

金楼市 周刊 Estate

◎最权威的财富地产杂志

编辑部外传

房记的角儿

10月入总社学习,新闻前辈讲了一案例。

一名记者采访某学界一腕儿。几百人的大厅,记者举手提了问题。腕儿不答。

腕儿:我的《×××》你读过没?

记者:没。

腕儿:回家读两遍再来问。

熟悉被采访者,熟知行业所在领域,提出的问题至少不能被对方看轻,至少有益读者——这是记者采访写稿的最基本要求。

可房地产是哪个行业?

每一位房记都是经济学的关注者。国际金融海啸可能影响国内经济走势;从“防通胀”到“保增长”的背后,房市会发生哪些变化;若遵经济周期规律,目前房市处于哪个阶段;按“供求关系”和“价格不偏离价值”的经济理论,时下房市正常否,亦或,有区域因素影响没?

房记也得懂城市规划。唯如此,才知道城市空间趋向,区域发展潜力;才熟谙地铁线路走势解答市民疑问;才明白为何新加坡城市规划

被赞而“摊大饼”模式遭议。

房记要懂建筑学,这样才能看清建筑形态的特点甚或开发商哪一环节减料占了买家便宜;要懂设计,深知不同户型设计的优劣给市民以建议;要懂营销学、管理学、社会学……

中国戏曲里生、旦、净、末、丑分角儿,做房记则百变,给你什么行头,就唱什么戏。

正如《金楼市》房记刘,是卖字小生,对房屋空鼓、渗水等质量瑕疵一目了然,也早是半个验房专家。那厢利率、税率政策刚出,这厢房记费早把怎么贷款买房最省钱算了一笔明账;市民买房遇到扯皮事儿,房记许电话里就能帮人家理个青红皂白。

新加入《金楼市》的九明兄戏言,原来房记是杂家。

某一天选题会前,杂家们的话题扯远了,扯到了民族人性文化。各位忽然饱含深情,从诸子百家议到流行文化……纵论古今,全然刹不住车。

论后回味:原来大家也是文青。

快报记者 杨连双

关注「河西深度救市」系列报道之一

南京大学城市科学研究中心主任张鸿雁、苏鼎房地产研究所所长宋坚细数河西之困:商铺相当于新街口1.5倍,但多数空置;公共设施体量过大、道路过宽,却没有人情味;一批商家看好河西,却迟迟不敢出手……

税率新政令楼市交易量小涨,却还是不足往年1/3;开发商大幅降价刺激买家出手,老业主却闹开了;买卖双方都静候细则,但大部分人士的判断是:一年半载,楼市难见好转。

有识之士开始思考降价、补贴之外的深度救市。

大兴土木修桥筑路?盘活商业配套吸引人气?扩大内需刺激购买?在中国城市社会学专业委员会副会长、南京大学城市科学研究中心主任张鸿雁看来,集就业、生产、居住、消费、娱乐于一体的“区域核”才能带动一个新区的发展,吸引人气。以河西为例,盘活商业则是当下之急。

尴尬现状

商业面积不小却没人气

曾有购房者抱怨,配套人气都不足的新城区,没理由房价畸高,目前也不宜居住。但实际上,河西的商业规划面积早已超过新街口。按照南京市商贸局公布的数据,从营业面积看,河西至少有100万平方米商铺连续上市,相当于新街口的1.5倍。而近年来颇显尴尬的是,包括欧洲城、紫鑫中华广场、中泰国际广场、联强大厦在内的大批底商及沿街商铺、社区商铺、地铁商铺多数处于空置状态。

“目前已不是‘先有鸡还是先有蛋’的问题,而是河西奥体的商业配套门槛

盘活商业 创造就业 深度救市

有些高。”苏鼎房地产研究所所长宋坚分析,河西的教育、医疗、景观等配套相对丰富,家乐福、欧尚等大型超市也已决定入住,街区商业和社区商业的数量很多,但菜场、早餐车、家政、玩具、服饰等小型生活配套却因成本高、盈利难而很难在奥体落脚。而这些才是聚集人气的生活商业氛围。

适合鸟瞰,不适合人看

针对河西现状,张鸿雁坦言,“公共设施体量过大、道路过宽等设计虽然超前,但却不适合生活氛围的营造,让人心理上产生距离感,商业自然难见起色。”

