

揭秘咸宁房产“四大怪相”

房地产业亟待创新突破

□文/王媛媛 黄兰芬

近年来,咸宁房地产业怪相频出,不仅案名千篇一律、项目千楼一面,甚至营销策略也是千家一色。咸宁房地产行业从2008年起步,筚路蓝缕,本该百家争鸣大展宏图,可今日之境况却令人担忧。时代向前,房地产业也必须锐意革新,才能焕发又一春。



案名千篇一律

不管张三李四王五,我们或雅或俗必须要一个名讳。这是一张立世的名片,也是给社会的最初印象。有的人名字诙谐有趣,譬如李好;有的人名字一身正气,好比伍爱国……人名各有特点。楼盘案名的道理,亦如人名,甚至更加重要。案名直接会令人联想到项目的直观形象,有项目产品做得好,刻

板印象即成,往后的营销压力倍增。

咸宁楼盘案名,从一个“城”字说起。泉城、花城、楚城、商贸城……大大小小、林林总总的“城”已充斥在这座鄂南边城,只要修栋楼便敢称城。另一个出镜率高的词是“国际”,不管项目大小高低,总感觉用上了“国际”,就具有当代时尚风潮。更有升级版,将“城”与“国

际”勾兑在一起,自我感觉高大上,实则业界吐槽一片。用烂的字还有诸如园、华庭、公馆。

中华文化博大精深,汉语千变万化,楼盘案名可以很美很有文化底蕴,但不知为何,咸宁的很多项目却非得跟这几个汉字过不去,千篇一律缺乏创新不说,听来听去也产生了审美疲劳。

项目千楼一面

按常理,各个项目都可以做出不一样的产品,规划出别具一格的业态,布局出差异化的产品线。可在咸宁,却很难。

咸宁楼市产品同质化,主要体现在住宅和商业两个类别上。住宅方面,很多项目若排除地理位置差别,没有太大差异。做高层,一个比一个做得高;做三室两厅的户型,你做我也做;绿色景观,多种点树

和花……

既然房子做得差不多,拼产品没优势,那就拼价格吧。于是在当前,地价偏高的项目难了,不得不一而再再而三打向降价潮,你一平方米2700元,我就2600元,你2600元,我再来2500元,直压成本价。

商业方面,咸宁市人民政府近来倾心于大旅游产业的腾飞,这本是一件契合本

土实际情况与未来发展大计的好事,可真正落到实处的时候,这经又念歪了。多个文化旅游地产项目如雨后春笋一般冒出,将文化旅游的概念捧得如日中天,复制古城古景,都是吃喝玩乐购,大不了加点茶文化和温泉文化。个个项目似乎都是高大上,但没有足以支撑起一个项目的独具匠心的亮点。

产品千奇百怪

在大城市早已明令禁止的私房修建,可在咸宁又是另一番景象。商品房、私房、单位自建房,咸宁建房的主体并不都是开发商。在一些新规划的路段和区域,本是开发商重点开发区域,但私房林立,开发商面临拆与不拆的两难。拆吧,费用增加;不拆吧,严重影响小区规划效果。

有数据显示,2012年开始,每年政府建

设保障房,大约8000套房,咸宁城区商品房成交量年均1.2万套。每年的楼市数据里面有一部分是拆迁还建房与单位团购房。本地事业单位工作人员,都有房,甚至有多套房。买房的人有限,但市场上的房源太多,市场供需严重失衡,这也是为什么咸宁的房价在三线城市排名靠后,甚至较下面县市还低。

