

金楼市 周刊 Estate

◎最权威的财富地产杂志

2008南京房价涨不动了

上周南京楼市的销售数据仍在继续下降。与此同时,网尚研究机构对2008年的市场也做出了一些基本判断,因为市场供应量大了,而需求量小了,房价自然就涨不动了。

【行情】 城北板块逆势走强

据南京网上房地产数据统计,南京楼市上周(1月14日-20日)共认购1057套,成交1010套,销售总量为2067套。与前一周期整体销售2543套、认购1104套、成交1439套对比,所有指标都有萎缩,光是成交量就下跌400多套。

记者在南京网上房地产的这份统计数据中看到,除

江宁、江北外,城北板块表现突出,227套的认购量为冰天雪地的南京楼市增温不少,其中大地伊利亚特湾一周就销售136套,位居全市销售十强名单中的第二。从网上房地产数据上看,前半周城北板块单日认购量也只在10套左右徘徊,自17日开始突然发力,单日认购达90套。

上周,南京楼市单日认购量均在200套以下,上周二降至最低谷100套以下,江宁板块几乎没什么表现,带动南京楼市整体认购量下跌。到周四,城北板块代替江宁脱颖而出,全市认购曲线又开始爬升。上周南京楼盘销售排行榜TOP10中,江宁楼盘占据半壁江山,南京国际小商品城、龙湖文馨苑、东郊小镇、丹佛小镇、魔方4.8等榜上有名,其中南京国际小商品城以

212套夺得冠军。江北板块的天润城、威尼斯水城、海都嘉园等也冲进榜单。此外,位居第十的是城中的长江路九号,销售55套。

【预测】 今年开发商压力大

据网尚房地产研究机构副主任李智介绍,2008年南京将上市1061.7万平方米商品住宅,比2007年实际上市量增长近20%,上市住宅10.05万套。整个市场的需求量将会稳定在800-1000万平方米间,低于去年水平,市场供求比预计在1.18:1到1.06:1之间,供略大于求。

关于房价方面,李智认为会基本稳定,变动幅度不会超过-3%到3%之间。2008年上半年可以用“紧”来概括,开发商销售压力偏

大,下半年可以用“稳”来预测,房价会出现小幅上扬,但是低于2007年的上涨水平。他还特别提出,2007年高价拿地的开发商如果赶在2008年回笼资金急于上市的话,那就意味着这批开发商将会承受巨大的市场和资金压力,建议开发商要么积极拓宽融资渠道,或者合作开发,甚至将土地转让。

在房贷政策方面,他认为今年会出现前紧后松的局面,上半年还可能会出现一到两次加息;开发企业的贷款规模将会受到控制,对投资改善性的贷款需求将会继续收紧。此外,国家会更细化和强化对闲置土地的重新配置,对存量土地的盘活和节约利用是未来土地政策的一个走向。 快报记者 费婕

■活动追踪

老百姓眼中的广告奥斯卡——

好广告要“色香味”俱全

俗话说,金杯银杯,不如老百姓口碑”,对于强调实效的房地产广告而言更是如此。只有能够打动购房者,使之产生实际的购买行为,或者获得较佳的美誉度的营销推广,才能称得上是一个成功案例。在本月底,2007南京房地产广告奥斯卡”各大奖项揭晓之前,不少感兴趣的读者,也纷纷致电发表了自己的看法。

看不懂的广告不算好广告

明明是郊区的房子,广告上居然说是坐拥主城繁华地段;明明是只有一星半点的水沟,却在广告中炫耀说是水景楼盘。”购房者赵先生在买房中,对部分开发商华而不实的广告宣传表示费解。他认为,广告是让适合的客户去买适合的房子,如果宣传不实,购房者就是到了现场也照样不会购买,广告所要达到的效果也就大打折扣了。

有些广告让人看不懂。”购房者陈女士说得更直截了当。她告诉记者,投资了两套房子下来,她已彻底搞不清各种楼盘概念了。即便是有很多特色并不明显,与其他普通楼盘差别不大的社区,却大打欧陆风情、美加风格、新加坡式建筑、新西兰社区氛围等,概念多得让人眼花缭乱。

