

以“新盘”、“新政”为关注点 打造 2010 年市民置业指南

《2010 洛阳楼市蓝皮书》未出先热

本报讯 上周,“2010 洛阳楼市蓝皮书暨最值得期待的楼盘媒体推介”活动拉开序幕。作为新的一年洛阳楼市的精彩开篇,活动引起了各方关注。值得一提的是,在对活动的期待中,购房者表现出了各自不同的“关注点”。

2010 洛阳新盘知多少

“最值得期待楼盘推荐结果什么时候出来?”“我想问问,洛阳楼市今年有多少新盘”……活动的推出,引起了许多准备买房的市民的广泛关注。多数购房者拨打活动电话,都是询问在某些区域有哪些“物美价廉的新楼盘”,并殷切地希望主办方能够提供比较权威的参考。

2009 年洛阳楼市新盘投放量大小,很大程度上都是依靠着一些大盘、名盘的后期延续来支撑的。如此“房荒”会不会在 2010 年延续,是普通购房者最担心的问题之一。据了解,从去年八九月份开始,洛阳的“房荒”现象就已经开始得到缓解。进入 2010 年,随着旧城改造和城中村拆迁改造的实质性进展,洛河以北区域将迎来近年罕见的新盘的“爆发”期,除此之外,一

些开发商新地块项目的推出,也将增加不少市场供应量。所以,准备在今年购房的消费者不用担心,今年总体的供应量会比去年多很多。

本次活动在接近尾声时将通过购房者的推荐,为市民寻找洛阳楼市值得期待和购买的好房子。

2010 新政影响有几何

10 日,国务院办公厅发布《关于促进房地产市场平稳健康发展的通知》,要求抑制投资投机性购房需求,对已利用贷款购买住房、又申请购买第二套(含)以上住房的家庭,贷款首付比例不得低于 40%,贷款利率严格按照风险定价。

有业内人士认为,虽然这只是严格执行原来的二套房贷政策,且与之前“传说”中的五成首付有一定的差距,但对楼市仍然有一定冲击。过去的一段时间里,在拉动住房消费的“幌子”下,银行对二套房的认定非常宽松。住宅成交量去年能不断书写新纪录,原因就在于房地产实际投资中的“高杠杆化”;只要手头有几万元的资金,就可以撬动几十万元的楼市消费。加上去年

银行放贷宽松,使得投资资金横扫楼市,甚至连 2008 年的库存量也被消化一空。现在重新将其提高至四成,其实质就是要大力去杠杆化,令投资资金对楼市的撬动力度减弱。

一系列楼市新政的陆续推出,让许多业内人士得出了“房价不大可能继续整体攀升”的结论;但同时,也有专家认为,当然如果明年通胀真的很明显,房价也有可能继续上涨。一些关心楼市发展的购房者也通过洛报集团地产 QQ 群积极询问,《2010 洛阳楼市蓝皮书》何时推出,会不会涉及新政解读等内容。

其实,从上周开始,《楼周刊》就已经在增加关于楼市新政的相关内容;在本月底,还将对此进行系统梳理,以“蓝皮书”形式推出。

安居无小事,关系千万家。主办方推出此次推介活动的初衷之一就是把较真实的地产市场还原给普通购房者。基于此,本次推荐活动将体现广泛参与性和客观权威性,使推介活动成为名副其实的 2010 年市民置业风向标。

活动咨询电话:63232387
(本刊记者 霍媛媛)

新栏目“市民意见箱”即将亮相

► 2 版

二套房首付四成属“温和”政策

► 3 版

“70/90”政策或将卷土重来

► 4 版



2009 年销售额突破 300 亿元

恒大热销领跑全国楼市

本报讯 中国房地产龙头恒大地产(3333.HK)2009 年一路高歌猛进,顺利收官。1 月 6 日,恒大地产发布最新销售业绩简报:2009 年 1 月至 12 月,恒大累计实现合约销售额 303 亿元,累计合约销售面积 563.7 万平方米。这意味着,恒大不仅圆满实现了全年 300 亿元的奋斗目标,而且销售额及销售面积比 2008 年分别激增了 402.3%及 396.5%。

市场分析人士认为,恒大实现销售业绩“大跃进”,长期领跑全国楼市,得益于其广泛的全国二线城市布局和丰富的产品线。过硬的产品品质以及“让利于民、微利经营”

的营销策略,使得恒大项目一路走来全线飘红,在全国持续掀起了一轮又一轮的恒大销售旋风。

2010 年恒大将继续深入“精品战略”,保持在全国领先的销售竞争力,新年新货,恒大 1 月份全国各项目推出了更多升级精品。

全年销售额达 303 亿元

据恒大全年销售简报显示,恒大 2009 年累计实现合约销售额 303 亿元,超额完成全年售楼 300 亿元目标,涉及楼盘 563.7 万平方米,分别按年升 4.02 倍及 3.97 倍;

其中,2009 年 12 月恒大实现合约销售额 40.3 亿元,合约销售面积 65.4 万平方米,12 月合约销售额及销售面积同比上年分别增长 800.9%及 568.9%。

当问及公司 2010 年全年销售目标时,恒大显得信心满满。恒大地产集团副主席兼总裁夏海钧表示,恒大近七成产品线为中高端物业住宅,且分布全国 20 多个城市,目前全部 54 个项目基本上已悉数动工,因此具有较强的市场风险抗性。公司未来的销售额预计将较 2009 年的 303 亿元增长 20%至 30%。若以此计算,恒大 2010 年销售目标为 363.6 亿元至 393.9 亿元

间,甚至有望突破 400 亿元。

“微利经营”给买家实惠

为大众消费者建造实惠的高品质精品住宅,已成为中国楼市中的恒大特色。“微利经营”已成为恒大地产集团的一种极富特色的标志,也是该集团营销策略的精髓所在。新年之际,恒大在全国多个楼盘依然沿袭“微利经营,薄利多销”的销售策略,通过给买家带来实惠,不断地在抢占和扩大市场份额。恒大这种微利经营的策略与完善的产品线组合在一起,有效地提

升了产品性价比,极大地提高了市场竞争力。

洛阳恒大绿洲 实景园林 精装样板房 实景呈现

洛阳恒大绿洲作为恒大集团在河南省的主打项目,自去年 9 月份开盘以来可谓一路高歌。截至目前,已销售了逾千套,资金回笼达 8 亿元。恒大绿洲自登陆洛阳楼市以来秉承“开盘必特价、特价必升值”的营销理念,得到了广大消费者的热情追捧和强烈支持,开盘当天揽金 4 亿元,书写了洛阳楼市的一个神话。(赵川)