

《三湘都市报》2014湖湘地产年度风云榜评选启动

地产群英荟萃榜单,笑谈“新常态”

2014年,渐行渐远,当全国楼市普遍认为这是一个低年时,无可否认的是,这也是难能可贵的洗牌年。如果说眼下房企在“过冬”,那后市的春天将以怎样的面貌出现,谁也不能轻易断言。

可以肯定的是,好的产品总是会有市场需求。所以,当以全国各地知名的地产品牌进驻长沙、本土品牌在细分市场谋得一席之地时,我们需要记录一些大浪退潮后,真正游得漂亮的企业和个人,通过他们,去感知一个行业在城市深耕的艰难与快乐。

念想着长沙往年直奔两千万平方米的成交量,2014年末的这一期三湘楼市周刊,将展现这一年地产人的整体事业和生活。2014湖湘地产年度风云榜评选已经启动,离开了往年“价量齐升”的温床,他们的奋斗,他们的痛饮,将为即将到来的一年带来新启示。

■记者 刘婧

长沙龙湖房地产开发有限公司
营销总监 黄新:



2014年1月-10月,长沙新建商品房定价经历了“2字头起”、“一口价”、“价格封顶”等多种“以价换量”式促销,但从产品成本来看,时至11月,楼市房价已经没有下行的空间了。

销量的市场数据一目了然,“金三”不暖,“金九银十”成色不足,以价换量、开放限购等政策都没有为市场争取理想的成绩。10月后,随着“认贷不认房”、降息通道的开放,包括龙湖在内的部分品牌开发商11月后的销售业绩逐步攀升,成为先“走”起来的一批人。今年长沙龙湖单盘销售任务是8亿元,11月底我们已经率先完成了目标,12月创造了单周7000万的逆势佳绩,因此,我们对2015年还是充满信心。

新华都地产长沙公司
营销负责人李政军:



长沙商品房市场1月-9月月均成交在70万㎡,然而,这一局面在10月出现扭转,冷清的楼市逐渐回暖,10月单月长沙新建住宅成交12185套,成交面积137.84万㎡,环比上涨41.7%,11月持续高量成交,楼市已经进入复苏阶段。

我们项目所在的雨花区武广新城片区跟长沙大势走势一致,在1月-8月的市场进行深度调整之后,9月开始迎来成交量的复苏,相信在政策利好及片区建设规划的前景下,未来片区的销售走势长期看好。

下半年密集出台的各项政策也提升了购房者的信心,对长沙的置业需求起到了释放作用,并一定程度上有积极去化库存的效果,这点体现在近3个月长沙整体房地产市场出现量价升温。而发展商只有不断优化产品,满足客户持续增长的需求才能在瞬息万变的市场取得双赢。

中铁置业长沙公司副总经理 赵坚:



我认为,房地产市场在今天看来已经不再是全国一盘棋的状态,最应该注意的是,不能任由市场盲目发展。虽然最终是让市场机制发挥作用,但面对我国房地产市场日益分化的局面,行业集中度将愈发明显,中小企业在严峻的市场情况下,面临着被整合甚至是淘汰的命运。因此,政府非常有必要加强对房地产市

场细分需求的研究,有效引导区域市场供需平衡以及结构平衡。

2015年的经济发展具有很多的不确定性,但随着经济进入新常态,房地产调控思路也更清晰,市场将会更加稳定。对于长沙市场而言,2015年上半年将延续2014年末去库存、以价换量的市场状态,各个房企也会加快去存量的步伐。房地产新常态下的投资增速预期会进一步下降,房地产市场将持续调整,房价会继续进行合理回归。

湖南珠江实业投资有限公司营销总监 李苍玄:



历年岁末年初,都是各大猎头公司“挖角”的好时机,尽管在房地产行业跳槽并不鲜见,但今年给我印象尤其深。长沙各大房企高管离职潮比往年来的凶猛,而且这种现象几乎贯穿全年。

与这一现象对应的是2014年艰难的营销环境。离开了2013整整一年的

“价量齐升”,今年长沙新房市场的库存压力更为突出,而各家制定的销售任务无不是挟泰山以超北海,地产经理人多半都扛着“无法完成的任务”,而房地产营销高管的离职,与资本市场的变化直接相关。

截至日前,珠江实业完成了78个亿的销售额,并在这一年坚挺着北城住宅的价格标杆。不过,在长沙做房地产的成本几乎透明,珠江郦城坚挺价格,确实也是因为没有多少松动的余地。

长沙澳海澜庭项目营销总监 赵海光:



2014年成交量相对于2013年下降较多,下半年国家和地方新政策出台后,10-11月开发商普遍消化库存情况良好。澳海澜庭所在的金星北板块一直处于相对热销的状态,整体去化情况良好,我们项目多次进入长沙楼市排行前十,单盘销售超过2013年40%。

