

受严厉调控举措的影响,各房企均出现了不同程度的销量下降,导致资金回笼情况不尽如人意。

与此同时,存款准备金率的接连上调,也让开发商的资金链雪上加霜。

不过,面对压力,大家的反应却是惊人的一致:不降价,只采取优惠举措或者一些博人眼球的活动来吸引客户。

晚报记者 王亚平

个别楼盘热销难改市场冷清主基调 开发商纷纷出招自救,无奈吸引力不足 融资遇困,销量锐减

房企普遍“很差钱”

相关部门:尽快调整价格回笼资金,“活下去”才是关键

现状 热销只是个例,冷清依然是主基调

在房地产调控的大背景下,或许由于极为特殊的原因,会有楼盘热销,导致整体数据呈现些许暖色,但整个市场的主基调依旧冷清

据新发布的“郑房指数”显示,5月份郑州市市区商品住宅销售5154套,销售面积54.49万平方米,这与4月份的2831套、27.48万平方米的成交情况几乎翻了一番。在价格方面,商品住宅的销售均价为每平方米6350元,较4月份的每平方米5791元上涨了559元。

而将今年5月的商品住宅销售与去年同期的5952套相比也仅下降了798套。尽管没有去年好,但在严厉的宏观调控下,这样的销售数据也似乎证明“红五月”没有落空。

河南王牌企划有限公司董事长上官同君认为,5月新盘开盘量增多,住宅刚性需求依然强劲,而入市项目中中高端严重偏多,成交量居高不下,是商品住宅均价上涨的真正原因。

正如他所说,5月份,不少房企抢抓销售契机,推盘量增加,包括二七万达广场、新蓝钻三期等项目在内的十多个楼盘开盘销售,除此之外,一些4月中下旬开盘的项目,也集中在5月份签约。

透过数据,回顾5月份的郑州楼市表现,的确有部分楼盘遭遇“抢购”,

比如5月28日,二七万达广场项目在郑州国际会展中心开盘,上演了2000人抢购近1000套房源的热剧;5月15日,位于郑东新区的某项目开盘,推出了500套左右的房源,却吸引了1500余位购房者到场。

与这些热销项目不同,市场上大部分楼盘都遭遇了冷清的尴尬。某公司为旗下项目制定了1.5个亿的销售任务,然而严厉的调控限制了买房人的脚步,一个月才销售出去几套房源。也有一些楼盘,早就已经达到了预售条件,然而因为意向客户不足,一直不敢贸然开盘。

也就是说,在房地产调控的大背景下,或许由于极为特殊的原因,会有楼盘热销,导致整体数据呈现些许暖色,但整个市场的主基调依旧冷清。

问题 开发商普遍缺钱,中小房企压力大

谈到资金问题时,不少房企负责人不愿意正面承认,但缺血已经是一个公开的秘密,只不过还没有到生死存亡的关头,因此,楼市博弈仍在持续

随着调控的日趋深化,大部分项目的销量锐减已是不争的事实,资金回笼情况不如预期想象,在沉寂了较长时间后,不得不加大推盘力度“输血”资金链,因此,两个月来,全国多个城市均出现了开盘量加大的情况。

除了销量不好带来的资金压力,今年央行以每月一调的提准频率频繁收紧流动性,这对于需要大量现金流支撑的房地产行业来讲,无疑造成了持续利空。

银行体系流动性的减少,直接结果是缩减信贷规模,这必然导致房地产行业的贷款总量大幅减少,无论是开发贷款还是个人购房贷款,都将受到制约。

“最近经常挨老板吵,销售任务完不成,现在的公司可不是‘不差钱’,资金链就是生命线,这轮调控对房企又是个不小的考验。”在某中小房企从事营销工作的赵先生私下表示。

“资金还算充足,毕竟有2008年调控的经验,会有所准备。”

在采访中,谈到资金问题时,不少房企负责人都会回答的比较模糊,不愿意正面承认,但缺血已经是一个公开的秘密,只不过还没有到生死存亡的关头,因此,楼市博弈仍在持续。

这样的情况持续下去,大型房企如上市公司还可以通过增资去缓解资金现状,而中小房企的日子则最难过,一是随着一线房企进入二、三线城市,消费者大都青睐品牌地产,在楼市调控下,市场也渐渐呈现出了二八效应,品牌知名度高的企业销售状况相对乐观;二是信贷审核越来越严格,政府对开发企业的融资渠道监管也更严格,如果通过担保公司、私人资本等民间借贷形式,资金的成本又太高,也是在增加企业运营风险。

自救 纷纷推出奖励老带新等花样营销模式

面对压力,开发商不像2008年那样没坚持多久就降价了,现在几乎都在死扛,他们都是在等待政府救市

房企开发的钱袋子紧缩,购房者房贷的门槛也在提高,而且从流动性趋近的现状来看,银行信贷规模也将在较长一段时间内保持压缩。

“面对压力,开发商不像2008年那样没坚持多久就降价了,现在几乎都在死扛,他们都是在等待政府救市,不过我看短期内政策面不会有所放松。”一位资深地产人表示。

尽管不降价,个别房企因为压力太大而不得不采取一些比较创新的营销举措。

位于郑密路的某项目,在二期产品开盘前,推出了20套特价房,起价每平方米6498元,引起了购房者的追捧,这与二期均价每平方米7200元相比,优惠

力度不小。农业路的某项目则举办了“0元起拍 限价封顶”的拍卖活动,这样的活动不仅吸引了业内的关注,也让真正买到房子的消费者获得了实实在在的优惠。

除了增加优惠力度,一些楼盘开始针对老客户采取一些特别的营销手段。本月初,位于中原路的一项目推出了“忠诚客户计划”,并制作成册,向已经买了房子的业主进行发放,其内容主要是,“凡成功推荐新客户购买产品,则有不同价值的商场购物卡一张,也将享有优先参加该公司组织的客户活动权利。”该计划的时间则是从本月初到12月底。

据了解,类似这样奖励“老带新”、特价房等方式的确吸引了一批购房者,但是并没有消减大家的观望态度。对此,一位业内人士这样表示,“既限购又限贷,政府的调控不放松,我对房价下降有坚定的决心,开发商如果还采用‘假摔’以及小幅优惠的举措来做诱饵,是不能自救的。”



周悟空 图

延伸阅读

对策

房企普遍采用报高价留空间

近日走访市场,记者发现,不少楼盘的实际成交价格比公示的价格低许多。比如,中原路某项目,在售楼中心公示的价格是每平方米7600元左右,优惠过后,客户的成交价格则在每平方米7200元左右。

业内人士表示,预售价比实际成交价格低的情况一般是开发商采取暗折的降价形式,这一方面是开发商为了今后价格操作的灵活性,另一方面则是以折扣迎合购房者的心理预期。

提醒

莫抱幻想,楼市调控继续从严

针对部分房企所谓楼市调控下半年可能放松的幻想,住建部政策研究中心副主任秦虹在近日出席中国地产金融高峰论坛时泼以“冷水”。

秦虹表示,包括信贷收紧等在内的调控政策在未来很长一段时间内“仍将是一个常态”,并告诫企业,此前房地产行业飞速发展的“拐棍”过度宽松的信贷环境、过度膨胀的住房需求、过快上涨的价格以及过度低风险盈利机会均已出现较大变化,企业不应抱有幻想,尽快调整价格回笼资金并考虑包括股权融资等多种筹资方式,“活下去”才是根本。