

# 房企混战“双十一”噱头十足

### 业内:去化作用有限



纵观 2014 年整体楼市,“市场不那么好”的声音不断传出,尽管限购松绑政策的不断释放,但也仅是部分区域略有成效。在“930 房贷新政”、公积金政策等利好政策的加码下,重庆楼市呈现回暖,也让“银十”的成交“有底气”。

虽然 10 月市场有回暖,但一月成交不抵前 9 月的“萧条”。在高库存量、净利润负增长的压力下,房企加大降价促销、加快推盘,为最后一季度冲量而搏杀。在“双十一”来临之际,各大房企也使出浑身解数为业搏杀。

## “双十一”房企扎堆凑热闹

11 月 11 日,原本是大家期待已久的“网购狂欢日”,在当日“半价、打折”会成为关键词。而随着房地产的插足,借“电商”之名也让房子狂欢了一把。

纵览近期房地产广告,最吸引眼球的仍是“双十一”,重庆各大房企不随意放纵机会,借力冲量。富州新城“双十一”特供、重庆奥园钜惠“双 11”优购奥园房、乐信爱情屿

抢房行动特惠“双十一”、珠江成“名车半价购 低过‘双十一’”……房企借力线上线下冲击“双十一”,商业地产、住宅市场双双寻“脱单”。

除了单个项目的“脱单”广告,保利、蓝光、金科等大房企则实行多盘联动,其中,保利以“‘金色’风暴 血拼‘双 11’”、金科以“11·11 大促 你网购我买单”、蓝光则以“双

11 疯购节”等特惠房、特惠价搏杀“双十一”。

重庆(香港)中原营销策划有限公司战略资源中心副总监孙刚对此表示,2014 年房地产行业电商的快速发展,房企联合各大电商平台加入“双十一”也理所当然。由于房产的特性,房企“双十一”的电商促销,更多的达到推广、增大关注点的作用。

## 集中推盘、促销、冲刺仍是关键

虽然开发商们借 11 月 11 日以“脱单”、“天天双 11”等噱头为购房者送优惠,但优惠却并非看到的“那么诱惑”。对此,孙刚指出,“对于房企电商模式对于去库存的效果来看,其所能够产生的作用是极其有限的。”

在孙刚看来,房产本身属于大额的消费品,且不属于标准化的产品,其购买行为是多次来访产生的结果。而目前电商平台更大的价值在于拓宽客户渠道,但无法承担客户转化的功能。对于去库存来说,线下环节的

执行以及行业大的背景是关键。

他分析称,随着全国限购政策、信贷政策的放松,加之本屆秋交会的成交表现,重庆楼市进入 10 月以来有所好转。但“从中原代理项目以及市场监测的情况来看,目前在加大优惠力度、加大渠道资源投入、二三级联动、电商等方面的共同推动下,更深入地挖掘有效客户资源来带动成交,虽然效果明显,但依然面临较大的竞争压力。”

对于房企来说,2014 年的销售压力还

是十分巨大的,特别是库存压力较大的房企。因此,“今年的最后一个季度也将成为各大房企集中推盘、促销、冲刺的最后阶段。”他表示。

“信贷政策的放松对于需求的释放有一定的促进,但作用有限。”孙刚认为,四季度各房企出货压力依然巨大,特别是对于全年业绩的考核压力将贯穿整个四季度,因此,四季度重庆市场面临的压力依然巨大,“以价换量促成交”为核心依然是各项目的重中之重。

## “双十一”购房者需注意买房细节

在“双十一”当日,购房者除了沉浸在狂欢的热闹中,也要防范其中的风险。在铺天盖地的打折优惠下,重庆瑞正律师事务所刘欢提醒购房者,在网上购房需注意以下细节:

一、仔细审查开发商公开的信息,可以到房屋管理部门核实其真实性;

二、实地考察项目,户型以及建筑风格、周边环境是否与网上公布一致;

三、签订购房合同后,如果是期房,需落实该期房是否属于预售范围,并且签订合同后需到房屋所在地的房管部门办理预告登记。如果是现房,支付房屋价款后,需及时办理房屋过户手续;

四、在网上购房需注意“一房多卖”;  
五、在购房的过程中,保存好登记在网站上的房屋信息以及优惠情况以及对房产的介绍。尽量保留书面的证据,以免交房后与之前在网上所介绍的不一致,可以作为维权的证据。

(据新华网)