



昭通·房地产市场逆势增长，向好而行

记者 常开俊 杨海玉 徐鸿

2026年一季度,当许多地方仍在为房地产市场企稳探索路径时,昭通市交出了一份亮眼的成绩单:全市房地产投资同比增长47.9%,商品房销售面积同比增长11.2%。这两项核心指标的大幅增长并非偶然,其背后是昭通市在深入推进新型城镇化的宏大叙事中,紧紧围绕“人”这一核心,以一套名为“三个精准”——精准锁客、精准供给、精准营销的组合策略,将城市发展势能有效转化为市场复苏动能,走出了一条独具特色的房地产高质量发展路径。

精准锁客:锚定需求源头 把“谁要来”搞清楚

市场复苏,需求为先。昭通精准锁客策略的第一步,便是跳出“坐等客来”的传统模式,主动出击,精准识别并锚定潜在购房群体。锁定政策牵引下的“新市民”。昭通将新型城镇化进程中产生的特定群体,视为住房消费的稳定客源。一方面,积极抢抓城市更新、地灾避险搬迁等政策机遇,通过争取特别国债、专项债等“四类资金”(2023年以来累计争取资金57.7亿元),统筹推进城市更新建设,并为搬迁群众提供多元化的安置选择。另一方面,针对地灾避险搬迁群众,在落实中央和省级“7+7”补助政策(每户合计补助14万元)的基础上,昭通市创新叠加了每户2万元的购房补助和15万元的贴息贷款等地方支持政策,形成

了强有力的政策“引力场”,引导群众“下山、进城、入镇”。2026年计划实施的9027户地灾避险搬迁群众中,目前已有630户选择进城购买商品,购房总面积达6.5万平方米。来自镇雄县泼机镇地灾隐患点的搬迁群众王英便是其中一员,她说:“以前住在老家,一下雨就很担心。现在依托好政策搬到了城里,孩子上学、老人看病都很方便,生活条件也比以前好了很多。”瞄准旅居康养的“候鸟群”。昭通依托得天独厚的气候和生态资源,将目光投向更广阔的外部市场。随着“文旅强市”战略的深入推进,特别是“避暑避寒、康养旅居”两张名片的成功打造,昭通吸引了大量市外人群前来旅居。2025年暑期,到昭通避暑游客突破1000万人次,昭通已成为全国避

暑热度上涨最快的城市之一,并成功跻身云南第四大旅居目的地。昭通敏锐地抓住这一发展趋势,专门出台面向市外人群的购房激励政策,成效显著。2026年一季度,市外人群在昭通购房面积达6.95万平方米,同比增长47%,占全市商品房销售总面积的比重从2025年末的10.4%增长至14.7%。聚焦城市发展的“定居者”。昭通市紧扣省委、省政府赋予的“滇东北城镇群”发展定位,坚定不移走“以产兴城、以城聚人、以人兴业”的新型城镇化发展路径。通过大力发展产业,2025年全市新增就业岗位9万个,回引外出劳动力返乡就业创业13.4万人。与此同时,全力构建“15分钟生活圈”,近3年累计新增学位10.6万个、医疗床位5000张,吸引3.1万名原本计划外出就学的

学生选择留昭就读,4000余名在外就诊患者返昭治疗。产业能级和公共服务的双重提质,不仅留住了本地人,也增强了城市对人口的吸纳能力。2025年,全市常住人口城镇化率提高2.1个百分点,城镇常住人口净增9.6万人,增幅均高于全国、全省平均水平。按照发展规划,昭通正加快将昭鲁大中心城市打造成百万人口大城市,将镇雄副中心城市打造成50万人口的中等城市。镇雄县住房和城乡建设局有关负责人朱绍品表示:“精准锁客策略的核心是充分激发城市扩容提质和房地产市场健康发展的潜能。我们紧盯改善性住房需求、城市更新、征地拆迁安置、地灾避险搬迁、避暑旅居‘五个增量’,全力将镇雄打造成滇川黔接合部具有影响力的中等城市。”

精准供给:回归产品本质 把“好房子”建出来

人吸引来了,拿什么留住他们?昭通给出的答案是:坚决摒弃“千楼一面”的粗放开发模式,坚持“什么房子好卖,就建什么房子”,从供给侧进行深刻变革,将“好房子”的概念具象化、多元化。打造“三好”房源,提升居住品质。昭通市明确提出,要加大对“好土地”的开发力度,规划建设一批户型好、配套好、环境好的“三好”房源。这一要求已成为各个楼盘项目规划建设的指导标准。关于昭

阳区的天润·乌蒙水乡项目,购房者易琼莉的感受颇具代表性:“我们看了好几个楼盘,发现现在的房子设计更人性化了。比如我们买的这个户型,动静分区合理,而且周边还规划了公园、学校、医院和农贸市场,生活非常方便,社区里的锻炼设施也很完善。”这种对产品细节和周边配套设施的注重,正是昭通精准供给策略的生动实践。布局“五型”小区,满足多元需求。在打造“三好”房源的基础上,昭通市进一步

提出要因地制宜打造安居型、改善型、旅居型、投资型、创业型“五型”小区,精准对接从刚需首套、品质改善,到季节性旅居、资产配置、创业办公等不同层次、不同目的购房需求。例如,针对返乡就业创业人群,重点打造低成本、功能灵活的“创业型”空间;针对旅居群体,则推出景观优美、康养配套完善和提供托管服务的“旅居型”产品。这种差异化的产品体系,推动昭通房地产供给从“有房可住”向“让人想住”和“值得住”升级,有效拓宽了市场

