黄金万圣酒 黄金贵宾酒 黄金国宾酒

聚焦高端物业论坛

探寻高端物业发展之道



10月18日下午，由本报和新浪乐居主办、星空社区协办的“2010合肥高端物业发展高峰论坛”在天鹅湖大酒店隆重举行。本次活动邀请了中国商业地产专家委员会会员、安徽省商业地产委员会副主任何其琛、合肥学院房地产研究所所长朱德开、易居房地产研究院合肥研究所所长葛百会等专家以及20余位合肥房地产企业代表，他们分别就有关合肥高端物业发展的问题进行了深入的讨论。

本次峰会整体分析了合肥高端物业发展前景，让各房产企业更清晰了解合肥市高端物业发展现状与未来。中国商业地产专家委员会会员、安徽省商业地产委员会副主任何其琛对本次峰会议题的看法和在场的嘉宾做了交流，并全面分析了合肥高端物业发展的问题。易居房地产研究院·合肥研究所所长葛百会则用自己的实践经验来讲述对高端物业发展的认识，并分析了市场规律、政策、营销策略对高端物业发展的影响。

会上，合肥学院房地产研究所所长朱德开认为目前合肥还没有出现真正的豪宅。朱朱德开重点阐述了合肥房地产价格高不高、涨不涨等问题，并指明了高端物业应该发展的方向，认为开发商应该从舒适、便利、低碳、人文这几个方面努力，让自己的产品更上一个档次。论坛上，会场精彩观点不断，掌声不断。各种观点的碰撞与融合，一次次将会场氛围推向高潮。

张明龙 王玮伟 陈亚林/文 王婧莹/图

符合低碳、人文的物业才是精品

合肥学院房地产研究所所长 朱德开



如何看待房价的高低涨跌，到底什么才是它的衡量标准，是均价、GDP、政策……那什么又是豪宅，是超大的面积，还是奢华的装饰，还是优越的地理位置？合肥学院房地产研究所所长朱德开向我们阐述了这样的一个观点，合肥市到目前为止还没有豪宅的出现，最多是高品质的住宅，或者是高端的物业。

“中国有这样一个基本国情，我们在中国的开发过程当中要注意，中国是人多地少的国家，出现豪宅应该不是我们中国发展的方向，以中国现有的土地养活中国现有的人口，我们面临的压力是非常大的。那么在这个时候我觉得我们开发商有一个重要的观点要转移。”同时，朱德开还指出：“只要配制合理，是完全可以达到舒适、便利、低碳、人文，实际上我们的消费者在消费的过程中也要理性一点，中国人有个习惯，喜欢越大越好，实际上那个往往没有什么太大的价值，关键是有没有高品质的。所以说我们造房的时候你的面积达有什么作用，你的开发量大也没有什么太大的作用，关键是你造不出来这种精品，能不能符合舒适、符合低碳、符合人文这个要求。”

合肥高端物业奇缺营销人才

安徽省商业地产委员会副主任 何其琛



关于2010年合肥高端物业发展现状，合肥高端物业发展有三个现象值得大家关注，第一，高端物业从2008年才在合肥出现。第二，高端物业有一个特点是品牌支撑，合肥主要是大品牌才推升高端物业的发展现状。第三，特点是在宏观调控给人非常寒冷的感觉里面，高端物业给我们的感觉是春风。

新一轮的宏观调控尤其有一些限制住房套数，通过综合的调控手段去限制套数的做法，对高端物业的提升没有直接影响。高端物业的销售是市场细分的结果，是产品细分的结果。相比于传统的住宅，以面积来论产品类型的这样一些投资者，或者是住房的消费者，他们对相关的利率，对宏观调控的一些政策措施更敏感。

关于高端物业的消费群体的变化，首先是市场客户结构，再次是品牌的档次定位。对于高端物业，开发企业要一对一地策略分析。在品牌开发的过程当中能够跟不同的客群结合起来，打造成不同品质的高端物业。合肥奇缺高端物业的营销人才，对高端人才的认识还停留在起步阶段，去深圳、上海、北京这样一些一线城市里面去多了解和观察，可以不断充实合肥高端物业人才。大胆地吸收对高端物业有一定研究的人才，复合型的人才他能创造的价值绝对不是简单的培训所能得到的。

高端物业具有不可复制性

易居合肥研究所所长 葛百会



“若能够从众多高端物业中脱颖而出，保障其高端的品质，拥有其特色的文化内涵，这样的豪宅才具备长期价值。”葛百会在高端物业峰会上阐述了他对高端物业不可复制性的观点。同时，葛百会也表示高端物业价值是受当前的政策、供需所影响的。

葛百会说：“高端物业和普通物业最大的不同在于高端物业是不可复制的，它的地段及其稀缺，未来不可能再出现，通常都是在政府旁边，地处于商业核心，作为高端物业的开发商需要一种很从容的心态。对于一个高端物业急于出售并不是高端物业的操作方法，你卖多了那么就会少赚钱，而且少赚的金额将非常巨大，你要卖得慢了高端物业的投入非常大，这对我们的现金回流很不好，所以我们做高端物业最起码的心态，从物业的本身价值出发，有一种从容的心态长期地考虑高端物业如何让它的价值变现。”

早前葛百会在一场论坛中分析道：“合肥房子的供应属于橄榄型的，两头小，中间特别大。而在保证性住房供应和经济适用房的供应是全国做得最差的，所以合肥的房价有一个特点，你要想让它止住也是很容易的，因为它没有高端住房，没有经济适用房，当时我就预测，高端住房会在合肥出现，而且这个高端住房的价格它做得也会比较高，若做得不好就上不去。”

