

海南旅游地产观察

海南 10 大名盘个案解读

博鳌·金湾：地产界的 iPhone

海南特派地产评论员 周东



博鳌·金湾海景效果图

苹果手机之所以如此受欢迎，很大程度上在于其功能多样，能带给用户无穷乐趣。在这一点上，博鳌·金湾与苹果手机存在着相似性。定位为“乐活”的博鳌·金湾，依托海岸资源，及与龙湾港的距离优势，为业主提供了前所未有的度假体验。

博鳌·金湾的开发体量为一千万平方米，是名副其实的琼海第一盘。那么 2600 亩的土地上有哪些独特的规划？产品怎样？周边又有哪些度假配套？“养生街区，乐活海岸”的定位又是如何体现的？

史上最牛阳台

户型是产品的根本。这不仅涉及到空间的实际使用率，更是居住舒适与否的关键。对于旅游地产来说，如何最大化地与资源景观实现“互动”是设计上的难点。在滨海地产中，阳台的大小与朝向非常重要。博鳌·金湾可谓拥有史上最牛的阳台。据项目相关负责人介绍，博鳌·金湾 59 平方米的一房，最大可赠送 20 平方米的阳台；152 平方米的三房，可赠送 100 平方米的“阳露台”，足有一个院子那么大。这种超乎想象的创新设计，在海南乃至全国的地产开发中都具

备唯一性。

7000 元/平方米豪华装修

资源的稀缺性是以往海南旅游地产价值的主要支撑，这就导致了不少地产商忽视产品的品质建设。在海南建设“国际旅游岛”的大背景下，产品的精细化发展已成主流趋势。产品本身的价值会越来越突出。博鳌·金湾公寓的装修标准

达到 7000 元 / 平方米，德国汉斯格雅、德国唯宝、土耳其地砖、新加坡原装样板间等全球知名品牌的入驻，提供给业主海边的奢华度假。另外全球顶级豪宅才能具备的太阳能与风能、雨水循环利用系统等国家先进高科技、高节能技术。

2.2 公里千米浅滩

中国的人均海岸线仅 1.3 厘

米，博鳌·金湾则拥有 2.2 公里的私属海岸线，且是海南稀有的千米海滩。据项目策划介绍，曾有工作人员从岸边往海里走，离岸 1000 米的地方，水深仍旧是 1.5 米。从理论上来说，这种海域最适合开发休闲沙滩。未来，2.2 公里的千米浅滩将规划成不同国家的主题，包括帆船俱乐部、海上游乐园、海上小岛、海上摩天轮等。

提前游玩“国际旅游岛”

龙湾港是海南国际旅游岛的先行实验区，今后的海南也将以此为发展模本。作为距离龙湾港最近的项目，博鳌·金湾的地理位置优势不言自明。待谭门大桥开通后，从项目到龙湾港只需 5 分钟车程。

博鳌·金湾是“国际旅游岛”战略规划下的典型地产项目。成为博鳌·金湾的业主后，可以到周边打高尔夫，到跑马场观看赛马，到极地海洋公园看表演，到龙湾港博彩中心、免税购物城、游戏主题公园等地消费，到博鳌亚洲论坛、博鳌玉带滩、博鳌水城游览，在项目会所所做浴池疗养，也可到谭门港的渔人码头，品尝到新鲜、便宜的各种海鲜。

博鳌首席养生街区

博鳌·金湾同时也是一个大型养生街区。美国最大房地产公司普尔蒂公司原总裁盖勒格先生担任顾问，为项目养生规划提供指导与建议。项目会所内还规划有红酒吧、雪茄吧、西餐厅等。另外，国家知名的元华医疗机构也在项目设有分支，长期为业主提供养生方面的咨询与服务。

雅居乐·清水湾：“冬天”里的一把



2011 年的地产调控下，全国楼市遭遇不同程度的“重创”，海南旅游地产也未能幸免于难。在传统旺季到来之时，海南楼市却是一幅乍暖还寒的景象，大有“这是一个最坏的时代”的悲凉之感。“以价换量”的营销策略显然成了开发商真正的“绝”招。

种种迹象似乎都在证明这样一个事实：2011 年的海南楼市已彻底进入“冬天”。然而在众多旅游地产中，雅居乐·清水湾的销售业绩却让我们看到了海南楼市本该有的“火爆”。一个月的销售业绩等于其它项目一年的销售业绩，雅居乐·清水湾的底气何在？在这场“抗寒”运动中，缘何雅居乐·清水湾能笑对市场？4 年后的今天，雅居乐·清水湾在度假配套上又发生了什么样的变化？

7000 业主一起过年

“老业主推荐”几乎已经是雅居乐·清水湾获取新客户的主要渠道。据统计，在全国范围内，雅居乐·清水湾拥有 7000 名业主。这种口口相传的效应，对于雅居乐集团来说，是一笔无形的资产。

在今年的国庆期间，由于政策影响，加之台风因素，海南绝大多数的售楼处门可罗雀，成交业绩上更是吃白板。而雅居乐·清水湾，在国庆期间却热销 1000 套，揽金 16 亿。这次的成交中，很大部分都是老业主所带来的客户。

但雅居乐能留住业主的秘诀是什么？那就是让业主真正享受到国际旅游岛的度假生活。

如今，雅居乐·清水湾的湖畔商业街已经投入使用，在超市、餐饮、洗衣店等基本生活配套一应俱全的前提下，7000 名业主齐聚清水湾过年的景象也将成为可能。除了在社区内打高尔夫以及享受 12

