



持续高压调控 有效市场大幅缩水

开发商谋变 转场抢攻“刚需楼市”

以老带新、团购等营销策略,让楼市暗战升级
降价或成房企回笼资金迫不得已之可能

短兵相接,多项目7月销售下滑

本周一,中国指数研究院发布了7月份中国房地产指数系统百城价格指数。数据显示,7月份百城住宅平均价格环比6月微涨0.21%,十大城市与6月基本持平。

A 【市场】

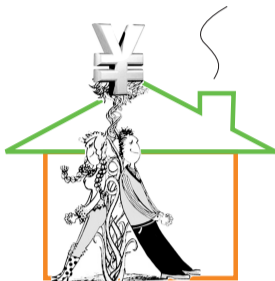
与去年7月的数据相比,全国100个城市住宅平均价格上涨6.81%。其中,39个城市涨幅介于5%~10%,5个城市住宅价格同比下跌,跌幅皆在5%以内。在中部六省的省会城市中,郑州以0.99%的环比跌幅位列第一,样本平均价格为每平方米6822元。“虽然房价还是很高,但是比以前稳定多了,内心没有太多恐慌,可以静心挑选房源。”看了多个楼盘,准备在近期置业的陈继刚谈起自己的感受说。

记者查阅了近期多个楼盘的销售价格走势,整个7月价格几乎恒定未动,且按揭贷款的优惠幅度从一个点增加为两个点。这之前每过十多天就上调价格的情况大有不同。

价格表现的背后,是多个商品房项目销量的下滑。提及销量,曾经对产品销售满怀信心的某项目营销总监如今也是唉声连天,“现在看房的人都很少,天气又热,几乎没什么成交。”他坦言,调控政策的不断加码,把很

多投资客拒之门外,一些改善性需求也受到了抑制,虽然刚需族有资格购房,但是很大一部分又无力承受现在的房价。

“今年7月份仅成交了十余套,去年销量最少的一个月还成交了25套,现在来看房的人明显减少了。”帝湖花园项目营销总监董政表示。上周末,记者走访了大学路、长江路、未来路等多个项目,除了有活动举办的项目人气较旺外,其他均略显冷清。



“尽管未来还有较为不错的发展前景,但是房地产的黄金十年已经结束了。”近日,一位资深的房地产销售人士感叹说,今后,房地产调控将是常态,中小房企发展要改变战略,争夺有效的刚性需求,这样才能不被市场竞争洪流给冲垮。

晚报记者 王亚平

“

房地产行业的洗牌阶段已经提前到来,企业的战略和发展模式也要做相应的转变,不过最主要的还是强化内功,提升开发质量和服务水平,只有拥有较高的性价比和品牌的美誉度才能最终赢得客户的真实购买。

——房地产业内人士分析

”

少量房企以价换量,应对买方市场

随着楼市宏观调控政策逐渐深入,房企大都面临着前所未有的压力。一方面,新房源不断入市;一方面,商品房销售滞缓。

B 【暗战】

市场存量房呈增加态势,在今后较长的一段时间内,供大于求的现象将非常明显。为了应对买方市场的到来和取得下半年楼市的主动权,部分房企开始采取以价换量的销售策略。

7月底,正商明钻2期18号楼43~128平方米房源特惠加推,均价为6450元/平方米,这较其之前的均价6800元/平方米有了一定的优惠。据了解,位于航海路与中州大道交会处的某项目,在制定开盘价格策略时,放弃了最初的价格目标,将选择与前期产品相近的销售价格。“开盘价格将比最初预想的每平方米低三四百元,现在市场观望气氛浓厚,刚需族的承受力也有限,只要能够回笼资金,以价换量的方式也可以适当采取。”该项目负责人私下说。

谈起自己的买房之旅,准备购买二七万达

广场项目两房产品的晓蕾这样说道,“性价比一直是我选房的重要条件,品牌影响力强又有丰富合理的业态,与同区域楼盘相比,它每平方米7000余元的价位优势就凸现出来了。”

放眼全国,不少房企巨头在价格方面也有了些许松动。

7月21日,碧桂园某项目对外发布最新价格信息,提前认筹、开盘当天成功认购的客户可额外享受七五折购房优惠。7月24日,碧桂园另一项目开盘,同样采取了极低的定价策略。7月22日,深圳万科表示,即日起至8月31日前,准备发出10000张“万团卡”,启动为期50天的“万团大战”。所有参与活动的置业者,在12月31日前凡在深圳万科旗下11个项目开盘当天购买,即可享受额外5000元优惠。

户型创新、以老带新等多变策略,抢“刚需”

以前楼市红火的时候,购买者主要以投资客和改善型需求为主,大户型和40平方米左右的小户型较为受欢迎。

C 【谋略】

然而限购令下,为了让仅有的购房资格得以最有效的利用,偏大和偏小的房子都受到了市场的“冷落”,紧凑实用的两房和三房产品成为主角。

诸多房企迅速锁定刚需,在户型设计上进行相应的改良,“办理客户登记时就发现,大部分都是30岁左右的人要购买首套房,这是真正的刚需,只要满足了他们的需求,就会有不错的成交量。”

在走访市场时,记者发现,为了能够留住来到售楼部咨询的刚需族,销售人员的说辞大都较以往有些许不同。

“政府调控楼市时,正是买房的好时机,项目的教育、商业配套都比较好,有着很高的性价比,这个户型的房子只有两套了。”大学路某项目置业顾问向客户介绍一套两居室时说。然而,房管局的项目销售备案却显示该

项目房源还有很多,置业顾问这样的介绍是为了冲淡人们的犹豫心理。

为了赢得更多关注,“老带新”活动也风靡市场。比如,已购买“河南物华实业集团”开发物业的客户,若推荐新客户购房成功,新老客户均可获赠超值好礼;中原万达广场的“忠诚客户计划”,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。

谈及当前的发展状况和未来的战略,东方鼎盛地产发展有限公司副总经理徐霖认为,“房地产行业的洗牌阶段已经提前到来,企业的战略和发展模式也要做相应的转变,不过最主要的还是强化内功,提升开发质量和服务水平,只有拥有较高的性价比和品牌的美誉度才能最终赢得客户的真实购买。”



点睛阅读

楼市渐“退烧”

价格走向仍是谜题



“房价会不会降?”常常有人这样焦急询问。买不起房子的老百姓期待降价,房地产企业及利益相关方则不希望降价。

尽管当前持续高压的调控态势,对楼市起到了降温的作用,但房价会不会下行依然是个谜题。

就像当前诸多开发商所言,“会有一些的优惠,但是大幅降价不太现实,只要限购令等政策一放松,市场就会反弹。降价与否,取决于市场供需调节和保障房建设能否跟进。”

的确,整个市场的价格趋势会不会下行,不在于企业有没有资金,因为即便一批资金链崩溃的房企被洗牌出局,大房企就会并购或者新房企又会涌现。

房价下降的关键在于,市场房源充足,尤其是政府主导建设的公租房、廉租房、经济适用房等保障房的供应量和有效的使用率有多高,如果说到城市奋斗的年轻人都能以极低的价格租到一套廉租房,中低收入又都能以可以承受的价格买套经适房,商品房房价恐怕想上涨都难。

不过,要达到这样的理想状态尚需要较长一段时间,这也会是一段充满暗战的艰难之旅。

抢攻市场
房企 看过来

抢攻刚需
2011楼市“现形记”
专题报道之二