

透过展会看市场一

今秋旺季大战 还需“以价换量”



各参展房企的展台前每天都有不少客户咨询、签约。

资料图片

百强楼盘室内房展会的举办恰逢金九银十的交接点,自然也成为观察全年楼市形势的最佳窗口。从展会情况来看,十一黄金周一改八九月以来的低迷状态,给楼市带来了好兆头,成交量得到放大。

不过,购房者的观望情绪仍然很浓。面对资金回笼的压力和库存压力,今年金秋的楼市旺季大战,房企还需“以价换量”。这不,随着央行、银监会出台的新房贷政策,不愿放弃利润的开发商索性直接拿新政做起了文章。

金秋旺季,市场成交量放大

9月29日到10月8日,百强楼盘室内房展会在百强楼盘联销中心举办,活动集合了平顶山众多实力房企,参展楼盘包括建业·十八城、建业·桂园、华诚·蓝湾新城、华诚·蓝湾翠园、恒大名都、天

河盛世、天河国际、华廷·四季城、佳田·西湖岸、建工佳苑2期、鹰城·香港城、鹰城·五彩城、鹰城商贸中心、永基·九里等二十余个品质大盘。

据主办方统计,活动期间每天

签约客户300多组,好房多、优惠力度大吸引了大量购房者。

“长假期间,我们楼盘就成交了4套,相对于9月份一套没有成交的现实,这个成绩好很多了。”新华区某楼盘销售人员说。十一假

期,天气晴好,购房者利用这个难得的空闲时间出来看房,仅10月份开始的前6天,新城区某知名楼盘的商品房就成交了7套,相比于9月份仅成交3套的情况来说,销售成果可喜。

以房展会10月4日的来客为例:百合金山登记81组;鑫鸿嘉园登记30组;鹰城3个项目登记12组;永基·九里登记19组;蓝湾新城登记15组;蓝湾翠园登记10组……

利率松动助推房企销量

9月30日晚,“官方将放松首套房认定标准”的政策正式确立。同一天,央行、银监会发布《关于进一步做好住房金融服务工作的通知》,放松首套房的认定标准。这是自2010年以来的第一次,重新界定了首次购房者并降低了可享受的优惠贷款利率。

放松首套房的认定标准,加强

对改善型住房消费的金融支持,将为老百姓省不少钱。一参展楼盘销售经理李女士称,伴随着新房贷政策的实施,购房者买一套房子能节省近10万元钱,而且90平方米以下的房子首付仅需20%,新房贷政策的实施将为购房者提供金融支持,促进消费。

根据新出台的房贷政策,业内人士算了一笔账。假定贷款40万元,年限为30年,基准利率6.55,月供2541元,基准为12倍时,月供2896元,新政实施后,允许首套房贷款利率最低打7折,基准7折后,月供为2050元,与打折前的差额为846元。一年算下来就是10152元,

30年为304560元,相当于省出了一辆好车的价钱!

放开限贷政策对楼市起到了刺激作用,对于拥有多套住房的人来说,只要结清银行贷款就可以接着买房,而且允许首套房打7折,这无疑是重磅炸弹。因此,不少人把新政的出台理解为救市,并惊呼重回买房时代。

交通银行首席经济学家连平认为,“目前国内二套房60%首付的高比例在国际上是十分罕见的,对于居民满足住房需求有负面效应,因此,新政不能简单等同于救市。此次新政落脚点是改善居住条件的二手房,属于定向宽松,若能执行到位,则有助于惠民生、消费”。

营销务实直指售价

房展会期间,每天上午10点、下午3点为百强楼盘联销中心人流量最大的时间点,主办方把礼品发放固定在这两个时间点。来房展会买房的客户,只需要拿着百强楼盘联销中心的宣传单,在各个楼盘逛一圈集齐十个章以上就能到主办方那里领取凉茶饮料一提。微信扫描二

维码参加抽奖就有机会赢取榨汁机、液晶电视、食用油、山地车等奖品,“微信营销”成为参展楼盘的营销神器。

与房企们积极备战金九银十相比,购房者的观望情绪仍然很浓,购房态度谨慎,因此不少项目在这个传统的销售旺季成绩一般。国庆节

间,各大楼盘纷纷制定优惠政策,掀起抢客大战。

业内人士称:“有优惠,但真正大尺度降价的房企少。对于老百姓来说,营销活动花样再多,降价才是实实在在的实惠。”目前,鹰城楼市的购买群体仍是刚需一族,银行信贷更偏向于中产阶层消化库存,刚

需群体仍然受到价格因素的制约,购买力不足。

不少项目推出特价房,但仅在房展会期间出售,买房送礼品等活动被购房者认为噱头多,切实优惠少。也有一些项目推出的优惠较有吸引力,如华诚·蓝湾新城推出六证一书真现房,峰惠17万元;华

诚·蓝湾翠园一口价4300元/平方米全城公开发售,团购购房更优惠,总房款最高额外优惠7%;天河国际首付10万元就能买到两房,12万元买四房,并可获赠天河国际300元/平方米的装修基金;鑫鸿嘉园3799元/平方米起,并推出30套特价房……

旺季大战还需以价换量

国家统计局日前发布的数据显示,2014年8月份,70个大中城市中,价格环比下降的城市有68个,持平的有1个,仅一个城市上涨。8月份房价呈现加速降温的态势。在国庆长假期间,销量可观的新华区某房企工作人员坦言,该项目10月份

房价相比于两个月前每平方米降了几百元,成交量上升明显。受价格因素影响的还有位于市区的另一家楼盘,楼盘入市时定价偏高,如今面临滞销的难题。

各种迹象表明,面临着库存量大、资金回笼困难,房企们已形成

“以价换量”的默契,纷纷降价促销。一位房企负责人无奈地说:“市场低迷,造成观望气氛浓厚,以至于要采取降价促销去库存的方式。”

进入金九银十以来,房企在销售业绩的压力之下,进一步加大了

“以价换量”的销售策略,相比于之前小幅度的“买房送装修”“买房送家电”“买房送面积”,如今,抢客大战豪放了许多,“以价换量”愈演愈烈。

均价在5000元以上的建业·桂园,房展会期间推出四字头的价格;

新入市的鑫鸿嘉园3799元/平方米起,在房价四字头、五字头开始的楼盘里,价格优势一下就出来了。定价一向较高的天河盛世,房展会期间推出十套特价房,一口价5700元/平方米。

(段晓芳)