

房企“双11”厮杀加剧 市场或将持续下行

此前“金九银十”的成色不足,让2019年的“双11”成为房企火拼销售的重要营销节点。在线上,一改此前“地产+电商”试水般的“小打小闹”,今年电商平台与房企间的联合促销愈发火热,5折房、秒杀房、特价房等特惠房源分批上线;而在线下,作为楼盘成交主力的销售案场,北京绝大多数楼盘纷纷推出特惠活动,以价换量,大促回款。此外,擅长委托代理业务的渠道代理商们,也联合众多楼盘推出了形式多样的特惠活动。需要关注的是,在线上线下的促销狂欢中,部分项目因为相比此前有较大的价格调整,在吸引看房人关注目光的同时,也引发了业内的深思:在市场寒意仍在蔓延的当下,如此花样翻新、竞争激烈的楼盘大促,是否意味着市场的持续下行?

线上线下促销狂欢

房企与电商平台的“跨界合作”,在今年的房产圈风头渐盛。进入11月可以看到的是,伴随着“双11”购物狂欢节进入倒计时,各大电商平台摩拳擦掌,纷纷推出各类跨界合作赚足眼球。

电商平台巨头之一的阿里宣布,今年“双11”期间推出超过2万套特价房,起拍价平均是市场售价的七八折左右,其中不乏多地热门学区房、地铁房和景区房等。“对比评估价或第三方市场价不止5折”,更是阿里针对特价房抢漏专题对外喊出的推广语。不过,最终拍卖的成交价格要视竞拍人数、竞拍次数等情况而定。

北京商报记者浏览阿里拍卖下的“房产”频道发现,但凡参与拍卖的特价房,拍卖界面大都会对标的物属性、户型图、权利及限制情况进行公示,对房源有意向者,可按照竞买流程报名并交一定金额保证金,至少一人报名且出价不低于起拍价方可成交。以11月12日成交的昌平区东小口镇天通西苑三区29号楼8层1“这一房源为例,其房屋性质为经济适用房,起拍价为3191532.63元,该房源获得了4624次围观,有2人报名拍卖,最终以3206532.63元成交。

而在阿里系之外,京东也于今年“双11”期间联合超过200家开发商,投放超过6000套特惠房源,号称优惠总额超过3亿元,新房全款五折起。苏宁则与恒大全面联手,上架800个楼盘近万套房源,其中特价房1111套,“每日秒杀100套特价房,最高优惠超百万”为其口号。以恒大为例,11月1日-11日,其在苏宁易购平台每天推出百余套特价房源限时抢购,累计推出1111套,单套最高优惠超百万。

尽管在业内看来,“地产+电商”的房企触网营销已算不得什么新鲜事,但今年

这种多方加码的大阵仗还是让人感到颇为壮观。而除了线上花样众多的房源特卖,在线下,来自开发商、地产销售渠道代理商以及传统中介的楼盘特惠活动也热闹非凡。

北京商报记者于“双11”大促期间随机走访发现,绝大多数楼盘都祭出了形式多样的促销活动,为了吸引更多客户,看房人从到访再到认购,甚至于朋友圈集赞都能获赠礼品;渠道方面,北京较为知名的渠道代理机构——合硕,则于“双11”期间联合网易房产推出了“光盘节”活动,京城39盘联动,最高优惠直减484万元;传统中介如我爱我家,也在房产交易上展开了崭新探索。据悉,11月10日,苏宁有房与我爱我家控股集团签署了战略合作框架协议:我爱我家南昌公司房地产经纪人将全面进驻苏宁小店,为南昌百姓提供房产交易全流程服务。

特惠还是降价

在花样繁多的“双11”特惠活动开展之际,外界对于部分楼盘“是特惠还是降价”的讨论声也逐渐大了起来。

在东六环,开盘多年仍处去化进程中的通州区首开·香溪郡项目,便因为当前部分在售楼栋房源的价格调整引发了些许争议。据了解,该项目去化中的南区楼栋共31栋,其中17栋已经售罄,房源整体均价在3.5万-4.5万元之间。当前在售的1、2、3、4号楼为90平方米小三居户型楼栋,其中,1、2、4号楼因为开售较早,售价稍高,单价处于4.2万-4.5万元区间,现已去化超八成;当前主推的3号楼为享有团购等优惠的特价房楼栋,单价最低约在3.8万元/平方米左右。

