

地产业:从新常态到新时代

楼市上演“速度与激情”:回暖信号频现 一二线分化僵局待破

■ 胡天祥 报道

5月份的广州,阴晴难测,时而阳光普照,时而雷雨交加,这或许也是现今中国楼市的真实写照。

此前,受整体经济下滑趋势影响,国内房地产一度陷入低谷。近期,中央不断推出经济刺激政策,尤其是4月份,受“3·30”政策影响,以及降准降息、公积金新政等政策密集利好的持续作用,一线城市提早“入夏”,新建商品住宅供应量和成交量双双大幅增长,成交均价创历史新高,其中上海和深圳反弹力度最强,深圳房价领涨全国。

可是,房地产的春天真的来了吗?无独有偶,各大房企纷纷出奇招卖力营销,“无理由退房”、“5P战略”、“18免”等优惠被解读为开发商对后市的不看好,希望借“互联网营销”东风去库存跑赢大市。

更多的数据表明,房价环比上涨的18个城市中,多为一线及省会城市,而部分三、四线城市则面临楼市回暖乏力的尴尬,甚至部分城市仍然要坚持“以价换量”去库存。中原地产首席分析师张大伟认为,预计今年二三季度,中国房地产市场将逐渐从低迷中走出。不过,各城市间的分化将愈加严重,特别是三、四线楼市的惨淡现实,因此房地产市场不太可能全面爆发。

深圳样本

4月10日,深圳市龙华区星河传奇加推,近百位市民连夜排队购房。继2012年楼市调整后,深圳楼市鲜有出现这种现象。

“当天晚上我们便接到通知,需连夜排队才能入场选房。”在该楼盘认筹的王兰(化名)告诉记者,我们也曾咨询过销售,为什么不能采取摇号或者摇号选房?销售员则称,目前加推的套数有限,供不应求,不连夜排队便无法保证认筹的客户能够选到房子。

据悉,星河传奇此次共加推152套房源,均价3.7万元/平方米,较去年一期开盘价格,上涨了约7000元/平方米。4月11日上午,据开发商提供的消息,楼盘所加推单位售出约九成。

4月26日,港铁天颂在深圳大中华国际交易广场开盘。排队等候入场的队伍蜿蜒长达数十米,现场大厅里面摆放的2500个座位已经座无虚席。据记者了解,该楼盘首推600余套房源,现场却来了3000余人,平均5个人选一套房。



港铁天颂原定2500人座位的会场,由于超员,导致来得晚的人只能站着等候拿号。“政府救市的政策接踵而来,深圳的房价也是一天一个价,不能再等了。”购房者马毅对记者如是说。

这仅仅是深圳楼市火热的一个缩影。记者了解到,在“3·30新政”和新一轮降准等多项利好政策叠加的刺激下,进入4月份下旬,深圳楼市迎来开盘“日光热”。

今年第一季度,深圳成交量同比涨幅全国最高,在100%以上,领先于京、沪,更远领先于同比出现下跌的广州。近几个月高企的成交量,也压缩了去化时间,深圳楼市去化时间由去年9月的峰值一路向下。

据深圳市规土委的数据显示,截至4月28日,深圳全市一手房可售面积为367.9万平方米,可售套数为34202套,按照此前稳定的去化速度,目前的新房可售量消化周期仅为33周(8.25个月),远远低于15个月的去化周期警戒线。

深圳新房市场开始步入供应爆发期。美联物业全国研究中心数据显示,步入5月份,深圳市场预测有44个新盘入市,项目之多创下历史新高。

“由于旧改难度大,成本高、周期长,深圳未来的土地供应很可能会断层。”美联物业深圳及惠州

区董事、总经理江少杰对记者表示,在这样的供需结构之下,深圳楼市的火热趋势成为必然。

5月18日,国家统计局公布“2015年4月份70个大中城市住宅销售价格变动情况”,这当中显示,深圳房价自2014年12月实现反弹后,已经连续5个月领涨全国;4月份的百城房价,深圳新房价格31495元/平方米,同比、环比均上涨1.09%,位居十大城市涨幅之首;二手住房价格环比涨3.29%、同比涨6%,同样位列全国第一。

楼市“入夏”

在楼市中,上涨从来都比下跌来得更迅速。如果说深圳极度供不应求是个特例,那么随着“3·30”新政的影响,以及降准降息、公积金新政等政策密集利好推出,各地楼市陆续回暖也已同步动作。

