

低价位、高性价比成热销砝码

# 省城改善型产品销售冷热不均

“

7月以来,楼市回暖态势尽显,在降存准、降息等利好政策的带动下,由刚需支撑起来的省城楼市结构也在悄然发生变化,不少改善型需求开始尝试入市,大户型产品成交量较以往冷淡的市场情况有所好转。但是,与此同时,改善型需求却因定位模糊,受打击投机性需求的调控政策“误伤”,而陷入进退两难的尴尬境地。

限购误伤:

改善型需求进退两难

张先生今年三十多岁,有二次置业打算的他告诉记者:“结婚时候买的一室的房子,现在感觉太小了,并且孩子马上就要上小学了,我们打算在南部买一套稍大一点的房子,但是,60%的首付和1.1倍的贷款利率让我感觉压力比较大,加上房价涨跌不定,我还是决定再考虑考虑。”

世联怡高山东公司总经理朱江告诉记者,改善型需求一般来讲是由小房换大房,由社区环境相对较差更换到条件更加优越的楼房,这是人们生活条件不断改善的自然需求,在一定程度上来说也是一种刚需。但是,由于改善型需求一般伴随多次置业,同投机性投资需求难以明确区分,

限贷、限购宏观调控政策对改善需求购房存在一定程度的“误伤”。

冷热不均:

改善型市场选择性热销

与个人改善需求进退两难的境地相对应,在市场上,改善型住宅成交回暖更多地是体现为部分楼盘的选择性的热销,性价比较高或者价格优惠比较明显的改善型住宅更容易打动购房者,反之,性价比较低的房源在当市场更受冷落。在购房者权衡心理明显的情况下,改善型市场冷热不均的情况也比较明显。

7月以来,大户型产品成交量较以往增长明显,其中一些均价较低,性价比较高的项目更是受到市场欢迎。重汽翡翠外滩7月28日首次开盘,推出的72套大



拥有良好景观和物业服务的高性价比楼盘受到改善型需求的青睐。尹成立 摄

户型产品,销售40多套,据相关负责人介绍,大户型之所以取得如此销售业绩,与产品的定价有很大关系。作为以改善型产品为主的国华印象,7月15日进行认筹出现彻夜排队现象,6800元/平米起的价格在业内引起极大反响。

然而,同样是以改善型产品为主、位于北园大街和无影山路

交会处的四建美林苑,均价在8000元/平米左右,加之周边环境混乱、噪音污染严重等,整体性价比比较低,在改善型需求原本就进退维谷的环境下更显艰难。据悉,开盘以来其130平米以上的主力户型房源销售表现乏善可陈,在改善型市场中颇受冷遇。

业内人士表示,下半年将有更多的改善型产品入市,改善型

需求将进一步释放,成为推动下半年楼市回暖的重要力量。但是,只要有限购、限贷政策的存在,改善型需求就难以回到2009年前的市场热度。对于因“限购”处在两难境地中难以抉择的改善型需求客群,较大的优惠力度或较高的性价比将成为促动改善型购买力重要因素。  
(楼市实习记者 田晓涛)

## 物业新规力促行业服务提升

日前新出台的《济南市住宅物业服务收费管理实施办法》,明确规定了住宅的物业服务收费标准以及车位租赁费、停车服务费、地上车位场地使用费的收费标准。此《办法》的出台让一直模糊的物业收费条款有章可循,也让社区重要配套之一的“物业”问题再次呈现在市民面前。

物业直接凸显社区品质

《办法》出台后,物业再次成为市民集中反映的热点问题。近日,记者接到泉城花园业主张先生打来的电话,反映社区物业管理不当,“我们小区的车位管理极为混乱,严重影响生活,业主摩擦事件时有发生;小区以及活动中心卫生太差。”

为此记者走访泉城花园了解情况,从南门进入社区,发现路两边全部停满车辆,路边乘凉的一女士告诉记者,泉城花园车位有限,只能停在小区道路边,难免有刮擦事件发生。“就算有固定的停车位,也免不了偷盗之灾,小区高档车曾多次失窃。”一业主说到。

记者还发现在每个楼号的单元门口都放着垃圾桶,地面残留不少垃圾,这对于仅有4年“楼龄”的社区而言,是个不小的败笔,在社区内鲜见保洁人员打扫卫生。被业主称为“解放阁”、“大明湖”的社区景观也黯然失色,虽有水流,但水面脏乱,“水池不养鱼养蚊子”,在路边乘凉的一些老年业主说到。

据悉,泉城花园由济南四建集团开发有限公司开发,物业由济南四建自有公司万盛物业管理,目前的物业费为1.25元/平米。与其紧邻的外海西子物业费仅为0.6元/平米。记者从济南各大网站社区论坛也发现不少业主声讨万盛物业,对于社区最基本的物业管理都颇有微词。

