

调研纪要| 陕西省三四线城市 （四十三）：宝鸡篇

城市综述：关中西部工业城市，“东扩、南移、北上”发展方向宝鸡，古称陈仓，地处陕西省关中西部，东连咸阳，南接汉中，西北与甘肃省的天水和平凉毗邻。常住人口约 376 万，支柱产业为汽车零部件、钛及钛合金、烟酒食品、能源化工、优势装备制造。宝鸡市辖渭滨、金台、陈仓三区，下辖岐山、扶风、凤翔等九县。宝鸡城区三面环山，呈狭长型分布，在本世纪初，建成区仅仅覆盖渭河沿岸 30 平方公里范围。随着“东扩、南移、北上”发展战略的提出和落实，宝鸡城区面积逐步扩展到目前的超 150 平方公里，城区人口已超 85 万人。具体来说，“东扩”即行政中心东移、发展虢镇版块连接陈仓区，“南移”即发展高新区、高铁南站，“北上”即建设蟠龙新区。相较而言，“南移”进展最为顺利，尤其是高新区已然成为宝鸡新的区域地标，其次是“东扩”，而“北上”由于受到地形限制发展相对缓慢。

图：宝鸡城市规划图



资料来源：宝鸡市人民政府

房地产市场发展

01

2017 年开始快速上升

2019 年降温后项目竞相降价

2017 年以前，宝鸡楼市是典型的内生型市场，意即市场供需双方多是本土开发商和地缘性客户。楼市整体不温不火，成交均价低于 4000 元/平方米。

2017 年-2019 年下半年，是宝鸡楼市的高速发展期，成交均价迅速攀升，涨幅近 50%。2019 年末宝鸡楼市由盛转衰，一方面，项目扎堆入市，同质化竞争激烈，楼市整体供过于求，购房者观望情绪浓厚，另一方面，经历前两年楼市高速发展，人口吸附能力有限的宝鸡潜在购房需求基本已经释放完毕。在此期间，受到年终业绩压力影响，以碧桂园为首的品牌房企率先降价，最高降幅达 1500 元/平方米，蓝光雍锦半岛等项目为加速去化，精装改毛坯以降低单价。

图：宝鸡市 2010 年-2020 年商品住宅销售面积及均价（单位：万平方米、元/平方米）



数据来源：宝鸡市统计局

政策环境

02

不限购、不限售，首付三成/四成

3 月降首付“一日游”

宝鸡房地产调控政策相对宽松，并无限购、限售等限制性政策。限贷方面，多数项目执行首套房首付 30%、二套首付 40%，个别本土开发商项目允许 20% 首付，某本土房企通过集团小额贷款公司提供零首付。

疫情发生后，3 月 12 日，宝鸡市发布 15 条新政稳楼市。除了缓缴土地出让金、降低预售取证标准等常规的供应端纾困政策以外，还明确提出“积极争取降低首套住房贷款首付比例政策，公积金贷款最高额度由 40 万提高至 50 万”。但也正因为“降首付”旨在刺激需求一端，可能引发居民盲目加杠杆，新政不出一日遭遇下架。6 月，宝鸡出台 15 条稳就业举措，其中提到“在校大学生持学生证、专科及以上学历毕业生持毕业证即可落户”，意味着宝鸡落户基本放开，近乎实现零门槛落户。但从实际情况来看，由于宝鸡是重工业城市，缺乏对口高层次人才的就业岗位，政策引人效果有限。

