■一周楼市(8.1—8.7)

内容提要

◆焦点资讯

全国105城市地价涨10.7%

央行:一线地区房地产调控效果显现

◆商品住宅走势

据徐房之窗数据统计显示,本周徐州市商品房共成交755套,较上周(7.25日-7.31日)的965套下降了210套。

◆二手房市场

据数据统计显示,市区二手房本周共成交183套,较上周的168套上升15套。

◆土地市场

本周三宗土地成交

本周成交下行明显

◆焦点资讯 ◎本报记者 李娟

全国105城市地价涨10.7%

在楼市调控大背景下,全国105个重点监测城市的住宅平均地价同比上涨10.7%,但在"北上广深"4个一线城市中,北京成为住宅地价惟一下降的城市。

统计显示,上半年主要城市地价总体水平呈小幅上升态势,环比增速持续趋缓。其中第二季度,全国105个重点监测城市地价总体水平为每平方米3000元,同比增长8.9%,环比增长1.9%;商业、居住、工业分别为每平方米5506元、每平方米4443元和每平方米645元,同比增长率分别为11.8%、10.7%和5.5%,环比增长率分别为2.8%、2.2%和1.1%,较上一季度分别下降了0.6、0.3和0.3个百分点。

计数据显示,在"北上广深"4个一线城市的住宅地价中,深圳环比增长达到了6.31%,增长率最高;其次是广州为4.38%,上海为0.53%,北京成为惟一一个呈现负增长率的城市,环比下降了0.58%。

央行:一线地区房地产调控效果显现

中国人民银行8日发布的《2011年第二季度支付体系运行总体情况》报告显示,北京、上海、广东、江苏等房地产发展一线地区房地产业单位银行结算账户数量环比增速已连续五个季度低于全国平均水平,房地产调控政策对房地产发展一线地区的调控效果进一步显现。

报告称,二季度房地产业单位银行结算账户数量继续增长;中西部地区环比增幅高于全国平均水平,房地产业一线地区单位结算账户数量连续五个季度环比增幅低于全国平均水平。截至二季度末,全国房地产业单位银行结算账户数量共计81.65万户,环比增长4.1%,增幅与第一季度持平,高出单位银行结算账户总量环比增幅0.3个百分点。中部地区和西部地区房地产业单位银行结算账户数量环比增速分别为5.3%和4.3%,高于全国4.1%的总体平均水平。

报告称,截至二季度末,信用卡逾期半年未偿信贷总额99.29亿元,同比增长36.0%,较第一季度增加17.22亿元,增长21.0%;信用卡逾期半年未偿信贷总额占期末应偿信贷总额的1.7%,占比与第一季度持平。

◆商品房市场

观望渐浓 成交下行

据徐房之窗数据显示,本周徐州市商品房共成交755套,较上周(7.25日-7.31日)的965套下降210套,成交面积87215.15▮,较前周下降15258.22▮。其中,市区(含铜山区)商品房共成交459套,成交面积52430.21▮。

按物业类别统计,全市住宅共成交606套(上周759套),市区成交365套(上周454套);全市商服106套(上周171套),市区成交45套(上周112套);本周市区办公类商品房成交共计34套。

◆二手房市场

二手房成交低位徘徊

上周二手房市场成交量略有回升,但成绩尚未突破200套大关,整体成交仍然处于低迷。据数据统计显示,市区二手房本周共成交183套,较上周的168套上升了15套。其中鼓楼区成交50套(上周55套)、云龙区42套(上周32套)、泉山区84套(上周73套)、九里区7套(上周8套)、经济开发区0套。

◆土地市场

成交信息

本周共有三宗土地成交,因各只有一家竞买人参与竞拍,不构成竞价,全部以底价自然成交,竞得人分别为江苏信联置业有限公司、徐州市郊信用联社和徐州常缘丰田汽车服务有限公司。

2011-30号地块,规划有商业、办公和住宅用地,总出让面积161400▮(242.1亩),楼板价在871.4-1016.7元/▮。

2011-31号新城区A9-1地块规划为金融用地,以4125万自然成交。

2011-32号城东大道北侧商服地块由,以1100万自然成交。

豪宅,居住理念的终极之选

——徐州豪宅市场系列报道二

◎本报记者 王巍巍

引言:对一座城市来讲,高端项目的进驻在某些层面反映出城市核心竞争力,对财智阶层的形成、消费习惯的引导等具有很特别的意义。从销售层面来看,由于受政策影响,购房者置业观念的转变,高端产品更容易为市场所接受。"买帐",是买卖双方对高端产品的普遍态度。

