

2014年上半年度楼市表现并无年初预想般美好，经历了最紧信贷、最深观望、最多调控后楼市曙光能否重现？以市场自身调节为主，政府兼具辅助调节功能，未来稳增长和调结构间如何权衡，年度GDP能否达到预期目标，谁主沉浮？请查阅深圳泰辰市场研究部关于《2014年上半年度郑州房地产市场研究总结及预测》。

專注·專業

深圳市泰辰置业顾问有限公司  
Shenzhen Times Property Consultants Co.,Ltd.

# 谁主沉浮

## 2014年上半年度郑州 房地产市场研究总结及预测

深圳泰辰市场研究部

2014年7月

## [ 回顾篇 ]

## 细数楼市

五  
宗  
最**最则一：最“严、紧”**

- ◆ 银行放款慢，首套房贷利率高，普遍上浮20-30%；
- ◆ 房企贷款普遍较难，融资成本加大，贷款门槛高；

**最则二：最迷茫（政策、市场不明朗）**

- ◆ 央行主张分类调控，发挥市场主导性作用，市场变数大；
- ◆ 地方救市手段多样化，普遍收效甚微；

**最则三：最多调**

- ◆ 截至目前，调控城市已增至30个，限购政策名存实亡；
- ◆ 放松或取消限购手法表现多样化；

**最则四：最深望**

- ◆ 客户观望氛围渐浓，成交周期拉长；
- ◆ 房企观望其他房企，地方观望中央，中央观望市场；

**最则五：最强合**

- ◆ 地产联合互联网，跨界合作，合作内容多样化；
- ◆ 万科—百度/途家；易居—新浪；华南城—腾讯；当代置业—乐视；万达电商—京东；华润置地—小米；

# 【事实篇】

## Part 1

## 行业环境综述

&经济指标现回暖，企稳回升态势渐显

&中央淡定，地方焦灼，救市手段多样化

&郑州新规划已出，融城步调又加快

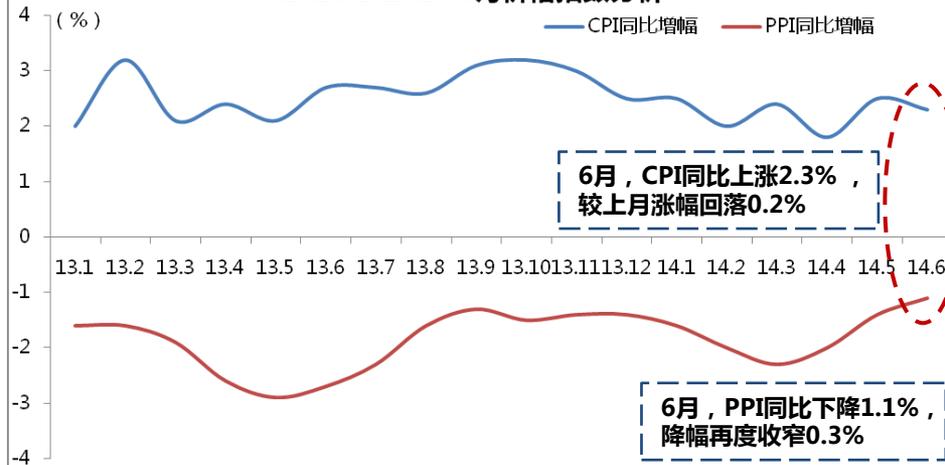
&市场下行压力大，楼市步入调整期

&“组合贷”救市，政府来担保

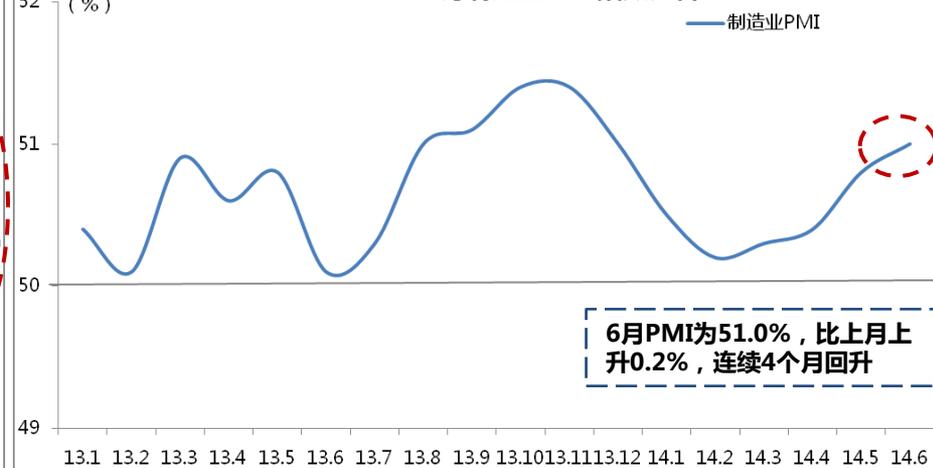
&多项交通促发展，城市版图再扩张

**宏观经济：**2014上半年，一季度经济增速趋缓，下行压力加大，二季度回暖迹象渐显；近期PPI降幅收窄、PMI连续回升，综合来看，整体经济表现趋稳，平稳增长态势基本确立

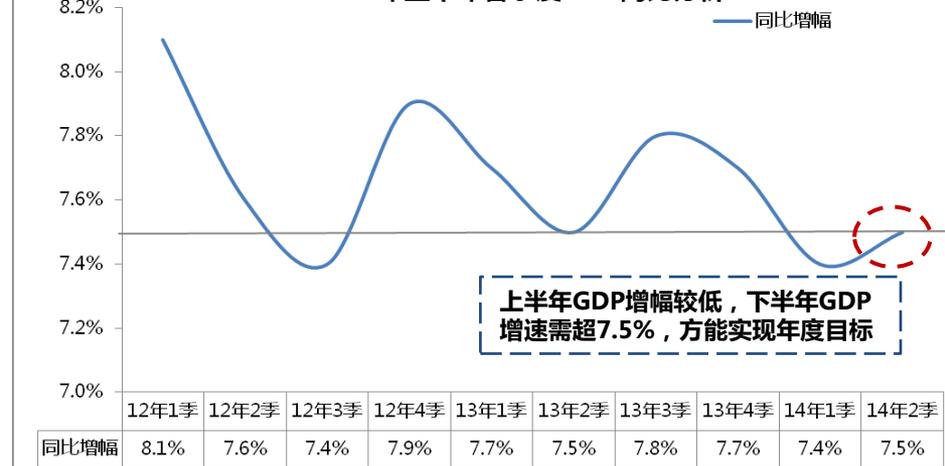
2013.1-2014.6月价格指数分析



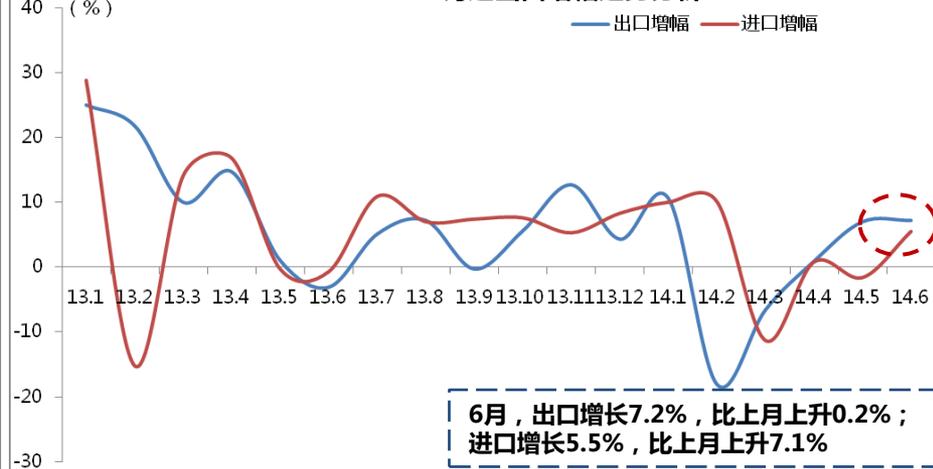
2013.1-2014.6月制造业PMI指数分析



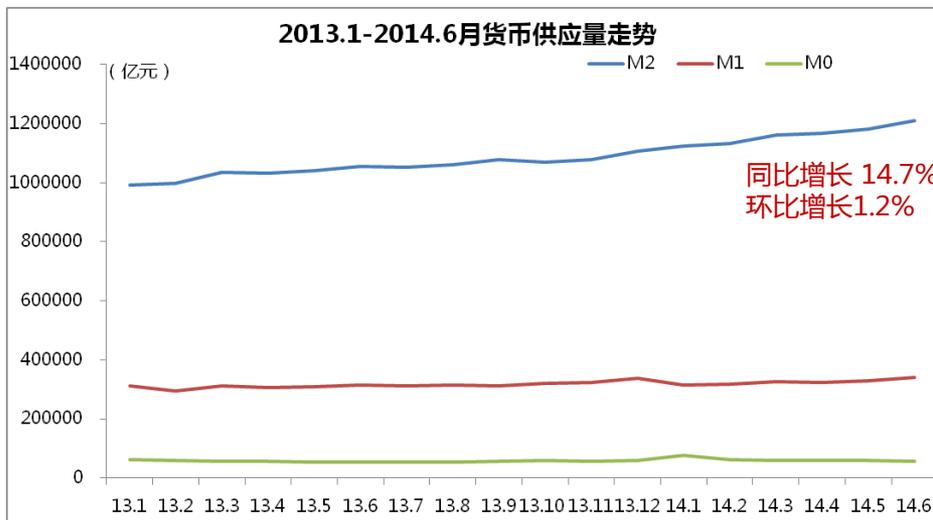
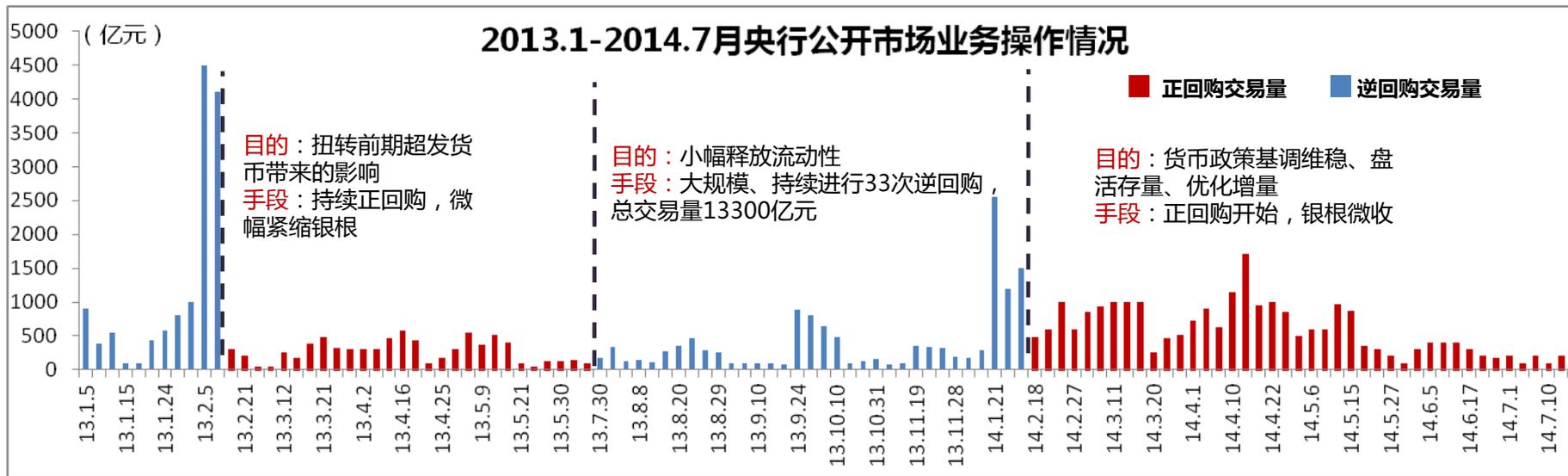
2012-2014年上半年各季度GDP同比分析



2013.1-2014.6月进出口增幅走势分析



**金融环境：**上半年货币政策表现略有不同，由一季度偏紧到二季度相对宽松，仅有两次定向降准，释放资金约1500亿；就货币供应量来看，M2处于稳增长态势，预计年内货币政策将继续采取定向、微调的方式促进经济增长



- 2014年上半年自2月以来，央行持续小规模41次正回购，总交易量24080亿元，微幅收紧银根；
- 6月末，M2余额120.96万亿元，同比增长14.7%，远高于预期；M1余额34.15万亿元，同比增长8.9%；M0余额5.7万亿元，增长5.3%；M0、M1、M2增速均小幅回升，流动性相对宽松；
- 上半年央行两次定向降准而非全面降准，表明央行维持现有货币政策基本取向不变的态度，年内利率下调的可能性较小，预计未来货币政策仍将以稳健为主，采取适度的定向和微调政策。

（数据来源：中国人民银行统计数据、国家数据）

M2=M1+居民储蓄存款+企业定期存款+信托类存款+其他存款；M1=现金+企事业单位活期存款；M0=流通中现金

**金融环境：**上半年，中央政策走向不变，仍保持积极的财政政策，稳健的货币政策；下半年稳健货币政策将略趋宽松，并继续通过定向降准、再贷款等方式，鼓励和支持银行信贷；下半年金融对实体经济的支持作用将有所增强，从银行调整存贷比计算口径可看出当前银行吸纳存款资金少，且央行试图通过银行向实体经济输送流动性，但效果未必理想

## 财政政策

- **基调不变：积极财政政策**，与去年基调一致，今年13500亿财政赤字，和去年一致；
- **土地出让金下滑**：上半年，全国土地出让金增幅26.3%远低于过去五季度平均40%以上的增幅，今年土地出让金有明显下滑；

整体财政支出的幅度比2013年略紧

## 信贷政策

- **存款分流**：由于创新型产品（余额宝、支付宝……）及财务公司等金融工具对单位活期存款的替代，其他理财渠道明显增多，且利息相对较高，存款分流现象较为明显，银行存款实际增长放缓，且负债成本有所上升；
- **社会融资规模同比增加减少**：2014年上半年社会融资规模为10.57万亿元，仅比去年同期多4146亿。

上半年新增社会融资规模同比增加较少，贷款利率居高不下，下半年金融对实体经济的支持作用有待加强

## 金融改革 稳步推进

## 货币政策

- **基调总体不变：总体稳健 局部灵活**
- **货币政策调控手段**：①仍主要依赖公开市场灵活操作；②存款准备金率全面、大幅调整的可能性不大，定向调整仍可能被采用；③存款准备金率将保持基本稳定；

目前货币政策的另一个重要思路：适度提高短期资金成本，降低长期借贷成本

## 存贷比调整

- 银监会6月30日发布《关于调整商业银行存贷比计算口径的通知》；通知从三方面对存贷比计算口径进行调整，分别为调整：①存贷比计算币种口径；②调整存贷比分子（贷款）计算口径；③调整存贷比分母（存款）计算口径；
- 从定量测算结果看，有助于商业银行将更多的信贷资源用于支持实体经济，该通知从2014年7月1日起实施。

存贷比计算口径调整有利于缓解银行存贷比考核压力，促进银行扩大信贷投放。但鉴于这些分子、分母调整项的规模不大，效果或将不甚明显

**政策环境：**3月“两会”中央提出“分类调控”，央行、银监会表态支持首套房贷，两次定向降准“微刺激”楼市，实际影响有限；上半年各地纷纷忙于救市，近期跟风城市渐多，部分城市取消限购以刺激楼市，心理影响大于实际效果

中央政府

分类调控、定向降准、优先满足首套房贷款需求

01

国务院：不动产登记条例6月底前出台

02

央行2014年信贷政策：满足首套自住购房的贷款需求

03

两会政府工作报告提出“分类调控”大思路

04

央行定向下调存款准备金率2%

05

◆“央五条”优先满足首套房贷款需求  
◆银监会：房地产开发贷款、个人贷款等没有讨价还价余地

06

◆银监会表示大力支持首套房需求，抑制投资投机性需求  
◆央行再度定向下调存款准备金率0.5%

地方政府

公开取消限购

6个：呼和浩特、济南、长春、成都、厦门（岛外限购解除）、南昌（除部分区域外限购解除）

契税补贴  
公积金贷款调整

6个：杭州萧山、安徽合肥、铜陵、宣城、江苏扬州、秦州

限购调整  
购房落户调整

12个：沈阳、天津滨海、浙江宁波、温州、江苏苏州、无锡、广西南宁、广东、海南、青海西宁、海口、武汉

房贷担保  
限价限售调整  
以及其他手段

4个：江苏常州、河南郑州、广州、北京

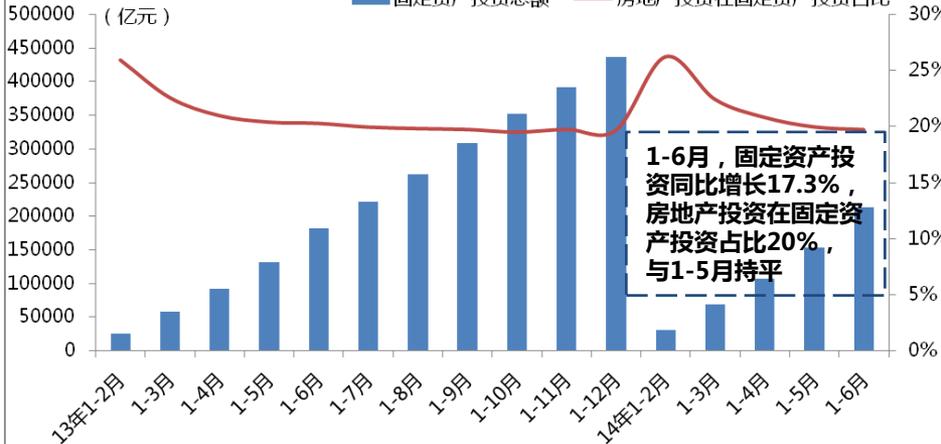
◆两会期间，中央政府针对楼市提出“分类调控”；央行“喊话”力挺首套房贷、两次定向降准，实际影响微弱；  
◆两会后，微调城市逐渐扩容；进入4月份，各地方政府纷纷出台“救市”政策，救市手段多样，从放松限购、契税补贴、落户政策调整到公开取消限购，调控力度渐有加码趋势。

救市手段

**市场运行：1-6月全国房地产开发投资额涨幅有所收窄，在固定资产投资中占比逐渐回落，其中房地产开发景气指数连续4个月下降，住宅及商业新开工面积同期相比均处于低位，上半年市场整体观望氛围浓厚，房企开发热情明显下降**

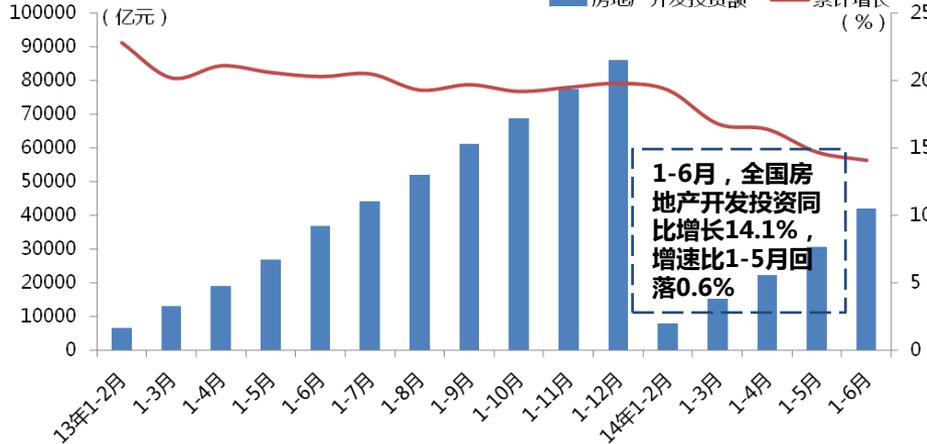
2013-2014年上半年房地产投资在固定资产投资占比

■ 固定资产投资总额 ■ 房地产投资在固定资产投资占比



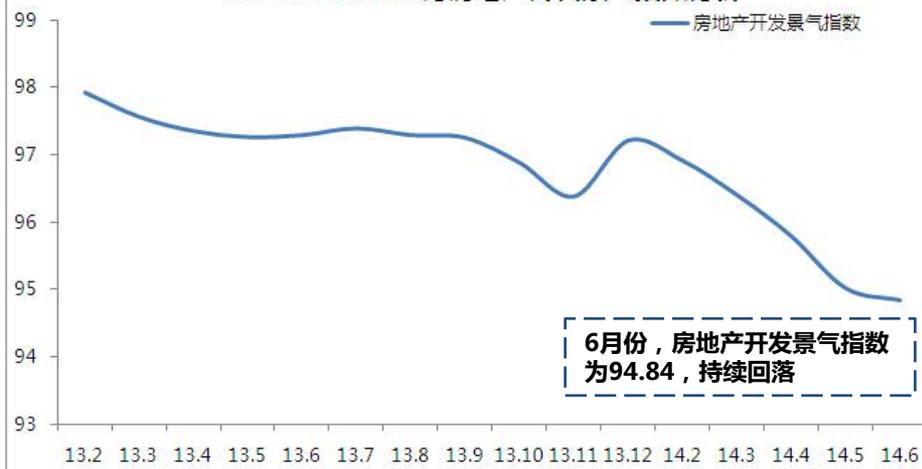
2013-2014年上半年房地产开发投资走势图

■ 房地产开发投资额 ■ 累计增长 (%)



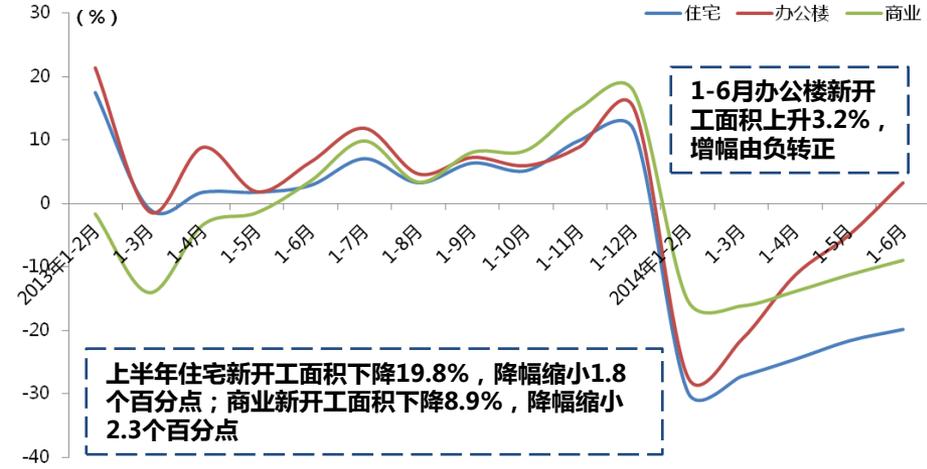
2013.2-2014.6月房地产开发景气指数分析

— 房地产开发景气指数

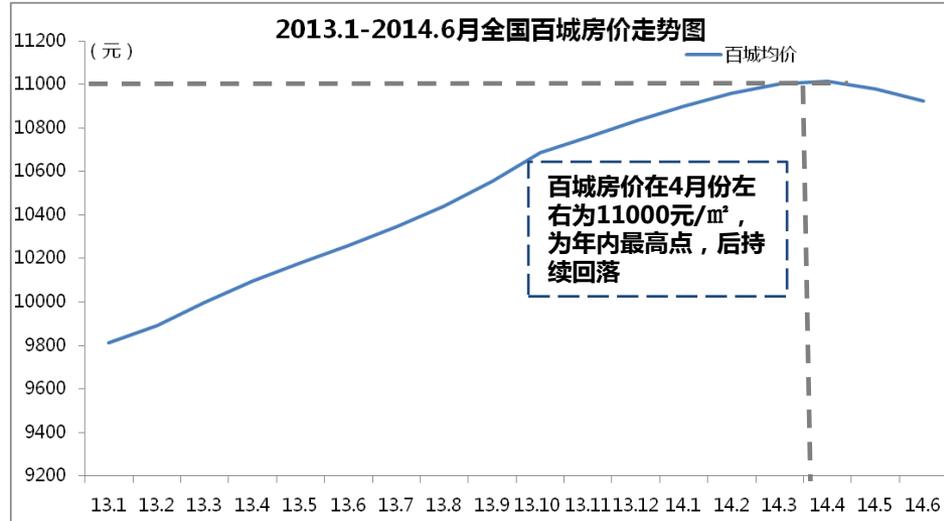
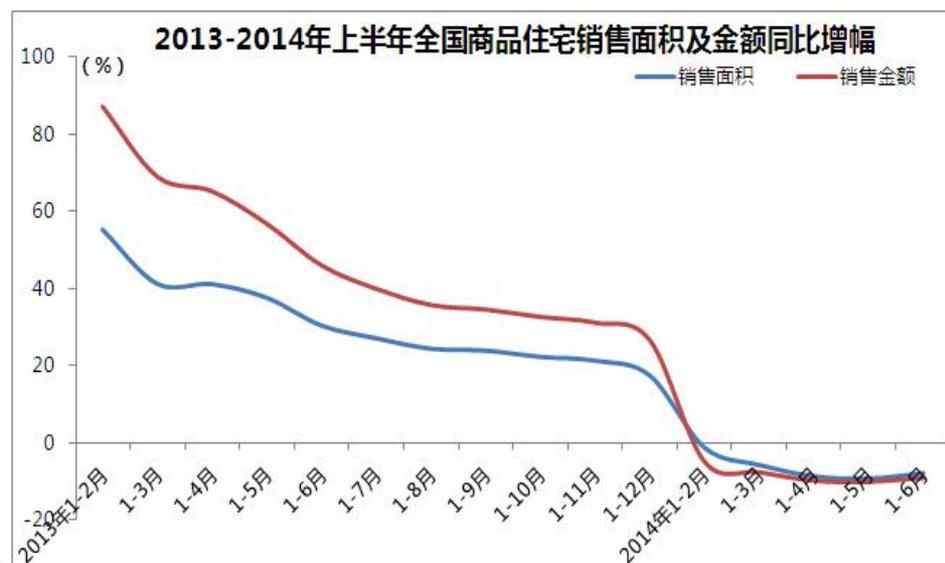
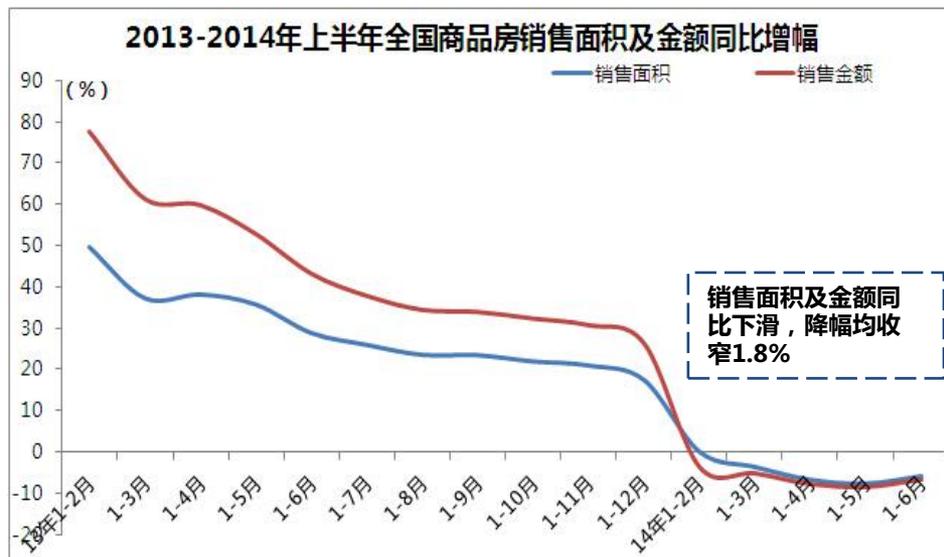


