

售楼处关闭怎么办？房企这样“战疫”

南都周刊

热点



未来楼市调控松绑预期渐浓。

记者 | 王晓珊 编辑 | 盛倩玉 小豆

“销售旺季的时候，每个人每个月也就是接待20-30批次的客户，一场直播下来，可以加到40批的客户，相当于一个半月的客户量，线上直播还是有效果。”一位龙头房企的销售员工说，自己的第一场直播，就获得了10万左右的播放量。

由于受到疫情影响，很多地方的房地产开发企业响应政府号召，售楼处关闭，工地停工。短期看，疫情给房企带来的影响无可避免，但房企们也开始积极反思自身的投资及营销策略。



多地房企暂停售楼处销售

1月26日，为有效预防新冠肺炎疫情蔓延，中国房地产业协会发布倡议书指出，房地产开发企业应暂时停止售楼处销售活动，待疫情过后再行恢复。随后，各城市纷纷跟进出台相关政策通知。

据克而瑞研究中心（CRIC）不完全统计统计，截止目前，已有包含湖南、江西、广东、海南、黑龙江以及武汉、成都、重庆、福州、南京、苏州、杭州、合肥在内至少60余个省市下发通知，明确要求暂停售楼处销售活动。

“由于疫情原因，售楼部关门不接待客户，关闭时间将近有大半个月了。”一名龙头房企的营销人员告诉南都周刊记者，目前仍未有明确的开放期间，“在这期间，有很多客户想来项目看房，但是由于疫情原因，都暂不接待客户。”

发布售楼处暂停营业通告的省市

发布时间	省级/直辖市	市级
2020/1/24	/	成都
2020/1/25	/	广州、江门、腾冲、宜昌、南昌、赣州
2020/1/26	广西、海南、河南、吉林、云南、辽宁、陕西	中山、湛江、鄂州、昆明、福州、德清、攀枝花、雅安、乐山、自贡、南京、合肥、烟台、绵阳、东莞、荆州、德阳、西安
2020/1/27	黑龙江、湖南、山西、江西、广东	杭州、武汉、沈阳、襄阳、西双版纳、太原、宿州、大连、宁波、聊城、苏州
2020/1/28	贵州	濮阳、梅州、海口、三亚、珠海、秦皇岛、南宁、肇庆
2020/1/29	山东、上海	石家庄、无锡、贵阳、潼关
2020/1/30	北京	唐山、济南
2020/2/2	重庆、天津	/

(图片来源：诸葛找房)

售楼处销售活动“停摆”，导致多地面临无房可供现象。CRIC监测到94个典型城市自1月20日以来，供应面积便呈现出稳步下行趋势，且周度同环比降幅均有不断扩大趋势，节后一周，各城基本为零供应。

与此同时，楼市热度在春节假期也骤然降温。CRIC在另一份关于春节楼市的报告指出，与去年春节假期相比，2020年春节假期供应尚能与2019年基本持平，可春节后一周（初七-十三）随着疫情形势逐步严峻，84城供应量由假期时的25万平方米降至4万平方米。

新房成交下跌，融资规模下降

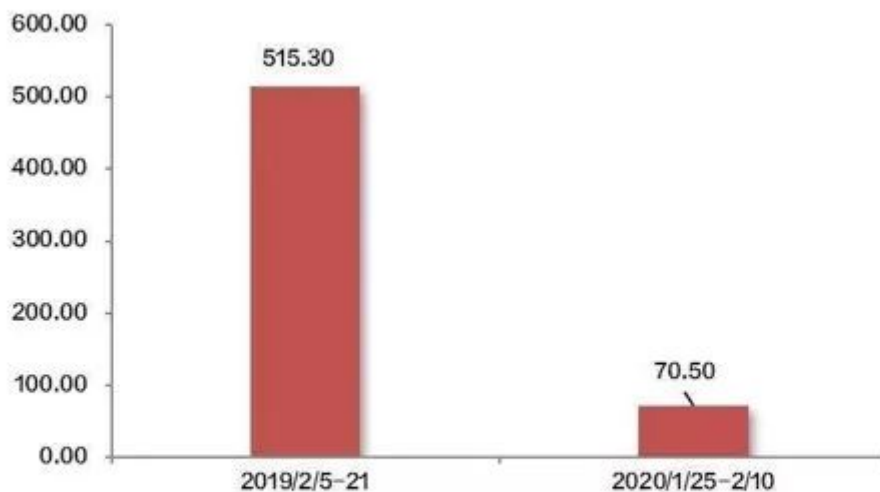
销售渠道受阻，疫情防控措施不断加强，居民关注焦点多集中于疫情发展和如何抗疫，新房成交量出现下降。

CRIC监测的楼市成交量显示，春节期间（除夕到初六），88个重点城市成交量仅为37万平方米。疫情爆发后，房企更像重新走入冬季，88个重点城市春节假期成交量环比前一周出现下跌，降幅达93%，与2019年春节假期相比，88个城市新房成交面积减少30%，相比2018年春节假期下跌63%。