对于同面积段房源的价格差异,首开·香溪郡项目销售人员给出了“房源价格变



动基于市场”的回答。此外,一位现场销售人员还透露:“这是最后一栋小户型房源,开发商今年回款就靠这栋楼了!”并称,除了当前在售的小户型楼栋有价格调整外,项目南区其余待售项目实则并无太大价格波动,依据房源位置、楼层分布等因素略有差异,仍然处于4.2万-4.5万元区间。

视线转向南六环,在通州首开·香溪郡因为价格调整陷入争议之时,位于房山区良乡镇的限竞房项目——旭辉城,也于近期对在售房源的售价进行了一定下调。北京商报记者走访项目了解到,此前最高限价为38994元/平方米的楼盘,当前在售房源售价调整至3.3万-3.6万元。

而值得一提的是,伴随着房地产销售进入“金九银十”的传统营销节点,旭辉城的特惠活动一直在持续。早在一个月之前,其于国庆假期之际便启动了口号为“十一购房四重礼”、“房款最高直降60万”的楼盘特惠活动,客户从到访到认购均对应不同的“购房礼”。

在合硕机构首席分析师郭毅看来,众多楼盘项目进行价格调整的因素,一方面在于市场,另一方面则在于客群。

“楼盘降价的原因首先是因为市场,当前楼市不景气导致去化困难;再加上北京市场上在售的主力项目还是以小户型、低

总价”的限竞房为主,主要面向刚需人群,开发商在产品上“做加法”并不能有效调动此类群体的需求,所以开发商只能在价格上去“做减法”,以此实现项目的较快去化。”郭毅说道。

市场下行持续?

尽管线上及线下的楼盘营销足够热闹,但多名业内人士却均向北京商报记者表示,电商平台对于房企楼盘实际成交的拉动实则有限,房产交易的主力仍是线下成交。此次房企集体触网,更多地体现在电商促销品牌和楼盘项目的展示及造势。

中原地产首席分析师张大伟更是直言,从整体看,现阶段电商的高流量对于房地产销售影响不大。特别是房地产消费属于高价、低频的区域市场行为,与电商全国性消费带来的流量并不对等。此外电商的客户相对年轻,而购房者年龄比电商主要群体年龄稍大。

“目前电商已面临增量难题;双11”概念也近乎透支,电商本身是想寻找新的利润增长点。而房地产也在今年面临销售难题,所以两者在以前已经尝试过电商无法卖房的基础上,于今年进行了再次尝试。”就房企及电商的此次联合促销,张大伟如

是分析道。而在地产项目楼盘花样营销的背后,市场形势始终是外界关注的重点:房企间激烈的楼盘促销“厮杀”,是否意味着市场的持续下行?

对于年内多地地产项目促销狂潮,有业内人士表示:“双11”期间这场蔓延线上及线下的促销狂欢,是开发商在房地产市场尚不景气的当下,出于促进销售及回款、冲刺年度目标的综合考量。愈发印证了开发商加快回款的诉求越来越强烈。

事实上,除了房企在销售层面的“身体力行”可以力证回款之于企业的重要性,早在“金九银十”到来前,Top 20房企中就有高达18家企业曾公开表态“促回款”。亿翰智库相关报告也显示,在外部融资环境持续收紧的背景下,房企必须通过提高销售来增加现金流回款;“抓回款”成为2019年房企最重要的任务。谁有充足的现金流,谁就赢得了发展的主动权。

同策研究院首席分析师张宏伟向北京商报记者表示,2019年房地产市场充满了不确定性,预计这种下行趋势将持续到今年年底。而对于房企而言,在房地产市场形势还未尽明朗之前,唯有“多卖房、快卖房”才是支撑其安全过冬的底气。

北京商报记者 董亮 荣蕾

瞩目延庆 富力落子京北



2008年的一场奥运会,让世界瞩目北京,带动了北四环奥运村的长足发展,此后,大家认识了“鸟巢”、“水立方”,并成为北京通往世界的名片。14年之后,冬奥会的序幕正式拉开,北京、延庆、张家口再度站上世界的舞台。而这一次,以延庆为首的区域,将在冬奥会的促动下缓缓拉开发展的序幕。

