

全力冲刺签约、回款目标

## 房企打响年末“抢收战” 有楼盘92折再送宝马X1

本报记者 方超 张家振 上海报道

“引爆周年庆，买房送宝马。”近日，江苏省徐州市璞樾御珑湖推出了“买房送宝马”活动，“买房送宝马”“iPhone 14”等宣传引发购房者关注。

《中国经营报》记者就此致电璞樾御珑湖营销中心，相关工作人员在确认“买房送宝马”等活动属实的同时亦表示，上述活动时间为11月18~30日，具体优惠包括在92折基础上再送一輛宝马X1等。

这只是诸多房企在年末全力冲刺签约、回款目标的一个缩影，并纷纷打响了花式“抢收战”。记

### 花式促销揽客

买房就送宝马汽车一辆(所有权)，数量有限先到先得。

“‘买房送宝马’活动的名额已经用完了，已经全部截止，但是如果确定买房，我们给出的优惠算下来和之前的活动是一样的。”11月30日，记者在“买房送宝马”活动的最后截止日致电璞樾御珑湖营销中心，相关工作人员表示：“因为项目推出了‘买房送宝马’活动，的确有很多客户因此来看房、买房。”

“我们之前给出了8个点优惠，就是在92折基础上再送一輛宝马X1，如果购房者不需要车辆，也可以从房价里把车辆折算价格减下来。”璞樾御珑湖营销中心相关工作人员力邀记者前往看房，并称“买房送宝马”活动虽然已经结束，但可以尝试向领导申请相关优惠，“必须要购房者本人来现场”。

无独有偶，在距离徐州市200余公里的安徽省淮南市，也有房企推出了“买房送宝马”活动。

“作为中国最具知名度的汽车品牌之一，试问谁不想拥有一辆属于自己的BMW，现在就来城房，左手洋房右手宝马，让你即刻进阶圈层人

者梳理发现，除开展传统的降价促销、买房送家电等活动外，多家头部房企还加入了首付分期“大军”，并成立了“卖一买一”专项工作组，以帮助想买新房的客户解决二手房难卖的问题。

在开展花式促销背后，则是房企不得不面对的销售业绩和回款压力。中指研究院发布的统计数据 displays，今年1~11月，TOP100房企销售总额为67268.1亿元，同比下降42.1%。“从公布销售目标的15家房企来看，今年1~11月，目标完成率均值为65.4%，低于去年同期的85.7%，完成全年目标的压力较大。”

生。”11月初，北京城房淮南城市公司旗下的城房清华园也通过官方渠道对外发布了“买房送宝马”活动信息。

记者注意到，城房清华园推出的“买房送宝马”活动针对指定房源，“买房就送宝马汽车一辆(所有权)，数量有限先到先得”。

而除了颇为吸睛的“买房送宝马”活动外，多家房企也在借势2022卡塔尔世界杯包装房地产项目营销活动，从而促进房源销售。

例如，禹洲集团苏皖区域就推出了“感恩季暖冬购房节”。此外，在11月23~30日期间，禹洲集团旗下多个项目结合世界杯进行营销，声称与购房者“玩转世界杯”。

“面对市场下行，头部房企一边加大优质项目的供应，一边为了获客也‘降下’身段举办更加多元化的营销手段。”克而瑞研究中心分析认为，有时候一味地降价并不能带来预想中的效果，关键还是要通过营销“组合拳”扩大企业及项目的影响力，促进项目的转化，面对市场的变化需果断地促销去化。

### 发起“减付行动”

房企推出首付分期活动，主要是为了降低购房者的置业门槛。

除花式促销外，首付分期亦成为不少房企揽客的“法宝”。

“可享最低首付10万分期”，在合肥市某置业微信群中，意禾阅湖登科置业经理刘韬(化名)发布的房源促销信息持续刷屏。刘韬向记者表示：“假如房源需要60万元首付，而购房者现在只有20万元现金，我们售楼部可以先垫资40万元，且不收取利息，垫资时间可以半年至一年间，具体视购房者情况而定。”