品质打造 追求极致品质——豪宅的核心

"相比较中低端产品而言,高端产品更加具有优势",同创地产檀香山项目销售部经理谢琪伟在接受记者采访时谈到,即使是再低端的项目,都不可能有一个非常低的价格。面对竞争愈加激烈的市场,只有对品质的打造,才是高端产品真正的核心。

对于豪宅的定义,谢琪伟认为,这要根据一个城市的消费能力来划分,同时也要考虑到城市的历史人文、生活习惯等因素。就像徐州人喜欢"大房子",如果你让购房者在大平层产品和独栋别墅之间进行选择,更多的高端客户会选择别墅。因为徐州地区人口密度还不像北京、上海那么高,根据人们传统的生活习惯,他们更愿意住在拥有私家花园的住宅。

"方方正正,满足各个需要就是好房子"。谢琪伟认为檀香山项目在徐州的成功,不囿于其品牌号召力,实实在在的品质是消费者所能看到的。风水好、环境好、交通便利,更关键的是项目本身在空间的设计、建筑材料的选择、户型的革新等方面都是向"极致"的靠近。可以说,正是品质造就了"房子本身是一种景观"的檀香山。

风尚米兰项目位于金鹰北800米,该项目多次冠名房展会,是下半年备受期待的新盘之一。天创实业发展风尚米兰项目策划主管彭德志认为,高端住宅的品质体现在几个方面:一是居住的舒适性,户型要大,要敞亮;二是配套要齐全,不管是社区配套还是公共配套都要有一个良好的发展前景;三是产品有自己的特色,比如科技、节能、环保;四是有较高的物业服务标准。

和檀香山项目不同,风尚米兰主推的户型是一梯两户的大平层,以及部分别墅。大平层通常指面积在150平方米以上,拥有完善功能空间的平层住宅,它拥有别墅式的空间,室内空间却更加"家庭化"。这在徐州主城区基本难得一见。

"技术"是彭德志最常提到的字眼。风尚米兰的品质在很大程度上还体现在它的科技含量上。新风系统、阳台壁挂太阳能、地源热泵、同层排水、全底层架空设计,让室内保持新鲜的、流通的空气,生活舒适性也大为提高。

"另外,我们还关注业主生活品质的提高"。彭德志介绍,风尚米兰项目进行的奢侈品鉴赏、红酒品鉴会、新年音乐会等活动,均是为业主"定制生活"的全新尝试。人的气质和房产的品质均可以塑造。"追求人与自然和谐,让房屋和心灵都高贵"正是天创努力的目标。

高性价比 豪宅=高端住宅,豪宅≠贵

"豪宅一定贵,但贵的不一定是豪宅。"在网上常常可以看到诸如此类的新闻。实际上,用绝对价值来划分住宅并不十分可靠,就好像用收入来衡量一个人那样,都是不客观的。

首先,豪宅等同于高端住宅,但是豪宅未必就一定是"贵"的。同创地产销售部经理谢琪伟告诉记者,檀香山项目总价看上去很高,但是该项目的附加值是任何项目都无法比拟的,如果算上赠送面积、景观打造等附加值,按平方算,它的价格是低于很多普通住宅的。只不过人们的置业观念尚未转变,总以为别墅项目很贵,但若论性价比,普通住宅未必就能超越别墅。

"细节的打造促进了产品的保值和升值",天创实业发展风尚米兰项目策划主管彭德志也认为,高端产品应该更多的去关注它的附加值。风尚米兰项目有一个很大的优势,就是得房率很高,这在无形中拉低了它的实际均价,另外,建筑质量的提升、私属性的物业服务让业主更有安全感。而社区经常组织业主进行高端活动,奢侈品展览、高雅艺术鉴赏等等,作为一名业主感到备受重视,而这种和国际接轨的生活更容易让人感受到什么是"贵族"。

升值空间 稀缺性——"豪宅们"的王牌

"正因为土地资源稀缺,大平层将来会是别墅的替代品",彭德志认为,地段、实用价值、人际优势都是平层大宅所具有的优势,平层大宅能够弥补传统别墅稀缺的城市CBD核心地段公共资源、交通优势及配套设施,又继承了别墅的超大尺寸基因,而宽楼距、一梯一户或者两梯一户等设计保证了豪宅的私密性和安全感。总体来看,别墅升值空间巨大,而大平层发展潜力巨大。

土地资源稀缺,开发企业在选择优质地段拿地时往往不吝重金。徐州美的置业有限公司总经理陶余辉告诉记者,高铁商务区集结轻轨、高铁、行政中心、企业总部办公楼集群、科技中心、教育中心、商业中心以及金龙湖、珠山生态公园等众多设施配套,必将成为未来高尚住宅的首选之地,发展潜力巨大。也正因如此,集团不惜重金,以7.66亿巨资圈地,大手笔规划打造,建造美的城豪宅项目。

