

房地产周刊 REAL ESTATE WEEKLY 每周四出版

房地产工作室主编 值班主任/梁 岚 主编/邓建华 美编/何子利 专刊热线/13907684111 电子邮箱/dengjh2008@163.com

当前流行的八种楼市促销方式

进入十月以来,海南不少楼盘推出各种形式的售楼优惠,有些率先而动的开发商获得部分购房者的认同。笔者试对这些营销方式进行总结,大致可概述为八种促销方式。
招式一:免费送礼。
洛杉矶城庆国庆期间推出三种优惠方式,三种优惠方式不重复享受:1.特推出10套精品特价房销售,一次性付款9.5折,按揭9.8折;2.国庆期间,老带新的客户均可获得一年物业管理费减免;3.国庆期间凡成交的客户均可获得精美礼物一份。
维多利亚花园前20名优惠;龙昆南路坡博路口的广昌花苑推出迎国庆开盘购

房优惠月活动期间可享受双重优惠。
福祥家园庆国庆,三重优惠打造金秋心动购房计划:1、前20名购房者可享受9000-20000元优惠礼包;2、限量推出6套珍藏版特价户型,先到先得;3、加推顶层超值系列,畅享最高优惠礼遇。
招式二:直接打折。
直接降价打折,操作的透明度高。海口红城湖国际广场,凭《海南日报》报纸广告购房前10名,最高每套优惠35000元。上城名都为迎国庆推出了10套特价房。滨江骏园庆国庆期间推出10套特惠房。
招式三:减首付。

对于某些购房者,尤其是上班不久积蓄不多的年轻一族颇具吸引力。
招式四:限量认购。
蔚蓝海岸庆国庆期间限量认购,6900元/平米入住西海岸独栋温泉别墅;
招式五:内部员工价。
内部员工价可以通过内部员工转赠给普通购房者。
招式六:保价计划。
开发商向购房者承诺,可以在区域平均房价下跌时获得开发商的差额补偿。
招式七:无障碍退房。
招式八:先租后买。

专家称 看楼可趁下雨后

本报讯 琼岛连续数日大雨,对于有购房意向的消费者而言,此时正是看楼的好时机之一。有专家认为,看楼不但要在晴天,更要在下雨天。这种不冷不热的天气无疑更适宜看楼。气候舒适不说,看楼的人也相对较少,售楼小姐的介绍也会更详细一些。
在雨天看楼,可以帮助你发现很多物业的真面目。设计品质和施工素质究竟如何,平时做多少宣传都不如一场大雨的检验结果让消费者更信服。
如果质量不好,再好的伪装也难敌连日的雨水。雨天去看房,会让漏水、渗水的问题一览无遗。特别是外墙墙角顶层天花等处,如果有泛潮的迹象就无疑是渗水留下的凭据。
有的房子的排水管道设计或施工不合理,当暴雨天气到来的时候,卫生间、阳台等处可能会出现倒灌。如果地漏旁边有轻微的水渍,很可能就是存在这方面的问题。
带平台单位很受欢迎,但也最容易受到暴雨的侵袭,因此想买这种单位的人更需要在雨天前往。暴雨期间,平台的去水是否顺畅?这可不是一个可以掉以轻心的问题。

打折促销中 如何淘到好房子

面对林林总总的打折促销方式,很多购房者莫衷一是,究竟应该怎么样才不至于“乱花渐欲迷人眼”,购得自己中意的房子呢?
对于购房者来说,一定要充分考虑自己的需求。比如一些开发商推出的特价房,价格一般会比较有吸引力,不过购房者在购买时要看看这些楼层、朝向、房屋格局上是不是有欠缺,然后再根据这个价格和欠缺来进行衡量,看自己是不是可以接受。再比如,对于一些开发商所说的赠车库、赠露台等,一定要问清楚是不是能拥有产权,而且这部分的物业费将怎么样交纳。
就买房来说,价格无疑是购房者最关心的因素。不过,买房时也不能光看价格,最重要的还是要考察性价比,就是在同等价位下,考虑项目的区位有无发展空间,交通等配套方不方便,楼盘品质好不好。
除了看现有的配套情况外,还应该综合考虑楼盘所在区域今后的前景,比如一些项目虽然目前交通比较滞后,但是途经小区周边的公路已经开工,这样的项目就未尝不能考虑。
值得提醒的是,小户型虽然总价低,但并不一定就意味着高性价比,还是需要小户型的单价与区域内的价格水平进行比较。同时,要注意小户型的户型结构是否通透,通风、采光是否理想等。

