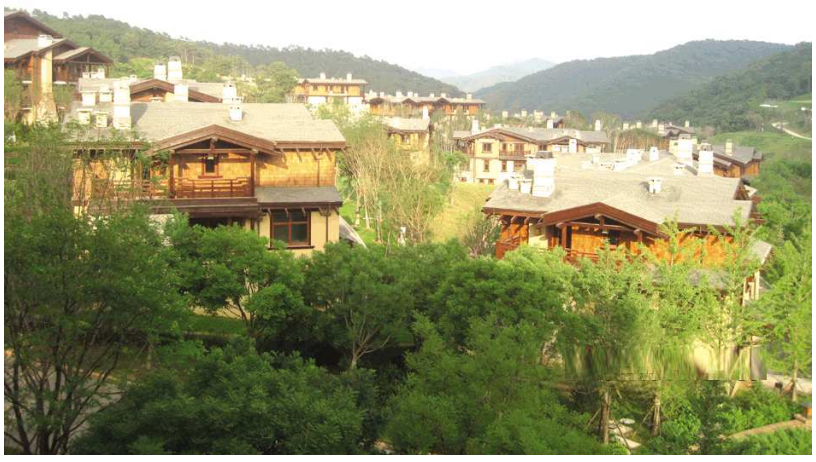
别墅:因稀缺更“走俏”

别墅,作为房地产市场的高端产品,一直给众人一种“高傲”的美。随着2011年地产政策的实施,在限购政策下,济南别墅市场稍显“静寂”,然而最近一线城市豪宅迎来了迟来的“小阳春”,新盘不断推出,价格也稳中有升。可见,别墅产品的“稀缺性”卖点,终究是难以低估的。



调控下别墅成了香饽饽

有实力购买别墅产品的人群,考虑改良性购房时,有很大一部分人会斟酌一步到位,跳过大户型平层阶段,直接购买别墅产品。在产品的抉择上,类独栋、双拼别墅等产品受到了较多的青睐,如中建瀛园470—500平方米的类独栋水岸别墅,中式园林景观私家小院,赢得了别墅爱好者的追捧。据悉,中建瀛园项目占地200余亩,总建筑面积22.8万平方米,将建成一个由470-500m²类独栋水岸别墅,400-410m²双拼观山别墅及150-220m²墅级电梯洋房等多种业态的高尚住宅群。项目承袭中国皇家神韵,传大家风范,显宅门气度,300m²私家中式院落围合着家族的世代尊荣,为名门望族量身定制空间格局,粉墙黛瓦、套花窗棂盛装家族荣耀,开门见湖山,自此代代相传……

由于面向高端市场,别墅的价格很难受到政府调控的影响,少部分富有人群的需求也不会降低。相对住宅市场,别墅市场并不会因为“限购”、首付变化而受影响。在鲁商御龙湾的售楼处,销售顾问告诉记者,最近来看别墅的人特别多,项目二期的房源卖得差不多了,三期近期就会开盘,在买房的客户中,一次性付款比例比以前高出很多。

记者在采访中了解到,在别墅市场中有自住和投资两类购房者,由于两类需求有差异性,不同需求所偏好的产品也存在着差异。自住需求的客户偏好低密度、性价比高的别墅,环境优美成为关注焦点,也是犒赏自己和家人的上品;投资性需求的客户则偏好占据得天独厚的山水景观资源、高总价的高端别墅,通过别墅的稀缺来达到保值升值的投资目的。近年来,国家宏观调控政策频出,政策因素对房地产市场的影响较强,别墅产品愈发成为一种稀缺性的资源。

时下的别墅展现出了“皇帝女儿不愁嫁”、“酒香不怕巷子深”的端庄风度。

这些别墅、洋房近期又推货

9月份,鲁商御龙湾将推出三期房源。三期总建筑面积3.5万平米,类独栋、双拼、联排别墅升级巨作,更纯粹的别墅区带来更尊崇的生活体验,辉映出一个圈层的荣耀。 三期延续一期、二期新中式风情,由加拿大BDCL国际建筑设计公司设计,采用现代中式建筑理念,将庭院、街、巷等中国古典元素用现代设计手法进行演绎,建筑与自然相融共生,创造出宁静致远、返璞归真的居住氛围。整个建筑极具现代空间的层次感,同时散发着传统文化的神韵,明确的功能分区满足中国式空间理念,独具东方上乘居住智慧,成就领袖的私属领地。三期尽享社区三年大成醇熟配套,3万平米幼儿园、小学、中学一站式教育体系即将投入使用;2万m²银座商城、大学商业街、4万m²北美风情商业街等多元配套华丽升级,成就终极居住体验;南北两大主题会所打造领袖阶层财富交际圈。目前,鲁商御龙湾升级样板示范区已华美绽放,三期VIP会员全城盛大预约,5万抵10万优惠活动火爆进行中。

10月中下旬他山花园将推出144-220平方米的洋房,购买者可享买房送车位活动。

中海铂宫,继奥龙观邸后,别墅专家缔造者再造一座城市别墅区,宫廷建筑群半山墅区第五代别墅产品,300-355平方米联排,接受预约中。

(楼市记者 贾婷)

房地产政策的调控对别墅市场来说是一个难得的发展机遇,别墅的保值性在此次调控中发挥了独有的优势。当市场中公寓、住宅随着政策影响纷纷推出“特价房”时,别墅产品虽然没有参与此次价格战,但依然在平稳的市场环境中坚守阵地。在济南,蓝石大溪地、鲁商御龙湾、中建瀛园、、漫山香墅、中海铂宫、中海奥龙官邸、康桥圣菲等别墅项目引领着2011济南别墅市场。

