

六成降价楼盘成交不足20套

地产评论员 冯燕 许佳婷

「库存积压导致竞争压力加大,开发商“以价换量”成为今年常态。但并不是所有降价项目都会有好收成,在市场对于平价高质楼盘青睐有加时,那些一降再降却仍然滞销的产品则表明,降价不是万能的。」

降价并不一定热销

降价对于市场的激发作用,已经在现实的案例以及数据中有所表现。最新数据显示,3月,上海市商品住宅成交面积为79.9万平方米,环比上涨99.8%,分析人士表示,楼市的回暖一方面是季节性因素的影响;另一方面,楼盘打折范围的扩大化促使成交回升。在成交项目排名前十中,海珀府邸引人注目。在楼市低迷的大环境下,海珀府邸凭借着打价格战的优势,带动了其成交量。而近来,招商地产的高端别墅也在引领着高端项目的降价潮。据招商地产相关人士介绍,佘山地王项目6折起卖获得半数认购后,海廷别墅也打出5.8折起售的信息。该人士还

表示,海廷近两周就有十多套的认购量。相关数据显示,招商海廷签约8套,位居上海独栋别墅一季度成交套数第二位。但亦有信息显示,同样降价的楼盘,却不一定同样地引来去化高峰。据21世纪不动产上海市研究部统计显示,2012年1季度中成交价格较去年全年均价有回落的项目约共计303个,其中1季度成交套数在20套以下的项目数则占总项目数的62.2%。众多降价的项目中,成交在20套以下的,依然占据多数。

产品力不足 降价无法带动成交

一份网络数据显示,上海2月降价前十项目成交情况统计中,位于长宁的某高端项目在

将近九折的优惠后,成交依然没有起色。网上房地产显示,截至4月1日14点,该项目除在去年11月售出4套房源外,只在今年2月售出1套。而这样的案例并不少见。分析人士表示,造成楼盘去化水平较大差异的,除了价格因素,就是产品本身的产品力。“部分项目价格出现明显回落,但去化程度一般,其中地理位置偏远、板块新房氛围的匮乏是制约购房者购买力,无法带动成交的硬伤。”“交通拥堵、大型车辆密集”,“高压线塔鳞次栉比”,这是网络论坛中对于某降价楼盘的评点,也许正因如此,该项目同样降价不热销。价格虽然降了,但周遭环境却并不宜居,居住功能的匮乏令一些项目即使降价,也没有体现出真正的居住价值,去化不理想也在所难免。性价比涉及两方面,如果性能不够优越,则价格就要更有优势。所以对于降价也不能取得高去化的产品来说,低性价比的一种表现形式就是“没降到位”周康板块库存高企,其中锦绣华都库存量在板块内居首位。同策咨询分析人士表示,“目前其总价扣减6万的优惠,相对于几乎接近300万元的总价而言并不构成很大的优势,由此该盘从去年8月至今每月销量仅维持个位数”,而周边一些品牌房企的项目却因为大幅降价而赢得高销售量。

缺乏客群认可 “降效”有限

“像青浦的某别墅项目,虽然资源好、造价高,但因为大多数别墅业主还没有到将别墅视为非自住的收藏品时,其市场认可就显得遥远。”上海荒岛工作室副总经理黄欣伟如是说。而正因为这种产品与受众之间的距离,使这些项目降价效果很差。除了产品本身,客群对于区域的选择,也使降价显示出不同的区域效应。上海搜房网最新调查显示,有购房意向的受访者中,选择奉贤、金山等地的购房者在全市各区县中靠后,占比分别不足2%;而选择崇明的购房者更少,占比只有0.19%。由此可见,对于远距离的项目,受众并不充分。如同策咨询研究中心分析师许之静就认为,金山新城板块内的住宅主要针对当地客群,因为客群的相对局限性,开发商就算作出较大的动作,也未必有好的效果。另一方面,随着优惠楼盘的数量越来越多,而大多数购房者对于打折优惠的预期幅度也越来越大。21世纪不动产上海区域分析师罗寅申就表示,在目前普降的情形下,降价效力有所减弱。

案例

“楼市差等生”哪门不及格?

自去年以来,开发商降价大潮接踵而来,“买房送车”、“直降百万”、“送精装修”等噱头赚足了购房者的眼球。但是并非所有降价楼盘都能受到购房者的追捧,鲜有人问津的情况也常有出现。那么这些“差等生”到底哪门功课没有做足呢?