2013-2014年上半年全国住宅、办公、商业新开工面积同比增幅

— 住宅 — 办公楼 — 商业



**市场运行：**上半年国内商品房销售面积及金额持续下滑明显，商品住宅同商品房保持一致，百城房价指数涨幅逐渐收窄，近两个月连续下跌，未来价格下行压力进一步增大



- 2014年上半年**商品房**销售面积及金额双双下滑，销售面积同比下降6.0%，降幅比1-5月收窄1.8%；销售额下降6.7%，降幅比1-5月收窄1.8%；
- **商品住宅**销售面积下降7.8%，降幅比1-5月收窄1.4%；销售额下降9.2%，降幅比1-5月收窄1%；
- 2014年6月**百城住宅平均价格**为10923元/平方米，环比下跌0.5%，连续第2个月下跌，跌幅扩大0.18%。

**市场运行：**上半年房地产市场下行趋势明显，楼市转冷已传导至土地市场，且多数房企去年的土地储备相对充裕，结合上半年房企资金面总体偏紧的现状，土地市场有效需求下降

2009-2014上半年全国土地购置面积、购置金额及增幅走势分析



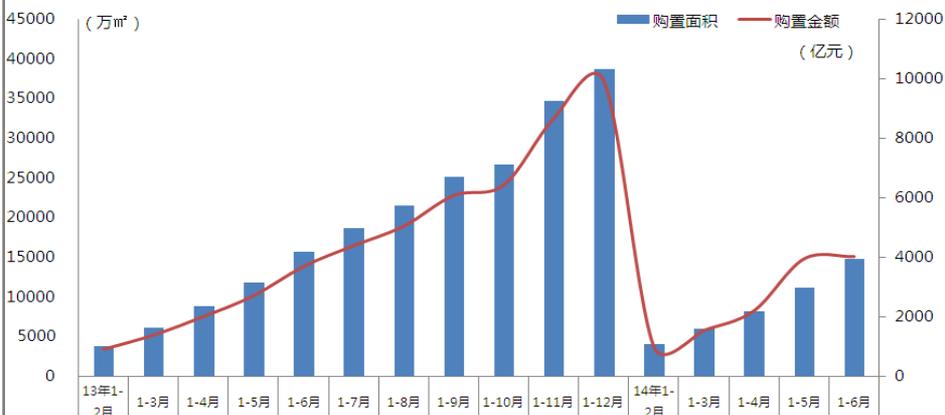
购置面积 (万㎡)	31906	40970	40973	35667	38814	14807
购置金额 (亿元)	6039	9992	8049	7410	9918	4031
购置面积增幅	-18.9%	28.4%	2.6%	-19.5%	9.0%	-5.8%
购置金额增幅	0.7%	65.9%	-1.9%	-16.7%	34.0%	9.0%

➢年初土地市场延续2013年火热的成交态势，竞争激烈，地王频出；后期随着楼市低迷，观望氛围浓厚，房企拿地越趋谨慎，3月份土地市场开始降温；

➢2014年上半年全国土地购置面积14807万㎡，同比下降5.8%，降幅比1-5月份扩大0.1%，且上半年购置面积连续4个月呈下降趋势；

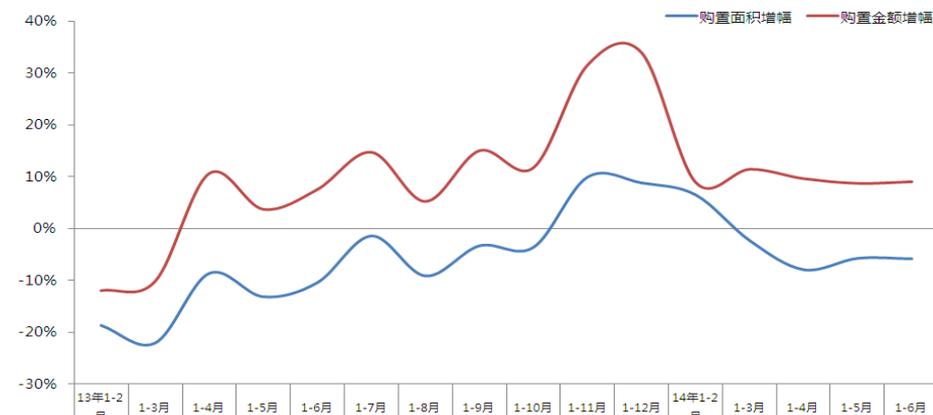
➢土地成交价款4031亿元，同比增长9.0%，增速比1-5月份提高0.3%，土地购置成本相对较高；

2013.1-2014.6月全国土地购置面积及金额分析（累计数据）



购置面积	3813	6134	8825	11756	15721	18717	21482	25167	26658	34773	38814	4062	5990	8130	11090	14807
购置金额	919	1397	2020	2718	3699	4398	5050	6082	6434	8669	9918	1000	1556	2214	3954	4031

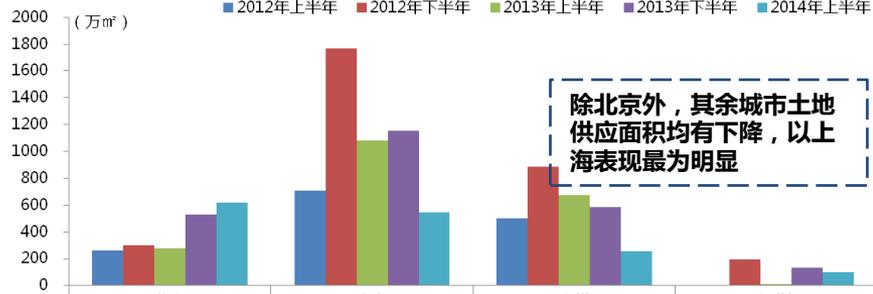
2013.1-2014.6月全国土地购置面积及金额增幅分析（累计数据）



购置面积增幅	-19%	-22%	-9%	-13%	-10%	-1%	-9%	-3%	-4%	10%	9%	7%	-2%	-8%	-6%	-6%
购置金额增幅	-12%	-10%	11%	4%	8%	15%	5%	15%	12%	32%	34%	9%	11%	10%	9%	9%

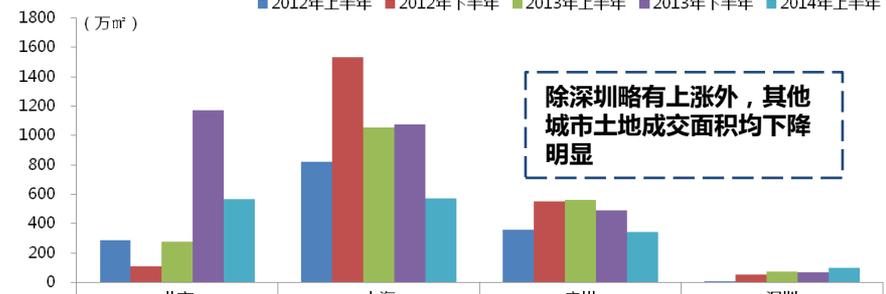
**重点城市：2014年上半年一线城市土地供应量与成交量基本持平，但均不及去年同期水平；商品房成交量较去年同期下降幅度较大，成交均价北上广深均呈现平稳上涨趋势**

2012-2014上半年一线城市土地供应分析



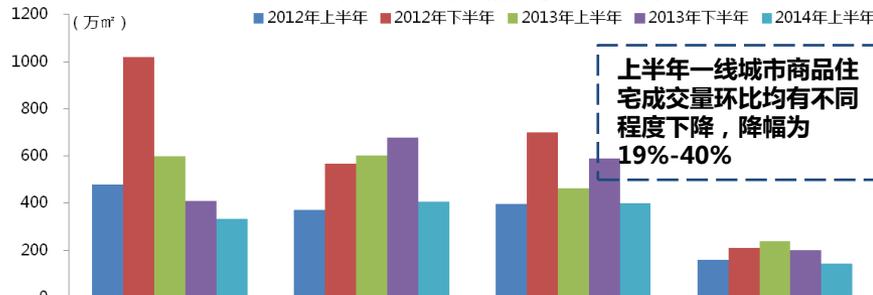
年份	北京	上海	广州	深圳
2012年上半年	263	708	500	7
2012年下半年	299	1768	886	197
2013年上半年	276	1082	674	13
2013年下半年	528	1151	585	131
2014年上半年	616	547	256	102

2012-2014上半年一线城市土地成交分析



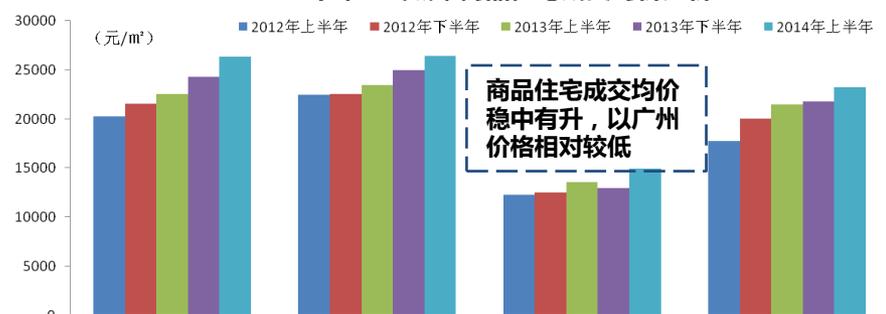
年份	北京	上海	广州	深圳
2012年上半年	285	819	358	9
2012年下半年	110	1533	553	54
2013年上半年	276	1053	564	76
2013年下半年	1174	1077	488	68
2014年上半年	567	573	343	101

2012-2014上半年一线城市商品住宅成交量分析



年份	北京	上海	广州	深圳
2012年上半年	479	371	396	158
2012年下半年	1019	566	700	210
2013年上半年	599	602	463	237
2013年下半年	410	676	589	201
2014年上半年	335	406	401	142

2012-2014上半年一线城市商品住宅成交均价分析



年份	北京	上海	广州	深圳
2012年上半年	20274	22461	12326	17747
2012年下半年	21574	22575	12526	20063
2013年上半年	22537	23495	13584	21481
2013年下半年	24306	24983	12984	21771
2014年上半年	26349	26393	14932	23211

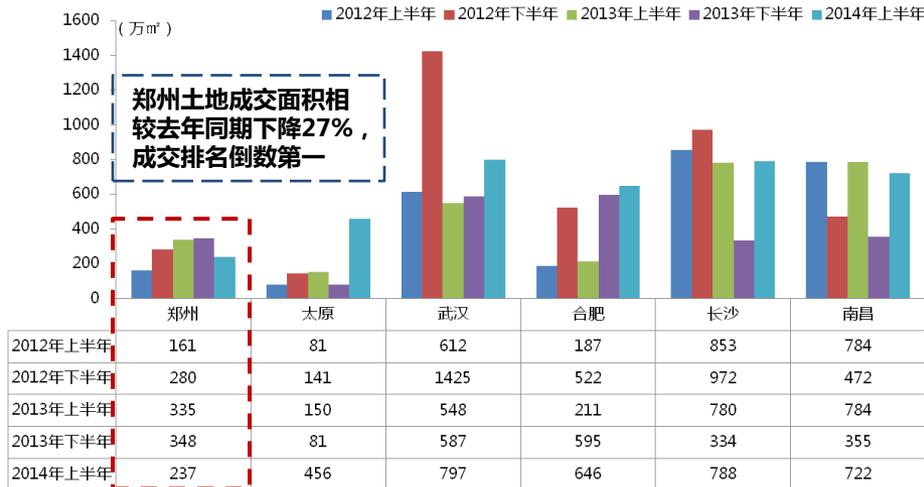
注：以上数据均来自国家统计局

**重点城市：**2014上半年，相较于其他中部六省城市郑州土地市场表现不及预期，土地供应量偏少，但近期郑州土地市场供求较为平稳，表明政府供地节奏控制较好；商品住宅成交方面，郑州成交量排名倒数第二位，成交量较低；住宅成交价格排名第三，仍处于平稳增长态势

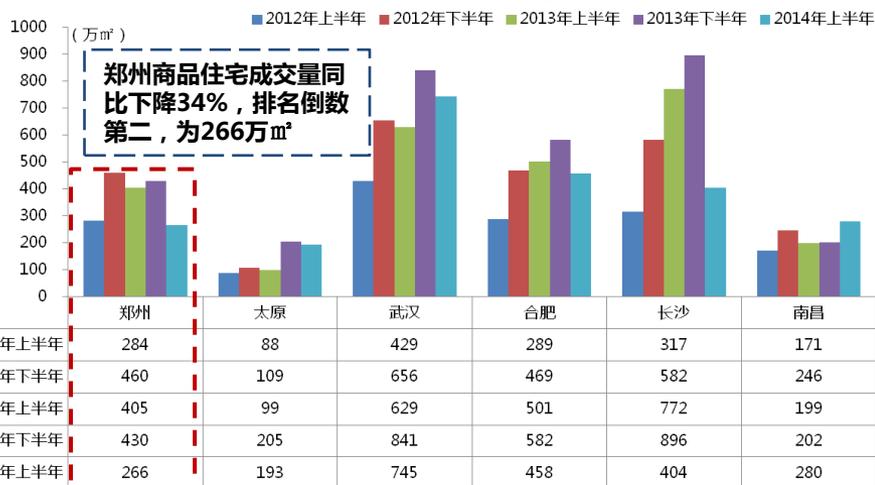
2012-2014上半年中部六省城市土地供应分析



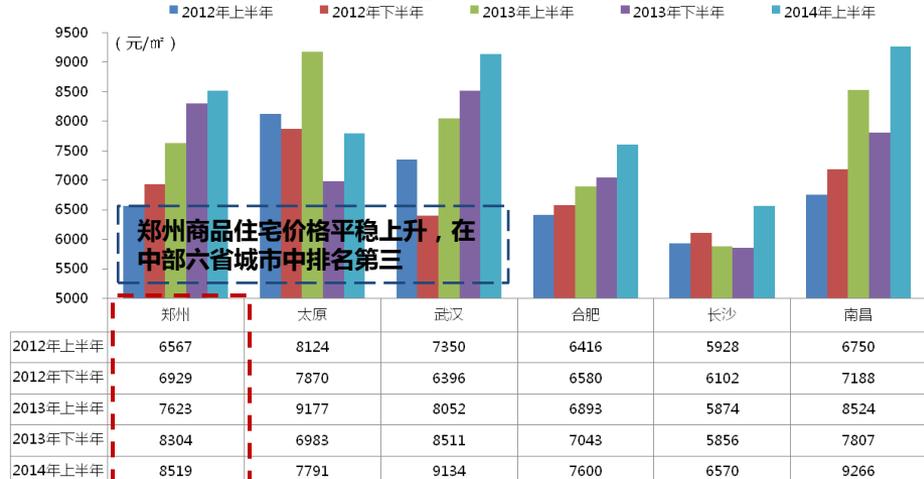
2012-2014上半年中部六省城市土地成交分析



2012-2014上半年中部六省城市商品住宅成交量分析



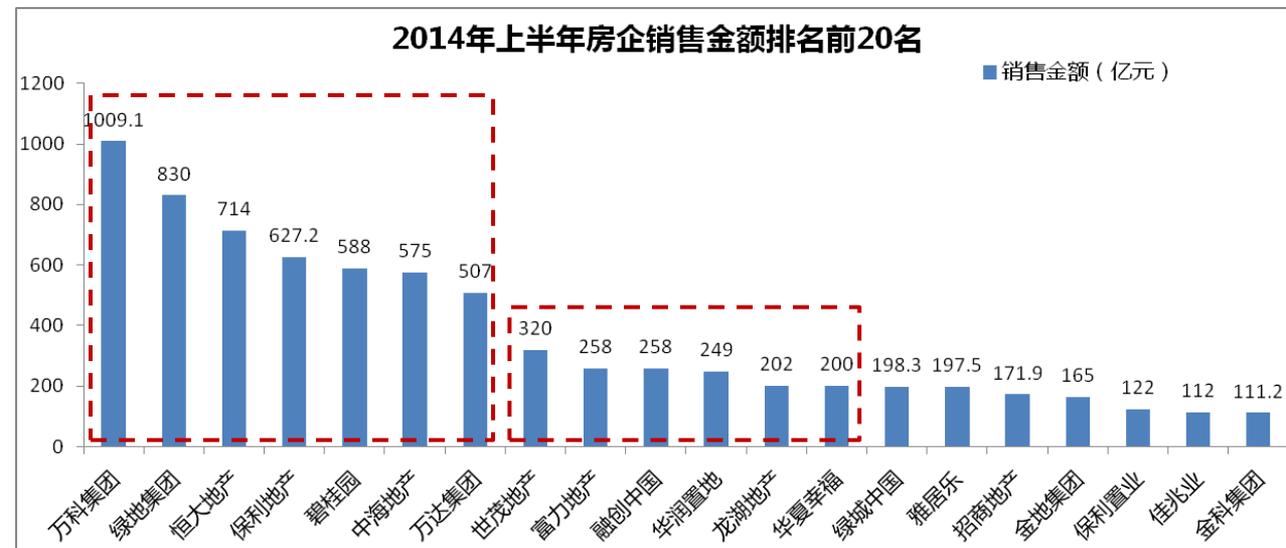
2012年上半年-2014年上半年商品住宅成交价格走势分析



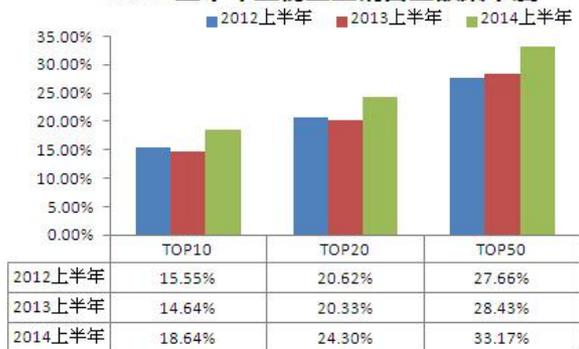
注：以上数据均来自国家统计局

**市场运行：**上半年相对于低迷的市场，典型房企的优势日益凸显，销售面积及金额集中度均有提升，行业集中度明显增强，预计下半年随着房企间竞争的加剧，行业整合步调将明显加快

2014年上半年房企销售金额排名前20名

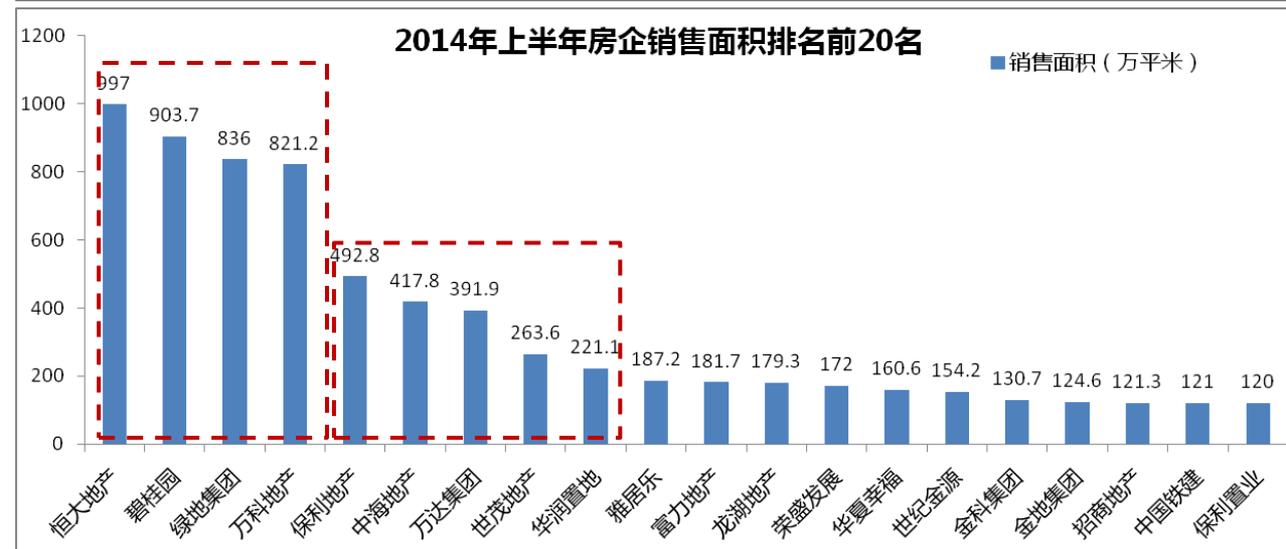


2014年上半年上榜企业销售金额集中度

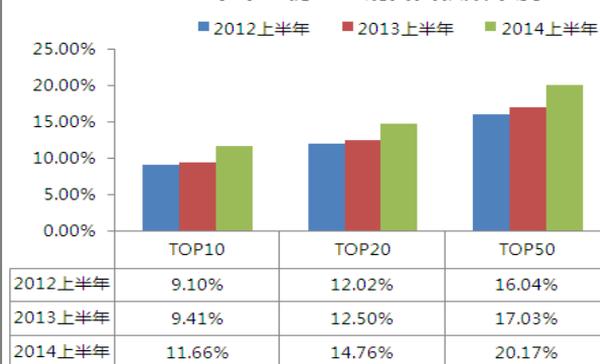


上半年，TOP20企业金额集中度24.3%，同比增长3.7%；其次为TOP10企业，金额集中度18.6%，同比增长3.1%

2014年上半年房企销售面积排名前20名



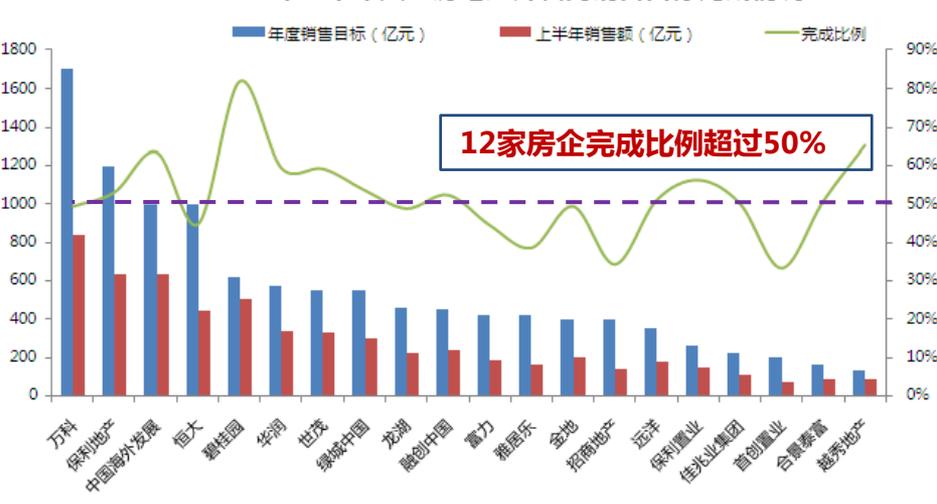
2014年上半年上榜企业销售面积集中度



上半年TOP20企业面积集中度14.8%，同比增长2.3%；其次为TOP10企业，面积集中度11.7%，同比增长2.3%

**市场运行：**从典型房企目标完成情况来看，2013年半年度销售额第一梯队中，仅有4家房企；2014年第一阵营则扩大至7家，销售金额同比均有明显提升

2013年上半年典型房地产开发商销售目标完成情况



- ◆从完成比例来看，2013年上半年典型房企目标完成比例超过50%以上的企业12家，近半数房企均完成既定目标；
- ◆从2013年上半年度销售额来看，仅万科、保利、中国海外发展、碧桂园销售额超500亿，第一梯队销售总额2614亿元，占总额45%；
- ◆从2013年度典型房企销售目标来看，销售目标超过1000亿元以上的仅有4家，销售目标最高为万科，1700亿元。

