

在楼市调控高压未减的情况下,与普通住宅不同的是,高端住宅的销量似乎并未受到影响。这种依靠生活方式、会所服务等软件配套资源占领市场,为业主营造出独特生活方式的产品越来越得到财智阶层的青睐。 郑州晚报记者 干亚平

依靠生活方式、会所服务等软件配套占领市场 “私享家”掌控高端资源 价值在空间之外



私享家之一建业天筑项目在600平方米超大面积内设置私家游泳池,欲在郑州打造垂直的比弗利山庄。

【前瞻】
“私享家”
是一种对生活价值的追求

人是社会的人,社会是人的社会。离开了一定的社会关系,人的社会存在性质就可能发生改变。从社会交往的需求角度看,现代人有更强烈的社会交往需求。大隐隐于市的好处是既可以享有现代社会各种快捷、便利,又可以享受静谧和安逸,自然成为高端圈层的首选。

随着房地产市场的发展和完善,高端物业不再是炫富的标签,也不仅仅是高档建筑与装饰材料的堆砌,而是一种生活状态和生活环境。

从某个意义上说,硬件等物质层面的标准只是高端物业的先决条件,软件的提升才是高端物业的必要条件。而这个软件它不仅满足财智阶层对安全、舒适、便捷等共性化的需求,更需要提供精神层面以及文化氛围等的需求。

比如说,民安北郡项目在中原首创三级入户管理模式,以三重入户大堂为居者打造公共性和私密性和谐共存的居家体验。

而思念果岭国际社区作为郑州开发较早且已然成熟的生态度假社区,这里已经成为中原财智阶层的聚集地。无论是在高尔夫球场挥斥方遒,还是在山水美景前凭栏而倚,抑或是享受三重立体私家景观四季环绕,在这里总会收获别样的尊崇感受。

建业天筑是集绿色、科技、智能、现代、华贵于一体的全装修住宅项目,将要在郑州打造垂直的比弗利山庄。比弗利山庄,地处美国洛杉矶好莱坞,云集世界上顶级豪宅、全球奢侈品,代表着世界上最具梦幻的顶级生活方式和财富地位,众多富豪明星均居住于此。

除了优秀团队打造高端的建筑品质,该项目还选择了亚洲顶尖物管——怡盛物业,为客户提供优质的生活空间,打造一个舒适的居所。

近几年,房地产买方市场的需求也不断变化,从一味的求大、求奢演变到向低调有内涵的生活靠拢,黄金地段确保产品有足够的城市价值,高端配置彰显居住者身份,有内涵的生活方式则能满足精神诉求。

■地产好声音
真正的“私享家”
要符合“七宜”

在河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清看来,所谓的“私享家”应该为业主提供适宜居家的生活、养生、教育、社交、休闲、康复和兴趣培养的环境和条件,也就是七宜:宜居、宜养、宜教、宜友、宜乐、宜康、宜趣。

宜居即适宜居住,小区有利于养成健康的生活方式,有利于一家人畅享天伦之乐;宜养即适宜养生,小区林木花草繁盛,负离子含量高,空气清新,环境养眼;宜教即适宜家教,小区内孩子家长普遍高素质,各家孩子教养均优秀,孩子们相互释放的都是正能量,足以自发实现小区内孩子成长的正激励;宜友即适宜交友,尤其适宜结交志趣相投、品位高尚、事业有成的高端朋友;宜乐即适宜休闲、娱乐;宜康即适宜业主培养健康的生活方式;宜趣即适宜业主培养良好的个人兴趣。

