

# “楼市618气氛组”上线 项目总亲自带货以价换量将继续

## ► 今年618主题营销造势减弱,投入预算不多

“人算、天算不如618划算”“辛苦拼满一购物车的满减优惠,不如一套特价房实惠”“2人成团额外98折”……这周开始,“楼市618气氛组”陆续上线,各大房企、项目的“618”年中大促的广告海报活跃在朋友圈。今年的618,除了房产主播,不少项目总监、热盘大佬都冲上幕前露脸,直接讲解优惠,为自家产品带货。一些房企以视频号作促销预告,部分项目则从内部孵化培养主播来推动线上营销。“近年来,开发商运用线上营销风生水起,VR看房以及线上售楼部等技术的成熟,也使得购房者在线上完成从看房到成交的闭环成为可能,但作

为高总价的大宗消费,绝大多数购房者的临门一脚还是要回到线下来”,肖文晓向记者表示。

趁着线上电商节的火热势头,不少楼盘借东风在线下同步推出各种优惠活动,以大礼包吸客。如越秀“不焦虑直播间”推出618万不焦虑大礼包,送SKII神仙水/迪奥口红/空气炸锅等礼包;敏捷的618购房8重礼,除了直播间预售9.8折的折扣券,还有“2人成团额外9.8折”优惠;新世界凯粤湾置业6重礼中,包括了提前登记额外9.8折、赠全屋智能家电家私、瑰丽酒店入伙晚宴等。

肖文晓指出,目前在线上营销这一

块,开发商介入的深度和力度也各有差异,“有实力有想法的开发商会将其作为数字化营销的重要组成部分来做,更多的开发商也只是跟风做一些吸纳人气的噱头。”房地产市场研究专家邓浩志告诉记者,“今年开发商在宣传方面投入预算不太多,618很多都是在自己平台直播,所以能覆盖的人群也比较有限。”

“相对此前两年,今年开发商的618主题营销活动造势小了许多”,肖文晓分析道,这跟1-5月商品房市场销售乏力、开发商信心不足有关;其次,与开发商线上营销常态化、国内大多数城市疫情防控良好可以如常线下销售有关。

## ► 市场信心不足,“部分外围板块房价调整回几年前”

抓紧618营销节点的背后,房企都在为年中大考冲业绩。甚至中心区有大平层高端项目也沉不住气,搞起大幅度促销。曾经吹风价约13万元/平方米的合景臻颐府,打出了这样的优惠广告,“整体均价为9.2万元/平方米,此价只卖一天”,显示出不少项目走量的艰辛。

根据国家统计局发布的数据,1-5月全国商品住宅销售面积同比下降了28.1%、待售面积增长了15.0%。“销售减少而库存增加,这意味着接下来开发商的销售压力不小。”肖文晓告诉记者,从商品住宅的销售额降幅大于销售面积降幅也可看到,目前开发商趁机以折扣打动购房者,希望能够借助政策的暖风多卖一些房子。

广东省规划院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉也持类似的看法,商品房销售额跌幅大于销售面积跌幅,显示由于市场信心不足,倒逼开发商继续降价促销。

1-5月份,根据国家统计局公布的销售金额和销售面积计算,全国商品房均价为9527元/平方米,涨幅为-10.3%。在易居研究院智库中心研究总监严跃进看来,房价数据虽然还在下跌,但是跌幅相比1-4月份已经收窄。这也说明房价本身在做调整。近期房屋销售市场面临一些积极的因素,尤其是房贷市场方面给予的支持力度大,其都有助于提振交易数据。反过来,房价大体上缩水一成,也使得近期购房方面的性价比较高。

不过,根据6月16日发布的70个大中城市价格指数看,2022年5月,广州新建商品住宅销售价格整体环比上升0.5%,同比上升1.0%,一二手住宅价格指数环比双双上涨。

“这与近期广州中心城区的房价表现相对强势有关。目前广州楼市依然是分化的格局,中心区一二手房价坚挺,个别地段稀缺的高价网红盘去化情况良

好,而外围区域不少板块则深陷价格战的泥潭,甚至有板块房价调整回了几年前”,肖文晓表示。

以增城为例,今年5月增城大部分楼盘均在1.8万-1.9万元/平方米,而近期保利水木芳华迎来开盘,首开推出1.6万-1.7万元/平方米的单位,直接拉低朱村板块的上车门槛。根据克而瑞广佛监测,板块内的叠溪花园2019年成交均价为16967元/平方米,5月成交均价则为15164元/平方米。

肖文晓分析指出,从今年的情况来看,由于很多开发商的业绩同比都下降了接近一半,不管有没有618,年中冲刺的压力都很大,所以促销是必然,只不过因为各地市场不同,力度上有差异也是必然的。“一些开发商因为资金紧张对个别项目进行特价处理,而外围板块都在以价换量,很多项目降价、分期首付、送车位等手段都用上了。”

## ► 前5月南沙成交同比下滑七成,利好刺激短期难见效果

“业绩指标和考核就摆在那里,618也好、黄金周也好,个别区域库存今年一直高位运行,单靠促销难以有很大的帮助。”有业内人士认为,区域的利好政策对整个区域楼市影响,更为长期和深远。

今年以来,在去年已收紧人才购房政策的南沙,在市场下行时期一直保持着低位成交。根据克而瑞广佛监测,得益于人才政策的松绑,南沙在2020年斩获18513套新房成交,位列全市第二。2021年,在人才购房政策调整后,失去深莞等湾区客户的南沙,总成交量仅录得14706套,同比下滑两成。而在今年1-5月,南沙新房合计网签2683套,成交同比下滑七成,只达到去年同期的三成水平。

作为11区中去化周期最长的区域,在618前夕,南沙迎来了明显的利好。6月14日,国务院印发《广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作总体方案》,进一步强调了南沙在粤港澳大湾区中的重要

战略地位。方案指出,南沙湾、庆盛枢纽、南沙枢纽3个区块作为先行启动区,区域内符合条件的企业按15%税率征收企业所得税。其次,

2022-2024年,每年安排南沙100亿元新增地方债限额……建设世界一流研究型大学和研究机构,共建大湾区航运联合交易中心等。

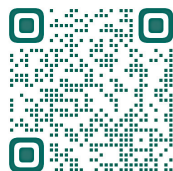
邓浩志认为,方案进一步展开了南沙未来5-10年的发展蓝图,南沙区域价值、城市面貌不断提升毋庸置疑,主要价值提升,最终一定会在价格上有所体现。“不过,当前南沙仍然执行较为严格的限购政策。单纯依靠一个方案利好只能提升市场的长期预期,但对市场的短期复苏帮助难有可见的效果。”

肖文晓也进一步指出,从广州整个成交量表现来看,尽管一二手房均已走出上一阶段的低谷,但距离正常值仍然还有一定差距。“接下来如果没有需求端的政策助力,市场回暖的步伐可能会比行业预期的还要缓慢。”

“红五月”的爽约,加上房企年中成绩表进入倒计时,端午的购房优惠刚刚撤下,“618”的优惠紧接着上马。开发商抓紧任何一营销节点的背后,是购房者依然呈现出不少观望、担忧。国家统计局最新公布的数据显示,1-5月全国商品住宅销售面积同比下降28.1%、待售面积增长15.0%。克而瑞广佛首席分析师肖文晓指出,“销售减少而库存增加,年中冲刺的压力很大,目前开发商已在以价换量,接下来如果没有需求端的政策助力,市场回暖步伐或比行业预期的还要缓慢。”

■新快报记者 何璐诗

■VCG供图



扫码了解广州楼市最新动态