



超眼观楼

## 谋变与突围

□张超

商务区、生活区、商业区……  
现如今,大都市生活的各个功能  
区分化日渐明显,在新时代背景  
下,一个商业综合体创造一个“微  
商圈”,让崭新的“微都市”生活  
应运而生。它以全新模式突围而  
出,它将城市的居住、商业、运  
动、自然、艺术串联一起,打破  
城市的功能边界,凝聚整座城  
的精华,打造立体式多功能现代  
生活模式。

直面2014年并不乐观的楼市  
去化现状,各种各样的营销新措  
施成为新的变化趋势,而正处于  
强劲发展阶段的聊城并不例外。

随着城镇化大潮的来袭,地产  
项目的高度发展成为城市发展的  
必然趋势。多元化的地产项目  
不仅能提升区域的价值,带动人  
群消费,增加城市的活力,更能  
作为城市的名片,提升城市形  
象。

诚然,2014年的楼市并不  
十分乐观,观望、迷茫等成为与  
楼市相关的只言片语中的高频  
词汇,而事实上趋于平缓的去  
化也印证了楼市的平淡。

而每逢楼市低迷期,总会带  
来房企内部管理、营销及项目  
格局的变化。最近一段时间,这  
种变化似乎正在逐渐增多,房  
企们也在谋划着一场变革以求  
突围。基于此,市民或许也就不  
难理解行业内正在发生的一系  
列调整与变化。

事实上,眼下在房地产行业  
叱咤风云的不少房企在积极满  
足置业者各种心理诉求的同时,  
更在谋求这自身的发展变化。

正像一些研究机构阐述的那  
样,如同任何行业一样,房地  
产业的发展也有其自身规律与  
周期,在一定年限内,会随着  
经济形势的波动而产生自然变  
化。如果公众承认房地产业是  
国民经济的支柱产业,那么也  
就不得不承认其发展必将遵循  
经济发展规律,不会游离于其  
外永远上行。

有些时候,来自外界的利好  
消息会对房地产业有所裨益,  
但未必会产生根本性的改观。  
正如不能对月初央行公布的  
定向降准消息抱过分期望那  
样,此次降准并非针对房地  
产业,而更在于对实体经济的  
扶持与帮助。

因此,对于房地产业的未  
来而言,聚合合力、潜心项目  
远比对外界因素期待更为重  
要,每一轮调整都是一轮新的  
洗牌机会,而下一个周期,谁  
是强者,来自于房企们当  
下的选择与潜心处。



新盘如雨后春笋般拔地而起。 本报记者 张超 摄

编者按:

转眼间,2014年已经过半,层  
出不穷的各盘扮靓了整个聊  
城楼市,面对5000余套的入市  
潮,聊城楼市迎来年中大考,  
回首上半年在楼市“双向调  
控”的影响之下,大幅优惠  
俨然成为促销强有力的手  
段,为了“吸睛”,聊城的  
开发商开始采用特价房、电  
商等方式促销。纵观全国,  
聊城的营销方式仍略显保  
守,在其他城市,尤其南方  
的一些房企已采用更为极  
端的方式:0首付、半夜降  
价促销、1折秒杀。“以价  
换量”,引意向客户出手。

## 年中季,城区5000套房源集中交付 房企“年中考”命题谋变

### >> 城区5000余套房源集中交付

据了解,2014年6月底,7月  
初城区约有5000多套房源集  
中交付使用,全部为聊城实力  
企业开发的知名度、关注度较  
高的楼盘项目。

6月份聊城本地实力房企金  
柱集团旗下金柱大学城,首批  
22栋2000多套房源集中交付,  
不到一个月的时间交付完毕,  
创下聊城交房速度之最;尚东  
·新城邦也从6月22日起,集  
中交付23栋楼、1162套房  
源,英伦风情大城

