



文/羊城晚报记者 陈玉霞

广州楼市:黄金周拼人气,更要拼实力



国庆档期一二手联动促销的做法非常普遍 黄士 摄

拼价格

实惠定价才有市场

中指研究院数据显示,国庆档期广州一手住宅成交1500多套,同比多了250套。这样的成绩,离不开政策东风助攻,也和新盘的合理定价、在售项目的积极促销有很大关系。

在合富研究院的跟踪中,国庆档期内中心区项目普遍让利幅度为1%-5%,但有个别项目的少量单位让利幅度达到10%;黄埔、番禺等近郊片区主流楼盘让利幅度多在2%-6%,不少项目如黄埔新城、城市之光、星樾山畔、星瀚、领秀海等均有不少一口价单位推出。和价格让利同步推出的,还有不少赠送类的活动,例如成交送全屋家电、送六年或十年管理费、送车位、送黄金等。

和促销相比,新盘的定价更具直接拉动作用。国庆档期,中心区新货扎堆,一个新盘想在众多项目中脱颖而出获得高销量,其首批开盘价就很关键。例如在改善型三房货量较多的天河区,文津府新盘定价开出的“6万”字头,比旁边牛奶厂板块素质不错的二手房价格低,和周边一手同类住宅价格相比也有吸引力;在刚需产品扎堆的荔湾区,万汇天地朗庭开盘价为“4万”字头,抢先出货。而在不久之后,该盘的旁边还有中海、保利等全新项目上市,同样的刚需产品,竞争会更加激烈。

以往“皇帝女不忧嫁”的中心区,今年已开始进入“内卷”状态——不断新增的市场

供应量、不断升级的实力房企的产品品质,都会让周边的项目经历市场压力,在同等素质的产品面前,定价也是需要比拼的一个要素。从国庆档期记者走访的情况看,现阶段楼盘的看楼者很多,但成交量并未同步。而在合富研究院和克而瑞等专业机构的统计中,中心区各盘推货的去化率普遍在20%-30%之间,近郊板块楼盘的去化率则为10%-20%之间。当然,其间也有去化率超过60%的项目,但屈指可数。这和以往黄金周档期开盘去化率轻松达到八九成已无法同日而语。在当前信心尚待恢复的楼市环境里,涨价呼声的噱头之下,楼盘仍需继续以实惠的定价来换取成交量,促进楼市交易良性循环。

拼产品

高赠送促使实用率不断刷新

国庆档期,广州楼市中有两类产品比较畅销,一类是面向首次置业群体的紧凑实用型刚需产品,一类是面向换房群体的舒适型刚需产品。就现阶段情况看,两种类型的产品都体现出全新的设计特点——高赠送空间。

和三四年前的“+1”空间相比,目前广州众多楼盘的赠送空间设计更加多样,例如通过设计大阳台、大飘窗、花池等空间,达到多赠送空间的目的,有些更巧妙的是,通过设备平台空间的设计,也为室内带来高附加值空间。

在中心区一个改善型项目内,销售人员带着记者参观样板房时对照户型图一再说明:“此扇门外是赠送空间,暂未开放展示,交楼时会按照图纸交付一个房间。”该项目附近的一个新楼盘,同样通过花池、阳台等设计,令套内的实用率“达到96%左右”。刚需项目的此类设计更加遍地开花,番禺区一个配套齐全的

刚需新盘,更是直接把主人房空间设计成了阳台,加上其他赠送空间,令其套内实用率也接近百分百。

从整体上看,广州楼市里做得出色的高赠送户型,实用率普遍能达到95%左右,部分甚至报称实用率已达到107%左右,这比前些年带赠送空间的八九成的实用率又高了一个档次。这种现象的出现,是市场竞争激烈的一个反映。特别是对于刚需买家来说,他们对产品性价比有较高的要求,在有限的面积内,希望获得更多的功能空间的同时还能把总价控制下来。为了吸引更多买家购买,开发商花尽心思在设计上做起文章,于是市场上就涌现出了六七十平方米的“2+1”房、七八十平方米的“3+1”房等户型,受到刚需买家欢迎。换句话说,现阶段,产品实用率若上不了九成,楼盘竞争力会大打折扣,除非在其他方面有过人之处。



▲长隆万博板块项目人气火爆 黄士 摄

▲刚需产品高赠送空间的设计越来越普遍 陈玉霞 摄

拼渠道

开启一二手联动和全民营销模式

10月1日下午,记者刚从荔湾区花地湾地铁站旁边的楼盘走出来,就有二手房经纪人凑近,递给记者一张其他楼盘的宣传单张,希望带记者过去现场看看楼。“这个也是新楼盘,开盘单价可能5万多元,环境更好。”见记者不太动心,经纪人又赶紧推介了荔湾区几个其他项目,建议记者考虑。

这样的经纪人出自二手房中介公司,这位经纪人告诉羊城晚报记者,现在二手房生意不好做,而一手房供应很多且需要中介带客,所以他们干脆做起一手房生意。不仅在楼盘外,就是在售楼部内,现阶段也能看到很多经纪人的身影——在新政和促销之外,房企启动的渠道营销在整个国庆档期内几乎成为每个楼盘推售的主流模式。哪怕是在中心区,此前“坚决不开渠道”的楼盘,现阶段也开启一二手联动和全民营销模式。

在天河、荔湾、白云和番

禺等区域内的众多楼盘,售楼部的入口处可以明显看到多个中介公司的登记台,当经纪人带着客人到达售楼部,须先进行相关登记,一旦这些客人成交,经纪人们则可以获得佣金奖励。为了刺激经纪人们带来更多客人,楼盘开出的佣金会动态调整,例如在国庆档期后半年,天河区一个楼盘“佣金翻倍,最高40万元/套”的宣传在业内刷屏。

全民营销的方式,多个实力房企都有推出。这种方式主要是通过旧业主、普通市民来为楼盘推介新客源,在交易成功后,推介者可以获得税前数万元的佣金奖励。

众多的经纪人带着客人到达售楼部,可以形成人气十足的场景。但是,这样的人海战术,往往是集中在几天内的昙花一现,且客流量大不等于成交量大。下一步楼盘要成交,依靠的更多的还是产品的性价比、房企实力和市场口碑。



钟落潭板块在“双节”假期成交表现较好 徐炜伦 摄



改善型产品的竞争也在加大 陈玉霞 摄



高端智慧家居 · 缔造幸福生活



舒怡温润床垫



温热马甲



舒畅温润护颈枕



舒畅温润护腰

嘉兴卓威科技有限公司

VIP-LINE° 400-860-6910
全国服务热线

公司地址: 浙江省嘉兴市嘉善县大云镇云寺西路576号2号楼三楼