

“认房不认贷”，广州深圳双双落地

“认房不认贷”广深两地落地，8月30日，广州明确落地“认房不认贷”。同日，深圳发布通知，自8月31日起施行新政。

8月25日，住房和城乡建设部、中国人民银行、金融监管总局联合印发通知，推动落实购买首套房贷款“认房不用认贷”政策措施，并将此项政策纳入“一城一策”工具箱，供城市自主选用。

8月30日，广州市人民政府发布《关于优化我市个人住房贷款中住房套数认定标准的通知》(下称《通知》)，“认房不认贷”政策正式在广州实施。

《通知》指出，居民家庭(包括借款人、配偶及未成年子女)申请贷款购买商品住房时，家庭成员在当地名下无成套住房的，不论是否已利用贷款购买过住房，银行业金融机构均按首套房执行住房信贷政策。

该政策执行时点2023年8月18日为界。2023年8月18日0:00前签订个人住房贷款合同的，按原政策执行；2023年8月18日0:00后签订个人住房贷款合同的，按新政策执行。

深圳市住建局当晚也发布通知，居民家庭(包括借款人、配偶及未成年子女)申请贷款购买商品住房时，家庭成员在深圳市名下无成套住房的，不论是否已利用贷款购买过住房，银行业金融机构均按首套房执行住房信贷政策。通知自2023年8月31日起施行。

综合

解读

“认房不认贷”将为购房者带来哪些实惠

推动落实购买首套房贷款“认房不用认贷”政策措施，延续实施支持居民换购住房有关个人所得税政策……近日，我国房地产政策持续调整优化。这些政策将为居民购房带来哪些便利和实惠？

什么是“认房不认贷”

住房和城乡建设部、中国人民银行、金融监管总局近日联合印发《关于优化个人住房贷款中住房套数认定标准的通知》。通知明确，居民家庭(包括借款人、配偶及未成年子女)申请贷款购买商品住房时，家庭成员在当地名下无成套住房的，不论是否已利用贷款购买过住房，银行业金融机构均按首套房执行住房信贷政策。

“认房”或“认贷”是银行在发放住房按揭贷款时评判首套房、二套房的标准，其中“认房又认贷”最为严格，指的是即便第一套住房贷款已还清，但因有贷款记录，再置换时仍被认定为购买第二套住房，从而执行更高比例首付及房贷利率。

住房和城乡建设部政策研究中心研究员浦湛说，在“认房不用认贷”政策落地城市，将以家庭为单位，包括借款人、配偶及未成年子女在内，只要在当地没有住房，即使有贷款记录，购房时可按首套房来执行贷款政策，享受首付比例和利率优惠。

置换家庭首付减少

对于置换家庭来说，“认房不用

认贷”政策将带来利好。福州市民陈女士怀孕已经6个月了，她盼着新政早点落地。“宝宝降临后，想换个大房子。”她给记者算了一笔账：之前看中的一套220万元的住房，按照现在政策，首付40%，要88万元，如果能“认房不用认贷”，首付30%，首付可少付22万元。

中国城市规划设计研究院住房与住区研究所所长卢华翔说，在一些首套与二套房首付比例差距较大的城市，若及时跟进落实“认房不用认贷”政策，将为购房者带来更多利好。

有助降低购房门槛

对于曾在外地贷款购买过住房，现因工作地迁移等原因在当地无房的新市民，“认房不用认贷”能帮助其降低购房门槛。新落户广州的“90后”市民郝先生说，自己一家三口在南京有房，去年已还清房贷。“但按照‘认房认贷’情形，我们在广州首次买房，即便卖了南京的房子，再买房也要7成首付。如果‘认房不用认贷’落地，不用卖掉南京的房子也能享受首套3成的首付资格，利率也许也能按首套进行。”一些居民家庭虽然已利用贷款

购买过住房，但后来因创业、经商、治病、子女上学等需要资金，将其拥有的住房卖掉，实际上名下已无住房了。中国房地产估价师与房地产经纪人学会会长柴强说，“认房不用认贷”情形下，购房人能否享受首套房贷款的首付比例和利率优惠，本质上是看购房人目前名下有无住房，该政策落地更加符合居民购房需求和实际。

