

3幅地块出让方式调整 从拍卖变招挂

业内人士预计土地出让的溢价水平将走低



地块出让方式调整为招标挂牌复合式出让，一方面可以提高土地出让保证金的比例，使得房企拿地的资金约束增加；另一方面通过事先投标确认合格的房企名单，实现审核房企土地开发实力、有效控制地价等目的。

■本报记者 陈洁

日前，上海市规划和国土资源管理局发布《上海市国有建设用地使用权出让补充公告》，对浦东临港芦潮港社区C0204地块、临港芦潮港社区E0602地块，以及奉贤区奉城镇57-05区域地块的出让进行调整。调整后，上述3幅地块出让方式从原来的拍卖调整为招标挂牌复合式出让。

对此，不少业内人士表示，招标挂牌复合方式出让对参与竞买的房企要求较高，预计土地出让溢价会较低。

上海土地市场 微调土地出让方式

据了解，所谓的招标挂牌复合模式是指，地块最终出让形式由有效申请人数量决定，若通过资格审查的有效申请人数为3人及以上的，地块则采用招标方式出让，有效申请人即为“投标人”。如通过有效申请人数为3人以下的，本地块采用挂牌方式出让，有效申请人即为“竞买人”。且投标人须声明在上海地区开发建设项目时均不存在被要求整改的情况。

根据上海规土局发布的公告，3幅地块已提交申请且在中止期内未申请退还保证金的境内申请人须按出让须知要求补充提交《商品住房用地交易资金银行监管协议》和《监管银行承诺书》原件，境外申请人须按出让须知的要求补充提交《商品住房用地交易资金使用承诺》原件。

记者了解到，临港芦潮港社区C0204地块，出让面积4.18万平方米，容积率1.8%，建筑面积7.7万平方米，起始价7.55亿元，起始楼面价9800元/平方米，规划土地用途为住宅用地。临港芦潮港社区E0602地块，出让面积1.58万平方米，容积率2.0%，建筑面积3.16万平方米，起始价2.78亿元，起始楼面价8800元/平方米，土地用途为商住。奉贤区奉城镇57-05区域地块，出让面积7.52万平方米，容积率1.6%，建筑面积12.04万平方米，起始价11.8亿元，起始

市发改委公布商品房销售明码标价专项检查情况

5家房企价格违规被罚

本报讯（记者 陈洁）日前，上海市发改委公布2016年商品房销售明码标价专项检查情况，华润（上海）房地产开发有限公司、上海展恒置业发展有限公司、上海辰环房产发展有限公司等5家房企在销售房源时存在价格违法行为，被责令改正，并分别处以5000元罚款。

据了解，根据《国家发展改革委办公厅住房城乡建设部办公厅关于开展商品房销售明码标价专项检查的通知》要求，上海市发改委结合本市实际情况，在全市范围内组织开展商品房销售明码标价专项检查。

上海市发改委披露，此次专项检查对象为本市房地产开发企业和房地产中介机构，检查时间为2016年11月10日至12月10日，检查内容为经营场所明码标价情况。

此次专项检查重点查处行为，包括销售商品房不明码标价、未在交易场所醒目位置明码标价；未按规定实行“一套一标”；未一次性公开全部销售房源；标示信息不全，没有按照规定内容明码标价、公示相关收费以及影响商品房价格

楼面价9800元/平方米，土地用途为住宅用地。

今年3月20日，上海土地市场发布公告称由于3幅地块交易资金来源审核工作尚未完成而终止出让。资料显示，原定于3月20日出让的临港两幅地块已分别有约20家房企参与竞拍，奉贤地块则有12家房企参与。

行业竞争加剧 土地溢价水平或走低

从拍卖到招标挂牌，土地出让方式的转变对房企来说可谓一场考验。

根据地块出让文件，若地块确定为招标出让，排名顺序前3位的投标人才能入围竞标。排名顺序根据“招标综合评分”的得分高低排序决定。招标综合评分为100分权重，其中经济实力30分、技术资质20分、项目经验50分，均需投标人提供真实的证明材料。

