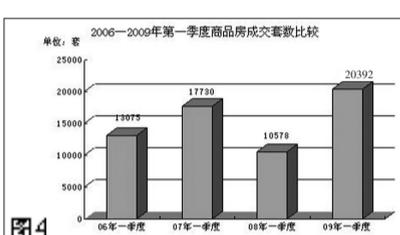
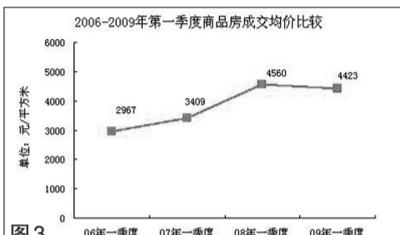
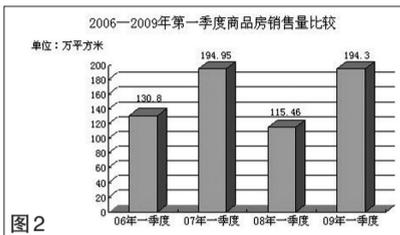
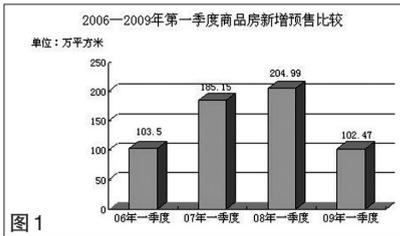


# 楼市春日“解冻”现象分析



虽然2009年的春天比往年来得较晚一些,但全国楼市似乎度过了长达一年之久的寒流后,在这个春天解了冻。郑州市2、3月份商品房成交量出现了明显的回暖趋势,1月成交商品房39.4万平方米;2月成交55.8万平方米,同比增长41.6%;3月份成交99.1万平方米,较2月上涨75.75%。整个季度的商品房成交量为194.3万平方米,接近2007年同期水平。

在人们的潜意识中,每年的第一季度都是楼市的淡季,然而,2009年的第一季度却打破了这个规律,楼市成交量的快速回暖跌破了众多人的眼镜。

## 新增预售为近年来最低

据深圳市泰辰置业顾问有限公司统计,2009年第一季度,郑州市商品房批准预售面积为102.47万平方米,为2006年以来的最低点,与2008年同期相比,下降近50%(见图1)。2009年1月至3月新增预售量呈递减趋势,3月份预售面积仅12.34万平方米,创下了近年来单月的最低记录。面对持续恶化的经济形势和并不稳定的房地产市场,开发商大多采取了观望的态度。由于目前市场形势有所好转,预计随后几个月推盘力度将会明显加大。

## 成交接近2007年同期水平

2009年第一季度,郑州市商品房成交量为194.3万平方米,较2008年同期增长68.5%,接近销售量最大的2007年的同期水平,市场成交量巨增,回暖明显(见图2)。2009年1月至3月,成交量持续递增,3月份更是达到了99.1万平方米,月度成交量达到2007年以来历史第二高水平。

泰辰分析,成交量显著放大主要有以下三方面的原因:一是自2008年10月份以来的宏观调控政策效果开始显现;二是各个项目都加大了优惠力度,纷纷推出低首付等促销措施;三是各种房展会的促进。在以上三个因素的合力下,2008年集聚的刚性需求在2009年年初中集中释放。预计这种局面仍将延续一段时间。

## 成交虽加大价格却稳定

2009年一季度,郑州市商品房成交均价为4423元/平方米,同比2008年下降3%。郑州楼市自2008年进入调整期后,价格增长明显放缓,个别月份甚至出现价格下降(见图3)。2009年1月至3月份,价格整体呈现上涨趋势,1月份市场均价相对较低,2月份市场成交量,低首付等促销手段在一定程度上使得房价虚高,3月份延续了2月份的市场表现,价格相对稳定。

