

上海楼市红榜单
red list

哪些楼盘不能买?

——理性置业牢记四大守则

地产评论员 冯燕

调控下投资者淡出市场,对于出于自住需求的购房者来说,买房最在意的不是外观、不是身份彰显,而是一套实实在在住得舒心的好房子,是一个拥有地段、交通、户型、配套以及价格等综合性价比优势的产品。

9月来临,购房情绪蠢蠢欲动,面对市场众多楼盘,如何选择是关键。哪些楼盘不能买,理性置业需牢记四大守则。

守则 1

规划不好,不买



本以为房子可以买得远一些,除了环境好,省下的地段差价足可以买辆车,过上“房加车”组合的时尚生活。可是买房一年后,小张明白,这样的生活方式,在上海还是有些“水土不服”。规划中的好环境至今尚未出现,随着入住的业主越来越多,时尚生活变成了“时伤”生活,堵车成了最闹心的事。

在上海的发展过程中,市中心的逐渐饱和、城市向外的扩张成为一种发展必然。无论是本世纪初松江新城的开发,还是目前成为刚需票仓的嘉

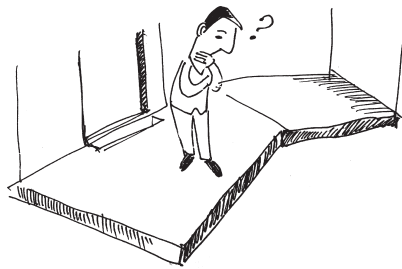
定,都成为众多经济实力并不充分,却有现实住房要求的刚需的选择。

目前,随着更多新城的开发,更多选择进入购房者视野。有些楼盘虽然标注有轨交,但项目实际距离轨交站点距离颇远;有些项目位于大量商品房建造区域,道路交通却非常单一,致使入住增多时,堵车成为家常便饭……

对于购房者而言,买房买的就是未来的生活,规划不好就意味着未来生活的种种不便,这样的房子自然不能买。

守则 3

户型不佳,不买



“买不买房,看户型”,这句听起来似乎有些过时的话,在现实中却一再彰显出其正确性。

去年,刘先生购入120多平方米的两房,当初是看重其宽敞的空间感,入住后却发现120平方米的新房尚不如之前90平方米的老房子实用,不仅收纳空间不够,功能区的分割也不甚合理,使用起来感觉总让人不舒服。

当房价成为人们最为关注的市场焦点,户型话题似乎有些边缘,但在实际的居住过程

中,户型却会持续性地影响人们的生活。刘先生的苦恼反映出的是户型对于未来生活舒适度的重大影响。另一方面,对于房子这样一个高成本的家庭投入,户型差所带来的面积损失意味着的是成本投入的相对提高,以及所购产品性价比的急速下降。

目前,市场中户型选择越来越多,如申亚花满庭这样的产品,更是以送面积给出极具吸引力的户型设计。对于户型不佳的产品,购房者更应该给出否定的答案。

守则 2

没有优惠,不买



8月上海的商品住宅成交量达到了80.2万平方米,与5月的成交量相仿,显现出淡季不淡的局面,这得益于8月下旬刚需楼盘的成交发力,尤其是东方冠郡、中星海上名豪苑等价格优势较大的楼盘,对楼市成交的拉动作用十分明显。

拨开在涨跌中纠结的市场表象,楼市调控的大原则不会改变,出于自住需求的刚需、刚需下半年购房总量却可能逐步萎缩,业内人士表示,楼市整体供大于求的买方市

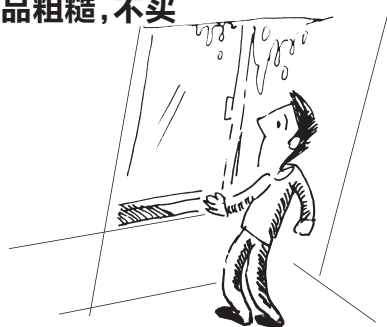
场格局开始出现。

德佑地产研究主任陆麒麟也表示,对于开发商而言,限购政策依然没有松动,今年金九银十的市场需求相对往年仍比较有限,开发商的优惠情况将成为决定销售情况的关键。

也就是说,率先降价促销的楼盘将抢占市场的先机,对价格较为坚持的楼盘恐将面临不利地位。而对于那些没有优惠的楼盘,购房者也有理性选择——不买。

守则 4

产品粗糙,不买



2012年,楼市调控持续;2012年,房地产市场的品质危机也一再出现。年初,安信“有毒地板”事件、精装修房“纸板门”事件便接连发生,令万科深陷“质量门”。而半年来,关于房地产产品质量问题的案例不时在市场曝光。