首套房贷款利率降低

在“认房不用认贷”情形下，首套房贷款利率可以降低，减少“月供”，提高购房支付能力，减轻购房负担。据贝壳研究院监测显示，2023年7月份，百城首套主流房贷利率平均为3.90%，二套主流房贷利率平均为4.81%。以天津为例，100万贷款25年在“认房不用认贷”情形下产生的利息比“认房认贷”情形下节省16.8万元。

通知明确，此项政策作为政策工具，纳入“一城一策”工具箱，供城市自主选用。

浙江工业大学中国住房和房地产研究院院长虞晓芬说，我国房地产市场城市间分化差异大，“认房不用认贷”政策被纳入“一城一策”

工具箱，允许地方根据本地房地产市场供求关系和价格走势等因城施策，可助力房地产长效机制的建设与完善。

“换房可退个税”

在居民换房个税优惠政策方面，财政部、税务总局、住房城乡建设部日前发布公告称，自2024年1月1日至2025年12月31日，对出售自有住房并在现住房出售后1年内在市场重新购买住房的纳税人，对其出售现住房已缴纳的个人所得税予以退税优惠。

据介绍，这一政策总结起来即是“换房可退个税”。业内人士表示，对于大部分城市来说，换房可以节省3万至5万元税费，而北京等城市部分房源能节省更多税费。交易房屋情况不同，个税征收情况也不同。

“这是一个延续实施的政策。”中国社会科学院财经战略研究院财政研究室主任何庆欣表示，财政部等部门去年出台的支持居民换购住房有关个人所得税政策将于今年年底到期，三部明确将这项政策延续实施至2025年底，有助于继续支持居民改善住房条件。 据新华社

柠檬茶火出圈，这片“绿意”扩张到几时



近年来，无论是在商场还是城市街头，一片“绿意”正郁郁葱葱。店面设计以亮眼的绿色为主色调，店名带有“柠”“爆打”等字眼，店内饮品的品类大致相同——不同茶底或是不同水果搭配香水柠檬。伴随着手打冰块和柠檬的脆响，柠檬茶的生意从广东火到了全国，不少品牌参与竞争，受到资本青睐。那么，这片“绿意”扩张到几时？来看现代快报记者调查。

现代快报+记者 王新月 文/摄



街头柠檬茶门店内部装潢也是“绿意盎然”

柠檬茶从广东“卷”向全国

近年来，在广东地区成立了多家柠檬茶品牌，如LINLEE·手打柠檬茶、王柠·正宗广东柠檬茶王等，后扩店至全国。据LINLEE·手打柠檬茶官网显示，目前全国范围内有1500多家门店。后来还出现了地域性的柠檬茶品牌，如2021年在湖南长沙成立的柠季·手打柠檬茶，2021年在浙江杭州成立的五二兰柠檬茶。

据餐饮产业媒体红餐网报道，《中国餐饮发展报告2022》显示，全国柠檬茶门店的数量从2019年起持续增长，并于2021年实现爆发式增长，年增长率达103.3%。截至2023年4月25日，全国柠檬茶专门店数量已经达到9678家，相较2020年底的3000多家，门店数量翻了两倍之多。

8月27日上午，现代快报记者在Yes Lemon就是柠·手打柠檬茶(下马坊店)看到，店内工作人员正在手打冰块和柠檬，陆续有外卖员到店取单，还有消费者在店内等待着现做饮品。记者注意到，店内主打一款名为泰式凉凉柠檬茶饮品，是香水柠檬和泰式绿茶搭配。其他品类主要是用不同茶底或者不同水果，如芭乐、黄皮等，和香水柠檬搭配。一杯饮品单价在18~22元左右。

据了解，该品牌是南京本土餐饮企业于2021年创立。根据该品牌公众号8月20日的推文显示，目前这家品牌在南京已有62家店，在江苏其他城市也有分布，此外，在马鞍山、滁州、合肥等安徽城市，郑州、洛阳等河南城市，湖州、金华等浙江城市均有门店，总共有159家。

