

“包退”服务颠覆传统

恒大“无理由退房”一周年全国172城同庆

3月22日,恒大地产“无理由退房一周年活动发布会”在广州以及全国172个城市同步举行。本次活动声势浩大,现场大屏幕实时直播全国活动实况。

同日下午,恒大集团董事局副主席、总裁兼执行董事夏海钧在房协会议上表示:“坚持民生理念,为老百姓提供高性价比的产品,是公司跨越发展的关键。住宅是商品的一种,理应像其他商品一样获得包退承诺。”倡议全行业推行无理由退房,共同保障老百姓的购房权益,承担企业社会责任。 郑州晚报记者 赵娟



高品质高性价比 无理由退房底气足

在实施无理由退房一周年的时间里,恒大的年度销售业绩稳步上攀,截至2105年底,累计销售2013.4亿,销售面积2551.2万平方米,均创历史新高,尽管如此,但恒大的退房率仅为0.91%,业内人士认为,产品的高品质、高性价比,是恒大敢于实施无理由退房的底气所在。

在产品品质方面,恒大作为行业龙头,在全国唯一实现精装交楼,而精装标准则由业内装修行业龙头企业供应商共同完成。同样的合作单位标准也应用于恒大的工程方面,通过制定6000条严苛的工艺标准,保证了产品的精品品质。

不仅如此,恒大地产在内部管理、园林升级、配套设施、物业服务以及售后服务等方面也制定更高的行业规范,不仅为购房者提供了一站式的购房满意体验,也让业内房企感叹龙头房企的领导力。尤为值得一提的是,在具备了这些基础条件后,恒大还通过别出心裁的营销手段成功吸引了大批消费者,例如一贯“开盘必特价”的营销措施,以及购房送家居券的优惠,让购房者购房的同时享受到全友家私、联邦家私等15家国际知名品牌家私产品,进一步提升了精装修产品的用户体验。

无理由退房获佳绩 增速领先同行

据了解,恒大从2015年4月16日正式实施无理由退房,覆盖公司全国所有在售住宅。该措施实行后,市场反响空前热烈,业绩增长显著,拉开同行差距。

根据克而瑞等研究机构的监测数据,2015年,恒大销售金额和销售面积分别同比增长了53%及40%,增幅均为行业之首。而2014年,恒大的销售金额和面积同比增长了31%和22%,增速虽高于同规模房企,但增幅并不如2015年明显,可见无理由退房对恒大的销售业绩增长有巨大促进作用。

在销售业绩高速增长的基础上,实施无

理由退房使得恒大领先同规模房企的优势更为明显。2015年,恒大销售额增速为千亿房企之首,拉开第二名22个百分点,相比其他千亿房企12%的平均增长率高出41个百分点;销售面积增速同样排名第一,比其他六家千亿房企平均增长率高6个百分点。

同时,“无理由退房”对恒大来访成交转化及老带新的影响明显。根据恒大2015年单月的来访成交转化率数据,4月实施无理由退房后,恒大的来访成交转化率当月即提升4~5个百分点,并在9月、10月达到18%、19%的年度新高,持续高于同行。

“包退”服务颠覆传统 倡议更多房企加入

在“无理由退房一周年”活动上,现场播放了媒体对恒大实施无理由退房的新闻报道视频,在对恒大全国部分业主进行的采访中,业主均力挺无理由退房政策,表达了对恒大高品质产品的信任,希望恒大为老百姓继续打造出好的产品。

一位济南业主表示:“恒大产品品质好,性价比高,是选择恒大的最重要原因,特别是推出全国无理由退房政策后,为购房者上了‘双保险’,让大家买得放心,买得安心。”

一位北京的业主表示,购房者权益保障往往被忽视,恒大无理由退房保证了购房零风险,免除购房后顾之忧,因此自己二次置业毫不犹豫再次选择恒大楼盘。

分析人士认为,恒大无理由退房的实施开创了行业先河,为老百姓提供更好、更放心服务的同时,也为行业树立了榜样,推动行业进一步完善售后服务机制,

倒逼行业进一步提高产品品质和性价比,是一次行业的供给侧改革。

在22日下午,恒大集团董事局副主席、总裁夏海钧在中房协会议上发表了“民生地产助力恒大跨越发展”的主题演讲,阐述了实施无理由退房的战略思考,反响热烈。夏海钧表示,坚持民生理念,为老百姓提供高性价比的产品,是公司跨越发展的关键。而实施无理由退房,进一步深化民生理念,则是推动恒大继续跨越发展的重要驱动力。会上,夏海钧更倡议更多同行加入无理由退房阵营,共同促进行业的健康发展。

业内人士表示,恒大作为龙头房企,实施无理由退房将加速行业的优胜劣汰,使行业整体素质更高,会为老百姓提供性价比更高的产品和更好的服务。

据悉,为进一步让利于民,恒大在无理由退房一周年之际,将推出全国所有楼盘八七折等一系列的购房优惠措施。

中原时评

废止出租车管理旧法为改革清障

住建部官网21日宣布,自3月16日起废止98版《城市出租汽车管理办法》。(3月22日《郑州晚报》)

