



# 新盘2万+ 房山良乡现房这趟车赶不赶

四年前因一举斩获北京首批限竞房而备受关注的房山良乡板块，已经进入现房销售阶段。

不仅如此，在去年4月23日，房山区良乡镇FS04-0100-6056等地块成功出让后，房山良乡板块正式聚齐了金樾和著、旭辉城、中骏云景台、恒大御峰等限竞房“四兄弟”，粗略计算一下，几个项目带来近5000套房源的供应，这个区域也再次热闹起来。

受新项目入市冲击，房山良乡板块的限竞房掀起价格战，单价“2W+”，让该板块重回公众视野。

作为平抑房价的稳定器，限竞房一直扮演着至关重要的角色，但受供应量井喷、同质化严重等问题限制，其同时也面临着去化难题。如今房山良乡的“2W+”，再次压低了刚需客上车的门槛，那么“2W+”的项目又该如何选？

## 区位：六环外 距良乡主城区5公里

2017年伊始，房山良乡出让两宗限竞房地块，分别被“旭辉+金地”联合体以及“中海+首开+保利+龙湖”联合体竞得，两宗地块商品住房销售均价不超过38994元/平方米，且最高销售单价不得超过40944元/平方米。作为北京第一批限竞房项目，旭辉城在拿地时候备受关注。

“当时我们去打听，给的说法是可能需要先排队，因为太抢手。”曾经有购房意愿的旭辉老业主如此反映。

然而，拿地两个月后，被称为史上最严的“317新政”落下，包括二套房最低首付比例提高至六成、最高贷款年限由30年降至25年，同



时对企业购房实施限售，期限为三年等。

与市场迅速降温一致的，还有旭辉城不断延期入市计划和销售价格。

2018年6月，拿地一年半的旭辉城终于开盘，同月开盘的还有仅一路之隔的金樾和著，随后的三年间，两个项目鏖战同一板块。

据媒体报道称，旭辉城首批业主大部分是在2018年8月以3.8万元/平方米左右的价格购房，但去年春天，该项目便降至2.9万元/平方米。最新一期领证的网签均价仅为2.7万元/平方米。

高点拿地、遭遇调控，配套落后是旭辉城等2017年初拿地的良乡限竞房通病。

自中骏云景台以2.8万元/平方米入市，本就去化艰难的区域，再次拉开价格战。这让其他限竞房项目不得不跟进，房山良乡板块也正式进入“2W+”时代。

不同的是，金樾和著、旭辉城目前处于现房销售阶段，而中骏云景台、恒大御峰则是刚入局的“新人”，处于期房销售阶段。

## 配套：商业有待完善 距地铁站开车20分钟

“价格是房山良乡板块限竞房项目的

核心优势。”上述两个现房项目的销售也承认，一轮又一轮的价格战后，如今项目去化有了个明显进度，再加上市场出现好转迹象，不但各种优惠政策都收回了，项目销售单价也普遍上浮1000元左右。”

即便如今价格有所上调，房山良乡板块的限竞房仍占据价格优势。北京商报记者注意到，与四个限竞房项目同位置的还有一个共有产权房项目——金悦嘉苑，其销售均价为2.6万元/平方米，购房人占80%的产权，按全产权价格计算，该项目销售均价达到3.25万元/平方米。换句话说，目前房山良乡板块的限竞房价格，基本上与区域内共有产权房持平，部分甚至比共有产权房还要低，更不用说品质方面的差距了。

最最最重要的一点是，由于几个限竞房项目都地处六环以外，因此普宅线标准为281万元/套，按照最低均价测算，只要不超过100平方米的房子，皆有望按普宅售卖，首付上车的机会再度被扩大。

价格优势的背后，是交通与配套的不便。

北京商报记者走访发现，旭辉城与金樾和著紧邻，东边为共有产权房金悦嘉苑，

尽管区域内的项目都标榜自己是“良乡板块”，但几大项目距离房山良乡主城区依然有5公里以上的生活距离。

在旭辉城的售楼处门口，一位家住良乡华典家园的看房者与北京商报记者攀谈时也称“过了六环，挺远的”。以旭辉城为例，购房者居住在此，距离最近的地铁站开车在非早晚高峰的情况下需要20分钟，公交因车隔长，换乘的时间高达1小时左右，网约车在半小时内无人应答。“虽然有社区班车，但能买这的都是最基层的职员，加班在所难免，除非社区班车能晚点收工。”

