



扫一扫有惊喜
互动热线:
84783461

“单女”潮来临，酒店式公寓销售能走出困境吗？



向来销售困难的酒店式公寓似乎有望迎来春天。

最新的一份国家民政局数据显示，中国单身男女人数已近2亿，主动选择单身的“单女”明显增多，中国第四次单身潮正在到来。安居客房产研究中心近期在全国范围内的一项调查显示，目前54.2%的单身女性都有婚前购房意向。

酒店式公寓，单身群体虽被其视为重要客群，然而其在南京市场却常常销售不畅，随着“单女潮”的到来，酒店式公寓的销售能走出困境吗？

现代快报记者 赵雪 马文煜



CFP供图

“单女”购买酒店式公寓意向不高

根据安居客房产研究中心近期的一份调查数据显示，12%的单身女性已在婚前购置了房产，54.2%有婚前购房打算。而在购房意向的调查中，大多数单身女性倾向于选择购买小户型住宅性质的房屋，而选择酒店式公寓的只占到7.2%。而在已购房者中，这一比例也只有9.5%。

记者随后在南京一家大型上市公司也做了一项统计，有

婚前购房打算的单身女性，已经占到了被调查样本的5成以上。然而将酒店式公寓作为首选的，只占到其中20%，绝大部分还是倾向于购买普通住宅性质的房屋，而这其中，大多数人的选择是主城区二手房。

记者之后又在南京另一家国有企业已购房过的单身女性中做了走访，95%以上被访对象都选择了购买主城范围

内小户型的二手房，酒店式公寓几乎不被考虑。上个月在城南某老小区购买了一套小户型二手房的叶小姐告诉记者，自己是外地人，之前一直在单位附近租房，后来觉得与其每个月交房租，还不如付个首付，贷款买套房。“婚前买套房可以为自己找个栖身之所，婚后也可以给父母住，或者卖掉租掉当作投资。”叶小姐告诉记者。

调查数据

销售现状

实际“单女”买家占比多不足1成

那么在新房市场中，“单女潮”之下，酒店式公寓的销售有所改观吗？

河西升龙汇金中心营销负责人告诉记者，虽然酒店式公寓的主要需求人群是单身女性，但目前购买他们项目的客群里，以自住为目的的单身女性只有不到10%，其他大部分都还是以家庭为单位的投资客居多。

记者随后也咨询了包括城北复地新都国际、城南紫荆国际公寓、河西的涵碧楼等多家

在售的酒店式公寓产品，其销售负责人均告诉记者，在他们的客群中，单身女性购房者也是屈指可数，平均只有5%~10%。城中一家酒店式公寓从2010年开盘，至今整体去化率才刚过7成。而已交付部分，大多都已顺利出租或托管给了第三方作为酒店客房在使用。

南京工业大学天诚不动产研究中心副所长吴翔华对此表示，单身女性在婚前购置房产，主要会考虑两点：一是是否能满足自己暂时性的居住需求，

另一方面就是所购买的房产，今后是否有保值增值的空间。而南京的酒店式公寓产品的投资回报大部分来源于租金收益。而这部分租金收益，和其他普通住宅带来的房价上涨收益相比，非常低，今后如果转手的话，也会面临高昂的税费。对于只有婚前短时期居住需求的单身女性来说，酒店式公寓虽然在租、住市场很有吸引力，但如果买的话，就没有普通住宅所具备的性价比了，所以出现了需求热，但购买冷的局面。

租赁现状

租客中未婚女性占比却多超7成

虽然在购买端，酒店式公寓产品遭受了单身女性购房者的冷落，然而记者实地走访了目前一些已交付的酒店式公寓和长租公寓，发现其实大部分住户都还是单身女性。

在丹凤街一带的木马公寓，小区旁边一家中介负责人告诉记者，木马公寓都是40年产权的酒店式公寓，自2008年交付以来，由于其偏年轻化时尚化的风格定位，目前7成以上的业主，都是未婚的单身女性，但很多都是租住者。一位目前租住在木马公寓的女住

户告诉记者，之所以选择这里，除了交通区位优势外，这里的物业类型和装修风格，都很适合自己，小区里很多邻居也都是和她一样的未婚女性。随后记者也调查了南京贝客公寓等多家长租式公寓发现，其入住者70%~80%以上，的确都是年轻的单身白领女性。

“单身女性对于住房的需求比较特殊，注重安全性、私密性，且要交通方便，更重要的是，风格定位要年轻化、时尚化。酒店式公寓，自然是现在单身女白领过渡居住的首

选”，南京一家从事酒店式公寓物业管理的负责人告诉记者。

外地来宁工作的女生小李的想法颇具代表意义，“酒店式公寓物业费很高，水电费也是商用的，而且户型大多很不实用，厨房是开放式的，阳台也没有，衣服都没地方晾，而且户型也不是南北通透的。所以如果租房的话，我可以考虑酒店式公寓，但买的话，从长远来看，还是买一套实用普通的住宅为好，毕竟不能真像偶像剧里那样过日子”。

想让孩子自己动手做实验吗？

来“吉姆的工场”吧，报名免费哦！

比萨斜塔为什么历经千年不倒？世界上会有一个怎么戳都不破的水袋吗？一只小气球是怎么长了两只耳朵的？看到这里，你是否感到自己的知识很匮乏？

12月27日下午两点钟，来江宁旭辉·九著吧，这里的“吉姆的工场”将会为你们一一揭开神秘现象的谜底，在这个专属小朋友的“魔幻家庭实验室”里，还有很多的科学谜底等着去被揭开，家长们，行动起来吧。

