

策略研究 | 深圳住房限购政策放宽， 新房项目该如何把握这突增的找房热度？

01

深圳 2.17 新政发布后，新房市场找房热度增幅全国第二

2024 年 2 月 7 日，深圳市住房和建设局发布《关于优化住房限购政策的通知》，户籍居民购房不再限定落户年限以及缴纳社保年限，非本市户籍居民家庭购房社保年限调整为 3 年，通知自印发之日起执行。

此政策之前，深圳的限购政策为本地户籍入户满 3 年，且在购房之日前能提供连续缴纳 36 个月及以上个税或社保证明，可以购买商品住房。入户未满 3 年的，但能提供 5 年及以上个税或社保证明，可以购买商品住房。而对于非深户，需要提供 5 年及以上个税或社保证明，可以购买商品住房。

此次政策优化明显有利于“新深圳人”购房。我们通过 58 安居客云洞察数据可以发现，全国具有代表性的近 50 个城市中，深圳近期的找房热度增幅排行在全国重点城市中排第二，仅次于长春，可见深圳近期的市场需求确实回暖幅度较大。但是，这突增的热度，是否直接受到新政的影响呢？

图：全国代表城市 2024 年第 9 周新房热度及增幅排行

城市热度增幅榜单

城市	增幅	W09	W08	W07
1 长春	14.0 ↑	117.1	103.1	75.6
2 深圳	7.4 ↑	104.4	97.0	61.5
3 东莞	7.4 ↑	112.2	104.8	58.8
4 昆山	5.6 ↑	69.1	63.5	41.7
5 宁波	4.5 ↑	98.5	94.0	60.9
6 哈尔滨	4.0 ↑	103.3	99.3	75.9
7 无锡	3.0 ↑	80.9	77.9	54.5
8 南通	2.9 ↑	67.4	64.5	53.5
9 贵阳	2.8 ↑	100.1	97.3	64.2
10 常州	1.9 ↑	96.8	94.9	65.9
11 呼和浩特	1.8 ↑	107.2	105.4	76.3
12 大连	1.6 ↑	67.3	65.7	56.5
13 沈阳	1.2 ↑	74.3	73.1	54.5
14 兰州	0 ↓	98.6	98.6	67.3

资料来源：安居客研究院【云洞察】产品数据库

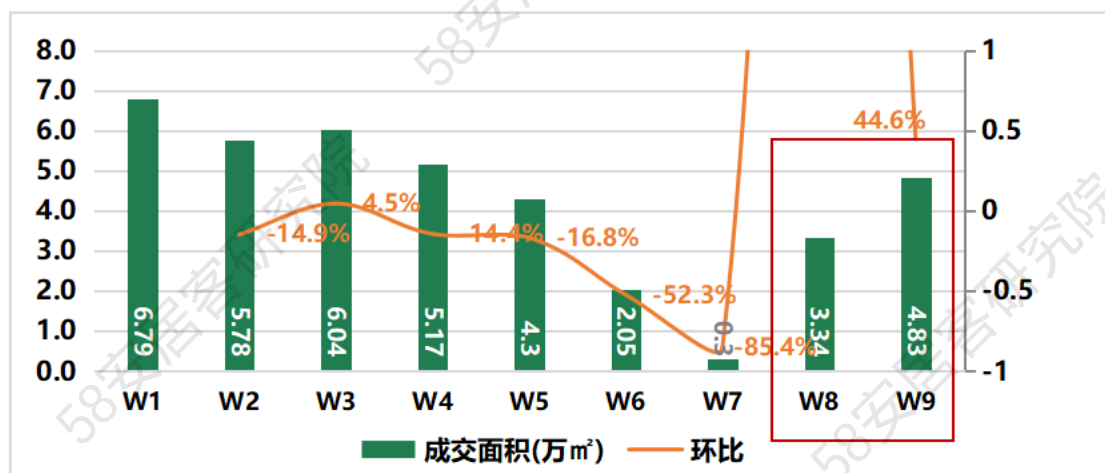
通过对比近几个月的周度数据，我们发现，深圳新政策发布前的一周，正处于春节前夕，深圳找房热度筑底。2月7日之后，深圳新房楼市对此反应迅速，找房热度大幅回暖。但从成交数据来看，深圳新政过后，新房交易量与热度走势趋势吻合度较高，第8-9周也呈现回暖局面，但与1月的周度平均交易量尚有差距，而找房热度在8-9周的指数情况明显要高于1月的周度表现，可以预估此阶段市场需求明显有受到政策的刺激，但是之后能否迅速转化为成交，需看市场的产品供应情况和房企对潜在客户的有效挖掘和转化。

