

(上接 B25 版)

# 解读2008楼市最具竞争力模式

## 竞争力之 高端务实



**模式释义:**曾经的2万元阵营在2008年土崩瓦解,但是南京高端住宅市场并未因此而绝迹,相反在保持高贵身份的同时,高端住宅都自觉不自觉地低下了高贵的头,主动与市场靠近。

**个案解析:**网尚研究机构统计,光是11月,高端物业的总成交面积就达6000平方米,是下半年以来的又一次成交高峰。

翻开南京网上房地产的成交数据,在整体成交量大幅缩水的情况下,高端住宅还是保持了一定成交量。在城中板块,截至目前,金鼎湾国际成交155套,均价接近1.8万元/平方米;金陵尚府成交228套,均价1.13万元/平方米;天正湖滨成交670套,均价1.4万元/平方米;万科红郡成交105套,均价1万元。

结果不同,但是高端住宅制胜的关键却有相似处,要么品质为王,要么敢于冲锋陷阵。金鼎湾国际是江苏唯一3A住宅,天正湖滨精装品质将世界前三名品牌全部用上,雅居乐花园更是用实景现房说话,金地名京重在创新为客户想更多。

**专业点评:**金地集团上海地产南京公司副总经理陈卿认为,除了降价市场还有路可走,那就是最大限度地发挥品质优势,高端市场尤其如此,因为高端客户本身对于价格并无抗性,他们看中的就是品质和地段本身。

事实上,高端住宅在任何市场的抗跌性都最强,2008年南京楼市也充分证明了这一点。金鼎湾国际的一位业主表示,抗跌不意味着不降价,只是说在一片向下声中这些楼盘跌得慢保值功能强,当然这样的抗跌性无不建立在品牌、品质等综合性能的基础之上,而不是凭空而论的。

快报记者 费婕

## 竞争力之 颠覆规则



**模式释义:**有人能创立规则,那就必然有人颠覆规则。颠覆规则,不按常理出牌,别出心裁,往往能出奇制胜。今年业界大多感慨时事艰难,一些特立独行者却脱颖而出。

**个案解析:**锋尚国际公寓是南京这类绿色的典型代表。2006年,该项目就打出了中国第一个“零能耗”住宅的概念。通过高科技,他们可以实现基本照明、夏季制冷、冬季取暖三方面节约或者不用传统能源。虽然其房源总价高达360万-600万元,但是却征服了其目标客户。朗诗国际街区是近几年南京本土杀出的一匹“黑马”。他们高举“科技地产”的旗帜,让“恒温、恒湿、恒氧”的居住理念深入人心。不用空调、暖气,他们可以让室内常年保持22-26℃。此外,科技地产中的代表还有银城西堤国际、天泓山庄等。

公摊面积大、得房率低、使用面积不足,这些问题曾在很长一段时间内困扰着购房者。然而,随着户型设计日趋精细化,这种使用面积低于建筑面积的传统在南京已被“颠覆”。金地名京的九重院落;中海凯旋门让人对小户型的有限空间有了重新理解,一个44平方米的房子居然能有如此舒适;汇锦国际的80+让人对挑高空间有了新认识……在楼市转向买方市场后,开发商都加大了户型设计的投入。

**专业点评:**易居地产研究院南京研究中心总监厉建军认为,当前市场变化万千,差异化是竞争中的关键。要想脱颖而出,只有寻找市场空白点,做消费者真正需求的产品。网尚研究机构地产经济研究中心主任颜涛也认为,市场的调整让房地产回归到了其核心价值即产品本身,产品品质、产品创新才是房地产的核心竞争力。

快报记者 文涛

## 竞争力之 名门荣耀



**模式释义:**凭借“××制造”,他们独步楼市。他们生而则优,长期享受追捧,即使在楼市“寒冬”,慕名而来的购房者,仍能带给他们所需的温暖。

**个案解析:**2008年11月底,随着河西楼盘金地名京的首次开盘亮相,在房地产行业被称为“地产三剑客”的文科万科、理科金地、工科中海,首次在南京楼市中同时有项目上市销售。不仅如此,据统计与去年相比,无论在规模上还是项目数量上,品牌开发商今年在南京楼市中推出的项目都有了大幅提升。从雅居乐花园到金地名京,从万科·红郡到中海·凯旋门,从栖霞·栖霞园到绿城·玫瑰园……有业内人士评价说,2008年可以算是品牌开发商进入南京的一个新阶段。

