

月半13项目进场 北京房企抢收“金九”

经过短暂的供应“断档期”后，“金九”期间，北京一批新房项目正在火速进场。北京商报记者梳理发现，9月刚刚过半，已有13个项目对外公示预售许可信息，相较于过往几个月份，开发商的推盘速度明显加快。而在新、老项目集中加推之际，还有更多项目相继曝光案名、开放样板间并同步启动蓄客，意欲尽快加入“金九银十”营销及去化大战。面对“金九银十”这一传统销售旺季，显然，布局京城的一众开发商们已经逐渐进入“抢收金九”的战备状态。

2021年9月以来北京取得预售证楼盘

推广楼盘案名	发证时间	开发商
保利·锦上	2021/9/13	金地、保利、华润
中建·京西印玥	2021/9/13	中国建筑
北京建工·璟玥林汐	2021/9/13	北京建工
绿城·明月听兰	2021/9/10	绿城
金融街武夷·融御	2021/9/7	金融街控股、中国武夷
万科城市之光·东望	2021/9/7	万科
金茂北京国际社区	2021/9/7	金茂
中建宸庐	2021/9/5	中国建筑
合生·金茂东叁金茂府	2021/9/5	合生、金茂
景泽园	2021/9/3	北京财懋
中海首开拾光里	2021/9/3	中海、首开
海淀幸福里	2021/9/3	首开、华润、住总、中交
恒瑞大厦	2021/9/1	北汽恒盛和顺

(数据来源:北京市住建委官网、公开信息整合)

拿证提速

据北京商报记者梳理，9月截至16日，已有13个项目对外公示预售许可信息，具体包括:保利·锦上、中建·京西印玥、北京建工·林汐、金融街武夷·融御、万科城市之光·东望、金茂北京国际社区、中建宸庐、合生·金茂东叁金茂府、景泽园等。从最新获批预售的项目来看，涉及朝阳、丰台、房山、通州、顺义、怀柔等多个区域。

记者梳理发现，今年6月共有11个新房

项目获得预售许可，7月及8月分别有8个和9个项目获批预售。从新盘取证数量来看，9月以来，开发商的推盘速度已经明显加快，不仅半月取证项目几乎超过了过往几个月的月度数值，单日拿证项目最高也达到了3个。

如，9月13日，北京市住建委网站公示了3个项目的预售许可信息，分别为保利·锦上、中建·京西印玥、北京建工·林汐，三个项目共计批准入市1859套房源；在9月7日，金融街武夷·融御、万科城市之光·东望、金茂北京国际社区三个项目也获批预售，合计批准入市1708套房源。

“9月以来，开发商确实明显提速推盘。一方面，今年5月首批集中供地的地块陆续上市；另一方面，此前一些老项目也在陆续推出后期的一些货量。”合硕机构首席分析师郭毅向北京商报记者表示，进入传统“金九银十”营销旺季，布局京城、手有存货的开发商开始筹谋起“金九”抢收。

据北京商报记者梳理，在9月获批预售的新房项目中，新盘、老盘大概各占一半。今年“金九”期间，新、老在售项目均包含在内，预计北京将有近20个项目同台“揽客”。

“抢收”的考量

“今年受集中供地影响，北京在土地供应方面存在一段时间的‘断档期’，期间产生了一个‘空窗期’，由此也造成了新盘上市的空窗期。进入‘金九’以来，不管是新盘启动还是老盘加推，都希望借助这段时间的窗口期，实现更好的去化表现。”郭毅直言，和往年一样，开发商在“金九”期间快速入市，就是为了在“金九银十”开冲刺业绩。

贝壳研究院高级分析师潘浩也指出，目前全国楼市正进入“高位回调阶段”。企业融资端持续承压，在偿债、拿地等多方面均需要现金流支撑。因此，面对传统销售节点，房企为应对市场不确定性、确保年度销售任务达成、稳定回笼资金以及为年底拿地准备筹码，将加大营销及推盘力度。

越来越多的项目也开始进入“入市销售倒计时”。北京商报记者梳理发现，自今年5月北京启动首批集中供地、出让30宗地块以来，已有24个项目先后曝光案名，不少项目也在“金九”前后流出户型资料，并陆续开放售楼处。记者于9月15日获悉，朝阳壹号、朝阳一墅等项目的售楼处及样

板间将在19日、20日正式开放。在业内人士看来，伴随着这部分项目相继入市，今年北京加入“金九银十”营销大战的项目阵容有望进一步扩大。

当下，开盘加推、大促去化，显然已经成为开发商的销售共识。尤其是在限制售价、配建公租房、配建国际人才社区、政府持有产权、高标准商品住宅建设方案等多重因素影响下，业内更是普遍认为，房企在京利润空间已被大为压缩，对于布局京城的开发商而言，把握好每一个销售节点、做好销售的提前排布都至关重要。据悉，北京首批集中供地呈现低溢价、“个性化”调控等特点，从成交溢价率来看，30宗宅地整体溢价率为6.4%，较2020年全年成交溢价率降低7.4个百分点。