2014年上半年典型房地产开发商销售目标完成情况



- ◆从完成比例来看，2014年上半年仅3家房企目标完成比例超过50%，为万科、中海、恒大，多数房企目标完成率在30%-40%之间；
- ◆从2014年上半年度销售额来看，第一梯队阵营扩大至7家，以万科1009亿位居榜首，第一梯队销售总额4850亿元，占总额66%，销售金额同比均有明显提升，行业集中度明显提升。
- ◆从2014年度典型房企销售目标来看，销售目标超过2000亿以上的有3家，其中绿地和万达（因其年度销售目标过高，上半年度销售完成比例相对较低）；万科年度目标为2000亿。

注：销售金额500亿以上为第一梯队  
200-500亿为第二梯队  
200亿以下为第三梯队

**郑州热点：**自2月份以来，首套房贷利率普遍上浮，客户观望氛围渐浓，政府为提振市场信心，适度放松限购政策，出台组合贷款新政，但该政策实际作用远未达到预期效果

### 5月7日，《郑州市个人住房置业贷款**政策性担保**管理办法》发布贷款新政

个人住房置业贷款政策性担保是指依法设立的住房置业政策性担保机构作为保证人，依据有关政策，为申请个人住房贷款的借款人提供保证，在借款人未按合同约定履行住房贷款偿还义务时，由住房置业政策性担保机构代借款人偿还住房贷款债务的行为。



➤ 郑州出台贷款新政，存在救市意向，对于购房者并无实际意义，反而增加其购房成本；该政策未解决银行贷款紧张的局面，且影响面微弱。

### 郑州买房可用**组合贷**，最高限额为70万元

6月15日起，郑州可申请组合贷款，公积金缴满半年就可办理，最高可以贷款70万元，首套房首付三成，二套房要首付四成。7月份起，公积金缴满1年以上才能办理组合贷，组合贷适用范围为郑州市区新建合规商品住宅，并不包括二手商品住宅。



➤ 作为刺激市场手段，组合贷在郑州推行至今，目前申请成功人数不超过10人，受限于流程复杂、门槛提高等多方面原因，导致组合贷在郑州市场的运行效果远不及预期。

### 2014年2月至今，各商业银行首套房利率普遍上浮15-20%

#### 郑州15家银行利率上浮情况一览

序号	银行	首套房		二套房	
		首付	利率	首付	利率
1	中国工商银行	3成	上浮20%	6成	上浮30%
2	中国建设银行	3成	上浮15-20%	6成	上浮25-30%
3	中信银行	3成	上浮20%	6成	上浮30%
4	中国银行	3成	上浮20%	6成	上浮25%
5	招商银行	3成	上浮10%	6成	上浮20%
6	交通银行	3成	上浮20%	6成	上浮30%
7	郑州银行	3成	上浮20%	6成	上浮30%
8	华夏银行	3成	上浮20%	6成	上浮30%
9	浦发银行	3成	上浮20%	6成	上浮30%
10	农业银行	4成	上浮20%	6成	上浮30%
11	光大银行	3成	上浮20%	6成	上浮30%
12	兴业银行	3成	上浮20%	6成	上浮30%
13	广发银行	3成	上浮20%	6成	上浮20%
14	邮储银行	3成	暂停房贷	6成	暂停房贷
15	平安银行	3成	暂停房贷	6成	暂停房贷

➤ 首套、二套房贷利率的上浮不仅导致购房者成本增加，月供压力加大，且放款时间延长，导致开发商回款困难；  
➤ 当前市场上各种融资渠道及互联网的吸金能力，直接造成银行的融资压力加大。

**郑州热点：**上半年度地王的出现未能改变土地市场的降温态势；尽管单独二胎政策已放开，短期内影响力还难以显现；随着未来专业市场的外迁，改善城市形象的同时，也将增加中心城区新的土地供应

## 2014上半年，郑州出现两块“地王”，土地市场网拍将与现场竞价并存

2月19日，郑州信息学院路西博颂路南一地块，最终由河南天邦置业以7.9593亿元摘得，溢价率高达240%，折合单价每亩约为1550.4万元，成为郑州单价地王；

6月5日，郑东新区龙湖区域一块18.16亩地块，以总价28830万元成交，楼面价14006.4元/平方米、单价1587万元/亩的价格，成为郑州“双料地王”。

➤楼市转冷已传导至土地市场，尽管上半年度出现两块地王，但难改整体土地市场降温大局。

## 6月3日起，河南省单独二胎政策正式实施

单独二胎政策是指一方为独生子女的夫妇可生育两个孩子的政策，又称单独两孩政策。单独两孩政策适用于一方为独生子女的夫妇。



➤目前全国已有29个省市单独二胎，已有24.9万人获批，而作为人口大省的河南，每年新增加5万—8万人，短时间对楼市影响有限，后期可能改变户型供给结构，小四房套数或将明显增加。

## 2014年中心城区市场外迁工作实施方案公布今年外迁市场名单

今年郑州市计划完成外迁市场54家，面积达4471亩，以郑东新区及管城区为主；目前承接地5家（金马凯旋家具CBD、锦艺国际轻纺城、华南城、五洲国际等）具备承接条件。

◆**郑州金马凯旋家居CBD**：380万方建材、家具、灯饰工厂直销总部，政府指定市区内零距离承接建材、家具、灯饰专业市场外迁，部分商家已入驻，预计8月即将盛大开业。

◆**锦艺国际轻纺城**：主要承接纺织类市场外迁，是集纺织品批发、步行街、仓储物流、企业总部、酒店等业态为一体的超大型城市综合商业；今年开建面积37万m<sup>2</sup>，年底具备承接条件的面积为30万m<sup>2</sup>。

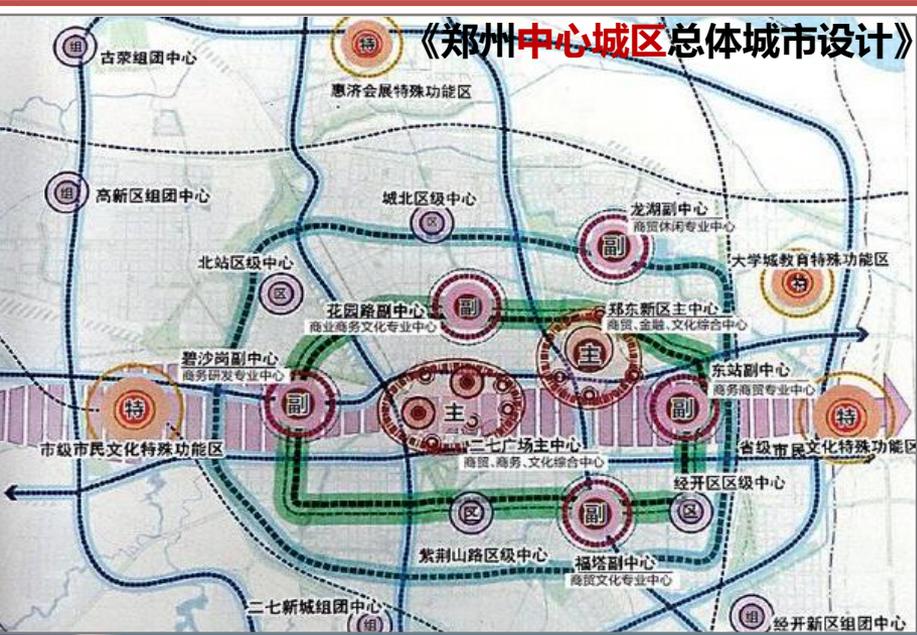
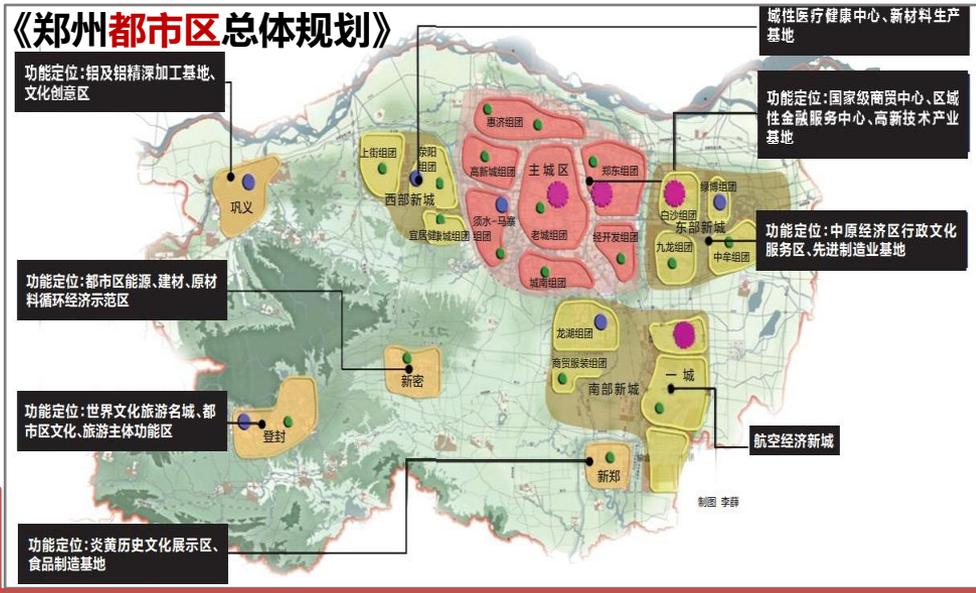
◆**郑州华南城**：占地1.5万亩，是超大规模工业原材料及成品交易中心，集采购、旅游、餐饮、休闲、娱乐为一体的现代综合商贸物流城；7月6日电动车市场开业，8月28日全面试营业。

◆**五洲国际**：工业博览、工业品设计、工业旅游、商务办公、美食休闲娱乐、仓储物流、新品发布等功能为一体的超级工业品博览交易基地；6月26日一期盛大开盘，预计投入使用在2015年7月。

➤市场外迁改善城市形象的同时，也将增加市中心的土地供应，其内部人口的流动也会带动承接地的房地产市场发展。

**郑州热点（规划）：**《郑州都市区总体规划》、《郑州中心城区总体城市设计》的出台，对各区域间的定位更加清晰，以中心区板块为核心，由点及面，促进郊区板块向中心城区的融合，城市框架进一步拉伸至四环及环外热点片区

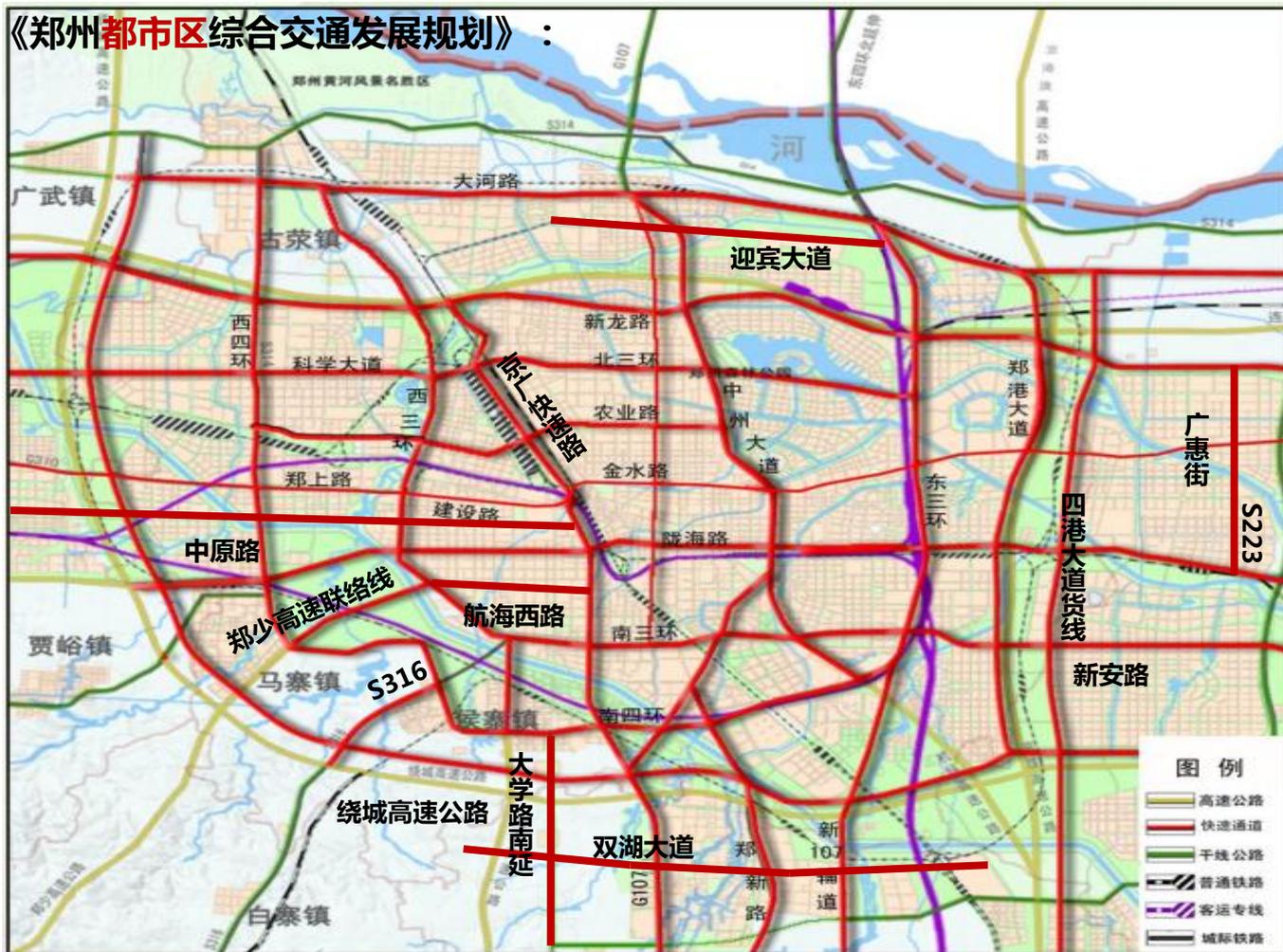
<b>都市区范围</b>	包括 <b>郑州市区、周边县市区、乡镇等</b> ，总面积约1700平方公里
<b>都市区战略格局“一主、一城、三区、四组团”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <b>一主：</b>主城区，现代综合服务中心，功能定位为“国家级商贸中心，区域性金融服务中心、高新技术产业基地”；</li> <li>➢ <b>一城：</b>航空经济新城；</li> <li>➢ <b>三区：</b>东部、南部、西部三个新城区，主要承担新的城市功能，并疏散主城区人口；</li> <li>➢ <b>四组团：</b>巩义、登封、新密、新郑四个外围组团，主要承担次区域服务中心的作用；</li> </ul>



<b>中心城区范围</b>	<b>北至黄河，南至绕城高速，东至京港澳高速，西至绕城高速</b> ，总体规划面积约980平方公里
<b>公共中心体系“二主、五副、四特、八区”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <b>2个市级中心：</b>二七广场商业中心、郑东新区商务中心；</li> <li>➢ <b>5个城市副中心：</b>福塔副中心、碧沙岗副中心、东站副中心、花园路副中心、龙湖副中心；</li> <li>➢ <b>4个特殊功能区：</b>惠济会展特殊功能区、市民文化特殊功能区、大学城教育特殊功能区、白沙省级文化特殊功能区；</li> <li>➢ <b>8个片区级中心：</b>紫荆山路区级中心、经开新区区级中心、北站区级中心、城北区级中心、二七新城组团中心、古棠组团中心、经开新区组团中心、高新区组团中心。</li> </ul>

**郑州热点（交通规划）：**5月26日，《郑州都市区综合交通发展规划》发布，本次规划进一步拉大城市框架；加强主城区同周边组团紧密联系的同时，促进主城区人口外溢，带动各片区的发展，片区的吸附能力也将有所提升

### 《郑州都市区综合交通发展规划》：



- 本次规划期限：近期为2015年，远期为2030年，**规划范围为郑州市域范围**，面积为7446平方公里；
- 都市核心区的快速路布局为“十五横十七纵”；
- 十五横为：**大河路、新龙路、科学大道、农业路、金水大道、中原大道、陇海快速路、航海西路、南三环-新安路、南四环、绕城高速辅道（东西向）、双湖大道、郑少高速联络线、迎宾大道、S102。
- 十七纵为：**昆仑路（上街西环路）、S317、京城路、广贾路、S316、绕城高速辅道（南北向）、渠南路、西四环、西三环、大学路南延、京广快速路、中州大道、107辅道、四港大道、四港大道货线、广惠街、老S223。

备注：图中所标道路规划，不包含四条纵向道路：昆仑路、S317、京城路、广贾路、渠南路；横向一条道路：S102

**郑州热点（对外交通）：**郑州三个高铁站的建设以及郑开、郑焦城铁的修建开通，将进一步巩固郑州交通枢纽地位；提升区域影响力的同时，必将吸引较多企业进驻，增加人流导入，也将促进片区内的房地产市场发展



- **郑州南站**定址航空港区，今年将开工，意味着**郑万高铁**（2015年开工建设）、**郑合高铁**（预计2015年开工建设）接入郑州的走向确定；
- 郑州荥阳豫龙镇境内高铁南站升级更名为**郑州西站**，预计今年10月初正式投入使用；
- 未来，建成后的郑州高铁西站、南站、东站，加上已经开通运行的京广、徐兰高铁，高速铁路将在郑州形成一个“米”字交叉，实现郑州到北京、西安、武汉等城市的2小时出行圈。
- 另外，**郑开城际铁路**轨道已全线贯通，**郑焦城铁**进度滞后约一个月，目前正在铺设轨道，**郑开城铁**、**郑焦城铁**计划于今年第四季度开始联调联试，年底开通运营。
- 此外，**郑州与机场铁路**的主体工程有望于年内完工。



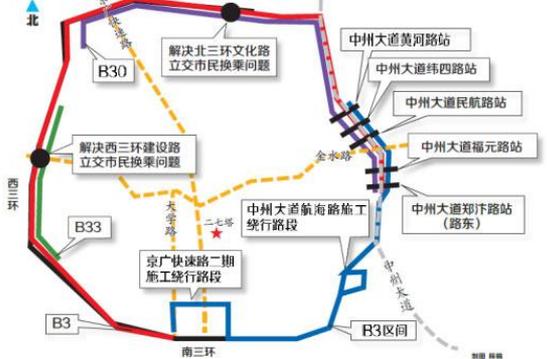
**郑州热点（对内交通）：**随着各快速路及地铁线的规划修建，便于交通出行的同时，郑州各区域间的价格差异将逐步缩小，后期各板块间价格扁平化趋势将明显增强



**三环快速路于4月30日正式全线开通**



**B3路于6月26日起试运营**



线路	起始点	建设时限
1号线二期	郑州大学——凯旋路 体育中心——河南大学	2014-2016
2号线二期	天山路——广播台	——
2号线南延线	南四环站——机场站 (机场站——郑州南站)	2014-2016 (2015-2018)
3号线一期	长兴路——航海东路	2015-2019
4号线	安顺路——河西北路	2016-2020
5号线	沙口路——沙口路	2014-2018

# 【事实篇】

## Part 2

## 郑州土地市场

**&量低价高，购地成本渐增加**

**&地王显现，难改降温大局**

**&土地市场渐低迷，房企拿地趋谨慎**

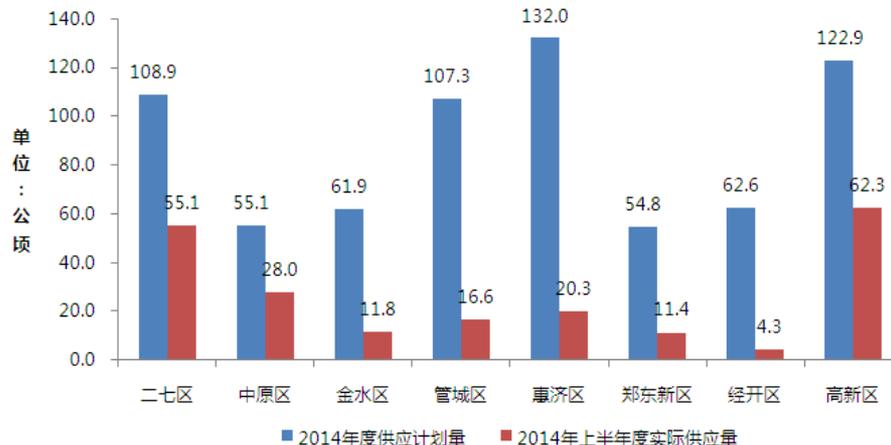
**&热点区域外溢，郊区板块演主场**

**土地供应**：年初土地市场延续2013年市场火热态势，供应量居多，3月份受楼市影响，土地市场开始降温，房企拿地普遍趋于谨慎；上半年度土地供应区域集中在高新区、二七区等三环外城市热点片区，普通住房用地仍为供应主体

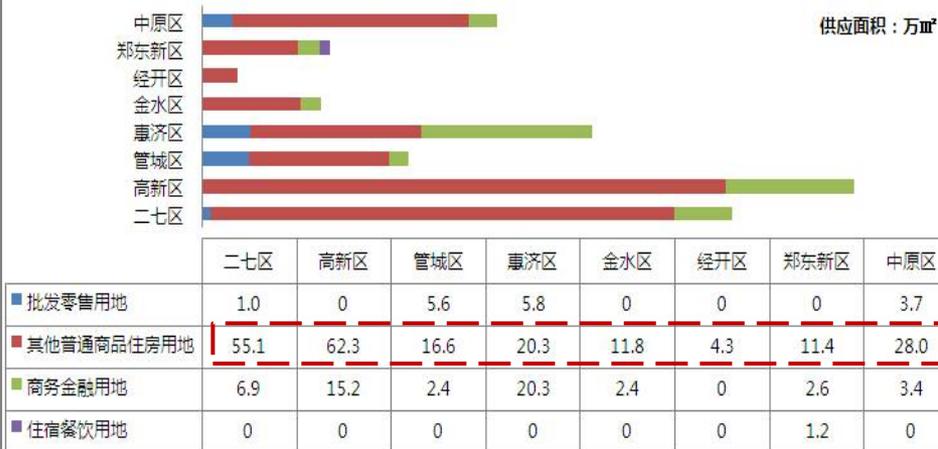
2009-2014年上半年郑州市土地供应走势分析



2014年郑州市普通商品住宅供应计划量及上半年实际供应量



2014上半年度郑州市内八区土地供应类型分析



>自2009年以来，郑州土地市场供应量波动明显，2013-2014年土地供应整体较为平稳，2014年上半年土地供应87宗，共278万㎡，仅完成全年供应计划的25%，下半年供应压力巨大；  
 >2014年郑州市住宅用地计划供应量为903万㎡，较2013年同比增长15.5%，以惠济区、高新区、二七区、管城区等城市新兴区域为主，占供应计划67%；  
 >2014年上半年度供应其他普通商品住房用地210万㎡，占总供应量的75%，集中在高新区和二七区；商务金融用地供应51万㎡，占总供应量18%。