## 成交套数为4年来最大

据统计,2009年第一季度郑州市共成交商

品房20392套,较2008年同期增长了93.41%,与销售量最大的2007年同期相比,增长了14.79%(见图4),市场成交量巨增,回暖明显。

究其原因,一方面是国家连续的调控政策作用开始显现;另一方面是开发商加大了优惠力度,积累了长达一年的刚性需求在第一季度集中释放,促使第一季度的成交量达到了历史新高。

此外,郑州市2009年第一季度各月的商品房成交套数呈递增趋势。1月份成交量相对较少,2月份回暖趋势开始显现,而3月份,商品房成交套数更是达到了历史少有的高度,为10710套。单月销售1万套以上。一方面是市场新增供应紧缩,一方面是成交放量,这样的状态大大改善了2008年以来整体市场明显供大于求的矛盾。在需求比重方面,从1月份的87.57%增长到3月份的91.79%,由此可以看出商品住宅的成交依然是目前市场成交量的主力,这也佐证了刚性需求在这波“小阳春”里起到了不可忽视的作用。

## 业内数据

### 郑州房屋销量遥遥领先周边省会城市

第一季度,一线城市的成交量均出现了暴涨,而位于郑州周边的几个二线城市也大都显现出量价齐升的态势。其中,郑州以194.3万平方米的成交量,遥遥领先其他城市的销售水平。在郑州各区域中,房价最高的区域依然是郑东新区,而销售量也依然集中在金水区,为各区域最大。

晚报记者 梁冰

#### 周边省会城市中郑州成交量最大

以北京为例,3月份北京商品住宅成交155万平方米,接近2007年同期160万平方米的水平,一季度共成交295.1万平方米,同比上升了54.6%,而上海、深圳、天津、海口、西安等城市3月份的成交量也大幅上升。

而其他一线城市也和北京一样,一季度成交量统统出现了暴涨。京沪深三地新房成交都比2008年一季度涨了一倍以上,深圳甚至涨了两倍多,3月份一线城市几乎都接近了2007年峰值;以前最不起眼的西部城市重庆,可以用“惊人”来形容,一季度成交面积都超过了600万平方米,是北京、上海的3倍多。

在河南周边的二线城市中,第一季度,郑州的商品房销售面积最大,为194.3万平方米,其次为西安、合肥,分别是170.9万平方米和161万平方米;而济南和太原则只有51.8万平方米和49.31万平方米的成交量。其中,太原的增幅最大,比去年同期增长了185.86%,郑州为68.5%。

在价格方面,太原的房价在这几个城市中处于较高位置,为4670元;郑州房价在周边几个省会城市中处于中等水平,为4423元。其次依次为西安4594元、合肥4020元,与同期相比,都有所上涨。只有石家庄在2009年1月到3月10日,商品房均价同比降低了10.41%,为3914元/平方米。

#### 单个楼盘销售水平北区位居第一

从区域销售情况来看,第一季度,中心城区依然处于领先地位,销售了4974套。其次为西区和北区,分别为2849套、2696套。西区依然保持着“后来者居上”的势头。

据郑州同致行地产顾问有限公司不完全统计,中心城区在售楼盘共有48个,共成交商品房4974套,平均每个楼盘成交103.6

套。其中超过100套的楼盘有18个。

西区房地产市场共有楼盘26个,第一季度共成交商品房2849套,平均每个楼盘成交109.6套。其中超过100套的楼盘有12个。

南区房地产市场共有楼盘16个,第一季度共成交商品房1550套,平均每个楼盘成交96.9套。其中超过100套的楼盘有8个。

北区房地产市场共有楼盘24个,第一季度共成交商品房2696套,平均每个楼盘成交112.3套。其中超过100套的楼盘有11个。

东区房地产市场共有楼盘30个,第一季度共成交商品房1973套,平均每个楼盘成交65.8套。其中超过100套的楼盘有6个。

从上述数据可以看出,今年第一季度中心城区楼盘分布最多,而南区楼盘分布则最少。从平均销售量来看,各区域之间单个楼盘销售套数相差较大。北区房地产市场平均每个楼盘销售112.3套,排在第一位,其次是西区的109.6套,而东区房地产市场平均成交套数最少,只有65.8套。

