新政下楼盘迎“大考” 省城个别楼盘销售惨淡

恒生·伴山 两个月销量仅个位数

进入2011年，省城的房地产市场走进了一个“调控年”，“新国八条”、“鲁八条”、“济南版限购令”等政策的相继出台，一次次地冲荡着省城的房地产市场，省城个别楼盘销售量出现大幅下滑。位于经十东路的恒生·伴山今年前两个月销售量甚至仅为6套。业内人士分析，在市场调控政策“组合拳”的作用下，市场受到明显压力。

这种调控频发的大环境，给所有的房地产企业都带来了压力。但是，记者在采访中发现，同一区域内，各楼盘却呈现出不同的销售状况。在竞争最为激烈的东部板块，恒大绿洲、保利花园等大型房企所开发的楼盘销量并未出现明显下滑，有的销售量甚至稳中有升。而与此同时，小型房企开发的项目，如恒生·伴山，销售则尽显惨淡，后劲不足。据业内人士分析，在房地产宏观调控的背景下，品牌影响力小，知名度小，定价偏高是该楼盘销售受挫的主要原因。

新政下，小型房企遭市场冷落

2011年，济南东部邢村版块主要在售楼盘有恒大绿洲、保利花园、火炬东第以及恒生·伴山等项目。据省城某房地产市场调查机构的数据显示，2011年1、2月份，邢村板块整体供应住宅579套，共成交住宅315套，销售均价6685元/平方米。其中，品牌房企恒大地产旗下的恒大名都销售均价6600元/平方米，销售量为270套；另一品牌房企旗下的保利花园销售均价7393元/平方米，销售套数位列第二位。而以9700元/平方米的销售均价位列本区域内价格最高的楼盘恒生·伴山，1至2月份的销量却仅为6套，与同区域内的楼盘形成了较为强烈的对比。

日前记者在该项目售楼处了解到，目前高层的均价为9500元/平方米左右，小高层均价10000元/平方米左右。该楼盘一直宣传“精装修”概念，价格比同样为精装修的恒大名都高出足足3000多元，其“九字头”甚至“万字头”的价格位列本区域内房价排名第一，但是销量在本区域内一直位于人后。据省城某专业房产调查机构的数据显示，2010年12月18日该项目开盘当日，截止到上午11:30，新推出的182套房源共销售29套。进入2011年，两个月共销售6套的成绩再一次在同区域内排名后位。这一现象着实让人颇感吃惊。

高房价让购房者望而却步

同一区域内，为何恒生·伴山与其他楼盘相比，销量会出现如此大的不同?业内人士分析，新政下，房价在市场销售中变得更为敏感，而房地产企业的品牌影响力也愈加显现，而恒生·伴山在这两方面都略显不足。

比如全国知名的大型房企恒大地产，其在济开发的两个项目在2011年一直保持着较高的销售速度。据悉，恒大名都平均每周在40-50套左右，恒大绿洲每周在60套左右。而保利花园、鲁能领秀城等大型房企所开发的项目都保持着较高的销量。“好品牌带来的不仅是对产品的信任，后续的物业服务以及升值潜力肯定也要优于小开发商。”在恒大名都的业主论坛上，一位购房者道出了房地产品牌的吸引力。而恒生·伴山等小型房地产企业所开发的楼盘，则在新政下，市场销售变得更为冷落。

再者，购房首付款比例以及银行贷款利率的提高，让房价变得更为敏感。此时，低总价的房源则更能得到购房者的青睐。恒大地产在济所售项目的热销，也与其“民生地产+低总价”的销售理念密不可分。而诸如恒生·伴山等高总价的房子，不但首付比例较高，后续较大的贷款压力也足以让购房者望而却步。

文/本记

项目名称	1-2月各户型销售情况				
	一居销售套数	二居销售套数	三居销售套数	其他户型销售套数	总销量销售套数
恒大名都	0	0	245	25	270
保利花园	0	11	20	2	33
恒生伴山	0	3	3	0	6
百替华府	0	0	0	0	0

① 1、2月份，邢村板块共成交住宅315套，其中三居占成交数的86.35%，可以看出，邢村以改善性住户为主力购买客群。
② 其他大户型销售套数超过两居户型，该板块内户型舒适购买度较高。