市场供应混乱随之而来的是购买力下降,销量走低。春节期间,作为一个劳务输出大城,返乡置业客户多的咸宁,一些项目使出浑身解数,销量依然在个位数。

从近几个月数百组来电感觉到,购房者的观望心态加重,购房意愿走低。也许咸宁将和武汉一样,将进入房屋走量时代。

营销千家一色

互联网时代,世界是平的,思维的维度可以无限宽广,关于营销可以千变万化,可是咸宁房地产营销相对单一。

营销过程是一个项目的关键环节,营销的效果直接决定了项目的成败。无营销,再优质的产品,再丰富的业态,再令人拍案叫绝的案名都是白搭,而有精彩的营销活动,就可能百搭。

咸宁房地产营销怪相,首先体现在项目推广时的主形象语上,经常可见的是某某城是咸宁首席或首座某某综合体,楼盘宣传推广中“首席、首座、中心、中央”类似的词句往往不会缺。

其次是营销策略方面的。职业经理人大都明白,任何一个单一的营销渠道都不可能达到销售去化目标,某一则广告出街

后不可能有立竿见影的效果,所以营销过程必须是立体渠道持续轰炸的结果。但在咸宁,策划没有被重视,策划人员不少是初出茅庐。策划被看轻,故而项目只好通过低价打开销量。

(王媛媛:地产研究人员)

——各地楼市——

北京:楼市开始回暖

据亚豪机构统计,北京上周共有5个项目入市,5个项目累计推出749套房源,环比前一周上涨1.8倍。

在成交量上,上周全市商品住宅累计成交1926套,环比前一周上涨16%,成交面积达17.77万平方米,环比上涨17%,成交均价为27131元/平米,环比微涨5%。

上周,北京市二手房成交均价为34660元/平方米,较前一周微涨0.1%。本周结构性因素对房价的影响不大,价格总体较为稳定。本周新增房源挂牌价较上周下降1.9%,成交房源议价空间略有增加,由于成交均价稳定,部分心理预期较高又着急出售的业主也不得不顺应市场趋势,合理报价。
(新华网)

南京:上周日均卖房273套

有数据显示,截至3月29日晚间21时30分,南京楼市上周共认购商品住宅1913套,成交1104套(不含溧水、高淳和都市圈),日均认购273套、成交158套,与前一统计周期相比(3.16-3.22共认购商品住宅1558套、成交1367套)相比,认购量上涨22.79%,成交量上涨19.31%。

上周共有9盘加推新房源,其中一楼盘推出共计248套住宅房源,均价15300元/平方米,当晚去化7成。
(新华网)

广州:7成网友计划买房

目前多个城市楼市成交量上涨,广州上周成交量上涨25.16%。

根据搜房网调查显示,已有近千名网友中,有七成将买房纳入今年的计划当中,而萝岗、番禺、南沙最受捧。房价上,一半网友认为广州房价已达极限,期待广州政策继续利好。

此调查中,16.52%的网友看重价格,15.35%的网友偏重交通,14.38%的网友偏重环境,看来,买房的时候,价格、环境、交通、配套都是网友心目中的考虑对象。

2015买房,针对目前广州的房价你能接受吗?50%的网友评价中肯,他们认为广州的房价有点偏高,但在承受范围内,不过已经到达预算极限。
(新华网)

长沙:商品房销量回升

据长沙市房产研究中心统计数据显示,上周长沙市内六区新建商品房网签3020套,其中住宅网签2695套;上周长沙市内六区住宅网签均价为5309元/平方米,环比下降0.82%。

具体来看,上周,长沙内六区新建商品房网签3020套,32.83万平方米,套数环比上涨16.92%。其中,住宅网签2695套,30.04万平方米,套数环比上涨14.97%;非住宅网签325套,环比上涨35.98%。分各区域来看,上周岳麓区住宅成交1263套稳居榜首,而天心区住宅成交环比涨幅最高,为74.44%。除芙蓉区之外,其余五区非住宅网签成交量环比均出现不同程度上涨,岳麓区非住宅网签84套位居榜首。

上周长沙内六区住宅网签均价为5309元/平方米,环比下降0.82%,住宅网签均价连续三周走低;非住宅网签均价为11806元/平方米,环比上涨20.40%。分区域来看,天心区非住宅网签均价增长明显,环比上涨158.13%。
(新华网)