作为一名地产人,我们

最应保障的就是项目的资金运转,积极应对市场的变化,在新的市场环境下调整营销政策,不冒进,合理的调整开发进度,保证项目的正常运转。

2015年在国家经济承压较大,整体经济运行朝着通缩方向运转的前提下,政策将不会对房地产市场进行大的打压,而是保证房地产市场健康、合理、有序的发展。在保持现有政策的前提下,我相信2015年长沙市场将会整体保持平稳向上发展的态势。

世茂·铂翠湾营销经理 袁桥:



往年各个项目的定价是开发商依据自身经营情况来的,2014年明显感觉不同的是,所有开发商的定价变得更为谨慎,且更加迎合买方市场。在各大新区板块中,滨江新城的价格一直维

稳,总体性价比较高。尽管大环境的销售量有所下滑,但滨江新城下滑幅度不大。

就今年下半年密集出台的几项政策看来,930新政的效果立竿见影,尔后出台的公积金新政、央行降息对于买卖双方都可谓成交催化剂。从世茂·铂翠湾10-11月的销售业绩可见一斑,这两月的销售额比9月增加3倍。



现场嘉宾与入驻品牌商家代表合影。

5家一线品牌入驻渔人码头

长沙滨江新城渔人码头滨水商业专题招商暨签约仪式12月17日在渔人码头营销中心召开。士林夜市、湘爵士餐饮等5家一线品牌商家正式入驻渔人码头,为渔人码头——湖南首个滨水情景商业起航助力。

目前渔人码头已有西湖楼秀餐厅、法国古特拜餐厅、融晨行豪车会等50余家国际顶级和全国一线品牌进驻,正如长沙渔人码头置业有限公司总经理吴云明所言:让社会各界人士在长沙渔人码头都能找到适合自己的体验式消费,找到属于自己的湘江盛宴。

长沙渔人码头是滨江新城最美的人文封面,坐拥湘江,23幢欧式独立单体建筑和江景独栋建筑,西式教堂、塔楼、屋顶平台、尖顶、钟楼等建筑元

素有有机地融合,打造出一种具有海洋文明特色的建筑轮廓线,让游客从视觉体验中感受现代海洋文明与湖湘文化的交会。

一个商业项目运作成功的前提是:是否用专业运营公司统一运营管理。长沙渔人码头自持物业70%以上,并构建了专业的商业运营公司,保证项目运营管理。

会上,吴云明总经理从项目的立项规划、商业业态、商业规模、配套服务和专业团队等方面,对长沙渔人码头项目进行剖析。吴云明称,渔人码头将运用科学运作的商业体系,通过一流的商业运营管理,为各位业主和商家保驾护航,把长沙渔人码头倾力打造成湖南7000万人民的城市会客厅。 ■记者 桂思雨

“明日朗朗”琴童选拔赛启幕

12月12日,步步高·新天地代言人、国际钢琴大师朗朗为爱而来,为步步高·新天地杯——“明日朗朗·未来之爱”琴童选拔赛揭幕。选拔赛将持续至明年5月,最终冠军得主将有机会与朗朗同台演出。

“回家的感觉。”相比9月刚代言步步高·新天地,再次来长,与步步高为爱牵手的朗朗来说,真的就和回家一样,很亲切。

忙碌的空中飞人生活中,“梦想”和“关爱”这两个关键词,成为朗朗未来五年内音乐之外的工作重点。“明日朗朗·未来之爱”全民琴童选拔赛活动正是步步高·新天地秉承郎

朗公益精神,致力于寻找有音乐天赋的孩童,让音乐的公益走入更多人身边。

此次琴童选拔赛将分阶段、分场次在各地步步高·新天地项目举行,选拔赛冠军届时将有机会与朗朗同台演出。

■记者 桂思雨



朗朗在琴童选拔赛宣传板上签名。

雅居乐350亿元落子湖南三地

12月15日,雅居乐地产受多重利好刺激股价单日涨幅11.1%,美银美林、里昂证券、星展唯高等评级机构上调雅居乐目标价格。而就在13日下午,500余人见证了雅居乐地产自2013年正式进驻华中板块以来的首次品牌公开亮相,“雅居自然,乐享生活”雅居乐地产品牌发布会在长沙举办。

雅居乐集团营销中心品牌总监苏新宇在品牌发布会上表示,湖南省委、省政府提出实现由旅游大省向旅游强

省跨越的目标,给了深耕全国22年、专注旅游地产的雅居乐入驻湖湘的绝佳机会。

此次发布会上灰汤雅居乐·依云小镇、长沙雅居乐花园、郴州雅居乐·望仙生态小镇齐亮相,三大项目总投资约350亿元,同时宣告雅居乐·依云小镇一期开始筹,现有温泉入户别墅、商铺3万元抵10万元,高层、公寓5千元抵3万元等优惠。12月26日,营销中心与实体展示区将伴随长韶娄高速通车同步开放。 ■记者 桂思雨