房价：六成居民不看跌

3月16日，中国人民银行披露第一季度对全国50个城市2万户城镇储户问卷调查显示，居民对物价满意度缓和，未来物价上涨预期减弱；近七成居民认为目前房价过高，八成居民对未来房价调控效果持悲观态度；储蓄意愿更高，消费意愿降至1999年来最低；就业预期向好，但收入预期仍不理想。

居民消费意愿降至1999年来最低。央行报告指出，在当前物价、利率及收入水平下，近86%的城镇居民倾向于储蓄，包括投资债券、股票、基金等变相储蓄及储蓄存款；仅有14.2%倾向于“更多消费”，创1999年有调查以来的最低值。不过，就投资方式一项，选择“房地产投资”的居民仍高达25.1%，尽管这一比例较上年末减少1个百分点，但仍居各类投资方式之首。

74.4%的居民认为房价“过高，难以接受”，是仅低于上年末的第二高值，居民“对调控效果不乐观”。对调控后的房价走势，33%的居民预测房价将“保持稳定”，另30%持“上升”或“先降后升”预期，近20%持“下降”或“先升后降”预期。未来一季度有购房意愿的居民占15.4%，较上年末小幅下降。

当期物价满意指数升至17.3%，较上年末有所缓和。其中，虽然仍有66.9%的居民认为物价“高，难以接受”，但这一数字较上季度下降7个百分点；另有31.6%的居民认为物价“可以接受”，较上季度上升6.9个百分点。对于未来的通胀形势，居民认为下季度物价仍将上涨的比例占47.1%，较上季度减少14.3个百分点。

(人民网)

限购令下，济南楼市显“震感”

本刊实习记者 郭松

济南限购细则已经出台多日，在此政策消化期内，济南众多开发商及购房者均持谨慎态度，开发商推盘数量较少，行事较为“低调”，购房者观望气息仍在持续，济南楼市仍未出现购房者期待的房价下降情况。

刚需楼盘受影响较小

近日，在某楼盘的业主活动现场，对于刚刚执行的购房新政，记者随机采访了几名市民。一名姜姓男士向记者表示：自己目前已经拥有4套住宅，在严厉的限购令下，显然自己早已不具备再购买住宅的权利，近期准备考虑不受限购令影响的商铺进行投资。而其他受访者多表示，自己手头有一至二套住房，已经能够满足基本的居住需求，短期内没有再次购房的计划。“虽然此次济南限购细则比较严格，但是对于像自己一样暂时没有购房和投资计划的普通老百姓影响不大”，一位王姓女士对记者说。

对于限购令对市场的影响，各楼盘所面临的情况也不尽相同。由于新政对刚需群体的影响不大，以主要销售对象为刚需群体的楼盘目前销售情况较好，比如重汽翡翠东郡、尚品清河、鲁能领秀城以及恒大名都等项目销售都较为稳定。而大户型或者高总价的楼盘，所受影响较为明显。

有钱没权买 大户型销售受阻

随后，记者对省城的二手房市场进行了了解。据21世纪不动产某加盟店店长王伦介绍，目前该店自限购细则实施以来，咨询量及来访量有一定程度的下降，大约下降两成左右。变化较为明显的是购房者对大户型咨询变少，而受刚需群体青睐的60-70平米左右的两室户型未受政策影响，甚至一直保持供不应求的状态。近期的二手房销售价格未见有明显波动。

玛雅易居某店销售经理高娜介绍，限购细则实施后，该店受访量约有三成左右下降，限购细则执行的严厉对投资客打击较大，“有钱没权买”现象较为明显。而二手房销售中，90-140平方改善性住房受影响较大。

记者调查发现，部分有投资需求的购房者迫于形式转向不受限购令影响的商铺、写字楼等，规避限购令对自己投资的限制。而部分改善型需求购房者表示，限购令下楼市走势尚不明朗，观望一段时间后再做打算。对于首次置业的刚性需求群体而言，抢手的中小户型房源仍是他们首选。