国家统计局最新数据显示,4月全国70个大中城市中的18个,新建商品住宅价格指数环比上涨,较3月又增加6个。从去年11月房价指数全线环比停涨到目前的18城上涨,只用了5个月,其中温州房价则迎来自2013年7月以来的首次环比上涨。

另据上海易居房地产研究院近期的监测数据,4月,一线城市新建商品住宅新增供应面积为409万平方米,环比增加近两倍,同比上升18%;新增成交面积为341万平方米,环比上升36.3%,同比上升59%。供需双方积极入市,一线城市楼市持续升温。

易居研究院研究员姚腊表示,受“3·30”政策影响,以及降准降息、公积金新政等政策密集利好的持续作用,一线城市提早“入夏”,新建商品住宅供应量和成交量双双大幅增长,成交均价创历史新高,其中上海和深圳反弹力度最强,深圳房价领涨全国;一线城市二手房市场成交量同比和环比均增长70%以上,成交均价也有微幅上涨。

“步入5月份后,随着央行的再次降息,政策的叠加效应逐步显现,改善性需求将继续主导市场发展,一线城市楼市将继续升温,带动房价上涨。”姚腊补充道。

张大伟认为,楼市5月份的市场肯定将好于4月份,一、二线城市已经出现量价齐涨的趋势。而在央行5月10日降息后,整体市场有望继续升温,预计二三季度,中国房地产市场将逐渐从低迷中走出。

房企方面,4月份,包括万科、恒大、保利、绿

地在内的10大房企,商品房新增供应面积390万平方米,环比上升10.3%。而10大房企商品房销售金额为650.6亿元,环比上升17.1%,同比上升30.3%。本月商品房成交量及成交价均有一定增幅,带动商品房销售额也出现较大提升。预计二季度未来两个月销售额将保持在较高水平。

易居研究院研究员亢亚娟认为,随着诸多利好政策的出台,房地产市场逐渐升温,开发商推销量不断增加,环比稳步上升。预计五六月环比增幅将持续提高。在拿地方面,随着商品房市场向好发展,房企对市场信心增强,资金回笼加快,拿地积极性将不断提升,预计下半年将出现明显反弹。

分化僵局

国家统计局数据还显示,2015年4月全国70个大中城市中,房价环比下降的城市继续减少,由上月的50个缩减至48个。值得注意的是,房价环比上涨的城市攀升至18个,却多为一线及省会城市。

此外,4月份一线城市新建商品住宅价格环比平均上涨1%,而二、三线城市新建商品住宅价格环比平均却分别下降0.1%和0.3%。步入5月上旬,全国主要54个城市合计住宅签约71485套,环比上月的64033万套上涨了11.6%,整体市场的涨幅明显加大。但如果分城市来看,一线城市环比4月同期上涨了7.3%,二线城市的涨幅达到了16.5%,而三线城市则出现了下滑。

在楼市逐步回暖的大背景下,城市间的分化也愈发明显。而依然如故的分化格局也成为市场争辩楼市“真回暖”还是“假迎春”的重要依据。

易居中国执行总裁丁祖昱称,一线城市2015年基本可以保证稳定回升,二线城市也将延续2014年的走势,仍然会分化严重,如合肥、武汉、厦门等热点城市将继续保持上涨势头,部分城市如大连、宁波、沈阳、长沙、成都、昆明则压力巨大;三、四线城市则不容乐观。

华南某房企一离职员工告诉记者,由于集团开发的楼盘定位高端,其在广州的销售情况一直保持稳定,但在太原等二、三线城市的销售却遭遇“滑铁卢”。

君华地产一员工也向记者透露,即便在去年楼市并不乐观的境况下,广州分公司仍然完成了业绩。不过在三线城市中山,楼盘的销售始终不温不火,此前中山分公司曾“以价换量”冲业绩,但仍未达到预期销售目标。

靠噱头抢头条 房企营销难题待解

■ 杨静 报道

这或许是最坏的年头。在过去,房地产就是政策的忠实追随者,政策利好即涨价,政策不利就清盘。在今年,这种惯例被打破,利好政策一波又一波出台背后,价格仍然以稳为主,敢于大幅上调售价的楼盘是少之又少,几乎没有。

一边需直面高企的库存,一边却在权衡以价换量的风险。房企们正在动脑筋:僵局未破之下,如何撬动买家入市,提高销售业绩?

