

宁波二手房市场“热度”上升

有平台单日签约量创下新高

3月9日，一张“贝壳找房”平台(以下简称“贝壳”)的海报在不少房产经纪人员甚至新房销售的朋友圈里被转发——“3月8日贝壳宁波站二手签约164单，刷新宁波贝壳单日最高单量”。

据贝壳官方数据，上一次，贝壳宁波站单日二手房签约量超过150套，是在差不多5年前的2021年2月。那是2021年4月宁波楼市进入本轮深度调整期之前、市场还是烈火烹油的时候。

而从经纪人员最近的实际体感来看，有经纪人员直言：“市场远比你们看到的更热！”

1 房产经纪人：多组客户排队约签一套房

3月11日晚，贝壳旗下鄞州区德佑隆腾泗港店的两组客户和另一家贝壳门店的一组客户都看中了一套二手房，约90平方米，装修是那个小区里挂牌二手房中“最好的”，挂了半年不到。今年1月下旬，房东刚刚把挂牌价调低了9万元，为160万元。据不完全统计，之后7天至少有10组客户上门看房。房东预期的成交价在148万元左右。

德佑隆腾泗港店的两组客户分别排在1号和3号，另一家贝壳门店的客户排在第二。

1号客户原本看中的是北仑小港一个新房，打算“杀杀价”，转眼被别人“抢走”了，后来出价145万元打算买这套二

手房。谈判桌上，在房东坚持下，1号客户又加价1万元，最终以146万元成交。

后面的2号客户和3号客户，一个当机立断，退而求其次签下了同小区另一套相同面积但楼层和装修都差一些的二手房，另一个只能另寻房源。

当天是一个普普通通的工作日，德佑隆腾泗港店共签约成交4单二手房，从正月初五开工到3月12日(正月廿四)，该店已经成交14单二手房。而在去年的常规月份，该店一个月的成交量在6单左右。

据介绍，像3月11日晚上多组客户排队约签一套房的“盛况”，年后已经在德佑隆腾泗港店发生了3次。

2 房东：“一毛都不能少”

贝壳宁波站二手房单日签约量创下新纪录的3月8日，德佑江畔东岸里店也贡献了其中1单，但当天上了谈判桌的至少还有4单，只是都谈崩了。

“谈崩的原因基本都是房东觉得楼市行情好起来了，不愿意降价，觉得大不了放着不卖了，其他兄弟门店最近谈崩的单子也大多是这个原因。”该店店长徐箫笛说，原先很多房源半个月都没一个客户看房，现在吃香的房源一天就有五六组客户带看，带看多了，房东的底气自然也足了。

徐箫笛介绍，比如最近有一套海曙高桥的楼梯二手房，78平方米左右，楼层偏高。原先房东说73万元能卖，买家也松口加到了70万元，经纪人觉得3万元的差距可以商量，便把双方约到谈判桌上。结果，房东得知同小区一套差

不多条件的房源前段时间成交价是82万元后，临时加价到75万元。后来买家出到74万元，但房东表示“一毛都不能少”，最终没有成交。

徐箫笛说，在经纪人通过电话维护房源时，近期有不少房东提出要调高价格甚至说“不卖了”。

南天房产建安春江悦店店长李江军最近接触了一位房东。十几天前，他的一组客户看中了鄞州区庆安区域一套50多平方米的二手房。起初，房东表示愿意按24000元/平方米单价出手，但约签那天，房东加到26000元/平方米，最后没有成交。

两三天前，另一组客户也看上了这套房子。“结果房东说，现在26000元/平方米也不卖了……”李江军也只能替客户另找房源。

3 买家：“房东不会变卦了吧”

二手房买家方面，尤其是在“等等党”身上，久违的“危机感”似乎又出现了。

有的买家看到售楼处“人山人海”，开始担心自己“蹲”了很久的次新房会不会被人“先下手为强”；有的买家在房东把约签时间推迟时，开始担心“房东不会变卦了吧”；还有的买家则直接开启“极速下单”模式。

今年正月初三，年还没过完，就有一个客户火急火燎地约二手房经纪人看房。

这位客户去年开始断断续续看房，但一直没下手。今年过年期间又说起这事，家人觉得房价应该差不多到位了，是时候该“上车”了。于是，大年初三就给经纪人打电话。经纪人正月初五从外地回来，

客户火速看房，并在当天全款拿下了海曙洞桥一套100多平方米、总价70多万元的二手房。

李江军也发现，原先10组客户中有9组甚至全部“看空”楼市，现在减少到6组左右；春节长假后，门店成交的几笔单子，客户都是看了一两次就签约了，而之前看了三五次也不一定成交。

徐箫笛还注意到，目前出手买房的客户整体仍以刚需为主，但改善型客户较去年有所增多，“这也是‘等等党’开始下手的一个信号，因为改善型群体的房源可选空间要比刚需型大很多，所以它的成交周期普遍比刚需型要长。”

