

2015年我省发放公积金个人贷款58.44亿元,完成全年计划120.18%

## 住房公积金助力百姓圆安居梦

■本报记者 孙慧  
通讯员 江永华

贷款利率连续5次下调、住房公积金贷款额度上调……2015年至今,在一系列楼市政策利好的带动下,海南房地产市场持续升温,全年商品房累计成交71385套,成交总面积611.78万平方米,均价10753元/平方米。

在楼市暖流涌动下,去年全省住房公积金改革推出系列新政,有效释放了不断增长的职工住房消费需求,住房公积金个人贷款持续创出新高。

### 职工住房 消费能力有所增强

作为我国解决职工住房问题的资金互助机制,住房公积金设立的目的是满足民生住房需求,提升住房保障贡献率。

根据省公积金管理局统计数据,去年我省发放住房公积金个人贷款58.44亿元,完成全年计划的120.18%;全省住房公积金个人贷款累计发放249.13亿元;去年个人贷款余额为197.22亿元,比2014年增加43.16亿元;个贷率72.11%。

住房公积金贷款持续创出新高,表

明我省职工住房消费能力有所增强。同时,省住房公积金管理局对保障性住房倾斜力度也在加大,2015年回收保障性试点项目贷款本金3000万元,本期末项目贷款余额3900万元。

### 系列新政 支持职工住房消费

去年以来,随着国家不断调整房地产政策,海南楼市景气度逐渐回升。我省根据国家政策及本地房地产业发展实际状况,推出提取住房公积金支付房租、降低首付比例、调整贷款额度以及开展异地贷款、“商转公”业务等政策,

进一步修订住房公积金缴存、提取、贷款和相关业务操作规程。

五项住房公积金新政的出台,极大地提高了住房公积金的社会效益,提升公积金的使用效率和职工住房消费能力。2015年,全省住房公积金存量贷款94315笔,比2014年增加15427笔,累计发放个人贷款112521笔。

### 向优化业务、强化服务 要效率

去年以来,结合国家“简政放权”政策,省住房公积金管理也在提升优化业务系统,加强公积金风险管控,推动贷

款工作提速。例如在海口地区,省公积金贷款制定了贷款提速流程和贷款办理各环节时间控制表,平均办理1笔贷款时间由之前的120天提速到了71天左右,贷款工作效率极大提高。

与此同时,住房公积金的风险管控也进一步加强。全省贷款逾期率控制成效明显。去年全省贷款逾期额为255.97万元,逾期贷款率为0.013%,比上年末下降0.0277个百分点。

在提升效率的同时,相关部门也狠抓服务意识和服务质量。2015年,省公积金12329服务热线全年接听来电量共计8.89万人次,比上年增加2.74万人次,同比增长了44.53%。

2015年海南商品  
房累计成交71385  
套,成交总面积611.78  
万平方米,均价10753  
元/平方米。

去年全省贷款  
逾期额为255.97  
万元,逾期贷款率为  
0.013%,比上年下降  
0.0277个百分点。

制图/陈海冰  
(数据来源:海南省公积金管理局)

### 数说 数说



### 买“互联网+”商铺 不惧线上冲击

近年来,面对日益火爆的网络电商,线下实体店的转型已势在必行。作为建材家居行业的佼佼者,喜盈门2014年进驻海口,利用前瞻性的眼光和敏锐的市场洞察力与时俱进,通过合理的规划打造海口喜盈门五大主题广场:高端的国际建材广场、齐全的国际家具广场、特色的儿童游乐广场和美食休闲广场以及专业的艺术品生活广场。

### 创全景建材O2O门户网站

喜盈门是较早在电商领域开拓的建材家具卖场之一。早在2006年,喜盈门就创建了“137home要省钱家居专业网”,建立了全新的“网上预定、现场体验、门店支付”的O2O电子商务模式,并开发了首家家居行业网上360°全景商城,动动手指,足不出户就可以浏览喜盈门所有的品牌展厅,然后预约下单,再到喜盈门实体商场进行购买,把中意产品搬回家。

海口喜盈门此次成功引进了O2O购物模式,客户只需登录网上360°全景商城,动动手指,足不出户就可以浏览喜盈门所有的品牌展厅,然后预约下单,再到喜盈门实体商场进行购买,把中意产品搬回家。

### 推线上线下四大服务承诺

由于建材家具行业和海南物流成本偏高的因素,网上销售的建材、家具经常面临着尺寸不符合、运输途中造成损坏、物流成本高退货难等种种问题,如果客户选择在没有实体店的电商平台购买的话,难以保证产品质量。而喜盈门不仅引进O2O模式,还在线上线下实行四大保障:“500万元先行赔付”、“七天无理由退货”、“环保保障”和“差价3倍返还”四大服务承诺,为消费者提供了强有力的保障,并创造了真正超值的无忧购物体验。这也是喜盈门拥有“互联网+”基因且不惧电商冲击的真正原因。

