瞰城事·读楼市

楼盘优质属性成为营销关键点

开发企业开始关注从“造房子”到“造生活”

时下,置业者所选择产品的优质属性成为楼市营销的关键点,随着近两年城市中心区域以及城区周边多个楼盘产品的相继推出,人们的目光开始更加成熟地聚焦于项目的关键点,置业者已不再是简单地看楼盘产品的优势与亮点,而是更加注重住区的未来价值。更多有远见的开发企业也开始关注从“造房子”到“造生活”的转变。



据了解,置业者的购房需求已全面进入“产品+服务”双驱动时代,户型不再是置业者唯一的考量,社区服务的品质与持续性被摆在了同等重要的位置。置业者的目光正从营销中心的实景体验转向入住五年、十年后社区依然保有的那份体面、温度以及价值潜力。

置业者张艳表示,住区的景观环境正在从销售阶段的视觉道具,回归为未来业主每天面对的生活场景,同时,业主会所也将成为未来业主享受生活、开展日常活动的场所,如果说景观是住区的底色,那么业主会所就是检验社区生活浓度的试纸。过去几年,不少会所“售楼时惊艳、交付后落灰”:恒温泳池在冬季失去了温度,上千平方米的健身房沦为摆设,业主专属空间悄悄变成商贩云集的市场。所以楼盘营销中推介亮点的真正挑战,从来不在建造,而是在运营。

首次置业者常常是在有限预算里做“能不能住”的取舍,而改善性置业面对的是“住后十几年每天都要重复的生活”,改善性购房决策重心已经从“能不能升值”转为“以后住得舒不舒服”。选房看样板间时,人们往往会被激情左右,忽略对入住后细节的观察。有改善性需求的置业者张大鸿表示,尽管自己已经不是首次置业,但在准备选择改善性产品之际,心里便开始“躁动”,涌起那种就要换新房子的激情,本来想到很多选房时需要关注的细节,尤其是担心住进去多年以后出现问题,但是到了楼盘营销中心,逛了住区的景观环境后,事先做的功课已经忘了大半,进到样板间,对细节的关注已经被眼前的气派冲得一干二净,只想着这房子要是住进来该有多好。

入住不到一年的业主韩宇直言,选择一处住区,越来越像是在选择一种被长期照料的生活方式。景观决定了每天推窗时的心情,会所决定了邻里之间能否从点头之交变成围坐一桌的熟人,而入住后日复一日的维护,则在无声中为一个家庭最重要的资产标定未来的刻度。当“好服务”从加分项变成必选项,住区的长期价值,终究取决于那些愿意为日常细节持续投入的人。

住区的景观价值不在于交付那一刻的惊艳,而在于四季流转中始终有人修剪、有人养护、有人在意。这些看似琐碎的日常动作,恰恰划出了景观从“好看”走向“耐看”的分水岭。业主会所的价值终究不由建筑面积定义,而由推门进去有多少熟悉的面孔定义。当行业从“有什么”转向“用什么”,一个运营良好的社区交流空间,远比一个常年关闭的豪华会所更能撑起居住的“面子”。

有品牌物业负责人表示,置业者最终选择的,不是交付那一天的新,而是十年后依然不必为外墙空鼓、电梯停运、车库昏暗而烦心的确定性。住区维护的“里子”在于那些“看不见”的地方,这最为重要,也是住区可持续发展的关键。入住之后的每一次维护,都是在为住区“长效保鲜”,为住区的未来定价,为住区未来价值提升打下根基。

始终以“物业服务微利可持续发展”为理念的本市立扬物业公司总经理王勇认为,好房子是硬件,好物业是软件,而好服务是维系空间长久品质的保障,让“好房子”不在时间中老化成“老房子”,关键在于管理服务的可持续性,以及不断丰富住区内容的创新能力,通过延伸增值服务,使物业从“管理者”转向“生活服务集成商”。

文/摄 记者 杨维东

从整装定制到设计驱动 家电家装进入融合发展模式

随着楼盘新品的呈现,很多置业者在选房后快速进入家装准备阶段,如何享受居住生活的舒适成为关注点,家装设计正从氛围感向实用性转移。从楼盘到家装再到家电、软装,一场由楼市引发的产业变革正在更新迭代。日前,由天津格力牵头,邀请多家装饰企业的设计师共同参与的家电家装融合,共赢市场发展交流沙龙举行。这是家电品牌与家装行业在天津举办的首次极具专业性的互动交流活动,通过相互间对市场需求以及未来趋势的深入研讨,开启了资源共享、优势互补、渠道共赢的良好开端。

