

明星效应引爆楼市

专家媒体纷纷发声：“十大明星”赢在产品力

地产评论员 冯燕

2012 十大明星楼盘决选已经揭晓,但关于“真金楼盘”的讨论却依然火热。曾几何时,全民炒房的风潮泛滥,房子的投资属性被畸形放大,不管什么样的产品,只要能高价转手,就是明星。楼市调控之下行业回归居住本质,自住需求为主的市场中脱颖而出的才是真正的“真金楼盘”,而从购房者角度出发无疑是未来行业的方向。

平价宜居拥趸多

受市场需求结构的影响,今年上海的人气产品无疑是刚需楼盘。但如今的刚需盘并非只是价格和购买力的匹配,满足交通、户型等宜居条件的产品拥有更多受众。而一些品牌楼盘甚至根据客群的生活习惯设计和定型产品,成为真正的“真金楼盘”。

一位购房者就来信表示,自己被宝华盛世花园吸引,不仅由于价格,月浦的发展改善以及产品的有效附赠空间才是其心动的原因。

正如汉字地产董事总经理施宏毅所言,房产较其他商品更加复杂,任何客群所考虑的需求都不是单一的、纯粹的。因此,在可以接受的价格或者品质为前提下,提供高附加值,便成了购房者和开发商共同热衷的好产品。

从事建筑设计的小小姐来信表示,其对于家的终极梦想就是能拥有一套属于自己的别墅,但一直以来受困于价格与生活条件之间的矛盾难以实现,终于两河流域的产品力和总价使她梦想成真。

价值潜力受青睐

从成交表现来看,今年市场最热的产品有两类,一类为刚需产品,交通、价格、户型突出的产品受到市场亲睐;而对中高端市场而言,价格、地段、精装修、品牌等综合条件成为吸引受众的关键。

一位徐汇中凯城市之光的业主来信称,“这里房子空间大、品质好,更主要的是区域发展不容小觑”。

从长远来看,高端产品在未来的住宅市场中或更具潜力。由于购买力强,高端客户对于产品力的追求更加强烈,房企有更多的余地去发挥个性,来设计产品。并且随着高端住宅市场也逐渐回归自住,投资淡化后,客户对于居住品质会更加苛求。

也有很多购房者表示,他们选择的明星楼盘,其自身所具备的价值优势令产品未来增长空间更大,发展潜力更强。

异地置业人气旺

“中邦上海城让我实现了花同样的钱在上海没有办法实现的生活”,一位购房者如是表示自己对于中邦上海城的喜爱。而崇启大桥通车后,车程的缩短,也让这位购房者表示“中邦上海城并不远”。

不仅有对于向往生活的实现,养老需求、家庭房产配置需求,都让异地买房成为上海人不可或缺的置业选择之一。相对上海目前较高的房价,异地置业也越来越显示出旺盛的人气。

当笔者在位于启东的售楼现场,询问一位购房者为何要选择中邦上海城时,他的回答是——“为什么不?”



施宏毅
汉字地产董事总经理



徐承
策源地产高级副总裁



沙立松
锦和投资集团品牌总监



陈延彬
中国指数研究院上海研究总监



业内热议

以产品“含金量”换市场

施宏毅

“黄金十年”阶段,只要是房子都能卖,都能挣钱,谈不上客户认可不认可;现在房子定位如果客户不满意,就会慢慢卖不动了,或者是卖不出价格。所以,正是房地产调控影响着供需,导致了竞争加剧,现在房地产业已经到了以产品“含金量”换市场的阶段。但是,现在的所谓“含金量”只在少数一二线城市才能到达一定高度,并且主要由大型房企引领。这是这些城市房地产市场开始成熟的标志。

未来产品的演变仍然将呈现这样的区域递进趋势。一、二线城市的 product 在于“质量级”的增长,市场会越来越关注产品细节的完善;三四线城市的产品在于“数量级”的增长,市场更关注的还是户型、功能设计的增减等。

规范市场有利于买到好产品

徐承

房地产市场经过黄金十年发展,一方面

消费者的购买理念日趋成熟理性,除了对项目本身的品质要求越来越高,还对房产附加的生活消费与投资保值等因素提出更高期许;另一方面,经过十余年的补课式发展,目前主要城市房地产市场的“基本居住”功能已经大体实现,未来改善性需求将加速放大,对房地产项目开发也形成了更高品质要求。

