

楼市“良币终将驱逐劣币”

品质保卫者抢先站上竞争起跑线

地产评论员 金喆 许佳婷



相对于低迷的市场环境,持续关注客户的居住需求,将是企业从快速发展中冷静思考战略方向的好时机。2012年,谁能找到并把握住竞争点,抢先站上起跑线,谁就必将占尽未来重点区域发展的资源优势,领跑行业内的下一场竞争。

发展多元化产品

香溢花城销售总监 杨莘

政策的变化调控必然会影响到房企的自身发展。房企应从产品设计到销售模式上都需要作出调整,朝着多元化的产品方向发展。

目前我们对于商业和住宅项目的投入比例是1:2,还是比较稳定的结构。同时,我们对于每一个项目都很用心去做。

今年可能成为纯住宅产品的“困境年”,我们会在“多元化的产品发展”思路下,对商业地产有所倾斜,我认为综合体是目前市场上比较科学的一种产品,有着好的发展前景。

关注客户居住需求

景瑞集团 许朝晖

我们认为,每次的房地产调控对市场来说都是好事。可以让行业摆脱浮躁的狂欢,进入理性的良性循环,开发商能认真思考如何通过满足客户的需求,来获得企业长远的发展。在稳定的政策预期下,基于合

理的地价、房价水平,景瑞可以更加专注于客户与产品的针对性研究,专注于缔造真正适意居住的房子。

就今年市场而言,保障房的大量面市,会挤压中低端商品房的市场空间。从而改善型和再改善型的中高端商品房需求及供应都相应增加。高档住宅将更注重居住性和资源占有,浮夸性的伪豪宅终将面临困境。我们在今年的产品开发中,将持续关注客户居住需求及生活体验,突出舒适性,在小区建筑、环境、配套等产品硬件和物业服务、会所运营等软件两方面同时发力。

“懂你所需,筑你所想”,不仅是景瑞的品牌语,更蕴含着景瑞对于客户,对于产品最真诚的理想。未来,景瑞将持续在户型、景观、社区氛围三大产品要素上发力,因为这些真正是影响和决定客户居住感受的核心要素。

华侨城提供一种生活方式

天祥华侨城投资有限公司副总经理 李小勇

2009年、2010年,浦江华侨城每次开盘都恰逢政策调控,但每一次开盘业绩

都能成为市场龙头。2011年,面对有史以来最严厉的调控,浦江华侨城四期11月26日开盘再度热销。总结之下,华侨城取得佳绩的“秘密”即为——独特的华侨城生活方式。

在华侨城上海2012整体发展战略中,“生活方式”是关键词,在一如既往地打造更高品质同时,华侨城不间断地为上海营造非同凡响的华侨城生活方式。华侨城生活方式让居民不再只是关注自己的居所,关爱家人、关心自己、体谅邻居,邻里温情、家庭幸福、亲近自然,畅享华侨城生活方式的愉悦、优雅、高尚。

2012,升级产品体系

金地艺华年助理总经理 李伟文

虽然今年的调控政策持续作用,但总体来说利好刚需客,金地在市场上在售和新推项目基本都是面向改善型及高端客户的,因此影响有限。

2012年,我们要做的是知难而进,完善产品体系。金地艺华年的推出就是一个典型案例,在金地艺境洋房+公寓的模式基础上,产品升级为叠墅+大平层,项目的各种细节以及工艺配套也将得到进一步完善。同时,金地四大体系的产品也将在全国范围内实现升级。

选择自己擅长的产品

中华企业股份有限公司市场部经理 戴正芳

今年是比较困难的一年,我们也做好了过冬的准备,对于公司的理想就是能够平稳地发展。我认为房企需要平稳发展,在政策上还是需要更合理、更具有操作性的规则出台。

不论市场怎么变化,我认为房企还是应该选择操作自己擅长的产品。

我们一直追求建筑的舒适度,但在当下我们更强调科技环保技术。我们将在江阴推出江阴首个地毯住宅项目,预计在年底面世。低碳住宅朗诗算是做的成功的,而我们也开始进军绿色住宅项目,因此为了解决在实际建筑中,产品会出现的结露现象,特意邀请了德国的公司与我们合作,引进技术确保不会出现这个问题。

产品主义者在行动

周二,奥斯卡金像奖在好莱坞落下帷幕。而在上周四,《新民晚报》十大期待活动程序也开始启动,候选楼盘刚刚出炉我们就收到了读者的热烈互动,大家与我们分享了对这些楼盘的看法和期待,有些读者甚至大胆预测了最终奖项的归属。应该说,虽然整个市场寒风凛凛,但产品主义者带给我们或孤独或偏执的理想色彩却日渐浓烈。

2011年中国楼市风声鹤唳,在史上最严调控下,地产界上演着一幕幕悲情大戏。有人抱怨政策太严,有人呼吁政府救市,有人因心灰意冷而失声,更有人在地产业界自此销声匿迹。但是相比于众多的“落马”,那些在逆市中方显英雄本色的人无疑跟令人动容。

近日,据知情人士透露,中海长风项目——中海紫御豪庭将于下半年入市,目前大部分高层建筑已经结构封顶,几近冰冻,一直低调的中海地王项目选择此时入市,出于何种策略、胜算几何,成为市场各方关注的焦点。但有一点可以肯定,这充分体现了开发商对于产品的稳重把控并不随市场的改变而改变,市场并不是产品走向的唯一风向标。

同样意义上的开发商还有合景泰富,开发商表示,2012年将保持审慎,继续提供多样化的产品类型,全年销售项目将由去年的15个增加至19个,覆盖7个城市,并推出上海、海南、苏州及成都的全新项目,期望通过产品及城市的优化,使销售均价增长。

2012年我国房地产业正处于深度转型阶段,方向的确立也非一朝一夕的事情。但是我们可以从中发现一种非大众开发商,甚至非百亿军团的企业价值观——追求产品品质的完美主义,注重人文关怀,而非资本规模、市场占有率和利润,极度深寒的2012年,他们在行动。

捍卫
荣耀

候选榜单详见 B18

上海联排别墅 NO.1

热销解密