当前楼市

03

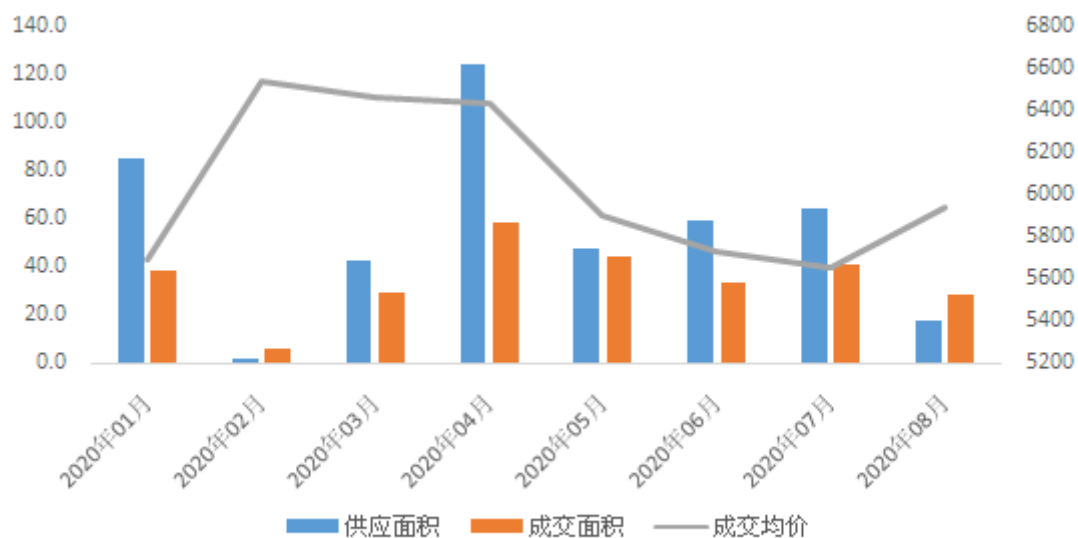
疫情加速市场转冷

4、5 月以价换量短暂“小阳春”后再度转凉

2020 年，新冠肺炎疫情让宝鸡楼市雪上加霜。2 月宝鸡商品住宅供、求一度跌至历史低位。4 月随着疫情影响逐渐散去，房企加速推货，单月住宅供应面积攀升至 120 万平方米，创近年来新高，另一方面，加大折扣力度，以价换量，典型如碧桂园凤凰城降价约 400 元/平方米，4 月宝鸡整体成交

面积高达 50 万平方米。5 月，市场热度延续。不过，随着阶段性降价营销活动的暂停，宝鸡市场再度转凉。

图：宝鸡市 2020 年 1-8 月商品住宅供求情况（单位：万平方米、元/平方米）



数据来源：CRIC 中国房地产决策咨询系统

区域和房价梯度

04

渭滨>金台>陈仓

高新一期、南站板块是价格高地

主城三区中，陈仓区区位优势不甚明显，在售项目主要集中在虢镇版块，均价仅 3000-4000 元/平方米。

金台区主要包含市中心、金台大道、行政中心等版块，是宝鸡的老城区，但发展相对饱和，在售项目多为本土房企开发，整体均价在 4000-5500 元/平方米。渭滨区主要包含高新一期、二期、三期和南站四大板块，其中高新一期和南站板块由于发展起步较早，整体配套较为成熟，均价达 6000

元/平方米，极个别价格标杆项目如观山堂均价更是高达 18000 元/平方米。高新二期、三期因板块开发进度差异均价依次递减，二期均价在 5300 元/平方米左右，三期均价低于 5000 元/平方米。

图：宝鸡房地产板块地图



资料整理：CRIC

客群和需求结构

05

刚需主导市场，价格极度敏感

120 平米三房受欢迎

宝鸡的主力购房群体仍然是本地客户和周边郊县客户，其中本地客户普遍选择在原生活圈内购置新房，购买力较强的年轻客群会从老城区转移至高新区购房。周边郊县客户购房的主要诉求是改善居住环境或方便子女上学。

另外，毗邻的甘肃省天水、平凉等市购房者也为数不少，在综合考量宝鸡的城市人居环境和房价后选择居家迁移，以天水为例，尽管整体居民收入水平与宝鸡相近，但住宅成交均价在 8000 元/平方米以上，两相对比，宝鸡“性价比”凸显。除此以外，购房者中也有返乡置业客群和西安外溢客群。

宝鸡居民整体收入水平偏低，普通产业工人、私营企业员工月收入仅 3-4 千，购房首付、月供皆有

不小压力。受制于购买力，整体来看，宝鸡楼市由刚需主导，改善性需求释放空间有限。宝鸡客户普遍对价格极度敏感，降价加速去化效果明显，碧桂园 2019 年末降价约 1500 元/平方米，迅速去化一整栋房源。从需求结构来看，三房是绝对的供求主力，成交占比在 7 成以上。分面积段来看，120 平方米左右房型兼顾总价和功能性，相对更受市场欢迎。

