

房企年末冲刺,品质是制胜法宝

遇到合适的房源,购房者可及时出手

□ 记者 胡永鑫

每年12月,对于房地产开发商来说,都是一个“黄金时期”。为了提升成交量或蓄客,不少在售、待售楼盘纷纷开展各种暖场活动,推出团购折扣、老带新福利、新品加推、预约优惠等措施。从一些楼盘的成交情况以及购房者的关注度来看,品质依然是房企年末冲刺的制胜法宝。

品质楼盘依旧受到追捧

今年,许昌房地产市场呈现出竞争激烈的场面,不少楼盘为了吸引客户纷纷使出各种手段。在房价表现上,除了个别区域的楼盘推出吸引眼球的特价房之外,许昌楼市整体房价态势稳定。在成交方面,品质楼盘依然是众多购房者的热门选择。

碧桂园、保利地产、恒大地产、建业地产等外来品牌房企与恒达集团、腾飞地产、鼎鑫房产、万象地产、广杰地产、金石地产、瑞贝卡地产等本土实力房企,均取得了不错的销售业绩,去化表现出色。

恒达集团一直坚持开发品质楼盘,增加楼盘配套,提升服务质量,目前在售的恒达·西郡、恒达·澜郡、恒达·玖玺府、恒达·旺角等项目的到访量与成交量都不错。

碧桂园开发的碧桂园·凯旋府项目,入市后受到不少购房者的追捧,目前仅剩数十套房源。

位于天宝路与文峰路交叉口的保利·堂悦,距离开盘已有一年多时间,目前处于清盘阶段,依旧有不少市民到访看房。

恒大·悦龙台以景观社区的优势让购房者一见倾心,取得了不错的成交量。

近日,市民周女士打算购买一套房子,在看了几个楼盘后发现,品质楼盘的看房者很多。

周女士表示,她打算在品牌房企开发的品质楼盘置业。“品质楼盘建筑质量有保障,园林景观优美,物业服务也跟不上。”

不同区域房价差异大

每到年底,面临“冲业绩”“去库存”



市民在中建·观湖珑府售楼处看房。 资料图片

的双重压力,开发商为了回笼资金,便加大让利力度,促销动作频频,推出各种各样的特价房。

前不久,位于天宝路与延安路交叉口的万盛·许都之心开盘,价格定在5800元/㎡左右。

在其开盘当天,隔壁的阳光城·文澜公园打出4200元/㎡的招牌,吸引了一拨儿人流。然而,在万盛·许都之心开盘后,同为天宝路西段区域的当代阅则上调了房价。

一资深地产从业者告诉记者:“这两个楼盘不同的做法,说明一些区域的价格竞争会拉低购房者的房价预期,利用价格战竞争终究不是制胜法宝。”

记者采访了万盛·许都之心的意向客户王女士。她表示:“我想在城西买一套房子,便等着这个楼盘开盘后再决定,但其开盘价超过了我的心理预期。我怕买后会降价,因此打算再看看,当

然是价格越低越好。”

建安区一楼盘销售经理告诉记者:“我们售楼处的到访量一直比较理想,每天都有20组左右客户到访,也有很多客户通过电话咨询,只是销售量没有明显提高。很多购房者看了以后没有接下来的动作,消费信心不足,总是在观望,希望房价再低一些。”

一业内人士指出,目前,许昌楼市不同区域的房价出现了明显差别,建安区和西北片儿区由于部分楼盘推出特价房源,所以房价预期不高。

年底买房,可趁机出手

与楼市传统的“金九银十”销售旺季相似的是,每年年末是各大开发商冲刺业绩、力争上游的最后机会,自然要铆足全力推盘。

从2020年许昌楼市的情况来看,岁末成为不少刚需买家集中入市的时

机。

据了解,目前,市区在售楼盘较多,产品丰富,有高层、小高层、排屋、别墅、洋房等;户型种类多样,中小户型与大户型平分秋色。这让想年底买房的人多了一些选择。

一业内人士指出:“临近年末,特价房数量比平时多一些,更重要的是房源都不错。想买房的人可以多加关注、货比三家、谨慎挑选,遇到合适的房源尽快出手。”

二手房方面,春节前是低价入市的最最后时机。一般来说,3月、4月是二手房市场旺季,房价会有较大波动。春节后,刚需买家和改善型买家会集中入市,买家之间的竞争将更激烈。

春节前,出售房屋的业主普遍急于套现,因此房价相对较低,较少出现抬价的迹象。买家如果遇到合适的房源,可以在此时出手。

品牌和品质成房企竞争焦点

□ 胡永鑫

近年来,随着经济社会的发展,许昌房地产市场进入集团化、规模化时代,品质和品牌成为决定房企生死存亡的重要因素。

品牌是企业激烈的市场竞争中获胜的关键因素。房地产企业是以建造房子为主的企业,有品牌房企与非品牌房企之分。在大多数购房者心中,品牌房企开发的房子品质更有保障,让人更放心。

值得欣慰的是,随着许昌楼市的不断发展,人们的购房理念越来越成熟,对品质楼盘的关注度越来越高。综观当前许昌楼市,品质楼盘是市场关注的焦点。房地产企业想在一轮又一轮的

市场竞争中抢占先机,增强品牌意识势在必行。

对于房地产企业而言,虽然提高产品品质会导致成本增加、获利减少,但事实是,无论楼市走向何方,开发优质产品才是“硬道理”。品质是取胜的关键,品牌是市场的法宝。这就要求房地产企业着眼于长远发展,不贪图短期利益。

品牌是房企占领市场的法宝,而支撑品牌的最终还是产品。面对日趋激烈的市场竞争,房企纷纷亮出撒手锏,以品牌赢得市场,通过不断升级产品、增加产品亮点、完善产品功能吸引消费者的目光,说到底还是“产品好才是真的好”。

品质楼盘之所以受到追捧,是因为

从产品形态、户型设计、园林景观、建筑风格等细节入手,给居住者提供了一个绿色、环保、便利的生活环境和时尚、健康、舒适的生活方式。

购房者历来把地段作为购房的第一要素,其实比地段更重要的是产品。因此,品牌房地产企业总是把产品设计放在第一位,强调低容积率、高绿化率;不断开发适销对路的产品,注重精细化,提升性价比,形成价格梯度,满足不同消费者的需求。

面对激烈的市场竞争,以质取胜、实现产品升级是房地产企业迅速占领市场的突破口。因此,一些房地产企业放弃粗放的开发模式、赢利模式,更加注重提升产品品质,力争将人居环境提升到一个新高度。

一业内人士指出,稀缺的地段、精致的产品、完善的配套设施、优美的环境,加上高科技、人性化、高品位、智能化建筑要素的引入,使得品质楼盘越来越受到置业者的关注。

未来,住宅领域的竞争将更趋专业化、品牌化,回归居住本性,营造更加人性化、舒适的生活氛围将成为焦点。