未来的房地产市场将不会像之前的黄金十年中一路“高歌猛进”,但是成熟的市场环境下,行业资源会进一步优化配置,大型品牌开发商将成为市场主力,市场也将更加规范有序,开发商也将更加注重产品本身的特质挖掘,这都有利于消费者买到真正具有“含金量”的好产品。

未来市场品质化进程将加速

沙立松

未来的市场走向依旧将以刚需产品为主流,改善型需求在经历几年调控后存在强劲的置换需求,这将成为影响未来市场的主要动力。加之保障性安居工程建设持续推进,低品质的商品房未来将市场难觅。因此,未来的中国商品房市场品质化进程将加速,

刚需户型将更加注重户型内各功能布局的合理性与经济性,追求产业化、精装修的品质提升,小户型、全功能、精装修将成为刚需产品的主要发展特征。对于中高端改善型需求,品牌房企项目更受市场关注,品牌溢价将被越来越多的消费者认可。

品牌形象带动区域品质提升

陈延彬

目前,调控政策已经进入稳定时期,刚需产品在未来依然会是市场主力,而能够形成良好去化的产品,一类为高性价比产品,通过降价来促销;另一类则是定价比较合理、低总价的产品。监测显示,目前市场中两房为销售主力产品,面积适中的小三房成交也有所抬头。而高端产品则更强调自住性,这种自住性体现在周边区域环境、交通条件、产品设计户型,乃至绿化等诸多方面,长远来看,则着力点在于产品本身。目前而言,性价比依然是市场考虑的重点,但未来品牌将更有影响力,高品质的品牌形象能够带动区域品质的提升。



媒体视角

烈火见真金

扬子晚报房地产部首席编辑 陆艳

2012 年,楼市进入“后调控时代”,刚需的消费者越来越理性,改善型需求的消费者越来越挑剔。在这样一个“新购房时代”,开发商面临着更大的挑战,必须拿出过硬的产品和出色的营销手段。

是金子总会发光。回顾这一年的楼市,有一些楼盘始终表现优秀,成为楼市一道靓丽的风景线。这些项目是 2012 楼市的中流砥柱,它们以产品说话、以品质取胜的骄人业绩,让无数购房者看到了幸福与希望。

在岁末盘点之时,我们很有必要对这些明星楼盘进行大力的褒奖,通过树立行业的典范,来引导百姓消费,推动楼市的健康发展。从这个意义上说,《新民楼市》进行的“上海十大明星楼盘”活动恰当时其,“十大明星楼盘”的集体亮相,将为 2012 年的上海房地产市场划上一个圆满的句号。

明星楼盘显示行业发展动力

上海新浪乐居副总经理兼主编 俞晓萍

调控两年后,楼市已经步入新的发展期。与“黄金十年”资金拉动性的发展模式不同,目前以自主需求为主力的市场,使房地产行业回归理性,回归到应有的本质,从而也将房地产产品的品质拉上新的台阶,楼盘的内在含金量也出现质变。在这样的市场环境之下,新民楼市本届十大明星活动较之以往也更具含金量,而所诞生的明星楼盘也都在未来的行业发展中显示出核心的力量。

楼市从量变进入质变

无锡商报房地产事业部执行总经理 陈亮

楼市发展的必然规律是量变走向质变。前一个黄金十年就是行业量变的阶段,而第二个十年,则进入质变的阶段,能够坚守品质、追求人性化考量、执着产品细节的企业

才能取胜。2012 年正是行业剧变的起点,愈加风云莫测的市场和精细自信的购房者使开发企业备受考验。因此,能够持续赢得市场,无不是果敢创新、勇于求变、具备领袖气质的房企。此次,新民楼市为市场发现标杆产品,探索未来价值走向,值得关注。

高品质楼盘吸引改善需求

搜房网上海数据监控中心负责人 雷祺

上海普通一手商品住宅市场上投资挤出效应明显,楼市成交以刚需和改善需求为主。纵观这些楼盘,普遍具有由品牌开发商建造、附加规划生活配套完整、户型可利用性强等特色,再加上开盘时比较实质性的优惠,较易为购房者接受。在改善需求层面,目前那些位于成熟中内环、中外环间的高品质楼盘,以“基本居住区”不可企及的综合高性价比在各月成交榜中表现突出。