

# 两代居、理想家、百年宅各种概念产品相继入市 “概念”楼盘获市场点赞

“一扇门、两套房”，翡翠雅郡的一句“两代居”广告语曾引起不少购房者的关注。随之鲁能地产的百年宅、绿地房产的理想家等“概念房”也处处开花，获得市场点赞。

►重汽翡翠雅郡推出两代居产品后，吸引了大批市民关注



## 概念房 创造房地产新卖点

“一开始我还不明白两代居是什么意思，到项目看了样板间之后，我觉得这个创意户型确实很实用。”近期准备购买改善房的孙晓玲说，“一扇门、两套房”的意思就是从一扇门进去，有两个独立的空间，中间通过厨房连接。两代人或三代人生活在一起，方便互相照顾，又兼顾各自的独立空

间。翡翠雅郡的两代居户型在125㎡和168㎡之间，有平层和错层两种结构可以选择。

由于产品定位准确，“两代居”创意户型迅速得到市场的认可。“翡翠雅郡一期两代居产品共200多套，已完全售罄，现在连顶层的两代居产品也已经卖出去了。”重汽翡翠雅郡置业顾问王超表示，今年4月，售楼处的到访量最高达3000人次，一个月内有300余组业主交钱认筹，掀起了新一轮抢房热潮。

据了解，在济南房地产市场上，除了养老产品的“概念房”外，一些社区还在打造体育、居家办公、艺术等概念。例如绿地地产推出的“理想家”，其中针对全年龄段儿童，为6—12岁孩子，在阳光草坪中设置了锻炼合作与探险精神的活动点，让他们可以尽情玩耍。在产品设计中，还增加了报时系统、四季座椅、户外插座等，这些都成为绿地“理想家”产品的一个特色。

## 概念房 引发特色营销

“重汽翡翠雅郡二期两代居新品6月中旬即将入市，目前认筹非常火爆。”谈起项目，重汽翡翠雅郡项目经理袁铮对“两代居”后期的市场表现非常有信心，但产品结构和户型设置中将继续优化。

有业内人士认为，随着房地产市场中的竞争日益加剧，不少开发商为在市场占有一席之地，在产品开发中

不断研发新的卖点，不仅户型、价格、地段等方面得到有效改善，在社区环境中也有所创新。

“现在的人都比较看中小区的健身设施、景观旅游、文化氛围等，楼盘品质高的房子，价格高一些也好卖。”济南某楼盘置业顾问介绍，现在生活节奏快，业主更希望在楼下就能运动，所以运动主题的社区在济南也比较火，例如海信贤文世家、德润天玺等楼盘在社区内都设有健身的跑道。

(楼市记者 刘亚伟)

# 营改增落地，写字楼“贫富差”加大

5月1日营改增政策已落地，相较于之前写字楼市场客户少且多持观望态度的情况，营改增政策切实将企业需求打开，而相对高端、更具特色的品牌写字楼更受市场欢迎，从蓄客、价格等多个方面来看，高端写字楼和传统写字楼的区别越来越大。

## 写字楼需求被打开， 市场反应热烈

与其他物业类型相比，济南市写字楼相对库存大而去化少，企业在选择购置写字楼亦或投资客选择投资商办物业时，大多持观望态度，并不急于购买，很多客户的成交周期甚至达到半年或一年。今年3月5日李克强总理在两会政府工作报告中指出，5月1日房地产行业实行营改增，并将所有企业新增不动产所含增值税纳入抵扣范围，这对于商业地产来说是绝佳利好。

营改增落地后，写字楼需求被打开。记者从绿地高端写字楼项目绿地新都会销售经理处得知，一些原本并没有购置办公楼想法的成长型企业主受此政策影响，考虑通过购买房产来减轻企业税负，正积极与他们接洽；而对于一些大中型实力企业来说，通过购买品质楼盘改善办公条件的同时，还能增加固定资产、合理避税，一举多得。最近前来项目咨询写字楼的客群，尤其是前来咨询购买写字楼的大中型企业、投

资机构有明显增加。

同样的，位于高新区的某知名开发商开发楼盘也得益于“营改增”，记者本周前往售楼中心采访时，该项目负责人刘经理说：“4月底营改增前到售楼处来咨询项目的客户就有明显的增加，这不刚到5月，上周五我们就成交了将近1000平米。客户也跟我们说的很明确，就是通过购置写字楼减轻赋税，目前他们自己只用700平米足够了，剩下的准备出租出去，等将来企业扩大、需要的时候再自用。”

## 写字楼市场反应分化， 高端品牌项目更受青睐

“营改增”对一些正在犹豫是否购买写字楼的企业主来说无疑是一剂强心针。济南某工程类公司正是出于此次政策的考虑开始选购写字楼，目前已锁定奥体片区银丰·财富广场项目。“我们公司和政府部门合作较多，以前一直在附近租用写字楼，营改增政策确实让我们开始打算购置写字楼。”该公司负责人与记者谈到。“选择这个项目的原



济南写字楼库存较大，营改增实施之后，两极分化更加明显

大厦很近，便于业务往来，另外比较看好的是这个项目的保值升值潜力，青岛银行在这里买了一栋，其他入驻的企业也都是各领域的“大鳄”。

优质商办物业在这场政府红利中确实率先迎来了去库存的“东风”。绿地·新都会项目写字楼销售经理告诉记者：“营改增后，很多大中型企业前来咨询我们项目，目前已有两个整层客户达成意向。”据了解，绿地新都会的写字楼规划了超高层，是客户青睐该项目的主要原因。

在与齐鲁不动产事业发展中心负责人王经理沟通中，他也明确的提到了品牌力、产品力对于项目销售的推动作用。“一般企业购买写字楼自用的同时，都会兼顾投资的考虑。而品牌开发商更具有实力，先期开发项目也给予客户信心，一般品牌是客户选购写字楼的主要考虑因素之一；另外，企业购置写字楼一般都要求‘高大上’，帮助企业树立高端形象，所以区域标杆项目、拥有生态科技等特点的写字楼更能得到企业主的关注。”

然而，一些传统、老旧的写字楼项目因其产品落后，虽然“营改增”政策对大家一视同仁，但对于这些项目来说客户到访并没有明显增加，成交量也无明显改观。近日，记者走访了位于市中区的某写字楼，因项目入市较早，产品设计不合理、整体形象欠佳，且不利于城市发展主轴，办公氛围较弱。虽经常做广告宣传，但售楼处现场客户仍然寥寥无几，其销售人员向记者表示项目去化压力仍然很大。

(楼市见习记者 边艺)