机构论市

新政影响下的省城楼市

从“新国八条”提出明确的限购要求开始，省城楼市的限购政策也在逐步落实，省城商品住房限购细则的出台让省城限购政策进入实行阶段。限购之下，省城楼市也产生了一系列连锁反应，无论是开发商还是购房者，对“限购”均保持着极为谨慎的态度，从近期市场的反应情况来看，低调与观望成为济南房产商和购房者的共同应对态度。

总成交量明显萎缩

首先济南的大部分楼盘在新政推出后未出现购房者预料的大幅降价行为，但部分楼盘推出了优惠措施，在楼盘的推广上并没有新的变化，省城高品质楼盘压力不大，但楼市总成交量有明显的萎缩。

从成交价格来看，除章丘、长清有涨幅，历城涨幅明显减缓，市中、天桥成交价格明显下降，槐荫、高新也有下降趋势，新房网签量骤减，二手房网签量明显增加，呈现出新冷旧热的现象。同时济南网签系统的升级严格了济南限购细则的执行，使得购房者的购买条件更加明晰也更加严格。

购房者更趋理性

对于购房者来说，随着外来人口的不断涌入和刚性需求的存在，计划今年购房的置业者依然不在少数，但在选择物业类型和需求面积上采取了理性和谨慎的态度。由于购房首付比例增加和银行贷款利率的上调，部分购房者放弃按揭选择全款或增加首付比例，使购房速度明显加快。

今年政府对地产调控的目的通过全面监管适度抑制投机行为，把地产市场调控到正常的刚需消费市场中，通过抑制流动资金量和限量购房消费来平稳住房价。下半年的济南楼市走向变得不甚明朗，房价的走向取决于政府进一步的调控力度和政策的执行。

丽丰地产咨询
Life Real Estate Consultation

商业地产：机遇与挑战并存

在城市经济快速发展、房地产市场逐步成熟的过程中，商业地产扮演着不可忽视的角色。面对当今限购政策，诸多房地产专家认为，商业地产在住宅地产新政限制下将迎来转机。

达文东方认为，商业地产虽迎来机会，但并不意味着在当前房地产政策调控下，抢占商业地产就抢占了战略高地。济南市“十二五”城市规划中，有十六个大型城市综合体商业项目，还有为数众多的大型经营类商业项目先后开业，对于地产开发商来讲，进军商业地产既是机会，也是残酷的挑战。

商业地产开发商最大的挑战是对项目的合理定位。

商业地产如要保持持久的吸引力和生命力，就要求在项目开始之初拟定合理的市场定位。达文东方认为合理的市场定位首先是以是否适应市场需求为基准，且要从以下几点来进行保障，第一点来说就是是否能够依据城市及区域的发展进行科学的研判，审慎做出前期的区位选择；第二点来看则是商业地产开发商要依据自身实力拟定商业规模、合理的商业业态规划等工作；第三点则应该注意将招商运营前置，推广项目全程营销和全程招商，以减轻项目后期的压力。

商业地产开发商面临的另一挑战是否有雄厚资金及融资能力。

商业地产因对地理位置、城市规划等有严格的要求，因此其地价相对较高；如果没有雄厚的资金实力将很难保证取得优异的地块。同时，商业地产若为“万达”模式，资金则需要成链式。商业地产从规模上来讲不宜过小，这也从另一个方面对地产开发商在资金上提出了更高的要求。一旦出现资金断链，商业地产开发商将可能面临项目中断和不得不放弃自己华丽的梦。

商业地产开发商同时也面临着是否有专业团队的考验。

现地产开发商在用人机制上多为以项目为单位进行招募员工，并采取就近的原则。虽然这在很大程度上节约了用人成本，但是也出现了用人时无人或者有人而不好用的现象，从而延误了项目进展，严重的影响到整个项目的运营。从另一个方面来讲招募人员需要一定的时间，新员工需要一定的周期熟悉整个公司的管理运营情况，而对于地产业来讲，人员也鱼龙混杂，真正专业的人员并非随时都可以招募到，这无形中就给项目的开展带来了巨大的压力。如果没有专业的团队做保障，巧妇也将难为无米之炊。

综上观点，达文东方认为：限购政策下，商业地产绝非是地产开发商的战略高地；它将是机遇与挑战并轨的玫瑰！

达文东方
DIVERSE PLAN