

项目：2016 年全线吸金，2017 哪类项目有望继续热销

文 / 克而瑞研究中心

2016 年总结

梳理 2016 年全年热销项目表现，总结下来可分为三种类型。其一为全国销售十强，这类项目主要分布于一二线城市，当地市场销售火爆，项目趁势吸金；其二为吸金抢眼的千万豪宅，在市场行情上行趋势下，千万豪宅同样成交放量，成为高端客群平衡资产配置的重要筹码；其三则是不占什么优势却热销的神秘项目，通过低价入市策略或整合式营销，弱化本身的不利因素，实现销售破局。

1、热销 TOP10：受益于整体市场火热，本土房企和城市大盘项目趁市收金

2016 年房地产整体市场的积极向好，带动了项目销售的持续增长，涉及具体项目表现而言，销售金额 TOP10 和销售面积 TOP10 项目呈现差异。

从销售金额 TOP10 来看，项目集中于一二线城市。2016 年以来，一线城市房地产市场持续火热，随后市场热度向部分二线城市蔓延，受益于一二线城市整体市场的热度影响，布局的项目销量普遍走高。

此外，可以看到销售金额 TOP10 项目以本土房企为主，开发商在当地品牌形象好，品牌认可度高，受到当地客户广泛认可。典型如珠海的华发股份，作为珠海国企，市场份额长期占据珠海市场龙头地位，2016 年上半年以来，公司全面推广优+产品体系，实现优+生活体系全面植入各城市公司项目，有效提升了产品品质，使公司产品得到市场广泛认可，其中华发城建未来荟全年销售达到 106.65 亿元。

2016 年全国项目成交金额 TOP10 (单位：亿元、万平米，元/平米)

项目名称	城市	成交金额	成交面积	成交均价
地产·尚海郦景	上海	139.67	18.17	76888
中天未来方舟	贵阳	121.00	143.00	8462
恒大海花岛	儋州	111.50	130.90	8518
天津全运村	天津	109.64	37.28	29411
华发城建未来荟	珠海	106.65	46.25	23061
林肯公园	北京	96.95	30.57	31710
深业上城	深圳	93.06	15.35	60625
金融城	贵阳	90.30	64.70	13957
龙光城	惠州	85.00	55.00	15455
花果园	贵阳	84.89	93.47	9082

备注：数据统计时间截止 2016 年 12 月 30 日；物业属性包含普通住宅、别墅、酒店式公寓、商业及办公。

数据来源：CRIC2016

在成交面积 TOP10 方面，项目主要分布在二三线城市，多为城市大盘，体量庞大，经过多年的开发建设，形成比较完善的社区配套，对当地客户吸附力较强。例如贵阳的中天未

来方舟，体量达 720 万平米，规划居住人口约 13 万人，自 2011 年上市以来已销售 6 年之久，项目内部基础配套也趋于完善，后续产品可直接坐享已落成的各类配套设施，价值处于持续上升，2016 年该项目销售面积达到 143 万平米，领跑全国项目。

产品业态全面覆盖，迎合了更多类型客户需求，从而带来了不错的去化成效。典型如恒大海花岛，项目在产品规划上比较精细，覆盖括 169-588 平米滨海别墅（独栋、联排、双拼）、45-223 平米亲海洋房、60-125 平米揽海高层、22-86 平米瞰海公寓及商铺，传统销售业态几乎全涉及，在满足更多购房选择的同时也扩容了客源规模。由此，我们看到，续 2015 年年底首度上市热销超 120 亿元后，2016 年恒大海花岛再度销售 111.5 亿元，项目吸金能力不减，其销售体量也处于领跑，全年成交面积 130.9 万平米。

受所在城市整体市场推动，项目成交量实现较大的突破。如南昌的国际博览城以及长沙的北辰三角洲，均受益于 2016 年南昌市场和长沙市场的持续火热，刚需客和投资客的积极入场，推动了项目的销售增长。

2016 年全国项目成交面积 TOP10 (单位：万平米，亿元、元/平米)

项目名称	城市	项目体量	成交面积	成交金额	成交均价
中天未来方舟	贵阳	720	143.00	121.00	8462
恒大海花岛	儋州	1367	130.90	111.50	8518
恒大海上威尼斯	启东	1196	112.10	76.00	6780
花果园	贵阳	1830	93.47	84.89	9082
碧桂园凤凰城	镇江	60	89.25	68.16	7637
国际博览城	南昌	119	75.20	82.12	10920
嘉和城	南宁	160	64.99	43.89	6753
金融城	贵阳	450	64.70	90.30	13957
北辰三角洲	长沙	600	64.35	61.87	9615
永定河孔雀城剑桥郡	固安	81	61.07	59.49	9741

