

多点切入, 中小户型市场升温

□地产评论员 蔡骏

事实上,中小面积产品一直是楼市的稳定需求,其中 80-90 平方米的户型更是极受需求关注的产品,其一方面能满足普通家庭的居住需求, 另一方面也有效控制成本。而目前,商家也抓住多数购房者的置业心态,从户型、总价、社区环境,价值空间等多点切入,推动中小户型市场的持续升温。

户型变化多 满足生活需求

相关数据显示,上周成交量最大的项目是位于松江中部板块的龙湖锦宸公馆,成交共计 190 套,成交均价为 21266 元/平方米,热销户型为 56-91 平方米一到三房, 房型较为紧凑,单套房源总价 200 万元以内,比较适合刚需置业者。

户型几乎是中小面积产品的“生命线”,100 平方米以下, 做拥有舒适性、功能齐全的生活空间是摆在产品开发面前的课题。

目前,“2+1 户型”是市场认可度较高的产品之一。市场中,朗诗里程是将“2+1 户型”做得较为极致的项目——79 平方米实现 3 房 2 厅,主卧、客卧、书房清晰可见,让不少购房者第一眼就有出手的冲动,这也是产品赢得多次热销的主因。

同时,以户型设计见长的万科近期也有新品加推。位于赵巷板块的万科有山项目将推二期叠墅和洋房产品,面积分别为 110 平方米和 75 平方米, 其中 110 平方米叠墅业内尤为看好,产品通过赠送南北花园、地下室把普通三房户型打造成了“类联排”产品,以此激发市场购买欲……

总价优势明显 把握市中心小户型机遇

市场中,中小户型对应的买家多为刚性需求, 其对置业成本的敏感度较高, 单价相同的前提下小户型更加抢手。

郊环外小户型产品,以不足 200 万元的置业总价满足人们安家上海的梦



想,对于不少年轻人、新上海人而言减轻了置业的压力。

此外,市场对小户型的青睐也不局限于郊环区域,市中心、内环内小户型产品甚至更受关注, 而取胜的关键是“地段”。从市场中不难发现,目前市中心新建楼盘中小户型产品并不多,动辄 150 平方米的轻奢型产品成为市场的主力。正因如此,城心置业中小户型的稀缺性便凸显出来。

前不久,青蓝国际项目开盘,新推 85 平方米两房户型短时间内被一抢而空,可见小户型的号召力。据该项目相关负责人透露,“85 平方米户型不愁卖, 蓄客期内就已经形成‘4 个人选一套房’的‘抢房潮’,核算之后 500 余万元的价格对于想要入住市中心的买家而言是难得的机会。”

区域“王者” 颜值当道

对于区域中小户型产品而言,特色较为明显的,其去化速度能够轻松跑赢市场。究其原因:小区“颜值”成为吸引

客户的胜负手。与老式公房相比,新建商品房的绿地面积更大、社区环境更优质,相同的面积段,置换新房是不少区域客的首选。

于上周末加推的万达茂公馆便是其中的典型案例, 其中 87 平方米两房户型最受关注,不少客户更是举家前往选房。项目负责人表示,万达茂公馆首次推盘已基本售罄,此次正是应客户需求加推,若销售持续“火爆”,年内或再推新品。

显然,市场中的中小户型产品还将持续表现,而中外环间的产品或将愈受买家追捧,因其更符合多数购房者的购房预算,同时,这一区域通常已有丰富的配套——学校、医院、商场、公园……满足日常生活所需。

大型社区经纬城市绿洲项目就是市场中曝光度较高的产品之一,几乎每次开盘都能实现热销,目前其在售六期产品,主力户型 88 平方米,项目自拥地铁上盖约 25 万平方米的经纬汇综合商业体, 预计 2017 年试营业,规划有餐饮、购物、办公、休闲等多重业态,未来将有星级影院、酒店、大卖场等。

项目链接



中海寰宇天下

目前在售 99 平方米 3 房, 以及 130 平方米 3 房、150 平方米 4 房, 均价 45000 元 / 平方米左右。项目由 2 栋 25 层高层及 11 栋 18 层小高层组成,现只剩 2 栋 18 层小高层和 2 栋 25 层在售。18 层小高层中有 99 平方米户型。

