

# 多盘退换手率高企 实际成交量再缩水

9月份,南京楼市新房共成交3209套,同比去年6096套的销量下跌近五成。不仅如此,记者获悉,由于一个月以来新开楼盘的退换手率都有所上扬,因此楼市实际成交量可能还要在此基础上再打折扣。

## 有楼盘退换手率近20%

9月份,包括新城金郡、万科金域蓝湾、保利罗兰香谷、金地自在城、融侨观邸在内的多家新老楼盘都推出了新房源,且开盘成绩都不错。万科金域蓝湾推出的260套房源当天订购近6成,而保利罗兰香谷和融侨观邸在开盘当天销售均过七成,这让业内人士感到市场冷但楼盘并不冷。

而对比10月份的数据就可以发现,不少在9月份热销的楼盘其退换手率都不容忽视。以城北某盘为例,9月份该盘新入网房源为72套,截至10月31日销售34套,近5成。但与此同时,在一个半月的时间内,其退换手率已经高

达15次。而该盘从2010年10月开盘至今的12个月内累积的退换手率一共才只有37次,相当于一个半月内退换了近半年的量。城东另一家老盘在近期的退换手率也高达29次。

退换手率高企现象在纯新盘上体现得更为明显,根据网上房地产数据,江北9月份新开的一家楼盘,至今销售了83套,但退换手率已经达到23次,创下了18.7%的换手率。仙林板块的一家纯新盘,在开盘至今的2个月内,退换手率也达到20次。甚至连10月27日刚刚开盘的城东某盘,网上数据显示至今一共只销售了24套,但已经有1个退换手率。

## 购房者信心低迷为主因

业内人士表示,一般来说,退房率在5%以内属于正常现象,在各个楼盘都比较普遍。但如果退房比例过高,不是好事。

天诚不动产研究所所长吴

翔华分析,新盘出现退换手率高的现象,一方面可能是由开发商自己造成的,为了制造开盘当天的认购热假象,便安排自己人先进行内部认购,一旦有了真实客户再重新更换名字;另一方面,更主要的原因则在于市场不好,购房者对于市场缺乏信心,预计房价会继续走低,因此买了房子以后就后悔,从而产生退换房行为。

一位开发商负责人告诉记者,不看好年前的市场,虽然尝试了包括团购在内的多种新型营销方式,也带来了一定的销售业绩,但并没有达到他们的销售预期。即使目前公积金贷款政策已经松绑,贷款额度的放宽也没有为他们带来明显增加的客流量。她坦承,购房者的观望情绪很浓。

也有业内人士建议,随着房价的下降,目前已经是比较好的购房时机。购房者可以适时出手,避免错失购房良机。

快报记者 杜磊

10万条促销短信仅换20组来电

## 卖楼陷“大海捞针”僵局

季先生是普通公司职员,购房意向并不强烈。去年在浦口陪朋友看房留过一次联系方式,没想到今年成了开发商们的重点轰炸对象,九月份密集收到各种楼盘的营销短信,两个月收到近百条。

淡市之下,短信、电话等“暴力”推销手段已成为开发商海底捞针的重要工具,但开发商也知道,这样的手段收效甚微。

## [市场百态]

### 买家观望立场坚定

上述读者透露:“九月份至今,仅江宁骋望骊都一个项目就给我发了13条短信,两个月共收到近百条楼盘营销短信。”

网友leo开玩笑道:“中秋祝福、国庆祝贺、降温提醒……开发商真好,比女朋友还关心我。”

对于开发商激进的推销行为,有受访者直言:“现在是明显的买方市场,开发商越着急,我们应该越淡定。”

### 卖家宁愿漫天撒网

类似的营销短信,究竟能为开发商带来多少客户?记者暗访多家从事短信代发的广告传媒公司后发现,开发商的“普遍撒网”效果并不显著。

南京飞拓掌中传媒有限公司运营总监顾鹏表示:“一般而言,发10万条短信,售楼处能有20组来电,效果就不错了。我们只能保证短信的到达率。”

据了解,位于集庆门附近的精锐SOHO今年曾发送20条短信,主要发给数据库中的“私家车主”“高端别墅业主”,最终获得40组来电,这已经是效果最好的案例。

即便如此,仍然有大量开发商积极营销,南京奥梭广告传媒公司营销总监尹良岩介绍:“公司今年超过1/3的短信代发业务来自房产。代表性项目的单笔订单都在50万条以上。”