高端物业的高端并不是体现在高房价上面，而是体现在它的品质上面，在合肥高品质的建设，开发企业在做哪些努力和传承？



万科集团陈长永：作为万科来说，更多的是品质，万科在合肥有两个项目，两个项目都是精装修，针对物业这一块，万科今天提出来一个理念就是“更小、更精、更性能”。更小就是户型可能要朝小发展，要响应国家的政策，现在万科有79平方米、89平方米的户型。更精，万科是在精装修这一块，走在行业前面的，万科也有自己将近两千万平方米到三千万平方米这样一个装修面积的经验积累，万科在这一块，应该说已经达到一种相对比较成熟的地步了。在座的各位如果有兴趣的话也可以参观我们的样板房，都可以看到这方面的发展，包括我们在东莞都有自己的建设基地，也是国家承认的第一个住宅厂房的基地。第三更性能，就是这个产品更能面前市场的需要。觉得国家的政策更多的是在调控市场的需求，它在抑制这个需求来平衡市场需求的工业，朱所长也谈到了价格的问题，其实价格不是高和不高的问题，就是市场的供给跟市场匹配的问题，如果作为一个个体，作为一个需求者，能不能买到自己的房子，能不能选择自己需要的房子，这是一个问题，就是说市场能不能供应给我这样的产品。



宋都集团苏骅敏：现在合肥发展的趋势是精装修渐渐成为市场发展的潮流走向，这其实也是一种向高端物业靠拢的契机，关于豪宅的标准，一个是面积大，面积大跟中国的国情也是有相背离。第二个具有不可移动性，好的地段毕竟只有那么多，开发商能做的可能更贴切高端物业这一块的精装修，像万科的精装修做得也是行业代表的一个标杆，这一块其余的开发商如果想向高端物业靠拢的话，一个是增加自己的研发性能，第二个要向高端物业靠拢。现在大家很多时间都是用于工作，或者是忙于事业上面。但是经历过装修的人，他再也不会买毛坯房，因为耗费大量的时间、人力、精力去忙于这个事情，我觉得这是市场发展的一个趋势。

高端物业如何重视低碳和环保？



中国铁建集团孙响云：高端物业有三个部分，第一个是别墅，大部分是高端物业的产品，第二个就是花园洋房，第三个高层建筑，这里面三个不同产品对要求都不一样。中国铁建，可能给大众的印象比较少，中铁今年也提出了一个高端住宅。在做别墅这一块，个人理解第一个位置要有山有水，这是基本的要求。在合肥，别墅的板块和区域比较典型的目前就是天鹅湖和大蜀山这块，买别墅除了改善住宿功能之外，很大的功能是顾客的心理，这个品牌和物业管理更重要，虽然中国铁建在做别墅这一块可能在合肥刚刚起步，但别墅里面物业管理是非常重要的。

中国铁建在低碳环保这一块是结合别墅发展的趋势和形象，别墅的要求越来越高了，包括品牌的要求，应该是非常非常明显。尤其从合肥这几个项目来看，几个比较典型的项目都在讲低碳环保的概念，中国铁建也是做这方面的事情。

合肥最具潜力的高端物业的预测



新加坡花园城柯华远：新加坡花园城经历过一些挫折，但是从目前来看，一个它是得天独厚的地段，地段是非常重要的，依山傍水这是它得天独厚的。现在西高架畅通了，对新加坡花园城这个产业更有好处。

新加坡花园城本来定位完全是高端物业，因为过去都知道，全部是大户型，150平方以上的，200多平方这样的大户型。新加坡花园城其实真的是不着急，像这样高端的需求还是有的。对于高端物业，一个地段，一个高品质，将是今后房地产竞争的一个必不可少的条件。

新加坡花园城虽然有得天独厚的地理位置，但是在最后品质上还要进一步提高，要像万科、中铁这些优质的单位去学习。

高端物业在营销策略上会有何创新？



滨湖投资集团沈劲松：什么叫高端物业，高端是面积吗？是房价吗？是容积率吗？是绿化率吗？是物业管理吗？很难最后给它一个定论。说到我们书香门第，书香门第赢在定位。书香门第是学区房，就是区位，书香门第的区位在滨湖，位置很远，但是书香门第的位置靠近三所学校，这也是区位的优势。

高端定位也存在高端的问题，高端物业是不是将这些所有的都罗列上去，其实不是这样。比如低碳这方面的优势，有的是层高方面的优势，有的它的绿化优势。万科有精装修，绿城主要是人文景观，这个都是滨湖投资集团学习的榜样。

关于营销的手段，其实滨湖投资集团首先在选地的时候，项目怎么定位这是关键的一点，书香门第的房型平均是88平方米，所以市场的冲击也不是很大，也就是根据书香门第户型的定位。现在低碳的产品其实对老百姓的吸引力还是非常大的，房地产开发商肩负着更大的责任是要朝着低碳、绿色发展，滨湖投资集团愿意为此做努力。

搭建平台，推动合肥房产市场健康发展



新浪乐居邢娜：其实此次论坛只是对合肥的市场，从政治、经济、市场等等方面做一个浅析，做一个分析，这次活动，市场星报与新浪乐居特别希望以论坛的形式，并不是说出一个对与错，或者要说出来哪个是正确的解释，而是以这种论坛的方式，以这种很浅显的方式，与大家的这种讨论能够给在座的所有人以及读者，给大家带来一定的启发，让大家有一定的深思，能够通过这种活动来推动合肥市场健康发展。作为媒体，市场星报和新浪乐居有一个共同的目标，我们希望搭建一个平台，不断地寻找话题，邀请各位专家和相关资深的业内人士一起来参与，通过报纸、媒体这两大平台，把大家的想法、看法、声音、以及我们的探索反馈给广大的人民去参与讨论，让活动的意义更加深远。