■市场速递



服务式公寓 三季度入住率上涨

来自第一太平戴维斯的报告称, 2015 年第三季度上海服务式公寓市场无新增供应入市,当前市场以吸纳现有存量为主。

三季度, 全市服务式公寓租金环比下跌 0.7%,达到每平方米每月 215.8 元,较去年同期小幅下跌 0.4%;整体入住率环比上涨 0.4 个百分点至 89.8%, 同比上扬 3.1%。全市小业主公寓市场租金环比止跌回升 1.6%至每平方米每月 156.8 元, 同比下跌 0.8%;入住率环比下降 1.3 个百分点至 90.6%。

第三季度共达成两宗服务式公寓大宗交易,分别是朗诗购入长宁区的虹桥绿苑和中融买入黄浦区的逸兰锦麟天地服务公寓。

另外,预计三个服务式公寓新项目将于明年上半年入市,包括上海盛捷中环森兰服务公寓,以及逸兰管理的两个新项目:森兰壹公馆服务式公寓和逸兰卢湾服务式公寓。

来自第一太平戴维斯的分析称, 近期部分服务式公寓活跃的出租活动预示着未来租金的增长,而经济持续低迷也将意味着人事部门将继续严控外籍人士住房预算。预计未来几年上海住宅租赁市场将维持平稳。

阳光城魔米公寓联手寓见 精装智能公寓吸睛

作为阳光城·MODO 的又一个拳头产品,其精装智能 LOFT——魔米公寓处于 2 号线地铁上盖,楼下就是商业综合体,产品本身也非常具有吸引力。

近日,阳光城魔米公寓和寓见召开战略发布会, 更使其成为市场焦点。在此次发布会上,宣布达成战略合作的寓见公寓和阳光城总结了一个概念:房产轻资产运营。

据了解,寓见公寓作为一个互联网公寓长租平台,希望为用户提供的核心价值是:性价比高的优质住宿体验和服务。通过服务建立口碑,不但节省成本,还能带来长期的品牌增值效益。阳光城和寓见在这个观念上一拍即合,进而促成了此次合作。

未来,阳光城将为寓见公寓引入更多商业地产资源,由寓见进行标准化运营和项目管理。同时寓见将采用互联网 O2O 服务和房产金融服务,实现更多高品质用户的入住,为阳光城带动人流量,带动整个商圈商业链发展。

分析人士称,此次合作,是一次跨界的全新运作模式。未来,阳光城魔米公寓和寓见将继续采取包括房地产金融服务、互联网 O2O 服务、合作开发在内的多元化合作方式。

■房企观察

融创上海: 五大服务体系构建“ONE 生活”

“过去三年,融创上海区域取得了骄人的业绩,在华东先后进入上海、苏州、无锡、常州、南京五个城市, 目前拥有近 30 个项目, 并专注于区域标杆品质住宅的打造。”10 月 17 日,融创中国执行总裁、上海区域公司总经理田强在融创中国上海区域公司举办的“让生活美好,让社区增值”ONE 生活服务体系品牌发布会上表示,“我们将以人的需求为导向,以完美生活为目标。我们提出‘ONE 生活’五大服务体系,努力为主营造 70 年的美好生活蓝图。”

随着中国房地产发展进入“白银时

代”,社区运营和服务成为众多地产企业的发力重点, 融创此次推出的 ONE 生活服务体系, 正是在这一行业发展潮流下对地产开发全环节的一次价值重塑。

据田强介绍,之所以提出这个生活服务体系,是基于融创多年房地产开发经验及对客户的理解。

融创认为,房屋交付不是房企责任的完结,而是社区服务、园区生活的开始,必须对业主的美好生活负责。“从拿地开始即介入规划社区的 70 年生活蓝图,贯穿定位、设计、产品及服务,是房地产开发全程的生活营造体系,是为业

主、为社区创造更大价值,”田强说。

在此次发布会上,融创上海首次向外界宣布,将打造以“安全、健康、便利、优质、共融”为理念核心的“ONE 生活”中高端住宅生活服务体系。

据介绍, 该服务体系囊括社区美食、运动逆生长、社区便利店、社区朋友圈和社区营造五大方面。

此次发布会上,融创上海位于浦西世博滨江片区的综合体项目盛世滨江和位于北外滩核心区的外滩 188 也一齐亮相,二者将成为“ONE 生活”服务体系的标杆作品。