

Bất động sản Đà Nẵng: Thương hiệu trước phép thử thanh khoản

09:24 31/10/2026

Doanh thu dịch vụ bất động sản tại TP. Đà Nẵng tăng mạnh trong tháng 10/2026, nhưng dữ liệu giao dịch nhà ở quý III cho thấy sức mua phân hóa. Trong thị trường chọn lọc, thương hiệu chủ đầu tư cần được chứng minh bằng pháp lý, tiến độ và giá trị sản phẩm.



Doanh thu dịch vụ bất động sản tại TP. Đà Nẵng tăng mạnh trong tháng 10/2026, nhưng dữ liệu giao dịch nhà ở quý III cho thấy sức mua phân hóa. Ảnh: Hoàng Hữu Gia Bảo.

Doanh thu tăng, sức mua vẫn chọn lọc

Theo Thống kê Đà Nẵng, doanh thu dịch vụ kinh doanh bất động sản tháng 10/2026 đạt 2.449 tỷ đồng, tăng 44,2% so với cùng kỳ. Lũy kế 10 tháng, doanh thu đạt 19.521 tỷ đồng, tăng hơn 24%. Đây là tín hiệu tích cực của hoạt động dịch vụ địa ốc, song không có nghĩa mọi phân khúc nhà ở đều tăng giao dịch.

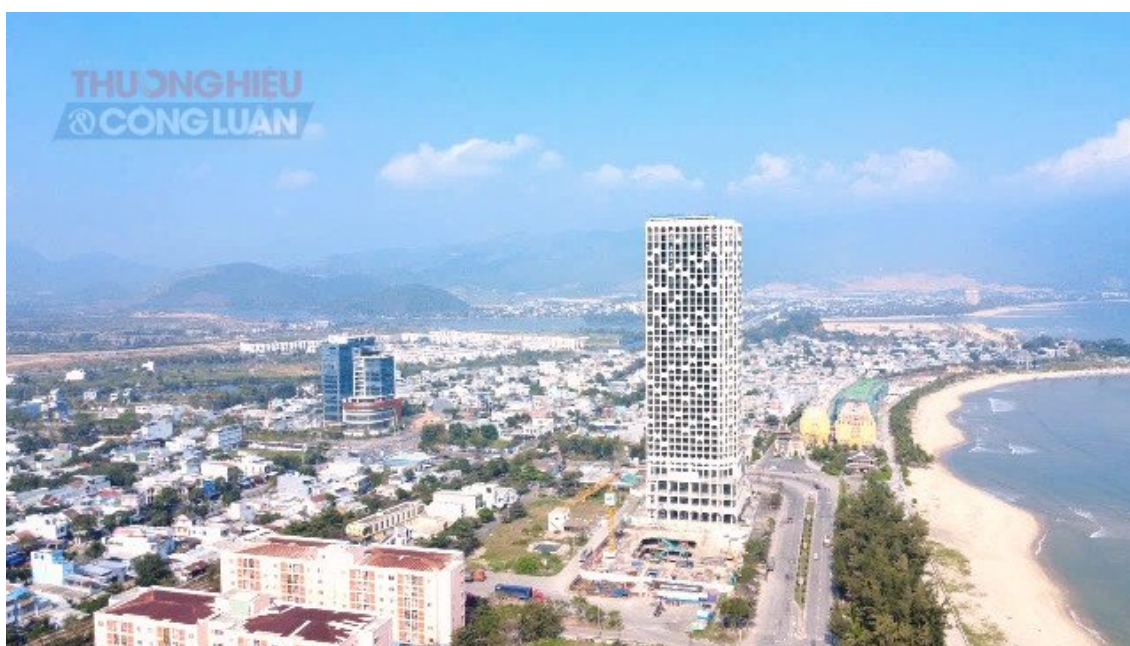
Hai hệ số liệu này khác kỳ và phạm vi khảo sát: Doanh thu dịch vụ được thống kê theo tháng, còn lượng tiêu thụ nhà ở được đơn vị nghiên cứu ghi nhận theo

quý. Vì vậy, không thể từ chênh lệch của chúng suy ra trực tiếp mức độ phục hồi thanh khoản.

Báo cáo thị trường nhà ở quý III/2026 của DKRA Consulting, công bố ngày 23/10, ghi nhận nguồn cung sơ cấp đất nền 1.547 nền, lượng tiêu thụ 54 nền, tương đương khoảng 3,5% nguồn cung sơ cấp. Lượng tiêu thụ giảm 16% so với quý trước. Theo báo cáo này, mặt bằng giá sơ cấp giảm khoảng 7%, còn giá thứ cấp giảm bình quân 3%. Các mức biến động là thống kê của phân khúc, không phải mức giảm đồng loạt ở mọi dự án.

Phân khúc căn hộ có nguồn cung sơ cấp 4.385 căn và lượng tiêu thụ 2.099 căn, giảm 25% so với quý II. Căn hộ hạng B chiếm 46% nguồn cung và 68% lượng tiêu thụ. Giao dịch tập trung tại dự án mới có giá bình quân khoảng 60-70 triệu đồng/m², chưa đồng nghĩa với việc người có thu nhập trung bình dễ mua nhà.

DKRA dự báo quý IV có thêm khoảng 50-100 sản phẩm đất nền và 500-1.000 căn hộ. Đây là dự báo nguồn cung, không phải lượng bán chắc chắn đạt được. Khi chi phí vay còn tạo áp lực, doanh nghiệp phải thuyết phục khách hàng bằng giá trị có thể kiểm chứng.