以制造业起家的美的集团,其严谨、规范的管理模式让所属置业公司的发展具备了严谨、稳健的作风。过去几年,美的打造的多个高端住宅项目,都得到相当程度的认同,并成为当地的标杆楼盘。"一是地段,二是品质。"陶余辉经理认为,在土地资源稀缺的情况下,占据了地段和房产品质的制高点,对未来的经营具有重要意义。

"徐州目前高品质的产品不多,很多同行都在打产品牌,可是真正用产品去敲开市场大门的开发商很少。随着百姓消费观念日益成熟,购房心态会逐步稳定,生活需求会越来越实际,相信亲眼看到的东西。所以,从这一点来说,我认为对产品倾注热情的公司会脱颖而出,会更容易的被客户所信赖。"陶余辉表示。

■上周话题回顾

豪宅是怎样炼成的?

◎本报记者 王巍巍

天创·风尚米兰、美的城、檀香山、翠湖御景、龙熙庄园、华润·云龙湖悦府……随着城市的发展,徐州的高端项目正快速崛起,不论是传统的别墅项目,还是新兴的都市大平层,徐州楼市愈来愈显"豪气"。

上周本刊发布互动话题"豪宅是怎样炼成的",邀请业内人士、媒体共同探讨。本周互动话题继续,欢迎通过微博、QQ群、论坛等方式参与互动。

媒体

黄云云(《南通楼市》记者):真正的豪宅关注的是对项目的打造。不论是汤臣一品,还是星海湾,它们的成功运作和其所用材质、品牌都是分不开的。在产品后续发展上也有连续性,房产作为商品,良好的物业管理,售后服务等都是项目的重要组成部分。当前市场上有很多项目打着豪宅的招牌营销,实际上却只是稍微高端的项目。

张瑜(搜房网记者):买得起豪宅的人都不是首次置业。多次置业的经历使得他们对于物业的品质舒适度,景观设计要求非常高。但如果是纯粹投资的话,地段好是唯一目标。中国人独门独院的影响太重,骨子里都有大宅门的概念,只是现在的市场环境使得他们已无法下手。

豆豆(《彭城楼市》记者):低密度、具有私密性,建筑风格、装修大气时尚,物业好、环境优美,这是豪宅项目的基本条件。

案场

阎猛(徐州宝名地产企划):所谓的豪宅只是对占有不同优势资源的高端物业的统称,但其无一例外的都享有优越的区位、卓越的自然资源等等;同时注重产品自身的打造,形成独特的生活理念和人文价值,具备这些条件的物业才具有豪宅的气质和灵魂。

胡专家(开元四季企划):现在盖的房子,在房子的质量,小区的环境,周边的配套几个方面,竞争力已经被弱化了,因为这是在目前房地产市场条件下开发商开发商品房需要满足客户的最基本的条件,真正的商品房市场的竞争,是后期物业服务。

市民

陈鹏(公务员):豪宅,从表面意思看是价格比较昂贵的住宅商品,但是在这个信息随时更新的时代,豪宅不仅仅是价格定位的高端,更意味着奢华的享受和低调内敛的作风。我比较认同奢华的享受与低调作风的完美结合。不仅仅是表面的奢华,更是表里的贵气。

黄美君(润东汽车):何为豪宅?其实这个概念很难界定。你说,有地段、有物业、有大面积……这些就能囊括豪宅的全部含义吗?显然不能,豪宅更多的是关于品质和服务,其他的硬性条件在现在的购房市场已不能作为噱头存在,屋宇质量、房间面积、物业配套这些都是必须要满足的东西。

常亚琦(学生):主要是周围环境氛围好,不要太喧嚣,也不能太冷清。

微博

@石人:豪宅是什么?是梦想想要,突然有一天他得到了。那就是豪宅。阶层不一样,理念也就不一样。别觉得花好多钱买到的就是豪宅。

@低调的谦逊:豪宅就是地段。如果能把不是豪宅的地段却做出豪宅的品质,卖出豪宅的价格。

@仲益汤晓丹:我认为"豪宅"实为"耗宅",消耗资源的住宅为什么限购?只需提高税收及使用价格来平衡。

@禾苗:高端产品的销售已成为当前转型企业的重大课题。客户不愁,愁的是如何获得那部分人的认同,细节不再是决定成败的关键,只是之一。豪宅客户的理性思维中的"感性因素"如何激发,这也许成为重点要解决的宏观体系。