记者调查了解到,目前在售的四建美林苑将来也由万盛物业

接管。“如果社区物业做到这样,我会果断取消买房念头。”不少论坛过客纷纷表示。

物业收费应与服务契合

“《济南市住宅物业服务收费管理实施办法》一方面让物业收费有章可循,更重要的是对提升物业服务水平有更高要求。”济南市物业管理协会一负责人表示。

《办法》出台后,济南不少社区物业公司都为收费标准头疼不已。记者调查了解到,目前多数社区物业收费标准高于新出台的《办法》规定的收费标准,多在1.5元-2元/平米之间。

“物业收费标准应与物业服务相契合,要让业主觉得物业费值得所交,作为开发房企,提升物业服务是楼盘打出形象、促进销售的关键因素。”一开发企业营销策划人说到。

在海尔绿城全运村,进入小区需出示证件,保安也会主动问

好,据一位业主表示,像送水这样的日常所需都由物业统一调配,由物业人员送水上门,“这样会让我们很放心,小区安全有保障”;绿地泉景龙物业确定2012年全面提升品牌和服务,开展的“早送晚迎”服务,也得到了业主的一致好评;在名士豪庭,随处可见物业保洁人员,社区道路打扫、景观维护是他们最基本的工作。

“作为业主,我们希望物业费与物业服务相匹配,即使收取费用略高,只要能营造一个卫生、安全、和谐的社区生活,业主都会积极配合。”家住名士豪庭的刘女士说道。

对于开发商来说,在为小区接洽物业管理公司时,如果不能引进高素质的物业管理理念并付诸实践,那么对开发商所开发的楼盘项目是一笔不小的损失,不管在房屋质量或是销售价格上有多大的优势,至少在未来客户群中的信誉度会大打折扣,得不偿失。

(楼市记者 陈晓翠)



## 翡翠清河7月成交再创佳绩

七月作为济南楼市的缓和季,翡翠清河却正处于销售的灼热期。在未推售新房源的情况下顺销近200套!用事实再次阐述了翡翠清河的综合实力。

从一月到七月,因为楼盘价格的一路飙升,种种意想不到的事件让购买者人心惶惶,不敢出手。面对市场的整体刚需,开发商们“以价换量”的出发点让济南的楼市踏上“回暖”之路。而针对这样的举措,翡翠清河的反向之举——“价格一成不变”,在成交额不断攀升的情况下,取得了意想不到的效果。

在国家调控和民众选择的双重背景下,销售情况最能说明一个房地产的总实力,无论是价格的义无反顾还是销售额上率日攀升,好房子经得起考验,翡翠清河用事实证明了这个道理。

翡翠清河,已经将自己的用心筑建在老百姓的心中,最

“接地气儿”的地产商,知道济南市民想要什么。四通八达的交通、配套齐全的黄金地段、16%的公摊面积、40.5%的绿化面积、1.61的超低容积率和清河岸、华山旁的惬意居住环境,硬件的别无仅有,软件精益求精,让一份来自内心深处的自信贯穿于每一个销售者和购房者之间。

无论是在区位的选择、房屋的建造、园林的顶级聘请和长久的售后服务,翡翠清河尊重买卖市场的双赢和购房人的种种挑剔,以最真诚的态度换取老百姓最温暖的归宿。

据介绍,翡翠清河102-130平准现房正火爆销售中,16%全市最低公摊,1.2万中央公园,可以尽享惬意的河山生活。四期璞园10#即将盛大面世,11层小高层,市区稀缺绝版!120/123平纯板式,南北通透,是市区置业的最佳好选择。正值奥运狂热季,来访者均有好礼相送。

## 济高·东拓置业举办环保公益活动

7月20日—8月5日,一场主题为“回收废旧电池,拒绝污染环境”的大型公益活动在舜泰广场隆重开展。

据悉,本活动由济高·东拓置业客户服务中心主办,通过举办回收废旧电池活动,加强市民对废旧电池危害的认识,提高保护环境意识,并用实际行动倡导市民要从不从身边小事做起、力所能及地做一些利于环境保护的公益事情。

为鼓励市民积极参与,济高·东拓置业客户服务中心为每一位参与者准备了精美礼物,参与者可以6块干电池或1块手机电池兑换一只手压式环保手电筒一只。活动开展数日,受到市民的普遍关注。

据不完全统计,此次活动举办10余天来,共有700余人直接参与,回收废旧电池2000余块,4000余人关注了本活动。

很多拿来废旧电池的人士表示,此次公益活动非常有意义,宣传了环保知识,增强了人们的环保意识。

本次活动的主办方济高控股,作为济南高新技术产业开发区管理委员会投资的国有独资公司,秉承“依托高新区、服务高新区、完善高新区、回报高新区”的企业基本理念,深耕园区开发、基础设施建设、公用事业保障、投融资与资产管理四大主营业务,在推动东部新城的发展中取得了累累硕果,在争创国内一流的园区资源整合运营商的同时,不忘企业的社会责任。本次公益活动,以废旧电池的危害一个小细节的宣传,倡导“保护环境,从我身边做起”的参与理念,唤醒了大家对保护环境的意识,充分体现了济高控股作为责任国企的社会责任感。