



缤纷售楼处 情归何处？

长江路神秘楼盘长江会近期终于拿掉其围挡，记者经过的时候发现，一座颇具特色的售楼处映入眼帘：全玻璃幕墙，黑白柱体线条修饰立面，前卫奢华的调性吸引了很多路人驻足（见左图）。其实，南京的特色售楼处不在少数，其中造价昂贵的也有不少。那么，这些价值不菲的特色售楼处由谁来买单，最终归宿又如何呢？

现代快报记者 胡海强/文 夏炜/图

“镇盘之宝”造价高达3个亿

一般而言，售楼处是一个楼盘的“镇盘之宝”，因此，开发商在售楼处的打造方面也会挖空心思，甚至不惜重金。记者了解到，南京很多楼盘的售楼处造价都在数百万之多，花千万级别的也大有人在。据了解，海峡城售楼处造价更是号称3亿元，冠绝整个南京市。

除了重金打造之外，开发商在售楼处的设计上追求标新立异。为此，有些楼盘主打民国风，像宏图上水庭院、中电颐和家园都是民国风格建筑，时代烙印十足；有些楼盘选择古典风格，如紫园、中航樾府、雅居乐长乐渡等，青砖白瓦、拱门流水，古朴典雅；而有些楼盘走现代科技风格，以长江会、苏宁滨江壹号为代表，其中苏宁滨江壹号祥云建筑别具一格，也是河西板块楼盘的一大特色。

其实，售楼处是预售制度的产物。据某国有开发企业市场总监李先生介绍，南京最初的楼盘售楼处多是临街而建的移动板房，“面积一般在几十平方米左右，在内部装修方面也仅仅局限在刷刷涂料，很少营造营销气氛，几个简陋的接待台就构成了销售中心的主体。”而搞了十几年工程建筑的缪先生则表示：“当时售楼处的功能也比较杂，起销售作用的同时，施工人员休息、技术人员办公大都集中于此。”如今，南京楼市发展渐趋成熟，楼盘售楼处也开始追求风格、别具看点了。

高昂成本最终由购房者“买单”

售楼处动辄数百万甚至过亿的建造

成本，最终由谁来买单呢？当这个问题被提出来之后，置业顾问们的回答大多遮遮掩掩、模糊不清，回答“不清楚”的居多。

“其实，售楼处的建设费用以及维护成本，开发商最后都要摊到综合开发成本里去的。”一位知情的业内人士透露，目前有楼盘动辄花几百上千万盖一个售楼处，奢华之风与其鼓吹的“性价比”并不相符，“就连一些只有一两万个平方米的项目，也花好几百万来装修售楼部，但买房人却可能因此每平方米要多付几十元甚至上百元。”在采访中，一些开发商也坦言，售楼处的建设费用作为项目的开发成本，都会摊到房价里去，再豪华的售楼处，最终“买单”的还是购房者；后期改做会所等用途还好，如果是一拆了之的，打入成本比例更高。”上海五建集团工程造价师王女士透露。

未来的售楼处就像“自助餐厅”

在销售过程中，售楼处是楼盘的“门面”，关系到开发商的做事态度、资金实力、生活品位与品质等多方面内涵。好的售楼处不仅可以深度传递楼盘品质，推动楼盘销售，还能够突破办公的范畴，成为一件可供欣赏的艺术品。在谈到售楼处的未来趋势时，很多业内人士均表示，实用将是未来售楼处的的发展方向。南京荣盛地产营销总监唐登洋就表示：“售楼处的风格应紧贴项目自身特点和客群定位，但最终售楼处的设计还应以实用为主。”据他介绍，以前开发商多采用临建的方式，售楼处在楼盘清盘后就拆掉，现在这种情况很少见了，而是将售楼处置

于项目规划中的某一公共建筑，这样就不会因清盘拆除而造成浪费，比较实用。

有业内人士提出了大胆预测，随着房地产的发展，未来的售楼处很可能是一种自助式的，购房者进入售楼处自己拿楼书，了解项目的大概情况，然后看模型、看样板房，进一步了解项目，如正合心意，再与售楼人员具体洽谈有关条款。对于这样的预测，唐登洋笑言这样会增加购房人的时间成本，“如果科技条件允许的话可以一试。”

售楼处归属多有长远规划

目前，很多开发商在建设售楼处之前就已经对其做了长远规划。

一些品牌开发商会把售楼处保留做会所，如绿城玫瑰园、苏宁滨江壹号等，

这些品牌开发商比较注重对业主的服务，对会所都比较重视，这样既节省成本又体现对业主的配套服务。

也有的开发商把售楼处做其日后的办公场所，这种情况多发生在第一次开发房地产项目的开发商身上。因此，售楼处的设计以实用为主，多体现对购房者的服务，注重与整个小区风格的配合，并且不侵害业主的利益。