事实上，推出首付分期活动正成为诸多房企的共同选择。

“选保利，轻松买慢慢付，5%的买房机会仅限11月。”11月下旬，“保利浙江”官微平台发布信息称，公司以十足诚意，发起“减付行动”，“不同以往的首付30%，此次只要首次支付5%就能用轻松代价买一套央企好房。”

根据“保利浙江”发布的信

### 冲刺全年目标

短期来看，伴随着房企资金面持续改善，“保交楼”资金加快跟进，购房者预期有望继续修复。

据了解，进入三季度以来，就有多家头部房企开始着手准备冲刺年底销售目标。

据媒体报道，早在今年10月底，万科主席郁亮、开发经营本部首席合伙人兼CEO张海及各区负责人就召开了内部会议并强调，今年最后两个月要全力冲刺销售，同时在全国一大批城市加强各类销售渠道的合作力度。

此外，碧桂园也在11月26日推出了“碧桂园现房节”活动，“全国1000+现房楼盘，最大可获75折优惠”。碧桂园方面表示，公司旗下1000多个现房项目遍布全国

息，购房者可在今年12月31日前付齐5%房款，部分商办项目首付从50%降到5%，极大降低了置业门槛，并于2023年补齐20%房款(具体补齐时间以项目案场政策为准)即可，“超长期的首付分期，缓解了开支压力，生活品质不打折扣。”

据介绍，参加上述分期首付5%活动的项目包括杭州保利和颂春风里、宁波保利和颂文华等多个热点城市项目。不过，“保利浙江”方面也强调称，活动仅限保利浙江区域旗下指定项目，具体优惠政策以各案场实际为准。

某TOP30房企苏州区域一位项目负责人也向记者表示，其所在的苏州项目也推出了首付分期活动。“首付分期就是我们和购房者约定，可以先支付一定比例的首付款，剩余款项在一定时间内补齐即可，主要是考虑到部分客

30多个省、268个城市，“除此之外，部分楼盘还有10%首付、买房送家具、瓜分20万元礼包等重磅活动。”

“从今年下半年开始，保利、龙湖、中海、万科等均好型房企就加大了折扣力度，并在全年去化压力下发起了四季度的目标冲刺。”克而瑞研究中心分析认为。

“头部房企加入年末‘抢收战’的现象很正常，在房地产行业发展的趋势面前，每家企业都会受到大环境的影响。”高院生也分析称，“现在不管是头部民营企业还是国企央企，在拿地方面也



近期，为促进销售回款，多地房企推出了首付分期等活动。图为安徽省六安市未来城项目。 本报资料室/图

户的购房压力比较大。”

“年底将至，开发商的回款任务比较重。”无锡市一位房地产市场人士告诉记者，当地也有楼盘推出了首付分期活动，“部分楼盘可以先付一成首付，然后会给购房者两个月、最长半年时间再付剩余首付款。”该市场人士同时表示，购房者也可以多贷款，少付首付款，具体根据购房者的实际情

况来操作。

“房企推出首付分期活动，主要是为了降低购房者的置业门槛。”在中指研究院华东分院常务副总经理高院生看来，对于一部分想买房、但首付款不够的购房者而言，首付分期可以缓解他们的买房压力。“在当前的房地产市场中，首付分期活动会有一些效果，但不会特别明显。”

克而瑞研究中心则表示，各线城市大概率会重启轮动修复。其中，核心一二线城市有望“保温”，尤其是杭州和成都这类强二线城市，在市场出现走弱迹象时及时优化调整政策，短期有助于提振市场情绪，成交或将继续走稳。

“近期出台的一些政策，对于提振房地产业信心而言会起到比较明显的作用，但真正传导到需求端可能还需要一段时间，建议相关部门接下来在需求端进一步对政策进行优化调整。”高院生表示。