9月只是北京市场的第一个供应高峰，更多房源供应还在后面。据幸福里研究院预测，接下来，首批集中供地项目还有24个将在10月、11月陆续开盘。此外，10月中旬，北京第二批集中供地即将出让，43宗地块等待入市。在幸福里研究院分析师路岩看来，新房放量供应将利好购房者，选择性增多，且不排除项目有优惠释放。但对项目而言，供应量大的区域，必然会短兵相接。

信贷收紧“金九”或成色不足

尽管1-8月北京新建住宅成交量创下了最近八年来的最高纪录，达到了42724套，不过也有分析人士基于当前市场的下行态势，对今年“金九”的成色并不看好。

“在房贷收紧、严堵‘假离婚’买房、二手房市场下行等因素叠加影响下，‘金九银十’的成色大概率上会不足。”中原地产首席分析师张大伟如是说道。

张大伟向北京商报记者表示，房地产市场的核心是信贷，信贷收紧已从华东、华南逐渐影响到华北，北京当下二手房放款周期也普遍在3个月以上。二手房交易放缓影响资金、购房资格，置换型购房客群的新房需求也在萎缩。加上第一轮集中供地项目已开喷供应，市场已从上半年的供不应求“转变为供大于求”。

路岩也认为，近几年楼市传统“金九银十”概念正在弱化，开发商集中供应、区域去化压力加大之外，楼市整体调控也在趋紧，预计北京楼市不会过度升温。

“随着首批供地项目陆续入市，后续能看到一些热销盘出现，或将带动北京今年四季度成交量出现‘翘尾’局面。但基于区域供应的增加、竞品项目的出现，预计北京楼市成交分化也将相对明显。”郭毅说道。

谈及“金九”销售层面可能存在的压力，郭毅认为，同一区域内的竞品之间竞争或将加剧，这将反过来倒逼市场、倒逼开发商去更加精细地了解客户需求，为购房者提供真正满足全家庭生活需求的产品。

据悉，在北京首批供应的30宗土地中，朝阳区占到了10宗，根据北京第二批次的供地挂牌信息，在拟出让的43宗土地中，朝阳区也是供应数量最多的区域，挂牌土地数量为11宗，分别位于十八里店、管庄、王四营和孙河乡前苇沟。在郭毅看来，未来一段时间，伴随着更多新地块的加快入市，朝阳区将成为购房者的一大热门置业板块。

“朝阳在最近五到八年左右时间里，供地量非常少，只有个数新盘入市。叠加首批供应土地及正在路上的第二批挂牌地块，朝阳区蛰伏已久的潜在‘卖旧买新’的改善升级需求，有望被进一步激活。”郭毅说道。北京商报记者 卢扬 荣蕾

打造房地产行业线上营销新势力 58同城、安居客“全民挑房节”再掀购房热潮

作为近年来线上颇具影响力的楼市IP活动之一，第六届“全民挑房节”主会场于9月17日正式上线，在进入传统“金九银十”销售节点的房地产市场，由58同城、安居客主办的“全民挑房节”为这一营销旺季再添一把火。

据悉，本届“全民挑房节”由新房会场打头阵，以“新房会场+主会场”双会场模式，全面联动58同城、安居客顶级资源，并吸收借鉴了以往的成功经验。在业内看来，在亿元补贴、海量优惠、品牌房源等众多重磅举措的加持下，用户安心选好房以及开发商高效促去化的诉求，都将在这场盛大的年度楼盘特惠活动中得到实现。

9月17日上线的主会场上，更是涵盖了新房、二手房、租房、商业地产、装修等业务在内，通过内外生态的协同与合力，58同城、安居客在为购房用户带来福利、创造服务价值的同时，也为开发商及楼盘项目、经纪公司、家居服务商等机构量身打造了品效合一的营销场景和多元产品。



目在重大销售节点灵活把控、细化线上店铺的信息颗粒，如一房一价、楼栋户型、销控信息、基于临感VR一键装修自定义样板间装修风格等四大方面，进一步精细楼盘管理、优化线上展示效果。

助力开发商 品效合一 树立全新线上交易服务标杆

单期精准用户覆盖量达百万级的“全民挑房节”，已成为开发商及广大用户看房、卖房的重要选项。据悉，58同城、安居客“全民挑房节”已累计吸引超过5000家开发商和百万用户参与，活动覆盖全国170个城市。去年“全民挑房节”楼盘项目的转化率达到了7.7%，远高于行业其他营销转化效果。

