

新民楼市

2014年3月13日 星期四 主编:尹学尧 执行主编:龚玺 策划:陈亮 沈媛 李志华

3·15 特别连线

业内聚焦常见“买房陷阱”

详见 B10 版



■点评:市场成交量创下近3周来最低。尽管成交冷清,但供应端依然火热,供应面积环比大幅上涨32.2%。业内分析主要原因在于楼市进入了政策敏感期,观望情绪加重。

公寓

成交最热 中高端项目

上周(3.3-3.9)成交面积排名前5的项目中,均价超过4万的占了3个,这和近期中高端项目供应充足有直接关联,仅上周单价超过4万的入市项目就占到了供应总量的一半。

别墅

供应量环比涨幅 219.3%

别墅供应量呈现大幅增长的趋势,而成交方面相对滞后。上周别墅供应量达到11.3万平方米,而成交量仅有2万平方米。

数据来源:上海中原地产研究咨询部

本周人气楼盘

花木绿城·锦绣蘭庭

3月8日,花木绿城·锦绣蘭庭开盘当日揽金20亿元,300套房源基本全部去化。

详见 B14 版

富力十号

富力地产在上海首次引入其最高端的产品体系。

详见 B15 版

看房召集

4006358880 转 0

2014,不仅马上有房!还要马上有车!

来富力湾,摸车大赛,赢 Mini

集合时间:2014年3月15日上午10:00
 集合地点:汇川路300弄
 (中山公园龙之梦后门兆丰嘉园门口)

需报名预约,老人请家人陪同前往



新民楼市官方微信现已开通!现在搜索微信号:xinminloushi 或直接扫二维码,轻松掌握每日房产资讯!



全城热议“就近入学”

引爆学区房卡位战

详见 B16-17 版

建发·璟墅

准现房精装庭墅新品登临

详见 B13 版

君悦湾

理想城市居所 英伦别墅体验

详见 B19 版



楼市新民会:
中高端市场遭遇利空?

详见 B12 版

世茂·怒放海 总价 8 万元生态移居海南!

——合伙人计划重磅推出

世茂·怒放海,位于海南最美丽的弯曲月亮湾,拥有最优质清新的海洋生活。近日,世茂·怒放海推出船长公

寓,使用面积为50-80平方米。项目同时推出特惠合伙人活动,5人共享产权,总价最低仅8万元。在世茂·怒放

海83.39公顷新生住区里,有2万平方米的亲子放养基地及8万平方米热带雨林主题公园,还有熙康疗养中心更

是贴心为业主提供24小时康健服务。不但可以满足业主所有的居住需求,更可以玩转海边度假生活。

上海买房呼叫中心:4006358880-515

金地自在城打响“小阳春”第一炮

3月9日,金地自在城全年首次开盘,瞬间引爆松江。项目本次推出140套公寓房源,有78平方米、93平方米、94平方米、110平方米等多种户型,现场抢购气氛异常激烈,在短短数小时内基本售罄。自去年首发以来,金地自在城二期精装产品一直是市场关注的焦点,此次推出的房源更是用过硬的去化表现

得到了全市购房者的青睐。

笔者直击开盘现场探访后发现,早上不到8点,上海自在城现场便人头攒动,9点半左右近200多名购房者已到场,跃跃欲试地希望抢到心仪房源。10点整选房正式开始,随着工作人员的叫号,购房者抢房热情高涨,不少购房者站立在椅子上焦急等待,不到15分钟,78平方

米的小户型已经全部售罄,本次认筹火爆的110平方米户型也仅剩底层。数小时后,140多套房源基本实现售罄,让刚刚到访的新购房者也唏嘘不已,纷纷表示没有认筹的遗憾以及对金地自在城的持续关注。对于金地自在城的热销,有业内人士认为,在杭州、常州市场破盘降价,上海市场观望情绪浓厚的背景下,

金地自在城的逆市热销,为上海楼市带来了一个惊喜,这将很有可能成为今年楼市“小阳春”开始的信号。

(王敏)

■延伸阅读

2014 年楼市开局不利
小阳春还能否如约而至?

详见 14 版

地产商为何总是宠爱足球?

□地产评论员 陈程



3月8日,2014赛季中超联赛全面打响,全国300多家百家媒体齐聚广州天河体育中心进行全网络覆盖式报道,吸引了亿万球迷的目光。

一个月前,绿地集团正式

入主申花,这标志着中超联赛已经完全“变身”为“房地产联赛”。16家中超球队全部拥有房地产背景。

投资足球赚钱吗?据统计,2013年中超俱乐部总计亏损2.64亿元,16家俱乐部中,只有恒大和辽足两家盈利。既然如此,为何地产商仍然宠爱足球?除宋卫平之前多次公开表示对足球的热爱和回报社会以外,以足球为载体,快速提高品牌价值和公众认知度,是地产商在足球中的最大收获。

8日这场全国瞩目的中超开幕式,从策划到表演,都出自

恒大产业链的各个系统,通过短短25分钟的开幕式表演,全面展示了恒大集团的各项产品,经由现场百家媒体的报道,恒大几乎成为了当天最大的头条。要知道,这场开幕式仅仅花费了100万元人民币,这甚至不及一线城市一套小户型公寓的价格。而恒大集团通过媒体的集体关注而获得的品牌“溢价”,显然将远远超过这个数字。

恒大地产的大多数项目都在三四线城市,在那些城市,人们或许不知道万科、保利,但却因为广州恒大这支球队而知道了恒大,这给企业的品牌传播

输入了无法估计的能量。伴随着过去四年广州恒大在球场内的披荆斩棘,球场之外恒大地产的销售额也一路飙升,303亿、500亿、803亿、923.2亿,直至2013年的1004亿元。

如果将目光看远一点,地产商对中国足球的注资,更是一场双赢。知名职业足球经理人刘孝五就表示,不要管这些老板出于什么目的进入足球圈,关键是他们实实在在地拿出了钱,而这会促进和推动中国足球尽可能快地向前发展。

从这个角度来看,地产商爱踢球,何乐不为?

每周一问
weekly