

速度见证实力 诚信赢得信赖

## 展图·悦珑湾首开楼栋全线封顶



活动现场

□曹丹文/图

本报讯 7月8日，展图·悦珑湾首开楼栋全线封顶仪式隆重启幕，以速度见证实力。此次仪式不仅标志着展图·悦珑湾工程取得了阶段性的成果，同时更彰显了展图集团的硬核实力，让购房者可以放心购买。

从亮相至今，周口展图·悦珑湾无疑是购房者的话题焦点，颍河北岸，学区红盘等硬件优势自不必说，率先承诺“延期交付，赔您首付”的做法更是让大家见证了展图的魄力与实力。此次首开楼栋的全线封顶更是给购房者吃下安心丸，展图人用实际行动兑现了当初的承诺。

当经济下行，市场遇冷，众多房企被迫“躺平”时，展图·悦珑湾依然火力全开，为施工加速，给业主妥妥的安全感。承诺再美好，无法兑现就是纸上谈兵。开发商的实力逐渐成为购房者重要的考量。

展图集团作为自有资金充足，无负债，各项目稳健运营的实力开发商，从拿地之初就致力打造高水平高水准的品质作品，以全新水岸观邸，成就进阶人居的典范之作——展图·悦珑湾。功夫不负有心人，展图集团以强大的资金实力为后盾，充分做好施工保障。合理科学的工期控制，工序穿插施工，施工人员加班加点，坚守一线，按施工标准全力以赴打好交付战，为购房者交上一

份满意的答卷。

好的房子离不开贴心的物业服务。展图物业将人性化关怀融入点滴细节，为业主缔造美好生活。六大物业前置服务，为业主爱家焕新颜，让业主提前感受到展图“六心”服务。业主尊享的悦享会服务、洗车服务、生日服务、节日礼品，让业主享有美好的体验，感受来自展图的关爱，让业主与幸福撞个满怀。

以信仰浇筑精益求精的匠心，以时间匠造不惧考验的经典。展图·悦珑湾首开楼栋的全线封顶，意味着更早地让业主入住爱家，现场工作人员表示展图·悦珑湾首开楼栋的后续施工工序正在快速推进中，业主幸福生活即将开启。

## 央行等两部门延长两项金融政策 对房企提供持续稳定支持

中国人民银行、国家金融监督管理总局10日发布通知，将此前公布的支持房地产市场平稳健康发展的两项金融政策进行调整，适用期限统一延长至2024年12月31日。中国人民银行有关负责人表示，此举旨在引导金融机构继续对房地产企业存量融资展期，加大保交楼金融支持。

为促进房地产市场平稳健康发展，2022年11月中国人民银行、原银保监会联合推出16条金融举措，从保持房地产融资平稳有序、积极做好保交楼金融服务、配合做好受困房企风险处置、加大住房租赁金融支持等方面，明确了支持政策。

中国人民银行有关负责人介绍，“金融十六条”发布实施后，对保持房地产融资合理适度、推动化解房地产企业风险发挥了积极作用，取得了良好的政策效果。“综合考虑当前房地产市场形势，为引导金融机构继续对房地产企业存量融资展期，加大保交楼金融支持，金融管理部门延长了有关政策适用期限。”

记者发现，延期政策集中于两方面，一方面是支持开发贷款、信托贷款

等存量融资合理展期的政策，另一方面是鼓励金融机构提供保交楼配套融资支持的政策。

在存量融资展期方面，原政策规定“自本通知印发之日起，未来半年内到期的，可以允许超出原规定多展期1年”。此次政策调整后，“2024年12月31日前到期的，可以允许超出原规定多展期1年”，这对于不少房企来说是个利好消息，有助于缓解房企资金压力，改善房地产行业融资环境。同时，这也有利于金融机构化解存量贷款风险。

另外，原政策规定“自本通知印发之日起半年内，向专项借款支持项目发放的配套融资，在贷款期限内下调风险分类；对债务新老划断后的承贷主体按照合格借款主体管理。对于新发放的配套融资形成不良的，相关机构和人员已尽职的，可予免责”。此次调整后，适用期限也延至2024年12月31日前。

业内人士表示，此次延期有助于打消金融机构对房企新发放配套融资的部分顾虑，为房企提供适度宽松的融资环境，有利于引导金融机构对房企提供

持续稳定的资金支持。

此外，记者还从中国人民银行了解到，本该在2023年3月31日到期的保交楼贷款支持计划已确认延续实施。

业内人士表示，今年以来，金融管理部门针对房企融资问题出台一系列举措，从存量和增量入手，加大贷款、债券、资管等多渠道融资支持力度，保持优质房企融资性现金流稳定，有助于引导优质房企资产负债回归安全区间，推动行业向新发展模式平稳过渡。

中国人民银行货币政策委员会近期召开的2023年第二季度例会提出，因城施策支持刚性和改善性住房需求，扎实做好保交楼、保民生、保稳定各项工作，促进房地产市场平稳健康发展，加快完善住房租赁金融政策体系，推动建立房地产业发展新模式。

中国人民银行有关负责人表示，各金融机构应按照要求切实抓好落实，因城施策支持刚性和改善性住房需求，保持房地产融资合理适度，加大保交楼金融支持，推动行业风险市场化出清，促进房地产市场平稳健康发展。

(新华社北京7月10日电)

## 楼市如何走？运营与服务成重头戏

有楼盘项目营销负责人表示，刚刚进入7月，楼市便打破了以往“淡季”的市场沉寂，一些冒着酷暑的置业者一边擦着汗水，一边挑选着心仪的产品。

对于楼市“忽冷忽热”的多种表现，有业界人士认为，楼市将要或正在出现一种全新的市场模式，从过去逐鹿产品设计以及区域优势等多种营销方式逐渐转变成更加注重品牌的市场长期运营以及后期有质量的服务。

据了解，从今年开始，已经有多家开发企业不再盲目地营销产品，而是更多地将精力放在已入住项目的运营和服务方面，实际上一些老牌房地产企业很早便以住区服务来提升产品以及企业知名度，企业有自己的“形象玩偶”，有完整性的“周边产品”，有系统性的整合服务体系，而针对入住业主更是不定期地组织各类丰富多彩的服务，也有的社区会在每年定期举办品牌活动，让业主在住区形成一个大家庭模式。有开发企业高管认为，这样的做法会加深业主与企业的凝聚力，同时也会沉淀潜在的客户资源，有一些业主根据自身需求要调换或是改善时都会首先考虑这个开发品牌，而且也是以口碑形成对企业品牌的市场推广。

楼市从“不管三七二十一”的营销产品到以细节和有温度的服务来运营产品，或将成为今后楼市营销市场的一大亮点，也为置业者带来了更多安心、舒心 and 开心。业内人士表示，只售卖产品而忽略了市场的运营和后期的服务势必会给品牌带来不良影响，人家买你的房子，需要的不仅是产品的优势，更需要入住后的更多服务，房子摆在那里就是砂石堆积的一个固体，而服务和运营才是唤醒其生命力的关键。

(据《每日新报》)