## 产品：旭辉城主打刚需 金樾和著偏刚改

北京商报记者在售楼处了解到，目前这两个项目都属于现房销售，样板间直接搬到了小区内，第一批购房的客户已经陆续收房、装修、入住了。

旭辉城项目主要为小高层产品，主力户型为75平方米两居和89平方米三居，据销售人员介绍，目前该项目75平方米两居只剩下零星几套，可供选择空间不大。89平方米三居最为出色，格局方正、南北通透，最主要的是该户型做到了全明格局，这在小户型中是加分项。不过受面积限制，公摊之后，实际可利用面积不大，但内部墙体可自由拆卸，将来如果改成两居室，居住品质会更高。

相较于旭辉城项目，金樾和著项目的产品更偏向于刚改，该项目只有两个户型可供选择，一个是89平方米三居，另外一个127平方米四居。单从户型格局来看，旭辉城的89平方米三居要优于金樾和著的89平方米三居，不过金樾

和著89平方米三居实际利用面积要更大，而且还会有额外面积赠送，这是其最大的优势。

或是出于刚改的定位，金樾和著的127平方米四居要更为出彩，户型方正，南向三面宽，主卧(3.8米)+客厅(4.2米)+次卧(3米)宽度达到11米，同样会有额外面积赠送，居住品质无疑是几个项目中最高的。

开发商方面，金樾和著为央企中海操盘，项目主打品质路线，在北京的市场，相较于曾经因减配、质量等问题冲上热搜的旭辉来说，无论是市场占有率、品牌口碑还是产品印象，都要更胜一筹。这是金樾和著在处于价格红海的房山良乡板块，唯一保持3万元以上销售均价的原因。按照89平方米三居计算，旭辉城和金樾和著有着将近20万元的差值。

## 去化：旭辉城新一期不到五成 金樾和著不足三成

从期房销售熬到现房销售，两个项目的去化并不算理想。根据北京市住建委信息公示，旭辉城项目现房销售批准套数为316套，目前已签约套数为152套，去化不到五成，成交均价约为2.7万元/平方米。金樾和著项目现房销售批准套数为370套，目前已签约套数为84套，去化程度还不到三成，成交均价约为3.1万元/平方米。

值得一提的是，去年7月14日，中海以总价40亿元拍得房山另外一宗不限价地块，当天北京旭辉城的网络宣传稿的主题皆为“40亿拍地 房山即将6万+ 总价219万起购旭辉实景现房”。

北京商报记者 卢扬 王寅浩

# 58同城、安居客“开年特惠季”启幕 超200城海量、优惠房源迎“超级曝光”

“金三银四”，安家置业正当时。时值“女神节”之际，58同城、安居客“开年特惠季”盛大开启。据了解，这场以“更全房源，更好选择”为主题的全民“挑房盛宴”，覆盖全国超200个城市，包括二手房、新房、装修、租房、商业地产等房产全领域均有涉及。与此同时，在汇聚诸多知名房企和海量优惠楼盘之外，本次“开年特惠季”更是通过对福利玩法的升级，为消费者带来了一场诚意满满的开年置业钜惠。

## “开年特惠季”自带超强流量 海量优惠、更全房源吸睛

海量的房源选择叠加真金白银的红包优惠，让58同城、安居客这次的“开年特惠季”自推出之日起，便自带流量。在业内人士看来，借助时下大热的一系列电商优惠规则，开年福袋、签到红包、成交大奖等海量福利集中放送之下，来自全国各地的海量高性价比房源，正受到前所未有的“超级曝光”。

据了解，在二手房分会场，58同城、安居客推出了集卡开鸿运活动，用户可通过每日签到、分享活动、浏览VR房源、完成VR带看、浏览“开年特惠季”小区VR等方式参与集卡，通过抽卡集齐4种鸿运卡，合成必领58元现金红包。值得一提的是，安居客将在集齐并合成卡片的用户中，抽取8位幸运儿，凡在2021年7月12日前，通过58同城或安居客平台产生房源成交，即可奉上8888元现金成交大奖。

而在新房分会场，“开年特惠季”根据合作楼盘开发商提供的购房优惠和补贴，在58同城、安居客平台全面展示。用户可在活动页面通过点击“特价秒杀”“折扣秒杀”“优惠秒杀”等样式的按钮参与活动，领取楼盘优惠券或购房补贴。此外，“开年

