

李孟霏 潘佳蓬

购房逻辑： 从“买便宜”到“买品质”

2025年2月11日,2025山东省高品质住宅展示交易会在济南举行,威海设分会场,来自威海的7个“2024山东省高品质住宅试点项目”在济南主会场和威海分会场同步集中亮相。

城投卧龙山路项目、城投渔港路项目、城投海滨路项目都是位于城区的清一色大平层。

祥云集团开发的位于菊花顶西的祥云岭秀项目5—11层低密洋房,户型面积175—222m²,主打市中心核心区域和学区房。

东骏置业推出了威海首个全四代宅项目,也就是说整个项目的所有楼座的一千多户全部是局部挑高设计。没错,户户都有挑高空间,甚至可实现户户花园、家家庭院的感觉。

金猴知云府项目主打威海首座宋韵华宅,推出190—248m²的大平层。

环翠区统一南路西、陶家夼北地块挂牌,该挂牌地块特别狭长,东西长、南北窄,整体形状像一个字母“M”,两处最宽的地方是两个小山坳。有专业人士推测,此地块最高建筑的高度为27米,全是清一色的洋房,而且部分是山景洋房,当然27米的高度在统筹整体规划方面既考虑了南侧现状建筑的六层高度,又考虑了北侧山体在其他角度的视野景观。

十年前,威海吸引外地客群的关键词是“低价”和“海景”。乳山银滩、文登南海等地,曾因“万元房”“养老盘”涌人大量投资客。但根据《报告》数据显示,这些区域外地置业比例断崖式下滑,而主城区经区、高区的大户型成交额却同比提升。这背后,是购房逻辑的根本转变。

高净值人群的“品质迁徙”。云顶阳光别墅项目以9743万元网签金额位居别墅榜第一,其新中式设计、低密社区和温泉镇区位,精准击中了高净值人群的需求。一名北京购房者在采访中坦言:“这里不只有海,更重要的是低密度生活圈和城市配套。”数据显示,威海主城区的外地购房者中,140m²以上的改善型需求和豪华型需求,预计未来三年将是新潮主力户型之一。且对商业、医疗、教育的配套要求显著提高。

2024年,来自北京、上海等一线城市的购房者中,多数将威海视为“第

威海楼市为何“量减质升”

六个高端盘年后齐亮相



2024年,威海房地产市场的“冰与火”格外鲜明。

近日,山东大学威海房地产研究中心发布的《2024年威海市房地产市场和产品发展趋势报告》显示:一边是全市新建商品住宅网签量创下近10年新低,仅7566套,同比减少30%;另一边,主城区高端住宅却逆势生长——六个高端楼盘年后齐亮相,其中盛德万禾书院以5.8亿元成交额登顶销冠,别墅项目云顶阳光二期未开先火。

威海这种“量减质升”的反差,揭开了威海楼市转型的纬度和路径。当“低价跑量”模式失效时,谁在支撑市场的韧性?



二居所”,而非短期度假选择。一位上海购房者算了一笔账:“同样的预算,在威海能买到带院子的别墅,但在长三角只能买普通公寓。”山东大学威海房地产研究中心指出,这类客群更看重社区文化、物业服务等长期价值,而非单纯的价格优势。

对此,金猴地产项目负责人坦言:“现在客户对自己的要求更明确,他们需要的是能‘一步到位’的理想住房。”

转型机遇： 倒逼房企“卷品质”

外地客群的“挑剔”,倒逼威海房企开启“品质内卷”。过去三年,主城

区改善型产品占比达69%,但供需严重错配——豪宅和90m²以下刚需房短缺,中间段产品却库存高企。2024年,在政策与市场双轮驱动下,拉开了品质升级的大幕。

威海TOP10热销项目中,盛德万禾书院、海信君澜等无一例外以“高品质”为卖点。盛德万禾书院作为威海首批高品质住宅试点项目,将防水质保期写入合同,承诺20年不渗漏,外墙采用水包砂工艺。“市面上真石漆仿石材效果只能达到30%—40%,时间久了容易掉色,而我们的水包砂工艺可保证15年以上不褪色、不开裂。”该项目负责人强调。金猴·知云府则另辟蹊径,以宋代园林景观为卖点,打造威海首个纯宋韵社区。“风雨连廊和大型水系瀑布串联整个小区,这在威海独树一帜。”该项目负责人对其品质较为自信。