在业内看来，依托于58同城、安居客日均千万级流量和服务优势，2021全民挑房节”将进一步提升开发商快速产品去化能力，促进高效营销，实现在线交易。而在此过程中，得益于安居客数字化营销体系的构建，开发商在营销方面的“品效合一”程度也得到了加强。

事实上，推进开发商营销品效合一，也是安居客作为平台方所追求的目标。安居客副总裁赵彤阳指出，从数字化到数智化的进程中，要把现在的数字化和智能化的能力与房地产营销领域结合，在营销费率降下来的同时，提升速度和效率。在她看来，这也是降本增效的价值。

“安居客作为一个平台方，持续在房产领域深耕了十几年，通过安居客新房官方旗舰店、微聊客、云聚客等产品，为行业提供标准化服务。未来还将大力推动和开发商集团之间的数字化营销合作，共享技术资源、运营能力，以及在底层公域、私域里的系统建设。”赵彤阳在不久前举办的行业论坛上说道。

双会场营销联动 打通流量、线索、成交闭环

强大的用户黏性、精准的目标客户触达，一直是58同城、安居客的优势所在。“2021全民挑房节”期间，58同城、安居客再度将上述优势发挥到了极致。据悉，于8月30日率先拉开挑房节序幕的安居客新房分会场，一经上线，便收获了楼盘项目和消费者的广泛欢迎，参与城市量级、楼盘项目入住量和用户浏览量均显著提升。

在房产线上化趋势不断加强的背景下，为了让全国各地的特惠楼盘信息能够高效直达有效购房者，促进房源成交转化；2021全民挑房节”期间，58同城、安居客也“祭出”了兼具趣味性、实效性的活动玩法。

据介绍，活动期间，58同城、安居客在新房会场+主会场推出了十大升级新玩

法，包括限时释放优惠补贴，线上小额支付案场大额抵款，透传特价房源、超值折扣、平台独家补贴和买房赠好礼等亿级优惠。

入驻“2021全民挑房节”的多家品牌房企，也拿出了满满的让利诚意。在江苏，南京2020年溧水销量冠军——万科未来城，在此次“2021全民挑房节”上给予每套2000元的独家补贴；碧桂园凤凰城也给出了总房价2%的独家优惠福利。在北京，位于顺义的诺德·阅墅项目最高补贴达11万元，门头沟华萃西山和房山金地大湖风华均为挑房节提供了4万元的独家补贴。

可以说，“2021全民挑房节”从销量场、流量场、声量场三大维度上，形成了流量、线索、成交的全链路闭环，并由此打造出了房地产行业的线上营销新势力。随着9月17日主会场上线，58同城、安居客全民挑房节还将以“新房会场+主会场”的联动模式，为用户提供新房、二手房、租房、装修等优惠信息。

赋能线上数字化营销 项目成交转化成效显著

获客成本高、成交转化难，是近年来困扰开发商提质增效的主要痛点。基于积累了十几年的优秀算法，在“2021全民挑房节”活动期间，安居客通过充分运用平台流量、以新房官方旗舰店为载体，赋能各地楼盘项目线上数字化营销，全力助力每一个项目降低获客成本。

据介绍，新房官方旗舰店搭载了两大核心产品，其中，云聚客帮助楼盘项目用智能化的手段，以行业相对最低的成本实现聚集流量和信息分发。此外，云通是提升转化效率的加速器，帮助楼盘项目和置业顾问实现智能化营销。

高效获客、高效交易，也收获了销售一线人员的认可。据南京万科未来城置业顾问高一策介绍，其所在楼盘目前已通过安

居客实现成交套数近20套。借助安居客的微聊客服务，他与客户间的互动便捷且高效，线上一对一的实时解惑，不仅提升了自己的工作效率，客户满意度也极高。

而58同城、安居客赋能线上数字化营销的更多探索，还在继续中。据悉，安居客官方旗舰店还于近期全新升级2.0版本，以线上营销带动成交转化，迎接“2021全民挑房节”。

据介绍，安居客官方旗舰店新增独家补贴卡片，帮助项目楼盘大幅提升有效线索量，成为置业顾问的销售利器；并且通过安居客新房CS团队为案场各阶段全线赋能，例如，重构楼盘价值体系、跟进客户全流程动态、培训置业顾问、推动客户线索转化提升等。

与此同时，安居客官方旗舰店2.0版本实时监控分析置业顾问效率，进一步清晰用户画像，实施客源管理精准追踪。此外，安居客官方旗舰店2.0版本还帮助楼盘项