图：2023年第34周-2024年第9周深圳市全城找房热度



资料来源：安居客研究院【云洞察】产品数据库，找房热度根据指数是以安居客新房各楼盘的线上流量为底层数据，反映新房市场景气程度的高频市场监测指标。

图：深圳 2024 年第 1-9 周新房成交面积



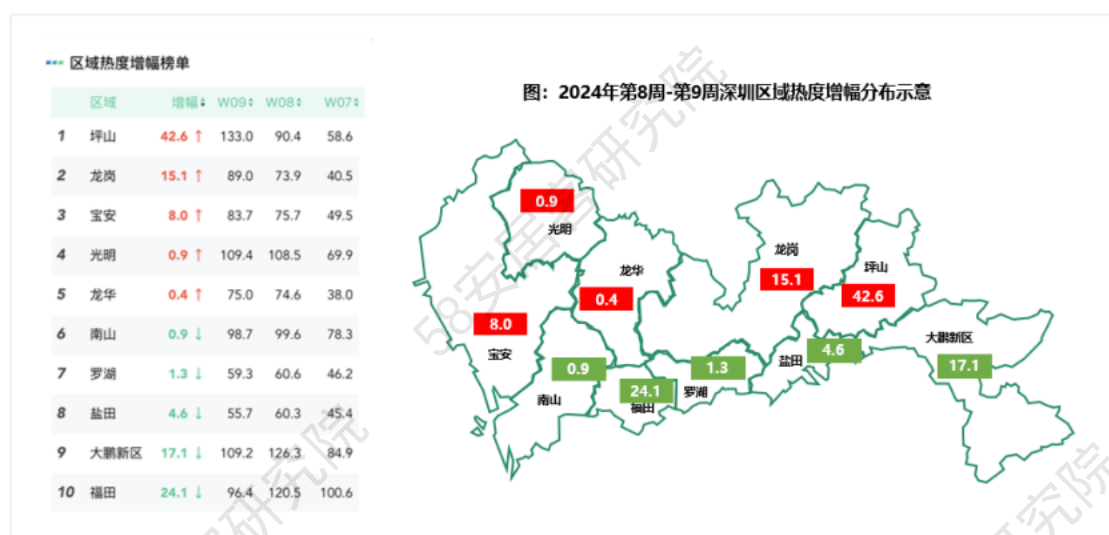
资料来源：安居客研究院【云洞察】产品数据库

02

深圳新房市场全城需求皆回暖了吗？

我们拆分来看各区域数据，就会发现，此次深圳在新政策的提振作用下，总体热度涨幅较高，但也并非是全城皆好。在第八周（2月18日-24日）到第九周（2月25日-3月2日），也就是新政后的第二周，热度涨幅较大的分别为坪山区、龙岗区、宝安区、光明区、龙华区，广大居民整体关注的区域主要分布在深圳城北。