反观部分主打低价的项目,去化周期已超过30个月。一位本地开发商坦言:“现在不敢降标,怕砸了口碑,更怕彻底失去客户。”

2024年7月,威海出台《促进房地产市场高质量发展措施》,明确支持“高品质住宅”建设,从土地出让到公积金贷款均有倾斜。例如,购买高品质住宅的公积金贷款额度提高30万元,直接刺激了改善需求。此外,多地加速推进“候鸟式养老”配套,试点医保异地结算,试图用“软实力”留住高端客群。

2025年,威海东骏置业推出首个四代宅项目。该项目营销负责人分析:“政策让企业更敢投入,比如空中庭院的封闭设计,既保留美感又适应威海多风气候,这类创新离不开政策支持。”

数据显示,外地购房者比例从高峰期的55%降至28.6%,但其在主城区购买大户型、高价房的比例却显著上升。

但转型并非坦途,有业内人士认为,如果过度依赖外地高端客群,可能让威海楼市暴露于更大的波动性中。威海主城区“以质换量”的策略虽具前瞻性,但外围板块仍深陷滞销困局。假如外地客群因经济波动收缩,库存压力将迅速反弹。

破局之道： 在“品质”与“平衡”间找答案

威海的探索,为三、四线城市楼市转型提供了样本。拒绝“躺平”,拥抱细分市场经区和高区的案例证明,即便在低迷期,精准定位客群仍能突围。经区依托产业和商业配套,吸引年轻家庭;高区靠城市更新和交通升级,激活

改善需求。房企需从“大而全”转向“小而美”,例如针对养老客群开发适老化社区,或为旅居家庭提供托管服务。金猴·知云府项目负责人提到:“我们将层高做到3.2米,远超新规要求的3米标准,细节必须‘卷’到极致。”

政策需“两条腿走路”。一方面,继续支持高品质住宅建设,例如简化四代住宅审批流程;另一方面,不能忽视本地刚需。2024年,90m²以下户型短缺比例达27.5%,高区缺口最大(36.2%)。增加小户型供给,探索共有产权房,或是平衡市场的关键。对此,万禾书院负责人说:“年轻人置业考虑长远,比如两卫设计、学区距离,我们的产品必须贴合这些需求。”

山东大学威海市场营销中心执行主任、山东大学威海房地产研究中心执行主任蒋守芬博士认为,开发商需精准匹配城市分化机遇、绿色低碳与科技融合、政策协同与风险管理、客户需求深度洞察,进一步研判市场。针对威海当前“两头缺、中间多”的供需失衡问题,开发商需调整产品线:在环翠区、高区等核心区域推出90m²以下小户型(如两室一厅、小三室),参考烟台龙湖天曜的“高得房率”设计(如赠送设备平台、入户花园),提升性价比。还要增加环翠区、经区的大平层、洋房和别墅供应,借鉴绿城“庐系别墅”(如丽水湖境云庐)的“东方合院+现代高层”组合,打造兼具私密性与社区共享的高端产品。

“强化社区配套与服务,进行全维示范区打造、全生命周期服务,也是重要的一环。”蒋守芬认为,结合宁波保利海晏天境的“七大维度实景展示”(如下沉庭院、恒温泳池),威海项目(如金港融园、城投观岳)需提前呈现园林景观、精装地库等交付场景,增强客户信心;引入新东升宸园“双团队服务”(物业+商管),在威海社区中配置恒温泳池、社区食堂、城市书房等,并建立如绿城“潮鸣荟”的六大服务体系,覆盖健康管理、社群活动等也是很大的卖点。

当“低价海景房”的泡沫消散,威海楼市的真正价值浮出水面:它不是投机者的赌场,而是生活家的目的地。

正如金猴地产项目负责人的总结:“现在市场低迷,但好的产品会说话。你越认真做品质,越能赢得未来。”而万禾书院负责人的一句话或许道破玄机:“老百姓对好房子的追求从未改变,只是市场下行时,他们更谨慎了。”

编辑:蓝峰 美编:马秀霞 组版:刘淼

“讲文明 树新风” 公益广告



以爱之名守护生命 致敬白衣天使