## [专家解读]

### 高库存将营销逼入墙角

未来两个月,南京将有大量新楼盘上市,而南京市网上房地产数据则显示新建商品住房库存已经高达4.6万套,按照当前去化速度,房子卖到2013年才能卖完。强大的销售压力让开发商被迫进入“大海捞针”的营销阶段。

闻锐传媒机构总经理李宗苗认为,不只是开发商日子难过,代理公司和土地财政也已经被现状逼到墙角。快报记者 肖文武

## ■个盘动态

### 中国边城 首届LTW国际路亚大赛举行

中国首届LTW国际路亚(BASS)大奖赛于10月28日至10月30日在风景秀丽的别墅区中国边城国际度假别墅举行。

“路亚”这个名词对大部分人来说还比较陌生,“路亚”是我国港澳台地区对拟饵的称呼,在英文中拟饵的拼法为lure。传说19世纪初,美国钓鱼人豪顿氏在河边手里拿着一小块木片,一不小心,木片掉进河中,一条不知名的鱼立刻露出叼走了木片。这个偶然的小事,触发了豪顿氏的灵感,此后他发明了世界上的第一个路亚(拟饵)。路亚钓法作为一种健康、环保、运动、时尚的钓鱼方式,一直令路亚钓者引以为豪,也有人称它为“钓鱼中的高尔夫”。

本次LTW国际路亚(BASS)大奖赛举办地中国边城项目由边城集团投资开发,项目占地2200亩,位于沪宁高速句容、边城出口,距离南京37公里,驱车至中山门约30分钟;至上海240公里,途经镇江、常州、无锡、苏州等城市。

中国边城三面环山,远处高丽山山峦起伏,近处仑山环抱,十万亩国家森林郁郁葱葱,数百亩修竹

竹影婆娑,山间溪流清澈,鸟鸣宛转悠长。3300亩仑山湖水浓妆淡抹,或似明镜,或波光粼粼;而且水质优良,达国家2级饮用水标准,平均水深达18米,水生态丰富。优雅的建筑群落,宛如一颗颗宝石,散落在湖山之间难得的宽度约200-1000米的坡地上。所有这些都勾画出一幅芳馨清逸、宽阔疏朗的仙境画卷。

仑山湖历经10年开发,已经成为华东区域著名的国际休闲度假区,沿湖周边现已建成中国江苏句容仑山湖国际路亚基地,1.4万m<sup>2</sup>集度假、休闲、会议、商务于一体的高级会所,仑山湖渔庄等公共配套,截至现在已承办过多场大型赛事。未来项目还将在湖西地区建设一间4万m<sup>2</sup>湖畔酒店,使得整个仑山湖的度假功能日趋完善。

据悉,中国边城溪山丽苑A岛独栋别墅目前仅余11栋,销售均价13000元/m<sup>2</sup>,面积350m<sup>2</sup>-512m<sup>2</sup>不等,一次性付款97折,按揭98折。另有湖东两套别墅现房销售,其中上林独栋别墅面积247m<sup>2</sup>,售价280万;云居双拼别墅360m<sup>2</sup>,售价340万元。(周彤)

## 名城世家 台地景观房团购优惠三人起

名城世家铭庭5.6号楼85-150m<sup>2</sup>台地景观房近期火热加推,新推房源位于小区西北面,距离奥体板块仅500米,站在自家阳台上即可俯瞰奥体。两房、三房、四房多种户型设计,满足优质刚需和主城改善人群的居家需求。

金浦名城世家虽不是别墅住区,却为业主打造了超高绿化率的花园式小区“五叠园林”。二期小区内部总高差10米,分为五层,四个台地,每个台地高差2米,建筑依次排布在不同的台地上。二期“铭庭”在秉承一期奢华园林建筑的基础上,结合二期原址的自然地貌,打造特有的台地式建筑。

名城世家铭庭紧邻地铁一号线安德门站和小行站,是主城核心区名副其实的双核地铁物业。项目距离地铁一号线小行站仅400米距离,地铁向西三站即达奥体,向北三站至夫子庙,与重要交通枢纽

——高铁南京南站仅有4站,社区门口26W公交车可直达新街口和山西路商圈。

名城世家周边的配套非常齐全,配套档次不断升级,包括苏果超市、肯德基、移动、电信、建行在内的各项生活配套构筑出成熟的生活圈。名城世家自身更规划共12000m<sup>2</sup>的商业配套,努力打造出高尚居住生活。

