

济南一地块竞拍123轮触发最高限价后“熔断”，随后规则调整为“价高者得”

# 摇号拿地“首秀”即成“终章”

本报济南10月9日讯（记者 靳文博）10月9日上午，济南迎来了双节假期结束后的第一场土拍。此次土拍包括科技城片区12街区地块DK1209、唐冶片区围子山路以东A-1-1地块等6宗土地，其中4宗住宅，1宗商业成交，1宗商业用地流拍，合计约269.5亩。其中围子山路以东地块触发最高限价，12家房企进入到摇号环节。但是在上午土拍告一段落后，济南市自然资源和规划局发布补充公告，调整土地出让规则，按照“价高者得”的方式出让。这意味着最高限价和现场摇号规则都退出了土地拍卖市场，土拍挂钩现场摇号规则“首秀”即是“终章”。

此次触发“熔断”机制进入摇号环节的竞拍地块为唐冶片区围子山路以东A-1-1地块，据资料显示，此地块用途为住宅用地，面积约66亩，地上容积率最大为1.2。起始价格42,419万元（地上价格：37987万元，地下价格：4432万元），每次出价增加幅度为100万，第75轮时触发最高限价48793万元，随后进入竞筑品质阶段，12个竞买人报出商品住宅建筑二星级绿色建筑比例不低于百分之五十，部分报价最短间隔不足1秒，随后12个竞买人继续竞价报出商品住宅建筑满足二星级绿色建筑要求，商品住宅建筑三星级绿色建筑比

例不低于50%（剩余的商品住宅建筑全部满足二星级绿色建筑），并均报出商品住宅建筑满足三星级绿色建筑要求，并同意参与现场摇号，该地块前后经过123轮竞拍达到最高限价并需要现场摇号，“拼运气”拿地。

据了解，这是近年来济南土拍地块中，首次触发最高限价后需通过摇号拿地，现场摇号具体时间、地点另行通知。地块位于唐冶围子山西侧，容积率底，有望打造高端项目。

本次节后第一轮土地竞拍，是首次试行今年8月28日济南最新公布的《济南市国有建设用地使用权挂牌出让现场摇号操作规则（试行）》，即网上交易达到最高限价后采取“限地价、竞建筑品质、现场摇号”，当设置了最高限价的挂牌出让相持不下时，将采取现场摇号方式确定竞得人。现场摇号环节在网上竞价活动结束后的2个工作日内进行。而在10月9日上午土拍告一段落后，济南市自然资源和规划局发布补充公告，对本月中下旬即将进行的土拍出让规则进行调整，按照“价高者得”的方式出让，这意味着唐冶片区围子山地块成为本次土拍唯一一次现场摇号竞拍地块，随着最高限价和现场摇号规则都退出了土地拍卖市场，意味着未来房企在拿地环节不再凭借运气，而是要拼实力、拼财力。

## 相关新闻

北上广深等一线城市落实“认房不认贷”，广州、武汉、南京、大连、郑州、合肥等地全面取消或局部放松限购……近期一系列政策组合拳为楼市注入暖意。在今年中秋国庆黄金周期间，房地产市场出现了哪些新特点、新趋势？

记者走访北京、上海、武汉、南京、长沙等地发现，在稳楼市政策工具箱不断完善、房地产政策持续调整优化的背景下，居民购房信心逐步恢复，楼市呈现局部温和回暖、区域冷热不均的状态。

武汉市武昌区一家房企的营销人员徐东告诉记者，相比普通周末，今年双节假期售楼处人气很旺，他每天都要接待近100组看房客户。在长沙，湖南新环境房地产经纪连锁有限公司副总经理明宾忙碌了一个假期。“长沙近期调整房地产政策后，改善型需求增加很明显，二手房房源挂牌量、成交量增长显著。”明宾说。南京

13%，新增挂牌量同比增长19%。

陈文静分析，从黄金周整体表现看，各地推盘积极性提升，项目到访量较节前增加。与此同时，城市及区域间市场分化较为明显，核心城市和一些城市重点区域热度较高，成交量整体表现平稳。

多位业内人士表示，影响当前楼市的一大重要因素，是房地产供求关系的深刻变化。目前，各地已出台的政策着力在刚需和改善性需求购房者减负。下一步，房地产政策持续优化调整，政策精准度不断提高，再加上经济持续恢复向好，都将有助于购房需求的进一步释放。（据新华社）

“整体来看，双节期间各地楼市表现不一。天津、武汉、苏州等地在房交会、新政显效下，市场活跃度得到提升；上海、广州在楼盘供应端带动下情绪回升；北京、深圳、成都、杭州楼市表现相对平稳。”中指研究院市场研究总监陈文静说。

贝壳研究院数据显示，中秋国庆假期全国50个城市日均成交量同比增长3%，带看量同比增长



编辑：马纯潇 美编：马秀霞 组版：刘淼

# 山东擦亮“惠享山东消费年”品牌

## 王春报

山东省商务厅认真落实商务部、省委、省政府“消费提振年”行动部署，加强活动谋划，创新消费场景，以“1+4+10+N”总体架构深化打造“惠享山东消费年”活动品牌，以春、夏、秋、冬4季主题活动贯穿全年，开展促消费十大专项行动，省、市、县联动举办200场以上促销活动，季季有主题、月月有活动、周周有场景，推动消费扩容提质。

