

2012年8月8日 星期三
 统筹 潘宜彬 责编 何曙光
 组版 崔琛 校对 刘洁

价值决定影响力

下半年合肥房价或将“略有下跌”

地产专家郭红兵畅谈2012楼市“前世今生”



供者在等待,求者在观望,楼市是否成了“荆棘之地”? 这方舞台上是否有你一席之地?

曾被“冰封”的2011年已经过去,我们看到了2012年楼市种种“回暖”迹象,如今的安徽楼市从何处来,又将向何处去? 在未来的几个月,合肥房地产市场将会呈现怎样的态势? 未来开发商又将会使出何种“招式”?

近日,365地产业网咨询社区部总监郭红兵接受本报记者独家采访,为您解读刚刚过去的2012楼市行情,为你预判下半年楼市趋向。

田杨杨 朱丹丹 记者 何曙光 文/图

“房价不会有太大的上涨,甚至会出现略微的下跌”

记者:就现如今合肥楼市发展状况来看,请您对未来几个月合肥楼市的走向做个预测。

郭红兵:就我个人来看,今年下半年合肥市楼市的需求量,应该是“量有所升”,房价也应相对平稳。“量有所升”就是说,投资性的需求将逐渐回归。这部分需求在这一年来,被限购、限贷政策,以及对调控的预期所压制。在未来几个月,可能会有所释放。如果这部分需求得到一些释放,那么合肥市的成交量可能还会略有增长,但是涨幅不会太大。主要是考虑到合肥市的刚需总量以及城市的扩大速度有限。

房价不会有太大的上涨,甚至会出现略微的下跌。为什么这么说呢? 虽然现在合肥的房地产市场表现得还不错,但是合肥市还有一个更大的问题有待解决——存量房太大。据

统计,现在每月约有五万多套存量房,算上北城和西南的准合肥房产,至少有六万套。这么大的存量,以现在的销售速度来看,整个消化完成至少需要十个月的时间,与此同时还会有新的项目不断进来,所以消化存量房的任务还是非常艰巨。

另外,合肥市今年上半年相对较好的销售情况,并不是在全行业内的复苏,更多体现的是个盘突出。依个人看来,合肥现阶段至少有一半的房企依然处于销售不旺的状况,资金链压力很大。房企如果想摆脱销售不利的状况,也就只能去选择以价换量这条路。

所以说,在下半年的楼盘销售中,打折促销的状况还会出现。房企涨价的可能性也不是很大。房价应该相对平稳,甚至有可能略有下跌。

“从‘冰封大地’转向‘春回大地’”

记者:请您一句话总结上半年的楼市状况,并作简要分析。

郭红兵:如果用一句话来总结,我认为上半年的楼市状况可以说是:“春回大地”。

从2010年开始整个楼市市场逐渐走低,尤其是2011年的限购政策,对合肥市楼市的商品住宅销售冲击非常大。以商品住宅来说,从2011年下半年开始,合肥市基本上走到了一个谷底。那时候的月备案量大概只有2000套。这样一个数字,对于城市人口约300万人的合肥来说,是非常低的。

到了2012年春节结束,市场的表现让人有点出乎意料。我们看到的是市场的迅速回暖,购房者大量涌进楼市。当然,合肥市

的房地产开发企业也非常给力,打折优惠的促销活动不断。另外,还推出各种刚需类、低总价的产品。

在这样的情况下,合肥市的销售总量出现快速增长。从今年的2月份起到4、5月份,这种增长使合肥的销售备案量上升到了每月六千多套。其中还不包括一些准合肥的楼盘,比如北城的、西南板块的长丰县和肥西县的楼盘。如果这两块地方的楼盘也包括在内的话,实际上合肥市整个地区楼市的月备案量应该超过了7000套。

所以,从这个角度上来说,由去年年底的“冰封大地”,我们看到今年楼市的“春回大地”。



“当下的房地产市场,供求双方都在等待和观望”

记者:请您结合合肥市房地产的现状,谈谈当下房地产行业的整体状况。

郭红兵:现在合肥市房地产业的整体状况,应该是“量价稳定”。合肥市在经过了从去年到现在的一波打折风潮以后,近期房价开始稳定。大打折扣促销的楼盘数量日渐减少,打折的范围也开始缩小,销售量保持着一个比较好的稳定状态。但在现状下,供求双方陷入了新一轮的纠结。