除了专门做柠檬茶的茶饮店，

头部新式茶饮品牌在柠檬茶品类上也有布局，如奈雪的茶推出霸气鸭屎香手捣柠檬茶、霸王茶姬推出霸气手捣柠檬茶、喜茶推出鸭喜香柠打茶等。有网友表示，柠檬茶爆火的夏天，一片“绿意”扑面而来，感觉店员捶打得手都要断了。

资本入局柠檬茶市场，有品牌75天扩店500家

柠檬茶清爽解腻，是不少消费者的夏日首选，资本市场对此也颇有青睐。

天眼查App显示，2021年7月，LINLEE·手打柠檬茶获得三七互娱的千万元融资；2021年7月，柠季·手打柠檬茶，获字节跳动数千万元A轮融资，2022年1月，再获数亿元A+轮融资，投资方有字节跳动、腾讯投

资、顺为资本；五二兰柠檬茶在2022年3月，获得数百万种子轮融资，投资方是能图资本；2022年8月，啊爆柠檬茶获天使轮千万元投资，投资方是山竹资本。

在需求市场走高以及资本推动下，柠檬茶品牌也开始加快跑马圈地，比如柠季·手打柠檬茶，2021年10月，柠季全国的门店数达到了300多家，2022年再获得融资后，其拓店速度更是有所加快，据其官网显示，截至2023年8月21日，柠季签约门店数超1800家。

现代快报记者致电咨询了柠季的招商工作人员。据了解，柠季的第一个500家门店耗时436天完成，第二个500家用了297天，第三个500家仅用了75天，毛利可达65%~70%左右。根据该工作人员提供的数据显示，柠季·手打柠檬茶(南京金鹰新街口店)6月美团单平台做到了10000+单。

王柠·正宗广东柠檬茶王的招商工作人员告诉现代快报记者，目前南京店面日营业额在6000元左右。此外他提及，同类竞品LINLEE·手打柠檬茶在广东有不少山寨店，店面设计类似，价格也差不多，可见柠檬茶市场之“卷”。

柠檬茶市场这片“绿意”扩张到几时？

伴随着店内手打冰块和柠檬的脆响以及不断的手摇声，现制手打柠檬茶走红。根据美团美食联合咖门发布的《2022茶饮品类报告》显示，2021年柠檬茶产品销量及销售增长迅猛，同比增长一度达到400%上下。2022年，柠檬茶销量增速同比增长不低于130%，依旧处于较强的发展势头。新式茶饮赛道中

柠檬茶品类已经成为新茶领域中的热门细分品类。

为何发展如此之快？易观分析《2022中国现制柠檬茶市场发展洞察报告》中显示，首先，柠檬茶凭借自然、低糖、低卡等特点更容易满足当下年轻人对健康饮品的心理预期，而且柠檬口感清爽解腻，与其他水果、花、瓜等元素可以做到良好的搭配，提高了品类需求的延展性。其次，柠檬茶可与多种餐饮品类搭配，满足消费者的多种消费场景。再者，柠檬茶组成原料相对单一，制作工艺简单，配料工艺标准化，开店门槛相对较低。不过也有分析认为，柠檬茶当前市场发展存在同质化问题，基本是类似茶底或是类似水果搭配香水柠檬调制而成。另外，季节性也是柠檬茶需要考虑的问题，夏日炎炎来一杯清凉爽口的柠檬茶不成问题，可到了冬天柠檬茶不再“受宠”。

苏州科技大学商学院副教授王晓彦接受现代快报记者采访时认为，当新式茶饮中一个品类卖得好，有消费者喜欢，基本所有品牌都会跟进。“新式茶饮的风是阵阵吹的，一点点翻新。比如奶茶，一开始是茶粉，再到现煮茶，从红茶迭代到绿茶，从普通茶饮到奶盖茶再到奶油顶，包装上也在更新，比如前段时间各大景区很火的竹筒奶茶。在柠檬茶这个品类火起来之前，芒果味主打的杨枝甘露也很受欢迎。新式茶饮市场竞争激烈，想要占领市场份额的话，就要在不断翻新中寻找差异化，从而留住消费者。”

王晓彦还谈道，资本和加盟商的加入，使得门店得以快速扩张，而且这个市场的进入和退出壁垒都不高。“这片柠檬茶的‘绿意’会扩张到何时要交由市场选择，很难保证不会有新的品类取而代之。”