

聂梅生指出,谁做房价降价带头大哥:

谁就是大赢家

8月10日,中国房产协会会长聂梅生在接受媒体采访时称,当前的货币紧缩政策,已经给开发商造成了实际的资金困难局面。开发商的财务成本已经很高。“原来大概是7%-8%的财务成本利息,现在已经大幅提高到15%-16%。”如果加息,开发商将更加难熬。

此前,7月23日深圳万科率先启动了团购活动“万团大战”,将深圳万科旗下的11个楼盘、1万套房源每套优惠5000元,涉及首次置业类、改善置业类和养生度假类等在内的多个产品系列,活动规模之大、辐射区域之广、产品数量及类型之多都创下万科的历史之最。

资深房地产专家认为,万科此次推出的“万团大战”虽然促销幅度不大,但从11个楼盘联动促销的规模不难看出,万科意在对市场进行试探。

其实,去年就实现销售额过千亿的万科,从自有资金来说应该还是比较丰厚的,那么是什么原因促使万科再次甘当带头大哥呢?

最大的“诱惑”莫过于当带头大哥带来的“甜头”。万科王石抛出“拐点论”不久,全国政协委员、研祥高科技控股集团董事局主席陈志列就神秘地问世联地产董事长陈劲松:“你觉不觉得老王的‘拐点论’是一场阳谋,经过万科精心策划,目的是扩大万科品牌影



响力?”

经过2008年的拐点之后,万科有了长足的发展。在市场处于僵持阶段的时候,率先降价不仅符合国家房产调控的政策要求,属于“讲政治”的范畴,更有利于“讨好”媒体和消费者,形成巨大的免费宣传攻势,进而带来实际的收益,迅速回笼资金,保证资金链,进而为下一轮的抢地做好准备。

有人说,房产企业的第一生命线就是土地,第二生命线还是土地。万科正是这样的受益者,2008年的拐点

论后,万科等率先降价的大房企抢先回笼了资金,并借助房价下降,土地价格回调的良机,拿到了一批地,这也为万科在2010年,提前4年实现了销售总额超千亿元的目标。

而今,在当前紧缩的货币政策和高压的房产调控的背景之下,万科再度顺应潮流“梅开二度”,不能不说是一种深谋远虑。

正如聂梅生所认为的,当前的货币紧缩政策,已经让开发商的财务成本很高了。根据上个月的统计数据来看,自有资金已经超过

60%了,这种情况可以看得出来它的资金面已经非常紧张了;而此前在比较宽松的时候,他们的自有资金率曾经政策性的要求是20%,后来恢复到35%,也就是三分之一的主要的自有资金。

万科等房产大鳄此时试探性降价,做房地产降价的带头大哥,必将为其未来发展带来更强的后劲。8月9日,万科总裁郁亮公开表示,“上半年我们有意少买是肯定的,我们认为下半年的市场机会更好一些,我们会持续关注市场可能出现的机会。”

特价盘比重不足5%

北京楼市尚未入普降期

目前京城楼市特价促销声四起,但期待中的降价潮似乎仍是传说。

链家地产市场研究部的统计数据显示,目前北京楼市推出特价房促销的楼盘数量仅占在售楼盘数量的不足5%,且多数属于尾盘,因此降价仍属于点降阶段,还未步入普降期。

链家地产首席分析师张月告诉《每日经济新闻》记者,比如前期出现的北京楼盘润泽公馆推出的5折销售特价房,明确表明这样的特价房只有一套,这种营销方式主要是开发商为了吸引购房者眼球,并对市场进行试探,而非真正意义上的实际降价。总体而言,目前京城楼市还未现降价潮。张月还表示,目前京城楼市的特价营销风主要集中在郊区,如通州、大兴等地,而不是发生在主城区。

张月还认为,近段时间以来,北京城区尤其四环以内的新房供应减少,稀缺性更加凸显。此外,

城区楼盘具有的地理位置、交通、人文环境等优势使其在通货膨胀大背景之下保值功能更强,因此7月北京城区楼盘逆市反弹,7月成交均价环比上涨7%。在这种情况下,北京城区开发商销售压力相对较小,特价营销意愿不强。

另外,目前京城一些特价房属于现房或尾房销售,只是借特价房名义促销,不属于真正意义上的降价。更重要的是,目前多数楼盘特价风中推出的房源在总房源量中的比重仅为1%-4%,因此从数量上看,楼市还未进入普降期。

伴随调控的持续,房企与购房者、政策与市场的博弈渐渐深入。北京亚豪机构总监郭毅表示,降价不仅仅是房企的事,而是房企与相关多方互动博弈的结果。而多个楼盘纷纷以特价房营销方式试探市场,这本身就是这种深度博弈下的结果。

(据《每日经济新闻》)

银根收缩,调控渐紧,楼市战况愈演愈烈,抢跑市场、抢占份额成为当下楼市立足之本

齐鲁楼市联合省城三十多家房企吹响集结号,

精品住宅、商业写字楼、特价房源、惊喜优惠、“百万大团购”齐聚一身

唤醒刚需,打破僵局,一场楼市突围战即将开启!

第六届夏日清凉购房节

本周六启幕

时间:8月20日 地点:泉城广场

主办:齐鲁晚报·生活日报

媒体支持:中国主流媒体联盟 SDTV《齐鲁地产》《城色》杂志 大众网 搜房网 新浪乐居 焦点网 山房网.....

咨询电话:0531—85196176/6595/6382/6379