据了解,本次“天津格力首届装饰公司设计师渠道共赢会”由天津格力销售公司主办,格力一级代理商、天津市东鑫乐悦商贸有限公司协办。旨在搭建家电厂商、装饰公司与设计师之间的高效对接平台。作为家电行业知名品牌,天津格力首次面向装饰公司及设计师群体进行互动交流,标志着格力电器在深耕家装设计渠道、推动家电与家居设计深度融合方面迈出重要一步。

天津格力销售公司负责人崔金磊表示,当前家电消费正加速向“整装、定制、设计驱动”方向转型,也使得家电品牌与装饰设计行业的协同发展愈加紧密。居家装饰关系着居住生活的品质提升,特别是近年来改善性置业需求强劲,更多的置业者在选择了改善性居住产品后第一时间便会关注未来“新家”的装饰设计,他们会提前规划布局,考虑家电产品在居家生活中的合理安置。为此,格力电器已从空调这一优势品类加速向全品类生活电器延伸,其中涵盖了居家生活中必备的吸油烟机、燃气灶、热水器、冰箱、洗衣机等,实现了全品类覆盖,并将持续为消费者提供高品质、智能化的家居电器整体解决方案。

天津市家居装饰材料协会会长吴洋表示,家电品牌与装饰设计行业的强强联合,顺应了家装消费升级和“设计+家电”一体化的市场趋势。长期以来,“好空调,格力造”深入人心,如今,对于整装设计师而言,格力全品类矩阵能够一站式满足全屋家电配置需求,为设计方案的落地提供更完整、更可靠的产品支撑,这也成为行业的一大亮点。活动交流中,天津格力家用营销中心总监张长伟介绍了格力全品类产品,天津格力商用营销中心的李哲介绍了格力中央空调6年免费包修政策。天津市东鑫乐悦商贸有限公司总经理陈东阳表达了服务好消费者、实现设计师渠道共赢的决心。

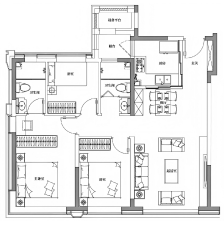


记者 杨维东 图片由企业提供

市区楼盘推荐

约103平方米洋房

中式园林低密纯洋房,全明通透三居设计,IMAX级全景视野,LDKB无界社交,主卧套房独立卫浴,玄关与生活阳台让空间井然有序。户型建筑面积区间约62至137平方米,规划设计7层洋房,不仅拥有海河优美景致,更是崇尚生活品质与价值的人们对临河而居理想的呈现。



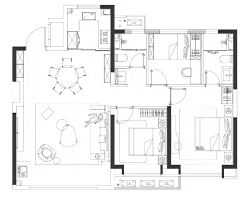
约108平方米三居室

海派全洋房四代宅作品,全首层架空设计,将社区整体抬高约5.5米。悬浮基座+立体花园双重空间,聚合漫步街区、架空平台、全龄社交空间、下沉庭院、业主会所等多元复合场景。架空层泛会所以“悬浮聚场”为理念,将健身、阅读、亲子、社交等功能融于一体,引发了社群情感与生活方式的场景共鸣。



约118平方米三居室

户型设计方正舒适,动线布局实用性强,主卧套房设计更具高端品质感与时尚感。宽敞明亮的客厅、餐厅、厨房相融合,让居家生活有了更多的温馨。该户型非常契合改善性需求,既有生活的品质呈现,又让心情得以舒缓沉静,融入肌理的功能美学,诠释了居住向内追寻、从容丰盈的生活哲学。



约134平方米三居室

户型入户处设置独立门厅及玄关厅,仪式感与收纳兼备。约7.3米阔绰方厅,客厅、餐厅双功能一体,约10.5米跑道阳台,270度环幕采光主卧,配备精致衣帽间,U形明厨,可拓展为中西双厨设计,演绎品质生活,挑空、设备平台、飘窗等特色空间,让生活自在舒展。



本版户型图由企业提供

喜欢以上户型的意向置业者可以报名参与鉴赏活动,本版相关活动报名咨询电话 13612081010 (微信同号)