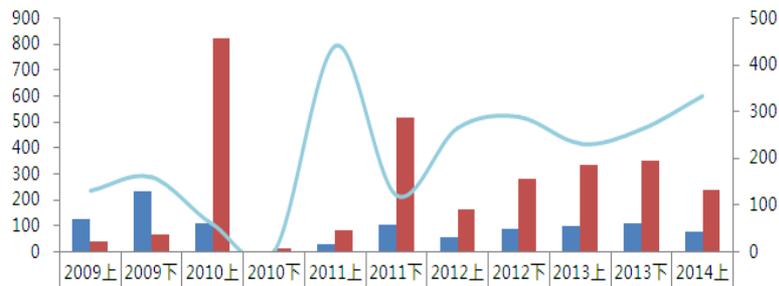
注：土地部分数据均来自中国土地市场网，土地类型以住宅和商服用地为主

◆住宅用地：其他普通商品住房用地+经适房地+保障房地

◆商服用地：商务金融用地+批发零售用地+住宿餐饮用地+其他商服用地

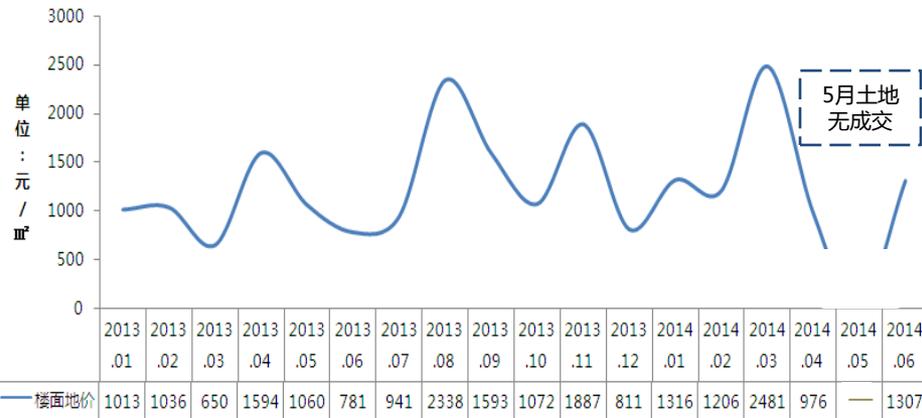
**土地成交**：上半年度郑州土地市场成交冷热不均，呈现两个“地王”，但受楼市影响整体成交低迷；成交价格受土地类型及成交区域影响，波幅较大；成交区域主要集中于惠济区、经开区、高新区和二七区

2009-2014年上半年郑州市土地成交量价分析



	2009上	2009下	2010上	2010下	2011上	2011下	2012上	2012下	2013上	2013下	2014上
成交宗数	126	232	107	2	29	101	56	84	98	105	73
成交面积(万㎡)	36	64	823	10	78	517	161	280	335	348	237
平均单价(万元/亩)	131	159	57	—	440	121	264	288	230	260	332

2013-2014年上半年郑州市成交土地月度楼面地价分析



单位：元/㎡	2013.01	2013.02	2013.03	2013.04	2013.05	2013.06	2013.07	2013.08	2013.09	2013.10	2013.11	2013.12	2014.01	2014.02	2014.03	2014.04	2014.05	2014.06
楼面地价	1013	1036	650	1594	1060	781	941	2338	1593	1072	1887	811	1316	1206	2481	976	—	1307

2014上半年度郑州市内八区土地成交类型分析



	二七区	高新区	管城区	惠济区	金水区	经开区	郑东新区	中原区
批发零售用地	1.0	6.5	0	3.6	0	0	0	3.2
其他普通商品住房用地	22.5	20.3	0.4	42.3	15.9	45.4	14.6	5.2
商务金融用地	13.8	3.1	0	10.8	0	4.8	6.3	1.4
经济适用住房	0	0	0	3.0	3.6	0	9.0	0

➢2014年上半年度，郑州市内八区共计成交土地73宗，占地237万㎡，环比下降32%，同比下降29%，降幅明显；受整体市场影响，房企拿地趋于谨慎；

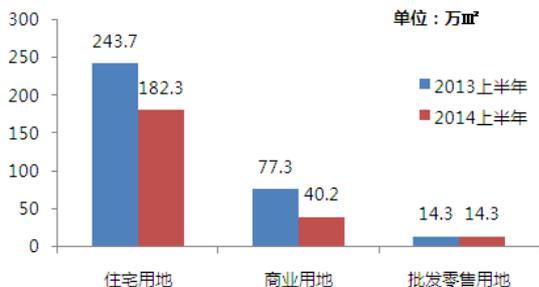
➢成交土地集中分布于惠济区、经开区、高新区和二七区等城市热点片区，以普通商品住房用地为主，共计成交167万㎡，占总成交量的70%；商务金融用地成交40万㎡，占总成交量17%；

➢上半年度郑州土地市场成交均价为332万元/亩，受“地王”及优质地块成交价格的影响，楼面价波幅较大。

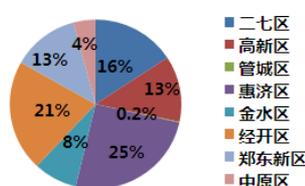
**土地成交**：上半年度郑州市土地成交区域主要集中在惠济区、经开区、高新区和二七区，边郊新区为土地成交的重点区域，且成交土地以城中村改造用地居多

2014年上半年度郑州市土地成交区域分布图

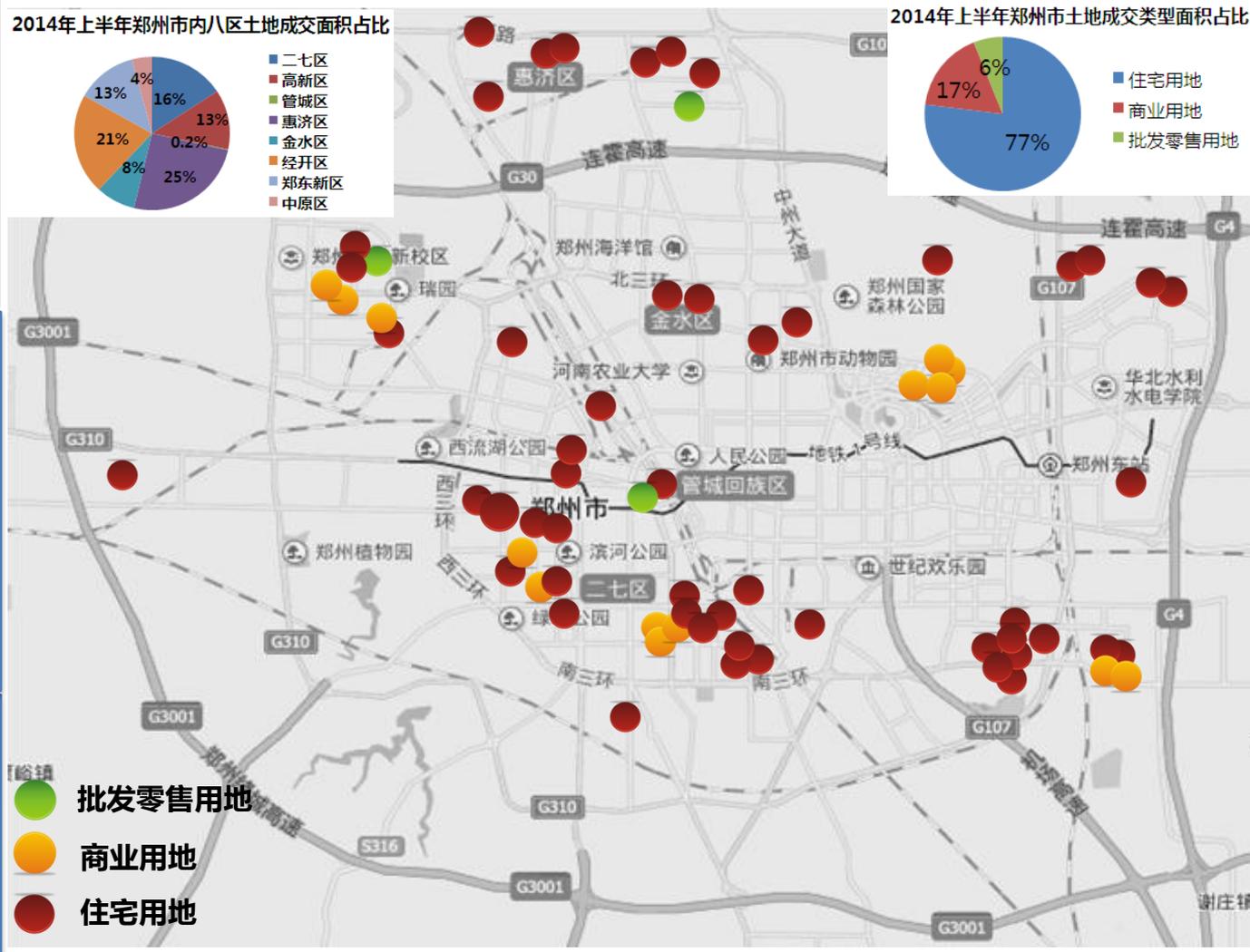
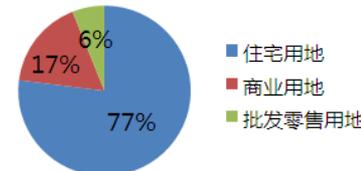
2013上半年、2014上半年郑州市区土地成交类型分析



2014年上半年郑州市内八区土地成交面积占比



2014年上半年郑州市土地成交类型面积占比



➢ 上半年度郑州成交土地多以城中村改造用地为主，高新区、二七区较为集中；

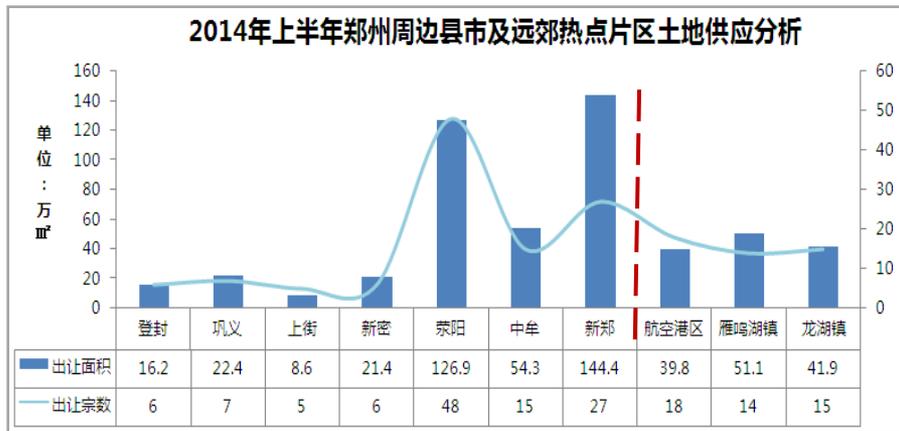
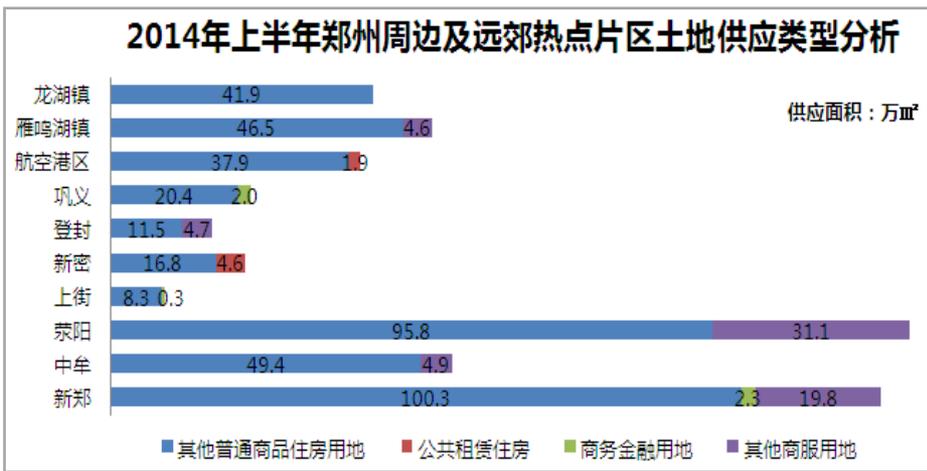
➢ 成交类型中，住宅用地成交182万㎡；商业用地成交40万㎡，批发零售用地成交14万㎡；

➢ 同期相比，2014年上半年住宅用地以及商业用地成交面积均减少，批发零售用地成交量持平；

➢ 受信贷及楼市影响，上半年郑州土地市场整体表现低迷，房企拿地谨慎；若下半年无政策利好消息，地方政府对土地供应计划将会做进一步调整，届时不排除部分房企借机以低价购地。

**郑州周边县市土地供应**：上半年郑州周边县市土地供应市场表现较为火热，得益于“十二组团”的政策扶持，土地的供应区域集中在新郑、荥阳和中牟三个热点片区，与郑州市各区相比体量较大；普通住房用地仍为供应主体

- 2014年上半年，郑州市周边县市及航空港区、雁鸣湖镇、龙湖镇远郊片区供应土地共计161宗，占地527万m<sup>2</sup>；
- 郑州周边县市土地供应以其他普通商品住房用地为主，部分县市区域附带有少量商服用地；
- 土地供应区域集中在新郑、荥阳和中牟三个热点片区，与郑州市各区相比体量较大；航空港区、雁鸣湖镇、龙湖镇土地供应次之，体量与郑州市内热点片区基本持平。



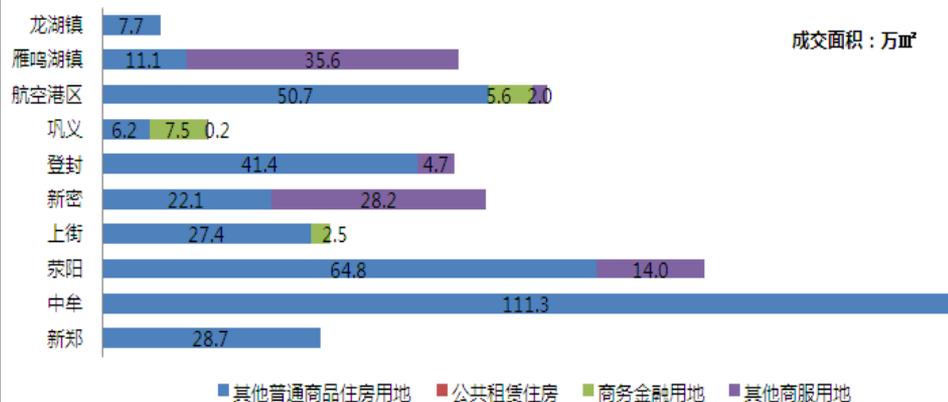
- 荥阳上半年土地供应以贾峪镇区域的44.8万m<sup>2</sup>和荥泽大道24.6万m<sup>2</sup>为主；
- 航空港区上半年土地供应集中在郑港四路至郑港七路之间，共31.1万m<sup>2</sup>；
- 中牟土地上半年土地以绿博团区域的47.2万m<sup>2</sup>的供应为主；
- 新郑市上半年土地以郭店镇区域16.7万m<sup>2</sup>和孟庄镇14.1万m<sup>2</sup>为主要供应量。

备注：新郑不包含航空港区和龙湖镇，中牟不包含雁鸣湖镇

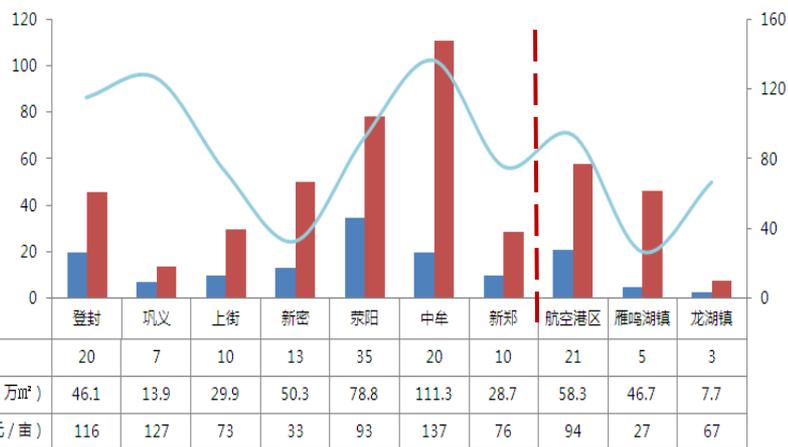
**郑州周边县市土地成交**：上半年郑州周边区域土地市场表现相对较好，成交地块主要集中于热点板块内，且多为前期协议好的土地，目前多数地块的项目均已入市；龙湖镇成交量较低，主要在于地块多已成交，尚未公布，且部分项目均已入市，未来该片区的竞争将日趋激烈

- 2014年上半年，郑州市周边县市及航空港区、雁鸣湖镇、龙湖镇远郊片区成交土地共计144宗，占地471.7万m<sup>2</sup>；
- 荥阳、中牟、航空港区土地市场共成交76宗，体量248.3万m<sup>2</sup>，新密、登封、雁鸣湖镇次之；
- 土地成交单价以巩义、登封、中牟较高，中牟为137万元/亩，成交价格最高，其他县市成交价格相对较低，均在100万/亩以下；
- 成交土地类型以商品住宅用地占主力，其次为商服用地。

2014年上半年郑州周边及远郊热点片区土地成交类型分析



2014年上半年郑州周边县市及远郊热点片区土地成交量价分析



- 河南长基雁鸣湖新农村建设开发有限公司的长基·雁月湾成交57.6万m<sup>2</sup>，推动雁鸣湖镇上半年土地成交数据上升；
- 中牟绿博组团59.8万m<sup>2</sup>的土地成交量推动中牟土地成交总量，其中名门地产购地20万m<sup>2</sup>（项目为名门紫园），均价为148万元/亩；
- 航空港区上半年土地成交以豫发大运城22.9万m<sup>2</sup>和正弘中央公园的15.6万m<sup>2</sup>为主，区域成交均价为97万元/亩，目前项目均已面市；
- 荥阳上半年土地集中的区域主要在贾峪镇，河南新田置业的新田城和郑州恒林置业恒大山水城各拿地21万m<sup>2</sup>，均价61万元/亩。

备注：新郑不包含航空港区和龙湖镇，中牟不包含雁鸣湖镇

**典型地块1**：2014年上半年郑州土地市场表现冷热不均，2月19日首现“单价”地王，均价1550万/亩（市场平均成交单价332万/亩），较市场单价高367%



### 郑州首个“单价地王”

地理位置	金水区信息学院路西、博颂路南
土地用途	普通商品住房用地
占地面积	51亩
容积率	3
竞得人	河南天邦置业有限公司
成交总价	7.96亿元
成交单价	1550万元/亩
楼面地价	7752元/m <sup>2</sup>
价格预估	预计总成本价格达到14000元/m <sup>2</sup> 左右
备注	目前地块正在拆迁中

**典型地块2**：郑州土地市场一季度火热，二季度遇冷，6月5日商业地王出现，该地块虽位置特殊，但规模较小，就目前市场而言，地王的影响力相对有限



### 郑州商业“地王”

地理位置	郑东新区龙湖中环南路南、九如路西
土地用途	商务金融用地
占地面积	18.16亩
容积率	1.7
竞得人	河南中盟房地产有限公司
成交总价	2.883亿元
成交单价	1587万元/亩
楼面地价	14006元/m <sup>2</sup>
价格预估	预计总成本价格达到27000元/m <sup>2</sup> 左右，预计售价在30000元/m <sup>2</sup>
备注	目前地块上有树木，土地未平整

# 【事实篇】

## Part 3

# 郑州商品房市场

**&商品房市场：供求量走低，价格上扬**

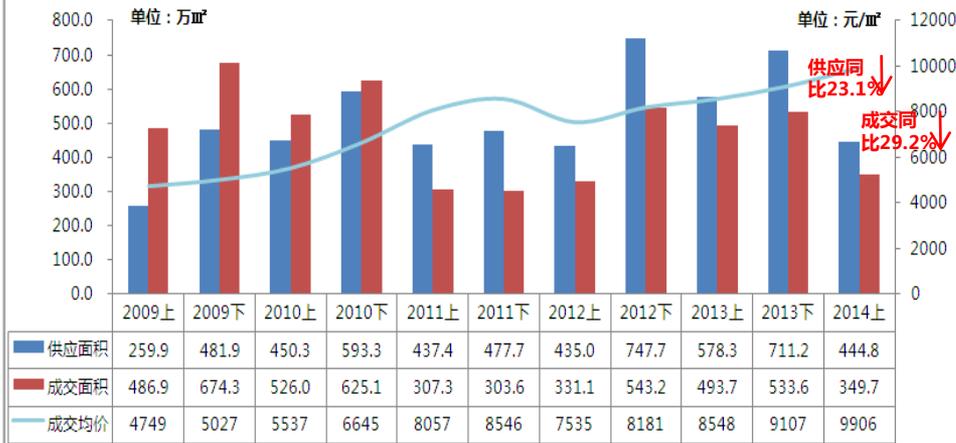
**&住宅市场：表现低迷，量下降，价平稳**

**&商业市场：量稳价高，表现稳定**

**&办公市场：销量维稳，价格触底反弹**

**商品房市场**：2014上半年郑州市商品房供应444.8万m<sup>2</sup>，成交349.7万m<sup>2</sup>，同比分别下降23.1%、29.2%，成交均价为9906元/m<sup>2</sup>，环比增长8.7%，主要为非住宅物业价格支撑；受整体市场影响，多数区域的供应及销量呈下降态势，其中惠济区、高新区供求比较高，后期去化压力大

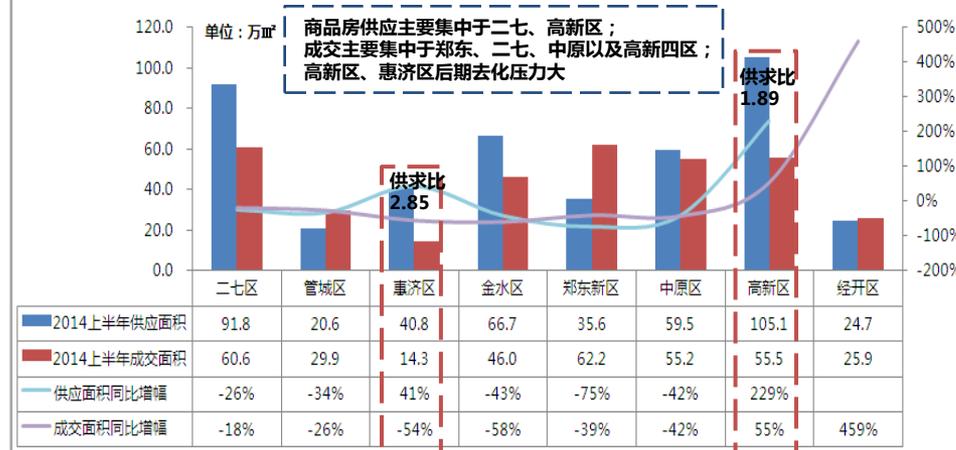
2009-2014年郑州市商品房半年度量价分析



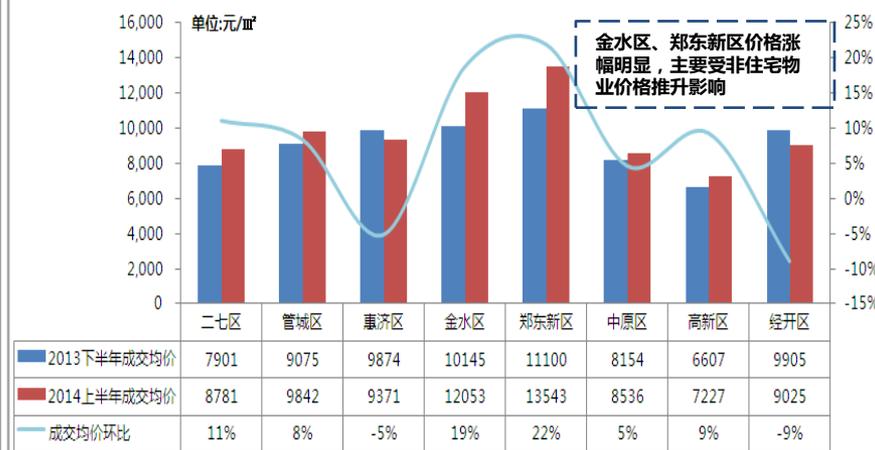
2013.1-2014.6月郑州市商品房成交均价同比、环比分析



2014上半年郑州市各区商品房供应、成交面积及同比增幅



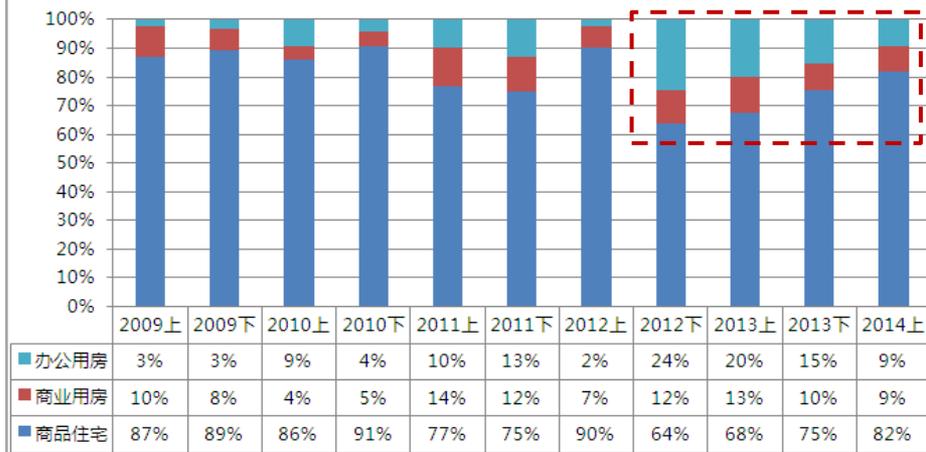
2013下半年、2014上半年郑州市各区商品房成交均价分析



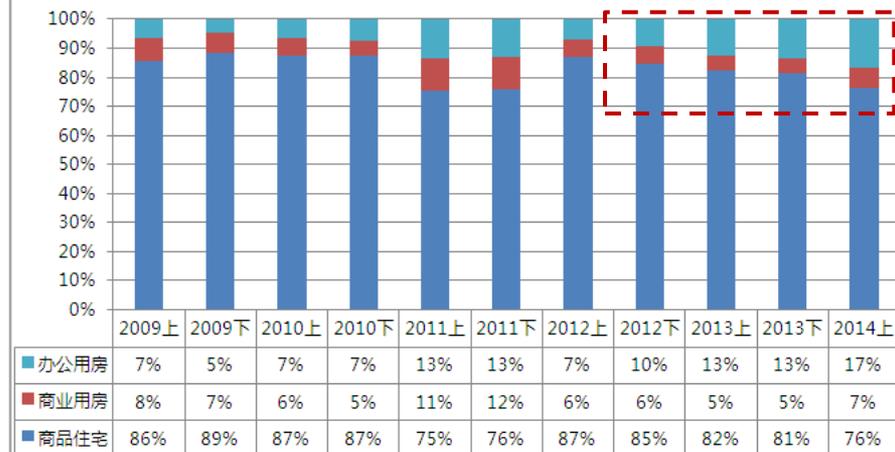
注：以上数据均来自房管局备案数据

**商品房市场：**整体来看，供应仍以住宅用房供应为主，商业与办公基本持平；成交分析中，办公用房成交占比呈递增趋势，商业用房占比保持稳定，略有增加，住宅用房环比明显减少

2009-2014年各物业用房供应占比半年度走势分析



2009-2014年各物业用房成交占比半年度走势分析



#### ◆办公市场：办公用房供应占比自2012下半年达到最高值后，近期成交占比逐渐增加

2012年下半年办公用房供应明显增多，供应166.5万 $m^2$ ，同时价格达到最高值16852元/ $m^2$ ，去化难度增加，月度去化量为8.6万 $m^2$ ；