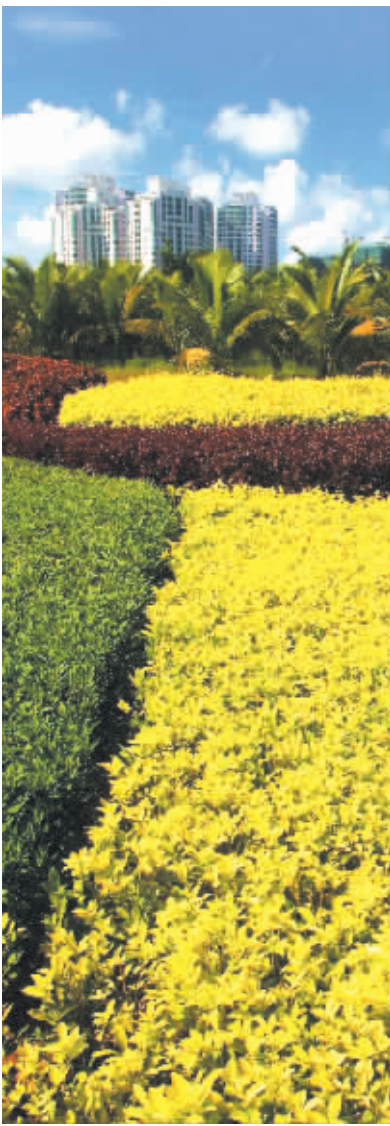
休闲时代的居住梦想

休闲地产将领跑中国地产下一个10年

在相当长的时间里,很多人住在单位集资房里,没有色彩的砖混结构小楼房,外立面不是水泥搓沙便是马赛克,没有生机,更缺乏激情。曾经在人们的居住概念中,几乎没有功能分区的意识,甚至没有独立的卫生间和厨房,更不可能有花园或景观。
“从明天起,做一个幸福的人……我有一所房子,面朝大海,春暖花开。”那时候,诗人海子的幸福生活梦想实现的可能性微乎其微。
这个生活理想在上个世纪九十年代初几乎实现了。在当年的海南大开发中,有人提出了休闲地产的概念。当时的思路是:利用海南独特的自然资源把目标瞄准了远道而来的旅客身上,进行“以房带旅、以旅促房”的互动。

然而,随着海南房地产泡沫的破灭,休闲地产度过了相当长一段时间的沉寂。及至本世纪初,在旅游经济和地产资本的双重驱动下,国内休闲地产的开发才正式进入发展期。
中国休闲地产迎来一个前所未有的市场机遇。以中国目前每年10亿人次水平的旅游人数和5000多亿元的收入计算,预计到2020年,中国将成为世界第一大旅游目的地和第四大客源输出国。旅游需求将在未来10年中以每年8.5%的速度增长,旅游活动的巨大增长空间以及旅游本身本身的广阔前景,使得休闲地产作为旅游和地产两个黄金产业的交叉,正逐渐为市场关注。

中国已经拥有了相当数量的富人。国际知名咨询公司波士顿(BCG)2007年10月发布的报告显示,资产达到百万美元的中国家庭数量达到31万户。中国已经成为目前财富增长最快的国家。在这样的背景下,很多产业都将在休闲这面大旗下,休闲地产也会在其中担任重要角色。
不论是酒店式的休闲地产,或者是自助项目的休闲地产,这个市场已经出现。由此还可能催生很多休闲小镇、休闲城市甚至休闲区域,这将会给资源丰富但不发达的地区提供新的发展思路和前所未有的商机。
从世界经验来看,起源于上世纪初法国地中海沿岸的旅游地产目前已在全球得到迅速发展,特别是欧洲国家的各种度假酒店、高尔夫度假村、休闲别墅等已发展到



相当规模。
亚洲人居环境协会主席刘兴达认为,居住休闲化、生态化已成为国际上城市人居发展的主流趋势。伴随着中国城市化进

程的加速,生态休闲居住概念也将成为城市发展的重要课题。
最先提出休闲地产概念的黄巧灵所率领的宋城集团在杭州发展已有十年,目前是中国最大的民营旅游休闲投资集团。“我们的定位就是休闲房产,融入自然环境、人文景观和生活居所为一体,开创一种全新的居住模式。”
生态休闲住宅不纯粹满足居住要求,更需要它能满足人们生活水平提高后对生活品质的追求。
在休闲的概念中,海岛资源从来都是一个优势资源,是以,休闲地产发端于黄金海岸。西方发达国家,有钱的人都跑到海边去了,中国未来的发展也不例外。
海岸、山水、文化景观,一切优质资源对于城市而言,始终是稀缺的资源。在未来,即将面临着巨大的升值潜力。
有专家说,中国休闲地产的发展是从一种特殊的需求产业逐渐转变为一个日常需求的产业。人们追求高品质生活的意识不断被唤醒,休闲物业的升值潜力吸引越来越多高端者的目光。
休闲时代的地产市场需求确实是非常多元化的,无论是旅游休闲、商务休闲、度假休闲、体育休闲还是养生休闲。
有些资源几乎不可复制。但世上不独有一种风景,一个休闲地产项目要成为市场热烈追捧的对象,必须要找到项目的“魂”,而且还要差异化。“做休闲地产,文化是项目的灵魂”,具有历史文化色彩的地产项目也颇受青睐,外国人尤其偏爱。
如果没有不可复制的文化资源优势,健康休闲提供另一种可能。
当城市越来越拥挤,“候鸟”的周期性迁移会越来越明显,“候鸟式”的休闲将越来越频繁。
在海口以及那些像海口一样的休闲城市中的旅游地产,情况又有不同。那里的休闲往往被称为是“候鸟式”的休闲,那里的居所通常不一定是他们的“第一居所”,但一定是他们认为最休闲和放松的居所。仰望蓝天白云,与海零距离亲近;听海风吹拂,看海波荡漾。
尽管休闲地产现在还处于起步阶段,可谁又能限定它的成长空间呢?

