

精品房标准大辩论



丁颖
中建地产上海公司
副总经理



陈喆
金地华东区域公司
总经理助理



乐钦
世茂集团
营销中心企划总监



徐磬
杰星集团
企划部总监

66

真正精品的房子是不存在的
至少十年不过时才叫精品
不是所有豪宅都算精品

精品房标准 1 内外兼备

我认为除了满足最基本的居住需要外，精神层面的享受成为购房者越来越关注的重点之一。一个好项目，应该更注重内外兼修，在品质方面除先天性优势和稀缺性外，更讲究过程精品和施工品质。不仅外在品质、环境、配套要过硬，文化内涵也很重要。

因此，应该提高质量标准，从房屋的功能性质量提升至打造住宅“艺术品”的高度，用客户满意度、幸福指数作为精品楼盘的价值衡量标准。只有关注到每一个细节，将产品的更多价值点落实到客户的切实需求上，才能建造出让公众认可的

“好房子”。以中建大公馆为例，基于对周边项目的深度研究以及对客户需求的调研下，组合出最佳方案。在限购限贷的地产弱市情况下，客户越来越谨慎，希望利用这仅有的一两次机会，买到自己心仪的房子，一个能够寄托一生幸福的家。所以开发商必须提升项目各个方面的竞争力，才能赢得消费者的青睐。（丁颖）

精品房标准 2 实用便捷

我认为精品房有几点不可缺少。首先，灵活实用的房型，满足不同客户需求。要考虑到未来十年可能发生的变化，

重点放在第二间房的设计，用来做书房、婴儿房或是健身房。在结构上，应设计更能节省空间、可综合利用型的。其次，拥有完善的配套服务，让业主享受便捷的生活。例如在小区内设置社区食堂、幼儿寄托所、老年健身中心等。最后，应位处城市发展脉络，选择价值洼地。这样，在方便出行的同时，有较大的增值空间。

要做精品房，在前期设计时，一定要充分考虑客户的实际需求。可将自己定位为客户，换位思考，设想客户可能遇到的问题以及如何能住的更舒适更便捷。一切以方便客户为前提，尽量做到比客户期待的更多、更全面。让客户住进一个房子，如同身处一个社区，享受住房、购物、饮食等一站式服务。（陈喆）

精品房标准 3 敏锐创新

我认为真正精品的房子是不存在的，这样的房子存在于每个客户的心里，并随着时间推移发生着变化。不同的客户有着不同的需求，而同一个客户在不同时期也有不同的想法。每个人都希望能用有限的资金买到最好的房子，所以只要是满足客户需求的都可以说是精品房。

作为开发商，在不断满足客户需求

的同时，更要注重创新。如何创新，前期的市场调查一定要充分，必须拥有敏锐的市场触觉，能够了解到市面的一手信息。以世茂为例，长期在全国多个城市进行市场调查，根据调查结果进行研发、创新。当然，强执行力是做好精品房的保障，有了高效的执行力，才能抢在市场的第一位，引领市场。（乐钦）

精品房标准 4 适度超前

所谓精品房，房屋质量是最重要的。客户的需求不是一成不变的，因此，要有超前的配套和装修设备，让房屋在近十年内都不过时。另外，现代人对生活环境的需求逐步上升，所以小区的前景规划和绿化率也很关键。我觉得精品房，除了走在市场前沿，还应有以休闲运动、养老类为主的会所，以及高端的商业配备和良好的未来前景等。

当然，地点非常重要，首先要选择生态环境好的、周边配套较完善的地区。我认为应紧跟时代潮流，以养老类和休闲类为主打项目，并设计多种户型以满足不同客户的需求。当然，在房屋设计和使用的材质上，都要超前考虑，做不过时，永远走在市场前端的精品房。（徐磬）

微点评

盘点上海地产界精品“大咖”

华侨城

◎擅长特色:将建筑与人文艺术相融合、打造“中国旅游主题地产第一品牌”。

◎代表作品:苏河湾、浦江华侨城



@ 张小涛 zxt: ……我们可以看到华侨城对一个城市、一个区域的当代艺术研究、推动和美术馆机制建设的持续努力，当这种工作持续十年二十年三十年以上，这就一种具有信念的事业，美术馆、剧场、艺术中心、博物馆往往是一个城市“魂魄”所在……

万科

◎擅长特色: 万科遵循以人为本的建筑思想，努力做到“让建筑赞美生命”。

◎代表作品: 万科五玦坊、万科金色领域、万科海上传奇



@ 山中家兔: ……万科是百年老店的经营风格，稳健务实，真正做到以人为本！

保利

◎擅长特色: 自然，舒适，返璞归真的“公园式”家园。

◎代表作品: 保利“花园”系列、保利“叶”系列



@dudu520:保利的房子，别的不说，水和空气两点，对现代人的吸引力就已经很大了。

绿地

◎擅长特色: 在建筑中营造出格调，讲究艺术和品位

◎代表作品: 上海绿地香颂公寓、绿地英伦墅



@ELLA 童鞋:绿地的中央景观带真心很赞，绿地注重每一个细节，走的是精品路线！

长甲

◎擅长特色:将海派文化凝固在建筑上。

◎代表作品:长泰西郊别墅、长泰公馆



@ 尼莫的夏天 521:行走在长泰西郊别墅里，让人有一种时光穿越的感觉。