2013年仍高位供应，库存量大增，供求失衡，各项目以价换量，均价约为11000元/ $m^2$ ，价格基本触底，销量有所回升，月均去化量为11.1万 $m^2$ ；

2014上半年，办公市场主战场高铁片区大量写字楼项目即将迎来交房，促进自用客户成交，销售价格有所回升，月均去化量9.7万 $m^2$ ，保持稳定，供应量减少，供求失衡局面渐有好转；

#### ◆住宅市场：受办公市场供应量减少影响，住宅市场供应比重渐增，成交比重则呈下降趋势

2012-2013年市场供求表现稳定，价格持续走高，市场向好；

2014上半年信贷收紧、全国市场表现低迷，舆论唱衰，郑州市场客户受此影响，观望情绪普遍加深，楼市表现低迷，目前累计库存量逐步走高；

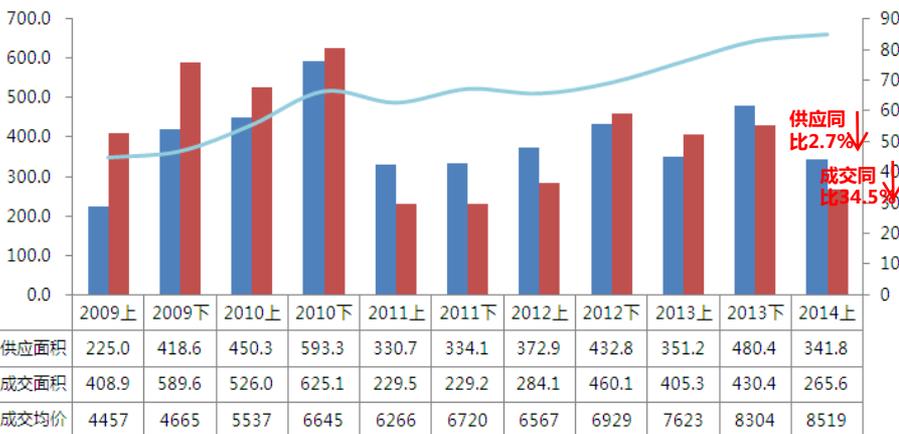
#### ◆商业市场：商业市场2012年至今，供应占比及成交占比均保持稳定的态势

2014年成交均价为19954元/ $m^2$ ，攀至新高，市场投资热情不减，近期商业市场表现趋稳；

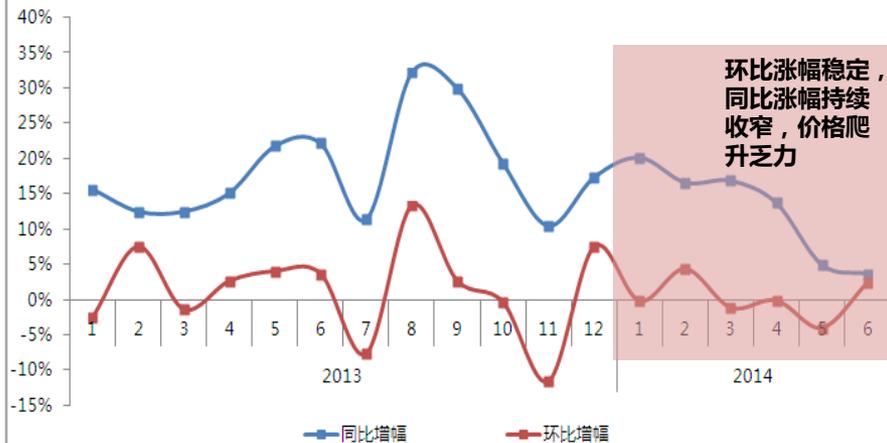
注：以上数据均来自房管局备案数据

**商品住宅市场**：2014上半年商品住宅供应341.8万m<sup>2</sup>，成交265.6万m<sup>2</sup>，同期相比供应量基本持平，销量下降34.5%，上半年商品住宅市场价格走势平稳，但同比涨幅明显收窄，二七区、惠济区、金水区、高新区表现供过于求，后期去化压力加大

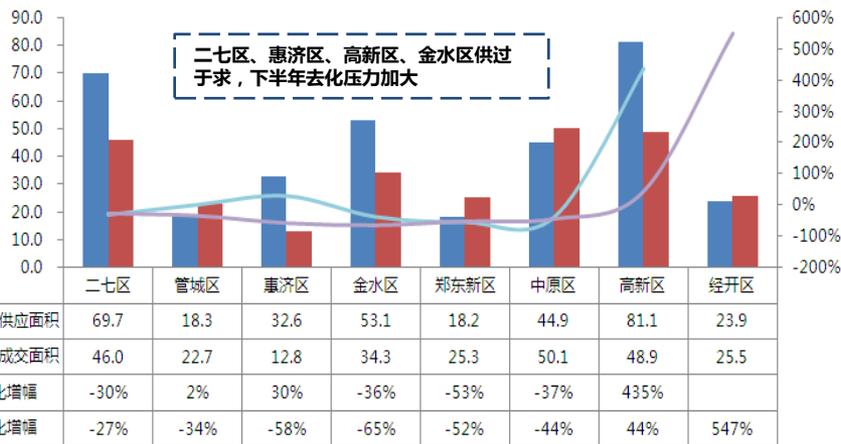
2009-2014年郑州市商品住宅半年度量价分析



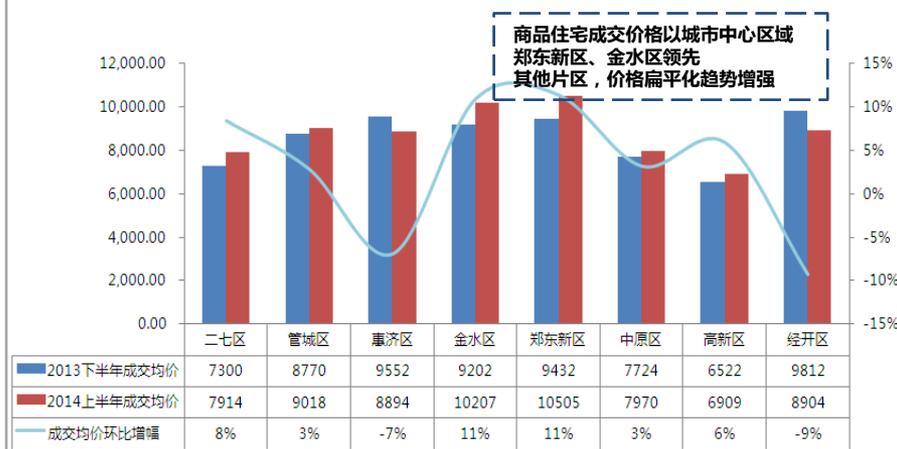
2013.1-2014.6月郑州市商品住宅成交均价同比、环比分析



2014上半年郑州市各区商品住宅供应、成交面积及同比增幅



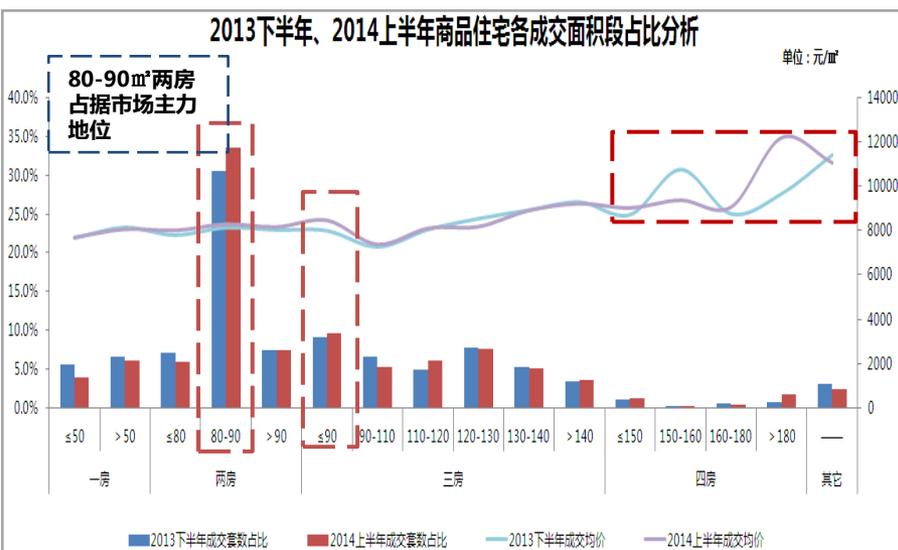
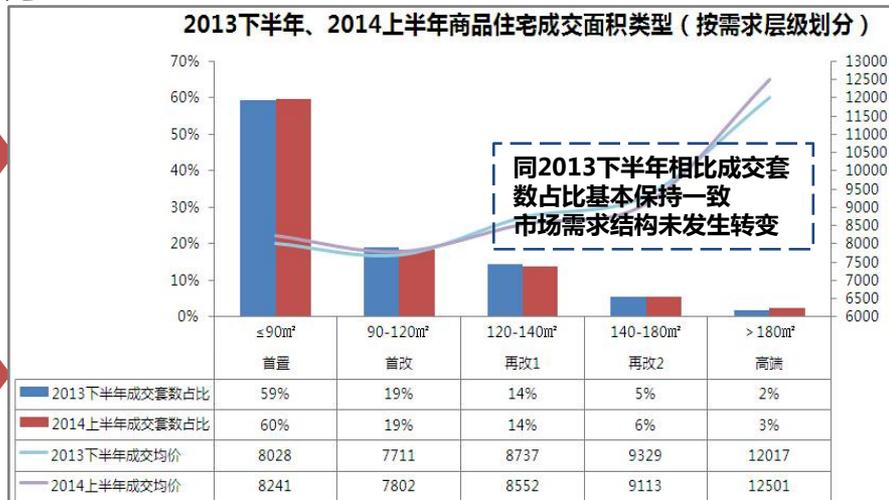
2013下半年、2014上半年郑州市各区商品住宅成交均价分析



注：以上数据均来自房管局备案数据

**商品住宅市场：**商品住宅市场需求层面上，上半年各类型需求的客户均呈现较深观望情绪，对应产品成交面积均大幅下降，但成交套数占比变幅较小，成交结构未发生较大转变，仍以刚性需求支撑市场；产品类型需求上，仍以80-90m<sup>2</sup>两房刚需户型为主

不含经适房		首置 ≤90m <sup>2</sup>	首改 90-120m <sup>2</sup>	再改1 120-140m <sup>2</sup>	再改2 140-180m <sup>2</sup>	高端 >180m <sup>2</sup>
成交面积	2013下半年	202.3	84.4	81.3	35.9	19.5
	2014上半年	128.1	51.4	47.3	21.9	16.0
增幅	——	-37%	-39%	-42%	-39%	-18%
改善型需求成交面积下降幅度较大，受市场影响较深						
成交套数	2013下半年	25637	8213	6246	2360	799
	2014上半年	15857	4938	3643	1477	677



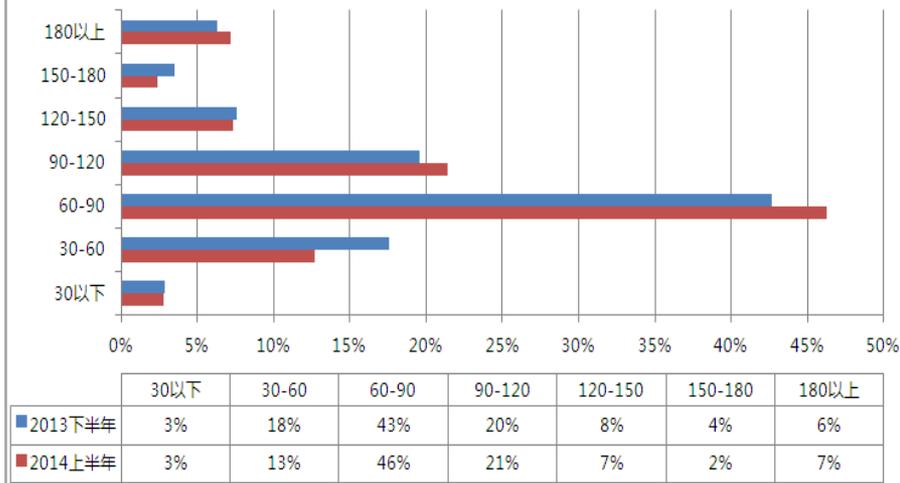
商品住宅需求面积类型分析：受整体市场影响，各类型商品住宅成交面积均成下降趋势，客户观望情绪较深；各需求层级成交套数占比变化幅度不大，均价也未出现大幅波动，各需求类型成交结构未发生转变，仍以刚性需求支撑市场；

商品住宅各户型面积段分析：  
**80-90m<sup>2</sup>两房**仍占据市场主力地位，成交占比较2013下半年有所上升，同时成交均价略有上升；  
**90m<sup>2</sup>以下小三房**，成交占比略有增加，成交均价上浮明显；  
**大面积户型**产品价格波幅明显，受个案影响明显；

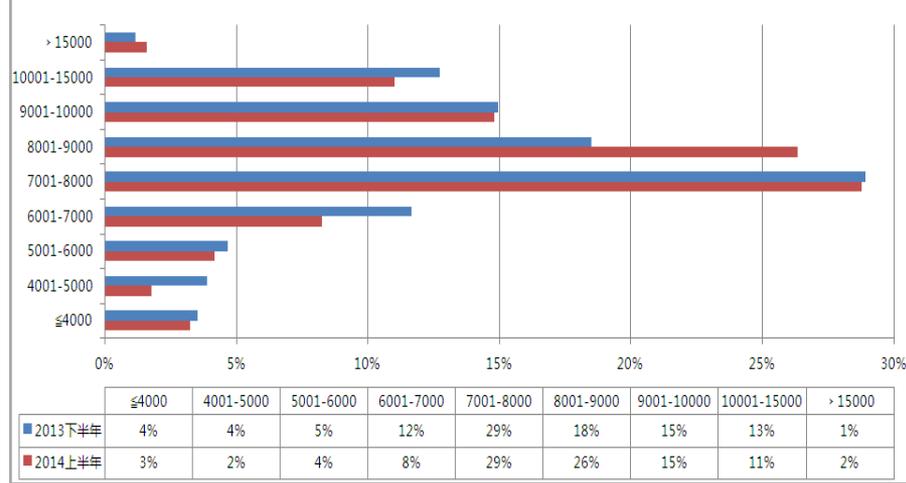
注：以上数据均来自房管局备案数据

**商品住宅市场：**2014年商品住宅总价段集中于60-90万元之间，市场客户承受能力有限，主流成交价格仍以7001-9000元/m<sup>2</sup>为主，高价段占比略有下降，整体市场价格涨幅趋缓

2013下半年、2014上半年商品住宅各总价段成交面积占比



2013下半年、2014上半年郑州市商品住宅成交价格段销售套数占比

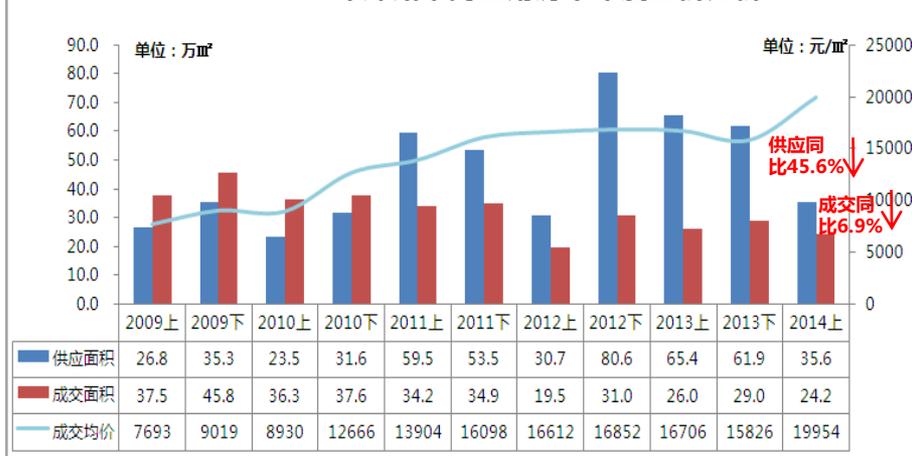


- 2014上半年商品住宅成交总价段主要集中在60-90万元之间，环比上涨3%，仍以刚需客户为主；其中90-120万和180万以上的占比也略有增加，以改善型客户和高端客户为主；
- 2014上半年商品住宅成交价格主流区间为7001-8000元/m<sup>2</sup>、8001-9000元/m<sup>2</sup>，相较2013下半年，其中8001-9000元/m<sup>2</sup>价格区间成交占比明显上升，9001-10000元/m<sup>2</sup>高位阶段占比略有下降；
- 主流区间7001-8000元/m<sup>2</sup>之间的代表项目有万科城、金沙湖高尔夫观邸、正弘高新数码港、泰宏建业国际城、西雅图总部基地、正商花语里、恒大绿洲等；
- 均价在8001-9000元/m<sup>2</sup>之间的代表项目有正商华钻、亚星盛世、升龙天汇广场、升龙城、金沙湖高尔夫观邸、长江一号等；

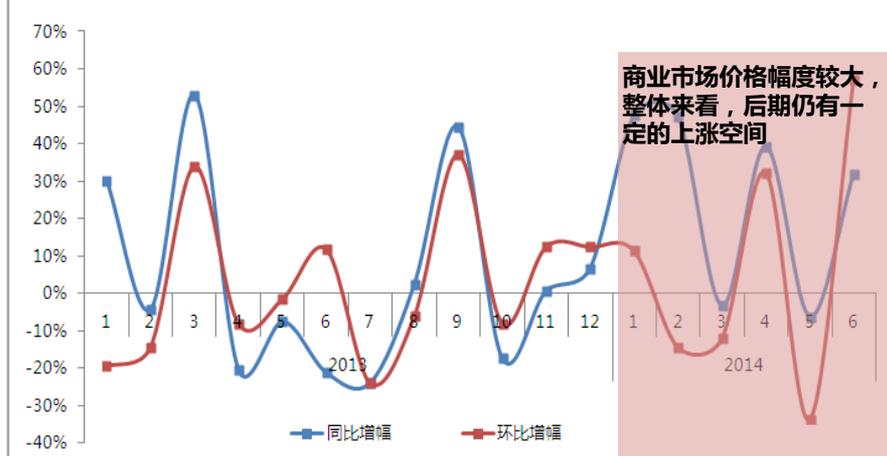
注：以上数据均来自房管局备案数据

**商业市场：**2014上半年商业用房供应35.6万m<sup>2</sup>，成交24.2万m<sup>2</sup>，供应量同比下降45.6%，销售情况则表现稳定，同比下降6.9%，成交均价为19954元/m<sup>2</sup>，环比增长26%，市场投资热情较高；高新区商业供应量走高，且价格增幅明显，未来商业市场发展空间较大

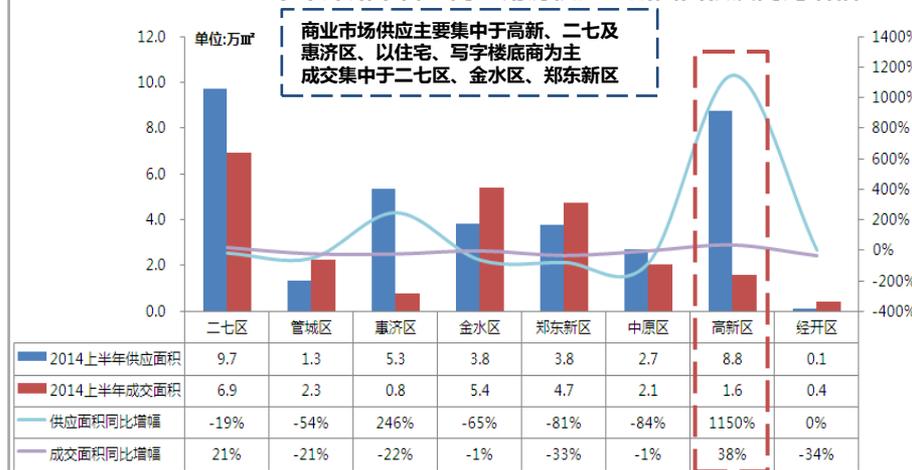
2009-2014年郑州市商业用房半年度量价分析



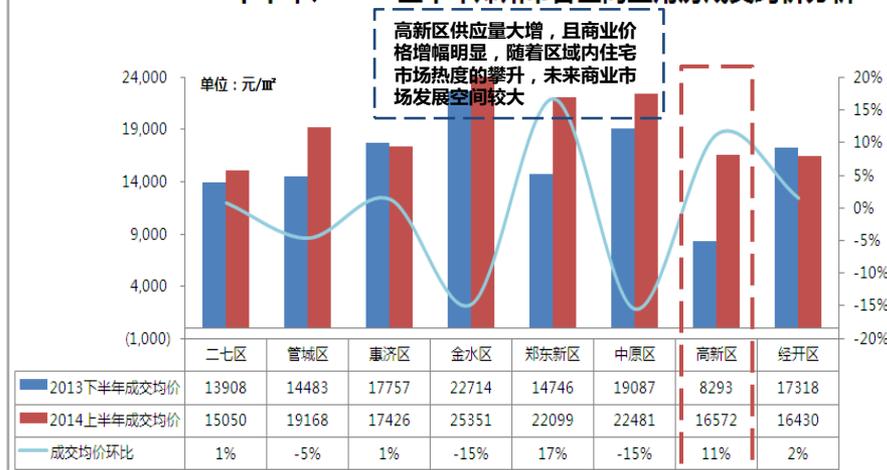
2013.1-2014.6月郑州市商业用房成交均价同比、环比分析



2014上半年郑州市各区商业用房供应、成交面积及同比增幅



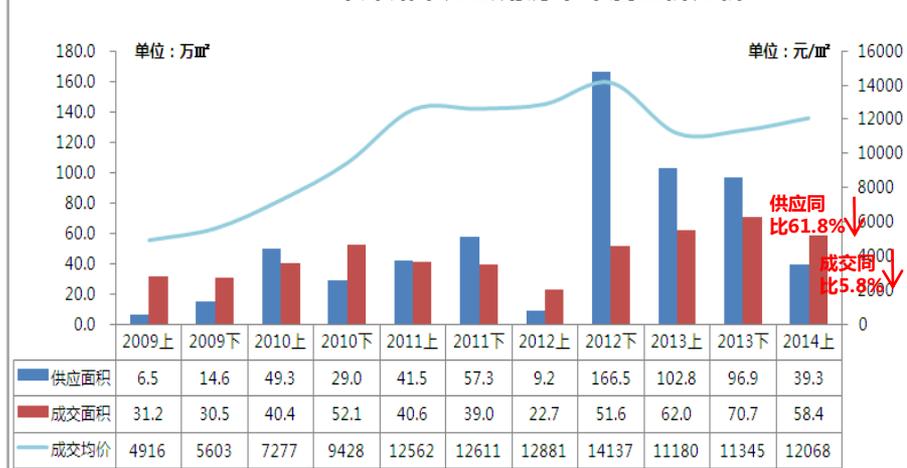
2013下半年、2014上半年郑州市各区商业用房成交均价分析



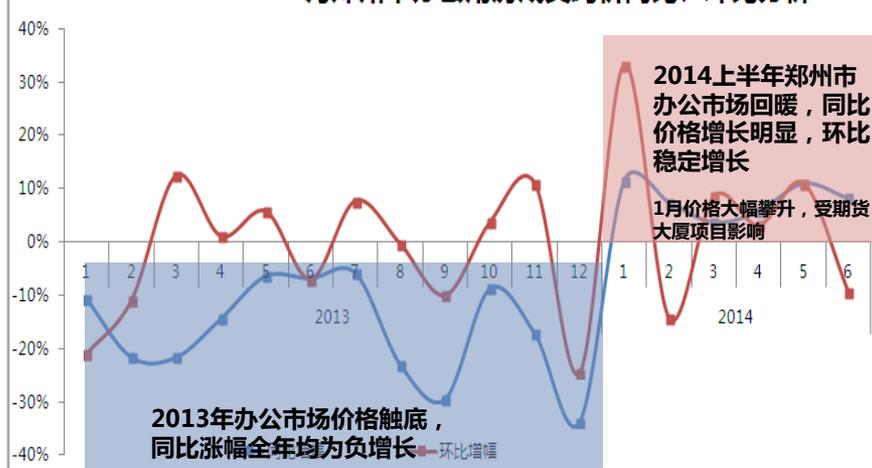
注：以上数据均来自房管局备案数据

**办公市场：2014上半年办公市场供应39.3万m<sup>2</sup>，成交58.4万m<sup>2</sup>，供应量下降61.8%，成交量下降5.8%，销售情况相对稳定，成交均价为12068元/m<sup>2</sup>，价格回升明显，环比上涨6.4%；办公市场的主战场仍为郑东新区，供、销、价领先**

