

上海楼市 2011 年度 深度盘点



消费

这一年,有人投资无门,有人投资有道

购房有道: 限购催生“资深买家”



地产评论员 金喆

因为调控,楼市告别了“炒房时代”,“限购”等系列政策挤碎了投机泡沫,拥挤在住宅市场上的炒房大军偃旗息鼓。市场细分之下,正常的楼市投资需求又寻找到了新的出路。从商铺到写字楼到 SOHO,我们都能见到这些新型“资深买家”的身影。

而与之相比照,也有诸多蜂拥而上、打着“不限购”牌抢客的商铺项目,却体验着无人问津的尴尬。转战商铺的资深买家,考察之细致,权衡之专业,是 2011 年楼市投资的一大亮点。资深买家看铺时的年度口头禅就是:“如果连这个回报率也达不到,那还不如干脆存银行算了。”

盘 10 个写字楼项目中 8 个主推酒店式公寓;而 10 月开盘的写字楼项目同样接近八成都是酒店式公寓项目,占预计开盘写字楼的 73.3%。

但供应的大量增加,使商住类产品在 2011 年底再次面临巨大的销售压力。潘石屹 SOHO 中国年末在曝出的“上海欠薪门”,也是一个警钟。在买家看来,酒店式公寓目前 4%-5% 的租金水平仍制约着其投资价值的评估。酒店式公寓要想在 2012 年真正成为市场主流,还要在产品创新和回报体系上再下功夫。

模的资金,收益周期相比住宅和商业地产更长,因此长期被开发商漠视。而 2011 年,旅游地产却成为“红角”。万科、恒大、碧桂园、绿城、雅居乐等房企已经在海南“画地”,进军旅游地产。龙湖管理层也在年内表示,未来发展的重点之一就是开拓多类地产业态,其中包括旅游及养老地产。

就整体市场而言,旅游地产仍处在快速发展期,机遇与风险共存。资深买家大多对此类项目抱着非常谨慎的态度,只有区域旅游开发已较为成熟的大型中高端项目,才会进入他们的考察范围。而在本年度,以黄山大观领衔的黄山,成为了上海个人投资旅游地产的最热目的地。

伴随国内民间财富的迅速增长,留学潮、移民潮、海外投资暗流涌动,与之密切关联的海外置业热潮,在 2011 年,因中国楼市调控后的挤出效应彻底显现。

海外房产代理商自然不会错过赚钱的机会。从年初的春季房展会到年末的冬季房展会,上海几大知名的楼盘展销平台,都不缺海外项目扎堆推介的场景,买房绑定居留权、移民等特别优惠也频频闪现。

有人戏言,上海房展会应改称万国房展会才对。

并非所有的海外房产都值得投资。

在谈及 2011 年的海外置业潮时,资深买家几乎都会强调这样的观点。本年度,近年来增长稳定波动较小的澳大利亚楼市,在上海个人海外置业群体中最具人气。

年度投资语录 买冷铺不如存银行

住宅“受限”后,“弃住从商”的买家不在少数,由此也带来了上海商铺市场的成交热潮。

尤其是投资门槛较低、成长性又较好的一些分割产权式商铺,在 2011 年受到了前所未有的追捧。比较典型的案例是宝山万达广场,今年开盘后至今年底,商铺总成交面积接近 4 万平方米,总成交金额超过 15 亿元。

年度咸鱼翻身 商住项目不做鸡肋

曾经被视做“鸡肋”表现平平的商住两用产品,在 2011 年尝试为自己正名。住宅限购的背景下,商住项目总价低、宜商宜居的特性在市场上尤为突出。不仅成交量较限购前有了大幅上升,更是体现在新开盘商住项目的持续增加上。

仅以“金九银十”两个月为例,上海新开盘的商业项目中,酒店式公寓占据绝对主力。9 月开

年度投资新选 买家青睐旅游地产

2011 年,大批具备雄厚实力的开发商转战“不限购产品”领域,市场细分为买家提供了更多的楼市投资选择。

旅游地产通常需要占用大规

年度投资困惑 “万国房产”难以抉择

资深买家的眼光,也已投向了海外。

[部分投资案例]

旅游地产成突破口

元一集团依托黄山,意连老街,汇聚了世界顶级资源,全方位注解“后黄山时代”之黄山,代言黄山旅游新高度。2011 年,在满足游客市场的同时,元一充分考虑黄山本地市场,做到二者兼顾,避免了旅游淡季经营不旺局面的出现。此外,自上市以来,黄山大观还获得上海、温州、杭州、合肥等地客户的青睐,开盘一次便热销一次,至今已销售酒店式精装公寓两千余套。

点评:

住宅市场“受限”后,旅游地产成为上海投资买家的突破口。



黄山大观

商住项目也讲差异化

位于门户位置的三湘未来海岸,显然瞄准了第三代国际社区——新江湾的未来价值潜力。尤其在豪宅、别墅林立的区域中,以首个 SOHO 产品亮相,显然具有开创性意义。

该项目主力户型为 45—65 平方米,而在新江湾城,基本没有同样的在售物业,用差异化的产品赢得市场的,是该项目成功的重要因素之一。

点评:

“差异化”的竞争模式,就看谁赢在了起跑线上。



三湘未来海岸

地段是产品关键

商业地产并非此轮调控的主要打击目标,更多的原因来自当前的形势下,投资者自身观望情绪的不断加深。其次,东方蓝海国际位于正五角场“城市副中心”地段位置,目前该区域生活配套已十分成熟,未来还规划耗资 70 亿打造的 35 万平方米商业旗舰。再次,东方蓝海精装一直细化到家具,真正意义上升级到了“拎包入住”的层次。

点评:

商住项目周围是否配套成熟、交通体系完善是买家主要考虑的部分因素。



东方蓝海国际