Things are different now. I have to protect the one thing that I can't live without. That's you?

成就钢铁盘的N个秘诀

2013年的楼市，依旧面临着一轮轮调控，再加上呼之欲出的房产税，让购房人充满了困惑：什么样的楼盘值得出手呢？什么样的楼盘具有升值潜力？什么样的楼盘不会刚买就降价？

其实，南京楼市中仍然有这样一些楼盘，像电影《钢铁侠3》中的钢铁侠一样无坚不摧，坚硬如故。无论楼市政策如何、市场情况如何，房价依旧坚挺，销售依旧火爆。即使过了5年、10年，依旧有比其他楼盘升值速度快的楼盘。因此，不少业内人士称之为“钢铁盘”。

然而，评价一个楼盘是否是钢铁盘，往往是多种因素重叠的结果，但某种因素可能是主导。“评判钢铁盘需要从品牌、资源、性价比、项目形象等多个因素来判断。当然，拥有越多因素的楼盘越是‘钢铁盘’。这类楼盘往往是市场中最抗跌、领涨的楼盘。”南京房地产开发建设促进会秘书长张辉认为。

文/现代快报记者 周彤

秘诀一：品牌物业

品牌，意味着开发商的口碑，也代表着楼盘以及开发商的形象。因为，一个楼盘从小区规划、建筑设计、施工质量、物业管理到售后服务……每个环节都可以打上品牌的烙印。而开发商的开发理念、设计师的独特构思、工程师的别具匠心、物业管理的精心到位，各方面互动融合起来就构成了品牌。因此，品牌是楼盘品质、购房者信心以及物业品质的三重保障。

由品牌形成的附加值，使得品牌开发商的楼盘能够在楼市遇冷的情况下依旧持续热销。南京林业大学人文社会科学院社会工作系主任孟祥远认为，品牌开发商的楼盘更容易保值增值的主要原因在于：第一，品牌开发商为了维护品牌的美誉度，在产品的创新和配套上会更充分，相对而言，居住的舒适度比较好；第二，就物业服务等方面而言，买房无论是自住还是投资，都需要好的物业服务。自住，物业服务好，居住感受会很好。即使是投资，好的物业服务也会是房子保值增值的重要因素；第三，大品牌开发商的作风相对稳健，在产品定价、市场判断上理性有见解，其产品在质量、户型结构、品质等方面有保障，因此，在区域内大品牌开发商往往是价值标杆。

“以南京市场为例，开发商的品牌大致可以分为三类。”孟祥远表示，第一类是央企，如保利、中海、华润、五矿等。这些企业实力比较雄厚。第二类是经验丰富的开发商，如港企、华南五虎等，代表企业有和记黄埔、新鸿基、恒基、富力、雅居乐、万科等。除了个别企业因为本土化有点问题外，在南京都做得很不错。第三类是南京本土房企。如栖霞建设、银城、高科，都是走精细化、品质化的路线。而朗诗则走了一条科技化路线。

秘诀二：资源独特

不管政策怎么变化，占有独特资源的楼盘，从来都是最抗跌的。而独特的资源包括自然资源、生态资源、城市资源等。

在城市里，山、大片湖泊、大型公园、成片绿地等资源是非常稀缺的，因此，紫金山、老山等山地的高端物业通常比较抗跌。同理，具备湖景、江景的楼盘，也比普通物业具有抗跌性。“比如，城东的朗诗钟山绿郡、保利紫晶山等城东楼盘抗跌性就比较好。而中海·凤凰熙岸一直以来销售也非常好，即使是2011年调控时，因其独特的地段和资源，也一直是同期项目中最为抗跌领涨的。”

同时，依托政府城市规划，重点建设区域、城市副中心等占有诸多城市资源的地段，如河西南部、浦口新城和奥南板块，因为2014年青奥会，是政府重点建设的区域。“目前的房价与主城房价相比，还是比较有竞争力的。但因为城市生活配套日趋成熟，以及日益上升的区位价值，也使得这类区域具备了较为强大的领涨抗跌的特性，未来价格和价值发展的空间也是相当巨大的。”孟祥远表示。

此外，教育资源也是非常稀缺的，傍上学区资源的学区房也是领涨抗跌的典型，名校学区房价格几乎不受房地产市场及政策的影响。

一切为了孩子。在这个理念下，很多购房者纷纷选择教育大盘。甚至为了孩子能上名校，砸锅卖铁买学区房的有之，卖房后买学区房的有之。庞大的购买力，也正是教育地产始终得以受到市场青睐并且抗跌能力强的原因。于是，大盘＋名校成为冷市中的卖点，其抗跌托市的作用也理所当然地成为购房者出手的理由。如金鼎湾今朝天下，尽管价格高、面积大，但拉萨路小学的学区房使其几乎是一推出就抢购一空。金地自在城也是典型案例之一。

