

城市经济快速发展带来财富增长 开发商转型快跑“跃马”三线城市

撰文 吴芸

在 2012 年发布的《全球财富报告》中,百万美元富豪家庭数量统计中,中国家庭超过 140 万户,在全球排名第三;有 648 个超级富豪家庭平均财产超过一亿美元,排名全球第五。中国经济的飞速发展已得到全球瞩目,而伴随着经济迅速成长的中国富裕阶层也得到越来越多的关注。在中国迅速崛起的三线城市及迅速膨胀的富裕阶层,成为不可忽视的财富力量,对于地产业而言也是不容错失的一个广大市场。因此,部分处于行业领先地位的开发商快速、准确地找到了未来的发展方向及模式,它们都将目光瞄向了没有限购政策的三线城市。

中国城市发展 将迎来橄榄形发展

据战略发展专家称,到 2020 年,中国城市发展将迎来橄榄形发展,随着中国经济的跨越式发展,在北京、上海等一线城市迅速跻身国际大都市的阶段,我们可以看出,中国一次城市化进程已基本结束。少数一线城市的发展将逐步放缓,而拥有广阔发展空间的三线城市及中小城镇将蕴藏着巨大的发展空间。

目前,是二次城市化发展阶段,也就是城市化到都市化的发展阶段,房地产业也同期进入到二次发展阶段。都市化发展不再是追求城市规模,而是考察整个城市的影响力、辐射聚合力,能否吸引到“头脑产业”是决定一个城市发展水平的主要因素。其实,在近几年的房产开

发中,不少开发商早已涉及三线城市房产开发,但总是因为城市经济水平,消费结构等问题,往往开发一、二个楼盘便收手。那是因为,以往单纯的住宅社区式开发模式早已不适宜目前发展中的三线城市,这些快速发展的中小城镇,需要的是能引领他们改变人居方式。

品牌开发商转舵三线城市

随着长三角三线城市经济的飞速增长,近几年入驻的知名开发商也越来越多,保利、恒大、景瑞、龙湖、万科等知名开发商纷纷瞩目,多数企业不仅开发了住宅项目,还把精力放在综合体项目的开发上。这些开发商的入驻,对城市建设起到推动作用,以更高品质满足当地居民居住需求的同时,也在为他们提



供全新的生活方式:建造当地最高档的住宅小区,网罗当地金字塔尖的富足人士,满足当地消费者的从众心理。而随着这些城市的竞争加剧,稀缺性和惟一性逐渐成为核心竞争力。“第一人居社区”、“公园大盘”这样的营销口径成为吸引意向客户的重要策略。另外,配套商业如今越来越成为打造产品品牌的重要砝码,拥有较多商业空间的住宅小区往往更受当地消费者欢迎。

有战略眼光的开发商们的拿地评判标准也在发生着变化。不再只是看地块的区域,与中心区的距离,性价比等因素,而是综合考量区域整体的发展模式及资本附着力,能否拥有较具潜力的发展规划,能否拥有聚合人才、物力的实力,也都成为拿地的考量标准。以数量开发、纯住宅为主的开发模式已经走到了后期,未来的房地产开发一定是整合

开发,随着汽车时代的快速到来,在未来,区域经济一体化将会逐步取代城市一体化。

三线城市软服务成购买重点

伴随着三线城市富裕阶层消费理念的形,品牌开发商的开发理念也发生着变化,从原来卖户型到后期卖环境,再到现在卖软服务,能决定富裕阶层购买意向的已不是简单的地段、户型、质量等因素,而是掺杂了更为复杂的感觉因素,“这是不是我想要的生活”才是决定购买的重点。

为了满足快速发生着变化的消费需求,我们看到,有两类开发企业在这场变革大潮中异军突起。一类是以恒大、碧桂园为代表的大盘运营模式开发企业,从先开始的星星

之火到现在的燎原之势,万达凭借其高效的快速复制性开发模式,迅速占据了商业地产的霸主地位。虽然,标准化开发模式带来的只能是中等开发水平,但毋庸置疑,万达的开发模式极具特色,契合中国成长阶层的消费理念,可以说,万达代表的就是一类生活标准。另一类开发企业则是以万科、龙湖、景瑞为代表的领先型精品开发企业,这类企业似乎永远快那么一步,敏锐地抓住了中国未来主流消费阶层的需求。

所以当我们看到绿城地产在长三角三线城市片区已经根基稳固;万科多点进攻三线城市,将商业住宅模式搞得有声有色;景瑞地产以“舒适之道”在常州、太仓、泰州、舟山、南通等地都打造出标杆性建筑……从中我们能感受到三线城市地产广阔的发展前景。无论开发商还是消费者,只盯着价格的人永远是后知后觉的,一流品牌企业之所以是一流,是他们用心做出了一流的产品,而真正的富裕阶层只为真正的一流产品买单。就像景瑞模式之所以成功,与它前瞻性的“深耕三线”的发展战略是分不开的,长期渗入的时间性以及对三线城市市场的理解性是不可复制的,其他开发商想要像景瑞一样在三线城市站稳脚跟,还是需要长时间的准备,来开拓一条新的道路。