在国内，许多父母在指导孩子学习时常犯的一个错误就是重课本、轻实验，重课堂、轻实践，孩子们把学习看成是一种负担，这种错误很可能会导致孩子的高分低能，父母们如何尽量避免这样的结果呢？你们知道让自己的孩子怎么去学习吗？你们有没有看见过孩子自己动手获得成功脸上那种喜悦呢？你们尝试过寓教于乐的教育方法吗？带着你的孩子，来“吉姆的工场”体验吧，通过简单有趣的科学实验，培养孩子的动手操作能力，同时让孩子了解身边有趣的科学知识。

“吉姆的工场”是什么？它是一个3-12岁孩子自己的科学实验室，让孩子们通过简单有趣的科学实验，了解身边有趣的科学知识，培养儿童的思维能力、数理能力、观察能力、解决问题能力、创造能力和情绪能力。这种鼓励孩子自己动手做实验，亲身参加实践的教育方法，也是一些思想超前的家长们所推崇的育儿观念，让孩子玩中学、学中玩，把玩当成是一种学习的方法，把学习当作是玩耍的过程，自己去揭开神秘现象的科学谜底，快来报名吧！

活动内容

傲娇的小气球、比萨斜塔、戳不破的水袋、神奇的小药瓶、单向网筛、长耳朵的小气球、全员制作简易投石车

报名信息

活动对象：快报读者家庭
活动时间：2015年12月27日 14:00-16:30
活动地点：旭辉·九著售楼处（江宁竹山路与科宁路交界处）
咨询热线：84783687 96060

高科荣境“桂山堂” 251-320m²精装科技大宅献映全城

12月19日，高科荣境全新顶级组团“桂山堂”——山上的家族大宅，全城盛装公开。桂山堂，融高科置业13年深耕本土经验，集荣境8年光阴淬炼而成。建筑面积251-320平米精装科技大平层，为一城尊贵名门而来，更为家族传世而作。目前大城东极其缺少大平层的产品形态，桂山堂的出现，及时填补了城东对大平层的置业需求。

基于对居住的理解和思考，桂山堂势将重新定义南京大平层价值标杆！从地段来说，桂山堂位处中心尊贵之处，三地铁便利，超级万达一街之隔，金中学区一墙之隔，更拥有三大商圈等配套，以集大成之姿，聚合生活的价值。又坐隐山林，与45万方仙林湖咫尺相依，得天独厚的人居价值值得拥有。

源自对生活品质的高度坚持，荣境将居住和科技相结合，让智慧家成为现实。同步全球九大科技系统，通过PM2.5防霾除尘系统、全屋净水



项目样板间实景图

软水系统、24小时新风置换系统、防辐射百叶遮阳系统、节能外窗隔热系统、隔音降噪系统、地暖制热系统、中央空调系统、智能家居控制系统，缔造一个呵护人体健康的智能型住宅，为家族生活带来无微不至的人性化关怀。

除了给建筑穿上智能衣，桂山堂还携手来自世界一线的知名精装品牌：德国当代、汉斯格雅、唯宝、艾丽秀、博世、嘉格纳、利勃海尔、柏丽、铂浪高、海福乐，以及瑞士劳芬、三菱重工、美国康丽根、美国百朗、YKK等，颠覆市场的标准。一席光阴馈赠的礼物，敬献望族名门，礼献最好的南京。（杨晔）

河西南鲁能公馆营销中心暨样板示范区倾城公开

12月20日，央企巨擘鲁能地产南京封面作品——鲁能公馆，营销中心暨样板示范区倾城公开。这一河西南罕见的科技精装臻品在全城瞩目和期待中，撩起了神秘的面纱。

鲁能公馆拔地于河西南，坐拥秦淮河畔绝版生态资源。打造秦淮河畔9万m²内外双公园，铸就河西南国际级滨河生态休闲生活区；以美国WELL认证标准和中国绿色建筑三星认证标准御领城市健康高端人居新时代，自亮相以来备受关注。

鲁能公馆建筑面积约78—138m²，规划最大约140m超宽楼距，逾55%社区绿化率。从选址到设计，每个细节都精心考量，无论是外墙的石材铺陈，居住空间的规划，还是精装品牌的甄选，都近乎完美。建筑面积约78—138m²全系臻品户型，张弛

有度的空间，全屋100项人性化精装细节，引用12大科技系统，8大智能家居，成就河西南科技健康豪宅。

据悉，鲁能公馆在项目营造之初就特别注重社区公共空间的雕琢，努力让人在其中可以放松心情，也让居住者之间的交流更加和谐。从轴线景观布局到组团景观设置，再到景观表现，错落有致，细腻出众。

鲁能集团——世界500强第7位国家电网公司全资子公司。以全国性布局，多元化发展为经营战略，十余载拼搏进取，以实力缔造业界传奇。鲁能地产，“中国十大地产品牌”，以生态、健康、运动和娱乐四大维度，共同打造休闲生活方式。2015年，鲁能地产带着责任央企的使命挥师金陵，以能者之姿创造“绿色、智慧、宜居”品质生活范本——鲁能公馆。（费婕）