而在“危机感”之下，几位二手房门店店长都感觉到，买家对房东加价的接受度整体上有明显提升。

4 持续回温还要看供需情况

今年2月的最后一天，宁波在即将到来的3月楼市传统销售旺季基础上，又叠加“以旧换新”“帮卖换新”“购新房配送消费券”，“三箭齐发”形成的市场热度让二手房房东和买家有了明显的感受。

据南天房产公开数据，在由海曙、江北、鄞州构成的宁波主城区范围内，2月23日到3月1日这周，二手房成交量环比大增300%；3月2日到3月8日这周，环比再增130%。

据“贝壳找房”平台公开数据，3月2日到3月8日这周，宁波地区通过该平台看二手房的人数超过9900人，为平台有数据显示的近12周末最高，环比已经有利好影响的前一周增长48%。

宁波市房产交易信息服务网显示，截至3月13日13:30，宁波市六区通过经纪机构挂售的二手房还有约8.7万套，较2月中旬的8.8万多套又减少了1000多套，较2023年底11.6万套左右的高峰减少近3万套，但总量显然还在高位，还远没有到

供需平衡、甚至供应紧张的阶段。

多位受访业内人士认为，对二手房市场来说，年后这波热度能否延续又能否持续升温，关键还要看供需能否回归平衡，而供需的平衡成交量是基础。

宁波楼市经过近5年的深度调整，对于买家来说，不少二手房可以说已经跌出了性价比、到了值得“上车”的水平线。但另一方面，大家心理惯性还在，如果房东立刻转入市场上升的心理预期而涨价，买家一时肯定会难以接受，最终影响成交。

量在价先。从宁波楼市20多年来的历轮起伏情况看，市场经历调整后的每次转向，初期表现通常是从“量价齐跌”到“价稳量升”——先是市场信心有所恢复而同时二手房价还维持在调整期的低位水平，才会有成交量的明显上升——进而，才可能迎来“量价齐升”。

这一次的走向是否也会如此？且再观察。

记者 徐露清

浙江稠州商业银行宁波分行 送金融知识进站点，守护新市民钱袋子

为切实提升新市民群体金融素养，筑牢反诈防线，在国家金融监督管理总局宁波监管局的指导下，浙江稠州商业银行宁波分行借助2026年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动契机，深入快递站点、外卖驿站及汽车充电站，开展“金融知识进站点”系列宣教活动，将金融安全知识送到新市民身边。

活动中，该行工作人员带着宣传折页与粘贴有金融知识和风险提示的实用小礼品，走进忙碌的快递分拣点、外卖骑手休息区及新能源汽车充电站。针对快递员、外卖小哥及网约车司机等群体日常工作节奏快、金融知识接触少的特点，工作

人员用通俗易懂的方言拉家常，结合真实案例，重点讲解了“刷单返利”“虚假投资理财”“冒充客服退款”等高发诈骗套路，提醒大家“不轻信、不透露、不转账”。同时，工作人员还普及了个人征信、理性消费及防范非法集资等基础金融知识，耐心解答骑手们关于账户安全、贷款融资等方面的疑问。

未来，该行将持续践行金融为民理念，常态化开展面向“两司两员”等新就业群体的宣教活动，不断织密金融安全防护网，为构建和谐健康的金融消费环境贡献力量。

王硕

浙江稠州商业银行宁波分行 以“数”赋能，多措并举提振消费市场

为积极响应2026年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动，浙江稠州商业银行宁波分行坚持金融工作的政治性、人民性，将数字金融建设与提振消费信心紧密结合。2026年以来，该行启动“驰马迎新·聚力前行”大型数字营销活动，通过“全场景覆盖、高频次优惠、数字化触达”的组合拳，切实降低居民消费成本，激发商户经营活力，以金融之力护航民生消费市场回暖。

提振消费的关键在于“让消费者愿意花，让商户愿意卖”。为此，该行投入专项资源，在五大核心场景推出让利举措，切实发挥金融“稳定器”和“助推器”的作用。

该行在京东、唯品会、永辉超市等头部

平台推出“满100随机立减5-10元”活动，在屈臣氏、名创优品等民生零售场景同步发力。高频、小额的立减活动，有效降低了居民的日常支出成本，稳住了消费市场的“基本盘”。同时，为响应国家促进文旅消费的号召，该行重点布局12306火车票、滴滴出行、携程及同程旅游等出行场景。特别是针对交通出行这一强刚需领域，提供“满100随机立减”的支持，不仅便利了百姓出行，更直接带动了周边旅游、住宿等相关产业的联动复苏。该行还深入本地商圈，联动饿了么、瑞幸咖啡、蜜雪冰城、老乡鸡等深受年轻人喜爱的品牌，通过小额消费满减等轻量级优惠，有效降低了年轻群体的消费门槛。

王硕