齐鲁楼市

□矫娟

裸，搜索百度，释义为一丝不挂。从时下最流行的关于裸的组词来看，裸婚，没房没车没存款没钻戒没婚礼称之为裸婚一族；裸车，商品汽车从出厂后未加装任何非标准配件(相对于汽车出厂时的标准配置而言)的汽车,称之为裸车；裸房，酒店客房价格在剔除了一次性牙刷、牙膏、香皂、梳子、拖鞋、浴帽等洗漱用品6小件后的“基础房价”，是酒店降价促销的一种手段。

事实上，没有任何法律规定，适龄青年有房车、存款、钻戒才能领结婚证，裸婚多少有些去伪存真的意味；裸车和裸房，则仅仅保留了商品本身的基础功能。

目前各地楼市的现状莫不如是：调控让投资客离场，高端客户减少，刚需购房者成为硕果仅存的一群。面对居住感受和居住功能，他们往往选择后者。如此一来，市场上精装房曲高和寡，只有去掉1500-4000元的精装成本，其在价格上才可以和毛坯房源一较高下。有开发商向记者罗列了精装房的种种利好，开发商整合资源，可以让购房者以更低的价格享受更好的产品、更好的设计，省去装修时间，避免邻里干扰等等，但是面对仅存的刚需购房群，开发商却不得不从了。

也有开发商将产品形式从两梯两户豪华房改为两梯四户功能房，以此来降低价格，增加竞争优势。有人评价“没有天窗、没有真皮座椅、不是自动挡，汽车减配了也能开，虽然舒适性大大减弱。”

降价往往与减配如影随形，楼市严冬，房价却裸了，降幅从个位数到两位数，形成裸价。SOHO中国董事长潘石屹称，开发商还没有死，穿单衣服的先死了，开发商还穿着棉衣，但知名地产商任志强回应道：“很快就只剩裤衩了。”事实上，部分中小开发商已经在营销江郎才尽、材料居高不下、金融渠道不畅的背景下，产生了无力回天的绝望，于是匆忙跑路。

对于品牌开发商，重压之下也难巍然不动，回款成为第一要务，利润不过是附在皮上的毛而已。对于购房者的利好则是，品牌开发商的品牌附加值难以转化成利润，中海、绿城、保利、绿地等一线房产品牌房价也并非居高不下，而是以更高的性价比进入寻常百姓家。

《2012地产黄页》

今日出刊

《2012地产黄页》特刊D板块涵盖28个版，秉承读者“百里挑一”的眼光审视济南楼市，将性价比高、品质好、配套齐全的优质房地产项目由衷地推荐给广大读者。《2012地产黄页》今日随报发行，报价不变。另应读者需求，《2012地产黄页》在机场、商场、休闲茶座、西餐厅、会所等场合发行，敬请留意。

发行投诉电话：85196379、85196382

编辑：陈晓翠　郭　强
美编：王　宣　组版：冯启韫

省城楼盘还有多少降价空间？据调查：

部分楼盘开出“裸价”

近日，省城某品牌房企在其产品发布会上公布成本，宣布其新盘定价低于成本，在业内引起极大关注。为此，记者调查了部分楼盘发现，房价构成的主要部分土地、财务、建安等各项成本居高不下，不少楼盘售价已近成本底线，尤其是2009年以后拿地的房企，利润空间大大缩水。

部分新开楼盘定价贴近成本

10月底，某品牌房企产品发布会现场，开发商领导对其开发产品进行了详细的介绍，并对项目各项成本进行了公示。记者看到这样一组数据：土地费用按350万/亩，容积率1.9计算，附加配套费和契税，折合每平米在3100元左右；环评、规划设计等前期费用折合每平米在120元左右；建安、园林、市政配套等费用折合为3800元/平米左右；税费折合为1000元/平米左右；还有管理、销售等期间费用折合每平米在1000元左右。将这些数据叠加，可以发现单方成本造价已接近9000元/平米(未包括学校、幼儿园、社区用房、物管用房等建造费用的分摊)。据该项目营销部人员表示，这笔成本费用的总和还不包括赠送给每户业主53000元的中央空调，将此费用平摊的话，也在450元/平米左右。

而此项目市场定价均价为9000元/平米,很显然,目前项目定价已低于房屋造价成本，的确算是赔本销售。业内某地产人士表示,目前市场形势下，部分楼盘采取“一降到底”的优惠举措,直面购房群体。

2009年后拿地利润空间有限

“近期在售的部分高端楼盘，拿地时间在2009年之后的，以目前市场定价，利润空间确实已不多，能达到10%就不错了。”有业内人士表示。

据了解，济南东部历城区某高端楼盘，以5600元/平米的楼面地价成为2009年的“地王”。项目入市后曾一度出现过定价为9000元/平米左右的产品，去掉营销、建安、规划等各项成本，利润基本探底。

记者在调查中发现，2009年上半年拿地的，压力都不算太大；无论是济南的房价还是地价，在经过2009年半年疯涨，2009年下半年之后拿地的，在现在的市场条件下，压力很大。济南高新区某楼盘2008年拿地，土地面积为172857平米，当时成交价为37655.6万元，按容积率1.65计算，楼面地价为1320元/平米；位于同一区域的某楼盘于2010年初收购某地块，单楼面地价就已飙升至2550元/平米，价格整整上升近2倍。同时，近几年房企的财务成本、税收成本和营销成本都有增加，两楼盘一经对比，前者价格调整空间明显大于后者。

一位品牌房企的营销总监感慨，这样的高成本也许老百姓都想不到，大家把目光都聚焦到房价表面，房子背后的各项成本都被购房者所忽视。像财务成本，一般从获取土地时开始算，截止到第一轮销售开始，通常为一年时间，财务成本已达土地款的10%到15%，但不同公司因融资方式的不同，这一项有比较大的差距。今年开发贷款申请难，假如以房企信托融资的方式，会远大于这个数。

(楼市记者　陈晓翠)