

政策高压下,地产格局悄然变化 影响力、运营能力、区域前景均是产品价值的保证 高端地产 需要更多资源“准入”

参展楼盘:鑫苑世家、美景菩提、新里·卢浮公馆、通利·荣郡、鑫苑世纪东城

今年,在政策高压下,房地产格局悄然发生着变化,面对市场的不稳定和仅有的购房机会,寻觅一套未来价值能够稳步上升的好房子成为大家选择的目标。此时,除了价格、户型等基础要件,开发商的品牌影响力、运营能力、区域的发展前景等均成为重要的考量因素。

晚报记者 王亚平



房企实力大战正当时

企业战略、实力和长期积累而成的影响力、美誉度,决定着产品的竞争力和市场话语权

随着房地产调控政策的愈加严厉,房地产市场的竞争逐步成为品牌实力的对决。那些有着强大品牌影响力,能够缔造城市标杆产品的开发商牢牢把握着市场话语权。

以上半年的市场销售情况为例,中小房企普遍“吃不饱”,只完成销售任务的三成左右,而大品牌房企的销售额和面积均有不同程度的增长,万科、万达、恒大等业绩提升明显。在郑州本地,万达、绿地、升龙、鑫苑、建业等品牌房企则是笑傲楼市。

对此,有业内人士直言,房地产调控加速了市场分化,使得品牌住宅的时代真正到来。

为何会出现这样的分化?

这取决于企业战略、实力和长期积累而成的影响力、美誉度。

比如,万达集团的产品在全国销售火热,这主要由于其“订单地产”的独特之举确保了商业运营的成功,相互扶持的业态组合也是最有竞争力的部分,每一个项目的开业运营都能带动区域商业中心的形成,消费者对于这样的产品趋之若鹜自然不难理解。

建业、鑫苑等河南本土的一线品牌,有着一批忠实稳定的客户群,勇于创新、开拓新领域和不断提升的物业服务为它们赢得了市场的交口称赞。

“以后买房,就得了解开发商实力,品牌房企对产品品质和物业服务的把控、管理相当严格,未来的升值速度也会相应较快。”准备二次置业的陈刚在接受采访时这样说道,“现在的房子,还没住几年,已经是景观被破坏、楼道脏乱不堪,一点都不舒适。”

通利紫荆尚都项目营销总监徐文认为:“随着行业发展走向成熟,购房者对于房产品牌消费的意识会越来越强烈,因为品牌开发商在资金实力、后续服务、产品营造能力、抗风险能力等方面都更有优势。”

从“有居”到“宜居”

房子不单有居住的功能,同时也是人们思想与情感交流的地方。因此,既要关注内部的居住空间,商品房项目的外部空间环境也很重要

正所谓“事在人为”,真正有实力的房企为消费者打造的绝不仅仅是一所只能满足居住需求的房子,而是让软实力与硬实力有机结合,最终能够改善和提升人居水平的宜居产品。

这就对房产的环境提出了要求,一是周边生活环境和人文环境,二是自然环境。周边生活环境包括各种生活设施,比如银行、医院、交通、学校等,越全自然是越好;人文方面具体指居住气氛、文化底蕴等,主要满足精神方面的需求;自然环境好的话,既可以提供比较休闲惬意的外部生活空间,而且有益于身心健康。

除此之外,在购房的时候必须考虑和评估周边的经济发展前景,比如,是否可以实现就近就业,这样就可以方便兼顾家庭和事业;二是方便就近创业。

如果房源所在区域的经济发展前景越好,将来产品的宜居性自然也就越好,尤其是处于政府规划的潜力板块,随着区域的快速崛起,产品价值自然也是水涨船高。

尽管说,节能科技住宅的概念是近几年才在中国兴起的,目前,郑州一些追求高端产品开发的企业则开始在住宅上应用越来越多的高科技:地源热泵系统,毛细管顶棚辐射系统、置换式新风系统、建筑节能外围护体系、生活热水系统、智能外遮阳、太阳能利用、直饮水、同层排水等,让产品品质因此迅速提升。

这些高科技的运用,使得住宅越来越舒适、智能化、人性化,同时由于新能源的利用和高科技的使用,达到了节能减排的要求。



燕子惠眼点睛

不断出台的调控政策就是楼市的重磅炸弹,而高端房产能帮你抵御风险。

鑫苑世家



在郑州,农业路、花园路、东风路、文化路四大主干道围合的区域,不能不说是最为繁华的地段之一,这里集中着一个城市最为优势的生活资源,有着浓厚的文化底蕴和生活气息,鑫苑世家在此提出了“中央豪宅圈”的区位概念。

为此,低密度洋房成为主打产品,专属花园和私人露台、低密度精巧布局、采光优越的面宽设计,丰富的绿化组团等将给居住其中的人们带来生活品质的全新提升。这也是对“离尘不离城”最贴切的解读。作为本土一线房企,鑫苑精耕郑州十四年的品牌力与号召力自然也会是产品实力最好的保证。

美景菩提



纵观美景置业所打造的每一个项目,无不以独特的居住文化贯穿始终,此举赋予建筑特色和灵性。

作为中原首家“禅意”居所,美景菩提就完美诠释了高尚住宅的品质和内涵,“高层空中庭院”加“低密度合院”的创新设计,不仅产品设计在中原是绝对创新,而且提升了产品价值,意在筑造有境的建筑,营造无境的生活意境。

尤其是随着郑州高新区启动建设“高新城”,区域发展提速,综合实力强的品牌企业相继入驻,产业互为推动,扼守高新区东门户的美景菩提的未来价值自然值得期待。

新里·卢浮公馆



自该项目开始销售,就于众多的楼盘中脱颖而出,这主要源于本身均衡的性价比优势。

郑东新区潜在的发展空间,为其赋予了长久稳定的升值前景;作为全国一线房企,绿地集团的实力和操盘能力通过老街·绿地郑东新苑、绿地·世纪峰会等项目也可见一斑。

新里·卢浮公馆潜心“修炼”内在的执著则为高端产品的打造奠定了坚实的基础;以城市中产阶层的生活品位为目标,以欧式建筑、法式街区、随意而充满生活格调的景观来营造一种悠闲、自然、温馨、浪漫的生活方式和氛围,除此之外,还自建数万平方米时尚商业,将一站式满足公馆主人物质精神所需。

通利·荣郡



除了开发高品质的产品,责任房企更志在营造科学的生活方式,作为通利紫荆尚都的二期产品,荣郡自是如此,其建筑自然围合成为城市庭院,使得社区身处繁华闹市却远离世间喧嚣,与商业区保持着一定的距离,环境静谧。

在社区中央静然矗立的高端会所则成为社区业主休闲健身的好去处,在这座中原第一家原生态港式会所内,可以游泳、健身、美容、按摩、打网球等几乎承载了所有的休闲方式,奉献着不一样的生活格调。

鑫苑·世纪东城



限购之下,该项目的热销自然成为业内关注的焦点,称其为高端,主要基于品牌实力、区位优势和产品自身的人性化规划。

据了解,郑东新区的未来潜力是最先吸引购房者的要件,诸多改善性需求认为郑东新区依然是未来几年郑州区域价值提升最快的区域。

而为了体现项目的舒适性和宜居性,户型设计以精致两房、通透、阔绰的三房为主;坡地景观,意在为业主打造一个优美的布达佩斯园林。鑫苑强大的物业服务体系,则为产品价值的提升保驾护航,一多半的业主均将鑫苑物业作为购房的主要因素。