



新北京楼市周刊

Estate Weekly

总第423期 今日4版 每周四出版
新闻热线 8610-84285566-3293
主编 朱小丹

A1-A4

2012.2.23

A2 3月京城新盘继续低开

从去年12月份到今年2月份,北京楼市进入最为惨淡的成交期,不少新入市项目均处于“零”成交的状态。随着3月份楼市的传统旺季到来,一些计划入市项目报价开始出现明显松动。

A3 房企拿地积极性降至冰点

继去年恒大、雅居乐等房企明确表示放弃新的购地计划后,进入今年后随着房企1月份销售额的大幅下跌,房企的拿地积极性已经降至历史最低点,拿地支出占销售比已经降至6年来最低值。

A4 远洋地产“价值年”求破局

2012年作为“地产行业过冬年”的论断,正在不断被冰冷的市场现实所印证。面对行业危机,制定灵活、积极的销售策略正在成为各大房企的共识,但单纯降价绝不可能从根本上解决问题。

绿城展开全民营销 SOHO中国提高销售提成

开发商酝酿新一轮促销潮

芜湖新政仅仅存活三日,之后戛然而止,让开发商空欢喜一场,楼市政策难言放松;央行再次下调存款准备金率,释放4000亿元资金,积极信号释放,开发商也难获实惠;销售不给力,信托又将到期,僵局打破还需开发商进一步降价。

一位不愿透露姓名的开发商向记者坦言,“预计今年楼市转暖的可能性非常小,抢收快跑依然是开发商的主要任务,采取适时的营销策略将是今年市场的主流,新一轮的降价潮将到来”。



该楼盘单价从1.9万元/平方米降至1.7万元/平方米,交房标准却从毛坯升级为精装,如果考虑装修成本则相当于价格打了近8折。同时在广州,保利西海岸开盘当日加推2万元抵10万元优惠,符合刚需置业需求的两居户型基本售罄,当天热销2亿元。

同时加入阵营的还有近段时间扩张迅猛的招商地产,2月18日起至3月31日之间,招商地产推出“真情越百年·春惠大地利在龙年”的感恩回馈活动,分布在全国14个城市的22个在售项目将同期启动优惠活动。其中招商在厦漳的4个项目——招商·海德公园、招商·卡达凯斯、招商·假日365、招商·花园城,部分房源折扣达到8.5折。

金地方面,近期有消息称,金地集团上海宝山项目金地艺境低调开盘,单价低至1.1万元/平方米左右。而此前该项目曾经达到过2万元/平方米以上的高价。

记者还了解到,万科在上海的清林径也出现了价格浮动;绿地新里威廉公馆尚未开盘就推出了总价减10万元的购房优惠;恒大地产15周年10亿元大优惠;华润置地泰州大降价;越秀地产旗下5盘全线8.8折起。

链家地产市场研究部冯联联认为,随着一线房企不断加入降价阵营,预计本轮降价潮房企之间的竞争将更加激烈。在一线房企的带领下,二线房企也将很快出现连锁降价反应。受此影响,三四月份楼市成交量或出现一定程度的上涨。但由于当前的折扣幅度在已有回落的价格水平上很难出现大的降幅,因此楼市全面回暖仍难出现。

本报记者 赖大臣/文
暴帆/摄

营销策略不断翻新

面对1月楼市的惨淡,开发商把主要精力放在了新年的营销策略制定上。

国家统计局的数据显示,今年1月全国70个大中城市,价格环比下降的城市有48个,持平的城市有22个,没有一个城市出现上涨,调控政策初见成效。

与此对应的是,已经公示1月份销售业绩的16家企业合计销售业绩为313.2亿元,同比2011年的663.6亿元下调了350.4亿元,下调幅度达到了52.8%,其中销售业绩下调幅度超过50%的企业达到了10家,同比下调的企业达到了14家。可以说销售业绩全军覆没。平均每套标杆房企同比少卖22亿元。