公里的海岸美景外，业主还有免费外出旅游的机会。据介绍，项目的物业公司经常会组织业主联谊活动，比如亚龙湾鸟巢森林公园一日游等。这不仅增进了业主间的感情，同时也是雅居乐集团人情化服务的绝佳体现。

度假配套全面动工

作为海南首屈一指的超级大

盘，清水湾破土动工至今已经过去 4 年时间，从一纸规划图到如今住宅、酒店、高尔夫的相继落成，雅居乐·清水湾的度假王国已具雏形。

在售楼处了解到，新加坡世界顶级品牌——六星级莱佛士度假酒店正处于内部装修阶段，预计明年年初开业；国际名品城也将于明年上半年开业，目前 LV、范思哲等国际品牌已签约加盟。另外，项目还有 5 大顶级酒店、游艇俱乐部、农贸市场等都已于去年开工。这意味着今后的几年时间里，雅居乐·清水湾的一系列顶级度假配套都将完工并投入使用，一个真正意义上的清水湾度假区也将呼之欲出。

“不少客户在看遍三亚的项目后，最终还是会选择雅居乐·清水湾。产品的品质和完善的配套是他们最终购买的重要原因”，项目负责人表示。



11 月 17 日上午 10:00，销售人员接待第一批客户。

朱家角·西镇 成西上海新地标

上海处处可见“海派文化”——外滩万国建筑，新天地石库门，豫园传统民俗……在一片海派文化、国际文化的文化大浪潮中，中国人骨子里的江南文化却隐退了。今天，证大房产以其独特的房产开发理念，倾心打造“原味江南”商业休闲新地标——朱家角·西镇。

据悉，该项目总建筑面积 1 8 万方，毗邻上海唯一千年水乡古镇朱家角，坐拥 800 亩淀山湖，北临大淀湖，与四季花开的课植园一墙之隔，交通便捷，20 分钟通虹桥枢纽，45 分钟达上海市中心。

从繁华的大拇指商业广场，到凝聚中国传统文化与艺术的证大喜玛拉雅中心，证大房产凭借其独特的商业开发与运营优势，在上海创造出了一个又一个优秀的商业地标，而朱家角·西镇，系证大房产继浦东大拇指商业广场与喜玛拉雅中心成功运营之后的又一经典力作

朱家角·西镇商业广场，综合多种商业业态，集主题商业、中华老字号、精品美食、一线影院、艺术舞台、多功能商务中心、创意商业街等多重业态于一体，网罗奥特莱斯、东方绿舟、大淀湖、朱家角古镇千万客流，百家品牌商业入驻，衣、食、住、行 360 度一站式服务，搭建西上海度假休闲中转站，直享高端消费圈。（陈亮）

振龙商业综合体 启动开工奠基仪式

11 月 30 日，绵绵细雨中，位于浦东康桥的振龙国际商业中心举行了热烈而隆重的开工奠基仪式。

振龙国际商业中心由振龙公司开发建造的大型商业综合体，项目位于浦东新区中外环间，罗山路以西的康桥路上，紧邻大型社区绿洲康桥亲水湾。北部有陆家嘴金融贸易区、中央公园、汤臣高尔夫别墅区和张江高科技园区，东临浦东国际机场，南倚康桥工业园区，区域环境十分优越，这里将成为未来南上海购物、消费、娱乐的一站式高尚生活的中心。

在奠基仪式上，振龙公司总经理陈冠表示，振龙国际商业中心是绿洲康桥亲水湾的重点配套设施，近几年康桥板块的发展迅猛，各类配套逐渐成熟，经过与商业合作者的共同开发后，振龙国际商业中心将成为康桥板块内的又一道靓丽的风景。（王蓓莲）

写字楼续租率偏低 物业成未来比拼点

近几个季度以来，上海几大 CBD 高端写字楼供应量始终维持高位。虽然目前需求强劲，写字楼出租情况普遍良好，但租户不稳定、续租率低的现状，使诸多项目充满对未来的担忧。在日前由某网站主办的“写字楼发展之道”论坛上，便有从业人士表示：“高端写字楼建楼容易，持有难。国外一般都在 5—6 年，而我们目前平均续租年限仅为 2.65 年。”

专家指出，除了各区域为招商而互相“挖角”等非市场化因素外，物业服务难以令租户满意也是上海市场续租率低的重要原因。近几年，上海高端甲级写字楼的竞争主要体现在硬件设施的升级比拼上，软件方面却未见整体动作。

而个别高端写字楼项目已在着手通过升级物业服务标准以获取竞争优势。港企会德丰国际广场引进五星级酒店式的物业管理理念，大幅提高了写字楼出租率。另一写字楼项目震旦国际大厦，也通过服务及文化氛围的重点营造，使续租率保持在较高水平。（程宁）

销售动态：

◆博鳌·金湾在售一线高层海景公寓，主力户型为 57 平方米一房、101 平方米两房、152 平方米三房。当前有全款 95 折优惠。

◆一线望海的酒店式公寓位于“瀚海银滩”组团，面临最佳的一线海景，面积在 77—175 平方米之间，产权 70 年，均价 2.8 万元/平方米，赠送 4000 元/平方米豪华装修及家私，拎包入住；滨海洋房、欧式独栋别墅位于“碧海帆影”组团，是雅居乐清水湾 3 年厚积薄发的旗舰力作，专为财富阶层量身定制比肩全球的顶级滨海豪宅。滨海洋房面积在 130—200 平方米之间，赠送 5000 元/平方米豪华装修。欧式独栋别墅户户赠送超大面积的花园和阳光地下室，有独立的车库。