

13 金楼市创刊 周年纪念 特刊

上世纪五六十年代,空调还很鲜见,但一群近乎痴迷的音响器材爱好者,冒着酷暑,在三伏天把玩极易发热、发烫的高保真功放胆机。“发烧友”由此而来,后被推而广之。南京楼市这些年,发烧友的群体规模也在日渐强大。

发烧友既专注狂热,又理性专业。一旦所追随的房企有新项目面市,他们总是最先蜂拥而上;同时对产品细节如数家珍,熟知怎样的户型最舒适又不浪费,买第几层性价比最高,什么样的外立面最耐脏,怎样的园林水系最能持久。大批“发烧友”“骨灰级房虫”就像是楼市的榭寄生,一损俱损,一荣俱荣。

文/现代快报记者 肖文武 王欣



楼市榭寄生 南京楼市发烧友经济学现状调查

人群调查

发烧友大多是投资受益者

孙先生是银城地产的“骨灰级”粉丝。2005年,他以开盘价4000元/平米购得银城西堤国际一套住房。时至今日,银城西堤国际二手房价已经涨到27000元/㎡,尝到甜头的他逐渐成为银城的忠实布道者,数次追随银城的开发足迹。去年,孙先生又在江宁银城千花溪再次出手一套跃层,期许着再过几年又可以有所收益。

天诚不动产研究所副所长吴翔华指出,品牌楼盘可观的增值前景是发烧友们追随特定房企的关键原因,大部分的楼市发烧友,或多或少都曾从楼市投资中获益。要么是楼盘增值让投资者喜不自禁,要么是楼盘的居住环境让购房者继续跟随,要么则是巨大的优惠折扣和诱人的老业主服务笼络了人心。孙先生则是属于其中的第一类。

以首次开盘即出手买房的老业主为例,由于开发商习惯采用“低开高走”的手法,无形之中让最先购房的一批人在日后的房产增值过程中最大程度获益,正因如此,老业主更有可能对楼盘的价值产生认同,从而进化成楼盘真正的“铁杆粉丝”。

除此之外,品牌房企极佳的居住体验也是笼络大批粉丝的重要原因。以朗诗地产为例,自朗诗国际街区通过绿色科技提升居住舒适度以来,朗诗的首批老业主中有不少便成为了科技住宅的忠实粉丝。朗诗国际街区业主张女士表示:“你一定要去过才知道有多舒服,我的亲戚朋友来我们家里体验过之后,现在他们都跟我一样,普通的住宅根本不想买,只愿意考虑科技住宅。”同样,万科的物业、仁恒的品质也是打动客户持续跟随的重要原因。

热度调查

房企分化加剧须提防羊群效应

楼市发烧友的壮大,根基在于品牌房企的壮大。中国房地产研究会副会长、南京市房地产业协会会长胡志刚提出,从上世纪90年代以来,南京几大旗舰企业应运而生,像仁恒、万科、万达、银城、绿城、栖霞建设的出现,南京的品牌房企逐步发展起来。开发商充分认识到品牌的重要性,他们更注重景观、绿化、外立面、户型、设计以及科技含量,也造就了南京最早的一批楼市发烧友。

大浪淘沙,房企20年的博弈和沉淀之后,剩下的都是具备相当强开发实力的优质品牌。胡志刚还表示:“随着城市建设的发展,房地产企业之间不断分化,大品牌房企将越来越大。品牌房企的发烧友队伍也将越来越可观。”

但对于品牌房企发烧友越来越多的现状,吴翔华则表示购房者不应盲目从众跟风。他直言:“发烧友也分真伪,楼市的水军必然存在,彻夜排队抢房的,不见得都是购房者,也可能是开发商请来的‘职业粉丝’,甚至楼市专家队伍里也有水军,有的专家直夸自己买到的房子好,买不到的房就说不好,购房者应该注意甄别。”

谈到对目前开发商的评价,胡志刚表示“开发商应该‘马不扬鞭自奋蹄’,要看到差距,同时要和文化地产、老年地产以及休闲地产结合起来,应该有社会责任,一个小区就是一个小社会。开发商在打造项目自身的时候,也要多从城市发展的角度,譬如多保留南京的古建筑,多造中式地产,符合城市整体的长远规划。”

行业思考

楼市发烧友与房企的共生哲学

生活在浅海珊瑚丛之间海葵和小丑鱼关系很微妙。小丑鱼颜色艳丽易遭鱼群攻击,而海葵触手虽有剧毒,却行动迟缓难以捕获猎物。但两者之前却达成了惊人的默契:小丑鱼为海葵带来食物,而海葵则为小丑鱼提供必要的保护。二者互利共生。

在生物学领域,互利共生的案例并不鲜见,鳄鱼与牙签鸟,白蚁和鞭毛虫,都是彼此共生的经典案例。楼市发烧友与房企的关系也有着异曲同工之妙:发烧友通过口耳传播,为房企提供最具有说服力的口碑宣传,并带来广大亲友成为新客户;房企则对发烧友提供特殊照顾,给予额外的购房优惠、物业费减免甚至其他更直接的奖励,同时也给出更丰富的圈层服务。仁恒置地某负责人曾这样表达仁恒对业主关系维护的重视程度:“与其费尽心力去开拓新客户,不如多花三分功夫维系好老业主资源。”

共生的前提是两者之间有共同的利益基点,双方各取所需。翻阅各大业主社区论坛可发现,不少业主自发为楼盘起了昵称,同时表示出对小区的极度热爱。张女士认为:“小区口碑好,二手房价格才能上得去,所以我们当然希望开发商的房子能好卖,价格能卖得高。”开发商则尽可能为老业主的“忠诚”给出鼓励,去年世茂一位最牛业主,介绍亲友买房达2亿元,最终获赠宝马车等巨额奖励。

然而,也有业内人士提醒购房者,切莫因为“共同利益”而被裹挟。本报就曾在多次深入社区调查采访楼盘负面之时遭遇业主阻拦,理由竟然是:见报后有损社区形象,房子转手时可能贬值。

面对问题,购房者最不应该做的就是伙同开发商粉饰太平,而应该时刻谨记,除了共同利益,开发商对广大业主同时存有一份责任。楼市的发烧友们付出了忠诚和信任,开发商最好的回报方式即是给出最优质的产品和服务。