

# 利好不断,楼市“银十”再发力?

“从这些年房地产市场情况看,所谓的‘金九银十’更像一个媒体语言,而非实际成交情况。”中原地产首席分析师张大伟认为,房地产销售将进入常态化的发展趋势。房企不可能像往常一样只强力主攻“金九银十”,而是在每个季度都会推出相应的促销活动,来拉动房地产销售额的提升。今年的淡季不淡,旺季也未出现明显的政策刺激效果。

## ■购房“政”当时

央行先后多次下调贷款及存款基准利率,置业门槛空前降低。

今年“金九”开局相对低迷主要是受到了节假日影响,预计后续入市项目还将有望增多,加上当前政策环境的持续宽松以及房企借助金九银十大搞促销活动,后续成交量有望走高。

近日,央行宣布存贷比取消,意味着将释放7万亿人民币。央行宣布,今年11月12日起发行2015年版第二套人民币100元纸币。对比2008年的4万亿入市后房价暴涨到今天,此次对房产市场的影响预计也将翻倍。这也代表了业界普遍观点:“金九银十”依然可期。

临近年底,绝大部分开发商都将为争取一个漂亮的全年业绩而进入推盘旺季,加上这一直接对楼市利好政策的出台,10月楼市交易量有望保持较高水平。

## ■房企库存压力大

今年8月的三部委新政,将结清首套房再买房的首付比例降至最低二成,这也是历史最宽松的水平。降低首付比例,可以有效降低入场门槛,增加市场需求。由于1到8月份房地产投资增速下滑明显,调整首套房贷款比例不一定会对存量住房的销量产生大的影响,却传递出稳定市场的信号。

央行本次政策更多是考虑解决目前三四线城市的巨大库存压力。进入本周,“金九银十”已经进入倒计时,在整体市场回暖的美好局面中,开发商推货的积极性也很高。

虽然各项宽松政策频出,相对于往年同时期,“银十”作为传统的销售旺季,各楼盘纷纷一反常态选择“按兵不动”。这与目前平顶山楼市的大库存量有着很大关系。供应量的放大,使市民观望现象严重,国庆期间楼市成交量远低于预期。

第四季度是开发商年底冲刺任务的关键时刻。顶着巨大的去库存压力,各房企不约而同地通过低价策略以博取购房者的欢心。

## ■给力优惠多多,暖场活动吸客

“感觉优惠跟之前差不多!”10月

3日,在房展会上和家人一起逛展的王女士感叹道。本想趁着国庆楼盘促销力度大的时候出手,但现场的情况还是让王女士有些失望。

国庆期间楼盘除了延续之前的优惠之外,大多数楼盘还是给出了较为给力的优惠,推出特价房或一口价房源的就有8家,还有楼盘则推出买房送家电、送车位、送旅游等多重叠加优惠。

除了打出诱人的优惠促成成交外,各楼盘也争相通过各种暖场活动吸引购房者到场。国庆7天已经让楼盘聚集了不少人气,黄金周虽然已过,开发商仍不失时机,毫不懈怠推出新的一波活动。

恒大名都“秋季养生大讲堂”,蓝湾新城菊花展趣味寻宝送彩票,银基誉府亲子happy趴,千田·新开元“拼乐高,抽红包”等,各楼盘售楼处每天咨询的客户都接近千人,人气爆棚。

10月17日,华诚荣邦·蓝湾尚街菊花展开幕,凭入场券参与“趣味寻宝”游戏,集齐5个印章者即可参与趣味套圈或抽奖游戏,电影票、礼品券、玩具等礼品多多。活动期间订房者,享受两房优惠两万元、3房优惠3万元,同时可砸金蛋赢1000-8000元现金券。

10月18日晚上7时,平顶山碧桂园在鹰城广场举办广场舞大赛,现场人山人海,美不胜收。

## ■房地产营销电商化

随着房地产开发利润水平的下降、金融环境的变化以及互联网时代的到来,轻资产发展模式成为房地产业赢利的一个必然趋势。与此同时,O2O的商业模式正在逐渐渗透房地产行的不同阶段,而最新的模式就是电商合作。

近两年,除了平顶山本地实力房企外,不少外地房企入驻平顶山,如名门、碧桂园等,房地产市场出现饱和状态,竞争也越来越激烈。“电商平台是拓展市场的一个良好渠道,在一定程度上也能增加楼盘的成交量。更重要的是,市民通过网络对楼盘周边的信息也能有比较全面的了解。”

房地产电商化被视为未来楼市营销的主要方式。但是,由于房子属于大宗商品,不像其他商品可以依照型号搜索选择,顾客最终的购买途径中,仍然需要现场了解房屋的布局、构建、环境、位置等。和传统的房地产营销模式不同,房产电商是包括商品和服务的提供者、广告商、购房者、中介等有关各方行为的总和,主要是在线上完成商品展示和交易意向达成,并通过网络平台支付交易意向保证金,最终促成线下交易。

(张秀秀)



本版图片均为双节室内房展现场情景(资料图片)

## 恒大名都 实体样板房全新绽放

10月19日,恒大名都全新绽放,新销售中心乔迁至旧址南100米位置,同时11#9A精装样板房全新开放,此次恒大名都将样板房搬进实体楼,为购房者提供了更为直观的看房体验;交房标准样板间也同步对外开放,使购房者可以清楚地看到交房时房屋的实际情况。

通过11#看房通道,客户即可到达样板房区域。与其他楼盘样板房不同的是,恒大名都每个户型都有两套样板房,一套布置有家电软装,可以让客户亲身感受未来的生活场景,另外一套为交房标准样板房,即购房者收房时的标准房屋。

这为样板房“卸妆”之举,在平顶山尚属首例。过去的样板房仅起到一个示范作用,实体样板房则帮助购房者解决了诸多实际问题,比如通风、采光、楼间距、空间尺度、观景效果等,为购房者呈现出最真实的居住体验,也为其购买决定提供正确的引导和判断。过去需要置业顾问口述的部分,实体样板房都可以一一做出最为真实直接的解答,它将过去购房者对开发商诚信上的担心,用最直接的产品展示

化解。

在恒大的发展过程中,最值得称道的是恒大大对精品品牌的塑造。历经18年170多个主要城市400多个项目的检验,拥有超百万业主的恒大集团,已经成为中国老百姓最认可的精装住宅。

作为恒大集团进驻鹰城的扛鼎之作,恒大名都秉承“鼎级名牌荟萃、行业领先设计、超豪华材料、精品化施工、标准化管理、人性化关怀、智能化环保健康、创新家装工艺、全球统一采购及配送”的“国际9A精装体系”标准,将日立电梯、松下开关、老板厨电、海尔橱柜、世友地板、群升门业等品牌带入千家万户,用实力缔造鹰城首席全成品精装豪宅典范。

对于购房者来说,精装修房不仅将装修成本降至最低,也避免了装修带来的种种烦恼,可谓“省钱省时省心省力”。近期,恒大又推出了买房即送3万元品牌家私的活动,如此一来,又省去了购置家私的费用,彻底实现了“拎包入住”的人居理想。

(张秀秀)