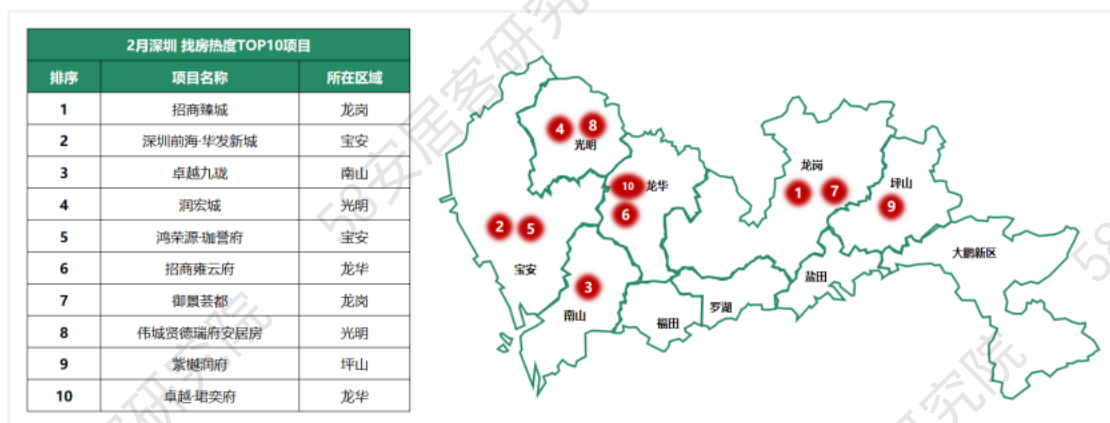
图：2024年第8周-第9周深圳区域热度增幅情况



资料来源：安居客研究院【云洞察】产品数据库

那广大居民都在关注这些区域的哪些项目呢？我们梳理出2月新房热度TOP10项目后会发现，目前新房找房热度最大的项目有2个分布在龙华、2个在龙岗、2个在光明、2个在宝安，还有坪山和南山各分布一个项目。受关注度较高的为龙岗区的招商臻城、宝安区的深圳前海·华发新城、南山区的卓越九珑等项目。

图：2月深圳新房找房热度TOP10项目及分布示意图



资料来源：安居客研究院【云洞察】产品数据库

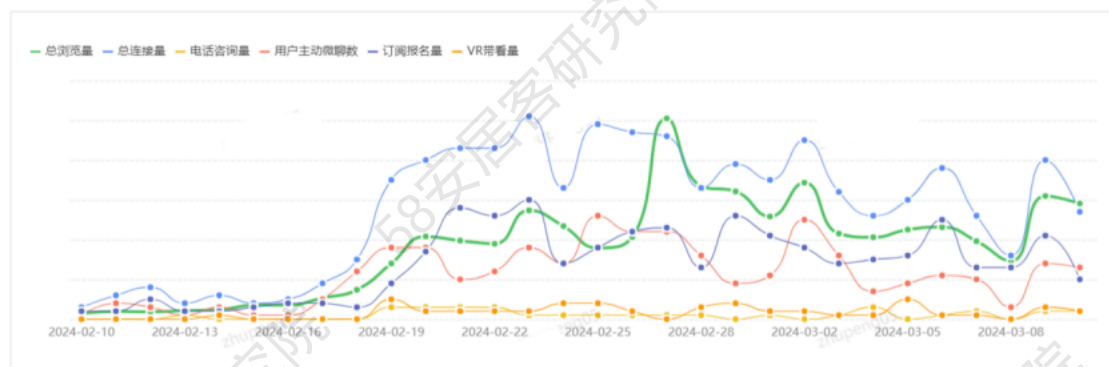
03

热度上来了，项目该如何把握这“泼天的富贵”？

当用户的找房热度增长后，说明市场需求环境进入旺盛阶段，但能否很好的转化为今后的成交，还要考验项目自身的产品、营销服务等多重因素。

接下来，我们看一下近期深圳新房“热度顶流”招商臻城项目的具体情况。从各项流量指标在2月7日新政后的表现来看，在新政发布后的2月18日，也就是差不多十天之后，招商臻城的总连接量、总浏览量，用户主动微聊数等指标开始有明显的提升，也就是说，本项目其实并没有在新政发布后立即受到市场的关注，而是在广大居民春节假期结束，开工后的第一天迅速受到关注。该项目也在2月开盘，此次开盘主力户型面积段包含81平米的2室，96、89、95、100平米的三室和132、133、136、146平米的四室，可满足刚需、刚改和改善的多重需求。