魅力尽显;6月30日,星光·  
城市广场二期9栋小高层、高  
层住宅1193户业主将集中领  
钥匙,入驻新城核心商务区,  
开启新城便捷生活;7月6日  
-10日阿尔卡迪亚五期最后  
一批9栋1013套房源将集中  
交付,阿尔卡迪亚锦园、绣  
园、荣园、盛园百万平米中  
城名副其实。

在此之前,奥森花园一期、  
裕昌·水岸新城四期等大型  
楼盘项目以及润东花园、丽  
水阳光·

世纪城、华港·顺河城、五  
环国际等小体量楼盘项目也  
都是在今年陆续交房。可见,  
2014年基本上每个月份都  
有楼盘项目交付,尤其是6  
月底达到全年集中交付的高  
峰,多个关注度比较高、体  
量庞大的高品质楼盘项目面  
临业主“考验”。

开发商在想尽办法提高购  
房者户型空间使用效率和舒  
适度、景观设计的个性化和  
实用性等方面创新颇多,近  
年来户

型设计一再升级,90方以内  
也可以做三居室,空间浪费  
少、整体动静分区,公共空  
间(客、餐厅)相对独立,私  
人空间私密性较好,舒适度  
越来越高。园林景观方面  
将主题园林概念引入社区,  
或江南园林或欧陆古典或  
英伦风情,在空间上,也打  
破了原来的平铺直叙,台地  
式、坡地式景观在聊城楼  
盘中都有表现,园林景观越  
来越精致,投入成本越来越  
高。

### >> 半年楼市收官,房企蓄力下半年

上半年的楼市即将画上句  
号,各大楼盘也进入了半年  
业绩总结的时刻,尤其在经  
历前五月份推盘“观望期”  
后,6、7月份显得极为重  
要。直面并不乐观的上半  
年楼市,房企的“谋变和突  
围”成为下半年的主题。

在此背景下,聊城声势浩大

的推盘大计陆续展开。6月  
初至今,原本观望的市场逐  
渐升温,营销中心开放、新  
房源入市和优惠促销让利不  
断推出,各种指向年中销售  
业绩的系列推盘活动不断  
上演,直指年中业绩。

六月接连到来的儿童节、  
端午节等重要节点,让应景  
营销的

活动随处可见,也为进入推  
盘期的楼盘提供了充裕的  
客源,已经开盘的项目都取  
得了不错的销售成绩。6月  
份有多个楼盘开盘。

从6月份以来的推盘情况  
来看,个别楼盘的业绩不俗,  
这为当前趋于平淡的楼市,  
注入了一针强心剂。看到  
当前的推盘热潮后,不

少开发商人士对市场颇有  
信心。

行业人士指出,众多楼盘  
相继推盘,在于通过多推盘  
的方式,防止客户的流失。  
不过,竞争压力不仅考验楼  
盘的品质,更考验开发商的  
竞争实力。而各个楼盘开  
发商备战下半年,大力度  
推盘,或将把城区楼市推  
向新高潮。

### >> 组合拳助力积极营销

破局年中,多数房企打出  
营销组合拳,全方位出击,  
只为制胜年中楼市。活动  
为项目赚足了人气。各种  
项目开发商都通过主动营  
销的做法,希望赢得更多  
的市场份额。

整体上来看,聊城楼市上  
半年推盘量、去化量、去  
化率同比都明显下滑,与  
2013年上半年的高潮迭  
起比起来冷淡不少;

从价格上面来看,年初仍  
有小幅度上涨,市场转冷  
后明显止跌,目前以价换  
量渐成共识,暗降与明降  
同时进行;购房者观望、  
售楼处冷清考验推盘者  
智慧,上半年新颖营销手  
段叠出,活跃案场人气,  
但对于促进销售并无大的  
进益。

2014年上半年共有10  
个楼盘项目开盘推新品房  
源,共推

新品房源约2970套。与去  
年相比,今年上半年推盘  
量显著下滑,去年上半  
年共推出新品房源7808  
套,同比下降62%。仅去  
年6月份就推出新品房  
源2106套,大致相当于今  
年上半年总体推盘量的  
70%。

