

青年置业调查之难点

设计难成本高考验开发商

- 交通便利是青年购买房产品的首要考虑
- 制订合理面积是控制总价的重要手段
- 万科、绿地等开发商解决了设计及成本难题,成为此一细分市场的领跑者

□本报地产评论员 韩冬 王静金 房蓉

虽然青年置业已成为市场焦点,但开发商并未蜂拥而至,在这个细分市场上,活跃的主要还是万科、绿地等一些有实力的大型房企以及专注青年住宅开发的房企。本报上海地产部在访问中获悉,羁绊开发商的主要是三大难题:产品规划难度大、户型设计难度大以及开发成本高。相当多的开发商无法解决这些难题,因此视中小户型为畏途,只能提供大户型产品。

绕不过的开发难题

专注青年住宅开发的东渡国际分析,在相同的容积率条件下,做小户型产品较之大户型产品会产生更多的“户数”,因此社区内的人口密度相对比较大,相应的配套设施,如会所、停车位等都必须增加,另外,在建造中增加成本也对整体规划设计提出更高要求。其次,小户型产品的舒适度问题一直是产品设计的难点。由于户型面积小,要全部满足户户朝南、南北通透、明厨明卫、房间方正等传统户型标准是极大的挑战。第三,户型的变化带来复杂的结构,造成成本提高。

上海万科指出,青年人是价格敏感群体,在一定价格范围内,如何让户型做得“小而精”,生活功能齐全,居住舒适,做到价格、功能、配套等方面的平衡难度相当大。

提供“买得起的好房子”

破解了以上难题,找到了青年置业产品开发路径的开发商,成了这个市场的领跑者。

上海万科的心得是:青年置业的关键在于开发商提供“买得起的好房子”。如何才能让青年人“买得起”?首先,开发商要对土地属性有准确的认识,社区的地理条件必须是适合青年居住的A+土地,其土地特性是——相对远离市中心、靠近轨道或交通完善、有生活配套。其次,通过更为科学合理的户型设计提升面积的使用率。在这方面,产品研发成系统的开发商,具备了优势。

如何才能让青年觉得是“好房子”?上海万科的想法是,青年的住宅区应该具有良好的发展空间,不断完善的生活配套系统,并处在新兴的板块。此外,青年人所需的住房面积不大,但更应重视空间的利用率和设计的前瞻性。在这方面,万科通过不少专利产品提升了开发能力。

此外,东渡国际越过成本樊篱的办法是形成有效的成本控制体系,另一家大型开发商则认为在成本较高的情况下,控制总价的关键在于面积制订合理。

做大做强? 平稳发展?

对于青年置业未来市场的开拓,不同类型的开发商的态度有些区别。专注青年住宅开发的东渡国际走的是做大做强的道路,已进入第七代产品开发的东渡国际确立了东渡国际青年城战略,在多个城市运作青年城项目,建筑面积在10万平方米以上。

而一些综合类项目的开发商则认为,青年置业产品只是细分市场的一部分,不会成为其主流产品。他们的观点是,虽然青年置业的需求很旺盛,群体也很庞大,但购买力相对有限,从长期来看,青年置业群体所占的市场份额会处在一个比较稳定的状态。而且青年置业产品的众多限制性条件,也使得大型开发商的很多优势无法在该类产品上得到体现。



小王和小张在万科花园小城仔细比较。半年来,为了买到称心的房子,他们已看了30个楼盘。 薛冬银/摄

置业故事

半年看了三十个楼盘

小王(化名)和小张(化名)是一对青年情侣,从今年上半年以来,他们已经在上海看了三十个楼盘,但始终未找到完全符合自己要求的理想房源。7月17日,笔者与万科花园小城遇到了正在看房的这对情侣。

地段位置的好坏、交通是否便利是他们置业时首当其冲考虑的标准。这对青年情侣目标很清晰,就是希望工作地点与住宅相距比较近,

上下班可以不用长途劳累奔波。而他们在看房时却总是遇到工作地点与住宅还有一段不长不短的尴尬距离,要不就是住宅附近公交线路少,或者从住宅区到车站也要步行很长的路。

其次,住宅小区的物业管理、总体环境、设备也成为这对青年情侣择房的考虑重点。“绿化的面积比例,附近的学校、医院、卖场等等,这些都和

日常生活密切相关。我们买房就是为了居住,理所当然实用性第一。”