疫情爆发后，房企春节以来融资规模下降。CRIC表示，一方面受春节法定假期延长的影响，另一方面出行及活动管控等导致大部分融资机构路演停摆，监管层在融资审批方面进度放缓叠加等原因，房企发债大幅减少。

据CRIC不完全统计，从2020年1月25日到2月10日，95家典型房企春节后完成发债融资的仅有4笔，分别为建业地产、新城控股、佳源国际及容盛发展发行的境外有限票据，涉及金额不足百亿元人民币，与2019年春节相对应的时间段相比，减少86%。

图：房企 2019 年及 2020 年春节期间房企发债情况（单位：亿元）



注：外币融资统一按当月月末汇率换算为人民币

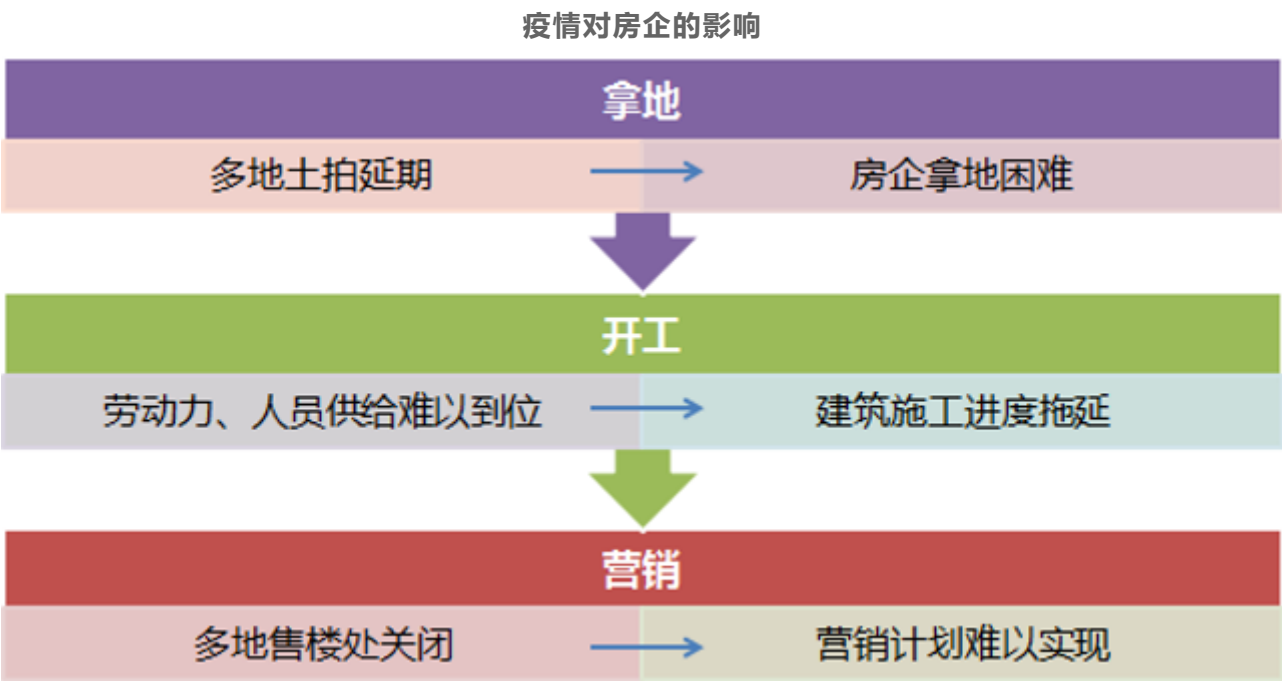
数据来源：CRIC 中国房地产决策咨询系统

房地产是资金密集型行业，疫情影响融资减少持续对房企造成压力。

诸葛找房提供给南都周刊记者的一份报告中显示，房企一季度销售预期较差，房企拿地积极性下降；其次，由于房地产建筑施工高度依赖外来务工人员，加之疫情导致全国范围内短期开工不足，拉长上市供应的节奏，对房企资金链来说是一个很大的挑战。

“从销售方面来看，目前多家售楼处关闭，对房企最直接的影响就是销售额明显下滑。”报告中分析指出，“房企一方面面临着还债压力，另一方面受疫情影响销售回款也有所延后。这对于一些资金紧张的中小房企，无疑是加大压力。施工暂停、营销暂停，影响后续推盘节奏，也会影响房企的“高周转”模式。”

在融资受阻，销售停滞，开工延迟多种原因叠加下，企业可能将面临债务违约。据CRIC统计，2020年截止2月10日，共有69家房企破产，其中2月上旬就有20家。



(图片来源：诸葛找房)

需求犹在，疫情过后或将迎“小高潮”