“特价房”也好,“暖  
场活动”也罢,房企的终  
极目标无外乎是为了把房  
子卖出去,行业

人士指出,与前几年不同,  
未来房地产调控将趋于常  
态化,不管是开发商,还  
是购房者,都会慢慢适应  
政策调控所带来的市场影  
响,但目前市场的自住需  
求依然看好,因此,对于  
楼盘来讲,不应该消极面  
对,而应该选择积极营  
销,通过各种方式,拉  
动楼盘销售,赢得更多  
的购房者。(张超)

相关链接>>

## 下半年或继续“以价换量”

2014上半年,房企销售压力  
增加,从销售目标完成情况看,  
前5个月大部分房企销售状  
况不佳,部分房企恐难完成  
年度目标。

2014年上半年已悄然过  
半,几个月来,全国房地产  
市场跌入下行通道,整体表  
现为销售量和房价双双下  
滑,土地市场也“由热转冷”。  
楼市再现变局,这让很多  
调高年度销售目标的开发  
商有些措手不及,年初的信  
誓旦旦,如今不得不转为降  
价促销,甚至有房企打出  
“无条件退房”的旗号。  
据了解,目前房地产市场观

望气氛浓厚,房企销售压力  
增加,从销售目标完成情况  
看,前5个月大部分房企销  
售状况不佳。有业内人士  
分析认为,对于个别销售  
状况不乐观的房企,年内  
销售目标基本难以完成,  
后期大幅降价的楼盘会  
越来越多。

市场变化有点出乎预料,  
2014年全国房地产市场  
明显“由热转冷”,出现  
量价齐跌的局面。据国家  
统计局近日发布的数据  
显示,5月份,全国70个  
大中城市中,有一半城市  
新房和二手房价格环比  
出现下调。其中,新建  
住房市场5月下降城市  
数量环比

出现大幅度增加,如果包  
含持平城市,价格止涨城  
市数量接近八成。

为此,中国社科院城市  
发展与研究所所长牛凤  
瑞对中新网房产频道表  
示,有些城市房价涨幅  
收窄,出现量价齐跌的  
局面,但也有城市一直  
保持上涨。同时,房价  
变化要看是否因区域  
因素导致,比如远郊和  
市中心楼盘,其成交  
量的多少对均价的影  
响是不同的。“但是  
总体来说全国房地  
产市场下行压力还  
是比较明显的。”  
来自于开发商的种  
种促销式

“自救”效果似乎并不  
理想,如今2014年已经  
过半,大部分开发  
商的年度销售目标完  
成进度缓慢。

回顾2013年,以7家  
“千亿军团”为代  
表的重点房企销售  
业绩大增,于是很  
多企业调高了今年  
的销售目标。然  
而,2014年楼市  
再度出现变局,  
让很多调高年度  
目标的开发商有  
些猝不及防。据  
了解,不少房企  
今年前5个月销  
售业绩同比下降  
明显。

楼市遇冷,开发  
商销售额下降,  
也直接影响到  
土地市场的热  
情。据中原地  
产研究部数据  
显示,今年6  
月份上半  
个月,20强  
标

杆房企拿地总额仅54.85  
亿元。其中,仅中海、富  
力和招商地产有拿地  
举动,其他开发  
商上半个月  
拿地举动基  
本停滞。面  
对楼市压  
力,谈及下  
半年房价走  
势,业内及  
多位专家  
多认为开  
发商会继  
续采取降  
价策略。

中国房地产及住宅研  
究会副会长顾云昌从  
政策角度分析认为,  
中央宏观政策、货  
币政策会不会有所  
宽松,会直接影响  
房地产市场的冷  
热。但房价下  
降的力度应该不  
会太大,“稳中有  
降是今年后几  
个月的表现。”  
(宗永)