图：近期招商臻城项目流量日度情况



资料来源：安居客研究院【云洞察】产品数据库

从关注本项目的客户分布来看，客群工作区域主要分布在龙岗区、福田区、南山区等，具体的工作商圈主要在坂田、福田中心、观澜等区域。该项目营销人员可以有针对性的在工作时间，在这些区域做好线下宣传和客户服务。而客户的居住区域，主要分布在龙岗区、布吉、龙华区等，居住商圈主要在坂田、民治、丹竹头等区域，该项目营销人员可在下班时间或者周末，在这些区域做好产品宣传和客户服务。

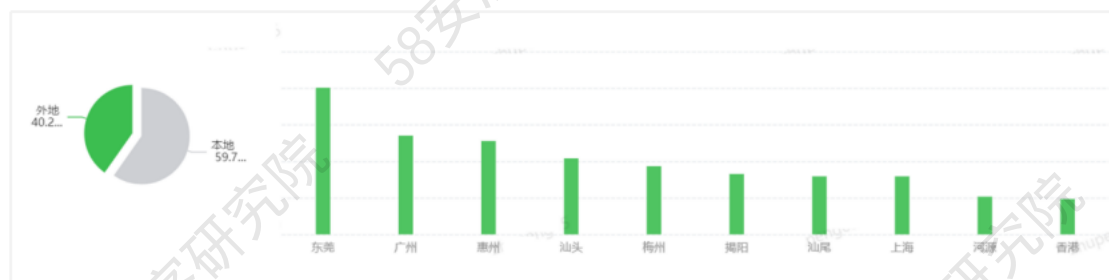
图：近期关注招商臻城项目的客户分布情况



作为一个超大型社区项目，且为全国龙头开发商开发操盘，此项目也受到广大外地客户的关注。从安居客云洞察数据来看，近期关注本项目的外地客户占比高达 40.2%，

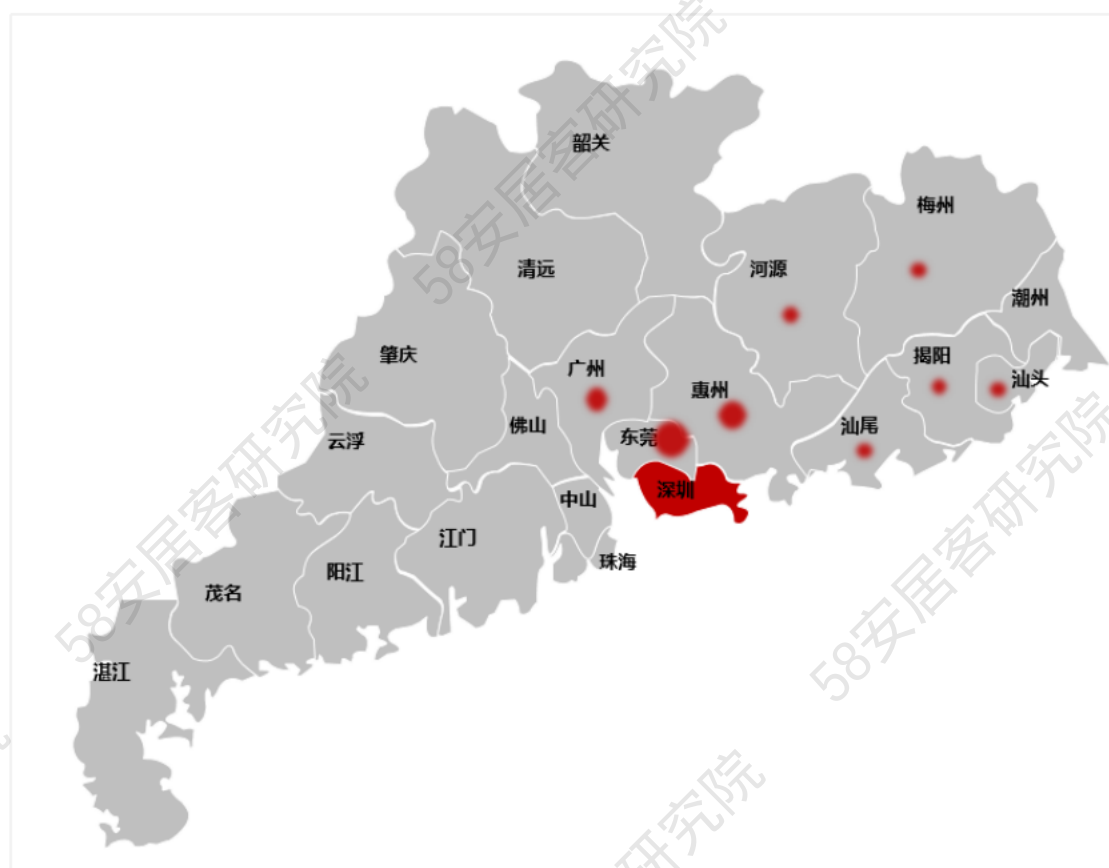
除上海以外，外地客户主要都分布在广东省的东部城市，客户占比最高的城市分别为距离深圳较近的东莞、惠州、广州等。