而挂牌出让的方式与土地拍卖方式最大的不同则是，挂牌以书面形式报价，其所引发的关注度及曝光程度较低。

对此，同策咨询研究中心总监张宏伟表示，招标挂牌复合出让即先用表格给房企评分，评分通过再拍地。如果此种出让方式全市推广，意味着日后大牌房企的拿地优势会更加明显，中小型房企拿地难度将加大。

易居研究院智库中心研究总监严跃进指出，招标挂牌复合式拍地主要有两个特点，一方面提高了土地出让保证金的比例，使得房企拿地的资金约束增加。另一方面通过事先投标确认合格的房企名单，然后再在土拍市场上竞价，这样就能够实现审核房企土地开发实力和控制地价等目的。

来自第一太平戴维斯监测的数据显示，今年一季度，上海成交11幅包含住宅性质的地块，共计92.8万平方米。从成交价格来看，住宅用地的平均楼面价约1.8万元/平方米，平均溢价率为26.7%，远低于去年市场住宅用地拿地的溢价水平。

业内人士预计，不排除未来上海将扩大土地招标加挂牌的复合出让方式。



春暖花开，游客争相在上海迪士尼乐园“奇想花园”内的垂丝海棠拱廊下拍照留念。 □上海迪士尼度假区 供图

上海迪士尼换上“春装”迎接游客

本报讯（记者 王延）上海迪士尼度假区迎来了开园后的首个春季。不少当季的花卉植物盛开，让乐园迎来四季中最亮丽的景色。而在园艺团队的设计下，上海迪士尼又多了不少拍照胜地。

园艺设计造就拍照胜地

走过上海迪士尼乐园的安检大门，首先映入眼帘的是一张大大的米奇笑脸，很多游客“乐园第一照”的背景就是这张笑脸。然而这些游客或许不知道，每个季度来到乐园，米奇笑脸的配色都是不一样的。这个春季，米奇笑脸的主色调是红色。

继续一路向前，在奇幻童话城堡前有一条小路。这条小路长约20米，路两边的树枝交织在一起，形成拱门的形状，辅以树枝上盛开一朵朵粉色的花，仿佛一条花廊。有人把它叫做“节节花园”，有人把它叫做“白头偕老道”。

“现在，这里是整个乐园里面最受欢迎的景观之一。”上海迪士尼度假区园艺团队

负责人告诉记者，这些树有一个很好听的名字叫垂丝海棠，这是一种原产于中国的植物，在上海的小区也很常见，但是像这样特殊的株形只有在上海迪士尼才能看到。

据悉，整个园艺团队很早就有了这个设计，并在上海迪士尼开园一年前就着手在育苗园里对这些垂丝海棠进行培养塑形，最终让它们呈现出好看的拱门形状。

据悉，垂丝海棠的花期将会维持一个月，4月底之前来到上海迪士尼的游客都能拍到这条花廊。而4月之后来到这里的游客也不会扫兴，因为花谢了之后会新生出叶子和果实，叶子和果实掉了之后仍旧是好看的枝条形状，将是完全不同的体验，这也是为什么有些人把它叫做“节节花园”，有些人把它叫做“白头偕老道”的原因。“我们可以想象5年后，当树枝长得更大，更茂密，这里的景色也会更美。”

让景观成为故事的一部分

事实上，园艺团队在整个乐园的景观

设计上都有自己的“小心思”。

在米奇大街上，偏向小镇风格的植物和园艺更受欢迎，它们明亮的颜色和节庆的气氛十分匹配。大街两旁的树枝也被修剪得很特别，如果仔细观察，这些树与上海街边最常见的法国梧桐无异，但上端顶冠的修剪方式不仅可以让游客在夏天有阴凉可乘，还会挡住通往城堡的视线。

