



市场产品分化日趋明显,企业想存活就需真正贴合消费者需求

房地产市场进入“私人定制”时代

本报7月27日讯(记者 张汝树) 楼市低迷半年之后开始回暖,也让不少开发商认识到,楼市的竞争开始进入新的阶段,只有真正符合消费者定位和需求的房子,才能在市场上生存下去。

自上个世纪八十年代起,中国房地产企业经历了最初几乎无竞争的阶段,单纯的价格竞争阶段。而随着市场竞争态势日益

激烈,房地产市场开始拼配套、拼教育、拼服务,房产市场产品也越来越细分,客户群体也越来越有针对性。

“大浪淘沙的时代已经来临,要想在强手中立足,就是要一心一意做产品,做创新型的产品,差异化的产品,只有夏天做好冬天的准备,命运才掌握在自己手中。”一本地别墅开发企业负责人介绍说,“在这种竞争时

代,淄博的房地产市场在品质上显然会出现更大的差距,随着竞争的深入及外来开发企业的拓展,未来的市场是高端住宅的市场,产品是最高话语权,房企对待产品的态度某种意义上来说代表了其对待市场的态度。”

该负责人介绍说,现在市场已经进入了买方时代,产品进入市场就可以完美售罄的时代已经不在。“现在市场,必须针对客

户需求进行设计和服务,只有达到消费者的心理预期,才会在市场上占有一席之地”。

对于这种提法,多数地产开发企业都比较认同。“肯定会出现市场越来越细分这种情况,一个行业产品刚入市都是大线条的,满足大的需求就可以了,但随着市场的细分之后,产品细分也会愈加明显,各种产品要满足不同群体的需求。”恒台一家房

产企业营销部负责人介绍说。

他解释说:“夸张一点的说,现在产品已经进入了私人定制时代,市场细分之后,房产商要从产品研发、小区的设计到配套、物业管理等,都要结合小区所处的区块和将来定位目标群体进行综合的设计,将来不细分的产品,是很难销售的,粗放的建设模式,不找准客户,匆忙上项目,肯定不被市场青睐。”

西进北拓,市场分界线渐成

淄博未来房产项目中,市场群体将会更加细分和精确

房产进入私人定制时代将成为大趋势,而对于房产商们来说,进入市场前做好市场调研和群体细分,也将有利于房产项目的销售和自身品牌的营造,而城市的发展规划、外来房企的影响、目前的房产市场形势,都将对以后的房产细分产生重要影响。

本报记者 张汝树

1. 一线房企入驻淄博 倒逼本土企业改革

恒大、碧桂园、中海、绿城等一线房企入淄带来的楼市冲击波愈发明显。

和一线房企相比,本土企业在开发模式、营销理念等有所差距,不过,说起一线房企进驻的利弊问题时,多名房企人士表示需辩证看待,除了冲击外,一线房企的进驻势必加剧市场的竞争,淘汰出局或成为那些规模较小且开发能力一般的房企的无奈选择。“一线房企入驻淄博之后,对淄博市场而言,只是加剧了市场的竞争和淘汰进度,对提高市场竞争水平有很好的作用。”淄博一家房产企业工作人员介绍说,“淄博其实已经闭塞好多年,外来开发商的刺激,将倒逼本土企业提升自身品质和服务,不仅如此,这也对他们在进行产品研发、设计、物业服务、消费群体细分等诸多方面产生影响”。

“这让我们在建设时,更加细分的考虑我们的购房群体,他们对房子面积、设计、户型,甚至周围环境方面的要求。”张店新村路一家地产企业营销策划部负责人王女士介绍说。



市民在张店黄金国际销售中心了解房源信息。 本报记者 王鸿哲 摄

2. 房产项目群体定位更细化

“现在房产开始出现了养老型地产、健康型地产,这都说明,现在个性化的房产项目将越来越受到欢迎,这从侧面印证了细分自己客户群的必要性。”王女士说。

王女士介绍说:“拿我们的项目举例,我们是学区房为主,那我们的设计肯定要从学

生、家长们的需求进行考量,有家长需要陪读或不需要家长陪读的群体,所需要的房子面积大小、户型、生活质量等都有所不同,所以我们在开发设计时,要将这些同类人群中的不同需求进行细分,这样的话,可以增加我们的目标客户群,也可以增大销售出去的机

会。

王女士的观点也得到其他房产商的认可。“市场就是这样的发展方向,客户群体将越来越细化,比如一个定位高端的项目,根据我们的区域,我们也会考虑从中划分出一部分,满足改善型人群,度假型人群,养老型人群等等”。

3. 向西向北发展态势已成定局

根据淄博市发展规划,淄博西进北拓已经成为板上钉钉之事,而这种发展规划,对于房产而言,也将产生重要影响。

“从西部区域的发展来看,诸多楼盘包括一线房企代表作的纷纷出现,进一步拉近了张店与周村的距离;

北部城区高端居住区和高端商务区格局也日渐明显。”高新区一房产企业负责人介绍说,淄博向西向北发展态势非常明显。

该负责人介绍说,城市的发展规划,必将影响房产市场。“东南改造,西拓北进,这样的城市发展格局,也将

影响项目的客户群体,处于不同区位项目,从研发时就要考虑适合的购买人群”。

“在这种城市发展规划之下,很多人还是希望能顺着城市的发展方向购房,让自己生活在主流生活圈内,也让房产有升值空间。”该负责人介绍说。

房产商试水 个性化地产

今年3月28日,有地产界“苹果”之称的合景泰富,宣布正式迈入个性化地产时代。不止合景泰富,现在有很多地产企业也留意到市场的个性化趋势,近年来开发的许多项目都在向这方面作尝试。

时代在变,但消费者渴望更好的体验却从未改变。因此,房地产企业越来越注重地产个性化体验式环境的营造,使体验者能够全身心投入。随之而来的旅游地产,健康地产,养老地产,绿色地产等个性化地产概念相继被提出,标志着商业地产正式向个性化地产时代稳步迈进。

新型地产 概念解析

旅游地产,是以旅游休闲度假为依托,在旅游地形成的围绕旅游行为展开的土地开发与房地产业务开发,它是旅游业和房地产业的无缝嫁接,具有更好的自然景观、建筑景观,同时拥有完善的配套功能和极高的投资价值。

健康地产是将健康管家服务融入家庭,甚至在家庭中引入‘健康小屋’的建设,关爱小区居民的健康,尤其是监护中老年人的健康状况,将建筑、地产发展回归到‘以人为本’的理念上来。

养老地产是品质地产和优良健康管家服务的有机结合,它从护理、医疗、康复、健康管理、文体活动、餐饮服务到日常起居呵护,增加设施设备和精心打造专业管理团队。

绿色地产(生态地产)是以保障生态系统的良性循环为原则,以循环经济为基础,和谐社会为内涵,节能环保技术为支撑,按照绿色建筑标准建立起来的商业地产项目。

齐鲁晚报

山东第一都市报

高品质的市民报,发行量160多万份,2009“中国十大晚报”排行第三。

《齐鲁晚报》是山东地区解读力最强,发行量最大,影响力最深远的都市类媒体。

其传阅率和平均阅读率居全省平面媒体之首。

《齐鲁晚报》已成为公信力最强,读者结构最优,广告收入最高的山东第一都市报。

《齐鲁晚报·今日淄博》全心全意为淄博人民服务

