

实探11城楼市“小阳春”：网红盘重拾热闹景象 热度再提升有待政策加码

证券时报记者 张一帆

3月,正值传统楼市“小阳春”,证券时报记者在3月16日至17日走访11城,覆盖北京、上海、广州、深圳四大一线城市,以及杭州、苏州、合肥、成都、郑州、武汉、西安等二线城市,切身感受各地楼市温度。

走访中,记者发现,在政策优化带动下重点城市楼市环比升温,成交量、带看量环比均有明显提升,超高认购率、外地购房者出没、销售“挑灯夜战”、开发商花式推盘等热闹景象在部分“网红楼盘”中重现江湖。但是,整体来看,这次“小阳春”的热度并不如往年般强烈,冷热不均的特点也分外鲜明。

分析人士普遍预计,今年楼市整体“小阳春”的热度不及预期,如活跃度进一步提升,叠加政策端持续优化调整和落实,部分核心城市“小阳春”行情仍值得期待。

一线城市网红盘热闹重现

在前期楼市政策优化逐渐落地之后,现在“北上广深”四大一线城市的一些网红楼盘已经逐渐热闹起来。

在上海,记者走访位于杨浦区内环内的项目A。11.7万元/平方米的均价,千万元的总价,首套300万元、二套500万元的验资要求,并没有阻挡看房者的热情,整个上午访客络绎不绝。

同一区域均价12.1万元/平方米的项目B同样火热,该项目去年一、二期产品均已售罄,目前在售的三期10余套尾盘,仍然吸引了不少客户问询。

根据第三方监测平台和证券时报记者初步梳理,截至3月14日,上海今年第二批次的22个新盘中有15个楼盘结束认筹,5个楼盘触发积分。触发积分即项目认购比高于入围比,后续按积分高低顺序摇号选房。其中,汇元玺认购率高达513%,保利滨江天璽认购率也超过300%。在刚开始认筹的第三批19个项目中,开盘时间3月30日的理想之地(五期)212套房源已结束认筹,并以323%的认购率触发积分——去年理想之地曾“四开四罄”。

在一线城市中住房限购政策最为宽松的广州,证券时报记者也依稀找到往日楼市火爆时代才有的迹象——风雨无阻、看房排队、外地客登门。

在广州CBD天河区网红项目和樾府,虽然下着小雨,但不影响看房者的热情,其中部分访客来自上海、江苏等长三角地区。在前往样板房实地看房时,记者注意到,同一套样板房内,有两组销售人员正给客户介绍房源。销售人员告诉记者,今年2月该项目销售额达3.9亿元,来访外地客户占比11%。

在北京丰台区的中建星光里项目,记者同样看到了人头攒动的景象。销售人员称,“春节过后,到访看房明显增多,较前年已经翻倍,不少房源已经售罄。”意向购房者告诉记者,他看中该项目的原因一方面是因为央企背景,同时交通便利还有打折促销。

在龙湖顺义·御湖境项目,营销人员直呼“案场电话不断,忙不过来”,3月该项目已经统计成交40多套。

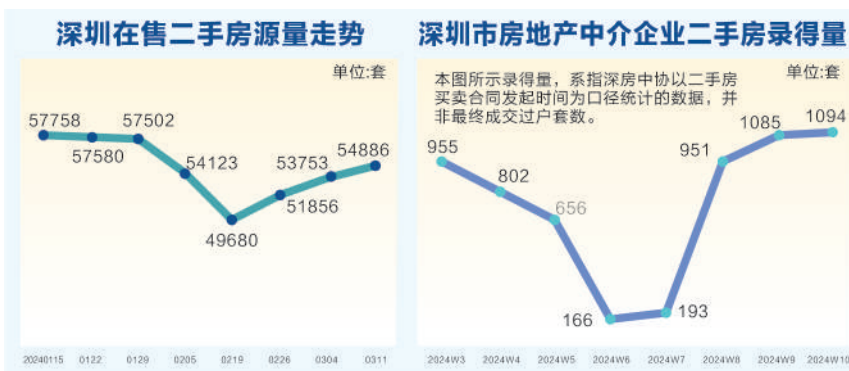
即便在楼市松绑政策出台最少的深圳市,开发商也开始变着花样“炫技内卷”发力推盘。“看房送龙虾,买房送奔驰”,为了卖房,开发商使出浑身解数“以价换量”,各类折扣层出不穷。朋友圈里,记者被各种楼盘的成交喜报刷屏,热辣辣的红色海报让人感觉仿佛还在过年。