特惠季”特别筹划的“优惠折上折，幸运大抽奖”活动更是为用户准备了最高5万元的成交返现奖励，让活动参与者收获多重惊喜。

二手房及新房买卖之外，租房用户的需求同样被高度重视。在租房分会场，58同城、安居客开启暖春惠租、租房折上折活动，活动期间用户预付租房订金可享受“订金膨胀”福利，付58元订金最高可免1880元。为广大用户准备的千万租房补贴，覆盖了千家品牌公寓，海量2400元优惠券免费相送。此外值得一提的是，用户的装修需求也被聚焦，58同城、安居客还为准备装修的用户提供了优惠和服务。

## “黑科技”全面升级 助力用户看房体验感提升

作为成功从“流量型”平台升级为“服务型”平台的58同城、安居客，在通过多元化的购房优惠活动，为广大用户谋取福利的同时，其在产业技术革新上的探索也没有止步。基于后疫情时代的“云置业”趋势以及升级变化中的用户需求，58同城、安居客正把目光放在了探索更符合用户需求及习惯的产品创新之上。

据了解，在二手房找房体验上，安居客推出的临感VR看房1：1还原房源内部全



貌的特征，帮用户获得3D环视效果，感受沉浸式看房体验，深入了解户型、朝向等房源信息。此外，临感VR带看还融入了线上一对一互动服务，用户可以远程与房产经纪人在线上就置业问题进行即时互动，并迅速带入临感VR的全景式看房视域，形成立体化、临场化看房感受。

不断攀升的城市覆盖范围数据，可以从侧面印证58同城、安居客临感VR看房服务的落地成果。据了解，截至目前，58同城、安居客临感VR看房服务已经覆盖全国超500个城市，共计900万套房源可以使用临感VR全景看房，VR看房房源平均点击率是普通房源的2.8倍，房均停留时间是普通房源的6.4倍。

事实上，对于产业技术革新的追求，是58同城、安居客一直以来的选择。近年来，58同城、安居客在保障客户利益、甄选优质房源的基础上，始终聚焦在“领先科技、公共基建、开放生态”基础上，不断提升产业互联网科学化、技术化、流程效率化的水

平，持续升级临感VR科技硬实力。

而这样的探索还在持续。比如，在房产信息服务平台企业鲜少探索的装修领域，安居客也收获了用户的一定好评。据悉，基于AI技术的智能算法运用，安居客推出的“一键装修”可以将装修类型和房屋空间结构进行匹配，实现快速更换房屋装修效果，通过“一键装修”让用户看见未来的家。同时，“一键装修”可展示装修前后效果对比，用户可在多个装修风格中进行切换，在现代、中式、田园等不同风格之间挑选喜爱的装修类别。

除此之外，作为帮助用户全面了解房源信息的重要一环——短视频内容导购，也正成为这家“服务型”平台所探索的方向：安居客正以多种方式鼓励置业顾问及经纪人拍摄上传短视频。来自平台方的数据显示，截至目前，由置业顾问自发上传的楼盘短视频达千万量级，经纪人录制发布的小区短视频达数百万，覆盖20万个热门小区。

## “全力以服”发展战略驱使 “服务型”平台的探索与深耕

在业内看来，近年来，凭借品质、高效的房产信息服务，安居客以房源全面、信息透明、找房便捷高效、资讯丰富权威、交互效率高等综合实力优势，已然成为用户获取房产信息时的主要渠道。

以不久前上线的安居客新房官方旗舰店为例，通过官方认证、特价房源、无忧锁房、安居保障、特惠订房、一房一价、免费专车、VR带看、金牌顾问、优选直播等十大精选服务，在打通在线购房全链路，为线上找房用户提供高品质、专业高效的全流程服务的同时，也收获了一众体验用户的好评。

用户对于安居客的青睐程度，在第三方的监测数据中可见一斑。据极光大数据显示，2020年12月，安居客在房产平台领域维持绝对领先的优势地位，买租房App渗透率达到了3.81%，是行业第二App渗透率的1.5倍，12月用户时长达到51.3万小时/日，是行业第二App用户时长的3.8倍。

对于安居客这家房产信息服务平台而言，“服务”似乎已经成为企业发展的一大关键词，企业方面也在诸多公开场合多次表态：要以服务为核心，积极打造基础设施建设，开放生态，发力迈向“服务型”平台。

安居客对于平台“服务性”的多元探索，正源自于企业内部“全力以服”发展战略的驱使。据了解，在2020年“58神奇日”上，58同城宣布将全面贯彻“全力以服”发展战略，赋能平台连接的所有企业，为用户提供涵盖租房、买卖二手房及新房、装修、商业地产等一切本地生活服务，让每个人的生活变得更美好。