【关注】
楼市高压下 高端住宅持续走热

当下楼市,从全国到郑州,高端住宅迅速崛起,且得到财智阶层的极度青睐。

不久前,金沙湖高尔夫观邸一期收官瞰景高层旗舰楼王1号楼正式开盘,108席绝版瞰景大宅开盘即清,劲销2.4个亿。如今的二期产品每天咨询者云集。

思念果岭国际社区每一期产品都引领热销风潮,5期悦庄在今年楼市亦独领风骚。

恒大金碧天下开盘的热销盛况更堪称惊艳楼市;而建业集团的高端产品建业·天筑也是未开先热;北区大盘民安北郡一期开盘劲销5亿元……

对此,业内专家分析表示,市场趋于理性使得高端住宅的独特优势

越来越受到追捧,如果说之前的高端住宅还停留在概念化炒作的阶段,那么现今的产品则从规划设计、产品理念、物业管理乃至生活方式的营造上都有了一个质的提升。

比如,与郑州东站隔路对望的建业·天筑项目就由10栋高端精装住宅、1栋五星级业主私人会所、4栋独立国际奢侈品牌会所组成,社区内还有可闭合穹顶恒温泳馆、室外露天泳池、小型高尔夫果岭训练场等高端配套。

秉承将自然与生活完美结合的建筑理念,和谐集团全力打造的金沙湖高尔夫观邸是中原首个以“领袖级高尔夫社区”作为居住概念的高端居住生活社区。

在诸多青睐此类项目的购房者

看来,除了住宅的低密度、品质的精细化,开发商构建了多样化高品质的场所,也将给他们带来一种生活方式的改变和革新。通过58同城房产频道,记者了解到,高端产品在二手房市场依然是购房者关注的焦点,价格高居不下。

高端市场可以说是房地产发展的一个必然。随着生活水平的不断提升,对居住的要求也越来越高,房子已经不仅只有一种居住功能,更是品味的象征。楼市调控实施不久后,高端住宅的市场潜力就充分展现出来。在限购与限贷的双重夹击下,购房者在心态和选择上逐渐转变,“一步到位”代替“阶梯购房”,更为保值的高端住宅市场成为不少人果敢的选择。

【解析】
拒绝平庸 愿为“生活方式”买单

“事实上,高端住宅在地段、资源等方面的优势已经毋庸置疑,但是越来越多的高端置业群体开始关注高端住宅所能提供的软件配套服务。”河南省商业经济学会常务副会长兼秘书长宋向清对于高端住宅的持续热销有更深层次的认识,其表示,在地段、资源优势相差不大的前提下,独特的软件优势成为高端住宅赢得市场的最新特质。

在他看来,越来越多的高端住宅依靠生活方式、会所服务等软件配套资源占领市场,甚至打造出特有的社区文化氛围。

为此,又有业内人士将此类能够为业主提供独特生活方式的产品称之为“私享家”,与“思想家”谐音,意

在表示非一般内涵的居住理念。所谓“私”突出了私人的个性空间,有最私人化的特点,私密的空间、私人化的服务,保持尊贵者一贯的私密作风与空间;“享”更多的体现一种生活方式的享受,让生活成为一种精致的艺术;“家”则体现出浓厚的居家理念,社交属性,居住氛围。

此类产品尽可能拒绝“流水线”生产的平庸感,拒绝商业化雷同和模式化安排,以满足财智阶层的个性化需求。

雁鸣湖壹号之所以受关注,因为其具有32平方公里的规模优势,首先,可以提供更为优越的生活场景。其次,所带来的生活哲学不同,生活场景的图腾对一个城市或者是一个社区都是相当

重要的。在有湖,有湿地,有高尔夫公园,有酒吧街,有大型购物商场的场景中,在高质量的规模化的社区中,生命价值是不同的。最后,这个社区里的生活人群。人的快乐是由遇到什么样的人在一起决定的,不同的社区是不一样的。

实际上,除了郑州,放眼国内其他城市乃至到国外置业的中国人,越来越多的买家都愿意为生活方式买单,他们追求一种居住的完整,一种自我的纯净。是一种心态、一种习惯,一种内在的东西,不容易受到外在条件的影响。他们喜欢最贴心的、最适合的、只属于个人的“私人财产”。因此,“独此一家”的产品才显得弥足珍贵。