



在系列调控政策带来的销售冷清形势下,很多楼盘都希望通过九、十月份的传统旺季拉动销售,刺激成交量。据统计,金九银十期间,十堰有大批楼盘先后上市,其中主打刚需的中小户型更是放量供应。为了争抢客源,各大楼盘纷纷高举优惠旗帜,大打促销战。

■记者 毛以国

金九银十 楼市打响刚需争夺战

金九银十 刚需产品放量上市

来自十堰市房管局网站的数据显示,截至9月23日,十堰城区共有10个项目拿到预售证,有近3000套房源上市,推盘量达到30余万平方米,为近三个月来最高。其中,东方明珠城市花园三期荣域、明想·凤凰香郡七克拉、丽城·佳苑等多数楼盘目前均已开盘销售。

这些在“金九”期间上市的楼盘,大部分主打中小户型,面积区间集中在50多平米至100余平米之间,以首次置业的刚需客为主要目标客户群。比如,9

月10日开盘的东方明珠·城市花园三期荣域上市房源265套(一批次),户型面积区间为66—108平米;9月11日开盘的明想·凤凰香郡七克拉上市房源406套,户型面积区间为60—108平米。除部分项目因地段价值特殊而售价较高外,其它项目多是总价适中、适合刚需置业的产品。而来自市场销售方面的数据也显示,在这次楼市调整的出货抢跑中,正是这些适合刚性需求的产品跑得相对较快、较稳健。

记者走访楼市后了解到,“银十”的市场供应也将是以刚需楼盘为主。比如将于10月16日开盘销售的畔山林语二期·英伦上城将推出房源204套,主打户型面积区间为47—112平方米,目前该楼盘已公开免费发放VIP卡;预计于十一期间开盘的天格花园共有房源91套,户型面积区间在80—100多平米……综观这些新推楼盘,均不约而同地瞄准了“刚需一族”,并将在营销和优惠上刻意吸引刚需族的注意。

争抢客源 房企拉开“蓄客大战”

对于国家政策的调控,十堰楼市目前的表现已十分明显,刚需置业者持币待购,开发商则积极争取客户。

综观十堰楼市,眼下开发商蓄客的方式可谓五花八门。北京小镇中秋节期间推出贵宾中秋答谢会;鼎盛阁公寓推出下岗职工和教师活动期间购房可在其它优惠基础上额外享受5000元/套的优惠;泰山·阳光庭院三期推出30套多元户型典藏房;尚景·春

天推出3套特价房。

记者走访发现,在各种蓄客举措中,提前预售、发放VIP卡成为各楼盘蓄客的主流手段。如9月1日起,位于天津路口的天格花园公开发售VIP卡,购卡者除优先选房外,可享受1万抵2万的优惠,另有礼品赠送;畔山林语二期·英伦上城已于9月17日公开免费发放VIP卡,持卡者开盘时最高可享1万元优惠;预计于10月上旬开盘的武当太极养生园目前正在发售限量VIP卡;十一期间,福田花园也将公开发售VIP卡……根据“行规”,持有VIP卡的购房者可在楼盘开盘时优先选房或够资格选房。

对此,业内人士指出,开发商这样做,一是要造成一个抢跑的假象,二是要锁住客户。在当前楼市环境下,VIP卡的第二种目的性更强一些,因为对于多数购房者而言,买了这个楼盘的VIP卡,一般不会再去买其他楼盘的VIP卡了。

记者在走访中发现,目前有些楼盘在开盘时间、销售价格都未定的情况下也开始发放、出售VIP卡,先聚集购房者,当购房者达到一定量的时候再开盘。有些确定了开盘时间的楼盘,也会根据聚集的购房者数量来确定销售房源数量,就是所谓的“以销定产”。对此,业内人士指出,作为一个重要的营销手段,产品是否适合市场,价格是否合理,都要通过VIP卡蓄客来检验。尤其是新项目开盘前通过蓄客,既是在试探市场,也在测试购房者的心理承受能力。

对于开发商排号蓄客的做法,即使明知道存在信息不对称、买方更易被愚弄的情形,购房者通常也会提前认购。正如市民王先生所说:“不接受也得接受,因为大家都想优先选到好房,获得相应的优惠,除非你不买房。”而事实上根据记者的了解,不少楼盘开售前VIP卡发放销售量均超过上市房源套数,可谓蓄客有道。

大打优惠 特价房促销唱主角

综观即将过去的“金九”旺季,本地多家楼盘都铆着劲儿推房。而为了获取更多的成交量,各大在售楼盘也是频出优惠举措,刺激消费者。

“金九”期间,阳光栖谷二期(7.8号楼)推出了一次性付款9.5折、按揭9.8折的优惠;上海城(21号楼)推出了一次性付款9.8折,送中央空调的优惠;鼎盛阁公寓推出购房者除可享受一次性付款9.5折、按揭9.6折的优惠外,还可享受地暖免费铺装到户、免物业管理费2年等系列优惠活动,下岗职工或教师在活动期间购买鼎盛阁公寓还可额外享受5000元/套的优惠;和昌国际城推出了一次性付款9.6折,按揭9.8折,分期9.9折的优惠……

在打折的同时,不少楼盘还掀起一阵“特价”风。如北京小

镇三期·贵府开展了“月满中秋礼惠宾朋”三重好礼活动,于中秋期间每天推出一款特价房,指定房源5980元/㎡;尚景·春天同样在“中秋感恩月”活动中推出特价房3套(一口价5200元/㎡)和精选20套特惠房;泰山·阳光庭院三期推出30套多元户型典藏房,4800元/平米起,5800元/平米封顶。

市联合房地产公司总经理万峰指出,特价既是一种营销手段也是常规营销模式,主要是为了吸引购房者的关注度。但实际上,由于市场不景气,观望氛围依旧浓厚,再加上这些“特价房”大多户型面积偏大、户型不好、楼层多为顶楼、购房者选择空间小等原因,精明的购房者对于开发商推出的特价房、低价策略并不买账。“特价房”并没有想象中的抢手,不少项目特价房甚至一套都没有卖出去。

购房者观望 刚需族悠游售楼处

与市场供应的积极热情相比,刚性需求者观望情绪明显。从近期十堰一手楼表现看,由于购房者普遍认为开发商降价措施尚有较大的升级空间,刚性需求入市动力仍显不足。

在楼市一线采访中,记者了解到,在金九银十传统旺季的刺激下,不少刚性需求置业者的看楼欲望已经被带动起来了,但由于很多首次置业的刚需客认为“房价还会降”,不少人选择了继续观望。因此,不少购房者目前依然是看得多买得少。购房者游走售楼处,成为一道特殊的风景。

除了首次置业的刚需客观望情绪浓厚外,对于一些改善型需求者来说,他们也不再像往年“房荒”时代那样心急,没有极其心仪的房子,他们宁愿等待也不出手。

在上周东方明珠·城市花园三期荣域销售现场,记者随机采访了一对预定了房源的夫妇。“我们也是看了很久,才下的单。”这对夫妇表示,“我们不想像第一次买房那么仓促,被开发商赶着走了。”

现阶段下,购房者到底期待何种产品呢,详情请见C06版。

更正

《十堰 Magazine》2011年8月刊《八闽地产于斯为盛》一文中,“持有《婚房置业计划表》的客户可按3999元/套的价格购买”表述有误,应为“持有《婚房置业计划表》的客户每套可享受3999元的优惠”,特此更正并向广大读者致歉。

《十堰 Magazine》编辑部
2011年9月28日