撬动刚需 房企破局

种种迹象表明,针对房地产行业的调控并不会放松。在持续的销售紧缩中,部分房企却依靠优质的刚需产品脱颖而出,成功破局。

地产评论员 冯燕

中环名品公馆:潜力地段 + 低总价 + 高配置

作为产业驱动型城市综合体智富·名品城的一期住宅,中环名品公馆由 14 幢 25–33 层精装国际公馆组成。

3 月,在楼市较低迷的大背景下,中环名品公馆 2 周劲销 130 套,总销金额近 3 亿,成绩令人侧目。

“当下的楼市营销,性价比是打动购房者的最终利器。”一位业内人士的话切中要害。

中环名品公馆位于普陀、嘉定、宝山、闸北的交通连接线上,地处上海西部陆上交通要道,长三角入沪第一站。中环线上的车流、人流论证着其所具备的极大潜力。

而项目规划有 33 万平方米大型商办配套,涵盖五星级酒店、酒店式公寓、LOFT 写字楼及 shoppingmall 等,建成后将成为整个上海西中环板块最高标准的城市综合体之一。

此外,中环名品公馆的高附加值设计,也是其最大特色之一。在其项目中,每一种户型均有附加值设计,可以做出多一房效果,甚至部分户型能做出多两房的效果,性价比极其突出。

“潜力地段 + 低总价 + 高配置”,具备先决条件的中环名品公馆热销也就合情合理。

美兰湖中华园:居住价值持续发掘

截至 5 月 27 日,美兰湖中华园 5 月合计成交 76 套,位居罗店美兰湖板块内项目成交首位,其成交均价约为 1.63 万元 / 平方米。

从网上房地产数据来看,美兰湖中华园基本一经推出,必定热销,是什么原因让其在低迷的市场中保持一份骄傲?

美兰湖中华园所居的罗店美兰湖板块,在市场需求的激发下,凭借自身的生态环境优势,以及交通、生活配套的逐步完善,板块居住价值被不断挖掘。

从地理位置上看,虽然上大、顾村和美兰湖板块依次是宝山的外郊环地带,与市中心的距离也依次渐远。但这种交通劣势因 7 号线的开通得到补足。地铁 7 号线北延伸段串联长寿路、静安寺、淮海路、肇嘉浜路上海 4 大商圈,距人民广场仅 28 公里。

然而,单纯以地理位置定优劣的时代已经不复存在,纯天然的环岛水景、创新实用的设计、高端的建筑品质,会所配套以及超值附赠空间是美兰湖中华园区别于板块内其他项目的最大特色。

据了解,冲着美兰湖中华园的高性价比而来的,刚需客户占了大多数,其中不乏婚房置业、新三口之家、以及养老型的客户。

申亚花满庭:买家得实惠

近日,笔者与诸多购房者一起前往申亚花满庭现场看房,看房班车发车前 1 个多小时已有购房者在等待,购房者的热情也显示申亚花满庭的吸引力。

去年 9 月,笔者也曾目睹申亚花满庭发售 VIP 卡的现场,彼时,数十组客户前来排队,将售楼现场围得水泄不通。

位于奉贤的申亚花满庭有如此吸引力,属于意料之外,又是情理之中。意料之外,是因为楼市的低迷中,属于“远郊”的申亚花满庭可以如此引人注目;情理之中,则是因为项目本身所具有的高性价比。

除了高附赠的居住空间、低总价、2 房轻松变 4 房等,申亚花满庭还充分考虑到了买家的置业心理,为每户买家准备 18 平方米农田租赁权,买家可以根据自己的喜好合理利用。

另外,置业者买账申亚花满庭,不仅是因为项目的性价比极高,更因为产品的未来发展和区域潜力。去年 6 月,杨高南路延伸段林海公路通车意义重大,与大浦东接壤的奉贤受益匪浅。

同时,项目虽地处奉贤金汇板块,但在南桥新城整体规划辐射下,申亚花满庭的出行自然也更加多元化。而随着轨交 5 号线延伸段、闵浦二桥、虹梅南路—金海路越江隧道将先后建成,项目的地理位置或将转变为一种优势。

由此可见,只有让买家得实惠,才能做市场赢家。申亚花满庭就是最好的佐证。

合景叠翠峰:性价比创造区域竞争力

网上房地产显示,合景叠翠峰于 4 月 26 日推出 132 套房源,截至 5 月 29 日,其 5 月共成交 105 套。如果加上去年 12 月推出的 237 套,合景叠翠峰共推出 369 套房源,目前只有 64 套的余量。

在竞争激烈的嘉定新城,合景叠翠峰还是表现出了惊人的去化能力。究其原因,性价比依然是关键。

合景叠翠峰紧邻地铁站。便捷的交通、布局合理的户型、每平方米 2500 元的精装品质对于刚需置业者都有着莫大的吸引力,而每套 110–120 万元左右的总价,更是让这一楼盘销售得风生水起。

据了解,合景叠翠峰两梯三户设计均能满足首次置业刚需购房者需求,其附加值设计让产品更具性价比。其中 88 平方米精装 2+1 房,还附赠一个灵动空间,对于首次置业者来说很难不心动。

而且与住宅扎堆的嘉定新城相比,合景叠翠峰虽然远了 2 站,却更靠近嘉定老城,生活配套也更为便利,这大概也是众多业主瞄准这里的重要原因。

◎观点

刚需的释放也有其节奏

陈晟 中房数据院院长

刚需不代表就是低价,对于需求我们有 11 种分类,有成熟化的,还有包括三口之家等,改善型需求就应该是高端的、价格比较贵的,但也是一种刚需。改善型需求,当然包括首套的需求是源源不断能够产生的,这是中国长期的城市化变化带来的机遇。但目前楼市回暖只是部分刚需需求的释放,而且市场远没有想象中那么好。对于刚需而言,6 月份之前是开发商资金最紧张的时候,可能 6 月份之后会缓解,购房者博弈的机会就少了,所以要抓住机会。而对开发商来说,刚需的释放也有一定的节奏,也需要把握。居住型的刚需需要的是有交通便利的项目,这是一个基本的选择。未来,房地产产品的质量需要加强监督,在利润保证不了的情况下,做一些错误动作的可能性是存在的。

高性价比迎合刚需客

同策咨询研究中心总监 张宏伟

目前的刚需产品逐渐向精装修房过渡,虽然价格比毛坯房稍贵,但是也为刚需群体提供了方便,附加了价值,增加了卖点。不过刚需产品的精装房多为简装,一般在 1200–1500 元/平方米的装修标准。这样也控制了价格,提供了实用。

就刚需住宅的户型来说,也变得更加紧凑,空间利用率更高,而且公用空间变得更加丰富。像一些小三房,2+1 房,让房间的利用变得更加灵活弹性。

刚需群体在价格之外开始更加注重住宅产品的性价比,希望在同样的价格下获得更多的空间利用,更好的户型结构,更优的产品价值。开发商也在打造高性价比房,以迎合刚需客群,毕竟现在来看,刚需群体仍然是市场上的最大购买群体。