### 做O2O跨界营销大获成功

去年3月15日,上海喜盈门联手“乐居家居”和易居O2O社区平台,举办了一场盛大实惠的O2O营销活动。线上5天共计17万人次参与,线下600人到场,收获近300万元的销售额,成为建材家居行业互联网精准营销的典范之作。海口喜盈门每年3000万元广告推广费用,届时将联系海南本地知名门户网站联手举办团购会、内购会等活动。

### 楼时评

■ 萧清

“穷则变,变则通”。面对去库存的压力,房企多多少少产生“山穷水尽”的感觉,如何谋变方能“柳暗花明”?在日前开幕的2016重庆春季房交会上,龙湖集团首次曝光了备受业内关注的“产品主义”客户研究体系。

曾几何时,楼市“黄金时代”让

## 去库存迫房企谋变

利润丰厚的房企,个个嘴里含着金钥匙。很长一段时间里,房地产项目奉行“拿来主义”,西班牙建筑风格、东南亚风情园林等比比皆是。

开发商满脑子都是“卖方思维”——房子想咋盖就咋盖,反正不愁卖不出去。

如今,房子不仅不好卖,房企还被库存憋得够呛。此外,随着人口老龄化和“二孩时代”的到来,原来捏在

开发商手里待价而沽的部分产品,已不适应变化了的家庭结构需求。

楼市利好政策固然可以解决一部分问题,但待售房还是那么多。怎么办?从目前情况看,品牌房企已经意识到,行业巨变背景下的“产品革命”势在必行。

有一部分哲人说,惯性思维总是被迫改变。依笔者之见,龙湖地产的“产品主义”已完全转向“买方思

维”,这是个不错的开始。无独有偶,融创近日总结出中国高端业主居住生活中的上万个“痛点”,并由此提出筑梦家、大管家、邻里家、智慧家、私享家的5H体系,这更是围着客户转的“定制思维”。

如此看来,供给侧改革让中国房企转变思想、放下架子,楼市去库存则令其谋求改变。对消费者而言,这无疑是件好事。

## 恒大发力楼市 外滩与您同行

日前,恒大地产对外界公布,今  
年3月份,恒大地产的合约销售金  
额、销售面积及销售均价,与去年同  
期相比分别增长113%、81%及  
17.7%,环比上月分别增长91.7%、  
85.4%及34%。

3月29日,恒大地产董事局主  
席许家印在业绩发布会上表示,  
2016年第一季度恒大的销售金额  
在650亿元左右,并对今年完成  
2000亿元的目标充满信心。截至  
2015年12月31日,恒大地产已进  
入全国162个城市,项目总数375  
个,一二线城市项目205个,占比  
55%。目前,恒大地产已完成“三线  
企业包围一二线”的战略。

值得一提的是,去年4月,恒大  
地产率先提出在全国范围内开始实  
施“无理由退房”,该措施实施一年  
来,退房率仅为0.91%。数据显示,  
去年恒大销售额同比增长53%,同  
时客户来访量、成交转化率等数据  
提升明显。

恒大集团去年共斥资602亿  
元,向新世界、华人置业、信和置地



### 一周样板间



设计师:符鑫  
主要材料:大理石罗马柱、微晶石、金箔、软包、实木线条等  
建筑面积:130m<sup>2</sup>  
项目地址:三亚市鸿洲国际香榭左岸  
设计说明:整体为简欧风格设计,不仅让人有高档奢华的视觉享受,更多的是营造意境和浪漫。护墙板巧妙搭配实木线条,凹凸有致的处理效果,再融入软包点缀,使整个空间展现出欧式风情的典雅、稳重以及和谐。

XINGYI DECORATION 星艺装饰

### 8年品牌全新升级 华府美宅荣耀面世

广物·滨海国际是广物地产集团集8年筑楼经验精心打造的一线海景大盘,以1600亩恢弘之势,历经数载向大家呈现了碧海银滩、七色岛儿童公园、广乐汇会所、国际双语幼儿园、阳光泳池等丰富多彩的人居项目设施。2015年底,君御湾完美交房,赢得了逾千户业主的交口称赞。目前,全新二期君临湾组团,震撼推出88-141平方米江海臻品,VIP登记即享88折!首付3.8万元起抢住精装三房,轻松实现都市人的幸福岛居生活梦。

免费抢票热线:0898-66667188

### 版面联系

联系人:李亚丹 13976077158