土地市场

06

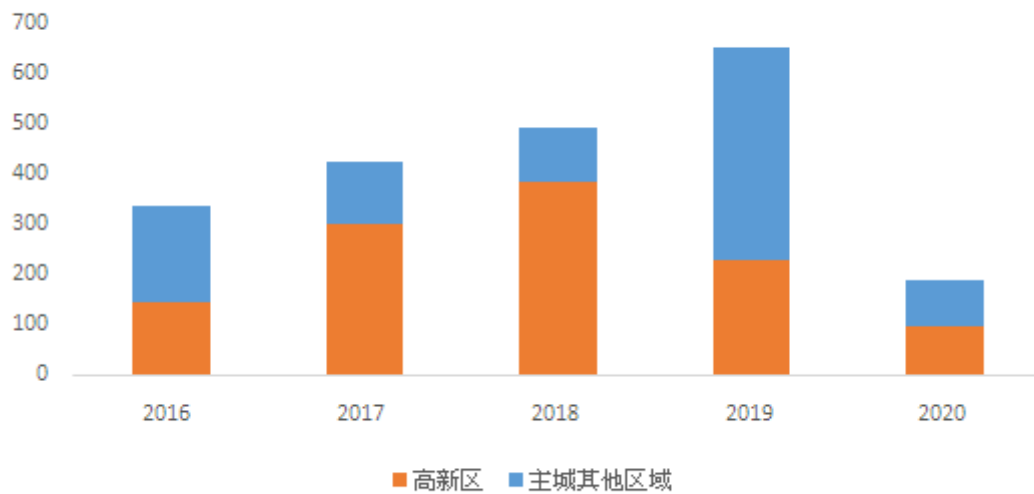
2016-2019 年加速供地

近期流拍率显著提升

2016-2019 年间，宝鸡主城区加速供地，2019 年涉宅用地总成交建面更是高达 651 万平方米。高新区是近年来供地主力，近三年成交幅数在 15 幅以上，2017 年和 2018 年成交建面在 300 万平方米以上，占主城区三区总成交建面比重超 70%。

今年以来，宝鸡土地市场流拍率显著升高，房企拿地趋于谨慎。由于目前老城区、高新区已无优质的大体量净地供应，存量待开发用地多数被本土房企持有，品牌房企纷纷选择谨慎拿地，甚至加速清盘撤离宝鸡。

图：宝鸡市 2016 年-2020 年 8 月涉宅用地成交情况（单位：万平方米）



数据来源：CRIC 中国房地产决策咨询系统

竞争格局

07

2017 年以来 6 大品牌房企进驻

2020 年本土房企市场份额上升

2017 年至 2019 年间，经宝鸡市政府引进，品牌房企集中进驻宝鸡。从 2017 年的恒大、碧桂园、新城，到 2018 年的蓝光、富力，再到 2019 年初的绿地，短短三年时间，6 家 TOP50 品牌房企落子宝鸡。值得一提的是，受供地结构和规划利好两方面因素影响，品牌房企首入宝鸡，纷纷瞄准高新区板块，已入市的 7 个项目有 5 个位于高新区。

表：品牌房企首入时间及项目信息

品牌房企	首入宝鸡时间	已入市项目	所在版块	首开时间
碧桂园	2017 年	碧桂园凤凰城	高新	2018 年 6 月
新城	2017 年	吾悦华府	高新	2018 年 5 月
恒大	2017 年	恒大御景湾	高新	2018 年 1 月
蓝光	2018 年	蓝光长岛城	虢镇	2020 年 4 月
		蓝光雍锦半岛	高新	2018 年 11 月
富力	2018 年	富力湾	高新	2018 年 12 月
绿地	2019 年	绿地珑邸	蟠龙新区	2019 年 7 月

资料整理：CRIC

2020 年本土房企占据更大市场份额，2020 年 1-8 月，销售金额 TOP10 项目中，品牌房企仅蓝光雍锦半岛、富力湾、恒大御景湾上榜，分别位列第三、第八和第九位，其余皆为本土开发商项目，印象西府、轩苑四季花城销售业绩位居前二。本土开发商中，三岭、轩苑品质亦颇受市场认可。

前景展望

08

短期去库存压力大

仍然依赖刚需托市

短期内宝鸡楼市去库存压力较大，本地居民基本实现住有所居，且受制于收入水平偏低，改善性需求释放空间有限，仍然需要依靠周围郊县和甘肃市县的刚需客户托市，购房者中也有返乡置业客群和西安外溢客群；客户普遍对价格极度敏感，降价加速去化效果明显。

典型项目一：蓝光雍锦半岛

▲案场图

地理位置：渭滨区高新十路

物业类型：高层、洋房

项目点评：项目分三期开发，2018 年 12 月一期首开。目前主推 140-160 平方米洋房，价格在 7000-7500 元/平方米，112-141 平米高层，毛坯均价在 5500-5800 元/平方米。116、117 的小面积段三房户型去化情况最佳，洋房总价偏高去化艰难。客群来源方面，30%为高新区地缘性客户，30%来自凤翔等地县，华亭和西安客户各占约 10%。通过全民营销、中介、自渠等营销手段，实现每日 40-50 组到访，每周成交 20-30 套，约占高新区 10%的成交份额。

典型项目二：石鼓观山堂

▲案场图

地理位置：金台区陈仓大道

物业类型：小高层

项目点评：本土房企聚旺 2010 年拿地，分四期开发，一二三期已交房，四期即石鼓观山堂是其在高新区打造的品质标杆项目，主要卖点第四代空间住宅。四期容积率仅 1.24，总计 188 套房源，精装均价在 18000 元/平方米，主力户型面积 218、267、295、400 平方米，267、295 平方米户型更受欢迎。最低首付 50%，但全额付款客户占比在 70%。由于项目定价偏高，相较而言宝鸡别墅项目均价基本都低于 10000 元/平方米，因此去化情况不甚理想。项目主要客群是宝鸡当地或返乡企业家，通过私宴服务等吸引高净值圈层客户，此外全民转介（2-5 万佣金）、中介带客也是重要营销手段。