严峻的市场形势,让此前一直以营销制胜著称的潘石屹大感头疼。

其实从去年开始,潘石屹已经意识到了市场的变化,在营销策略上,与世联地产合作开展全市场化营销,但收效甚微。“今年我们在营销方面,主要是打造三个平台:一是继续与专业销售公司或个人合作,扩大市场覆盖率;二是加大自身营销队伍建设,提高佣金,同时再招募两名营销总监;三是继续推进网络销售。”潘石屹表示。这三项举措也表明,SOHO中国开始备战今年的销售。最新数据显示,今年1月,SOHO中国的销售业绩仅为7000多万元。

与潘石屹一样发愁的还有绿城地产总裁宋卫平,去年一年为了生存奔波的他,今年的头等大事就是营销。今年1月绿城销售额仅为16亿元。

3月15日起,绿城将正式启动新的营

销策略,即“全民营销”模式。这一模式的核心是改变房地产企业被动等待客户上门的销售模式,转向全开放的经纪人模式。销售人员均转换成经纪人,在社会上寻找客户,甚至连宋卫平自己都将带头承担销售指标。另外,绿城还将借用社会上的二手中介经纪人,从面试中挑选出两三百人作为绿城签约经纪人。不仅如此,绿城还向全社会开放其房源,即社会上任何一个人都可以帮绿城卖房子,任何成交的销售人员皆可获得丰厚佣金。

同时加入快速营销阵营的还有保利,早在元宵节保利地产就在全国40个城市率先启动“踏青行动”,包含100余个在售项目,2万套房源。

“不管品质、不看品牌、不看广告,现在的市场情况下购房者看的就是价格。”一位地产策划人向记者表示。

一线房企开始降价

“夜壶论对上防弹玻璃”,成为了时下地产界热议的段子。

日前,有人在微博上发布消息称,金地在杭州的“自在城”项目3月份将推出7折房源,为了防止老业主闹事已经为售楼处安装上了防弹玻璃,但是随即遭到了金地地产方面的辟谣。如果联想到今年1月金地地产的销售额只有4亿元的话,那么打折促销的消息未必是子虚乌有。

2月以来,启动降价的全国性房地产企业数量越来越多,其中包括中铁置业等国有企业,也有碧桂园、雅居乐、佳兆业等民营房企,以及蓝光集团、盛泽置业等地方房企。降价最高幅度在7折左右。降价城市除传统一二线城市外,

也开始波及洛阳、慈溪、惠州等三四线城市。

同时,上海克而瑞公司在春节后进行了一次房企心态摸底。得到的结论是,以万科、保利、中海等龙头房企为代表,尤其是高周转类企业,因为集体看淡政策机会,都计划在一季度的最后一个月加速推盘。而实现加速推盘最有效的办法就是降价促销。

记者调查发现,这轮降价潮的发起地依然是上海。去年11月,保利、龙湖、中海就率先发起了降价潮,进而波及全国。

2月18日,保利在上海的权重大盘保利叶语被上百位老业主围堵售楼处,原因是

相关链接

个别房企逆市拿地

虽然当前房企资金链紧张,整体的房企拿地意愿较低,但是仍然有个别房企加紧布局二三线城市,抄底拿地。

以中海地产为例,其于2月20日以14.56亿元底价获得佛山市南海区桂城街道95街区商住用地。同期,中海在2月3日以9.7亿元获得江西省赣州市的一块住宅用地。

此外,绿地地产也于2月21日以2.35亿元底价拿下海珠两幅商业用地,楼面价分别为5370元/平方米、5580元/平方米。

冯联联认为,整体来看,1月土地市场处于低谷时期,成交量大幅下降,开发商当前受资金的限制拿地热情不高,多数地块以底价成交,在当前低迷的市

场环境下,部分房企逆市拿地,布局未来,尤其是部分资金较为稳定的企业。中海发布的2011年年报表明,中海在2011年累计销售额为870.9亿港元,同比增长29.8%,累计销售面积为558.2万平方米,同比增长5.3%。对于这类企业来说,当前是一个抄底拿地,布局未来的好时机。这或将成一季度土地市场的新特点。

但是也有业内人士指出,目前房地产市场的大势依然是消化存量,逆市拿地并不是明智之举。国土资源部的最新数据显示,当前我国未竣工的房地产用地面积约40多万公顷。据估算,这超出了半个上海市的大小。