对于这对情侣来说,房价也是一个问题。“我们两个人工作的时间还不是很长,只是急需一处落脚点,但现在房价还是有点偏高。而且,既然决定买房了,就应该全面考虑综合因素。可是现在看下来,各个楼盘各有优缺点,总是符合了这方面却在另外的方面有所欠缺,很难下手。”

产品特征

青年置业≠低价位

尽管青年人的购买力有限,但开发商并没有将该类产品简单定位成一个低价位的产品,而是从青年人的需求出发,赋予了它更多的内涵和功能。

上海万科认为青年置业绝不是低价位与小户型的代名词,而是细分市场里重要的消费群体,需要的是真正有品质、又买得起的专属产品。在四季花城、白马花园、花园小城中,上海万科为青年量身制定了涵盖城市就业、交通网络、商业餐饮、文化教育、运动休闲、医疗健康、

环境空间、社区服务的“八大生活系统”,并且对青年人本身也进行了客群细分,充分考虑了不同需求,如四季花城是融合了众多技术含量的全面家居解决方案青年版,花园小城创造了生活社区青年版,在社区、配套以及设计感上都体现出青春活力的元素,白马花园则设计出创意户型青年版,通过专利产品情景花园洋房,提供了户型设置合理的解决方案。

在绿地集团看来,青年置业产品还有更重要的功能。在绿地的启航社

中,社区的配套都是从年轻人的实际需求出发来考量和设计的,此外,运动会所、社区网站、引入招聘单位等等举措都是为年轻人的生活构建一个最佳的平台。绿地集团有关高层希望借助这些平台,启航社可以成为更多年轻人梦想启航的地方。

东渡国际则认为,青年人追求个性,且需求不断变化,单一的产品模式难以满足客户的多样化需求,因此住宅产品户型设计需要突破传统,大胆创新,打造灵活多变的空间,留给住户“改造”的余地。

观点

在细分市场做足文章



陈凯
共青团上海市委副书记

我们提到青年置业应该是两个方面,第一,我们要引导青年朋友树立良好的科学的置业观,这个置业观分为到底是租还是买,是大还是小,是新的还是旧的,是一步到位还是量力而行。第二针对这个青年群体,青年的前期、成熟期、后期和中年的结合期,又呈现明显的波段性的特征。在这样的背景下,因为主体是青年需求,我们如果通过媒体的引导,政策的配套,消费的注入以及通过行业和市场的定向的塑造和跟进,共同营造一个良好的、高效的、青年置业的配套环境,既有良好的置业观,又有良好的置业环境,这样双管齐下会有更好的效果。

提倡理性购房



胡煜
上海市房地产行业协会副秘书长

意以下几点:首先要理性,买房不可能是无限的;第二是交通问题,现在上海交通非常发达,轨道交通遍布上海城区所有的角落,从这个角度看,也需合理,尤其现在青年买家有很多是外地在上海买房的,上海买房区域型很强,现在轨道交通的发展,符合了这些要求;当然选择一个好品牌也是相当重要的。

应选择梯度消费



赵皎黎
上海市消费者权益保护委员会秘书长

求越来越旺盛,对年轻人而言也就意味着置业的问题显得越来越多,欲望越来越强烈。现实生活中,房价在不断攀升,如果对于年轻人来说,要一步到位的购买一套两房一厅的话,可能要上百万。因此目前青年朋友应该学会如何科学地消费、理性地消费、合理地消费。

在上海买房首先要量力而行,就是要根据自己实际收入的情况量力而行。其次要选择梯度型消费,因为一个新产品刚刚上市,有很多不成熟,如果抢着购买,很可能会吃亏。如果盲目地消费或者是认为吃点小亏也可以承受,这对一些小的商品尚可,但对于商品房来说,并不是几块钱就可买到,一旦决策失误会对自己、对家庭,甚至对社会稳定都会造成一定的影响。