DKRA dự báo quý IV có thêm khoảng 50-100 sản phẩm đất nền và 500-1.000 căn hộ. Ảnh: Hoàng Hữu Gia Bảo

Uy tín phải được đo bằng khả năng thực hiện cam kết

Tên tuổi và quy mô quỹ đất giúp doanh nghiệp được nhận diện, nhưng chưa đủ tạo nên thương hiệu đáng tin. Cần xét từng dự án: Chủ thể đầu tư, pháp lý sản phẩm, năng lực vốn, tiến độ thực hiện và nghĩa vụ sau bán hàng.

Điều 6 Luật Kinh doanh bất động sản năm 2023 quy định công khai thông tin về bất động sản, dự án đưa vào kinh doanh. Sản phẩm hình thành trong tương lai còn phải đáp ứng điều kiện pháp luật tương ứng. Dự án có trong quy hoạch hoặc đã chấp thuận chủ trương đầu tư không đồng nghĩa mọi sản phẩm đều đủ điều kiện giao dịch.

Ngày 30/10, Sở Xây dựng TP.Đà Nẵng thông tin về Văn bản số 20030/SXD-QLN yêu cầu các đơn vị cập nhật, chuẩn hóa dữ liệu trên Hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu về nhà ở và thị trường bất động sản. Đây là bước quản lý đáng chú ý, nhưng không thay thế nghĩa vụ công khai trung thực và kiểm chứng hồ sơ của từng chủ đầu tư.

Thương hiệu cần được đánh giá qua sự nhất quán giữa quảng bá và hợp đồng: Giá bán, ưu đãi, thời hạn hỗ trợ lãi vay, tiến độ thanh toán, tiêu chuẩn bàn giao và chi phí vận hành. Khoảng cách giữa lời giới thiệu và nghĩa vụ thực hiện có thể làm suy giảm niềm tin, dù vị trí dự án thuận lợi.

Năng lực tài chính thể hiện ở khả năng duy trì thi công và bàn giao đúng cam kết. Với chung cư, quản lý, bảo trì, an toàn và giải quyết kiến nghị của cư dân sau bàn giao cũng góp phần tạo dựng uy tín. Thước đo ấy được tích lũy trong

nhiều năm, không chỉ vào thời điểm mở bán.

Với bất động sản nghỉ dưỡng, cần phân biệt tiềm năng du lịch với hiệu quả của từng tài sản. Dự án tại điểm đến hấp dẫn vẫn có thể gặp rủi ro về pháp lý, khai thác và chi phí vận hành. Doanh nghiệp cần làm rõ giả định kinh doanh, tránh biến dự báo lợi nhuận thành cam kết chắc chắn.



Bất động sản vùng Tây Bắc. Ảnh: Hoàng Hữu Gia Bảo

Quy hoạch mở du địa, nhu cầu thực quyết định sức bền

Ngày 21/10/2026, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 2016/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch chung TP. Đà Nẵng đến năm 2050, tầm nhìn đến năm 2075. Định hướng phát triển không gian đa trung tâm, gắn đô thị với công nghiệp, logistics, du lịch và dịch vụ tạo khung phát triển dài hạn cho thành phố sau sắp xếp địa giới hành chính.

Quy hoạch chung không bảo đảm từng khu đất sẽ tăng giá, cũng không thay thế thủ tục đầu tư, xây dựng và kinh doanh. Giá trị dự án bền vững phụ thuộc vào mức độ hiện thực hóa hạ tầng kết nối, việc làm, trường học, y tế và môi trường cư trú.



Tại dự án nhà ở xã hội thuộc khu tái định cư Hòa Hiệp 4, thông báo công khai cho biết có 277 căn hộ tiếp nhận hồ sơ đăng ký mua từ ngày 25/10 đến 30/11/2026. Ảnh: Hoàng Hữu Quyết.

Nhu cầu nhà ở còn phụ thuộc tổng giá phải trả. Tại dự án nhà ở xã hội thuộc khu tái định cư Hòa Hiệp 4, thông báo công khai cho biết có 277 căn hộ tiếp nhận hồ sơ đăng ký mua từ ngày 25/10 đến 30/11/2026. Giá công bố là 19.442.039 đồng/m², đã gồm thuế giá trị gia tăng nhưng chưa gồm kinh phí bảo trì và chưa tính hệ số điều chỉnh giá theo vị trí căn hộ. Đây là chính sách dành cho đối tượng đáp ứng điều kiện, không phải mức giá đại diện của thị trường nhà ở thương mại.

Người mua nhà ở thương mại cần cân nhắc tổng giá, khoản trả nợ hàng tháng, thời hạn hỗ trợ lãi suất, chi phí đi lại và dịch vụ sau bàn giao. Chiết khấu lớn chưa chắc giúp căn hộ phù hợp nếu tổng chi phí sở hữu vượt sức chịu đựng tài chính.

Với đô thị biển Đà Nẵng, chất lượng công trình còn gắn với thoát nước, thích ứng mưa bão, bảo vệ cảnh quan và không gian công cộng. Đây là các yếu tố định hình trải nghiệm cư dân lâu dài và ảnh hưởng trực tiếp đến hình ảnh doanh nghiệp lẫn thương hiệu đô thị.

Dữ liệu cuối tháng 10 cho thấy cơ hội không phân bổ đồng đều giữa các phân khúc. Trong môi trường cạnh tranh ấy, thương hiệu mạnh phải chứng minh được ba điều: Sản phẩm đáp ứng điều kiện pháp lý; cam kết tiến độ được thực hiện; và tài sản tạo giá trị phù hợp với người sử dụng. Đó là nền tảng của uy tín bền vững.

Hoàng Hữu Quyết - Đình Lương