

# 百城新樓價格月跌0.04%近2年首次

內地房企流動性備受考驗，11月樓市隨之受到考驗。中指研究院昨發布內地百城價格指數，數據顯示11月百城新建住宅平均價格為16,183元/平方米(人民幣，下同)，同比上漲2.72%，漲幅收窄；但環比則下跌0.04%，為去年3月以來的首次下跌。其中，53個城市出現環比下跌，為疫情最嚴重時期以來首次突破50個。

●香港文匯報記者 周曉菁



●數據顯示，11月份內地百城新建住宅平均價格為16,183元人民幣/平方米，按月下跌0.04%，為去年3月以來的首次下跌。圖為重慶市渝中區。  
資料圖片

中指院評論指出，臨近年末，項目優惠促銷、以價換量現象較為常見，但多數城市新盤市場表現平淡。大多數房企的銷售壓力和資金壓力仍難以緩解，料促銷回款力度或將加大。不過市場下行預期短期內扭轉的可能性不大，認為12月份仍將維持低位運行。

## 53城新樓價格按月錄跌

具體來看，新建住宅環比下跌的城市為53個，城市數量按月大增22個。跌幅較小的城市均在0.5%之內，不過上海、甚至等10個城市跌幅在0.1%至0.2%之間，昆山、寧波等35個城市跌幅在0.1%以內。值得注意的是，長三角城市群新建

住宅連續兩個月下跌，11月環比下跌0.08%，跌幅微增，溫州、昆山、寧波等九城均由漲轉跌，南京環比跌幅擴大，上海延續下跌態勢。京津冀城市群內多數城市新房價格環比亦有下跌。

二手住宅方面，11月百城二手住宅平均價格為16,013元/平方米，同比上漲3.66%，漲幅較上月收窄0.38個百分點；環比下跌0.08%，跌幅微擴。其中68個城市二手房環比下跌，數量是自2020年6月數據發布以來的最高。四大主要城市群11月均呈下跌態勢。

## 扶持政策有望加速落地

不過，樓市調控政策邊際調整預

期增強，中指院相信，短期內各地或將全面落實「因城施策」，料扶持類政策有望加速落地。

中國恒大等公司的債務危機蔓延，再加上政府抑制房地產投機，住房需求受挫。據克而瑞地產研究匯編的初步數據，11月份內地前100房企的合約銷售同比下降38%，至7,510億元，降幅較此前一個月擴大。

克而瑞的數據顯示，11月百強房企單月業績同比延續了自7月以來的下跌趨勢，其中超過半數的房企同比降幅大於30%。11月29個重點監測城市商品住宅成交面積同比跌幅擴大至32%，較2019年同期下降19%。

雖然有跡象顯示內地的監管機構有意鬆綁調控政策，以緩解購房者的擔憂，不過，克而瑞對整個內房行業持謹慎看法，尤其是債務負擔沉重的開發商。克而瑞地產研究稱，那些「問題」房企融資環境較難實質性改善，資金周轉壓力或將不斷加劇，近期信貸政策鬆綁主要利好國企、央企及優質民企。

## 房企發債規模「縮水」19%

另外，中新社引述貝殼研究院的報告顯示，今年1-11月份，內房企境內外債券融資累計約8,466億元，同比減少1,990億元或19%。預計全年內房企發債規模將回落至萬億元以下。

## 奧園傳8億放售葵涌奧創中心

香港文匯報訊(記者黎梓田)內房債務危機持續，內房企業各自撲水。出現流動性緊張的中國奧園(3883.HK)陸續處置部分資產融資。有消息指，為回籠資金，奧園計劃出售香港葵涌活化工廈寫字樓項目AOffice46(奧創中心)，全幢物業正在市場放售，叫價低至8億元，較三年前買入價9.5億元低約1.1億元，據指正在和買家商談。

消息人士透露，上述活化工廈寫字樓項目近一年已在市場放售，最初叫價12.5億元，隨後一度降至9.5億至10億元，惟一直未獲承接，近日更有消息指，若有買家出價達到8億元也有機會成功買入，呎價則低至約6,800元。

## 業權不統一 或影響估值

翻查資料，奧園在2018年6月向羅氏針織已故創辦人羅定邦家族後人、羅氏集團行政總裁羅正杰買入上址，當時成交價9.5億元。該項目總樓面面積為11.7萬方呎，樓高12層，提供約210個辦公室及會議室。若物業最終以約8億元易手，估計賬面蝕約1.5億元或16%。

奧園一度將AOffice46拆售。資料顯示，在2019年1月至4月份，AOffice46合共賣出11個單位，成交總額約2,418.37萬港元。不過其中8個單位在同年12月取消交易，目前尚餘3個單位未取消交易。該3個單位均為位於5樓的會議室，成交價介乎146.86-229.88萬元。市場人士認為，由於該幢商廈有3個單位已經售出，即已不是統一業權，因此估值較平。而該幢商廈剛完成活化，現況新淨管理也不可能拆卸重建，如要全幢出售，發展商需要向3名小業主重新買入單位以統一整幢大廈的業權。

