

特价房、高折扣、成交抽奖、送家电、免物业费… …

以价换量冲刺，房企年中大促花样多



在长沙一项目营销中心，市民正在咨询优惠政策。

距离6月30日仅剩几天，为了冲刺半年业绩，长沙房企纷纷开启促销模式。6月27日，三湘都市报记者走访了解到，目前，长沙房企推出了特价房、高折扣、成交抽奖、送家电、免物业费等各类的优惠活动，吸引购房者的眼球。为何房企要开启促销模式，该模式下是否值得“上车”？

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚 实习生 欧阳诗祺

送车位、送家电，房企开启花式营销

6月底，对于房企而言，半年成绩单即将见分晓，这也是行业的重要节点。

为了助力成交，中海地产推出了“66司庆海购节”的活动，长沙各大售楼部营业时间延长到24时。同时，长沙中海星樾府推出20套特惠房源、成交即享品牌家电等优惠；长沙润府推出年中钜惠活动，限量18个钜惠名额、成交可送家电盲盒。

长沙绿地开启“金喜五重礼”活动，购房送五折车位券，限时一口价特价房；置业即享88888元家电大礼包等；保利则推出了买房送车位使用权、百套特惠房源限时放价、首付长分期活动；金地集团更是大手笔，部分房源买房最高可送7年物业费……

不只是营销活动，为了冲刺业绩，房企通常会集中推盘放量，拉动销售。据湖南中原数据平台显示，6月第3周（6月19日—6月25日），长沙一手住宅供应2837套、49.30万平方米，环比分别上涨423%、536%。

花式营销背后是市场复苏动能转弱

在传统的冲刺业绩节点，花式营销的背后是市场复苏动能转弱，销售表现持续走低。

据东吴证券监测的38城数据显示，5月29日—6月9日两周内，新房成交面积环比分别为增长1.9%、下降31.1%，销售转弱趋势明显。百强房企销售业绩也在4、5月连续下挫，月度环比降幅约为14%。

“众多项目纷纷放下身段，让出部分利润以价换量的同时，也刺激了市场，想以此来实现成交的小高潮。”业内人士说。

“自5月以来，长沙的‘有效’供应开始减少，成交量也持续走低。比如一些位置不错、教育资源优渥、价格适中的项目供应量并不多，再加上市场预期和信心减弱，加之前期积累的刚需刚改需求释放殆尽，这些都导致了整体成交量的下滑。”在长沙一房企营销负责人看来，这个半年度业绩估计不太漂亮，“整体来看，房地产市场销售回暖仍需时日。不过对于有购房需求的客户而言，有合适的项目还是值得入手。”

链接

6月长沙首套房主流房贷利率为4.1% 利率下调对市场效果还未显现

近日，央行披露最新一期贷款市场报价利率，1年期LPR为3.55%，5年期以上LPR为4.2%。与上月相比，二者均下调10个基点。而据贝壳研究院数据显示，6月（5月下半月至6月上半月）长沙首套房主流房贷利率为4.1%，二套房主流房贷利率为4.90%。市场情况究竟如何，央行消息发布后是否掀起了波澜？

6月25日，三湘都市报记者咨询多家银行房贷部门了解到，从2022年下半年至今房贷利率正逐步降低，放款的速度也在加快。

“现在房贷利率是多少？”招商银行长沙松桂园支行工作人员介绍，目前该行房贷首套房利率是4.1%，第二套房是4.9%。

在建设银行长沙兴蓉支行，工作人员正向客户介绍房贷利率的有关信息。“从2022年下半年开始到今年属于房贷利率低位，现在银行的首套房利率是4.1%、二套房房贷利率是4.9%，实际利率不同合作楼盘会有所变化。”该工作人员表示，6月20日央行调整了利率，但是目前没有正式确定是否维持原利率。如果要调整，首套房利率可能降至4.0%。

LPR“降息”落地，长沙也有部分银行开始跟进下调房贷利率。“我们支行首套房的房贷利率为4.0%，二套房在前两天由4.9%降至4.8%。而在去年，首套和二套房最低房贷利率分别为5.1%和5.4%，确实降低了不少。”工商银行长沙中山路支行工作人员坦言，四大行贷款利率都差不多，如果是组合贷款放款周期在两个月左右，而在之前可能要三个月。

多项政策措施推动下，房贷利率持续下行，政策利好之下，市场是否再起波澜？

“受市场影响，利率下调的消息并没有助推来访问量明显增加。”万科森林公园的相关负责人表示，项目作为长沙的网红盘，一直人气颇高，但利率下调的消息对市场的效果还未显现，“我们周末平均每日来访量大约是五六十批，其中142平方米户型卖得最好，我们这个月因为有加推货源，已经热销4亿元了。”

■三湘都市报全媒体记者 卜岚 实习生 刘灿 欧阳诗琪

掐点抢“剩菜盲盒”是捡漏还是踩坑

专家：存在食品安全风险



“11.9元的盲盒开出法式肠仔包、碱水圈、原味罗宋，冻在冰箱里慢慢吃，真的很划算。”6月26日晚，家住长沙市体育馆路的罗小姐饭后散步，顺便前往有“剩菜盲盒”出售的门店取货。拆开纸袋密封条的那一刻，她感到很惊喜。

年轻人掐点抢“剩菜”大火

作为剩菜盲盒的推崇者，罗小姐从2022年春天起加入“剩菜盲盒”大军。

“刚用小程序买盲盒那会儿，长沙只有十几家连锁面包店参与，常常需要坐公交、骑共享自行车才能拿到商品。”罗小姐介绍，长沙人买剩菜盲盒主要在“惜食魔法袋”上，像新一番、罗森尼娜等性价比比较高的盲盒，大概率能买到物超所值的商品。

一面说，罗小姐一面拿起手机，展示起购买剩菜盲盒开出惊喜后拍摄的照片。“你看，花12块买到抹茶奶酪欧包、巧克力奶酪欧包各一个，这两款在店里的原价都是25。”罗小姐表示，和她一样注重性价比的年轻人很多，且盲盒自带的新奇属性，定闹钟掐点抢“剩菜”成了常态，“要是不仔细盯着点儿，好多店铺里的东西就秒没了。”

三湘都市报记者了解到，“剩菜盲盒”准确来讲是“余量食物”，即商家将当天未售完的食物搭配好，以低于5折的价格促销，因商家无法确定当天剩余食物是哪些，消费者也无法指定口味、产品，食品销售也自带“开盲盒”的乐趣。

减少浪费，风险也要防

早在2016年，国外就出现了销售“剩菜盲盒”的应用软件——Too Good To Go。近几年，该模式在中国迅速走红，惜食魔法袋、米粒盒子、趣小袋及袋走PAKE-AGE等本土化平台走进年轻人视野。

与起源于丹麦的Too Good To Go不同，本土化平台大多只在北京、上海、广州、长沙、成都等极少数城市运营，且入驻品牌集中在商圈、写字楼区域，用户可选择性并不多。

“买过好几次，有次踩了大雷，开到的几款商品全是不爱吃的，再也没有走进过这家店。”湖南师范大学学生肖同学认为，销售“剩菜盲盒”的商家良莠不齐，有的会弄一些“边角料”糊弄消费者。

此外，广东省食品安全保障促进会副会长、食品产业分析师朱丹蓬在接受媒体采访时也表示，“面包盲盒”“剩菜盲盒”大多使用临期食品，在完全密封的情况下，某些食品的细菌数量不好把控，会有一定食品安全风险。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 黄亚苹 实习生 田甜