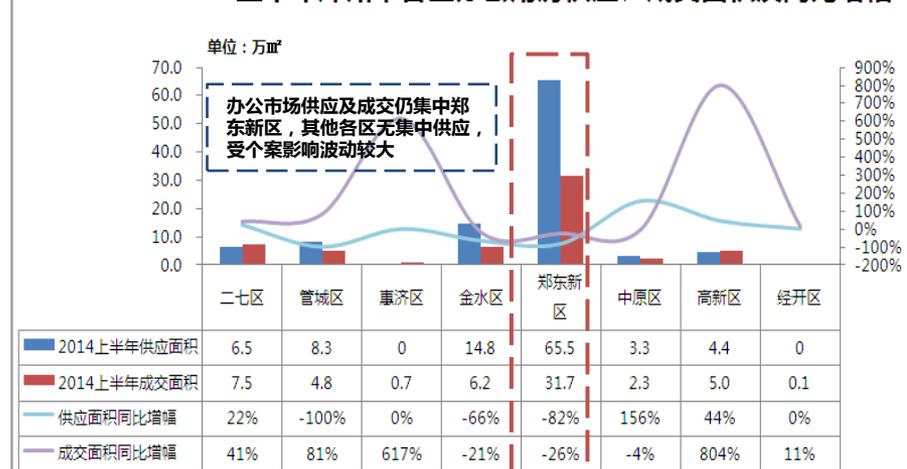
2009-2014年郑州市办公用房半年度量价分析



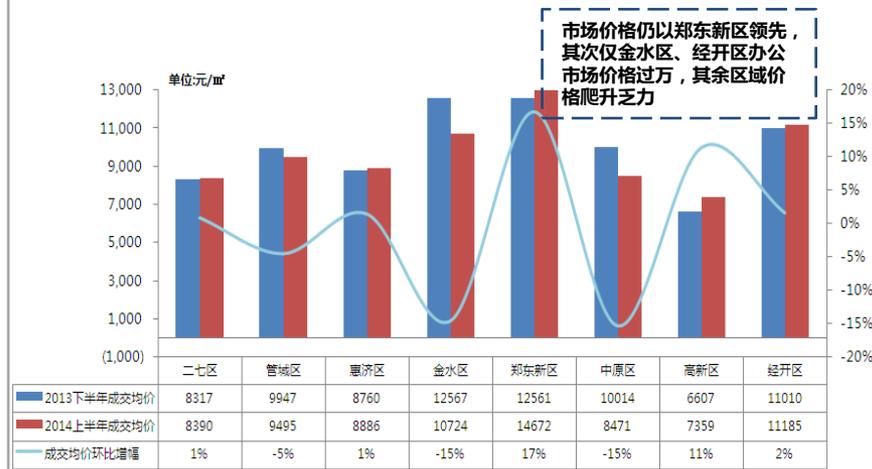
2013.1-2014.6月郑州市办公用房成交均价同比、环比分析



2014上半年郑州市各区办公用房供应、成交面积及同比增幅



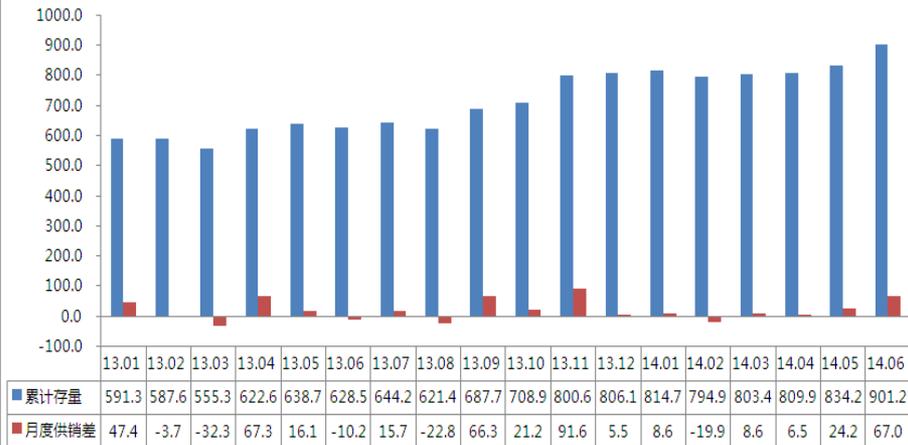
2013下半年、2014上半年郑州市各区办公用房成交均价分析



注：以上数据均来自房管局备案数据

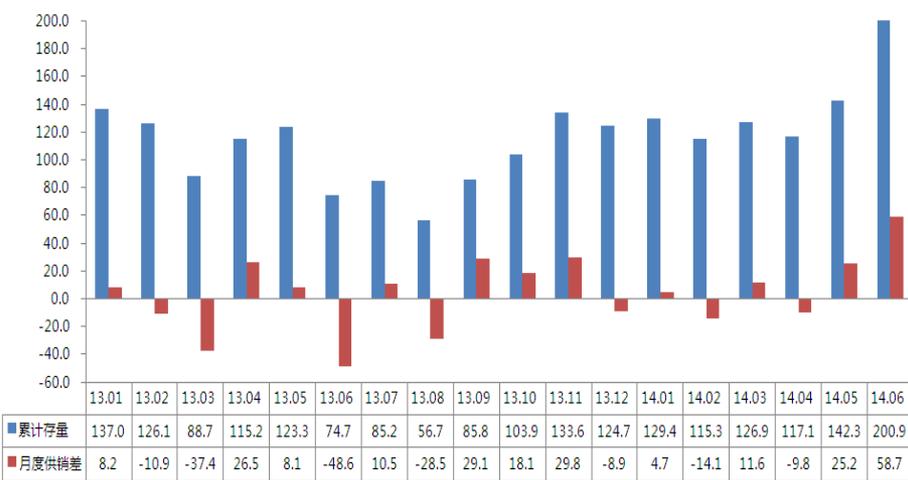
**市场存量：**当前商品房市场去化周期为15.5月，存在一定去化压力；其中办公市场去化周期约为16个月，去化压力较大，但目前市场供应量减少，供求失衡现象有所减轻；住宅市场去化周期约为4.5个月，存量逐步增加，供求格局出现逆转

### 郑州市商品房累计存量及月度供销差分析



- **商品房市场：**截止到2014上半年6月份，商品房累计存量为901.2万m<sup>2</sup>，存销比为15.5，去化周期约为15.5个月，存在一定去化压力；
- **商品住宅市场：**商品住宅存量200.9万m<sup>2</sup>，存销比为4.5，去化周期近5个月，近期住宅市场存量进一步加大，供求格局逐渐转变；
- **办公市场：**办公市场累计存量为154.1万m<sup>2</sup>，存销比为15.9，去化周期为16个月，下半年办公市场仍以去库存为主。

### 郑州市商品住宅累计存量及月度供销差分析



### 郑州市办公用房累计存量及月度供销差分析



注：以上数据均来自房管局备案数据，累计存量以2007年1月份为基期

## 住宅市场

- ◆**量减少、价坚挺**：2014上半年商品住宅供应341.8万m<sup>2</sup>、成交265.6万m<sup>2</sup>，同期相比供应量基本持平，销量则下降34.5%，成交均价为8519元/m<sup>2</sup>，1-6月价格环比、同比涨幅持续收窄，上升乏力；
- ◆**未来去化压力大**：多数项目上半年度销售目标均未达成，下半年整体市场去化压力较大，且下半年新入市项目较多，目前部分项目已延迟推售节点，但下半年度市场竞争压力仍不容忽视，价格下挫可能进一步加大。

## 商业市场

- ◆**量稳价高**：2014上半年商业用房供应35.6万m<sup>2</sup>，成交24.2万m<sup>2</sup>，供应量同比下降45.6%，销售情况表现稳定，同比下降6.9%，成交均价为19954元/m<sup>2</sup>，环比增长26%，市场投资热情较高；
- ◆**投资价值高**：上半年住宅市场表现低迷，且信贷持续收紧，部分客户转投目光至商业市场，预计未来商业市场整体投资环境持续向好，销售量及销售价格将保持稳定态势。

## 办公市场

- ◆**量持平、价回升**：2014上半年办公用房供应39.3万m<sup>2</sup>，成交58.4万m<sup>2</sup>，供应量下降61.8%，成交量下降5.8%，销售情况相对稳定，成交均价12068元/m<sup>2</sup>，相较2013年回升明显；
- ◆**去库存**：当前办公市场供应逐步减少，成交保持稳定，在经历了一年度的低谷后，整体市场供求失衡的局面有所改善，部分客户已经出手，随着高铁片区大量写字楼的交付使用，未来办公市场的销量及价格仍将保持平稳增长态势。

# 【事实篇】

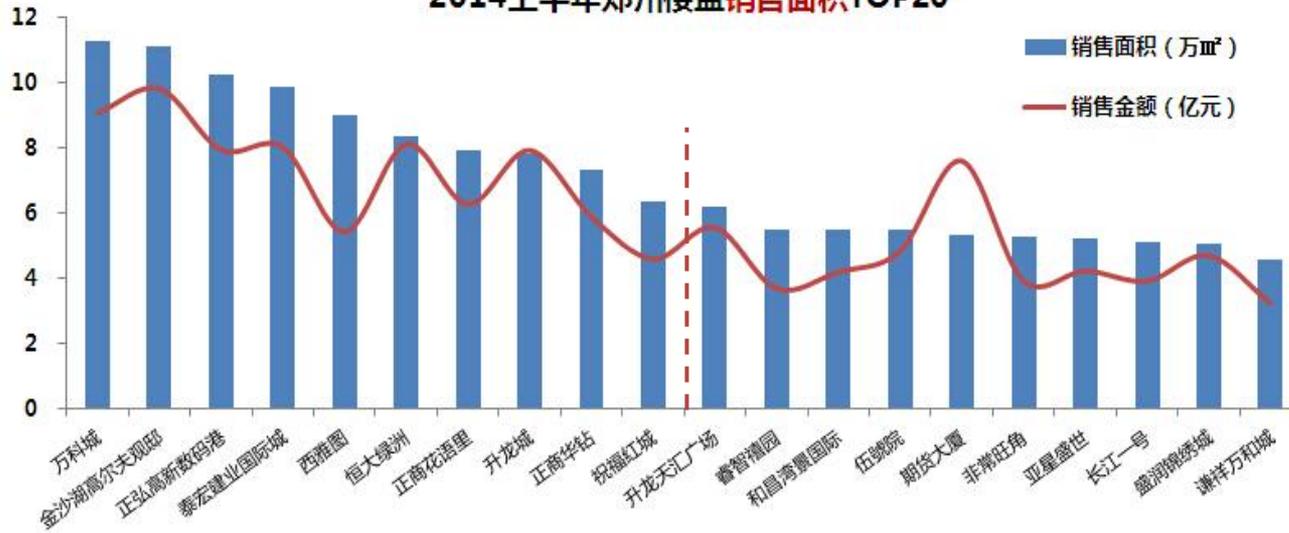
## Part 4

## 郑州上半年业绩盘点

**&品质刚需项目为主角，房企分化渐明显**      **&本土房企储备地块较多，以建业最丰厚**

**项目盘点：**2014年上半年郑州楼盘销售面积及销售金额排名前20项目，仍以刚需住宅项目为主，大盘项目凭借自身优势仍占据主要市场份额

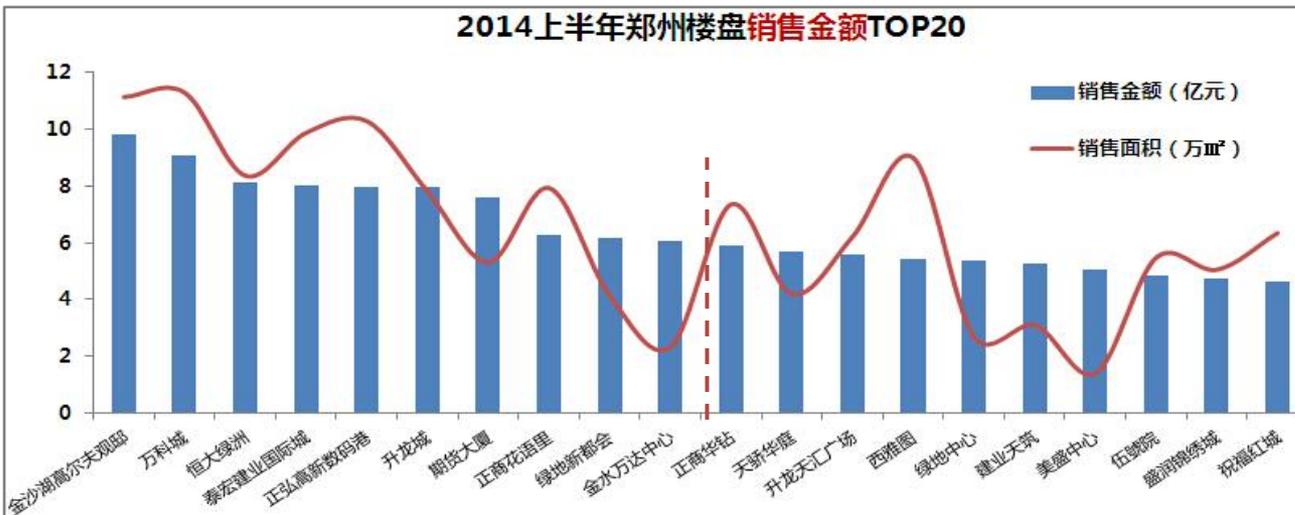
2014上半年郑州楼盘销售面积TOP20



## 销售面积TOP20

- ◆销售面积TOP20项目以住宅项目为主，且多为刚需项目；
- ◆TOP20项目区域分布多集中在高新区、中原区、二七区等住宅均价较低区域；住宅均价较高区域项目较少，郑东新区仅1个跻身前20，金水区、惠济区则无项目。

2014上半年郑州楼盘销售金额TOP20



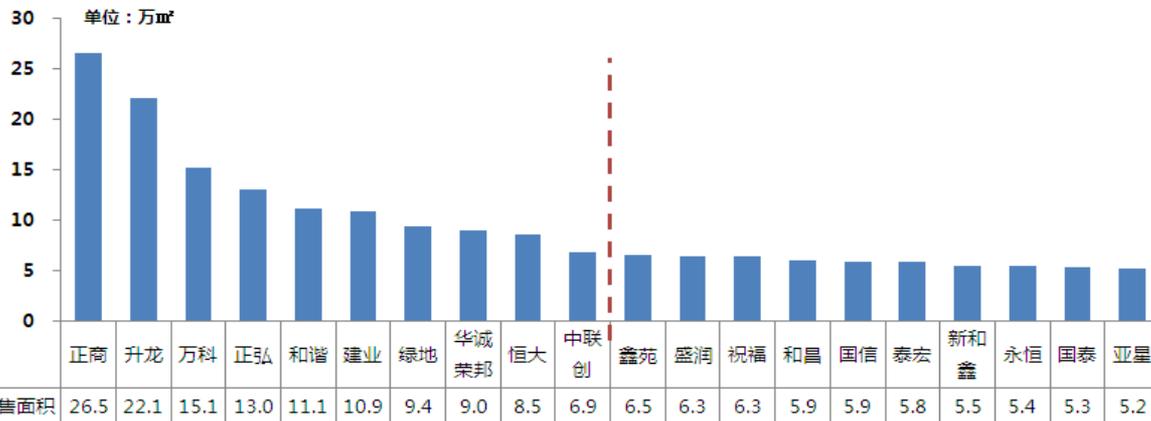
## 销售金额TOP20

- ◆销售金额TOP20仍以住宅项目为主，期货大厦、绿地新都会等非住宅类项目增多；区域分布上郑东新区、金水区住宅均价较高区域项目增多；
- ◆金沙湖高尔夫观邸排名第一，实现年销售额9.8亿元，其次为万科城；恒大绿洲产品单价较高，挤进销售金额排名前五位。

注：以上数据均来自房管局备案数据

**开发企业盘点：**2014年上半年，郑州老牌房企升龙、正商凭借多盘联动优势，仍占据市场主要份额，万科虽在售项目不多，但排名靠前，品牌房企优势凸显，房企间分化日益明显，届时房企间合作开发、行业整合的步调将明显加快

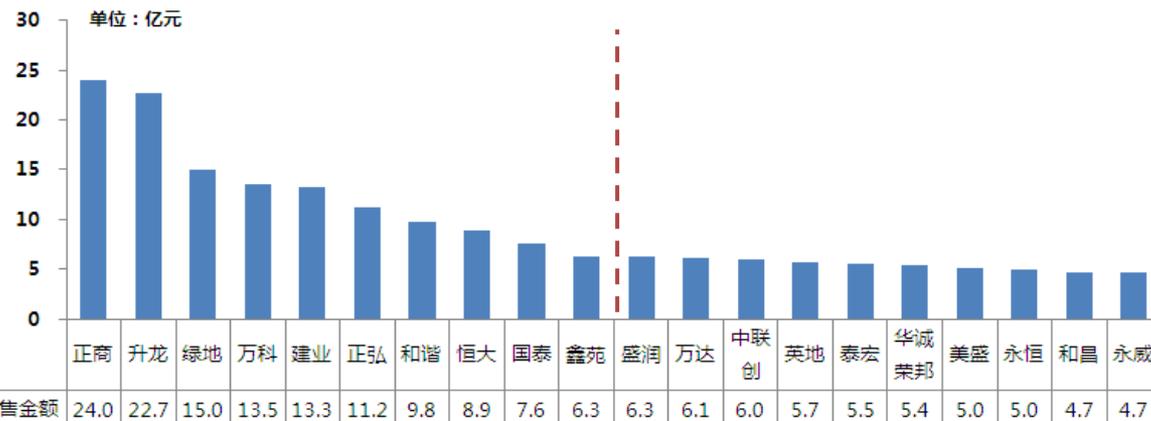
2014上半年郑州开发企业销售面积TOP20



销售面积TOP20

- ◆TOP5房企分别为正商、升龙、万科、正弘、建业，正商、升龙，郑州老盘房企，在售项目较多，占据较多市场份额，万科目前仅2个在售项目，凭借品牌优势取得较好的销售业绩，正弘、和谐置业，在售项目较少，分别凭借高新数码港、金沙湖高尔夫观邸，跻身前5；
- ◆TOP5房企合计销售面积87.9万㎡，在前20榜单中占据46.1%，整体来看房企分化明显。

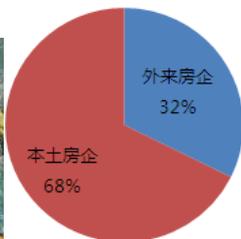
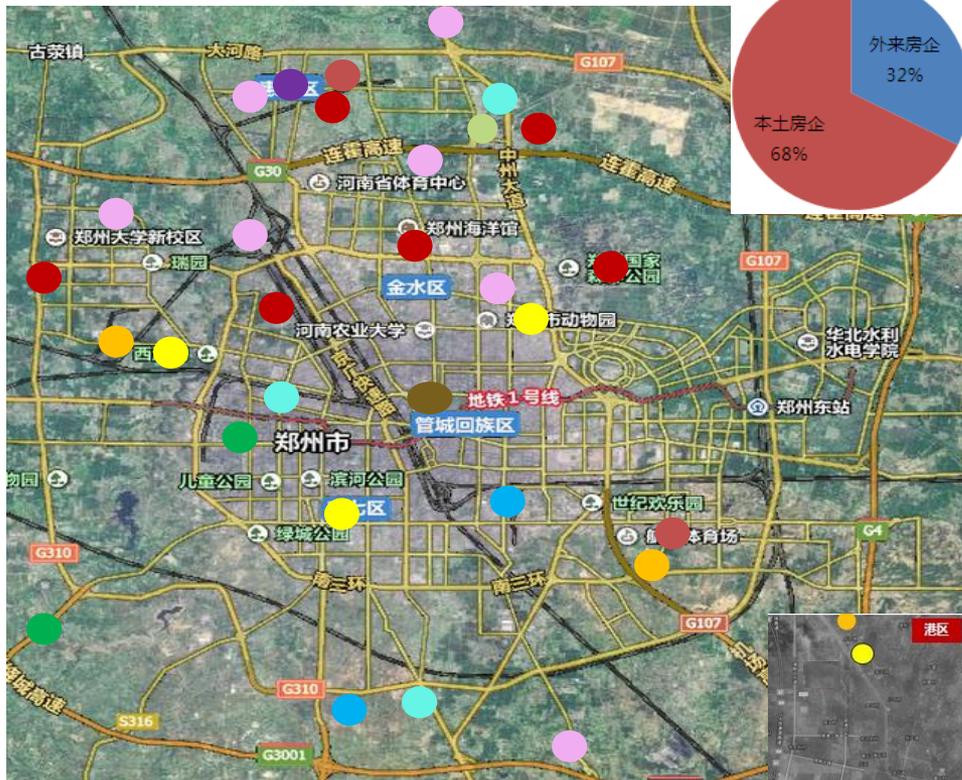
2014上半年郑州开发企业销售金额TOP20



销售金额TOP20

- ◆TOP5房企分别为正商、升龙、绿地、万科、建业，绿地凭借非住宅物业跻身前3；
- ◆TOP5房企，总销售金额78.7亿，在前20榜单中占比47.4%；排名较后的房企占据份额较少，房企分化趋势日益明显；
- ◆下半年随着房企销售压力加大，要完成年度目标，届时不排除部分房企或将采取降价走量等方式加速去化以回笼资金。

**开发企业盘点：**房企储备地块逐渐向北区和西区延伸，热点片区逐步外移，目前优质地块多集中在本土房企，外来房企也多布局郑州远郊片区，且份额逐步加大，未来房企间的竞争将日趋激烈



各大房企地块储备量排名

名次	开发商	储备量 (亩)	名次	开发商	储备量 (亩)
1	建业	12151	7	正商	1500
2	名门	7416	8	恒大	1077
3	绿地	4801	9	金地	770
4	鑫苑	3896	10	锦艺	600
5	万达	2890	11	正弘	334
6	万科	1942			
		合计			37575