同致行认为,郑州市北区与西区楼盘之所以销售业绩相对较好,主要原因在于这两个区域楼盘价格相对较低。目前,购房者多为自住型刚性需求客户,因此对于价格的敏感系数较大。

在各行政区中,第一季度,金水区成交面积最大,为78.25万平方米,其次为郑东新区32.65万平方米、中原区28.31万平方米、管城区25.43万平方米和二七区21.36万平方米。惠济区成交最少,为8.64万平方米。

虽然郑东新区的成交面积不是最大,但这一区域的房价却是最高,为4841元/平方米。而目前房价最低的区域为中原区,是3711元/平方米。惠济区与金水区房价不相上下,分别为4502元/平方米、4508元/平方米。其次是管城区4425元/平方米和二七区4372元/平方米。

## 业界观点

### 80后成购房主力

今年春节后,在郑州以及全国楼市都快速回升的同时,市场显现的需求特征也较为明显。

合富辉煌(河南公司)通过对市场的不完全调查发现,第一季度,80后青年成为购房主力,婚房、首次居住或过渡置业者占绝大多数,投资的比重变得相对较小。

晚报记者 梁冰

#### 30岁以下客户占六成

关于80后将成买房主力军的论断,早在2007年12月份,北京师范大学房地产研究中心的主任董藩就进行过多方佐证。不过,那时的80后只占到了购房者的三成左右。

但是在不到两年的时间里,这个数字发生了巨变。

合富辉煌(河南公司)表示,相对2008年项目来访客户25-35岁占53%的比例,到2009年第一季度,这个比例已经占到了72%,特别是80后的客户比例上升较大。

以利海·托斯卡纳项目为例,去年LOFT公寓开售后,以年轻人为主的客户群成为了购买主力。该产品的成交客户基本在30岁左右,其中30岁以下客户量占总体客户量的60%以上。此数据,与大河楼市和搜房网联合进行的一项调查得出的结论:购房者中25岁~30岁的占65.08%基本吻合。

小户型之所以持续受到购房者追捧,主要原因在于该产品切中了市场的刚性需求——婚房。其总价基本在16万~25万元之间,以高使用率满足了年轻恋人结婚住房、年轻夫妇婚后组织新家庭的住房需求。

合富辉煌(河南公司)的吴春雨认为,“目前,市场的大量需求在于郑州的‘城市移民’和老郑州人下一代的住房需求,这部分人群基本处于适婚年龄或刚组织家庭阶段,对于居住的品质有所追求同时,都渴望有属于自己的新家。因此,促进了中小户型产品的成交量。”



孙昱/图

#### 购房变得更加平民化

第一季度的郑州市场,购房人群除了年龄层次的变化,所表现出的职业特点也与往年有所不同,那就是更显平民化。

以某项目43平方米小户型为例,首付3万元,月供600元就可入住,多数毕业2~3年的客户靠积蓄和家人资助即可解决,而月供则由原来的房租转化。相比租房,买房还具备拥有不动产资产、日后可出租、物业升值等多方面优势,所以小户型刺激了大批30岁以下的年轻客户群。合富辉煌(河南公司)认为,政策的拉动刺激了大批在郑州租住希望安家郑州的“城市移民”族。

在合富辉煌(河南公司)有关负责人看来,某些以小户型为主的项目,目前之所以销售良好,关键在于拥有大批的青年客户,实景现房、低价高品质和小户型低门槛的特点吸引了他们的注意。

综合以上分析不难看出,今年第一季度,婚房成为市场一个显著的特征。

除了需求面积、年龄层次的变化明显之外,置业者显现的还有职业特征结构的转变。2008年客户主力以私营企业员工、个体企业主和公务员为主,三者合计所占比例为86%,而今年以来,仅私营企业员工、事业单位员工二者就占到了73%,可以说,目前购房变得更加平民化。