性价比是改善型产品的“第一生产力”

□地产评论员 蔡琦雯

“有了孩子以后，父母过来帮忙照顾，两房根本不够用”，“位置不佳，好像是在为别墅遮挡灰尘和噪音”，“当初预算不高，买的房子比较偏远，如今打算买离市区近些的”……空间增大、品质提高、交通便利等，这些都是改善型购房者迫切的需求。

对于改善型购房者而言，有过一套房甚至两套房的经历让他们更明白房子“价值”的重要性，而居住体验也让他们更懂得如何选择。

“产品的价值尤为重要，如何判断呢？其实，只要关注了市场、区域、项目、企业这四点，即可保证质量达到7成以上。”在近日由中国房地产数据研究院主办的“2014上海测评推荐综合价值楼盘TOP10”发布会上，万科翡翠滨江、三盛颐景园、浦东星河湾、金大元御珑宫廷等都榜上有名，中国房地产数据研究院执行院长陈晟指出，这些楼盘便兼具了以上四点。他表示，随着近期信贷新政的出台，房地产成交量明显回升，市场预期逐渐回暖，四季度可能使得房价重新“抬头”，因此无论是自住还是投资，如何选择高质量的房产就更为重要，尤其是对于改善型客户而言。

▶▶▶ 房企连线

好的产品能提升区域价值

陆渊
浦江华侨城项目助理总监

一个好的项目，不仅应占据有升值潜力的地段，同时还应具备带动所处区域价值提升的能力。

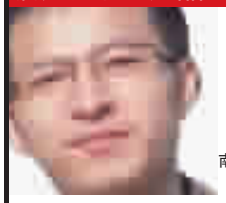
与其他房企的开发模式不同，华侨城是作为城市运营商的角色来造产品，擅长建造大规模综合性社区。以浦江华侨城项目为例，这个项目可以说是华侨城进入上海的第一个项目，是当做给上海的一张名片而精雕细琢的项目。

在开发时，华侨城的理念是在花园当中建城市，浦江华侨城的容积率与周边项目相比也是最低的，仅为0.7。在前期，我们花了很多的力气、资金把浦江镇板块内的很多公共道路进行了绿化，做到我们想达到的标准。并且，做完景观之后再去做产品。

而产品也从2005年第一次开盘时的6000元/平方米到如今8期产品2.8万元/平方米的均价，在这期间，我们不断结合用户居住体验进行产品改善，例如同户型的产品进一步增加空间实用性、大堂的升级改造等。

如今，我们可以看到浦江华侨城也给区域带来价值提升。当初项目所处的区域内配套还相当匮乏，历经11年的发展，如今呈现给大家的不仅仅是住宅，也引入了商业、办公、医疗、教育等，配套齐全，给附近的居民带来了便利。

满足需求的产品才能被青睐



雷小明
南山地产上海公司常务副总经理

信贷新政的出台，还是给了市场一定的良好预期，但是如今的购房者更为理性，因此只有真正有价值的产品即满足客户需求、可升值的产品，才能获得青睐。

以南山雨果为例，项目位于徐泾，受大虹桥辐射，随着国际学校、大都会高尔夫俱乐部、草原高尔夫俱乐部、银涛高尔夫俱乐部等娱乐休闲配套的完善，加上建设中的轨交17号线，徐泾板块逐渐走向成熟。

然而，从周边的项目来看，还缺少一些高端的标杆产品，区域价格偏低，而随着新落成的国家会展中心的开展和品牌房企的不断入驻，相信未来区域价格还有一定的攀升空间。

另外，对改善型客户而言，居住实用性要求较高。以南山雨果推出的88平方米准三房产品为例，在户型上做到了极大的创新。与传统印象中局促的90平方米3房产品不同，项目采用“2+1房”的设计，使用率大大提高。并且，房型格局方正，面宽逾10米，舒适感较强。

同时，项目还邀请了EADG泛亚国际来做景观设计，糅合出法式宫廷风与法式田园风情的园林。并且还有世邦魏理仕作为物业管理服务顾问，相信定能符合改善购房者对“服务”的需求。