在冬奥经济的瞩目下,富力联手中外在延庆打造高品质住宅——樾熙府,意在将品质与生活方式注入京北,为这片区域增添一份新的生机。

延庆的活力

中外与富力看中冬奥板块的先天优势,

落子延庆,将体系内最高端的产品——樾熙府献礼京北。

这一黄金板块拥有其他区域所不能比拟的一大优势,即生态优势。延庆素有北京夏都之美誉,自然资源丰富,风光秀美,山水林田路,构成浑然一体的美丽画卷。随着延庆将迎来世界葡萄大会、世界园艺博览会等世界级盛会,延庆正在蓄势待发,向世界展示她独特的风采。

然而除了生态方面的优势,延庆在交通方面可以说取得了长足的进步。目前,围绕赛区的基础建设,尤其是高铁和新的建设,进一步强化西北廊道,推动区域经济一体化进程。在未来,随着G7京新高速、兴延高速、京张高铁建成通车,将与现有的G6京藏高速构

成连接主城区的多层次快速通道,延庆将首次进入北京主城区30分钟的日常通勤圈层。

在全方位的推动下,延庆目前的经济活力得以大幅提升。自成功申奥以来,延庆共接待冰雪旅游和冰雪运动游客829.9万人次,实现旅游收入5.64亿元,旅游接待量达284.3万人次,冰雪之城已成为当地名片。

在交通与经济的双重助推之下,延庆不再是“远郊区”的代名词,反而是“活力”之都。樾熙府借助这一力量,打造“离尘不离城”的生活方式,让业主既能体验到延庆的环境优势,又能借助交通优势大大缩短通勤。

樾熙府的品质

富力集团经过25年全方位发展,不断创造地产界传奇,从广州大本营至北京、天津、西安、重庆,富力集团已成功布局五大核心城市。富力集团一直深谙“以人为本”的人居建设理念,不仅从户型设计、园林绿化、配套设施等方面体现了其高性价比的特质,更从大自然环境的营造、社区交通、教育配套、生活

配套等方面提高产品的附加值。

不仅如此,富力集团在成就与责任与日俱增的今天,站在企业公民的高度,不断关注民生,回馈社会。十多年来,公司各类慈善捐赠遍及文教、卫生、治安、敬老、扶贫等多个领域。

而作为豪宅专家,富力拥有多年的精装修经验沉淀,此次择址延庆,呈现富力最高端产品系住宅——中交富力·樾熙府。樾熙府承袭中交“公馆系”标准与富力“十号系”产品基因,将最高端的产品体系注入延庆这个区域。

在富力“十号系”意味着“顶配”,这一产品系是为新富精英群体量身而作,代表了一种圈层和生活方式。此次樾熙府将“十号系”配置引入其中,用意再明显不过:将最优质的生活方式和精神理念带去延庆,以高配的体系献礼京北。

据悉,樾熙府近临八达岭会展中心、万达广场、万豪酒店,尽享繁华优越配套,京张高铁年底通车,届时由延庆出发,抵达北京二环。

该项目共占地3.27万平方米,地上建筑面积6.8万平方米,9层楼高的纯洋房社区;户型为106平方米、135平方米、190平方米三居及四居的纯改善住区,仅有508套房源。小区整体呈联排式楼栋布局、人车分流、全龄功能园林意境超然。整体建筑风格为新中式,首二层外立面为米色石材,楼间距40米能够充分保证采光及景观视野。

与此同时,樾熙府项目也是延庆唯一一个智慧安防社区,小区入口设有访客识别系统;围墙设置围网周界报警系统;24小时无线巡逻系统;儿童活动区配备天使之眼,保证孩子的安全性。同时,新风除霾、全屋地暖等健康系统呵护健康;卫浴细节体贴入微,人性化收纳系统、适老、适幼设计,体现以人为本;全屋智能一键互通,装修名品汇集,体现中交地产和富力集团匠心合筑的名企实力。

从外部到内部,樾熙府都将最好的理念带给延庆,而从硬件上,业主也能享受到目前延庆市场上所不能提供的高端居住体验。作为中交与富力两大房企携手打造的产品,樾熙府更是会助推区域发展再上新台阶。