“小阳春”冷热不均

虽然烈火烹油的场面令人欣喜,但这并不是市场的全貌。冷热不均才是对今年3月一线城市楼市“小阳春”更为客观的描述,热的是网红盘、二手房,冷的是价格和刚需项目。

上海固然有认购率超500%的网红热盘,但是也有无人问津的“过气网红”。记者同日走访了浦东金桥中环附近某新盘,该项目均价8.2万元/平方米,看房也未有验资要求,但是售楼处的沙盘前和样板间中客流稀少。该项目在2022年2月推出首期产品时曾触发积分,但在今年1月推出的三期产品去化率仅约为50%。

“这个项目的认购和去化情况其实已经好于不少同期新盘。”一位地产分



析人士告诉记者,“其他一些新盘认购率50%都没达到,考虑到最后弃号等,去化情况估计更不理想。”

中原地产的数据显示,3月4日~3月10日上海市新建商品住宅成交面积4.66万平方米,环比减少45%,和去年同期相比仍有较大差距。据悉,上海市前期入市的项目已经消化完毕,新项目还在认筹中,短期出现“青黄不接”现象。

在广州,新盘扎堆入市的情况倒是无需担心“青黄不接”,但是价格竞争的趋势明显抬头。过往,天河区长期新盘稀缺,但在今年3月天河区出现22个项目同时在售、待售的情况,且多个产品之间定位相近,各个楼盘相互之间的竞争不可避免。

记者走访了天河区的一个热门楼盘项目,该项目在去年开盘之初上市均价为8.5万元/平方米,目前已推出一批均价在“6字头”的特价房源。在前文提及的和樾府,部分特价房源的单价较项目开盘之初略有折扣。

广州持续上升的新房库存量,令不少开发商都走上“卷价格”之路,不少全新开盘多以低价开售,多个项目的开盘价格比吹风价低5000元/平方米~10000元/平方米。“优惠”也是北京看房者最为关注的话题之一。

中建星光里项目来访火爆的背后,是周末推出的优惠活动,当天中建星光里项目推出了十套特价房,要求7天首付到位,最高优惠额度可达到8万多元。打折、一口价房源等促销活动在北京不少项目中屡见不鲜,意向购房者告诉记者,“南边几个项目纷纷推出打折促销活动,所以比其他地方的热度要更高”。

除了冷热分化,以价换量之外,二手房较新房更强的走势,也是当下楼市普遍存在的情况。在上海市房协近期召开的房地产市场座谈会上,参会企业普遍认为,当前上海房地产市场仍处于调整之中,二手房市场有触底企稳迹象,新房市场交易承压。

根据中指数据,2024年第10周(3月4日~3月10日),一线城市二手房市场活跃度提升,表现均好于新房市场。其中,上海二手商品房上周成交量处于2023年8月以来周度最高水平,深圳二手房成交量达2023年以来周度高位,市场温和修复。新房市场中,广州新房周均成交量超1月周均水平。整体来看,新房市场一定程度受到供给端影响,整体成交表现不及二手房。

二线城市分化明显

视线从一线城市转向更为广阔的二线城市,记者走访中发现,一线城市中二手房、网红盘走强,房企“以价换量”的倾向,大盘热度难及去年等三大特点,在二线城市中同样普遍存在。不过,因各地情况不同,各城市房地产市场之间的差异较一线城市之间更大。整体来看,长三角地区近期楼市表现较内陆城市更为乐观。

杭州楼市近期表现亮眼,记者探访杭州余杭闲林板块的绿汀春晓楼盘售楼处,发现前来登记的看房者云集。这一天是绿汀春晓第二轮登记摇号的第一天,还不到下午5点,已有4000多组家庭参与登记。此前,绿汀春晓项目首开402套房源,吸引2558组家庭登记,中签率仅15.72%。

作为江苏唯一的千万级人口城市,苏州楼市同样复苏明显,“挑灯夜战”成为各大楼盘的标配。晚上7点多,记者在新楼盘建发樾府看到,售楼处依旧灯火通明,且还有访客参观。另一新盘浅隐林泉项目,近期推出优惠活动“暖春购房节”招徕客户,销售主管邢晴晴介绍,“现在每周客户来访量大概在500组到600组,同比去年有所提升。”