而他们的销售量就是其品牌价值的最好证明:今年4月开盘的万科·金域缇香,项目开盘仅两天便售出所推房源的60%;同月开盘的雅居乐花园,开盘一个月内就销售出300多套房源;6月上旬,中海·凯旋门推出的全能小户型逆市飘红,开盘3小时内就销售房源300多套;南京万达广场名宅开盘,推出的商铺仅一上午就销售出90%……

**专业点评:**“就是奔着万科这个品牌来买的,我有亲戚住在万科,我体验过万科的那种高品质服务。”万科·金域缇香的新业主卢女士这样解释自己购买万科产品的动机。

今天,品牌因素对于购房者的影响变得越来越大,具有雄厚实力和良好形象的开发企业显然是购房者青睐的对象。“中国房地产的草莽时代正在逐渐结束,未来必将进入一个品牌时代。”北京科技大学教授赵晓教授如此预测。

快报记者 李汇丰

## 竞争力之 践行民意



**模式释义:**也许各项指标不是第一,但综合评分却最优。他们定位亲民,他们有潜力,他们强调综合性价比,是一等一的民生楼盘。

**个案解析:**最显眼的是南京网上房地产上本月销售排行榜的冠军天润城。在“一口价3080元/平方米”的强力促销下,截止到12月23日,该楼盘本月已售出1160套,若按11月南京全市6149套认购量计算,天润城一家楼盘的销售量就占到全市1/6的比重。这可以理解为降价效应,但不能否认,从2004年至今,一直奉行的平价策略是天润城吸引购房者前仆后继的终极原因。不仅是天润城,包括明发滨江新城、旭日上城在内的一批楼盘都扮演着同样角色。亲民的价格,综合性价比是殊途同归的热销理由。

低价却保证品质。如东郊小镇的热销,精装修单价为5400元,而其装修标准是摩根·科勒等一线品牌构成700元/平方米。正如百胜麒麟总经理厉心所言,建筑的最高境界是集历史、人文主题和经济、实惠于一身。

有地产商专门为少数人服务。与之对应,也有地产商专门为工薪阶层造房。即便楼市逆势时,常巨城全城销售前列的,正是这些楼盘。

**专业点评:**有人指出,经过2008年的调整,投资客离场,改善型居住客户或有观望,市场剩下的刚性购买力是那些拆迁、首次置业、结婚等需求,因此,低总价、中小户型房源理论上最具销售力。“低价不应低质,市场供应量饱和,买方对户型设计、建筑品质的要求会更高,只有真正高品质、低总价、有潜力的楼盘才会最终受到肯定。”

快报记者 杨连双 本版漫画 俞晓翔



苏宁环球 SUNING UNIVERSITY

地址:珠江路111号 邮编:210018

元旦超值震撼价 **3090** 元/m<sup>2</sup>起

# 天华硅谷庄园

开盘劲销数百套 优质房源火爆热销中

80m<sup>2</sup>精品二房、115m<sup>2</sup>雅致小三房 全城抢购中

坡地上的60万m<sup>2</sup>西班牙风情庄园 家门口的地铁3号线泰冯路站



**看房班车时间及路线表**

看房班车时间	9:00、10:00、14:00、16:00
行车路线	苏宁环球大厦—南京中央商务区—珠江路—大华国际—天华硅谷庄园
中途停靠站	苏宁环球大厦中心(新南路) 珠江路(大华国际)
售楼部地址	天华硅谷庄园中心(江北珠江路)

**HOTLINE: 58860299/58861299**

项目地址:浦口区泰冯路59号 销售中心:浦口区江北电信大楼

开发商:苏宁环球股份 江苏舜阳房地产开发有限公司 营销代理:上海世联房地产顾问有限公司

售楼中心接待时间:早8:30-晚20:00



天华硅谷庄园