➤随着城市中心土地资源日益稀缺，城市外围新兴热点板块逐渐成为各房企争先布局的对象，其中北区和西区为房企储备地块较为集中的区域；

➤建业的土地储备最多，最大为花园口，占地9900亩，名门的主要储备地块位于西流湖，占地6500亩；

➤建业、正商、正弘、鑫苑、名门为本地房企，其余在榜房企均为外来房企，本土房企占据份额较大。

注：以上数据来源于泰辰市场监控中心，根据不完全统计所得

# 【表现篇】

## Part 5

## 上半年营销活动总结

&全国楼市：“看跌论”高涨，观望加深 &郑州楼市：住宅过冬，量低价挺

&市场表现：解筹率低，推货量减少 &营销表现：花样繁多，“自媒体、电商”盛行

**全国楼市盘点：**上半年全国楼市低迷，放松限购、降低落户门槛、公积金政策放松等救市政策频出，放松限购方式多样化，且楼市调整的地市多存在库存量大、去化周期长的难题

2014年 全国楼市重点表现

一季度

1月

**延续13年火热态势，市场表现良好**

2月

**二线个别高库存城市传降价风波**

典型城市：杭州、常州、无锡等城市  
 市场表现：杭州掀起年内首轮“降价潮”，本地房企跟风，影响常州、无锡等城市以加大促销力度，以价换量

3月

**楼市遇冷波及一线城市，各种营销手段亮相**

典型城市：北京、广州、成都等城市  
 市场表现：低价入市、“零”首付接连上演，主要以减轻客户购买资金压力，刺激项目去化，加快资金回流。

二季度

4月

**多地出台“救市”措施**

松绑城市：萧山、天津滨海新区、南宁、无锡  
 市场表现：作为首先放松限购的区域，高库存，去化周期长成为重要问题，在政策方向实现差别化政策。

5月

**“救市”城市激增，举措多样，以“松绑限购”为主**

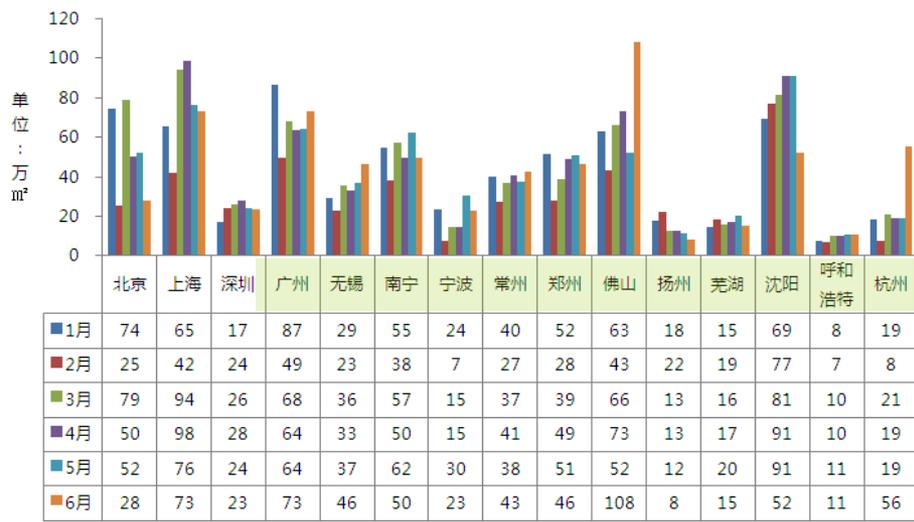
松绑城市：铜陵、宁波、常州、郑州、佛山、扬州、芜湖  
 市场表现：虽然松绑的城市陆续出现，成交量并没有上升，与往年相比成交大幅缩水。

6月

**呼和浩特率先试水，高库存城市接连解除限购**

松绑城市：广州、沈阳、呼和浩特  
 市场表现：松绑限购对市场本身的促进作用有限，心理影响大于实际效果。

2014年上半年典型城市月度去化量分析

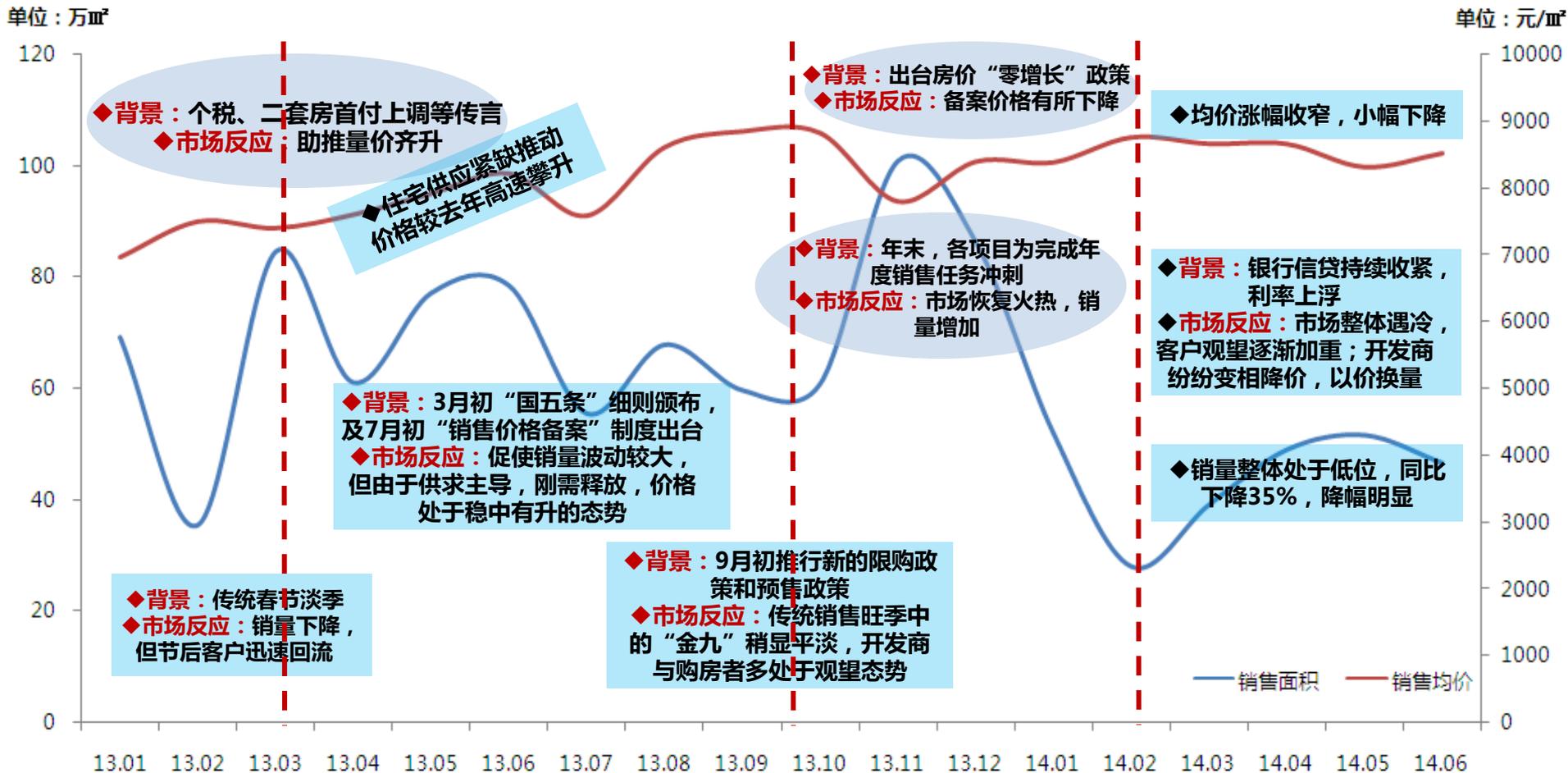


备注：绿色标亮区域为上半年存在松绑限购的城市

- ◆从各地松绑限购看出，在中央政府不表态的情况下，高库存城市存在一定程度上的跟风松绑行为；
- ◆楼市的调控随着时间的推移愈演愈烈，从二三月份市场的自我调控，四、五月份典型城市的救市政策，到六月份呼和浩特率先解除限购，可以表明各地政府在政策松绑方面试探性手段颇多；
- ◆除杭州、广州放松限购后，月度去化略有提升外，其余城市实际执行效果不甚明显。

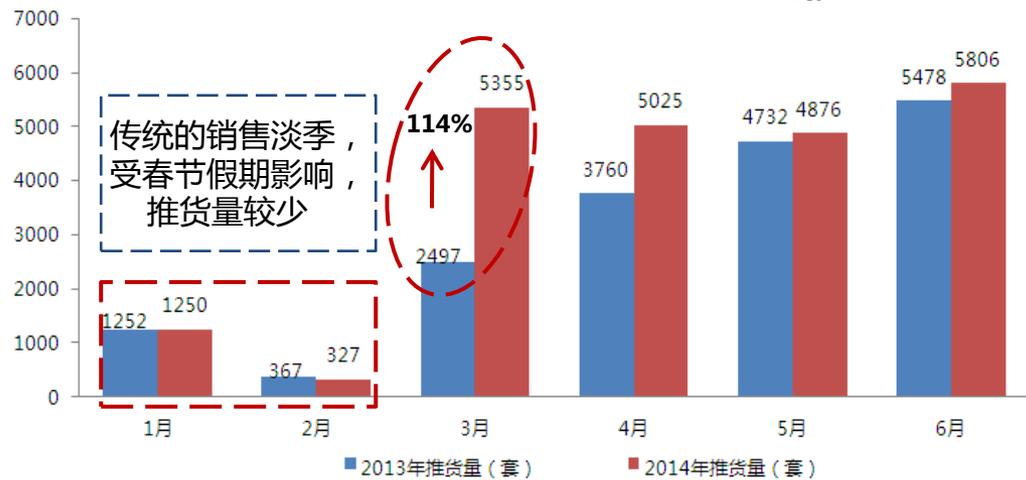
**上半年度郑州楼市量价走势：**受全国楼市影响，上半年郑州住宅市场提前“过冬”，同期销量降幅达35%，价格表现趋稳，涨幅持续收窄；受信贷政策收紧影响，客户出现“报复性”观望，决策周期拉长，观望氛围浓厚

### 2013年1月-2014年6月郑州商品住宅量价走势



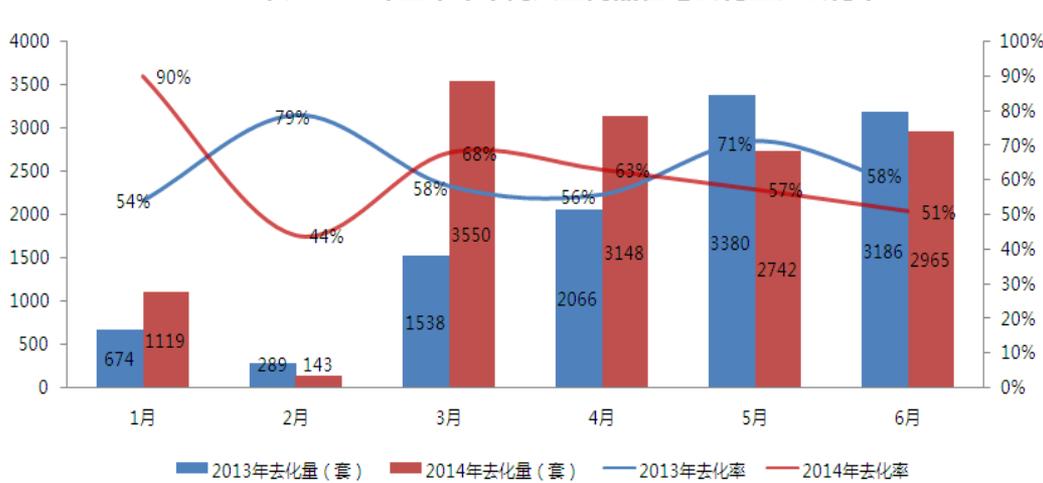
**郑州市内八区商品住宅分析：1-2月份，为传统的销售淡季，受春节假期影响，推货量较少，3-6月份推货量同比增加25%，6月份受个别项目大体量推货拉升，达到近半年来新高；自3月份开始，去化率持续下降且连续两个月低于去年同期，5月份开始，各项目去化率普遍低于50%**

2013年、2014年上半年市内八区商品住宅推货量



- 2014年上半年市内八区商品住宅共计推货量22639套，同比增加25%；
- 2013年3-6月份，推货量环比递增，增幅为16%-51%，春节假期过后，市场快速回暖；
- 2014年3-5月份，推货量环比下降3%-6%，6月份受到公园道1號（1138套）、瀚宇天悦（757套）大体量推售的拉升，达到近半年来新高；
- 同比来看，3-6月份，2014年推货量同比增加，3月份增幅高达114%，推货量较大项目有万科城1519套，泰宏建业国际城802套，恒大绿洲528套。

2013年、2014年上半年市内八区商品住宅去化量、去化率

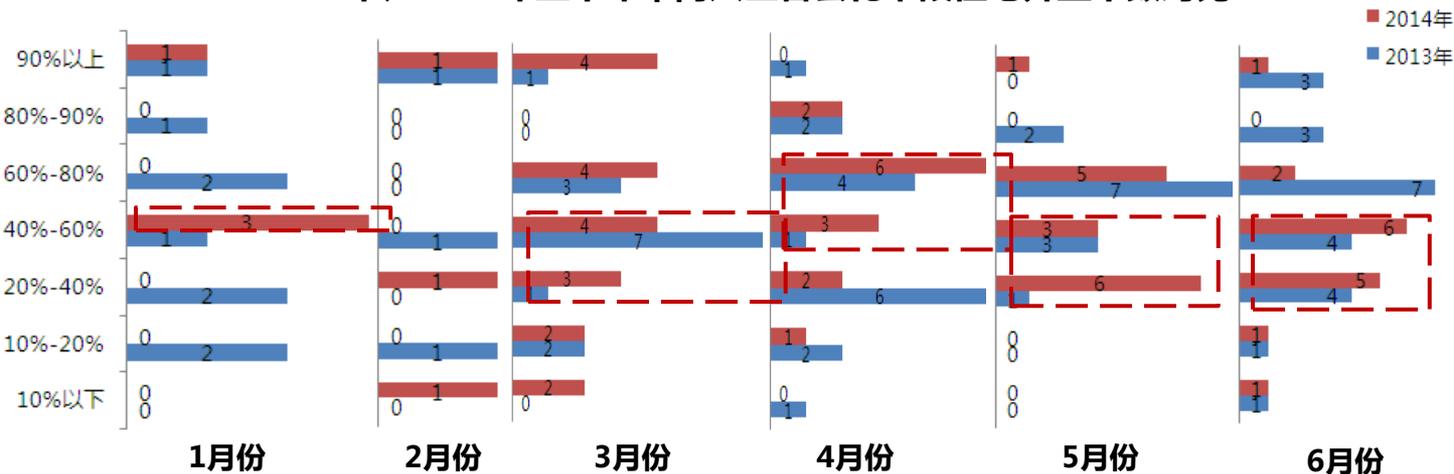


- 2014年上半年市内八区商品住宅共计去化13667套，整体去化率60%，同比下降2%；
- 2014年1月份，延续去年市场火热态势，去化率达90%，在于正弘高新数码港“日光盘”的拉升；2月份，受春节假期影响，去化不及同期，月均去化率下降35%；
- 2014年3-6月份去化率持续下降，5月份开始，连续两个月低于去年同期；
- 3月份万科城去化率99%，4月份正弘高新数码港去化率84%，效果较好，从5月份开始，除品牌房企和品质项目外，其余项目去化率均普遍低于60%。

(注：以上数据来源泰辰市场监控中心，均为活动当天数据)

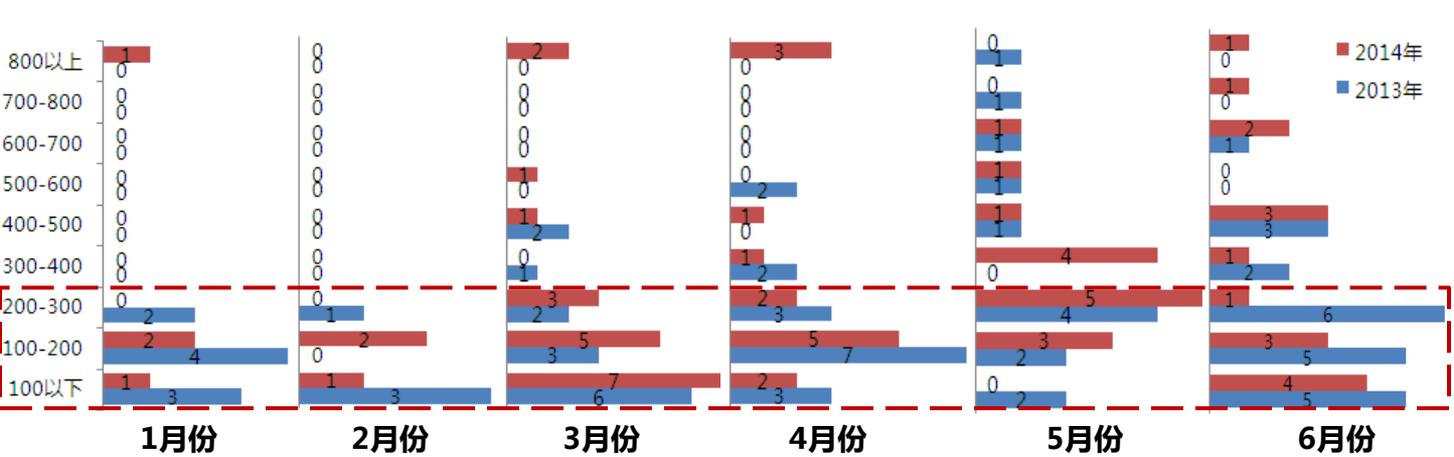
**郑州市内八区住宅去化率及推货量分段表现：**2014年上半年市内八区商品住宅共计开盘75批次，同比减少5批次；去化率60%以下项目占比59%，同比上涨8%；推货量多集中在300套以下；多数项目由于客源少，均采取小批量开盘，以保证去化效果

2013年、2014年上半年市内八区各去化率段住宅开盘个数对比



>2013年上半年市内八区住宅共计开盘80批次，2014年75批次，活动数量略有减少；  
 >2013年去化率60%以上项目占比49%，2014年占比41%；  
 >从4月份开始，开盘去化率80%以上项目数量逐渐减少，多数项目去化率普遍低于60%，5月万科城，6月公园道1號等个别项目去化均在95%以上。

2013年、2014年上半年市内八区各推货量分段住宅开盘个数对比



>1、2月份，受春节假期影响，除1月正弘高新数码港（959套）推货量较大以外，其他均为小型推盘；  
 >各项目开盘节奏从3月份展开，数量明显增多；  
 >个别大体量项目推盘量较大，上半年万科城、正弘高新数码港、公园道1號、泰宏建业国际城等项目推货量均在600套以上。

(注：以上数据来源泰辰市场监控中心，均为活动当天数据)

**郑州楼市表现：**上半年度逆市热销项目均以品牌房企和品质项目去化较好，多以刚需项目为主，主要分布于高新区、二七区和航空港区等城郊热点片区

**2014年上半年推售套数400套以上、去化率60%以上的项目**

月份	区域	项目名称	开发商	房源/推售户型	推出套数	去化套数	去化率	价格 (元/m <sup>2</sup> )	销售额 (亿元)
1月	航空港区	豫发大运城	豫发置业	1#、2#、8-10# 89m <sup>2</sup> 两房/89m <sup>2</sup> 三房/129m <sup>2</sup> 三房	585	585	100%	两房6300 三房6200	3.9
	高新区	正弘高新数码港	正弘置业	一期2#、3#、7#、8# 87m <sup>2</sup> 两房/88-89m <sup>2</sup> 小三房/116-120m <sup>2</sup> 三房/ 114-128m <sup>2</sup> 三房/142m <sup>2</sup> 三房/170m <sup>2</sup> 四房	959	959	100%	一层及顶层6600-6800， 两房7200-7300，三房 7200-7400，四房 7400	7.2
3月	高新区	万科城	万科集团	一期二批1#、2#、5#-8#、10# 76-77m <sup>2</sup> 两房/84-89m <sup>2</sup> 三房	1519	1497	99%	两房7500-7700 三房7600-8000	9.5
	经开区	恒大绿洲	恒大集团	二期10#、11# 79-82m <sup>2</sup> 两房/90-92m <sup>2</sup> 两房/101-140m <sup>2</sup> 三房	528	325	62%	两房9700-9800 三房9800-10000	3.5
	二七区	泰宏建业国际城	泰宏、建业	15#、17#、18#、21# 87m <sup>2</sup> 两房/90m <sup>2</sup> 三房/117-132m <sup>2</sup> 三房	802	552	69%	8000	4.6
4月	高新区	正弘高新数码港	正弘置业	LOFT/36-39m <sup>2</sup> 两房，46-54m <sup>2</sup> 三房	802	670	84%	7700-8400	2.3
5月	高新区	万科城	万科集团	二期1#、2#、3#、8# 77m <sup>2</sup> 两房，85-89m <sup>2</sup> 三房，118m <sup>2</sup> 三房	588	561	95%	两房7500-7700 三房7600-8000	2.7
	中牟	郑东LOHAS	利海控股	高层 83-88m <sup>2</sup> 两房，136-141m <sup>2</sup> 三房，185-187m <sup>2</sup> 四房	910	684	75%	两房4000-4900 三房5100-5200 四房5800	1.8
6月	高新区	公园道1号	朗悦置业	一期2-4#、6#，二期1#、2#、5#、6#、10#； 79m <sup>2</sup> 两房，89—122m <sup>2</sup> 三房，113—155m <sup>2</sup> 四房	1138	1138	100%	7600-7800	9.0
	新郑龙湖	龙湖锦艺城	锦艺集团	一期高层15#、17#，洋房1#-4#，7#、9#； 高层：85—92m <sup>2</sup> 两房116—134m <sup>2</sup> 三房；65m <sup>2</sup> 一房； 洋房：134—150m <sup>2</sup> 三房；138—247m <sup>2</sup> 复式	高层408套 洋房312套	高层307套 洋房149套	高层 75% 洋房 48%	高层 5700—6000 洋房 6800—12000	3.8
	二七区	鑫苑鑫家	鑫苑置业	高层2#、3#、4#、6#、7# 75m <sup>2</sup> 两房/88—121m <sup>2</sup> 三房	644	430	67%	6700—7700	3.2

(注：以上数据来源泰辰市场监控中心，均为活动当天数据)

**营销活动（按节点分类）：**2014年上半年度郑州楼市整体表现不及预期，多数项目举办特色活动吸引关注、增加到访、提升项目知名度，活动类别较为新颖，以主题式系列活动表现抢眼；多数项目愈加注重体验式营销，通过对售楼部、样板间的现场展示及其他活动，让客户通过视觉、嗅觉、味觉和听觉加深认知度，进而树立项目形象、增强客户信心

**营销节点分类**

**项目、新产品入市—轰动抢眼**

- ◆永威迎宾府 “五吨荔枝空降全城”
- ◆保利永威西溪花园 “满城送绿” .....

更加注重“全城互动”及客户体验

**样板间、示范区开放**

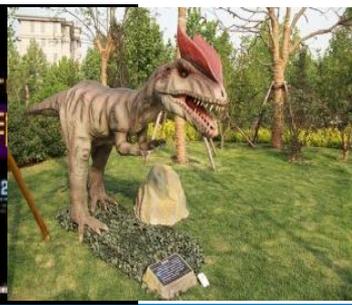
- ◆名门紫园景观示范区打造以及“巴卡拉”奢华水晶样板间
- ◆建业天筑“亿元奢装样板间” .....

示范区、产品展示更精细

**平销期—小活动暖场、大活动适时引爆**

- ◆公园道1號“恐龙嘉年华”
- ◆万科城“相亲活动”
- ◆恒大金碧天下“美食嘉年华”
- ◆泰宏建业国际城“周杰伦演唱会” .....

