

解读库存危局之【去化模式剖析】

降价、回购、定向、团购、内部房

去库存化各显神通 销售压力催生促销新招数

面对严峻的库存压力和日益紧绷的资金链,春节过后,房地产开发企业纷纷使出“浑身解数”,各找各的销售渠道。纵观郑州楼市,除了常规的打折、总价优惠、赠送面积外,定向销售、团购、内部房等手段,似乎已经成为各楼盘不可避免的选择。 记者 梁冰

常规营销策略 打折优惠、送面积

在所有的甩卖“招数”中,明确降价销售是最直接,也是对购房者最具吸引力的“招数”。不同于节前,春节过后,郑州一些楼盘开始明确打出降价口号,倾销自己的剩余房源,这一行为在业界曾引起了人们的讨论,但其良好的收效最终赢得了业界的认可。

除了打折优惠、直接降价外,赠送面积、赠送空间也成为开发商的主要促销手段。“一房变两房、两房变三房”、“可变空间、随意生活”。如今在郑州,这样的房地产广告宣传语随处可见,许多楼盘都在宣传中打出了送空间、送面积的卖点。

然而,需要提醒购房者的是,买房送面积究竟是馅饼还是陷阱,尚需擦亮眼睛。

去库存化招数 1 定向销售加团购

对于降价的态度,各个房地产公司之间会有所不同,但尽可能多地寻求销售推广渠道,已经成为各个开发商的共识。

针对一些大企业的员工进行定向营销,或者联合一些机构进行团购,已经成为一些品牌开发商最喜欢用的营销方式之一。记者从多个渠道获悉,郑州在售的多个标杆、知名楼盘,都有此种打算,并正在积极接洽中。

业内人士表示,相对于大张旗鼓地降价,定向营销加团购的方式,更具有隐蔽性,也更容易得到新老业主的认同,所以很多品牌开发商都喜欢用这一招。在当前的市场行情与销售压力下,定向销售是最为省时、省力、易见收益的一种营销方式。

去库存化招数 2 溢价回购

“无理由退房”措施最早是一线城市的某些楼盘推出的,当时开发商迫于市场形势降价之后引来老业主“怒砸售楼部”等事件,一时间业主与开发商之间的矛盾愈演愈烈。与此同时,购房者由于“买涨不买跌”的心理作祟,降价楼盘销售情况并不理想,于是出现了类似“置业升值有保障”的策略。

去年12月10日,位于郑州西区的清华·大溪地针对即将开盘的二期波西塔诺组团电梯洋房产品,推出了“溢价回购、置业无忧”的增值销售策略,成为郑州市场首例推出购房保障承诺的项目。开发商承诺,客户在购买新品房源时可签订置业保障相关协议,交房前如客户不想继续持有这套房产的,开发商将按照现在购买价格再溢价12%进行回购。这是开发商意图通过增强购房者信心,达到推动销售的目的。



去库存压力有可能掀起今年的第一轮降价潮

去库存化招数 3 内部房

春节过后,包括记者在内的很多业界人士都收到了一条消息,称航海路城东路一楼盘,针对内部员工推出特价房,可享受4650元/平方米的优惠价格购买“内部房”,而这个价格比周边便宜2000元/平方米左右。

楼盘“内部房”一般是开发商销售给职工或关系户的房子,因为不直接面向购房者,所以价格较市面便宜。近年来,有的楼盘将“内部房”销售范围扩大,在2008年楼市出现下跌

行情时,郑州不少楼盘就抛出“内部房”对购房者进行半公开销售。

据悉,开发商靠内部房销售方式,的确吸引了一大批购房者,也获得了立竿见影的效益。然而,有观点认为,“内部房”多是为了增加销量回笼资金,但其市场吸引力有限,难成楼盘销售“救命稻草”。

同时,由于“内部房”大多证件不全,存在风险,郑州市房管部门工作人员建议,“内部房”需谨慎购买。

>>>“解库”连连看

开发商卖房出尽百招

相比郑州开发商降价、回购、定向销售、团购、内部房等促销手段,全国其他城市的营销招数,就显得“花哨”了很多,不乏奇招、怪招,譬如有楼盘项目号称替业主还房贷,还有组团网上拍卖的……