在安徽合肥,招商四季臻邸一名置业顾问同样在3月加班不停,“人突然就多了起来,工作日要忙到晚上10点,上

周末甚至有顾客半夜12点多还在售楼部签约。”记者走访网红盘中铁建花语江南楼盘时发现,该楼盘的接待大厅开始了排队取号,招商淮润府则贴出了实行预约制接待的公告。

事实上,春节后杭州新房市场出现了在当下难得一见的量价齐涨。克而瑞提供的数据显示,在第9周(2月26日~3月3日),全市共成交商品住宅695套,环比增加149%;成交均价2.76万元/平方米,环比上涨4%。不过,这一数据出现的背景是房企推盘积极性低,项目新开盘数量较少,处于历史同期低位的成交量数据暗示着这一数据的成色不足。

降价是更普遍的情况。合肥肥西邦泰万城滨湖未来一名置业顾问告诉记者,“现在这个市场,没优惠怎么卖得动?我们附近的楼盘大部分在九折左右,有些甚至在九折以下。”记者甚至看到部分楼盘打出“0首付”的醒目广告。

在部分内陆二线城市,其楼市复苏节奏明显较一线城市、长三角城市更慢一些。在武汉,开发商们罕见地在新年伊始启动了价格战。武汉一位房地产业内人士向记者展示了他的朋友圈,地产人的海报多宣传着“光谷地铁口,均价10xxx起,楼层任选”“价格回到18年,限时抢购,先到先得”。即便如此,武汉“小阳春”的起步仍然较往年偏低,同时,价格战也让购房者直呼“价格错乱”,反而加重了观望情绪。看房市民陈女士向记者表示,同一个区域,甚至是相邻的楼盘之间,单价可能相差数千元。

在西安,记者则在走访中看到了截然不同的场面——价格坚挺可门市冷清。国家统计局公布的数据显示,今年2月西安新房价格环比上涨0.3%,涨幅位居全国第二。但是与价格坚挺形成反差的是,记者走访的多个楼盘看房的顾客并不多,当天下午3点左右,记者在其中一个楼盘逗留近40分钟,但期间并无其他顾客前来看房。

在成都,记者走访的多个楼盘虽然有相当数量的购房者前往看房,但开盘即售罄的楼盘仍是凤毛麟角,购房者观望情绪浓厚,仅有个别当红“炸子鸡”明星楼盘,仍是一房难求。在郑州,楼市目前仍存在居民购房意愿、能力不足的情况,此外郑州二手房成交的崛起,也进一步挤压了当地新房市场需求,因去化放缓,郑州新房去化周期已拉长至27.9个月。

因城施策是破题思路

传统三四月的楼市“小阳春”是否还有希望?受访专家普遍建议将预期调低,关注部分重点城市楼市的后续表现。

惠誉博华工商企业部高级分析师王兴萍告诉记者,一线城市和部分核心城市房地产市场在诸多利好政策加持下,春节假期结束后热度明显回升,二手房与部分新房楼盘成交量连续反弹,但大多数二三线城市楼市表现依然不温不火,预计整体市场的“小阳春”将明显逊色于往年。

中指研究院市场研究总监陈文静同样肯定近期重点城市活跃度提升的情况,“新房端,近期部分城市新房项目来访量增加,优质项目热度提升。”陈文静预期,随着优质楼盘逐渐入市,3月中下旬新房市场活跃度亦存在回升预期,叠加政策端在持续优化调整和落实,部分核心城市“小阳春”行情仍值得期待。

进一步提升新房市场活跃度有何良药?业内人士表示,分析当下率先企稳的二手房市场,或许能给新房市场提供答案。

陈文静将开年来二手房成交相对活跃的态势总结为三点:一是,挂牌量提升,议价空间较大,“以价换量”带动二手房活跃度相对较高;二是,二手房作为现房,购房者所见即所得,同时降低了购房者的入住时间;三是,春节后为了孩子上学的住房需求增加,也促使具备优质教



苏州某楼盘前来看房的访客



杨浦内环内某售楼处周末客流多



杭州某楼盘售楼处



成都某新楼盘



浦东中环某售楼处门口

张一帆、臧晓松、唐强、聂英好/摄影 翟超/制图

育资源的二手小区活跃度提升。

现房销售已经走在路上。今年的政府工作报告提出要完善商品房相关基础性制度,住建部部长倪虹在接受采访时明确点出要“有力有序推进现房销售”。

“期房销售过程中,购房者支付预付款,意味着提前承担了本应由房企承担的融资压力,并可能承担建设风险,比如延期交付、房屋质量不达标、合同承诺不兑现等问题,而这些也是以房地产行业经营中的顽疾。”王兴萍分析称。她认为,在房地产行业发展成熟期,全面推广现房销售制度将有助市场各方的风险与收益匹配度,促进市场长期健康稳定发展。