张鸿雁指出,宽敞的道路和商业体量,鸟瞰非常壮

观,但人们生活其中却颇有不便,不利于人们的互动交流。正如纽约曼哈顿以人流密集、商业繁华著称,交流、互动才是较好人居方式。在学术研究上,步行街的宽度最好不宜超过40米,否则实际道路过宽就缺乏“粘滞空间”,不吸引居民生存。现代规划切忌“只见物,不见人”。

而由于大交通等多方面原因,河西板块仍与老城区存在着一定分离。道路建设追求宽阔、商业配套体量庞大等问题,一定程度上会给居民造成一种心理障碍,这些会从心理上、文化上以及行为上造成人们对河西的阻隔。

(下转 B27 版)

本期导读

无锡《金楼市》周年庆 B27 版

断供房能买吗? B28 版

圆桌武士第十回 B32 版

雅居乐花园·上品热销解码系列之二

36万m²大雅居庭,瀚景资源共享

雅居乐花园·上品开盘当日热销5000万

随着南京市政府、中央相继出台房地产“救市”政策利好驱动,刚性购房需求得以逐步释放,南京楼市重拾购房信心。在楼市回暖的大背景下,雅居乐花园·上品开盘当日热销5000万的强劲势头独步南京。是什么原因让“上品”如此热销?除了雅居乐地产的品牌实力外,其优质的产品、丰富的景观资源、良好的口碑更是其热销的根本原因。

口碑缔造热销传奇——豪宅社区,奢雅共享

作为南京不可多得的全功能豪宅社区,雅居乐花园自推出以来,便以无可比拟的优势赢得无数消费者的青睐,在市场上形成了良好的口碑与较大的影响。

一位姓何的女士告诉笔者,“我最喜欢雅居乐的大社区,这里的中央水景湖、绿化广场都非常好,外立面也漂亮。我买的73m²的小户型,大阳台、格局好、功能全,而且位于主城区,周边配套成熟,生活工作都很方便!”



“我是朋友介绍来的,感觉这边的物业管理很不错,热情规范,我买的是141m²的景观房,还买了车位,停车方便,电梯直接进入。”张女士如是说。朴实的话语道破雅居乐花园热销的原因,正是良好的口碑,成就了雅居乐的热销神话。

品质缔造热销传奇——精品住宅,高品质生活

态度决定品质。雅居乐地产成立至今,一直以建设精品建筑为己任,成就高品质生活。湖景楼王“上善若水”组团采融中西智慧人居哲学,承载“水涵万物”的丰厚人文理念,141—270m²湖景豪宅为居住者带来物质与精神的双



重提升,强大的品牌支持、卓越的产品品质,使得“上善若水”组团备受追捧,从而为“上品”组团积累了大量的客户资源。

“上品”的热销更与产品自身优势密不可分。作为雅居乐花园的创新之作,“上品”采撷豪宅与酒店式公寓两大领域的精华,使63—73m²精致空间既拥有国际化社区的豪华资源和完善配套,又享受专属丁酒店式公寓的贴心物业服务。罕见全明双阳台,打造开阔视野深空间格局,创新“N+1”百变空间,提升新春小户型舒适居住感;超五星级入户大堂,让不甘平庸的时尚精英尽享奢华。

乘势出击——流金旺铺全面启动

雅居乐花园继“上品”热销之后,更隆重推出60—800m²临街旺铺,现已全面接受预约。城中核心位置缔造得天独厚优越区位,便利的交通网络汇聚人气鼎盛的流动磁场。

顶级豪宅住区内的万余名高素质的业主及周边大量常住居民铸就强劲的消费力量,相信雅居乐花园临街旺铺将打造强势风云际会!

雅居乐花园·上品 经典户型推荐



【三房两厅 五房两厅】

【三房两厅 五房两厅】

◎53—73m²城中精英小豪宅,限时优惠9.1折

◎143m²限量特价房火爆认购中,总价最高优惠11.8万

◎55—300m²临街旺铺,现全面接受预约

品鉴热线 / 5263 3333

发展商:南京雅居乐房地产开发有限公司
现场地址:南京市秦淮区龙蟠南路33号