



群雄论剑高端物业

高端物业 需要品牌支撑

论坛上,本报副总编辑程局新首先代表主办方致辞。程局新说,市场星报作为一个成长性的媒体,我们愿意打造更好的平台,并通过我们共同的探索,让合肥的高端物业更加精彩。并分析,合肥房地产市场在经过几轮的宏观调控以后,真正能够一路前行的依然是高端市场,这种情况的出现,可能是地段的组合,物业的组合,服务的组合,还有营销理论的组合。这种良好的表现构成了这些高端物业一路升值,并且被长期看好。

发言中,何其琛认为,合肥高端物业与其他城市比较,有一个明显的特点就是品牌支撑,与二三线城市一般地区的高端物业相比,合肥主要是大品牌提升高端物业发展的现状。何其琛说,自己曾多次到河南、湖北等地考察,对当地所谓豪宅除了感性上的认识之外,还有一些理性上的观察,上述地方高端物业主要是本土的品牌在传统产品的类型配制当中,把这个户型加大了一点,然后配套更完善了一点,就称之为豪宅。还有一种做法就是在小户型的基础上增加提高它的配套相关设施,也称之为豪宅,这是本土豪宅的自我提升,那么相比较我觉得合肥的高端物业主要还是大品牌的提升。

同时,何其琛提出,在一线城市里面,商业地产有一个原则叫向新原则,大家盲目地追求豪宅,并不是好事,未雨绸缪可能加符合实际,在豪宅这条路上发展,更需要多一些理性,多一些思考,才能让安徽的父老乡亲住得更好。

“合肥的高端物业主要还是大品牌的推升”、“高端物业必须有从容的心态才能做好”,10月18日下午,由本报与新浪乐居共同主办的“2010合肥高端物业发展论坛”在天鹅湖大酒店隆重举行,嘉宾的精彩发言赢得了阵阵掌声。本报副总编辑程局新、合肥学院研究所所长朱德开、中国商业地产专家委员会会员、安徽省商业地产委员会副主任何其琛、合肥机构总经理葛百会、合肥新浪总经理邢娜以及万科等数十位房企负责人齐聚天鹅湖大酒店,共同论剑高端物业。

张明龙 记者 陈亚林/文 王婧莹/图



高端物业拥有稀缺资源

“高端物业和普通物业最大的不同,最大的特点就是不可忽视,它的地段及其稀缺”葛百会在主题发言中对高端物业进行分析,未来不可能再出现,它的地段一般都是在政府旁边,在核心的商业中心,这样的房子卖的就少,但是它的价值是受当前的政策影响,受供需的影响,并不是说它的长期价值。所以说这就决定了我们做高端物业最起码的心态,从容的心态。

高端物业价格弹性非常高,现在房子好卖肯定卖便宜了,在市场上涨

期高端物业每平方米涨两三千没有太多的感觉。但在市场下跌期的时候,高端物业每平方米五六千的也可能照样卖。所以要有一种从容的心态长期考虑高端物业如何让它的价值变现。

朱德开在发言中总结了高端物业的四大特性,面积要特别大;具有唯一性的,不可复制性的;精装修,而且装修得极其奢侈;高品质、高品位,这个有很大的文化价值在里面。并提出,高端物业高端并不是体现在高房价上面,而是体现在它的品质上面。

高端物业体现在高品质

作为行业领军开发商万科一直注重产品品质,万科拓展经理陈长永说,万科在合肥有两个项目,两个项目都是精装修,针对物业这一块,万科提出一个理念就是“更小、更精、更性能”。群众的眼睛都是雪亮的,他可以看到万科的品质。

随后,宋都、中国铁建、新加坡花园城、滨湖投资集团等开发企业负责人在讨论阶段分别发表了自己的看法,并与专家进行互动。朱德开应参与者的要求,再次发言,解释什么是高端物业。

并提出,选择什么住房,实际上就选择了什么生活方式,因为选择的住房不仅是解决你居住的问题,实际上是解决了生活方式问题。新浪乐居总经理在发言中说,此次主办方举办论坛,就是希望大家带来一定的启发,让大家有一定的深思,能够通过这种活动来推动合肥房地产市场健康发展。

同时,作为媒体,市场星报和新浪乐居有一个共同的目标,希望搭建一个平台,把大家的想法、看法、声音,给广大人们去参与讨论。