住宅市场以“退”为“进”

“限”字当头的房地产市场进入下半年显现出了“退步”之势,一向坚挺的价格疲软下来,特价房辈出,促销活动盛行,开发企业通过“暗战”手段吸引客户的关注。鲁能领秀城、中海奥龙官邸、万象新天、连城水岸,发祥一号公馆等项目六七月份推出的特价房在现实中也取得了不错的成绩。一些欲高价开盘的新项目也降低了身段,改变了定价策略,这让购房者欣喜而又纠结,济南住宅市场在价格退步中寻求着未来可能的进步。

交易与价格均趋稳

从省城上月土地成交来看,地块均为居住用地,成交面积为18.25万平方米,同比增长217.94%,环比下降23.06%,此次成交的土地均为前期超过最高限价格而“流拍”的5宗国有建设用地,其中2宗以底价成交,另外三宗土地虽多轮竞价,但激烈程度明显低于上次竞拍,值得关注的是,这5宗土地二次出让时要求配建不少于总建筑面积5%比例共477套公租房,机构分析,此举或将对土地市场起到一定的“降温”作用,大家拿地也稳重了许多。

据世联怡高上月住宅市场供应数据分析看,7月住宅总供应量为7909套,88.4万平方米,同比上升50.9%和56.2%,环比上升1.1%和0.1%,市场供应依然充足。进入8月份,各楼盘加紧了推盘的步伐,如海尔绿城全运村二期锦兰园14日开盘,15日,南益名泉春晓加推的2号楼105—142平7860元每平起的也开始认筹,而位于建筑大学西邻的百替御园华府项目也将在近期开展认筹活动,重汽翡翠东郡新品加推,也在进行VIP会员的招募。大家都想尽早抓住下半年的时机,占领有限的客源。从总体价格上看,济南住宅市场仅个别项目价格微涨,多数的项目价格保持不变,新入市的项目多采取低价或平价入市场,而一线品牌开发商此时则成为了市场的引领者。业内人士分析,市场如此,与高歌猛进的”年代”相比,交易与价格逐渐进入到了一个平稳期。

刚性需求仍是主流

济南住宅与房地产信息网网签数据显示,8月第一周商品住宅成交669套,这与今年6月份最后一周的成交量基本持平,而这之间的周成交量也保持在一个相对稳定的水平。进入8月8日-8月14日的第二周,济南市共成交商品房792套,环比前一周减少了221套,环比下跌21.8%。其中住宅成交了491套,环比前一周减少了178套,创了近5个月以来周成交新低。克而瑞济南机构对于上半年的分析,从成交的结构看,低价刚需盘仍然是市场成交的主力,主力户型也在90-100平方米、100-120平方米、120-144平方米的改善性需求户型。

相对于普通住宅,高端市场表现较为平淡且无奈,西部一别墅项目销售负责人告诉记者,近期他们已经基本停止了营销活动,对于他们的客户群来说,价格优惠与否的敏感度并不高。

此外,为尽最大可能的销售房源,各企业抓住一切可能的机会开展营销。据了解,20日在泉城广场主办的清凉购房节,以及9月16日在舜耕会展中心举办的2011齐鲁秋季房展吸引了许多在售楼盘的高度关注,期望通过展会在内的种种销售手段来获得更多的客源。

(楼市记者 田园)

写字楼抢占投资高地

2011年,“调控”、“限购令”、“加息”“提高二套房贷款比例”等强力组合调控政策的密集推出,已把住宅地产严严地“五花大绑”。但对于商业地产来说,则是别样的风景。精明而随机应变的投资者一下子对商铺、写字楼及公寓开始情有独钟,在我国目前投资渠道狭窄特性下,众多投资者已把商业地产产品作为抗通胀的投资避风港,写字楼市场也受益其中。

一线城市商业地产表现“抢眼”

根据上海搜房网数据监控中心统计数据显示,2011年7月,上海写字楼共计成交1356套、成交面积155241平方米,环比2011年6月份,成交套数和成交面积分别增长15.9%和10.1%;和2010年7月同期相比,成交套数和成交面积分别上涨10.0%和60.7%。另据上海莱坊房产经纪数据显示,今年第二季度,上海甲级写字楼整体空置率进一步下降至5.9%,环比下跌1.6个百分点。北京写字楼市场空置率下降至6.19%,环比下降2.98个百分点。

商务时代已来临

正是因为写字楼市场的需求强劲,作为城市办公环境的瓶颈,写字楼产品面临洗牌已成为城市发展的必然趋势,而新的产品势必成为展现城市形象的坐标,其间,高端写字楼产品更是责无旁贷的扛起了帅旗。华强广场、明湖湾开元共广场、中铁汇展国际、鲁商国奥城等写字楼项目,在2011年担当了济南写字楼的重要角色。

据了解,当市场上纯粹的写字楼开始走红,高端项目更受到市场需求的推崇。在济南,真正缺少的不是写字楼产品在各区域的分布,而是缺乏高端的、具有影响力的、能够成为地标性建筑的好产品。有关人士认为,虽然一些知名的写字楼产品在硬件标准上已经切合了人们的心理,但在追求企业形象的顶级公司面前,这些写字楼一般不会被选择,因而甲级写字楼的地位正在受到根本上的冲击,目前在CBD核心区以及城市中心区,高端写字楼产品正在占据着相当大的主导地位。

(楼市记者 贾婷)