值得一提的是，为了达到最佳效果，园艺团队还作了更多探索和尝试。上海土壤整体偏碱性，并不适合大部分景观植物的种植和生长，于是上海迪士尼对所有种植区的土壤进行了改良。园艺团队还从荷兰、德国等国家引进郁金香、大花葱、樱花树等植物，以更好适应不同区域风格。

“作为一个乐园，我们的首要目标就是娱乐大众，而让游客加深感受体验的方法就是将故事融入景观中。”上述负责人说，“上海迪士尼里面有各种各样的植物，我们会用不同的植物讲述不同的故事，这也是迪士尼乐园和其它乐园不一样的地方。”

“珠丰”甜瓜昨日上市

上农批精准对接 24小时内直供终端

本报讯（记者 杨珍莹）金山朱泾镇“珠丰”牌甜瓜昨日上市，浦东最大农产品批发市场上农批率先对接，组织了上海主要的生鲜电商5家，超市、卖场、批发商6家，利用上农批APP现场下单，甜瓜上市24小时内便可直供消费终端。

“珠丰”甜瓜肉厚皮薄、细腻多汁，平均单果重在1.5公斤左右。“珠丰”甜瓜2009年正式通过国家绿色食品认证，2011年获“上海市著名商标”称号，2011-2012年上

海市优质甜瓜评比获金奖，2013年获“上海名牌”荣誉，并连续多年获得上海市甜瓜“推优评优”评比金奖。

主要种植方上海珠丰甜瓜专业合作社社长姚爱军介绍，合作社一直种的是“蜜天下”品种，该品种别处很少种植。合作社为了确保甜瓜的品质和口感，只生产第一茬瓜。目前全社优质西甜瓜种植面积达1400余亩。

据悉，由于“珠丰”甜瓜刚上市，未完全

成熟，可采摘的只有6000公斤，目前已全部被订购，交易额达4.8万元。其中，首次对接的上农批渠道共承担360箱，近3000公斤。

“此次组织电商参与，主要是想打入中高端市场，并通过网店，将以往农户等着上门收购的模式变为市场直销的订单模式。”上农批总经理张春华说。

据悉，今年“珠丰”甜瓜的上市期为4月17日至5月底，年总产量320吨。

“多肉热”开始消退

向精品化方向发展

本报讯（见习记者 李玉洋 记者 欧莉）如今，不论是在微博、朋友圈，还是在办公室、阳台，都可以看到“呆萌”的多肉。记者了解到，多肉市场已度过疯狂增长期，进入平稳发展阶段，并开始向精品化方向发展。

日前，记者来到大梅指广场一家花店，看到黄丽、白美人、姬珑月等常见多肉统统被“打包”，装在一些精致的盆子里。店主坦言，这样“拼盘”的精品多肉要比单品种价值更高，贵的要过百元。

联洋广场一家花店的店主表示，将多种

多肉做成“拼盘”也算精品多肉的一种，但实际上精品多肉需要培育很多年，这些经过时间雕琢和艺术设计的精品多肉在品相、色彩等方面会显示出高低错落的质感和丰盛。“一些老桩精品多肉可以卖上千元。”

据悉，多肉植物源自国外，是指营养器官肥大的高等植物。多肉以其呆萌的姿态而被爱好者们亲切地称为“肉肉”。作为风靡全国的植物，它在深受买家喜爱的同时，也缔造了花卉行业销售的热点。

有数据显示，从2012年到2015年，国

内多肉植物爱好者的数量以每年300%的速度增长，多肉的价格也因此很坚挺。而到了去年春天，低价位的常见品种的批发价下跌了40%至50%，不少“欧货（指欧洲进口的品种）”小苗的批发价也跌到了一棵10元以内。

业内人士表示，造成这样的市场局面，一方面是因为大多数多肉植物的繁殖难度不大；另一方面是因为市场经过几年的高速增长，多肉生产户大量增加，不少多肉爱好者也自产自销起来。