

新春楼市不打烊 蛰伏蓄势小阳春

文/潘家睿 李梦阳

2023年沪上新春楼市精彩依旧,有超过40个新盘售楼处不打烊,即使是年夜和初一依旧开门迎客,据上海中原地产数据显示,1月21-27日上海新建商品住宅成交1734平方米,春节假期有13个项目有签约记录。从产品分布来看比较均衡,从刚需到改善需求房源都有,首次改善产品大约占一半;从空间分布来看,五个新城成为主力,如青浦徐泾、赵巷、宝山顾村、嘉定马陆等。

新春置业季 浓情不打烊

春节期间,实力央企领衔拉开了楼市不打烊的大幕。以招商蛇口上海公司为例,在1月21日-1月31日期间推出“玉兔迎春新春置业季 甄选招商”活动,上海、太仓、乌镇、平湖4城11盘联动,推出新春优惠四重礼,浓情不打烊活动,其中近百套特价房,最高优惠9折起,最高10万置业补贴,成交可享3年物业费、万元车位券、万元家电大礼包等成交认购礼。

无独有偶,另一家实力央企保利发展打造的百万方滨水公园TOD项目——保利光合上城,在1月21日-1月27日推出“年在光合 大展萌宠”新春不打烊活动,通过打卡新春集结会,结合沪上最大春节萌宠快闪、露营基地定制围炉茶肆、“好事花生”新春花市、“兔个吉利”红兔打卡等一系列活动为沪上新春楼市增添靓丽色彩。

事实上,从2022年新盘销售业绩排行,到土拍市场业绩,都印证了两大房企春节楼市不打烊的实力与决心。据统计,在去年上海企业拿地权益金额榜单中,招商蛇口、保利发展两大房企名列前茅。可以看出,两家央企持续选择重仓上海的雄心与能力,2023年楼市业绩表现仍将颇具看点。

五个新城春节楼市蛮闹猛

在春节不打烊名单中,五个新城诸多项目可谓格外拼。其中松江新城、泗泾、佘山、车墩等板块,有近10个楼盘不打烊。嘉定新城也不甘示弱,安亭、菊园、南翔等区域,春节期间开门迎客,丝毫不放松。

笔者发现,位于松江新城的中骏·璟荟,作为二期续销项目,春节期间每天都有市民来售楼处看房,并达成房源意向签约。提及春节仍不打烊,现场工作人员表示,春节长假也是部分市民选房的好档口,一些没有外出计划的购房者可以利用长假悠悠看房选房,以家庭为单位看房成为新春楼市的一道风景线。“我们假期就接待了不少前期看过房的客户,趁长辈来沪过年,带来再次看房”。

同样位于松江新城的首创禧瑞云庭也是二期续销中,“目前100平方米的户型只剩下3层和4层;115平方米的户型仅有2层可选”,首创禧瑞云庭售楼处工作人员说到。“尽管过节期间与节后由于大部分人返乡过年,看房客流较之前有所较少。但春节期间每天仍有6-8组客人看房。值得一提的是,一些外出来印象城逛街吃饭的市民会顺道过来看看房,商圈带动效应也颇为显著”。

业内人士表示,2022年五个新城是供应大户,预计2023年仍将迎来充沛供应,在此背景下,即使面对的客群更多是新上海人,

但五个新城板块仍想趁着春节期间拼一把。

春节淡季蛰伏 蓄势小阳春

有监测数据显示,今年春节期间,上海在售的产品以顺销为主,均为节前取得的预售许可证,楼盘整体到访量表现一般,项目促销以新春折扣优惠、特价房源等政策为主,市场表现相对冷静。

从个案成交上来看,表现相对较好的项目为闵行华漕板块的西郊庄园和奉贤金汇板块的禹洲天境铂悦,分别签约443平方米和230平方米。整体来看,春节假期上海有签约的项目,均是年前开盘“抢收”或者顺销的项目,有些零星未签约的房源拖延到假期办理相关手续。

据上海中原地产市场分析师卢文曦表示,总体来看,上海春节假期楼市成交遇冷,供应方面,和以往惯例相同,没有产品入市。一方面,随着楼市采用集中供应方式,入市节奏和以往发生变化,前期入市的项目已经消化所剩无几,没有抢收的项目也不急于假期入市。另一方面,去年12月中旬推出的第八批集中供应房源在抓紧入市,有一波抢收行情,产品上也以刚需和首次改善为主,符合市场需求热点,提前释放需求。

从以往惯例来看,春节后市场会酝酿小阳春行情,供应会陆续增多。预计2月份或将有新房源入市。眼下的交易空档期也可以用来积蓄消费力,预计今年的小阳春行情会来得更早一些。



