

婚房战七夕

近30家楼盘8月主推中小户型

明天就是七夕了,当保利罗兰香谷、万科金色领域入市脚步渐近,一场以爱情的名义发起的营销大战首先在不少主打中小户型的楼盘中率先打响。然而,这只是一个开始,根据南京365地产家居的统计,共有47家楼盘将在8月推出新房源,记者粗略统计后发现,这其中主推中小户型的“婚房”楼盘将近30家。



“婚房”抢客大战号角吹响

在业内人士看来,七夕的楼市不无浪漫,但更多的是白热化的残酷竞争。

大华锦绣华城就针对七夕推出大幅优惠,4、7号楼78-127平米的小高层房源单价立减700元,其他房源单价则直减500元,总价最高可减8.8万元/套。苏宁威尼斯水城推出30套特价婚房,单价8000元起,相较此前单价,下调了500元左右。莱茵铂郡也将针对节日拿出50套婚房,给出特价优惠,均价11900元/平米。

五矿御山湖则干脆选在七夕当天开盘,加推16栋的88平米两房,以及131平米、150平米的三房,而其一直在推的首付1成

活动仍在继续进行,即如果是首次置业,在首付一成后的3个月时间里,补交完剩余的两成首付就可。托乐嘉城市广场则是随后一天开盘。两个楼盘的销售人员都告诉记者,具体的优惠开盘当天才会出来,“但优惠幅度肯定会比较大。”

据不完全统计,在七夕期间,或者是降价,或者是赶开盘,或者举办营销活动的楼盘约有10家。

主打均是80-120平米户型

这些选择在七夕推广“婚房”的楼盘,主打的无一不是目前最热的80-120平米户型。

“婚房”热销这一点已为万科金域蓝湾目前的试验结果所证明,半年的准备后,万科金域蓝湾二期一改此前主打中大户型的做法,适时推出了88-128平米的精装户型,开盘认购约7成。

万科的转变不是没有理由。根据南京中原房地产营销顾问

有限公司统计数据显示,在今年1-7月成交的房源中,户型为80平米以下的房源占比为20.72%,81-90平米的房源为24.23%,91-120平米的房源为29.63%,也就是说,主要面对首次置业人群的120平米以下的房源在所有成交房源中的占比高达74.58%。而在2009年,这一数据仅为66.26%。

不难看出,近两年来,发端于2010年“新国十条”的持续调控楼市的确给市场带来了明显变化。南京中原房地产营销顾问有限公司研究总监张君表示,南京近三年商品住宅成交房源结构呈现小型化的趋势。其中80-120平米的首次置业和首次改善型房源的成交比重整体不断增大。从2011年市场分面积段供销来看,90-120平米区间房源的供销比值仅为0.98,是少有的供小于销的面积段。与之形成鲜明对比的是,120-143平米和144平米以上区间房源的供销比值已达到了1.5-2.0的高位,供过于销的现象十分突出。

■有此一说

应对楼市下行 当靠精准营销

在不少业内人士看来,万科金域蓝湾的主推转向无疑是一种信号,在形势愈加严峻的下半年,面对庞大的上市量,楼盘抢跑的姿态已然呈现,开发商“以价换量”的可能性在日渐增大。可是,降价真的能奏效吗?江北某大盘营销负责人就向记者坦言,对于大盘来说,每次减少推盘量,增多推盘次数,小步快跑是较为可行的出路。

弘睿房地产策划代理有限公司总经理郑远志的建议则颇具代表意义:“在目前的市场条件下,减少推盘量的同时,大盘也要注意建立客户的数据库,进行点对点精准推广,同时鼓励老客户带动新客户。以我们代理的金域丽景为例,其单价虽为桥北最高,却能在最近的某个月里售出了五六十套,用的就是这种方法。”

快报记者 葛九明





抢房啦! 抢房啦!

48万主城地铁两房



一层



二层

现场接待中心: 西善桥北路9-12号 TEL: 025-86667333 86664777

开发商: 江苏安居高校投资置业有限公司 承建商: 苏中建设 建筑设计: 凯盛建筑设计研究院 景观设计: 美国21世纪景观 全程代理: 万唐置业