用细节打动客户

秦斌
凯德上海市场销售部总经理

当前购房者对居住品质的要求越来越高，立足细节，回归房屋居住本质的产品才具备“价值”。

以凯德·莲公馆为例，项目一直用心追求对产品力的打造，一切从实用性、宜居性角度出发。改善型购房者除了居住舒适度外，更注重产品的地段、配套以及社区环境。而凯德·莲公馆在地段上，紧靠内环，坐落于城市主干道杨高南路与高科西路交会处，受到自贸区、前滩等利好辐射，未来升值空间较大。

同时，项目在绿化景观设计上倾注了较大的心力，我们邀请了国际知名景观设计公司澳大利亚普利斯设计集团，利用人工营造缓丘坡地的天然条件，为住户打造五重归家门庭，同时也将社区有机分割为数个景观小区域。这种设计在区域内也是罕见的，并且提升了整体小区的品位。

另外，值得注意的是改善型购房者对装修标准要求较高，而凯德·莲公馆正好满足此类客户的意愿，提供了较高等级的交房标准，并且选用了高端全屋地暖、SMEG斯麦格厨房电器、GROHE高仪龙头等名品精装。

项目在社区内还配置了网球场、儿童乐园、健身房、恒温泳池等配套设施，足以满足改善型客户的日常生活需求，也正是因此项目自推出以来就持续热销。

打造值得信赖的品牌价值

王畅
绿城兰园项目策划总监

9月底，绿城兰园二期项目开盘两小时内便去化九成，如今已经售罄。而上周末加推的66套房子也去化良好，客户大多表示了对我们绿城品牌的信赖。

其实对于有改善型需求的客户而言，无非追求两点，即地段升级和居住体验改善。绿城兰园正属于品质改善型的产品，总价段有优势，正符合对价格比较敏感的首次改善客户。

绿城品牌一直在追求完美，不断打磨。以绿城兰园为例，二期产品在“产权”、“户型”、“配套”、“品质”、“空间”、“服务”六大方面全面升级，主推148平方米三房和182平方米四房两种产品。在空间上，结合了前期用户体验，在卧室增加落地采光窗。而且所有户型均有套房设计和独立的设备阳台。

另外，项目在品质和细节上有极大的投入。例如在园区公共空间上，其景观成本高达1500元/平方米。并为业主建造了建筑面积达7000平方米的亿元级会所。

同时，项目全面引进绿城“园区生活服务体系”，其包括三大内容——健康医疗服务系统、文化教育服务系统和居家生活服务系统。

这些都给信赖绿城的客户们带来更尊崇的居住感。

市场速递

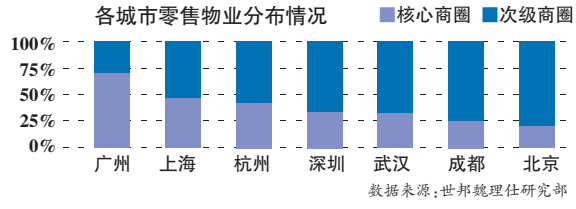
四季度或成黄金窗口期

来自CRIC研究中心的统计数据显示，房企在“十一”期间销售业绩普遍大增，如万科七天认购金额82亿元，恒大、碧桂园和保利销售额均达到约70亿元，还有房企实现黄金周期间交易额同比翻番的成绩。

在CRIC研究中心举办的第11届金融形势发布会上，易居(中国)控股有限公司执行总裁丁祖昱表示，央行新政旨在防止房地产市场进一步下滑，后续可能仍会有稳增长政策跟进，将给真正意向购房群体重树信心，而这部分需求将成为四季度市场回升的主力军。

东方证券的房地产行业首席分析师竺劲认为，四季度将会是一个销售黄金窗口期。他表示，“利率下行的趋势是明确的，短期内由于预期的改善以及按揭贷款进一步的发放，会使得整个市场状态转好。”

上海成零售物业最佳投资地



数据来源：世邦魏理仕研究部

近日，世邦魏理仕发布报告称上海、北京和杭州为零售物业的最佳投资目的地，对于二线城市，则建议投资者在进行零售物业投资时要多加谨慎。

报告中指出，上海零售物业市场备受投资者关注，呈现供需两旺、租金稳步增长的态势，零售市场空置率始终保持在10%以下，核心商圈租金逐年攀升，年复合增长率达7.9%。据世邦魏理仕统计，2005-2013年间，上海大宗零售物业（仅包括成交额为1000万美元以上的纯零售物业）投资交易额高达345亿元，约为同期17个监测城市交易总量的31.6%，位列榜首。