备注：数据统计时间截止 2016 年 12 月 30 日；物业属性包含普通住宅、别墅、酒店式公寓、商业及办公。

数据来源：CRIC2016

2、热销豪宅：市场销售火爆，京沪深千万豪宅受追捧

2016 年房地产市场全面回暖，尤其前 10 月份，在行业总体成交上行大势下豪宅市场也呈现放量景象，不少 10 万+顶级豪宅入市吸金，随市取得不错业绩，典型如位于深圳的华润深圳湾悦府、半岛城邦花园及天鹅湖花园，年度成交额均达到 60 亿元以上。梳理千万豪宅热销情况，从金额维度来看，千万豪宅成交 TOP10 主要分布于京沪深一线城市，2016 年楼市升温持续，一线城市市场改善需求释放，豪宅产品普遍受追捧。

豪宅销售火爆，综合而言需具备以下几种特质。

内因来看，位置、产品及装修是热销的关键因素。首先，**位置稀缺，或占据一线江景，或位居城市核心商圈**。坐拥一线江景可以说是上海热销豪宅的共性，如地产·尚海郦景，项目地处陆家嘴区域，可俯瞰黄浦江一线江景，对高端客户有较强的吸附作用，可以看到项目

2016 年全年吸金近 120 亿元，不仅领跑于千万豪宅销售榜，而且在年度全国项目销售中也位居榜首。而北京和深圳的豪宅则普遍位于城市核心板块，如深圳前海时代，选址南山区前海自贸区，分享板块发展红利，项目自 2014 年年底入市以来，一直处于热销状态，2016 年再度吸金超 67 亿元。其次，**打造极致大平层产品，户型可变，亮出居住舒适度**。在这方面深圳鸿荣源壹方中心是典型，项目推出 148-488 平米大平层产品，覆盖四房至五房单位，迎合高端改善性客户对大空间、高舒适的居住要求。最后，**精装即豪装，装修标准 10000 元/平米起**。对于豪宅产品，要么毛坯出售，把装修交给客户自己去设计，要么就用豪装来轰炸客户的感官，让客户觉得“房有所值”。可以看到，九龙仓滨江壹十八的精装修价格在 13000-15000 元/平米，尤其针对卫生间和厨房的硬装全部使用国际高端品牌，体现产品奢华，成为项目一大卖点，而参考 100000 元/平米左右的售价，实际毛坯价格在 85000 元/平米上下，在上海豪宅市场也有一定的价格优势。

外因方面，高端客群、市场升温是推动豪宅热销的主要促因。一方面，**一线城市是国内高净值人士聚集地，有匹配的置业需求**。作为国内金融、技术、文化等资源集中的城市，京沪深往往是高净值人士创业与居住的地方，这些城市的高端置业需求相对旺盛，项目入市有相应的市场。另一方面，**2016 年市场确实太火爆**。行情向好，各品类项目成交普遍升温，置办房产成为国人平衡资产配置、规避货币风险的主要方向，豪宅市场同样获得高端客群关注，产品稀缺性确保未来可增值保值。

2016 年全国总价千万豪宅成交金额 TOP10 (单位：亿元、万平米，元/平米)

项目名称	城市	成交金额	成交面积	成交套数	成交均价
地产·尚海郦景	上海	119.34	15.60	937	76514
香山美墅花园	深圳	67.45	8.70	469	77576
前海时代	深圳	67.43	8.71	493	77417
泛海国际	北京	64.20	6.61	191	97061
华润深圳湾悦府	深圳	63.55	5.36	181	118552
鸿荣源壹方中心	深圳	62.69	6.76	390	92737
半岛城邦花园	深圳	62.49	5.98	344	104465
天鹅湖花园	深圳	60.79	4.62	130	131692
恒裕滨城	深圳	59.22	5.75	312	103031
九龙仓滨江壹十八	上海	55.83	6.06	196	92164