大平层豪宅 定位模糊

位于虹口区的白金湾府邸,2月降幅为7.05%,网上房地产显示,该项目截至29日,近两个月内共售出3套房源。笔者在白金湾售楼处发现,整个售楼处除工作人员之外空无一人,看房要求也被断然拒绝。周边中介告诉笔者,白金湾府邸最小的户型为240平方米。常规户型只有4种,分别为240平方米~360平方米,另外一种是上下两层的特殊户型。按照上述户型面积计算,目前白金湾府邸最便宜的房源售价高达1000万元以上。事实上,大户型产品开发的热潮在调控前已持续数年,在那个卖房子如同卖白菜的年代,对许多开发商来说,产品面积有多大、利用率有多高、户型是否真正与高端居住需求匹配,似乎并不重要。而如今,盲目开发大平等大户型产品的负面效果也已经逐渐显现。行业内人士表示,以大平层为代表的

大户型产品,实际上存在比较明显的缺陷。由于大平层的占地面积较大,通常会影响整个项目的绿化率、采光和通风因素。除非开发商拥有较强的产品创新能力,可以克服这些缺点,否则将影响产品品质,这也充分说明了为什么开发商即便降价了依旧难逃滞销厄运。

小户型公寓 性价比低

位于宝山高境板块的美岸栖庭目前正在售小户型公寓,均价为23000元/平方米,可享98折优惠,6月底左右交房。但据网上房地产数据显示,即便有一定程度的让利,该项目整个3个月份的成交也仅为4套,在相对较活跃的刚需市场处境尴尬。美岸栖庭虽然地处中环,与新江湾城相隔也不算远,但是项目部分房源距离逸仙路高架较近,居民多少会受来往车辆噪音影响;同时周边运输铁路及仓库较多,且大多在使用状态,大型卡车往来频繁,对居民的日常生活影响较大,对比23000元/平方米的价格,即可明白购房者迟迟不敢下手的原因了。专家表示,市场上的刚需盘不乏低价项目,但是在低价同时,又拥有良好品质和配套的项目却不多。目前来看,地段偏远、配套欠缺、产品质量问题层出不穷成为新政下很多刚需楼盘降价跑量的最大阻碍。

观点

均质产品降价才是“真降价”

华伟

华东师范大学东方房地产学院教授



虽然现在很多开发商打出降价大旗,但是我们不难发现,很多开发商所谓的降价其实蕴含了很多“水分”,噱头十足企图蒙混过关,更不乏存在欺骗消费者的嫌疑。所以很多购房者在选择降价楼盘的时候一定要区分清楚真降和假降,不要被开发商的十足噱头冲昏了头脑。比如某个开发商每天拿出一两套折扣力度很大的特价房,让消费者挤破了脑袋前

来排队摇号,但其实机会非常渺茫,这样的促销让利根本毫无意义。还有一些开发商,前期把一些好楼层好房型的房源卖掉了,后期拿出一些比较鸡肋的房源出来让消费者以为获得了很大的优惠。更有甚者,前期卖精装、后期卖毛坯,价格适当下调以达到所谓降价的目的,从而给消费者造成一定的错觉。但是无奈消费者的眼睛都是雪亮的,这样无诚意的降价他们当然不会买账。应该说,只有均质产品的降价才是真正的降价,这也是很多开发商打出降价牌依然无法跑量的主要原因之一。

降价难弥补产品力缺陷

黄欣伟

上海荒岛工作室副总经理



如果说去年成功降价的项目多为降得早、降得很,那么今年楼盘降价的成功则追求的是一种突然袭击。普陀某中环项目因为久久不降,实现的降价令人们更加认可真是降价。而目前也有一些项目开盘就开始降,但却使人产生了心理疲惫感,还会让购房者产生“还会降”的念头。此外,还有一些非时效性原因造成降价不热销。首先,有些产品在产品力上存在致命缺陷,在购房者更有选择权利的现下,这

些产品并不会因为价格的下降而成就销量;第二,一些高端项目定位不准,将自己的思维硬性嫁接给受众,太过超前的产品也并不容易被市场买账。如同人们对于鲍鱼还没有厌倦时,即使养生菜很健康,也未必有市场。目前一些小众化的产品,市场接受度比较低;再次就是开发商心态纠结,区域内有项目降了,而且卖得好,但开发商往往基于各种考量而处于两难境地。以目前情形来看,“天天降”不如“突然降”。降价的“突发化”如同圣诞节的商场促销,往往可以突破销售极限,但如果商场天天优惠,则未必能带来销售的爆发力。