首先从需求方来说,现在有部分投资人群有回归的意向。据观察,现在的合肥市场中约有

20%的购房者属于投资人群,这个比例相比去年下半年和今年上半年早期要高。但是这部分投资人群对现在的房价,依然不是特别满意。因为现在合肥的房价总体还处在一个高位。而且,经过这几年房地产的快速发展,大家不难发现,长期投资收益比在降低。同时,CPI指数居高不下,消费者对通胀的预期比较强烈。所以,利用房地产对资金进行保值增值的意向还是相对较强的。故从需求端来说,还是处在纠结当中。

另外从供应端来说,开发企业一方面,看到全国各地出台

的救市政策都被中央打压。另一方面,看到销售量确实有大幅增长。两相作用的影响下,一些开发商选择涨价,但涨价的效果并不好。例如:蜀山区的一个楼盘,现阶段房价比原来涨了近600元,那么,从近期的开盘效果来看,销量很差。几百套房子,当天现场只销售了不到一百套。如此看来,房企想再继续回笼资金,保证资金量的同时,不放弃现在的好时机,是很难的。所以从供应端来说,也是处在纠结的过程中。总体来说,在现在量价保持稳定的情况下,供求双方都还处在等待和观望中。

“最让我能触动的还是‘保刚需’”

记者:回顾上半年出现的楼市政策关键词,让您印象最深刻的,最能触动您的有哪些?

郭红兵:要说最触动我的应该是“保刚需”,这个问题在三月份的两会期间被提出。总理的讲话、各部委的表态,都表示,对于消费者的刚性需求要尽量去满足。

保刚需,有两个方面的含

义。一方面,从产品结构上来说,在保障性住宅和中低端商品房的供应上予以加大。目前可以看到,政府在保障性住房的监管方面越来越严格,并加大了保障性住房的供应量。而且,对于很多房企的中低端产品降价,政府也相对支持。

另外,从金融方面来讲,相比

去年而言,由于贷款额度问题,及适逢国家实行适当宽松的货币政策,今年的房贷下放速度相对较快。三月份以后,各地方就出现了对首套刚需置业的利率优惠,如北京、上海等一些城市。在这样的态势下,政策调控可谓是有保有压。尤其在保刚需方面,表现的比较充分。

“合肥楼市的突破口在于消化存量房!”

记者:从现在的房地产调控来看,您认为合肥楼市如果想进入一个好的状态,其突破口何在?

郭红兵:就如今合肥每月六七千的销量来说,总体上是健康的。那么在这种情况下,要突破的是什么呢? 要突破的是——怎么去消化现在的存量,以及怎么样让开发企业在现有的市场行情下,真正来做好他的产品。而不是一味靠一些概念去“忽悠”消费者。开发企业要从广告营销的角度,更

快地转向以产品经济化为主的角度,只有这样,整个市场供应的产品质量才会越来越高,越来越适应消费者的需求。

对于购房者来说,在经过这一系列的调控和调整过后,市场形成一种合理的购买结构。也就是一种以刚性需求和改善性需求为主,略有一些投资性需求的结构。这样的结构,对于整个市场来说,是比较合理的。并不是说销售量上去了,市场就是健康的。

“团购在房产销售中起到了非常大的作用!”

记者:在合肥市上半年的一些房地产营销活动中,最让您印象深刻的是什么?

郭红兵:最让我印象深刻的,应该是“渠道”这个词。如今的房地产企业在营销过程中,更加注重渠道的作用。现如今的媒体也已经发生变化——从原来的广告传播者,逐渐变成渠道的承担者。事实上,网络营销在今年的房产销售中起到了非常大的作用。

形成如此影响的原因有两方面。首先,现在房企项目之间的竞争比较激烈,且项目较多,购房者比较分散,房企、开

发商掌握的购房者资源较少。但是,媒体是面向全行业市民的,它所获得的资源必然要多一些,这时候房地产企业便开始选择同媒体结合,并展开定向的营销活动。

其次,一些开发企业在降价过程中,往往也选择团购的方式,因为这种方式可以让开发企业避开直接降价后,老业主对企业的冲击。现在的降价对于房企前期的老业主来说,实质上是一种资产的缩水。所以企业选择这种以团购为开头的隐形降价,一定程度上就减弱了老业主对企业的冲击。