秘诀三：创新产品

楼盘销售的本体还是房子，在频繁的调控政策中，不少开发商明白，只有为购房者提供更好的产品，才能避免单纯的价格战。为了创新产品，于是不少开发商在户型上做起了文章。一房变两房、两房变三房、N+1房等手段层出不穷。世茂君望墅、法兰谷、高科荣域等楼盘附赠面积非常巧妙，甚至有楼盘附赠面积达到40%。

然而，也有为了送面积反而弄巧成拙的。以大附赠面积而出名的石林大公园，75平方米户型附15平方米；89平方米户型附25平方米；106平方米户型附28平方米；126平方米附30平方米——附赠面积看上去很美，实则破坏了户型的完整与实用。以75平方米户型为例，在江北、江宁等刚需青睐的区域，75平方米通常做成小两房；但在石林大公园，为了所谓的附赠面积，75平方米的户型只有一房！有不少业主收房后发现，这些附赠的面积很难改造，采光、布局都很麻烦。

秘诀四：地段为王

“在市场情况不好的情况下，购房者有着往市中心聚集的特点。”张辉表示，因此，市中心的楼盘在市场情况不好时，反而更为保值。尽管城市也在发展，但城市战略地位和中心区域的物业价值相比其他区域，肯定是最稳定、最具有升值空间的。毕竟，越靠近市中心，土地资源越稀缺。

但并非所有的市中心楼盘都非常保值、增值。“长发羲和、菲呢克斯等楼盘，虽然位于市中心，但因其价格虚高，而且一栋楼形成不了高端居住氛围，导致产品无法支撑价格，最终结果就是滞销。”孟祥远分析说。

我是砖家

地铁盘，你真的离地铁很近吗？

不久前，记者在网上看到一位购房者吐槽说，当初买房时开发商称是地铁盘，买的时候看地图也没觉得有多远，现在住进去之后发现从自家走到地铁站要花不少时间，有种上当的感觉。于是，记者随机选了几个以地铁为卖点的在售楼盘，凭自己“一腔热血”，挨个从邻近楼盘的地铁站下车开始算起，直到进入楼盘的小区大门为止，用步量的方式，实打实地计算了一下这几家楼盘离地铁站的距离，看看现在所谓的地铁盘到底离地铁有多远。

文/马文煜

亲测楼盘1：紫园

广告语：“特色别墅地铁沿线”
最近地铁站：二号线马群站
实际测算距离：477米
步行时间：6分24秒

记者点评：可以说，紫园离马群地铁站是非常近的，从记者下地铁开始算起，到紫园小区的一号北门，连上下楼梯在内，用了都不到7分钟时间，与销售人员陈述的“三五分钟”基本一致。称之为地铁盘当之无愧。

亲测楼盘2：鸿雁名居

广告语：“新仙林双地铁纯文院”
最近地铁站：二号线马群站
实际测算距离：2586米
步行时间：32分钟

记者点评：这段距离还是有点远的，鸿雁名居一直以双地铁为卖点，但半个小时走下来，记者的腿还是小酸了一会。楼盘附近虽然有一辆177路公交车通往地铁二号线，但班次少，记者在回去的时候，足足等了40分钟才来了一辆。所以记者建议，如果业主将来需要靠地铁出行的话，不妨买辆自行车作为换乘工具，通到仙林中心站的学海路车少，环境好，很适合骑行。记者看了一下表，骑车去仙林中心地铁站的时间大概是8分钟左右。

亲测楼盘3：保利罗兰香谷

广告语：“三线地铁贯连主城区，醇熟生活触手可及”
最近地铁站：二号线经天路站
实际测算距离：2299米
步行时间：29分钟

记者点评：这是记者去的最后一个楼盘，从下地铁开始，走过去花了将近半个小时，悲催的是楼盘与地铁站之间还没有任何公交车。从保利罗兰香谷出来，出租车都没有，记者只能请保安大叔帮忙叫了一辆黑车过来接我。听售楼处小孙讲，等到小区交付之后，会开通到经天路地铁站的班车，方便业主出行。规划中的地铁四号线离小区很近，直线距离只有800米。此外，记者得到小道消息，不久以后会有65辆社区巴士投入到该区域使用，但目前线路还不明确。

后记：现在许多开发商都喜欢称自己的项目是地铁盘，但这其中还是有区别的，多数地铁盘步行到达时间花费较多，这就需要开发商增开社区巴士来弥补。大家在选购房子的时候也要确认清楚，如果离地铁站较远，看看将来是否会有小区巴士？如果有，也要问清楚发车班次、间隔时间、收费标准这些细节问题。