来自东南亚佛教圣地的2株巨型菩提树,历经辗转终于来到海口安家。在种下胸径达1.9米的菩提树后,李晓光开始在菩提树社区大面积种植菩提树。他之所以在园林上不惜重金,缘于菩提树的特殊寓意和这种植物的自然之美。
随着海口西海岸“菩提树”工程的推进,社区轮廓清晰可见,其开发商李晓光又重新回到房地产业界人士关注的视野。李晓光是个老牌的开发商,他1988年来到海南,1989年即从事房地产业。在海南开发中国第一波房地产高潮之中,打造了“城中城”、“文东大厦”、“傍海小区”等等一系列作品。李晓光是个有激情的创新者,早在那个年代,他开发的国贸“城中城”项目的A栋的业主享有挑高6米的空中花园,面积达到40多平方米,令人面的业主备感尊崇。
在成功避开房地产泡沫后,李晓光仍选择海南作为事业发展的根据地。作为老牌的专业开发商,李晓光在“菩提树”社区的打造上,表现出了许多非商人的行为。商人是时时处处都要算帐的,但李晓光在菩提树社区的打造过程中,是不算帐的。在游泳池马赛克的选材上,工程师和采购员分别送上西海岸一般小区使用的材料、水晶状的马赛克,前者一平方米20多元,后者仅面材就要100多元/平方米,李晓光毫不犹豫选择后者,因为后者触摸感和视觉感更好。在建筑涂料的选择上,他选择价格比一般涂料贵2倍多的SKK涂料,这是日本的顶级品牌,包括海口海关在内,海口仅有3个项目使用该涂料。为了让社区的花园洋房建筑外立面有更多的自然元素,他从江西老家运来云青石片,让工人一片片贴在建筑体外墙上。为了让建筑具有灵动跳跃之美,270度的观景窗任意错开,而不是统一一直下,稍有建筑常识的人都知道,这比统模建造的成本要高很多……
让人尊敬是在财富之外。在百舸争流的房地产行业,这样众多的决策几乎令他公司一些新加盟的员工不能理解。

一个开发商的 建筑尺度

李晓光与他「菩提树」社区的人居梦想

是什么样的建筑梦想,让他做出诸多非商人的决策举动?
在本科和研究生阶段所学专业为地质构造的李晓光,既有理工科的严谨,同时兼有激情四射的文人梦想。他说,作为一个开发商,要成为生活品质的倡导者,一定要有自己的建筑尺度。对于李晓光而言,建筑是一件商品,但更是一件艺术品。为了在西海岸菩提树社区实现他的建筑梦想,他邀请新加坡的知名设计师克里夫担纲总规,并花费三年时间对产品的规划设计进行了优化,以图将现代滨海人居的舒适与东方传统文人的意韵得到协调的统一。
对中国传统文化深有造谐的李晓光不愿意用虚无的概念炒作来冲抵实际的投入,而是希求以真材实料的产品、与产品配套的相关设施、舒心惬意的社区环境,来给未来的业主明确的信心支持。
“大户型设计,不是简单地把小户型的图纸放大;而小户型的设计,也不是简单地把一些大户型缩小。要充分考虑人在空间的居住感受,空间内外的感受。”李晓光说,熟悉工程的人知道,一般板楼的进深一般12米,这有助于节约施工成本。但菩提树为了让板楼的通风采光效果最优,板楼的进深只有9.8米。比如说小房间面宽也不会受到面积小的限制。
为适应海南的天气条件,多层次公寓进行了复合设计,即可观景又可以进行各种聚会。当不把自己定位为利益优先的商人时,才会考虑更多的细节,建筑才会有温度。李晓光甚至将蚊子的细节也考虑到了,为了控制小区蚊子的密度,小区园林中将设置多台灭蚊设备。
李晓光的建筑梦想与他的建筑尺度协调为一。这种建筑尺度意味着一个有责任的开发商对可为与不可为,或做与不可做界线的理解。(邓建华)

Advertisement for Victoria Garden (维多利亚花园) featuring a violinist and text: 高性价比,创造月成交100余套佳绩! 活动月销售现场火热... 城市规划提升西海岸区域前景... 销售热线: 0898-68620777 68633000

Advertisement for Jinhai Garden (金海花园) featuring a building image and text: 典藏三期 占有一席,加冕智者人生... 售楼热线: 66252138 66252238

Advertisement for Riverside (河岸雅都) featuring a building image and text: 河岸雅都 纯生态河岸健康生活... 河岸热线: 66116328 66233016