逆势营销大放异彩,在“保利是个P!”、“恒大无理由退房”等概念后,越秀地产宣告旗下10城26盘全部进入“免”战模式,推出18项免费措施。你方唱罢我登场,绿地、绿城、旭辉、世茂等一众房企陆续开展营销大战比拼,花样不断翻新。

在记者采访的多位业内人士看来,从去年下半年开始,“互联网+”下,房企的售楼方式也随之发生了翻天覆地的变化。这场营销大战,在一定程度上起到了聚拢人气活跃市场的作用。不过,这看似噱头十足,却鲜见真金白银的优惠。一旦运用不当,不但对楼盘去化毫无帮助,甚至对企业品牌的维护都是一种损害。只“营”不“销”难题,如何破解?

逆势营销白与黑

5月17日,碧桂园员工马涛(化名)接到一个有意思的任务,公司要求17日当天,凡碧桂园员工须将本人微信头像更换成碧桂园logo,并贴出以“不扯蛋,周一见”为内容的图文。

碧桂园这一举动,成功刷屏,并制造悬念。集团营销策略调整?与平安将有大动作?众人纷纷关注碧桂园到底会发布何等大事。

真相很快出炉。碧桂园在“周一见”中发布了“0号行动”,即在5月16日-6月30日期间,购房者认购碧桂园的产品,就可以享受0首付、0首付免息、0物业费以及0费用(契税和维修基金)优惠。

按照碧桂园的官方解读,即认购产品时,客户只需缴交定金即可签约,且允许客户延期一个月缴清首付款,免收利息。而对于新业主而言,碧桂园则给予免收一年物业费的优惠。此外,根据具体项目所在地的政策,按首套房的收费标准将契税及维修基金通过项目进行拆分,并在楼价中予以扣减。

就其促销内容及力度,或对于碧桂园内部来讲是空前的,但仔细推敲后,部分“优惠措施”实际意义不大。

“碧桂园的首付优惠只是延期一个月,目前包括保利、珠江在内的不少开发商延期可达6个月。”寒桐投资顾问有限公司总经理韩世同告诉记者,对于开发商而言,一般情况下,平时老客户介绍新客户就可免一年的物业管理费。在他看来,算到最后,等于碧桂园凑了四个“0”出来,“本身的优惠则是噱头大于实际。”

“集团每个月都有类似的主题营销活动,而这次为扩大五六月主题推广的传播力和影响力,同时将‘不扯蛋’行动的营销效果最大化,才有了5月17日朋友圈刷屏的活动。”马涛坦承告诉记者,接下来公司决定加大推货力度,需要集团上下配合宣传。

放眼业内,碧桂园的“0号行动”并不新鲜,此前越秀地产推出的18免已全部包含了以上内容。4月24日,越秀地产宣告旗下10城26盘全部进入“免”战模式,推出18项免费措施,涵盖了从“看房、买房、入住、装修、商铺投资”等购房环节。其中,“免首付+免契税+免维修基金+免费车位”的优惠组合尤为引人瞩目。

具体对于有物业抵押或有条件获得金融机构其他贷款的购房客户,其首期部分可通过银行放款实现,客户分期偿还贷款,实现免首付。与此同时,越秀地产还推行购房免契税、免维修基金机会等叠加措施来发挥协同效应。

奥园地产日前也推出了“奥园e+购房节”,在推出“0元抢Watch”的微信H5页面游戏后,顺势开始了“线上1元抢房”的营销宣传,在奥园38个在售楼盘推出38亿元的优惠产品,举办1元抢房活动。

“受大环境影响,房企的销售并不乐观,但开发商又不肯降价,所以才搞出这么多名堂出来,但各类的营销对于楼盘去化并无实际效果。”韩世同提醒道,营销是把双刃剑,一旦把控不住,反倒起了负面作用。如恒大的无理由退房,一旦操作出了问题,反倒会对企业的诚信造成负面影响。

此前,华南某房企一名离职员工告诉记者,受楼市大环境影响,集团在番禺及中山的房屋销售均陷入僵局。“为去库存,我们也搞了诸如全民营销、诚意登记送进口名牌包等活动,不过收效甚微。”

什么样的营销,购房者才会买账?房地产研究院研究员严跃进认为,除了营销计划需要在当地合法的购房政策下进行,否则很容易招致批评。最重要的是推出的营销计划要真正节约购房成本,购房者才会买账,“很多销售只是为了跑量,短视行为比较多,所以对于企业品牌的维护是一种损害”。