暖场活动不断，利用节日、文娱、主题活动等适时引爆，活动新颖



**传统营销手法聚焦：**各种营销手法“重出江湖”，频频亮相；上半年多数项目采取低首付、特价房以及加大一次性、提高首付优惠等多重营销手法推动销售，意在吸引客户到访、加大促销

**营销优惠**

**营销实质**

**使用范围**

直接让利，折扣不等，刺激销售

- 1、直减房款类
- 2、高折扣类
- 3、加大一次性、提高首付优惠

多数项目采用，较为普遍

获取资金快速回笼，完成销售目标

- 4、低价入市

首次开盘项目，可助去化加速

低门槛，扩大影响力

- 5、“0”元入会
- 6、存一抵“X”

多数认筹活动采用，抢占客群

优惠手段多样，变相降价

- 7、送精装
- 8、贴息
- 9、团购房

销售过程中采用方式

首付分期为主，降低购房门槛

- 10、“低首付”

采用范围较广，多数项目涉及

“噱头”为主，房源数量及优惠力度有限

- 11、特价房

多为尾盘及去化较难房源

2014年上半年郑州房地产市场采取分期首付的项目

区域	项目名称	付款期	具体方案	风险控制	效果解析
高新区	祝福红城	2年	首付分3次付清，第一笔款不低于总房款的5%，于6月30日之前支付，第二笔不低于总房款的5%，于12月31日前支付，第三笔于2015年6月30日之前全部付清，2014年4月底开始	客户与开发商签订借款合同，2年内付清	较之前比，对来访量成交量均有一定效果
	校正盛世新天	1-2年	首付10%-15%	具体方案未定	——
	谦祥万和城	1.5年	首付10%，剩余20%一年半内付清；选择首付分期，按时签约1%优惠不能同时享有	客户与开发商签订借款合同，一年半内付清	6月9日开始执行，效果待定
	升龙又一城	0.5年	写字楼进行首付分期，首次付首付的15%，剩余的6个月内付清	客户和开发商签订借款合同，半年内付清	效果一般（每月不超过3套）
惠济区	迎宾路3号	1年	客户要求可做首付分期，首次付10%，之后根据客户自身的经济能力，一年内付清剩余首付	客户与开发商签订借款合同，一年半内付清	有一定的宣传力度，实际的销售影响不明显
	昌建誉峰	0.5年	首套：首付10%；二套：首付40%；一次性：首付80%	客户与开发商签订借款合同，客户须在购房合同签订之日起至2014年12月15日前还清	对客户吸引力不大，客户表示主要考虑价格因素
中原区	正商花语里	2年	首付10%，剩余首付在2年内分四次付清	客户与第三方公司签订借款合同，由开发商和代理公司承担利息	吸引部分刚需客户
	方圆经纬	1年	商确实行首付分期，第一次付15%，半年后付15%，一年后付20%	剩余首付，客户与开发商签订借款合同	促销作用不大，但客户多倾向于零首付
金水区	盛湖锦绣城	1年	客户首次付10万，剩余首付在一年内付清	客户与开发商签订借款合同	效果一般
	开祥御龙城	1年	客户首次交总房款的10%，剩余2/3的首付每半年交一次，一年内付清	客户与开发商借款条款，给客户开全额发票，如若客户违约，开发商有权收回商品房	对成交有一定效果
	正商恒钻	2年	首付15%，剩余首付两年内分三次付清	客户与担保公司签订借款合同，两年内付清	——
管城区	正商华钻	2年	首付15%，剩余首付两年内分三次付清付清	客户与担保公司签订借款合同，两年内还清，2013年12月份开始，为期1个月，2014年5月底开始，为期1个月	参与客户比例为60%左右
	中岳七里官堤	1年	首付15%，剩余首付，85㎡两房分2期7个月内付清，135㎡三房分3期付清，1年付清，可以提前还款	客户与开发商签订借款合同，定期还清贷款	主要去化剩余较多的两种户型，效果较好
二七区	亚星盛世	2年	首付10%，剩下首付1-2年内	客户与开发商签订借款合同，1-2年内付清	效果一般
	华润悦府	0.5年	首付分两次付清，第一次交13.2万	客户与开发商签订借款合同，半年内还清	效果一般
经开区	金沙湖高尔夫观邸	0.5年	客户首次付一半首付，剩余首付半年内付清（4月20日开盘，仅在开盘当天采取首付分期，之后取消该活动）	客户与开发商签订借款合同，购房合同暂时抵押给开发商，付清首付后归还给客户	来访量提升，对促进销售无太大实际意义
	富田九鼎世家	1年	针对所有房源，首次付10%，半年付一次，一年后付一次	客户与开发商签订借款合同，一年内付清	对来访成交无实际效果
新郑龙湖	正商瑞钻	1.5年	首付15%，剩余首付分三次一年半年内付清，每6个月支付一部分首付款	与开发商签订借款合同，一年半内付清	——
	富田兴龙湾	1年	可首付分期，先付10%，其余一年两次还清	客户与开发商签订借款合同，一年内付清	效果一般
	豫都温莎城邦	1年	首次付10%，剩余一年分两次付清	客户与开发商签订借款合同，一年内付清	效果一般
中牟	东润朗郡	1年	客户交总房款5%的定金	方案1：剩余15%首付，客户与易居贷签订借款合同，开发商为担保方，一年内分两次或三次还清，客户共付20%首付，其余10%首付由开发商垫付，6月11日开始，限定前50个客户	已排卡10多张
	东润华景	1年	客户交总房款5%的定金	方案2：客户付30%首付，开发商对剩余70%房款优惠10%，客户只需需60%的房款	已排卡10多张
白沙	中央花园	1年	首次交首付比例的30%，12个月付清首付，在6个月的时候支付首付35%，12个月支付剩余35%	客户和开发商签订借款合同，一年内付清	较之前比有一定效果

(注：以上数据来源泰辰市场监控中心)

**新型营销——拓客新手法：**房产电商模式受捧，“噱头”十足，效果有限；自媒体运用愈加广泛，形式灵活多样，传统媒体逐渐削弱；拓客形式多样化，费用占比加大，行销、全民营销、巡展巡演成为拓客新手法



**自媒体：微信、微博**

- ◆优势：增加客户黏性，有利于项目传播；
- ◆受限因素：信息及时更新、趣味性强、吸引眼球、与项目形象契合、信息多样化；
- ◆效果：结合项目线上线下共同推广，能够更好的“圈客”。

**房产电商：腾讯大豫网、新浪乐居、商都网、好房网、搜房网.....**

- ◆优势：通过电商平台方整合购房者资源，通过线上推广、线下拓客，为开发商做到精准客户的配送，营销费用较低，以“竞拍、团购、秒杀”多种购房形式吸引客户；
- ◆效果：多为营销“噱头”，实际效果未显现；
- ◆实质：①开发商风险转移；②淡市下，通过这种模式实现变相降价，抢占市场。

营销拓客



- ◆行销：①费用高，受众面窄；②多用于项目入市前积累客户，进行大规模多样式拓客；或者淡市下采用，平销期出去寻找客户，拉访；  
案例：恒大金碧天下、正商
- ◆全民营销：①若目的在于促进项目销售，则受限于传播者对项目的认可度、成交的难易程度、客户界定以及利益兑现的可能性等因素，实际效果有限；②若目的在于宣传推广、若话题性足，内容新颖，可起到一定作用；③多为大型房企使用，碧桂园、万科.....  
案例：碧桂园、万科
- ◆巡展、地市巡演：①拓客范围扩大，更加注重与客户互动，增强客户认知度；②费用较高，受众广泛。  
案例：万科

## 新型营销——房企互联网联合：房企联合互联网，将更多的有利于资源共享，相互促进，未来行业变革步调将进一步加快

### 万科——百度

◆6月12日，百度公司与万科集团宣布达成战略合作，百度将基于大数据分析及云计算技术，为万科旗下的商业地产提供智能化升级的解决方案。

◆试点：北京昌平金隅万科广场，智能化升级后可以让顾客通过手机进行商场内路线规划、停车场导航等。

◆6月26日，途家网事业部总经理包晓明与北京万科副总经理肖劲共同完成了签约仪式，宣布达成首次战略合作。双方将以巨人的高度共同打造旅游地产新纪元。

### 万科——途家

### 华南城——腾讯

◆1月15日，腾讯认购合共6.803亿股华南城股票，占股9.9%，通过此次携手合作，两大企业将强化线上和线下资源优势的互补，加快商贸领域的一体化进程。

### 当代——乐视

◆乐视集团与当代置业5月21日在香港签署战略合作协议，双方将在智慧社区、智慧酒店、智慧体验中心等多个领域展开深度合作。

### 万达电商——京东

◆5月28日，京东宣布与万达电商联合启动合作项目，共同为消费者提供更加优质的服务和体验。5月28日至6月2日的“0元玩转万达 开启极致体验”活动，是双方首次推出的大型联合营销活动。

### 易居——新浪

◆7月14日，易居联合新浪、新浪微、分众传媒、申通快递共同推出的定位于写字楼及居住社区的移动社区生活O2O服务平台“实惠”，利用媒体、微信及申通快递的物流平台，将社区住户与各类服务商连接起来，为社区周边商家提供精准的用户群。

### 华润——小米

◆华润置地联同小米进军智能家居市场，并在北京海淀区华润·万橡府，打造小米首个智能家居体验平台，合作探索未来智能家居在实际运用中的发展和走向。

**新型营销——多盘联动：**2014年上半年，部分房企采用多盘联动销售模式，宣传产品信息的同时推广企业形象，扩大影响力，借机推出项目优惠活动，但实际销售效果受项目间区域限制影响较大

亚新集团

亚新17载“3城6盘”

郑州：伍號院、橄榄城都市广场、亚新广场、亚新总部中心；  
开封：郑开橄榄城；  
洛阳：亚新橄榄城；  
亚新集团借助企业“十七周年庆”宣传旗下楼盘，并同时推出**全线产品95折**优惠活动，吸引客户关注



正商地产

写字楼、商业联盟

写字楼：建正东方中心、正商和谐大厦、正商蓝海广场、正商向阳广场、正商国际广场；  
商业：正商城、正商新蓝钻等底商；  
正商地产2014上半年多次举行**商业、写字楼等多盘联动**活动，活动当天给予客户更多优惠，吸引客户购买



幸福建业，郑州再出发

2014郑州建业 十盘联动星耀中原

幸福建业 郑州再出发  
2014郑州建业 十盘联动星耀中原

2014郑州建业10盘联动

在售项目：建业天筑、建业春天里、郑西联盟新城、建业贰号城邦；  
待售项目：郑州凯旋广场、建业智慧港、建业花园里、建业运河上院、建业比华利庄园、森林半岛；  
建业集团借助建业足球宣传企业形象的同时宣传旗下郑州各项目

建业集团



**总结：**上半年楼市观望氛围加深，来访及成交量均有下降，成交周期延长，营销手法越趋多样化，淡市下，走出去战略、全民营销已成为共识，多数项目欲借助小幅优惠吸引客户成交，实则效果微弱

**全国市场——整体下行，成交低迷**

- ◆ 信贷收紧、利率上浮
- ◆ 媒体大肆宣扬全国化淡市
- ◆ 杭州、常州等楼盘降价风波
- ◆ “救市”手段：江苏、杭州，广西等多地出台“救市”政策

**市场表现**

**郑州市场——楼市平淡，客户观望**

- ◆ 信贷收紧、利率上浮20-30%成为常态
- ◆ 楼市表现不及预期，多数项目来电来访、去化率明显下降，优惠力度增加，实则观望者较多，买方市场表现明显

**开发商层面**

**房企分化，强者更强**

- 开发商回款困难，资金链出现危机，寻求新型融资渠道；
- 房企格局出现分化——中小房企资金不足，融资困难，面临倒闭或整合的风险加大；品牌房企借助金融渠道融资；
- 上半年房企业绩明显分化，大型房企更胜一筹，万科、绿地、保利及恒大业绩达百亿以上。

**项目表现**

**来电来访减少，成交周期拉长**

- 从3月底开始，各项目来电来访明显减少，客户观望加重，成交周期拉长；
- 项目推广力度减弱，以短信、派单拉访为主，直接增加到访量；对到访客户引导逼定，加速成交；
- “高折扣优惠”“低首付、特价房”等营销手段先后入市，4、5月份尤为集中；
- 逆市热销，仍有高去化楼盘；品牌房企+定价合理+凸显教育资源、送面积、送装修等产品价值的项目，仍受客户青睐。

**客户层面**

**观望加深，考虑愈加慎重**

- 刚需置业者：影响其决策因素为价格、首付款、新闻舆论及利率，购房周期延长；
- 改善型置业人群：部分客户直接取消购房计划，部分客户观望心理加重，市场走向不明朗，欲等待时机；
- 高端客户：愈加看重区域内各项目品质、产品特性、性价比等。

淡市下，愈要精准客户定位，注重精细化营销，做足基本功，挖掘项目自身的价值和卖点尤为重要。

# 【预测篇】

## Part 6

## 下半年市场展望

**&宏观经济：不确定性强，未来增长压力大**

**&政策动向：维稳为主，地方调控多样化**

**&市场格局：竞争激烈，去化压力不容忽视**

**&整体预测：分化明显，市场自身式调节仍将持续**

**宏观经济：**经济增速要实现既定目标压力较大，且历来房产市场对宏观经济影响较大，受房地产投资增速下滑的影响，未来经济增长存在不确定性

**目标：**政府要“保持今年经济增速在7.5%左右”

**压力：**全年力保7.5%，三、四季度经济增速需保持在7.5%以上方可完成年度目标

## 矛盾点：稳增长 OR 调结构

### 国际经济环境

- 微刺激后，出口有所回升，未来出口将保持稳定增长
- 资本市场仍面临持续调整的风险上升

### 国内经济环境

- CPI增速平稳，年度可控目标3.5以下
- 经济走势稳定，下行压力犹存

### 货币政策

- 保持稳健的总体基调不变，偏向宽松
- 信贷趋紧，融资渠道有限，利率市场化

**判断依据：**经济能否达到既定目标7.5%，最重要的判断是结构性改革能否真正推行；

➢ **利好：**近期结构性改革的重点是简政放权和**开放民间资本投资**

➢ 若是能真正贯彻执行，下半年经济增长或超预期，否则，下行压力犹在；

➢ **变量因素：**房产市场仍然是最大的宏观经济风险，最主要的是房地产投资增速的下滑，下半年经济增长仍然面临较大不确定性。

### 可能一：

➢ 目前，各地房产限购的放松已逐步铺开，但实际效果有限；通过**放松地产投资的融资瓶颈**来刺激市场；

### 可能二：

➢ “定向宽松”等微刺激政策效果有限，大幅度宽松信号不利于货币政策的稳定性和连续性，相比之下，定向调控较降息降准更为稳妥。

**政策动向：**上半年中央政府主张分类调控，地方放松手段多样化，下半年房地产市场调控将以去库存为主，受存量增加影响，未来房价下挫可能性加大

### 中央态度

持续“微刺激”

回归市场，分类调控

- “双向调控”：3月份，全国两会召开，年内调控基调确定：双向调控；
- 两次定向降准：4月25日首次降准，下调定向存款准备金率2%；6月16日再度降准，定向下调存款准备金率0.5%。

➢ 未来中央加码调控的可能性不大，将持续微刺激政策

- 年初，信贷持续收紧，利率上浮至20-30%；
- “央五条”：要求银行优先满足首次购房贷款需求并及时审批和发放符合条件的个人住房贷款；
- “央行喊话”，效果不大。

### 银行信贷

信贷收紧、利率上浮成常态，影响扩大

- 2014年全年新增人民币贷款约为9.5万亿元。下半年新增贷款约为3.8万亿元，同比增速将下降至零左右的水平；

➢ 年内信贷政策放松可能性较小，且商业银行对政策响应力度普遍较弱

### 地方政府

“跟风”城市较多

去库存手段灵活多样

- “疯狂救市”：4月开始出现“救市”潮，出台多样化调控政策，取消限购、购房落户调整、契税补贴、公积金贷款利率调整.....
- 政府发文：目前已有呼和浩特、济南等城市发文取消限购，而其他城市则采取其他方法救市。

➢ 预计下半年公开放松或取消限购的城市将持续增加

- 信贷主导楼市走向，高房贷利率致使客户观望；
- 郑州“救市”政策：5月8日出台“住房贷款可获政策性担保”；6月16日购房“组合贷”实施，最高可申请70万元，“试水”阶段，影响较小。

### 郑州表现

库存增加 价格或不再坚挺 解除“限购”可能性仍小

- 迫于存量压力，郑州住宅市场价格下挫可能性加大；
- 长期来看，有取消限购的可能性；但年内取消限购的可能性较小，政府或将从减免税费等其他手段入手

**市场格局：**郑州市下半年推售量最多为**高新区**，最少为**经开区**，市内八区下半年住宅预计推货量总体约为**383万m<sup>2</sup>**，根据上半年月均去化为**44.3万平方米**，下半年推货量所需去化周期约为**8.6个月**，去化压力不容忽视

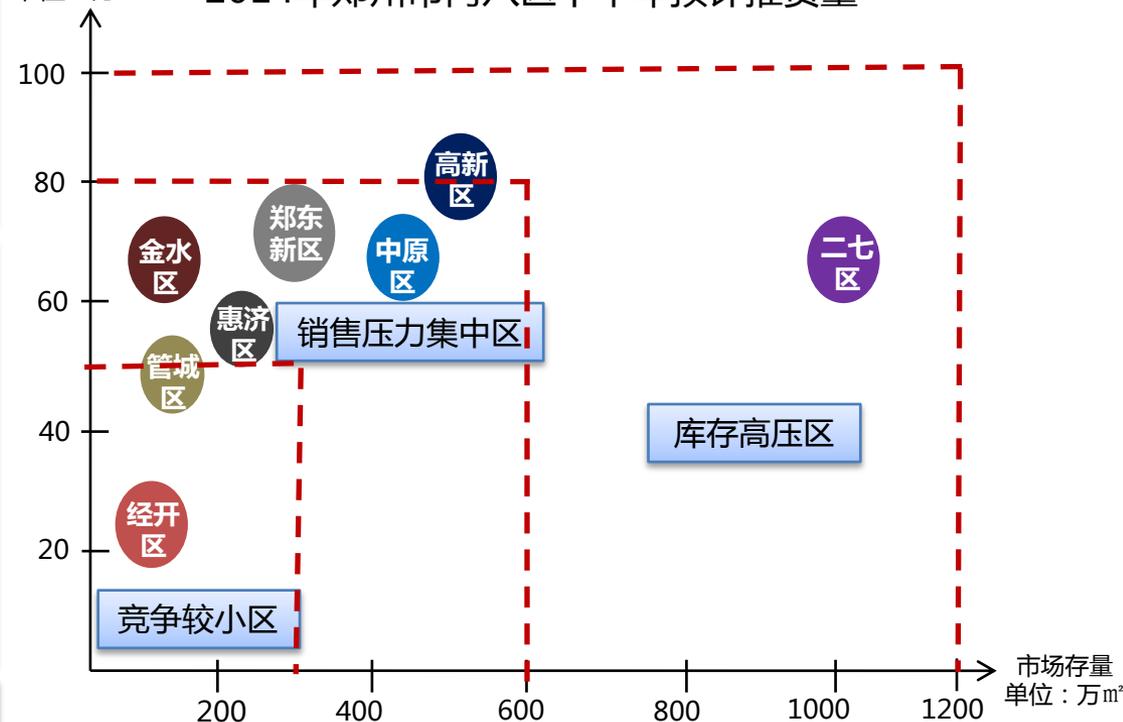
► **库存高压区：**高新、二七区，二七区库存量最多，因为区域内正商城和亚星盛世体量较大，下半年推货量以正商城、升龙城、绿地滨湖国际城为主；高新区库存量在八区内仅次于高新区，下半年推货量以万科城、公园道壹号为主。

► **销售压力集中区：**金水、惠济、郑东新区、中原区，此类片区内下半年新入市项目较多，去化压力大，金水区主要以和昌悦澜、瀚宇天悦、宏光协和城邦为主；惠济区为民安北郡、正商玉兰谷和保利海上五月花；郑东新区主要为海马公园、正商书香华府；中原区预推量集中以正商花语里、升龙天汇广场，新入市项目为建业五龙口项目；

► **竞争较小区：**经开、管城区，经开区库存量最少，下半年预推量以金沙湖高尔夫官邸和恒大绿洲为主，新入市项目为绿地海珀兰轩；管城区预推货量以阳光城和正商华钻为主；

住宅预推量  
单位：万m<sup>2</sup>

2014年郑州市内八区下半年预计推货量

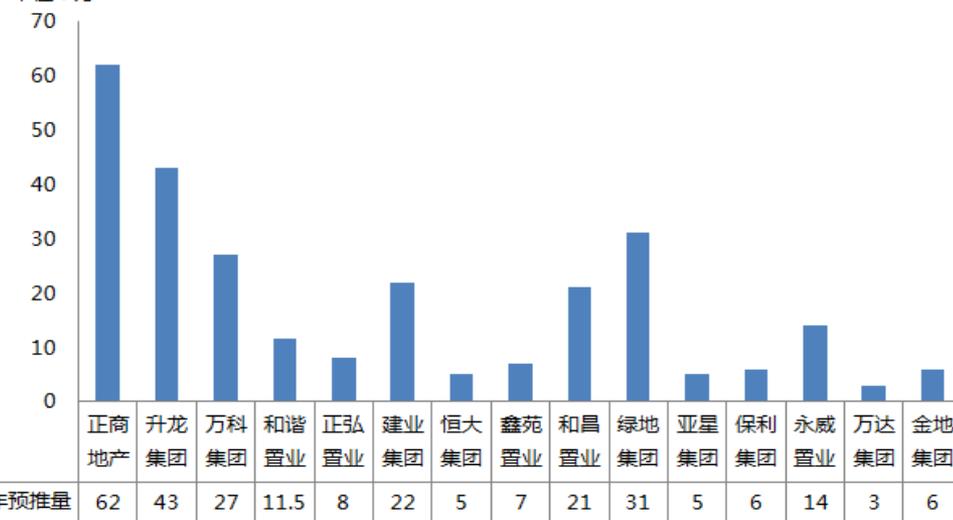


备注：以上数据来源于泰辰市场监控中心，根据日常监控及调研梳理所得，部分项目推售计划有所调整，仅供参考

**房企格局：**下半年郑州市内推货量以正商、升龙、绿地等典型房企推货量为最高，均在30万m<sup>2</sup>以上，房企间分化日益明显，外来一线房企品牌优势日益凸显，行业集中度表现明显

郑州市知名房企下半年预推量

单位：万m<sup>2</sup>



房企	上半年销售量 (万m <sup>2</sup> )	下半年预推量 (万m <sup>2</sup> )
正商地产	26.5	62
升龙集团	22.1	43
万科集团	15.1	27
和谐置业	11.1	11.5
正弘置业	13.0	8
建业集团	10.9	22
恒大集团	8.5	5
鑫苑置业	6.5	7
和昌置业	5.9	21
绿地集团	9.4	31
亚星集团	5.2	5
保利集团	4.5	6
永威置业	4.0	14
万达集团	2.4	3
金地集团	1.8	6

➤ 郑州有八家知名房企上半年销售量均在10万m<sup>2</sup>以上，下半年原定预推量多集中于正商、升龙、绿地，推货量均在30万m<sup>2</sup>以上，随着市场下行压力加大，部分房企或将调整推售房源，延迟推售时机；

➤ 多数房企欲借助“金九银十”展开推售，届时新入市项目较多，市场竞争压力将明显增强，届时不排除部分项目采取加大优惠方式来快速去化，以回笼资金为先。

(数据统计仅为郑州市内八区、不包含航空港区、新郑龙湖镇等其他片区，不包含房企合作开发项目)

备注：以上数据来源于泰辰市场监控中心，根据日常监控及调研梳理所得，下半年推销量为原定推售计划，近期部分房企有所调整，仅供参考

**整体预测：**2014年上半年，房地产市场调控政策方面无明显变动，政府主导以市场自身的调节为主，总体来说，下半年“微刺激”、“双向调控”将成常态，地方手段日趋多样化“救市”，后期若无重大政策干预，整体市场将呈现出震荡式下滑态势

### 中央政策

- 下半年度调控政策仍将以维稳为主，政府不会出台较大刺激政策，定向微调和微刺激将为主要手段

### 地方政策

- 地方政府调控主导权加大，未来将有较多城市跟风，迫于存量及市场下行压力，将采取更多措施（或从户型面积、或降低门槛）来放松和解除限购

### 土地市场

- 上半年全国土地市场表现低迷，开发企业对楼市信心不足，拿地节奏普遍趋缓
- 下半年土地市场仍将受楼市影响较大，届时不排除部分房企借机以低价购地

### 郑州市场

- 当前住宅市场存量逐步增加，销量持续低迷，房企迫于销售及回款压力，后期将更多侧重于快速去化，回笼资金，部分新项目或将以低于市场预期的价格入市，届时价格下挫即将显现

# 结 语

上半年楼市可谓是百感交集，看跌论、看空论声不绝于耳。展望下半年，后调控时代，在稳增长和调结构间谁主沉浮，未来变数颇多……

所谓“百舸争流，奋楫者先”，淡市营销愈要做足基本功，充分挖掘项目自身的卖点和价值可谓是至关重要，注重精细化营销、在适当时机做出合理的价格和推售策略判断才是应对市场的不不变法宝。

深圳泰辰市场研究部将继续秉承专注、专业的宗旨，以客观事实为依据，真实、深度剖析市场变化，不断创新，为合作企业及时提供最具价值和参考建议的信息。

我们只做最专注·专业的

房地产市场研究机构

深圳市泰辰置业顾问有限公司  
Shenzhen Times Property Consultants Co.Ltd

---

来自深圳·立足郑州·服务河南 提供值得信赖的房地产综合服务

地址：郑州市金水区金水大道299号浦发国际金融中心B座1008

电话：0371-69350711

传真：0371-69350711

电子邮箱：tcyanjiubu@126.com

网站：<http://www.sztaichen.com>

專注·專業

---

深圳市泰辰置业顾问有限公司  
Shenzhen Times Property Consultants Co.,Ltd.