

新民楼市

本报经济部主编 新民传媒策划 2014 年 7 月 24 日 星期四 责任编辑:杨玉红 视觉设计:薛冬银 编辑邮箱:yangyh@xmwb.com.cn



一周成交均价  
28336  
元 / 平方米  
(7 月 14 日—7 月 20 日)

夏季高温带动楼市进入淡季。上周供应量整体下滑,中高端项目推盘积极性明显下降,但刚需项目仍持续放量。随着高温日的到来,楼市成交反弹仍缺乏动力。

一周商品住宅成交面积 TOP5

| 项目名称    | 面积(㎡) | 均价(元/㎡) |
|---------|-------|---------|
| 金山万达广场  | 5843  | 11188   |
| 绿洲雅宾利花园 | 4784  | 61065   |
| 昱翠家苑    | 3859  | 14412   |
| 万景峰雅苑   | 2747  | 21502   |
| 天缘华城    | 2392  | 27851   |

数据来源:上海中原地产研究咨询部

本周人气楼盘

首创青旅岛尚

“6 折起拍”搅动上海楼市

详见 B22 版

崂泗天悦湾

“海天颂筵”盛邀上海买家

详见 B24 版

))) 购房投诉热线

62791234 713 716

即日起,《新民楼市》开出“购房投诉热线”专栏,承接读者对于房地产的相关投诉。  
邮箱:xinminloushi@qq.com



新民楼市官方微信账号——  
浦江楼市现已开通! 现在搜索微信号:pujiangloushi 或直接扫二维码,带你了解地产那些事儿!



楼市暑期档

淡季蓄势

成交乏力的上海楼市,又遇炎炎夏日。在这场短期内难以逆转的“票房淡季”中,作为楼市的“主角”,房企应该如何选择自己的应对策略? 对于购房者来说,又有哪些“大片”值得期待?

“票房淡季”短期难突破 >> 详见 B20 版 | 楼市“主角”蓄势备战 >> 详见 B21 版



博话题难造楼市高票房

地产评论员 冯燕

眼下,电影暑期档火热开闸。《小时代3》正以“口水和票房齐飞”的架势一路向前。一边是,“三天票房超2亿元”;另一边则是更猛的吐槽以及豆瓣给出的更低评分。

有人说,现在电影市场的事实就是,“烂片成就高票房”。片子烂不要紧,决定电影票房的不仅有粉丝的力量,话题性更是票房保障,这也就合理解释了为啥口水板砖飞得越猛烈,电影票房越高涨。

需要高票房的不仅是一部部争抢黄金档的电影,房地产市场思票房之心更切,特别是库存又创出新高的当下。问题是,如何才能成就楼市高票房?

将“话题式驱动”引入楼市的尝试越

来越多。前段时间,周迅婚讯传出,微信中即有人晒出某地楼盘推出以“爱周迅”为主题的广告,关注度有了、话题性够了,是不是就一定能够带出个盆满钵满的高成交呢? 结果待定。

毕竟一张电影票和一套房子的价格相距太远,不同的成本投入在家庭资产中所占比重的不同,决定了选择该项投入所需的理性程度,以及承担后果的心理建设程度。所以,对于成本投入巨大,一旦选择出错,需要承担严重后果的置业行为而言,能吸引购房者眼球,未必能吸引成交;能吸引短暂性成交,未必可持续。

最现实的成交数据显示,楼市高票房

靠的还是实打实的产品力。

二季度上海楼市别墅成交量小幅上涨,销冠是位于周康板块的御沁园。分析人士表示,该项目较好的商业环境以及便捷的交通是其热卖的重要原因。

同时,二季度别墅成交排名中,绿城玫瑰园是前十中唯一一个高端项目,而其高品质在上海楼市有口皆碑。

不仅在上海,近日,来自融绿的消息称,有最新数据显示,绿城苏州桃花源今年上半年网签33套,领跑苏州当地其他千万级别墅,位居全国2000万元以上别墅销售成交套数排行榜第二,其8.12亿元的半年总销额,成为上半年苏州豪宅销售的翘楚。

房地产项目希冀通过博话题就能有“小时代式”的成交结局,显然不切实际。而若连产品口碑也弃之不顾,又如何获取高票房? 事实就是,弱市背景下,好的产品才更拥有高票房的机会。

凭借实至名归的孤品价值,苏州桃花源成为全国顶级买家的关注焦点。

有人说,市场好的时候,做加法容易;但在市场不景气之时,坚守品质很难。面对价格调整的压力,不乏一些企业在悄悄做减法。但这样的行为将促使自身的楼市票房更加惨淡。

因为,越是市场不景气,购房者观望情绪越发加剧、出手也越发理性,此时,房地产项目希冀通过博话题就能有“小时代式”的成交结局,显然不切实际。而若连产品口碑也弃之不顾,又如何获取高票房? 事实就是,弱市背景下,好的产品才更拥有高票房的机会。