◆降价补差价

上海嘉定新城公馆承诺,前期原价购房业主一律补予差价;购买特价房的客户签订保值协议,交房前3个月有任何降价一律按最低售价补偿差价。

事实上,上海率先出现新盘价格下调的情形,继而业主砸售楼处的消息屡上报端。受此消息影响,上海出现降价补差价的承诺也并不稀奇。与此同时,包括南京、深圳、杭州以及长沙等地20余楼盘均出现降价补差价的承诺。

◆零首付

据报道,在合肥当地推出“零首付”卖房计划。媒体报道称,购房者在注册成为会员之后,可以参与“零首付”的抽奖活动。一旦中奖,开发商将赠送首付,也即“零首付”。或者,成为该公司的会员后,购房者可以按照房价6.6折签约,客户支付折后总房价首付款。

事实上,不仅是合肥,在上海、山东以及乌鲁木齐等多个地区均出现“零首付”购房现象。开发商以垫付首付款,甚至制造虚假合同等手段来吸引购房者买房。

◆无理由退房/回购

据称,苏州万科金色里程承诺在2013年交房前若出现降价行为,则将按照原价进行回购。作为标杆房企,万科的一举一动都向业内传递出住宅市场发展信号。事实上,万科这一政策果然颇具效果,金色里程作为万科在苏州首个以90平方米为主力户型的产品,以月成交107套的成绩位列去年11月成交前三名。

除去万科之外,据报道,恒大地产在广西苹果园项目也在去年年末推出“无理由退房”活动,凡成功购买的客户均享受无理由退房。而在成都、东营等地,均有开发商做出类似承诺,向客户表示不降价的决心。

◆买房送车

据报道,温州乐清中央公馆商住楼打出“购房送宝马”的促销广告。据称,乐清中央公馆所送宝马,为宝马三系,价值在30万元左右,总计赠送150名。

公开资料显示,乐清中央公馆推盘项目总计868户,均价约为25881元/平方米,主力户型为90平方米左右。以此计算的话,90平方米房款总值为234万元,以获赠宝马价值30万元计算的话,优惠折扣在13%左右。再加上赠送数量有限,因此乐清中央公馆的促销活动,难称实惠。

另外,在深圳的豪华菁园也传出购房送车优惠。

一周楼市

爱心

保利地产引领中原新风尚

2月14日,由保利地产郑州公司举办的“情人节,不送玫瑰送百合”在郑州三大影院甜蜜上映。此次“情人节,不送玫瑰送百合”,是保利地产继“每个有爱的清晨,爱心早餐大派送”、“让爱回家”等品牌活动之后,LOVE郑州系列行动的第三次起航。保利地产进驻郑州后,不仅展现了央企强大的企业实力,更让郑州感受到了保利浓浓的人文情怀。

据了解,保利地产进入郑州后即将开发的首个项目就叫保利百合。其秉承保利地产一贯的精品开发路线,采用院落围合式规划设计,融汇“百年好合”的家本文化,将打造成郑州充满温情的标杆人文住区。 陈默

创新

1.6吨和田玉落户兴达国贸

兴达国贸以玉为引,印证写字楼品质和价值。据了解,兴达国贸一至四层将建成郑州最具规模的专业珠宝玉器交易市场,其四层还将设立郑州第一个高档品牌珠宝会所,兴达国贸主体现已封顶,外立面也会在近期落成。

兴达国贸坐落在紫荆山路与东大街交会处北50米,而和田玉就安放在兴达国贸售楼部。美玉无价,稀世如珍。正如兴达国贸位处中心的稀缺价值。作为中心城区唯一在售的5A甲级写字楼,兴达国贸正是以睿智而富有前瞻力的视野,为国内外金融机构、跨国企业、国内外知名品牌量身打造顶级商务置地。 陈军进

论局

中原经济区建设论坛下周六举行

为找准服务中原经济区建设的切入点,迎接中原经济区建设的热潮,提振地产行业信心,合力共建中原经济区,由河南省住房和城乡建设厅、河南省房地产业商会联合举办的“2012年河南省房地产业龙年新春年会暨中原经济区建设高峰论坛”将于2月18日在郑州举行。

本次论坛旨在顺应龙年大势,研判2012年行业变局,共谋行业发展大计,迎接中原经济区建设大潮。届时,国内权威专家、我省市相关领导将亲临现场,房地产实战企业家和全省优秀的房地产企业代表300多人将共同见证这一行业盛会的召开。 梁冰