备注：数据统计时间截止 2016 年 12 月 30 日；物业属性包含普通住宅、别墅、酒店式公寓。

数据来源：CRIC2016

3、神秘项目：总价低、操盘好、自带配套及需求外溢促项目销售抢眼

2016年10月份以来，虽然多个城市出台限购政策，市场成交量出现下滑，但整体上今年楼市仍然具有可圈可点的地方，某些楼盘本身不占据优势，但仍取得可喜的销售业绩。我们对这类热销的另类楼盘进行分析，总结起来有四大原因：

总价低。一些项目配套不完善，交通不便利，但由于价格优势明显，总价明显低于周边区域价格，从而使得项目出现热销的情况。例如北京的香江别墅二期，目前周边5公里范围内配套稀少，对外交通道路较少，交通不便，距离昌平城区直线距离达9公里，由于别墅产品总价处于北京西北部地区最低水平，均价22000元/平米，总价在600万/套-1400万/套，同板块的御墅临枫，均价85000元/平米，总价最低3000万/套，总价优势明显，所以销售形势较好。

自带配套。某些项目周边商业配套少，也不位于商圈之中，但因为自身规划有配套设施，具有自身的优势，从而带动了销售。例如北京的金地未未来，周边为老旧小区，不接驳轨交，因为自身配套有商业，项目除了配套有风情商街，还配套带有深夜食堂、咖啡阅览室、健身房等的社区设施，再加上总价低，2015年12月入市以来，四开四售罄，整体去化达到75%。

操盘好。对一个项目有个好的操盘，将项目前期的营销做到恰到好处，在项目其它方面不具有明显优势的情况下，也能够较大地带动项目的销售。例如长春的奥体玉园，距离市中心约17公里，交通和配套极不便利，由于在项目开盘期间做了大量的广告宣传，同时又跟多家渠道公司合作，加之价格便宜，总价140万/套，均价较周边的中海国际公馆和旭辉26街区少了1600元/平米，导致了项目7月底首次开盘316套房源3小时即售罄。

需求外溢。一些项目受益于周边热点区域的市场需求外溢，购房人群增多，特别是在外来投资客的带动下，有力促进了项目的销售。例如郑州的恒大雅苑和碧桂园翡翠湾均是由于主城区客户外溢，投资客增多，而出现热销的情况。此外武汉的佳兆业滨江壹号，靠近垃圾焚烧厂，琴断口周边配套落后，古田区域客户受价格挤压外溢至该盘，提升了楼盘的销售。

2016年不占据优势却热销的项目情况（单位：亿元）

城市	项目名称	2016年销售金额	热销原因	热销表现	销售突破口
北京	北京城建·北京密码	28.71	总价低	4月开盘230套房源两小时，劲销1.8亿	公寓产品，总价低，不限购不限贷；近第二机场，受第二机场建设利好影响
北京	香江别墅二期	7.35		2016年推206套别墅，整体去化率63%	总价处于北京西北部地区最低水平；观景效果较好且自身为低密社区，居住舒适性更高
济南	融汇城	6.95		2016年9月以来，月度去化均在百套以上，去化良好	开盘之初3999元起，价格较低，9月份随市场行情涨到6955元/平米，价格较为符合消费者购买心理
成都	万科第五城	14	总价低&配套好	高层2批次2小时清盘302套，销售额2亿	精装平价入市，规划配套完善，
郑州	恒大雅苑	5.26	总价低&需求外溢	2016年9月开盘，上万人疯抢944套房，不到4个小时全部售	价格优势；品牌效应；精装；主城区客户外溢。

				罄	
郑州	碧桂园翡翠湾	8.69		一期基本售罄, 剩余少量别墅房源	价格优势; 品牌效应; 高层精装; 主城区客户外溢
北京	金地未未来	23.88	总价低&自带配套	2015年12月入市以来, 四开四售罄, 整体去化75%	品牌开发商、自身配套有商业, 产品面积区间小, 总价低
长春	奥体玉园	3.17	操盘好&总价低	2016年8月首开, 至今月均去化在200套左右	项目开盘期间做了大量的广告宣传, 同时又跟多家渠道公司合作, 加之价格便宜
北京	中弘由山由谷	16.84	自带配套	2016年5月、6月相继开盘, 两开两售罄, 吸金5个亿	位于山脚下自然资源丰富; 产品多样可挑选余地较大; 自身规划配套较丰富完善
天津	海航城	9.47		二期10月首开, 开盘3小时狂销350套	养老、新型城镇化特色突破
武汉	佳兆业滨江壹号	6.87	需求外溢	2016年3月首开推出208套房源, 当天成交139套, 去化率67%	今年再次入市逢市场环境好, 古田区域客户受价格挤压外溢至该盘