而目前南京大部分的售楼处在完成销售使命后，摇身一变成为了商业设施。这在很大程度上是由售楼处所在的位置决定的。有很多开发商在建设楼盘时就先建设一栋公建，然后把售楼处设在其中，清盘后直接把售楼处卖掉。“这种形式在桥北比较盛行，一些地理位置相对繁华一点的楼盘基本上都是采用这种形式。”东恒置业一位商业地产人告诉记者。



海峡城售楼处造价号称高达3亿元，其奢华程度从这张内部实景图可见一斑 资料图片

置业汇

世茂九溪墅将造城市体验别墅

11月3日，“首现张家港，封藏暨阳湖”——世茂集团品牌暨张家港项目发布会在张家港暨阳湖畔举行。世茂首度公布项目名称为“世茂·九溪墅”，并公开总体开发规划。根据发布会介绍，这一融合国际性规划、多样性水景与建筑风格、全球性定制生活服务的体验式城市别墅，有望拉动张家港人居水准跨上新台阶。

2013年7月5日，世茂成功取得张家港暨阳湖板块14幅住宅用地，总用地面积达64万平方米，规划总建筑面积约120万平方米。世茂正式成为中国十强房企中第一个进入张家港的领军企业。随后不久，新城、朗诗等企业紧随进入，Top10企业万达也紧锣密鼓筹备进驻张家港。

世茂集团介绍，九溪墅定位为体验式的城市别墅，包括双拼大独栋、双拼类独栋、联排类独栋、叠拼叠墅等，集合了世界各地最著名风格的建筑类型，也给予城市精英客群充裕选择空间。项目所有石材全部是天然石材，而依景建房的建造方式，则将别墅建筑

与自然景观融为一体。在绿化方面，九溪墅社区植物全部采用全冠移植，打造“五重垂直绿化”，业主在花园、屋后、露台、卧室等各个角度都能看到不一样的美景。此外，世茂·九溪墅将打造一公里樱花大道贯穿小区，并将暨阳湖及湿地公园活水引入，在小区内打造出九条景观溪流。九条溪流蜿蜒穿过小区，与暨阳湖相连。九条溪水将之划分为10个小岛，每个小岛建成一个主题庄园。

发布会当天，世茂还宣布将其行业首创的“云服务”落地世茂·九溪墅，通过世茂整合的各类服务资源平台，提升与满足客户宜居生活需求，引领张家港生活方式升级。目前世茂的这一资源已在上海、南京、南通三地落地。

世茂集团副总裁蔡雪梅表示：“世茂今年在长三角布局的一系列‘大美世茂’系列产品值得大家关注，继南京君望墅、上海佘山里、苏州石湖湾之后，张家港九溪墅将是‘大美世茂’系列产品中的又一颗明珠。”（肖文武）

楼盘也过“双十一”

仙林悦城首付六万起，一口价即买即住

随着11月11日的临近，几大电商巨头的双十一大促即将进入高潮，南京一楼盘也喊出了“双十一血拼，楼王一口价全城大促”的口号，以超低首付、楼王一口价等优势挑拨购房者的神经，激起楼市刚需客的双十一抢购风潮。

进入2013年以来，各大板块的价格不断高升，仙林湖板块也不断拍出高价地块，业内人士指出，随着土地市场的持续火热，仙林湖已经从曾经的刚需聚集地升级为改善型置业区域，未来购房者在这里置业购房的成本将会越来越高。

但与仙林湖仅一步之遥的“仙林东”板块，深耕此区域两年多的40万平方米双地铁公园城——仙林悦城却一直在坚守品质的同时，坚持以低首付低总价定位刚需客群，目前仅7200元/平方米的成交均价甚至低于隔壁仙林湖新拍地块的楼面地价，堪称面包比面粉还便宜。对此，仙林悦城的项目经理陆梅表示：“今年我们追随双十一大促节点，在年底之前进一步回馈购房

者，在坚持六万起超低首付的基础上，针对现在主推的部分位于小区核心景观位的房源开展一口价全城大促活动。同时目前我们主要在售是89-115㎡的N+1户型，多送一室轻松享有景观环抱的三房和四房，让购房者一步到位享受品质生活。”

“项目距已开通地铁2号线经天路站仅3分钟车程。”仙林悦城项目工作人员向记者介绍，“我们每天都是乘坐地铁2号线到项目现场上班，4号、15号线开通后，小区业主还可以乘4号、15号线地铁直达南京市中心。该项目也是仙林东多家楼盘中距离地铁最近的品质楼盘，堪称这一区域真正的地铁楼盘。”

据了解，该项目目前配备有社区巴士和门前公交车线路，3分钟时间就能直达目前已开通的地铁2号线经天路站，大约30多分钟可无缝对接新街口；而建设中的地铁4号线和规划中的地铁15号线仙林湖站紧邻社区入口，开通后可以出门乘地铁直达南京市中心。