乱。她一开始在买房的时候还挺当真,认真地咨询售楼员这些概念究竟是指什么,结果发现很多项目就连售楼人员自己都没搞清楚概念的内涵。

一幅好作品火候得刚刚好

事实上,除了传递信息外,广告还要有美感。”在大学教书的曹先生认为,所谓色、香、味这些美感的要素都齐全了,能够让受众产生美好的联想,这些更是一份好的广告作品应该具备的。”他认为,所谓色,就是一幅广告作品要给人带来视觉的愉悦;香,则是由此产生的美好联想,在色的基础上而产生的消费冲动;而味,则是广告的品味,其格调要高,立意要高,这样才是一份优秀作品必备的要素。

与色、香、味”观点类似的是,购房者刘先生也同样认为,好广告像是一盘好菜,各种佐料搭配好还不够,火候也要刚刚好。这就好比,虽然有的广告设计是一流的,文字也是一流的,但凑到一块却显得过于华丽,反倒失去了预想的效果。

关于即将揭晓的“2007南京房地产广告奥斯卡”,您有什么样的建议或者看法,请致电025-84783529、025-84783629参与探讨。 快报记者 许延正



今年,市场可能会出现供应量大,需求量小的情况 路军 摄

2007年度南京地产销售“龙虎榜”

以下为2007年度部分上榜名单

明发集团南京房地产开发有限公司获

- 南京市开发企业销售面积三强
- 南京市开发企业销售金额十强
- 明发滨江新城获南京市楼盘销售面积第一
- 明发滨江新城获南京市楼盘销售金额三强
- 明发滨江新城获江北板块楼盘销售面积第一
- 明发滨江新城获江北板块楼盘销售金额第一

南京栖霞建设股份有限公司获

- 南京市开发企业销售金额第一名
- 南京市开发企业销售面积一强

南京万达房地产开发有限公司获

- 南京市开发企业销售金额十强
- 万达·紫金明珠获城东板块楼盘销售面积第一名
- 万达·紫金明珠获城东板块楼盘销售金额第一名

南京朗诗置业股份有限公司获

- 南京市开发企业销售金额十强

南京大华投资发展有限公司获

- 南京市开发企业销售面积一强

南京嘉业房地产开发有限公司项目嘉业国际城获

- 南京市写字楼销售面积第一
- 南京市写字楼销售金额第一

江苏亚东建设发展集团有限公司获

- 南京市开发企业销售面积一强
- 亚东城获仙林板块楼盘销售面积第一
- 亚东国际公寓获城南板块楼盘销售面积第一

江苏象山地产有限公司项目国信·自然天城获

- 南京市别墅销售面积五强
- 南京市别墅销售金额五强

南京市城市建设开发(集团)有限责任公司项目城开汤山公馆获

- 南京市别墅销售面积二强

南京红太阳房地产开发有限公司项目旭日上城获

- 南京市楼盘销售面积一强

南京翡翠金轮置业有限公司项目金轮国际广场获

- 南京市写字楼销售金额三强

南京新城创置地产有限公司项目尚东区获

- 南京市别墅销售面积五强

荣盛房地产开发股份有限公司项目阿尔卡迪亚获

- 南京市楼盘销售面积十强

南京中商房产开发有限公司项目中商万豪获

- 城中板块楼盘销售金额一强

南京建元房地产开发有限公司项目恒隆花园获

- 城中板块楼盘销售面积三强

南京新城置业发展有限公司项目托乐嘉获

- 江宁板块楼盘销售面积三强

说明:
 1. 全市楼盘/开发企业销售统计以网上房地产已备案为准;
 2. 统计周期为2007年12月28日至2008年1月20日;
 3. 经济适用房和限价商品房销售数据按区域由开发商提供证明文件为准;
 4. 上市企业以股权比例来统计企业销售面积与销售金额