种消费模式的创新等方面,已经呈现出一个开放式的资源整合状态。

(《21世纪经济报道》)

## 锵锵楼市

# 不动产登记未完成 房产税难落地?

中国政法大学财税金融法研究所教授 施正文

“这次将社会关注度很高的房产税法纳入立法规划,回应了之前关于‘房产税还该不该征’的争议,表明房地产税的立法工作正按计划稳步推进。写入本届人大五年立法规划,意味着税法通常会在2017年底之前获得通过。”

中国社会科学院城市与竞争力研究中心主任 倪鹏飞

“房产税作为未来地方重要税种,在地方组织收入和调节财富分配、抑制房地产市场投机等方面有重要作用。但是也要看到,开征之路会比较漫长,包括立法还需要做很多工作。目前房地产税法草案正由全国人大常委会预算工作委员会牵头抓紧起草,财政部配合参与立法。专家表示,房地产税率一发而动全身,由全国人大主导房地产税立法,有助于立法草案更加客观权威、更能代表广大民意。”

中国社科院财经战略研究院税收研究室主任 张斌

“当前围绕房地产税改革存在诸多争议,有人认为,在立法和改革过程中,需处理好房产税对楼市短期冲击与地方经济发展的关系、处理好房产税与土地增值税等其他税费的关系等。此外,开征时机、如何开征、要不要设‘免征额’等都是当下的改革焦点。”

中央民族大学法学院教授 熊文钊

“总体来看,七大税种的立法安排体现了落实税收法定‘先易后难’的稳妥推进思路。目前,我国以法律形式存在的税法只有三部,其余15个税种都是依据国务院条例的形式存在。要在2020年全面落实税收法定原则,意味着未来平均每年要制订三部左右的法律,立法工作量非常大。”(新华网)



## 版面联系

张中宝 13637663165

李学雄 13807562666

李少荣 13118909616