## 文旅行业“破”与“立”：沉浸式业态、国潮国风或成新风口

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

与文化深度融合，探索数字化转型，正成为文旅业“破局重塑”的新风向标。

近日，宋城演艺发展股份有限公司(以下简称“宋城演艺”，300144.SZ)发布公告称：公司及全资子公司已与湖北交投宜昌投资开发有限公司、宜昌市人民政府签署《“宋城·三峡千古情”项目合作协议书》，为其提供包括品牌授权、“千古情”节目原创、规划概念性方案设计、互动体验项目设计、开业筹备等服务，将“宋城·三峡千古情”项目打造成湖北乃至长江黄金旅游带的文化地标之一，总服务费用约2.6亿元。

和宋城演艺培育文化地标的做法类似，文化产业与旅游业的关系如今正愈发紧密，旅游景点中的“中国风”随处可见。在日前开幕的第九届乌镇戏剧节上，每晚都有中外戏剧表演，游客甚至还能在街头巷尾“偶遇”表演嘉年华。

党的二十大报告也为文旅产业发展指明了方向：“健全现代文化产业体系和市场体系，实施重大文化产业项目带动战略。加大文物和文化遗产保护力度，加强城乡建设中历史文化保护传承，建好用好国家文化公园。坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合。”

“党的二十大报告提出‘以文塑旅、以旅彰文’，为当下文旅产业发展做出了方向性的指引，也是文化与旅游融合发展、相互促进的重要契机。不管是对于文化事业还是旅游发展而言，都有着非常重要的推动作用。”IPG中国首席经济学家柏文喜向《中国经营报》记者表示。

### 沉浸式体验受追捧

记者从乌镇景区了解到，第九届乌镇戏剧节包括特邀剧目、青年竞演、古镇嘉年华、小镇对话四个单元，一共启用了9个剧场，包括22部特邀剧目，共计63场演出。

在业内人士看来，与国内外其他戏剧节相比，乌镇戏剧节的一个鲜明特点在于充分结合了乌镇独一无二的人文与自然环境。小镇环境为乌镇戏剧节提供了枕水人家独有的历史底蕴与江南意境。与此同时，戏剧元素也融入了小镇的桥头巷陌，不仅拓展了小镇的文

### 创新阐释传统文化

党的二十大报告提出，“增强中华文明传播力影响力。坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。”事实上，旅游业也是弘扬中国传统文化“的主阵地”。近年来，各大旅游景点频频与国潮国风IP联动而引发关注。

今年国庆假期，位于黄山市

### 数字化赋能转型升级

“今年初，我们出品了国内第一个景区元宇宙作品，通过移动端与景区实际场景相结合，给大家带来了不同的体验感受。”拈花湾文旅联席总经理叶珺表示。

吴国平也分析认为，“沉浸式”体验产业、元宇宙技术赋能是文旅产业的新未来，几乎覆盖了文旅新兴消费的所有领域，有望形成一个千亿级的产业，正成为文旅产业的“下一个风口”。

化内涵，也将戏剧深深嵌入到小镇的文化生活之中。

据了解，位于浙江省桐乡市的乌镇古镇保护与旅游开发工程遵照“保护第一、修旧如旧、以存其真”原则，探索出了独特的“乌镇模式”，并由此成为了国内古镇旅游开发的典范。

清华同衡规划设计研究院副院长霍晓卫表示，旅游具有天生的文化属性，人通过旅游不仅完成了从此地向彼地的位移，也实现了文化认知心理层面从故乡向异乡的

转变，完成了文化交流或文化认同。独特完整、沉浸其中的旅游体验，需要以突出的自然和文化特色为支撑。文化和旅游相辅相成，共同激发着人们的消费需求。

乌镇正是探索文化、旅游深度融合的“先行者”和“示范者”。乌镇戏剧节发起于2013年，如今已成为全国乃至世界知名的文化品牌。与此同时，乌镇当代国际艺术展、木心美术馆等文化元素也已深度融入古镇，让乌镇从“旅游小镇”“度假小镇”逐步发展成为国际化

