



有楼市拐点说,有房价下降论;有楼盘门可罗雀,也有项目大幅优惠;但人满为患者,或许人们是为“品牌”而来。不久前,某知名楼盘的开盘现场就吸引了众多购房者。

从紧的货币政策,严打囤地不开,一场激烈的生存拉锯战将在业内拉开。2008年春节前,急于回笼资金的开发商或许会放宽优惠,一个购房良机摆在眼前。对开发商而言强者更强,弱者出局;对于购房者而言,购买品牌房产的后顾之忧也要少得多。



岁末购房

品牌楼盘大发现

楼市年关

一半海水 一半火焰

我们看到的楼市,冰火两重天,一半是海水,一半是火焰。成交量下挫、买房送奥迪等房价下转的呼声还没来得及让购房者窃喜,2007年12月全国70个大中城市房价同比上涨10.5%的统计数据又成为各媒体头条,一线城市上海上周房屋成交量较之前也有所上涨,在看空的市场氛围里,还能保持相对稳定的量能,这被专家誉为“抗跌性”。

在声音与数据相伴相生的绚丽场面中,找到真实的影像似乎并不容易,不过这也取决于用心与否。“房地产是个哑巴儿子,儿子是用来养老的”,“今年房价将恢复理性,稳步上涨”。如果是自住需求,买房还得趁早,孰不见有项目未开盘已售出七成有余,也有楼盘“入会即可获得购房金卡”,一天就送出近千张。

所谓的看空情绪是开发商与购房者短暂的抗衡期,也是月朦胧鸟朦胧的购房懵懂期。春节前,急于回笼资金的开发商或许会放宽优惠,一个购房契机摆在眼前,不卖关子地说,买房看质量更得看品牌。

货币从紧,一不留神资金链断裂,房子可能停建、缓建,一旦没有更强的应变抗压能力被淘汰出市,房产品又如何保障?从现在起,买房就得挑挑开发商,“优”中择“优”,品牌房产是人潮所向,也是提升城市形象的标杆。于细微处见精神,品牌开发商在意居住理念的革新、细节的人性化处理、物业服务的贴心到位。同为房奴,压宝何不压在品牌这条轴上?

王亚平

特别通告

新郑州 新人居
第十届(2008春季)郑州住交会
敬请期待

下周聚焦

中原地产
“10亿元俱乐部”
特别策划
“10亿”巨头
“10亿”中坚
“10亿”推手

本期导读

- B02 大浪淘沙,“品牌时代”欲来临年关,购买品牌楼盘正当时**
- B03 岁末,中原品牌楼盘大发现**
- B04 谁将冲击中国批发市场格局?**
- B06 主语地产盛典在沪召开**