覆盖面。精准的产品策略收获了良好的市场反响。昭通市住房和城乡建设局房地产业负责人黄佑金介绍:“2026年1—4月,全市房地产投资35.1亿元,同比增长30.1%;商品房销售面积54.4万平方米,同比增长4.6%。其中,市外人员购房面积达8.75万平方米,同比增长42.3%。数据充分表明,精准供给的楼盘产品获得了本地及外地购房者的双重认可。”

精准营销:创新连接方式 让“好房子”被看见

有了明确的目标客户和优质的产品,如何高效地将两者连接起来?昭通打出了一套精准营销的“组合拳”,巧妙地将城市人气转化为购房流量。做好“流量+”文章,场景化触达客户。昭通统筹整合全市各类重大活动资源,创新探索“旅游+售房”“赛事+售房”“演艺+售房”等营销模式。2026年以来,昭通已承办8场滇超联赛的主场比赛,2

项国际国内学生体育赛事,并联合保利文化集团股份有限公司推出多场高端文艺演出和明星演唱会。这些活动带来了巨大的人流和关注度。昭通顺势抢抓机遇,组织房企与旅行社、赛事运营方等开展合作,在赛事场馆、旅游沿线植入楼盘信息,并邀请游客、球迷在观赛和游览之余实地看房。深化跨区域合作,拓展外部市场。

针对重点客源地,昭通主动“走出去”对接。今年以来,已组织22家本地房企与6家川渝地区的旅行社签订战略合作协议。依托旅行社组织的看房团,已有1000余名川渝游客、2000余名市外球迷专程到昭通实地考察楼盘。这种沉浸式的营销模式,成功将潜在的旅居、投资需求转化为实实在在的购买行动。据统计,今年以来,通过各种精准营销活动,

全市累计成交商品房187套,销售面积超2.2万平方米,成交金额达1.4亿元。优化政策环境,降低购房门槛。在创新营销模式的同时,昭通持续优化购房补贴、公积金贷款、金融信贷等一揽子政策,降低购房成本,提升居民购房能力和意愿。营销活动与扶持政策同向发力,形成了“活动引流、政策助推、交易落地”的完整闭环。

系统支撑:“三个精准”背后的城镇化逻辑

“三个精准”举措之所以能落地见效并形成强大合力,其根本原因在于昭通深入推进新型城镇化。这并非单纯的房地产促销策略,而是昭通城市高质量发展战略在

住房领域的具体实践。昭通坚持把城市发展作为“产、城、人”三篇文章的重要组成部分。一方面,通过产业发展创造就业岗位,回引劳动力,夯实

“人”的基础;另一方面,持续完善教育、医疗等公共服务配套,留住“人”的脚步。更为关键的是,通过积极争取并用好各类资金,系统性推进城中村、老旧小区改造,以及征地

拆迁、地灾搬迁群众的安置工作。这些民生工程不仅改善了群众的生活条件,还催生了规模庞大且确定的住房需求,为房地产市场提供了坚实支撑。

展望:围绕“四好”建设,推动高质量发展

当前,昭通房地产市场呈现量增质升、稳中向好的态势。黄佑金表示,这是昭通市委、市政府认真贯彻落实中央及省委城市工作会议精神,坚持以人为核心推进新型城镇化取得的阶段性成果。他说:“下一步,我们将继续坚持从供给和需求

两端协同发力,深入挖掘城中村和老旧小区改造、征地拆迁安置和地灾避险搬迁、改善性住房、避暑旅居购房‘四个增量’,系统推进好房子、好小区、好社区、好城区‘四好’建设,全力推动全市房地产持续、健康、平稳发展。”

【编后语】

昭通房地产市场回暖,不是一次偶然的行情波动,而是一场深刻的发展理念转型。当地“三个精准”的生动实践,为探索后房地产时代的地方发展路径提供了极具参考价值的样本。它告诉我们,房地产行业的健康发展,根基不在于楼市本身,而在于城市综合能级的提升。昭通没有单纯地刺激购房消费,而是将住房问题融入“产、城、人”协同发展的大文章里;以产业聚人,以服务留人,以更新惠民,最终在人的集聚与安居中,孕育出健康、可持续的住房需求。这种思路跳出了短期市场调控的局限,回归到城镇化“以人为核心”的本源。它证明,有效的供给创造,是对需求最深刻的回应。当许多地方还在为库存去化苦苦挣扎时,昭通已转向“什么房子好卖,就建什么房子”的发展思路。从打造“三好”房源到布局“五型”小区,其本质是从提供标准化居住空间,转向提供差异化的美好生活解决方案。这种以需求定产的方式,才是房地产行业穿越周期、实现高质量发展的真正引擎。

它展示,城市的软实力可以转化为发展的硬支撑。文旅赛事带来的人潮,不再只是“烟花式”的短暂热闹。昭通通过“旅游+售房”“赛事+售房”等的营销模式,巧妙地将流量经济与实体经济深度耦合,把人们对当地气候、环境、人文的美好印象,逐步转化为对这座城市未来价值的长期看好与投资。这为众多拥有特色资源的城市,如何将“人气”转化为“财气”开辟了新路径。昭通的探索虽带有地域特点,但其内在逻辑具有普遍借鉴意义:在高质量发展的新阶段,任何行业的发展都不能单打独斗,必须置于城市经济社会发展的大棋盘中考量。只有将政策、产业、公共服务与市场需求有机结合、精准对接,才能充分激发内生动力,实现房地产市场平稳健康发展与活力迸发的有机统一。昭通的探索,正是从“经营土地”转向“经营城市”,最终在人的获得感与幸福感中收获发展红利的生动实践。这一发展路径,值得各地深入思考与学习借鉴。