图：近期关注招商臻城项目的外地客户分布情况



资料来源：安居客研究院【云洞察】产品数据库

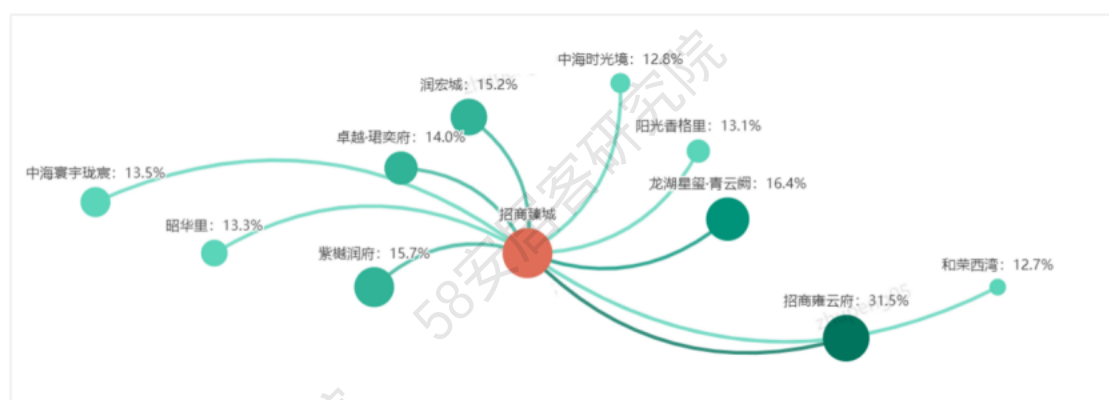
图：近期关注招商臻城项目的外地客户分布城市示意图



而从市场供应和客户关注的项目情况来看，近期关注招商臻城项目的居民，关注其

他项目热度最大的也是招商的项目——招商雍华府，受到房企品牌吸引、项目单价价格接近等原因影响，两项目客群重合度达 31.5%。因此招商臻城项目需注重潜在客户互相推荐和产品的差异化优势展示等，避免恶性竞争和潜在客户流失。客户重合度第二高的为龙湖青玺·青云阙，重合度为 16.4%。此项目坐落于龙岗区北部，产品单价相对本项目要低 1 万+/平米，产品户型主推 80、89 平米的三室和 113 平米的四室，因价格相对较低，因此对刚需客户有较大吸引力，可能会分流关注招商臻城的小部分刚需客户。招商臻城可做好产品品质和服务营造，展现好自身项目的溢价价值。

图：近期关注招商臻城项目的客群重合度 TOP 10 项目



资料来源：安居客研究院【云洞察】产品数据库

小结：2月7日深圳出台政策放宽限购，对新房需求端有明显提振作用，但区域分化，找房热度主要分布在坪山、龙岗、宝安、光明、龙华区域。市场供应端应把握好当下政策利好，精准找寻潜在客户，布局好项目营销和服务，进行差异化竞争，提高从找房热度到成交的转化。