



# 房企分化

2020年的济南楼市，以价换量贯穿全年。楼市促销下的刚需客群仍是市场主力，也有不少追求品质大户型的改善客群在年内入市买房，一些具备区位优势，同时又坐拥优越配套的楼盘，价格企稳并略有回升。从全年市场价格区间分布来看，单价15000元/平米以内的刚需盘和20000元/平米以上的改善盘成了市场的主流。业内人士认为，市场现象背后是企业项目的分化所致。

## 济南楼市呈现两极分化 “好房子”市场购买力足



高品质产品、完善配套、科技住宅成为吸引改善客群的关键因素。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 葛未斌

### 促销不一定畅销 楼市冰火两重天

2020年3月，济南楼市以华润置地公元九里和融创文旅城为代表的刚需楼盘，率先出击启动以价换量的楼市促销节奏，突破消费者预期的价格，迎来了短期内大规模的成交，成就了一波疫情下的楼市“小阳春”。紧接着天鸿万象东方、中新锦绣天地在内的一些楼盘都通过一年内多次促销推盘，收获了不错的销售成绩，然而以价换量的大背景下，不同项目销售却有着较大的差别。

“今年楼市的促销节奏可谓此起彼伏，有些房企能够循序渐进不断地通过促销带动销售的增加，但也有一些项目由于前期销售不佳，被迫降价促销。”一位渠道公司东部区域的负责人向记者说道，由于产品配套等差异，同一区域楼盘销售冷热不均的现象非常明显。

据了解，位于彩石片区的央企项目中铁城曾是2016年土拍的地王，回溯到当年10月底11月初，中铁十局与中铁置业联合体豪掷92.8亿元、以溢价率199%的大手笔摘得济南彩石片区5宗地块，综合楼面价13060元/平米，计容建筑面积71.02万平米。然而项目开发和销售节奏一直缓慢，销售欠佳，即使在今年6月推出了10900元/平米起的促销价，低于拿地楼面价2000元/平米，销售仍不理想。而位于同区域的龙湖龙誉城项目，在售小高层房源与中铁城类似，起价13500元/平米，而楼面价不到8000元/

平米。据了解，龙誉城在售的B5地块于2019年拿地，今年年内已经推盘六次，销售数百套房源，同区域楼盘之间出现较大的销售反差。

同时，市场上也有不少价格稳定的改善型项目取得不错的销售成绩。据中指院数据统计，位于凤凰路东侧的银丰玖玺城和奥体金茂府项目，前11个月的产品销售额都闯入了全市商品住宅项目销售金额前十。据了解，银丰玖玺城项目2020年1-11月销售金额为35.5亿元，销售1095套，奥体金茂府项目销售金额为26.3亿，销售567套，两个项目均以140平米以上大户型产品为主，均为精装修交付，奥体金茂府的售价均价在28000元/平米，银丰玖玺城价格也在23000元/平米以上。一方面是促销的楼盘并没赢得良好销量，另一方面价格稳定的项目却卖进了全市前十，楼市呈现冰火两重天格局。

### 相比价格， 更多购房者关注品质和配套

近日，位于雪山片区的中新锦绣天地推出了单价不到11000元/平米的房源，在临近年关之际又收获了一波刚需客群。业内人士分析，同质产品间的价格较量定会影响销售，中新锦绣天地与相邻的中新国际城近身肉搏，产品差异不大，价格就是杀手锏。

然而一些品牌力较弱，周边配套相对还未完善的楼盘，以价换量对于消费者的吸引力却是有限的。一些品质过硬，区位优势的项目，仍能赢得不少购房者的青睐。促销下销售仍较差的项目，多有各自的短板。“济南郭店片区，整体房价已经跌了约

1000元/平米，从9打头进入了8打头，片区的交通配套、商业配套有短板，周边的城市环境也还没有彻底的改善，所以在产品丰富竞争激烈的市场中，即便降价了也很难吸引到多少购房者。”一位中介销售人员说道，“购房者越来越理性，越来越关注住房品质，同样价格下会选择品质过硬的项目。”

同时，一些定位高端的项目，在相对高价下能赢得市场靠的则是项目产品的品质。据了解，今年上半年刚刚在彩石片区市委党校附近拿地的龙湖天宸原著项目，已经在年内开盘并接近清盘，速度之快让业内咋舌。分析其背后的原因，项目相关负责人说道，本身项目的区位是处在旅游路沿线，属于自然环境较好的位置，满足了改善需求客群对环境的要求，项目整体容积率1.4，以洋房和别墅产品为主，是比较纯粹的改善型产品，也得到了客户的认可，加上龙湖地产的品牌效应促使了项目的快速去化。

无独有偶，位于华山湖边的中海天钻也取得了不俗的销售业绩，据了解，项目不少房源可以俯瞰华山湖湖景，虽然最高单价已经突破40000元/平米，但天钻系的户型设计包括高标装修加上优越位置，还是赢得了不少改善型购房者的青睐。

业内人士分析，在特殊市场环境下，促销已经不是个例，刚需也有了更多的选择，刚需购房者更加注重性价比的对比，而房企口碑、科技住宅、精装修标准，完善配套则是吸引改善购房者的关键因素。

### 冷热不均背后企业项目在分化

在中指院发布的前11个月商品住宅销

售金额top10榜单中，记者发现其中包括中海华山珑城、华润置地公元九里、融创文旅城、中新国际城、中新锦绣天地、碧桂园CLD凤凰首府等项目都在年内打出了低于15000元/平米的促销价，可谓是以价换量的受益者；银丰玖玺城、奥体金茂府、绿城玉兰花园、万科山望等项目则是改善型产品中销量赢家。然而，也有一些坐拥优质地段的项目处在了不上不下的尴尬境地，在汉峪片区一项目拿地楼面价已经打平了周边在售产品的售价，即使亏本30%销售也难以突破市场，在整体市场行情下，有些高价拿地却土地储备比较单一的房企，销售处境比较艰难。

山东财经大学山东省房地产业发展研究中心副主任孙大海认为，2020年市场整体的成交量是可观的，出现销售冷热不均的现象还是在行业发展中房企以及项目的分化造成的。一些房企拿地时能做好科学评估，合理控制成本的情况下抓住了时机做好土地储备，这时候就有了价格调整的空间，而一些企业追逐热点地块冲高了拿地成本，土地储备又比较单一，在这样的市场行情下就显得很被动。从项目来看，一些热销的大盘当年拿地楼面价都很低，即使价格收缩依旧是盈利状态。孙大海认为，市场上企业和项目的严重分化也反映出不同企业从拿地到营销的评估水平及策略之间的差距。

“未来，济南房地产市场仍将以刚性需求和改善需求为主。这两部分需求是未来济南市房地产市场的主要购买力。”某品牌房企的营销负责人表示，随着市场回归理性，用匠心打造品质是房地产企业赢得未来发展的关键，高品质的房子是新时代下人们对美好生活的新需求。