7 月中下旬荣耀登场 浦江华侨城 5 期新品再成焦点

地产评论员 罗婕



众所周知,浦江华侨城从 2009 年至今,连续四期,每次开盘,都注定上演一场热销传奇。2012 年 6 月,浦江华侨城 5 期震撼问世,当月劲销 3 亿,在楼市成交榜中名列前茅,为这一浦江华侨城多年城区运营至今具有里程碑式意义的高品质社区交出了一份满意答卷。据最新消息显示,其第三批新品预计 7 月中下旬问世,目前意向登记正在火热进行中。

2012 年随着伦敦奥运会脚步的临近,让居住了五位上海奥运冠军的浦江华侨城再度成为关注的焦点。其全新 5 期力作,主力产品包括全新升级的叠院和湖畔公寓,堪称“浦江华侨城品质生活示范区”。

首先,距离轨交 8 号线地铁站点仅约 400 米,可以通过地铁迅速融入繁华都市;驾车 15 公里约 20 分钟便直达市中心,可谓是浦江华侨城开发至今距轨交 8 号线最近的地块,5 期生活便捷度更具优越性。

其次,离湖泊更近,5 期约 100 米衔接 6 万平米生态湖;步行约 500 米即可享受 4 万平米陈行公园;100 米直达浦江华侨城时尚滨水商业中心 Omall,畅享家乐福旗舰店、南上海首家五星级联和院线、必胜客、肯德基……从容优雅生活唾手可得。

再者,5 期更直面近 10000 平米十字中央园林景观,社区内人车分流,全户型车库电梯直接入户。主力

产品——约 175—225 平方米复式叠院、100—148 平方米湖畔公寓均配备电梯,湖畔公寓底层双大堂设计,气宇轩昂;建筑立面全部采用瓷砖石材贴面,历久弥新,建筑为全框架结构,房型可自由分隔组合,可随需要灵活多变,大开间的户型设计,附送面积多,具备超高性价比。

自落户上海浦江板块以来,9 年城区运营与深耕细作迄今,浦江华侨城已卓然成长为华侨城“现代服务业成片综合开发模式”的非凡创想,居住、社交、购物、娱乐、办公、教育、医疗等配套全面完备,其生态环境衔接便捷交通与完备配套,将这座大型低密度醇熟社区的繁华与优雅演绎到了极致。

链接

“优质生活的创想者”是华侨城的口号,也是华侨城的行动,这在浦江华侨城身上体现得淋漓尽致:日前,“优选浦江华侨城,畅享华侨城品质生活”系列活动盛大启动,凡订购浦江华侨城产品,即享华侨城集团旗下上海欢乐谷、泰州华侨城幸福之旅。(具体详情可咨询售楼处)

上海买房呼叫中心:
400-635-8880转533

万源地产十周年 发起大型慈善公益活动

近日,在关注儿童成长与“人文奥运”精神的感召下,为营造一个和谐幸福的社会生活氛围,使更多的群众享受到爱与分享所带来的欢乐和成果,上海城开·万源地产借品牌十周年之际,再次携手共青团上海闵行区委员会、共青团上海徐汇区委员会联合发起——“爱心接力·助威奥运”大型公益慈善爱心跑活动。

据上海城开·万源地产介绍,本次活动属于万源城十周年品牌系列活动之一。活动当天,民工子弟、爱心企业以及十几位外国友人和 100 多组爱心家庭来到现场。这些民工子弟和爱心家庭进行了临时“配对”,比赛现场气氛其乐融融。“爱心跑”结束后,还进行了奥运知识有奖竞答、体操表演和抽奖活动。活动期间还举行了两次捐赠仪式,身为主办方的上海城开集团

更是热心参与其中。

据了解,万源地产在蓬勃发展的十年中,始终以极大的热情投身于社会公益事业。2009 年,万源城为四川、安徽等地的希望小学捐赠了爱心美术教室和爱心图书馆;2010 年举办“爱心传递·共享盛会”大型公益活动,组织百名孤儿儿童欢乐游世博;2011 年又举办了“万卷有源·全城有爱”捐书助学活动,募集与采购数万册课外读物和教学用具。万源对社会的回馈,是源于自己所肩负的责任,是源于广大客户的爱心。

参与本次活动的社会各界人士普遍认为,本次活动弘扬了少年儿童健康向上的生活价值观,从培养儿童的幸福感、促进儿童美好品质和完整人格的角度出发,以特有方式表达了全民心系奥运,为奥运健儿加油的美好祝愿。

(陆晓松)

淀山湖绅园 直惠百余万

现 12000 元/平方米起售,
南区特推 5 套类独栋别墅。

上海买房呼叫中心:400-635-8880转577