数据来源: CRIC

在项目热销之外, 我们也注意到部分项目存在去化不利的情况, 总结来看主要有三方面原因:其一, **区位处于劣势**, 项目位置比较偏远, 周边配套缺失, 交通不便, 不能满足基本的生活所需, 对客户吸附力有限; 其二, **定价偏高**, 项目未根据市场合理定价, 与周边竞品形成明显价差, 入市销售不占优势; 其三, **产品设计存缺陷**, 在业态规划或户型设计方面不合理, 如仅有的住宅设底商, 商铺营业影响业主休息, 在房源内部设计上不考虑居住舒适度, 卫生间随意设置等, 影响客户购房意向。

结合前文对没有什么优势却达成热销的项目分析, 我们建议房企尽量规避在偏远区域拿地, 如果项目已地处偏远, 首先应做好价格策略, 采取低价入市, 用性价比打动客户, 其次可以从营销角度入手, 资源整合, 扩容渠道, 最后强化自身配套建设, “缺什么补什么”, 用完善商业配套、基础设施确保可期的居住环境及升值潜力。

2017 年展望

考虑到 2016 年 10 月以来多个城市接踵出台限购、限贷政策, 并在 11 月、12 月出现加码现象, 而且中央层面强调“房子是用来住的, 不是用来炒的”, 可见 2017 年总体政策环境不容乐观, 项目销售也将面临不小的去化压力。基于此, 结合上文对 2016 年热销项目的总结分析, 展望 2017 年, 对于项目未来趋势我们有以下几点判断。

1、一二线热点城市项目依然有机会, 地方大盘销售风头不减

虽然总体上一二线热点城市普遍处于加码政策调控, 从购房资格、贷款额度上进行限制, 但政策的主要目的是打击投资性需求, 市场上真正的刚性需求仍在。从目前人口流动趋势来看, 国内一线城市及经济较好的二线城市往往是流动性人口工作、居住的主要方向, 当地常住人口远超户籍人口数量, 这个现象在一线与沿海二线城市尤为明显, **庞大的流动人口是城市房地产市场发展的关键推动力, 只要需求不减, 项目销售就有机会。**

此外, 近三年地方性大盘在全国项目销售面积榜中一直遥遥领先, 地位难以撼动。结合城市发展特点与当地市场行情, **我们认为这类地方性大盘未来将延续销售势头**, 其原因有两

方面，一则在于体量过大，项目建设相当于造城，当地政策支持，如贵阳的花果园、中天城投，项目具有广泛的客户影响力；一则是多年的开发建设后，后续房源坐享前期建设过程中不断完善的基础配套设施，随着时间推移，未来入市产品将拥有越来越好的社区服务，对客户吸附力也逐渐强化。

2、在地段、资源上占据优势的项目，可确保不错的资金回笼

占据优质地段或资源的项目，在任何时候都具备热销的特质。地段或资源的优质意味着项目日后的稀缺性，土地、景观等资源不可再生，项目便是独一无二，尤其是一些落址城市核心板块或坐享当地特色景观的项目，高端客户愿意高价出手，从不断创造销售单价的顶级豪宅便可见一斑，10万+的天价豪宅不断在一线城市出现，而从其销售情况来看，吸金指数不亚于普通住宅。所以，对于本身在地段、资源上有优势的项目，我们认为其未来上市有相应的购买需求，可保证不错的去化。

3、愿意让利于客户或营销注重渠道，项目抓痛点实现销售突破

政策环境从紧考验房企对项目销售节奏的把控，结合2016年部分不占优势却去化良好的项目，我们判断可以在销售上放低姿态的项目，往往能够从市场同类竞品中脱颖而出，这类项目抓住了销售的两大痛点，一个是价格，一个是营销。其一，采取以价换量的项目，让利于客户，牺牲利润来换取快速套现，在区域市场中率先让利的项目，最容易获得客户关注，实现抢跑。其二，营销十分注重渠道的项目，不比价格战，而比蓄客力，通过资源整合，将项目影响力做大，实现客户广泛积累，后续产品入市有比较扎实的客户基础，去化方面不存在大的问题。如此，能够在价格或营销上做功夫的项目，也将是2017年热销项目的一大看点。