带来了“海底民乐大赏”，带领游客在“海底”领略传统国粹之美。

在成功打造出禅意小镇等具有鲜明中国风的文旅标杆项目后，无锡拈花湾文化投资发展有限公司(以下简称“拈花湾文旅”)又在浙江省台州市打造出了以海贸文化为特色的甌祉老街。

据介绍，传统与现代相结合的甌祉老街以台州市海贸文化作为核心IP。在拈花湾文旅董事长、首席产品官吴国平看来，

都偏谨慎，主要还是面临房地产市场需求不足的问题。”

值得注意的是，在多家头部房企冲刺全年销售目标的同时，亦有部分房企的区域公司已宣布提前完成了年度目标。例如，中建七局地产集团此前就表示：“华东公司累计签约超额65亿元，完美完成年度销售责任目标，提前60天打赢2022年销售‘攻坚战’。”

对于今年房地产市场的发展趋势，中指研究院分析认为，短期来看，伴随着房企资金面持续改善，“保交楼”资金加快跟进，购房者预期有望继续修复。

“文化和旅游深度融合主要体现现在文化作为旅游的IP与驱动力，而旅游又作为文化的载体与传播途径。”柏文喜指出，目前两者的融合度与相互渗透度、互动度显然还不够，在相互驱动、互促发展方面还有很大的提升空间。

霍晓卫也表示，文旅融合的任务与挑战重点在于二者之间需要形成可持续的良性互动。在旅游业规模化、快速化的发展过程中，如何平衡文化事业与旅游产业、社

传统文化的创新发展与转化对于文旅行业至关重要。“这十年，我们在不断地升级迭代核心文化产品，将场景、艺术、建筑、体验的美学融为一体，让消费者既可以感受到文化的无穷魅力，也能够体验到旅游为美好生活带来的幸福感。”

“比如在建筑上，拈花湾文旅坚持传承地方建筑文化特色、延续本地居民生活形态的理念，在尊重原有建筑肌理和传统空

会效益与经济效益之间的关系，是文旅融合长期存在的难点与挑战。

“例如，古城、古镇、古村因核心范围小，可更新地段与周边环境多有限要求，可容纳的旅游设施与旅游行为有限，但旅游产业的运营需要在有限的范围内追求最大的产出。”霍晓卫进一步阐释道，突破口在于通过主题串联更大范围内更多的旅游资源，通过设施保障拉长旅游运营活动的空间与时间，通过运营措施创新实现旅游流量的“削峰填谷”。

间特色基础上，尽可能保留原始风貌地块的原真性和完整性，以求每条胡同有味道、每个转角有风景、每幢院落有特色。”拈花湾文旅相关负责人告诉记者。

柏文喜也指出，就旅游景区而言，结合国潮国风可以发掘中国传统文化来形成有吸引力的IP内容与元素，在推动旅游业发展、收获良好经济效益的同时，也促进了文化事业的兴旺与繁荣。

众分发，且其唯一性又使得数字藏品更具收藏价值。”

张磊进一步表示，“文博热”充分体现出广大消费者的文化自信正逐渐形成，并体现出巨大的经济潜能和市场价格。对于旅游行业可持续性发展而言，一方面要有行业合规标准，避免损害行业信誉的不正当竞争和泛金融化问题；另一方面要进一步挖掘多元化场景应用，以实现商业价值。

“与‘盲盒经济’类似，数字藏品将成为年轻一代新的生活体验方式。”北京大学博士后研究员张磊告诉记者，在让文物真正“活”起来的过程中，新一代数字技术特别是元宇宙起到了关键的推动作用。“数字藏品通过区块链技术，将藏品在通过数字化手段进行展示之时，还能够作为纪念品向广大受