一辆小小的出租车,寄托着沉甸甸的民生期待。由于多年来出租车行业实行行政许可及总量控制,出现了群众“打车难”、驾驶员被“份子钱”重压的“两头不满”。出租车行业跟不上现代社会发展的要求,经营管理体制僵化、利益分配固化,成为改革必须啃下的“硬骨头”。

城市出租车问题具有行业性与地方性叠加的特殊性,改革需要“顶层设计”和地方探索之间良性互动、相向而行。近年来,一些城市出租车改革已经

先行试水。去年杭州停止收取出租车经营权有偿使用金、上海颁发网约车平台经营资格许可等,都在以基层探索倒逼“顶层设计”的改革。在地方摸索的过程中,随着“运营牌照”、“份子钱”、“定价权”等难点被成功化解,困扰“顶层设计”的难题也迎刃而解,为接下来行业的全面改革奠定了坚实基础。

出租车行业改革的最终目标,是体现出城市管理和社会治理的现代化,厘清政府和市场的关系,激发市场供给的活力。打破固化的经营权“垄断”,有利于防止政府部门过分插手甚至包办微观市场。当然,政府作为“有

形之手”既不能越位,也不能缺位。随着出租车改革继续深化,政府部门仍要强化市场监管职能。

98版管理办法废止,也凸显出租车改革“顶层设计”应及时出台。《关于深化改革进一步推进出租汽车行业健康发展的指导意见》和《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》已于去年10月向社会公开征求意见,施行一年多的《出租汽车经营服务管理规定》也将根据改革精神修订。改革深化箭在弦上,酝酿中的一系列配套政策办法,让人们看到了以良法引导行业有序健康发展的希望。 据新华社

@ 微话题

因为太美不可以删 浪漫还是麻烦?

几天前,微博“福建师大表白墙”刊登一男生求偶遇女生联系方式,并配一张女生在食堂就餐照片,引发该女生及其男友产生抵触情绪,要求删除照片停止制造麻烦,博主的回复却令人大跌眼镜:“因为女主太美,所以不可以删,下次请你长得丑一点。”(3月22日人民网)

“艳遇”面前应该理智一些

@刘鹏:看见了自己喜欢的美女,你倒是上前告诉她啊!在背后玩小动作,那算什么呢?

@刘剑飞:这样的“艳遇”很多人都曾遭遇过,但是大多数时候,很多人都表现得十分理智,都是抱着一种欣赏的心态去对待。

公共场所的隐私权保护 应有更为明确的法律

@江德斌:这件事给网友们提了个醒,在网上发布信息时,需要注意保护他人的权益,尊重当事人的意见,不可一意孤行。

@舒锐:有必要对于公民公共场所的隐私权问题,以及在公共场所对公民拍照的行为界限与法律后果进行更为明确的规定。让法律的底线更加泾渭分明。

社保减负要做好“加减法”

上海市人保局、市发改委、市财政局日前表示,从今年1月1日起,全市降低养老、医疗和失业保险三个险种企业缴费率累计2.5个百分点,预计2016年可减轻企业负担约135亿元,降低费率不影响参保人员待遇。(3月22日《新闻晨报》)

社保减负利于减轻企业负担,让民众到手的钱多一些,增加生活的幸福感。不过,具体执行的时候,不要只看到社保减负中的“减”字,也要看到背后的“加”字。换言之,在降低费率时,地方政府要注重提升参保人员待遇,提升他们的幸福指数。

有关社保减负的“加减法”,条件完全具备。国务院总理李克强在两会

记者会上,做了一个“安民告示”:“去年养老保险收支节余3400多亿元,累计节余34000多亿元,我们还有全国的社会保障基金储备16000亿元没有动,同时还能够划拨国有资产来充实养老金。”显然,根据这些信息,关于参保人员养老,我们一方面可以通过“划拨国有资产来充实养老金”、财政支付转移等手段做大社保蛋糕,另一方面也能通过现有社保保障基金储备以及节余资金的增收提升参保人员未来保障力度。

具体而言,做好社保减负的“加减法”还需要坚持顶层设计思维。有的欠发达地区,或许能做到降低费率,但未必能靠自己做大社保蛋糕。有的地方,有能力降低费率,甚至能做到社保

资金的增收。因此,从制度层面需要统筹考虑好这些因素,打通社保减负的障碍,通过资金调节机制,保障好低收入地区的参保人员待遇。

一言以蔽之,社保减负工作不是简单的“减”,而是一项事关公共保障体系的重大改革。相关方面必须以改革思维应对社保费率下降。比如看到一些企业在降低费率政策面前,很可能少交了一部分钱给社保,但却可能不把钱发到劳动者手上。凡此种种,提醒我们在社保基数下调的同时,还可以推动社保减负增收工作的落实,透过社保减负的“减”“加”,真正让民众感受到降低费率的好处,充实信念。 □晚报评论员 杨兴东