事實上，為回籠資金，奧園於今年11月蝕讓價9億港元出售西半山羅便臣道63至67號地盤(前身為燕貽大廈)予投資者伍登輝，料虧損約1.77億港元。

## 禹洲傳抵押深圳總部獲11億貸款

另有消息指，禹洲集團(1628.HK)將深圳總部大樓質押，獲11億元人民幣貸款，目前尚未清楚貸款用途。深圳禹洲廣場此前估值35億元人民幣，有4億元人民幣債務。消息指，這筆貸款由一家中資股份制商業銀行提供，已全額支取。

# 大學教授領小農戶進城 帶消費者入村

## 鄉村探路者

2010年冬天，懷胎8個月的中國農大副教授賀聰志，收到博士生導師葉敬忠從河北易縣桑崗村捎回的黑豬肉和柴雞蛋。鄉村食材烹製出的美味，一下子勾起了她埋藏已久的鄉村味蕾。第二年春天，賀聰志強行斷掉4個月女兒的母乳，跨過易水河來到桑崗村，執行德國BFTW基金資助的「巢狀市場小農戶扶貧實驗」項目。

「巢狀市場(Nested Market)」是中國農大葉敬忠教授與荷蘭學者揚·杜威·范德普勒格(Jan Douwe van der Ploeg)、巴西學者塞爾吉奧·施奈德(Sergio Schneider)共同提出的一個新概念。」賀聰志解釋說，「巢狀市場小農戶扶貧試驗」，目標是通過發展適合貧困小農戶特徵的「另一種產業」和創造將農村貧困生產者和城市普通消費者直接聯結起來的「另一種市場」——「巢狀市場」，來探索精準深度貧困人口的「另一種脫貧途徑」。

## 建巢狀網絡農家產品

賀聰志的主要任務，是建立桑崗小農戶與北京社區的聯繫，讓鄉村特色產品直達消費者的廚房。「桑崗這個由老人、婦女和兒童守護的村莊，至今保存着較為典型的小農經濟業態。每戶一片小菜園、一頭豬、一群雞鴨，生活基本自產自足。多餘的收穫，比如紅薯、花生、核桃、板栗、黑豬肉、柴雞蛋，要麼送親戚，要麼拿到鄉村大集上出售。」

易水河畔的桑崗，與北京隔河相望，可是這裏的農家土產卻很少跨過易水河。

「按照項目設計，小農戶的土特產定價，高於鄉鎮集市三到六成。」賀聰志和中國農大執行團隊想帶農民過河，「價格不是問題，質量也不是問題，問題在於人與人之間怎麼建立互信？」

賀聰志嘗試在北京幾個高檔社區做陌生推廣。「站了2個小時，問津者寥寥。」他們決定轉身「殺熟」，目標鎖定親友和同事，組建起桑崗第一個消費群。「消費者又邀熟人、親友加入，通過5個消費群、8個配送點，桑崗105個小農戶與北京400多個家庭構建起巢狀供給網絡。」

河北易縣通往北京的路有幾十條，但是農產品進京的路並不暢通。派送果蔬、黑豬肉和雞蛋的麵包車，要趕在天亮前進城，要等到天黑後出城。「按照消費者發來的微信地址，導航到指定小區門口交貨，然後奔赴下一站。」但賀聰志發現，「這一站消費者取

貨不及時就會影響到下一站交貨時間，從早送到晚農民累個死，消費者還有意見。」

這個由德國BFTW基金支持的「巢狀市場小農戶扶貧」實驗項目，剛開始就遇到一個又一個困難。「北京消費者喜歡黑豬肉，往往是殺一頭不夠，殺兩頭有多。」賀聰志和團隊成員「看着消費者把瘦肉和小排買走，剩下的邊角料自己買回家。」

「北京社區居民對與桑崗小農戶的互動體驗大都懷着好奇心，但當欣賞者變成消費者時，才發現「小農戶家產的非菜不夠鮮嫩，雜糧參差不齊，豬肉肥多瘦少，雞蛋表面不光潔、蛋黃濃淡不一。」

桑崗村的農民代表訴苦：「農村大集上的骨頭都是腔骨連着排骨賣，可是北京的消費者要求小排和腔骨分開，小排被搶光了，腔骨卻不好賣了。黑豬肥多瘦少，瘦肉被搶光了，肥肉賣給誰呢？」