持续的调控,使降价走量成为房企必然之选,但目前,一些项目降价其实是在降品质,很多业内人士如是表示。房企为追求短期的高利润,制造粗糙的产品,对企业品牌将形成极大的伤害。

此外,调控后刚性需求为楼市筑底,成为房地产行业竞争的主战场。于是,在当下的楼市中,几乎“无盘不刚”,不少品质差楼盘,也扯出刚需首选的大旗,以低价作为唯一钓饵,吸引购房者。这样的项目即使门槛低,对于购房者而言,却具有极大的风险。

现下,一些质差楼盘仅以低价为诱饵吸引购房者,但价格低地终究并不等于价值洼地。对于粗糙的产品,购房者自然会选择不买。

朗诗升级转型 谋求“深绿战略”

近日,朗诗集团“深绿战略发布会”在上海举行。在发布会上,朗诗集团董事长田明表示,公司将从一家具有科技特色的房地产公司转型为以绿色建筑能力为核心,集绿色地产开发、绿色科技服务、绿色养老产业以及绿色金融服务为主要内容的集团公司。据悉,此次战略提升,意味着朗诗集团将谋求更高层次、更全面化的发展。

朗诗用了近一年时间的思考和研究,制定出2012—2016年的五年战略规划——“深绿战略”。据介绍,朗诗未来将在深绿战略指引下,重点做好四項工作:一、以房地产业务为基础和资源依托,进一步提高其市场地位和盈利能力;二、逐步培育朗诗绿色建筑核心技术;三、逐步形成养老业务的商业模式;四、建立绿色金融平台,拓展投融资渠道。在发布会上,朗诗科技还举行了加入美国绿色建筑委员会的授牌仪式,并与上海、江苏、浙江三地的建科院分别签订了战略合作协议,以加强与国内外各大专业研究机构的合作。

在金融业务层面,朗诗也已开始了积极的探索。据了解,朗诗已于近期成立了上海青杉投资有限公司,开展管理基金和信托等业务,从而拓展融资渠道,为地产开发、技术服务及其延伸业务、养老项目等进行资金支持。

在完成集团业务多元化转变的同时,朗诗的地产业务也在产品导向转向为客户导向的基础上,致力于处于不同生命阶段的客户,建造健康、舒适的绿色好房,实现住宅产品从单一到多元的转变。与此同时,朗诗还将依托既有的房地产开发、绿色建筑及物业服务能力,积极探索适老性物业及服务体系,该业务将首先在朗诗地产现有项目中选择进行。

(蔡骏)

古北·香堤岭 推生态独栋别墅

从以迪士尼主题乐园为核心的上海国际旅游度假区规划获批至今,南郊板块房价涨幅几乎超过100%。据搜房网统计,2012年上半年别墅市场成交均价为26272.8元/平方米,浦东以120707.9平方米的总成交面积位列第一,松江、宝山、嘉定、青浦、闵行5区的成交总面积均在4万平方米以上。

高端纯独栋别墅的成交均价长期维持在高位,以1月成交TOP10为例,6个高端独栋别墅成交单价在50000元以上,这意味着上海全市高端独栋别墅的基准线已经确立。而在成交区域方面,大浦东成为沪上别墅交投的最热区域。这一定基础上归功于原南汇区南郊板块在高端别墅市场上的“逆袭”。随着以上海迪士尼乐园为核心的上海国际旅游度假区规划落地,以南郊板块为核心的原南汇地区成为别墅成交的热点区域,交通、周边配套日趋完备,以古北·香堤岭为代表的主打超高性价比的生态独栋别墅,受到了二次置业用户的青睐。

古北·香堤岭占地面积为5.58万平方米,其中地上建筑面积近3.48万平方米,总体容积率仅0.25,共开发建造114幢独栋别墅以及1个会所。这样的容积率保证了别墅之间能拥有足够大的栋距。继前期别墅热销后,目前推出的古北·香堤岭总价1100万元/套起,另有一套900万元左右特价房,且均为现房销售。

(丹青)