## 拉长活动时间 形成波浪式的消费热潮

山东省商务厅深入研究不同季节消费特点，确定不同主题，策划系列活动。年初，下发了《关于做好“2023惠享山东消费年”活动组织工作的通知》，由每年举办“春夏”“金秋”“暖冬”3季促销活动，提升为以“春、夏、秋、冬”四季主题活动贯穿全年，省、市、县联动举办200场以上促销活动，确保全年消费活动不断，精彩纷呈，形成波浪式消费热潮。制定每季活动方案，加强活动组织，强化活动调度，定期调度分析重大促消费活动、会展业发展等工作推进情况，确保各项活动安排不折不扣地落实。目前，“迎春消费季”“夏日消费季”活动已经圆满结束，省、市两级共举办主题促销活动533场次，企业参与6.9万余家



（次），发放消费券7.9亿元，拉动消费146亿元。

## 拓展活动内容 促销领域更广、内容更实

山东省商务厅不断拓展活动内容，在汽车、家电家具、名优商品、餐饮美食、特色商业街、农村市场、线上消费7项专题基础上，新增“建材家居”“老字号”“油品”3项专题促销内容，领域更广、内容更实，在十大促消费专项行动框架下，春、夏两季举办重点活动120场。其中，汽车促消费专项行动举办了“2023齐鲁国际车展”等活动22场；家电促消费专项行动举办了“2023山东家电消费节”等活动8场；建材家居促消费专项行动举办了“绿色环保装修进万家”等活动8场；老字号促消费专项行动举办了“中华老字号（山东）博览会”等活动6场；名优商品促消

费专项行动举办了“2023北方消费品博览会”等活动14场；油品促消费专项行动举办了“2023春耕农业用油惠农保供”等活动6场；餐饮美食促消费专项行动举办了“黄河流域美食文化节”等活动21场；特色商业街促消费专项行动举办了“家乡好街请您逛”等活动9场；农村市场促消费专项行动举办了“齐鲁小城购精彩”等活动6场；线上促消费专项行动举办了“网上年货节”等活动20场，充分激活消费市场。

## 创新活动形式 营造浓厚消费氛围

山东省商务厅坚持高起点谋划、高标准定位、高质量落实，加强部省合作、央地联动、省市协同，充分利用央视媒体资源举办启动仪式，扩大活动影响，省、市、县联动开展系列主题活动，营造

良好消费氛围。2月4日，商务部与山东省人民政府在青岛共同举办“2023老字号嘉年华”暨“惠享山东消费年”启动仪式。6月20日，“2023山东夏日消费季”活动在烟台启动，中央电视台6月21日《新闻联播》对活动进行了报道，央广新闻进行了一小时线上直播，现场参加活动的群众达到3万人次，线上观看近1亿人次。9月15日，山东省商务厅、中国商业联合会、聊城市人民政府、山东广播电视台在聊城市联合主办“2023山东金秋消费季”暨聊城“两河之约·惠享水城”购物节启动仪式，共同开启秋季活动序幕。中秋和十一期间，全省500家重点零售企业实现销售额61.1亿元，增长8.4%。

## 出台配套政策 双轮驱动市场回暖

山东省商务厅把恢复和扩大消费摆在优先位置，政策与活动双向发力，供给与需求两端推动，助力消费回升。印发了《支持商贸流通行业促进居民消费的政策措施》（鲁商发〔2023〕2号），提出继续发放消费券、推动新业态新模式消费、举办系列促消费活动、支持商贸企业发展等4个方面10条政策措施。今年上半年，山东省发放2亿元汽车消费券，支持消费者购买新能源乘用车、燃油乘用车、报废旧车购买新车。支持各市发放餐饮消费

券，山东省财政安排3000万元对各市2023年发放餐饮消费券给予补助。为推动新业态新模式消费，安排1000万元奖励资金，鼓励开展直播电商促销；安排300万元奖励资金，对省级智慧商圈打造消费新模式给予奖励。安排1600万元省级专项资金，对省级促消费活动、各市农村市场促消费活动给予一定补助。为支持举办车展，山东省省级财政安排1000万元资金，对汽车展销活动给予参展企业相关费用补助，用于补贴汽车销售企业参展场地费、搭建费用等实际支付费用。

在政策、活动双轮驱动下，全省消费市场加快恢复向好。1-8月，全省社会消费品零售总额增长8.4%，分别高于全国和苏浙粤1.4个、0.5个、1.2个、2.7个百分点，齐鲁大地街头巷尾再现浓浓烟火气。

“惠享山东消费年”作为促消费重要载体，四年持续不断创新活动方式和内容，时间更长、内容更实、形式更新，已成为全省商务系统促消费、惠民生的品牌。下一步，山东省商务厅将抢抓消费市场回暖契机，多措并举挖掘消费潜力，精心组织全年专题活动，不断擦亮“惠享山东消费年”特色品牌，全力营造安心、放心、舒心的消费氛围，让消费者享受购物实惠、让企业商家增添品牌魅力，共同促进全省消费市场繁荣发展！