挂牌量与议价空间则对应供需关系,这需要地方政府承担起调控的责任。同样在今年两会上,倪虹重申已经充分赋予城市调控的自主权,并要求城市政府“扛起责任”。上海交通大学国际与公共事务学院教授陈杰呼吁,地方政府要善用和珍惜楼市调控自主权,着眼楼市可持续发展和经济社会全局,始终

把抑制炒房和不去炒地作为份内之责。

两会后,杭州在3月14日宣布二手房全面取消限购,成为两会后率先落实“调控自主权”的热点城市。本次政策调整颇具“因城施策”的特点,吻合了杭州当下新房的库存健康但二手住宅库存压力巨大的特点。业内人士认为,此举有助于畅通二手房置换链条,促使新房、二手房市场正常流转。

从目前来看,核心城市仍然具有相当的政策储备。王兴萍介绍,目前一线城市仍保留或部分保留限购政策,公积金与商业贷款首付比例与贷款利率等在全国范围仍较高,未来仍具备充足的政策储备。

除了限购和信贷政策,陈文静认为,优化住房限售政策、限价政策,提高公积金贷款额度和增加公积金贷款次数、降低交易税费、优化土拍规则等也是一线城市未来政策可能优化的方向。《证券时报记者王一鸣、曹晨、李映泉、陈英、聂英好、唐强、刘茜、臧晓松、叶玲珍、赵黎昀、刘灿邦也参与采写》

当下楼市提醒的两个常识

证券时报记者 张一帆

在本次走访楼市的过程中,乍暖还寒的“分化”是记者感受最为深刻的词语。这种分化,体现在各个楼盘项目之间,各座城市之间,以及二手房市场和新房市场之间。

即便是这样一个冷热不均的“小阳春”,在当下也值得我们珍惜,它提醒了我们两个常识。热度的提升,提醒我们大众对住房的刚性需求永远不会消失;率先企稳的“二手房”则提醒了我们第二个常识,只要能满足基本的居住需求,房子就能卖得动。

“房地产是一个不动产,上海的房子、广州的房子不可能搬到北京来满足北京人的住房需求。”住房和城乡建设部部长倪虹在两会期间接受采访时的表态,其实朴素地点出了当下市场分化的根本原因——满足人们住房需求的好房子,依然会受到欢迎,不能满足需求的就会被人们摒弃。

这其实是一个朴素的常识,但是已经被埋没了太久。在过往炒房盛行的观念下,北京人为什么不能买上海的房子?为什么不能买广州的房子?在炒房心态下,什么样的房子都能买,只要价格可以成倍地炒起来,何乐而不为呢?

唯有在“房住不炒”的观念逐渐深入人心之后,倪虹所说的常识才能重新成为常识。如今,“抓紧上车”的理念被抛弃,记者在售楼部,听到看房者关注的核心问题是舒适度、交通便利度、配套完善度、性价比,虚幻的“XX概念”被他们抛诸脑后——住房居住属性的需求重新占据了购房决策的核心。

进入发展“新模式”的房地产市场,至少有相当部分的内涵其实是要回归“旧常识”。要构建新的发展模式,常识不能忘,那就是为老百姓建设“好房子”。

当下二手房市场何以率先展现出企稳迹象?虽然二手房可能在房龄、设计理念、新技术运用上较为老旧,在硬件上够不上“好房子”的特点。但是,所见即所得,较大的议价空间等软件层面的突出优点,或许恰恰是在新发展模式下“好房子”所必须满足的。

所见即所得,意味着如延期交付、房屋质量不达标、合同承诺不兑现等以往新房购买中常见的顽疾得到了规避。议价权,则意味着房地产的买卖交易更加市场化,在如今的供需情况下,双方有得谈、可以谈。前者让购房者买得安心,后者让购房者买得合理。

硬件的升级进化,有赖于技术的进步和企业的投入,软件的提升则需要基础性制度的完善。

目前,落实“所见即所得”的现房销售制度改革已经在路上。在房地产行业步入成熟期,全面推广现房销售制度将有助市场各方的风险与收益匹配度。即便对于需要付出更多努力的房企而言,现房销售其实也为精心打磨高产品力、强品牌力的扎实房企,提供了更好的发展机遇,促进行业更高质量发展。