

三大推手左右 2011 年房价走势

房价可能仍将上行

近日,中国社会科学院、中国人民大学等独立研究机构相继公布了2011年房地产市场分析报告,预测明年房价涨跌,纵论行业变局。其中既有“明年房价将下调20%”的预测,也有“政策放松后出现报复性反弹”的推断。

2011年,流动性变化带来的资金压力、城市化发展引发的供求转变以及制度性调控的进展,这三大因素将成为左右未来房价走势的重要推手。

业内人士指出,明年国内信贷总体投放规模不会明显下降,而城市化进程中膨胀的住房需求又往往领先于土地开发的进程,目前,房地产业还处于上升周期,制度性调控又不可一蹴而就,因此,房价在阶段性波动后仍将呈现上行态势。



(资料图片)

流动性管理

能否卡住房企咽喉

在2010年的房地产调控政策中,收紧楼市流动性是贯穿始终的主线。2011年政策逐步深入后,楼市流动性充裕的局面是否会发生扭转,投资需求是否会退潮,房企又是否会祭出降价大旗,成为影响未来房价走势的重要因素。

中国人民大学经济学院发布报告预测,由于房地产调控和货币政策调整,2011年上半年房地产行业资金链将出现严重问题,房价会出现接近20%的下滑。

中国社会科学院发布的2011

年《住房绿皮书》则表示,明年房地产企业资金链趋紧,房价下调趋势显现。

民生银行地产金融事业部发布的报告表示,银行信贷仍是房企主要融资渠道。预计2011年房地产开发贷款、个人购房贷款仍会取得增长,但涨幅放缓。

统计局数据显示,今年1月~11月,全国房地产开发企业资金来源为6.32万亿元,同比增长31.2%,已经超过去年全年5.71万亿元的水平,业内预计今年有望接近7万亿元。显然,当前以房地产开发贷款为代表的楼市信贷投放仍

然维持在较高水平,楼市整体流动性依然保持充裕。

供地扩张

能否满足增量刚需

事实上,决定房价未来走向的根本还是供求,而对于明年房地产市场的供求关系,各方存在不同观点。

乐观方认为,明年房地产市场将逐步显现供大于求,迫于逐步加大的销售压力,房价将会出现稳中下降;但悲观方则表示,城市化依然是主旋律,土地短缺局面难以改变,

城市人口持续膨胀加上居民强烈的改善需求以及被积压需求的可能爆发,将会推动房价继续上行。

明年将有1000万套保障房建设计划,比今年增长72%,远高于预期,业内认为,如此大规模的保障房建设稳定了中低收入阶层的预期,可以部分分流需求、缓解矛盾。

然而,面对明年房价的一片看跌声,悲观者也“不甘示弱”,城市化拉动需求成为支撑看涨房价的最主要理由。

社科院绿皮书指出,提升城市化进程,住房需求也会不断增加。此外,保障性住房用地的大量

供应使得土地紧张的一、二线城市商品住宅用地相对更为稀缺,购买需求的积压或将在明年某个政策略微放松的节点爆发等,也成为“看涨”房价的理由。

两种观点似乎都合情合理,但更为居中的看法是:未来房价走势上,一线及二线城市的非核心区域供应量较大,可能会出现波动,三、四线城市正处于成长阶段,很难受到影响。

制度变革

调控重拳会否再出

按照万通地产董事长冯仑的观点,目前我国的房地产业仍处于“青春期”,量价上升是常态。

在12月召开的中央经济工作会议上,并未出台更严厉的调控政策。但业内人士认为,在通胀压力的影响下,不排除明年出台更严厉政策的可能。

目前,悬在房地产行业头上的众多调控利器中,房产税是被业界寄予厚望的法宝之一。不过,住建部政策研究中心副主任王珏林近期表示,房地产市场目前存在的问题不是房产税就能解决的,房地产市场要加快法制建设和管理。

复旦大学房地产研究中心主任尹伯成认为,明年房地产调控政策应继续坚持力度。如果调控政策发生松动,房价或将出现报复性反弹。

(据《中国证券报》)

