

“物美价廉”将打破观望？ 楼市或开启入市“窗口”

□数读楼市



产品机会 “力作”会战 9月楼市

“产品力”已成为房企争夺9月市场的最大砝码,上海楼市正处在一个产品至上的阶段。

价格机会 降价策略全面铺开?

“现在我们是逢人便先介绍项目推出的优惠,希望能迅速打动客户前来看房。”

节点机会 房企拼量 徐泽购房者

“全年的指标压力摆在眼前,9月可以说是我们最后一搏的时刻了。”

□地产评论员 蔡琦雯

9月,历来是房企不容忽视的销售节点。今年也如是,各大房企在9月前后纷纷开启了抢占市场的戏码。业内人士认为,在房企力拼销量之际,或许也将为购房者带来入市的良机。



“金9”欲来风满楼。虽然从数据层面来看,今年9月的开盘数量仅为32个,比去年有一定程度的萎缩,但戴德梁行董事、华东区综合住宅服务主管伍惠敏却表示,开盘数量的数字会受到多种因素的制约和影响,包括市场环境的变化、销售业绩的压力等等,因此开盘数量的同比数据并不能全面反映市场状况。那么,上海楼市真正的市场状况是怎样的?

上周末上午,位于浦东川沙的阳光城·愉景湾首次开盘,推出公寓产品。据现场工作人员介绍,当天预推出160套房源,而到场登记的约有275组客户。后笔者致电项目售楼员,了解到当天推出的房源已基本售罄,也标志着阳光城集团2014年在上海的重点项目取得了“开门红”。究其原因,项目背靠千亿级城市配套,卓越的产品力在正迪士尼核心的区位优势下展现得淋漓尽致。

而即将于9月入市的楼盘,也有多个以项目的产品力为卖点。

即将入市的融信铂湾,以改变佘山传统的居住理念为目标,即将推出岛居别墅社区;作为雅居乐进驻上海的首个住宅,雅居乐·星汇也将于9月面市,推出“石库门特色的法式住宅”,且目前人气不断上涨。此外,还有万源城的收官之作万源城·御境、静安寺周边近年来极为稀缺的新房产品嘉天汇等。事实上,从即将开盘的项目的定位来看,“产品力”已成为房企争夺9月市场的最大砝码,有业内人士称,上海楼市正处在一个产品至上、精品林立的阶段。

在产品竞争加剧的同时,上海楼市也有吹起“降价风”的趋势。

上周,笔者接到的三个楼盘促销电话中,有两个都是开门见山地介绍了楼盘的折扣情况,这与过去售楼员在电话中对优惠促销的三缄其口形成了鲜明的对比。有售楼员对笔者表示,“现在我们是逢人便先介绍项目推出的优惠,希望能迅速打动客户前来看房。”

而在数据层面也可以看出,9月上海楼市的折扣楼盘数量有明显提升。网易房产楼盘库最新统计显示,9月份上海共有275个项目采用优惠促销,而2012年、2013年同期的数字则分别为267个和248个。

对此,德佑地产研究总监陆麒麟表示,当前很多开发商在开盘之前便“忍不住”放出优惠的风声,可见确实是担心房子“不好卖”。

中原地产研究部高级经理龚敏也认为,毕竟销售业绩才是最重要的,在前期业绩完成不佳的情况下,房企打折促销不可避免。而一些全新项目也会由于竞争压力加剧而不得不采取优惠举措吸引人气。

随着9月旺季的到来,龙头房企的态度也颇为耐人寻味。

近日,万科与淘宝联手推出了新的让利模式,而仅在一周之后,绿地、世茂也与平安好房达成协议,在购房者首付款上突破信贷的“束缚”。

这或许意味着,在看待“降价跑量”的问题上,以万科、绿地为代表的龙头房企不再遮掩和含蓄。

精品汇聚,降价趋势或愈演愈烈,不难看出房企对9月市场的重视。

“今年以来,由于市场不好,我们项目一直是少量加推,为的是试水,而且推得少不会显得去化率不高。但是全年的指标压力摆在眼前,9月可以说是我们最后一搏的时刻了。”某大型房企负责人表示。

而在浦东某楼盘现场,售楼员更是直言:“今年前8个月我完成的业绩量还不如去年平均3个月的业绩量。一直以来9月的市场都很重要,我们项目也在高举推盘,希望届时我能多做些业绩,不然到年底就来不及了。”

从数据层面来看,以万科为例,翻开万科去年的销售业绩,可以发现,全年中排在前三位的月度销售金额为1月190.7亿元、10月173.5亿元、9月155.7亿元。龚敏表示,房企1月份的销售金额较高,是由于部分前一年的项目回款会延迟到第二年年初。因此从数据来看,9、10月对房企而言,可以说是最为重要的销售节点。

房企力拼业绩,重点项目的不断入市和价格策略的积极调整,或使上海楼市呈现出“物美价廉”的局势。对于购房者来说,这是否意味着一波“机会”的到来?

同策咨询第四区域研究部总监王巍立表示,对购房者来说,要从需求出发,如果是自住或刚改的需求,今年9月还是较好的入市时机,因为上市的项目都不错,挑选余地多,并且折扣也会较多,因此可以入手。

而陆麒麟则表示,虽然房企的一系列动作对于打破观望情绪有一定作用,但是对于购房者来说,楼盘实质性的优惠究竟能有多少,才是决定是否入市的关键,也是未来市场走向的关键。

观点

9月已现入市时机



伍惠敏 戴德梁行董事 华东区综合住宅服务主管

激烈竞争促开发商作出让利选择

市场成交的下行,库存量的上升都令开发商压力倍增,从而推出优惠策略。而另一方面,竞争项目的打折优惠也在倒逼开发商同样给出促销策略,尤其是在9月,既是传统市场旺季,也是开发商集中推盘的时期,激烈的竞争压力必然令开发商作出让利选择,毕竟对于开发商来说,虽不能左

右市场、控制整体走势,但更不接受输给竞争对手。

对于房企而言,打折促销的方式要合理,促销价格也要贴近购房者,争取做到一次降价就能拉动成交。当然,也并非是所有项目都适合打折促销策略,比如高端项目,客户对产品品质和形象的敏感性要大大高于对价格的敏感性。



马建伟 水月周庄 项目策划经理

外郊环产品现入市良机

上海的楼市相对其他城市而言,由于需求量较大,运行较为平稳。每年的9、10月份对大多数的房企而言非常重要,是房地产企业重要的抢收节点,尤其是旅游地产项目,受季节的影响更大。对我们的项目水月周庄而言,今年的9、10月份非常重要,近期也即将推出二期产品,目前蓄客情况非常好,

且大部分都是上海的休闲度假客户。面对业绩压力,为了完成年度销售目标,房企肯定会推出优惠活动,不排除个别企业会在价格上做出较大的优惠,尤其是外郊环的产品,由于市场供应量大,客户的选择性较大,竞争激烈,价格下调的可能性很大,对自住型的购房者而言,是个不错的入市良机。