## 助小農戶有機食材找市場

站在城市視角，賀聰志一方面引導農民盡量按照消費者要求去做；站在鄉村視角，她又竭力替小農戶辯解。她對香港文匯報記者說：「春天雞吃青草多，夏天雞吃蔬菜多，秋季雞吃果實多，冬天雞吃糧食多。一家散養10幾隻母雞，有好幾個品種。雞蛋大小不一，色澤各異，蛋黃有淡有豔，這就是有機產品的特徵。」

「桑崗小農戶20天給北京消費者配送一次」，賀聰志解釋說，「小農戶產品非常有限」。賀聰志和導師葉敬忠也不支持擴大生產，他們不反對「一村一品」大農業經濟模式，卻致力於關注主流模式忽視或不能顧及的小農經濟。「小農戶保有豐富的農耕文化，恰恰是巢狀市場的潛力和價值所在。」他們一度倡導「讓小農戶走向城市」，但他們真正呼喚的是「城鄉互動與融合」。

## 帶消費者入村

「巢狀市場」給農民增加了收入。

北京消費者家庭邀請送貨村民到家作客。

北京消費者訪問河北易縣桑崗村。



中國農大副教授賀聰志把河北易縣桑崗農民帶到北京小區。

●圖文：香港文匯報記者顧大鵬

## 小農經濟也可壯大

賀聰志鼓動北京的消費者，「越過易水河，周末到清西陵、狼牙山旅遊，順便到桑崗村看看。」「巢狀市場小農戶扶貧實驗」有兩個導向，「一個是帶小農戶進城，一個是帶社區消費者進村。」賀聰志自豪地說，「一手牽着鄉村，一手牽着城市。」

## 「巢狀市場」開始升級

「疫情期間，巢狀市場停擺了4個月。」她表示，疫情對種植業影響不大，但打擊了小農戶養殖熱情，「雞苗補欄比往年晚，出欄也相應延後，加上滯留和封閉期間自家消費需求，可以出售的農產品沒有多少。」桑崗小農戶與北京消費者維持了9年的巢狀市場，因為疫情被迫轉移到線上。大約10天會有一次快遞配送，數量明顯不如從前。

「巢狀市場」旨在躲避食品帝國對小農戶的盤剝，但是中國農大團隊並沒有將兩者對立起來。賀聰志驚喜地發現，「北京回鄉創業青年苑文玉開發的無明攀粉條，就是小農經濟的升級示範」。

苑文玉所在的苑崗村與桑崗為鄰，也是德國BFTW基金的受惠者。20年前，中國農大就利用這個基金完善了苑崗、桑崗、南杜崗、寶石村的鄉間道路和農田灌溉設施，加快了紅薯產業發展。

2016年，苑文玉回到家鄉，在自己的試驗田裏，率先推廣有機紅薯和雜糧種植規範。他改進傳統粉條加工技藝，研發出一款無明攀粉條，這一套土洋結合的技藝錄入「粉條加工國家標準」。

「苑文玉的無明攀粉條製作精細，包裝考究，受到北京貴族圈的追捧，100克賣12元，相當於傳統粉條價錢的5倍。」賀聰志羨慕粉條新貴的價格，更關注苑文玉創立的企業食安檢測系統。「巢狀市場的基石是熟人信賴，消費者的包容，並不能成為質量免費的理由。」2021年春天，賀聰志把苑文玉請到桑崗村，「巢狀市場」開始升級。

## 「巢狀市場」需要社會關注

### 點評

「巢狀市場」，在鄉村振興戰略中是個新概念，但不是新事物。正如「巢狀市場」項目創立者之一葉敬忠教授所言，「巢狀市場」是對鄉村振興實踐的一種概括和總結。它是鄉村振興的一種路徑，但不是唯一路徑。

### 模式不能簡單套用

不同地方，小農農業特點、基礎設施狀況、社區文化、人力資源等方面的不同，會導致「巢狀市場」的發展

空間和扶貧效果有差異。因此，對這種模式的借鑒不能簡單套用，而要根據各地的具體情況，選擇最適合的扶貧方式。

記者發現，「巢狀市場」的行動實踐在河北也並非一帆風順。例如這種方式需要面對商品大市場的環境，如何確保不偏離鄉村發展的價值規範？如何在巢狀市場共同體中構建共享和分享的機制？如何提高組織者的能力等？這將是對中國鄉村振興戰略的一個長期挑戰。

另外，「巢狀市場」在生產者組

織、消費者組織、產品質量保證、配送分發等方面也面臨一些問題和挑戰。

例如，倘若政府部門、企業、學校和醫院等機關食堂或員工可否主動與農戶進行對接，幫助他們發展起穩定的消費群體；村莊生產和組織環節所需的一些基本公共品如冷藏、加工、包裝、互聯網和運輸等方面的設施和設備，地方政府或村集體給予必要的幫助，將有助增強和拓展「巢狀市場」的活力和空間。

●記者 顧大鵬