“中原崛起与民营经济”系列论坛在郑举行

建业地产董事局主席胡葆森发表演讲

本报讯 12月11日上午,“中原崛起与民营经济”系列论坛在郑州成功举办收官之作。

论坛邀请了中国社会科学院世界经济与政治研究所国际金融研究室副主任张明博士,中国房地产业协会副会长、建业地产董事局主席胡葆森担任主讲嘉

宾。

“中原崛起与民营经济”系列论坛由省工商联、省民营经济维权发展促进会、建业住宅集团于2004年共同发起主办,论坛用6年时间走遍河南17个地级城市,吸引万余名民营企业企业家参与,郑州是论坛的最后一站。

张明博士在演讲中称未来5年影响城市房价的因素为:中国经济货币化的显性与隐性通胀,分税制改革的进程,城市化加速,养老保障体系等。他预测未来半年房价增速将明显回落,但中长期仍会增长。

胡葆森在演讲中指出:战略

决定方向,竞争力决定结果。企业要想长远发展,打造百年老店,就要制定切实可行的战略。6年春华秋实,建业集团自身在地产领域的实践——即省域化发展战略已结出了丰硕的果实。

(韩黎芳 马少敏)



西安:楼市量增价坚挺

迫于政策调控和回笼资金的压力,许多开发商在年底的时候开始发力。西安选择在12月份开盘的项目很多,而根据前段时间的市场表现来看,各个区域在11月下旬就开始放出诸多优惠来促进销售。

数据显示,在优惠促销方面,西安市在48周和49周实行优惠促销的开发商相较于46周和47周激增220%。

“销售任务都完成得差不多了,想在年底再冲一下量。”一楼盘的销售经理说道,今年虽然政策调控得比较密集,但项目销售还算顺利,临近年底推出剩余的房源,想为今年的销售做一个收尾,也想为明年销售开一个好头。

西安市场上虽然开发商推出新盘,放出优惠,但房价依旧没有下降的迹象,一直保持稳中上扬的态势。2010年第49周,西安普通住宅市场供应套数为31065套,较48周增加了396套;在售均价为6745元/平方米,环比上涨0.99%。

“现在开发商都在做一些打折优惠,但房价并没有下降。”购房者王女士说,有一些新开盘的项目甚至比同期的一些房源价格更高。

大多数业内人士认为,前段时间西安出台了“限贷令”,遏制了房价高涨的态势。目前西安市住房消费仍是以刚性需求为主导,这样的一种需求间接地挺住了处在高位的房价。(据新华网)

专业操盘之独孤九剑(三)

——房地产代理公司九大专业操盘理念



的竞争性呢?

第一,要了解竞争对手的推盘思路和推广策略。既然有竞争,就需要锁定主要的竞争对手,了解竞争对手的推广策略、产品定位、销售情况、价格策略等等。

第二,根据竞争对手的推盘策略、推广策略和开发商对项目的要求,制定项目的推广策略。是要领先市场,还是追求短、平、快的销售策略,所制定的推广策略不尽相同。

第三,通过媒体渠道、销售人员统一口径宣传出去,将项目的核心价值很形象地传播出去,树立项目的市场地位,为项目热销带来客户。

独孤九剑第六式: 活动策划的轰动性

各种促销、认购、开盘、公益活动在房地产销售中经常运用,活动的目的不单单是为了获得良好的销售业绩,也注重楼盘的美誉度和知名度的塑造,为项目的后续销售奠定良好的基础。

每次活动的策划和组织,不能太过于简单,要经过系统的安排,绝对体现出代理公司的专业性,在活动包装、人员组织、流程控制、效果预测等方面都需要有良好的统筹和协调。特别是认筹、开盘等活动,要动员开发商和代理公司所有有效资源,达到人力资源的最大整

合。比如,在开盘活动期间,调动代理公司高级置业顾问、主管级以上销售精英和策划骨干,形成开盘顾问团,为开盘助阵。开发商人员也要充分利用和组织,让其各尽其能,各尽其职。

充分调动开发商和代理公司的有效资源,使活动效果更轰动,才能体现出代理公司的意义和价值。(张敬磊)

未完待续



推广策略的竞争性很重要,最能直观地传达给目标客户和竞争对手,也最能够体现出楼盘的特征,使推广项目在众多楼盘中脱颖而出。怎样做到推广策略具有很强