

房企稳固楼市热度，四季度推案营销力度不减

2013年11月29日
CRIC 研究中心
www.yanjiu.cric.com

分析师/沈晓玲 杨晶晶

11月28日，西安市政府办公厅发布关于《进一步做好房地产市场调控工作的意见》，提出调控西安楼市的七条举措。截止目前，本轮已有14个城市出台楼市调控新政。与此同时，房地产企业亦不放弃目前楼市的良好销售态势。尤其是大型房企，在前9个月销售业绩同比大幅上涨的情况下，10、11月依然保持强劲的推案和营销力度，积极把握目前的市场时机，以期进一步增加项目销售。

■ 四季度供货量充足，10、11月推案保持高位

在企业今年中期业绩发布会上，多数龙头企业表示今年四季度依然将保持较高的推货水平。其中，如果预售证获取顺利，保利地产第四季度新推盘货值或将达到450亿元左右，月均150亿；金地集团也将会有140亿货量的新推案。而根据CRIC监测，15家标杆企业10月份的推案总量甚至小幅高出今年9月，而11月预计也将保持高位。据统计，10月，碧桂园于广州、兰州、武汉接连放出三个超10万方推案，其中兰州新城项目更是达到了59万方的供应规模；绿城则是避开了9月的刚需供应大潮，于10、11月迅速加推，青岛、上海、合肥等市高端项目陆续开售；万科甚至在近两月在北京、上海、深圳等多地推出满足改善性需求的三房，且多个项目均推售楼王。

■ 品牌房企打折促销，恒大85折力度表现抢眼

14城市政策波动，市场热度或将收敛。为保持良好的销售节奏和规模，房企促销有所加码，品牌房企表现比较活跃。众房企中以恒大最为抢眼，本月有8个项目大幅让利，仅85折的项目便占据一半。

具体来看，恒大延续开盘必特价的营销风格，85 折特惠活动多地开花，主要面向新开盘项目，涉及唐山的恒大华府、秦皇岛恒大城及济南恒大翡翠华庭，以高性价比打响新盘区域低价效应，实现入市后一炮而红。恒大 85 折当头，其他房企也有意加码让利，可以看到，万科、保利、碧桂园等房企在二三线城市促销，秦皇岛万科假日风景三居房源直接打出购房 85 折优惠。结合 10 月份房企良好业绩，我们认为，品牌房企纷纷促销，一方面有政策紧缩的因素，项目以价换量是应激反应，另一方面，年末将至，参考以往房企营销表现，加大让利回馈客户是房企间的普遍做法。

表：2013 年 11 月份 9 折及以上项目优惠情况

| 企业名称 | 城市 | 项目名称 | 促销情况 | 折扣力度 |
|------|------|--------|---------------------------|------|
| 恒大地产 | 呼和浩特 | 恒大雅苑 | 11 月 16 日看房团，独家优惠 85 折钜惠 | 85 折 |
| 恒大地产 | 唐山 | 恒大华府 | 起价 5888 元/平，特惠开盘额外 85 折 | 85 折 |
| 万科地产 | 秦皇岛 | 万科假日风景 | 北港大街现房，顶层三居 85 折 | 85 折 |
| 恒大地产 | 秦皇岛 | 恒大城 | 特惠百盘 85 折 | 85 折 |
| 恒大地产 | 唐山 | 恒大华府 | 开盘额外 85 折，还送 ipad mini | 85 折 |
| 恒大地产 | 济南 | 恒大翡翠华庭 | 认筹享额外 85 折优惠 | 85 折 |
| 恒大地产 | 济南 | 恒大金碧天下 | 90-180 平精装房前 10 名享 87 折 | 87 折 |
| 恒大地产 | 济南 | 恒大帝景 | 174-320 平湖景豪宅，开盘额外优惠 87 折 | 87 折 |
| 恒大地产 | 宿迁 | 恒大绿洲 | 在售 2 号楼房源，最高可享 87 折 | 87 折 |
| 保利地产 | 重庆 | 保利花半里 | 享受额外 8.8 折新品特惠 | 88 折 |
| 保利地产 | 武汉 | 保利中央公馆 | 双十一，特享购房 8.9 折 | 89 折 |
| 碧桂园 | 湘潭 | 湘潭碧桂园 | 43-260 平精选单位 9 折限时抢购 | 90 折 |
| 融侨集团 | 合肥 | 融侨上院 | 花园洋房最高 9 折优惠 | 90 折 |
| 恒大地产 | 济南 | 恒大帝景 | 1 号楼新品认筹，交 1 万享开盘 9 折优惠 | 9 折 |
| 雅居乐 | 常州 | 雅居乐星河湾 | 新品即将面市，交 10 万可享 9 折优惠 | 9 折 |

数据来源：CRIC

■ 从“抢客”转向“稳客”，主题活动成为揽客利器

进入 11 月，房地产销售势头保持旺盛，而转向营销策略，亦可看见彼此间的激烈较量。随着岁末临近，房企销售定局也渐渐明朗，首 10 月份而言，龙头房企领跑，中小房企也不甘示弱，成交金额纷纷上扬，此时，面向客群，房企们的心态从“抢客”转向“稳客”，答谢型的主题活动随处可见，而这种营销策略的变化，在树立了企业的亲和力之际，保护了客户资源不易流失。

从活动形式来看，其中，北京世纪金源购物中期开展 Hello kitty 派对，串起世界美食之旅、寻宝之旅、积分换购等多种活动，持续近一个月的时间，带给不同客户视觉、味觉体验，而万达则发起全国范围内的冬季感恩活动，对全国客户展开长达两个月的营销攻势……考虑到房企经营与营销策略两方面因素，我们认为，充裕的现金流是主题活动广泛开展的基石，如今年而在主题活动的推动下，房企实现了老客户的充分回馈，不管是小夫妻，三口之家，还是三世同堂，活动递进式铺开，满足客户不同消费需求。

免责声明

数据、观点等引用请注明“由 CRIC 研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

关于克而瑞信息集团（CRIC）

克而瑞信息集团，隶属于易居（中国）控股有限公司。作为中国最大的房地产信息综合服务商，以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞信息集团拥有中国房地产最大的信息数据库，构筑中国房地产上下游企业（包括开发商、供应商、服务商、投资商）和从业者信息的桥梁，形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台，为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

关于 CRIC 研究中心

CRIC 研究中心是易居旗下克而瑞信息集团的专业研发部门，组件十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止，已经连续五年发布中国房地产企业销售 TOP50 排行榜，引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域；还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份，规模已万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。