在新媒体邦地产看来,当下的房企似乎越来



越不愿意深入研究消费者心理,把产品研发做到极致。“互联网+”趋势下,不但没给一些开发商带来更多机会,反而让他们失去自我。

行业变革期,最容易丢掉饭碗的,就是那些只懂概念包装,不懂落实,传播又始终无法超出地产圈的平庸之辈。市场完成整合之际,也就是这些房企出局之时。

开发商的焦虑

开发商费尽心思搞出这么多营销手段,原因何在?去库存,以期完成年度销售目标!

尽管房企高层普遍表示今年市场会比去年好,但数据透露的形势依然严峻。国家统计局发布的数据显示,房地产市场仍然处于调整期,截至4月末,全国商品房待售面积65681万平方米,比3月末增加682万平方米,其中住宅待售面积增加330万平方米。

而根据国家统计局4月15日公布的最新数据,今年一季度全国房地产开发投资16651亿元,同比增速为8.5%,却也是全国房地产开发投资增速首次跌破10%,达到历史新低。

在低迷的楼市大环境里,购房者持币观望的情绪愈发浓烈,开发商库存积压,“无理由退房”、“18免”、“5P战略”等营销手段频出,旨在撬动买家入市,也是在当前高库存和去化难问题下的“破冰”之举。

以碧桂园为例,相较于去年,碧桂园今年的销售额表现回落较大。据悉,截至2015年4月30日的四个月内,碧桂园共实现合同销售金额约242.9亿元,较去年同期的410.5亿元下降四成。而合同销售建筑面积则约384万平方米,同比下降38.7%。马涛称,公司的销售业绩下滑明显,急需通过营销活动吸引客户眼球,促使销售业绩的提升。碧桂园或许是众多房地产企业高库存和去化难的一个缩影。同为千亿房企一万科2014年年报显

示,2014年万科的存货为3177亿元,高居上市房企榜首。保利地产截至去年的存货余额达2672亿元,仅次于万科。今年前四月,万科销售641亿元,同比下降4.3%;保利销售328.58亿元,同比下降9.7%。

根据Wind公布的数据统计显示,140余家房地产上市公司2014年存货总额高达2.3万亿元,比2013年增长16.3%。由于库存压力高企,开发商无论是新购土地还是新开工面积都有所下降。一季度,房屋新开工面积23724万平方米,下降18.4%,降幅扩大0.7个百分点。其中,住宅新开工面积16791万平方米,下降20.9%。

土地市场方面,一季度土地成交价约1123亿元,同比降27.8%,增速虽较上期回升2.4个百分点,但依然处于近6年的低位。预期在楼市销售出现大幅回升前,低迷的土地成交难见改善。

楼市破冰可期?

随着越来越多的开发商加入营销大战中,更多的解读则偏向于楼市处在下行期,开发商面对低迷的楼市已经无计可施,只好跟风营销。尤其恒大的无理由退房推出,业内人士认为这更多反映着房地产市场的糟糕。

“仅仅根据市场上频出的各类营销,由此来判断房地产在走下坡路,太过武断且为时过早。”房价点评网高级分析师肖文晓认为,后续政府将会陆续出台利好政策,政策的累积与加码将会带动房地产市场全面复苏。而一线城市由于房地产市场供不应求,将会率先从低谷中走出。

对此,韩世同则持不同观点,他告诉记者,房企为何费尽心思,卖力营销?主要原因是经济下行,房地产市场不景气。在这种大背景下,单纯依靠政策及降息降准来维系房地产业长久持续发展是不太可能的。

中原地产首席分析师张大伟则认为,尽管“救市”政策出了四轮,但是“救市”政策也很难起到促使市场规模化存量,政策的效果不会很明显。而供地量偏大与库存量偏大的二线城市、大部分三、四线城市上述特征会表现更加明显。

丁祖昱则在其专栏称,相比于去年4月份急转直下导致二、三季度市场低迷,今年的4月份将成为转折点,主要归因于政策上的大利好,从4月20日降准、5月11日降息,可以预见未来的利好政策还会频频出现。在这样的情况下,今年的房地产销售可看高一线,特别是二、三季度的房地产销售,可以完胜去年。走势平稳、健康应该是今年房地产市场最终的关键词。