

开发商年底尽显“饥饿”本色 你追我赶, 价格至上



年底促销好戏不断,长沙开发商真刀真枪进入“饥饿”争夺战。



11月上映的大片《饥饿游戏2》中,好不容易逃出死亡线的男女主角,为了维护胜利果实,让自己过上衣食无忧的生活,被迫在大众面前假秀恩爱,但仍逃不过专权者的操控,继续在生死存亡中挣扎。作秀,对11月的长沙楼市来说显然也行不通。但这不需要操控,在资金回笼等压力面前,开发商自觉回避华而不实的促销手段。

客户的眼睛是雪亮的,客户的口袋也是捂着的,要在2013年销售图上留下漂亮的走势线,就必须真刀真枪地进入客户资源的争夺战中。

于是,各类促销好戏在年底频繁上演。

■记者 唐明波

大幅让利凸显性价比

在长沙工作了7年的小张,手上积累了一些资金,他计划今年购房,但迟迟没有出手。时刻关注房地产市场的他知道,按照惯例,每到年底开发商都会给出大幅优惠,选择这时出手更加划算,“毕竟手头不宽裕,能省则省吧”。他说。

“对于置业者来说,年底不失为‘淘楼’的好时机。”业内人士也这样提醒消费者。

此言非虚。11月以来,“低价”、“团购”、“秒杀”、“打劫”等字样频频出现在开发商的户外广告、宣传彩页上,促销成了市场主流。行动的主角不仅包括老盘,也包括了纯新盘。

与之前相比,这时的促销体现为更加实在的让利,幅度空前。但表达方式不一而足。有直白的降价;有委婉的团购折扣、认筹享折扣、认筹抵现金;还有变相的买房送车。大部分还要锦上添花地对客户说上一句:抽奖还有机会中大奖。

事实上,促销是年底开发商操作的一种惯例。不管是否情愿,在年关岁末的当口,他们不得不放低身段,为吸引年底的最

后一拨客户竭尽所能。

开发商这样做自有缘由。有业内人士称,不外乎几点,一是开发商年底资金回笼、去存量及冲高年销量的需要;二是银行贷款额度年底会非常紧张,开发商通过加快出货提前完成贷款前期准备工作,以便抢占来年第一季度银行额度或加快企业战略布局;三是为了迎合市场潮流,许多开发商都在此时进行大力度促销,不跟上会失去一定竞争力。

低首付策略助战

打算近两年内结婚的小李,正在筹划未来,发现需要花钱的地方实在太多,所以对于新房只好考虑那种“低首付”楼盘。临近年底,满足需求的楼盘渐渐多了,为此他忙碌起来,每到周末就穿梭于各个打出“低首付”广告楼盘。

11月,嘉宇中央公寓开盘,首付4万元起;东宸林海二批开盘,首付3.8万元起;荣盛花语馨苑首付3.4万买两房,首付4.4万买三房;首度开盘的蓝光COCO蜜城更是推出了零首付……与让利促销手段并驾齐驱的,还有部分开发商推出的低首付策略。

“低首付”疯狂助阵收官战。所谓“低首付”并非直接降低首付款,实际上都是采取拆分首付款的做法。前期购房时,购房者只需支付很小一部分首期款,剩余部分则由开发商无偿垫付,购房者只需在规定时间内还清开发商垫付资金即可。

虽然它没有给客户带来直接的让利,但还是具有一定的吸引力,尤其对那些手头资金暂时紧张的刚需客户更是具有很大的诱惑力。更何况,使用“低首付”策略的开发商往往采取的是与让利促销双管齐下的方式,其争夺购买力的作用自然不可小觑。

政策调整影响有限

开发商的“诚意”让更多的刚需客户松开了钱袋。长沙市房产研究中心数据显示,11月长沙地区新建商品房网签179.92万 m^2 ,同比增长71.15%,环比增长8.68%。12月的第二周甚至还出现“翘尾”行情。在一些业内人士看来,2013年长沙楼市有望在“暖冬”中画上句号。

而对明年市场发展,一个不容忽视的问题是“长五条”出台后带来的影响。11月26日,长沙

市人民政府办公厅发布“长五条”,紧接着二套房首付款比例执行细则也出炉,将贷款购买第二套住房最低首付比例从60%提高至65%。

对此,业内人士普遍认为“不痛不痒,影响不大”。但也有人指出,政策调整会带来购房者的心理变化,增加持币观望情绪,同时还会影响市场信心。

虽然不好预测,但从今年长沙的土地成交市场来看,明年楼市发展亦可窥得一些端倪。除了主城区的地块备受追捧,在区域发展前景看好的其它区域,土地市场的角逐日益激烈。下半年,各大品牌开发商不惜重金竞拍抢地,一定程度上显示了开发商对于未来发展充满信心。

就长沙而言,楼市受刚需市场火热的牵引,加之城市建设、轨道交通的完善,无论一手房市场还是二手房市场,整体面貌或将呈稳中有升的良好态势。首次置业的客户较少受政策的影响,刚需产品仍将主导长沙楼市。“总的来说,明年长沙楼市会比较趋稳,不会出现暴涨或者暴跌,毕竟长沙市场无论是在供应还是去化上都还比较健康。”有业内人士这样认为。

《饥饿游戏2: 星火燎原》

上映时间:2013年11月

导演:各大楼盘老板

主要演员:长沙房地产开发商

内容简介:饥饿游戏是一个你死我活的竞争游戏。长沙房地产市场虽然没有残酷到这种地步,但竞争却真实存在。尤其是在“金九银十”成色不足的情况下,房地产开发商都期待在年末的最后两个月发力,冲高全年的业绩。于是,一场场你追我赶的好戏上演,促销手段层出不穷,战火逐渐蔓延至整个市场。