另外,名城世家与小行医院也仅一街之隔,乘地铁2站即可到达明基医院。在教育配套上,名城世家铭庭配建2700m<sup>2</sup>的6班幼儿园,引进与台湾大地幼教联盟的金苹果双语幼儿园。此外,项目紧邻9年一贯制教育用地,小行小学为80年悠久历史名校。

## [特别关注]

新房源加推,3人以上单位和团体购房可享特别团购优惠。

## 新城控股 6城30盘全面登陆电商平台

新城控股领衔房地产电商营销,成为首家全项目登陆电商平台的房企。2011年10月29日9时30分,来自全国的近百家媒体在上海威斯汀大饭店见证了这一时刻。

今年“金九”的楼市成交量相比去年同期下降接近六成。中国房地产及住宅研究会副会长顾云昌认为:中国房地产开始进入创新转型期,而新城控股则成为“创新+转型”的领军者——全国6城30个项目全部登陆电商平台,让更多的购房者受惠于电商与新城控股的“联姻”。

新城控股电子商务平台于10月中旬正式推出,将上海、常州、南京、苏州、无锡、长沙6个城市共计30个项目全部投入网络销售旗舰店,自此名为“新城@计划”的“新城爱我,我爱新城”的活动季

正式开启,电商平台将围绕品牌展示,对项目销售信息和最新信息进行发布,并形成了精品专卖馆、新城团购馆、准现房特惠馆、新城品牌馆等四大板块。

记者在启动仪式现场了解到,此次新城控股共拿出近千套房源,持续两个月,采用“秒杀”、“0元起拍”、“英式拍卖”等多种方式,让更多的购房者享受到电商平台带来的便捷和优惠。

据新城控股6个城市相关负责人介绍:10月29日当天通过电商平台成交的房源达到了53套。其中南京金郡20套房源以93折成交,无锡尚东区8套以85折成交,常州公园壹号3套以7折成交,常州新城城6套以83折-89折成交,上海悠活城楼王以7折成交,苏州金郡6套以68折-89折成交。

## ■有此一说

“今日之楼市,私奔未必能成为私奔者的通行证,降价不好却成了降价者的墓志铭;如今,房价降多少,怎么降才能既走量又不挨砸才是问题。”

——新浪乐居北京公司执行总经理 陈克逸

## “一卡抵万金”

水晶蓝湾认筹全面启动,更多信息请登录掌上《金楼市》

绿城水晶蓝湾自亮相以来,即成为南京楼市最为关注和热议的楼盘之一。10月30日,该盘终于揭开神秘面纱,产品发布会现场异常火爆。当天,首期50-75m<sup>2</sup>认筹全面启动,“一卡抵万金”优惠正火热进行中。

## 定位世界公民居住格调

随着经济的发展,南京诞生了一批追求先进生活方式的客户,绿城水晶蓝湾将之定义为“世界公民”。绿城专家团队就“世界公民”的居住要求,从设计理念、定制化服务、施工选材、不为人知的营造故事等方面,深度解析了绿城水晶蓝湾在匹配国

际化居住要求方面所做的努力,赢得现场掌声不断。

## 南京高端公寓新标杆

南京的高端公寓市场在仁恒国际公寓之后鲜有声音,尤其是南部新城作为世界500强企业最为聚集的区域,却一直没有像样的高端公寓来匹配众多高管和外籍人士的居住需求。

“绿城水晶蓝湾的出现,将彻底结束这一历史。这里无疑是更加符合国际化的居住地。”一位房产资深研究人士评价道。

## 投资永远只缺卓越眼光

当天的认筹现场,某外企的

行政主管孙先生接受采访时说:“我从一开始就关注这个楼盘并准备投资,因为它的定位非常准确,百家湖周边就缺少高端服务公寓。我们公司的外派高管和外籍人员,都喜欢住在百家湖附近,但是现有公寓的物业服务水平远远跟不上。相信绿城水晶蓝湾的公寓品质和服务兼顾,以后肯定是高端租客群最好的选择。”

据悉,南部新城是全南京的外籍人士最为集中的区域,而绿城水晶蓝湾将成为百家湖涉外租赁、高端租赁的最热门楼盘。这也是发布会现场,客户踊跃预约的重要原因。