但当前情况并不意味着刚需的消失，客户购房需求犹在。以广州为例，广州中原研究发展部指出，不少刚需客户担心业主趁着小阳春的节点上调楼价，因此抢先在春节回乡前把握“上市”时机，周度成交维持在1100宗的相对高位水平，成交量明显优于去年春节同期（500-800宗）。

“步入春节后，1月24日-31日，广州二手中介网签总数为2宗。但疫情结束后，市场或将迎来‘小高潮’。”广州中原研究发展部预测。

“本次疫情对于购房需求没有太大影响，购房需求并不会减少，”诸葛找房在报告中提到，随着需求的集中释放，对于开发商来说是一个机会。而且，随着当前改善类需求迅速增加，加之疫情期间的需求的延期释放，改善性市场迎来发展机会。

线下不行转战“线上”

疫情之下，不能眼看着线下运行受到冲击，很多房企“坐不住”了。世茂、绿地、保利等房企通过房天下、新浪乐居等平台开启了线上看房；一些房企通过小程序、微信公众号的方式开启网上营销模式，例如万科的万科在线家小程序、金地的金地好房小程序等；各大房地产平台也利用VR等技术搭建起线上展示的新模式。

“线上直播看房刚开始启动，效果仍待观察。”一龙头房企营销人员称，通过线上直播卖出房子的都是以前的老客户，新客户更多是在观望中。“毕竟疫情仍未结束，征信查询、银行的贷款面签问题等仍待解决，对市场行情的不看好，也是新客户观望的重要原因。”

另一家国内Top20的房企销售人员告诉南都周刊记者，不看好线上直播，直言体验感很差：“看直播的都是小鲜肉，直播受众与购房受众不是一个层次的。”他认为，网络购物在淘宝推出直播带货之前就遇到瓶颈期，很多消费在网上并没有很好的消费体验。“房产还是着重落地，强调物联、实体、可感，而且直播还很容易把楼盘的问题给传播出去。”

此外，诸葛找房近期发布的研究报告中同样提到，目前线上售房只是一个在线看房的平台，供购房者和需求方在线浏览，并不能主动获客及筛选客户，很难促成客户成交。疫情下线上售房会维持购房者对房企和购房的好感及意识，但并不会对整体的销售有较大改善。

线上销售虽无法完全替代线下销售，但仍有房企销售员工认为好的效果会在未来显现。

“销售旺季的时候，平时每个人每个月也就是接待20-30批次的客户，一场直播下来，可以加到40批的客户，相当于一个半月的客户量，线上直播还是有效果。”一龙头房企销售员工告诉记者，“目前客户对于直播看房接纳度挺高，一方面也是因为在家没事干，可以参与到直播的新事物中，另一方面，由于直播形式和内容的新颖，可以在直播当中给大家带来一些福利和笑容。”

他表示，自己的第一场直播，最后的统计数据显示有10万左右的播放量，在市场中还是很可观的。

采取线上看房的房企及推广方式

房企	线上推广方式
金地	金地好房小程序
万科	万科在线家小程序
正荣	通过京东、安居客、新浪乐居、房天下等平台，推出“正荣地产旗舰店”发布项目资料
龙湖	“龙湖U享家线上售楼处”小程序
绿地	通过绿地集客天下的微信小程序，实现线上看房；在房天下平台开放网上售楼处
世茂	对长三角区域的项目推出公众号，开启线上咨询；在房天下购房平台上开设了粤港澳大湾区的线上售楼处
中南	联合房天下开展线上售楼处
禹洲集团	在“禹好屋”线上购房平台上推出“宅家安心购 7 日无忧退”活动；联合房天下打造线上售楼处
美的置业	通过微信公众号，全面在线销售，客户通过美的置业神器小程序，实现线上VR看房、选房、认购
阳光城	阳光房宝微信小程序，线上看房
光明地产	推出光明地产微信看房小程序

(数据来源：诸葛找房整理)

在房企遭遇资金流压力的时候，中国恒大已经走出延迟开工的一步。据该公司2月1日下发的通知显示：全国1246个在建项目，在2月20日前不得开工，具体开工时间将根据疫情另行通知。

疫情或给房企提供一个调整发展规划的机会。诸葛找房认为，当前房企要谨慎拿地，未来在产品做精做细方面多下功夫，“面对疫情，房企的现金流受到严重考验，因此房企务必要把握机会，拓宽融资渠道，加强融资，保证现金流安全。”

疫情下，未来楼市调控松绑预期渐浓。银河证券发布于2月11日的研报称：近期的央行投放1.2万亿流动性、LPR降息和因城施策的密集实施，释放出政策托底和改善的信息，后续政策的弹性有望扩大。

来源 | 南都周刊

END

欢迎分享到朋友圈，如想取得授权请邮件：newmedia@nbweekly.com。如果想找到小南，可以在后台回复「小南」试试看哦~



长按**喵星人**加关注



投稿 · 投广告 · 无事勾搭

✉ newmedia@nbweekly.com