精装房时代,收纳需求升级

近两年,各地住房管理局和城市住建局都推出了全装修新规,旨在整顿“精装房乱象”,在此背景下,研究透客户需求,做好适配,推出客户满意的精装房,前置营销端销售定制套餐,增加项目多维度增值成为要点。其中,“收纳系统”需求上升,升级定制收纳体系或将成为破局之道。

拎包入住是趋势 收纳需求上升

克而瑞研究中心针对精装房细节展开的客户调研发现,65%的客户接受精装,但他们对精装程度的倾向大不相同。其中,24%的客户偏爱省心省力买上家居就可拎包入住的精装修,19%的客户喜欢后期个性化装修更便捷的简装,还有13%客户喜欢各功能间分别报价的装修加载包定制项目。值得注意的是,有35%的客户选择毛坯房,近年精装交付频频踩雷,因而倾向毛坯交付。

总体来看,“拎包入住”是大势所趋,客户内心是渴望省事省力省成本的精装房。据克而瑞产品力研究中心透露,在对精装模块分析时发现,装修质量遥遥领先。质量是一切功能的基础,只有质量过关,其他功能的优势才能得以发挥。质量过硬不仅仅给予客户极大的安全感,也让后续居住体验得到保障。

在质量保障的底层逻辑得以满足时,购房者首先关注的就是储物空间的规划。如何收纳,是生活中最常被提及生活难题。家庭收纳的科学性,不仅是为了让存储空间变大,容纳更多东西;更是为了帮助客户找回生活的掌控感。收纳的合理分区本质上就是生活的合理规划,把繁琐的家务化整为零,把同类的物品化零为整,就近收纳。

50岁+人群对知名品牌更信赖

作为精装修的重要组成部分,科学系统的室内收纳是品质生活的体现。新房刚入住的时候往往都是干净整洁的,但随着入住时间的拉长,各种物品越积越多,如果收纳空间不足,便不得不摆放在外面,不仅压缩了居家活动空间,更是容易使人心烦躁。好的收纳布局在提升室内空间的利用率、提升居住舒适的方面重要性毋庸置疑。

人性化设计最能打动购房者。近期调研中,克而瑞研究中心发现半数以上的购房者将人性化设计排在室内收纳关注项目的首位,整体关注度高达82%;而对材质、组装质量、色系风格的关注度相近,均为六成左右;购房者对收纳产品的品牌则没有那么重视,高达58%的人将其排在收纳关注项目的末位。

不同年龄关注的收纳重点存在差异化。30-40岁青年人已有足够的生活阅历,注重收纳空间的实用性,对人性化设计、材质和组装质量较其

他年龄段人群更为关注;25岁以下的年轻人是看重颜值的一代,希望收纳空间色系与风格的组合能凸显更多个性与魅力;50岁以上中老年人性格更趋保守,不再追求新奇与个性,而是对知名品牌报以更高信赖度。

七成受访者关心厨房收纳

根据调研,近七成受访客户普遍最关心厨房收纳,紧随其后的两个重点区域是卧室和玄关,关注客户占比分别为47%和44%。此外,也有超过三分之一的客户非常重视卫浴空间收纳,而对于阳台、餐厅、书房和客厅收纳,客户关注度偏低。

主卧作为家中最重要的私密空间,承载了人们对舒适生活的终极需求。为了通过调整卧室环境提升睡眠质量,当下“减法空间”理念得到追捧,床头柜、飘窗等分散式收纳无形中增加了整理难度,客户普遍希望舍弃,而对于独立衣帽间的期待不断上升。从调研数据中也能看出,主卧衣帽间是购房者最愿意扩容投资的功能间,27%的客户希望拥有主卧衣帽间或将现有衣帽间扩容。而此时主卫的关注度为15%,客户表现出愿意为了主卧衣帽间让渡部分主卫面积的倾向。

此外,榻榻米和墨菲床主要受小户型购房者青睐,50-70平购房者最爱通过隐形收纳增大室内空间。从不同面积段购房者的选择看,50-70平面积段的购房者对榻榻米和墨菲床的接受度最高,分别为82%和73%,其他面积段对这两个产品的接受度偏低。

客厅收纳成新潮流

随着社交线上化,聚会外移化的社会发展,越来越多的家庭,客厅不再会有会客的需求,甚至看电视的需求也在弱化,客厅承载更多的就是家庭活动空间,对孩子来说,客厅是游戏房、阅读区,对大人来说客厅是休闲区、办公区、健身区,除此之外,客厅收纳已经成为了一种潮流趋势,所以客厅空间可以尽可能的最大化。

从数据可看出,对整墙收纳最偏好的是90-110平方米户型人群。其中,对于面宽不够的小户型,他们对客厅收纳也表示出了偏好。最小面宽小于3.3米以下的客群对客厅背景墙收纳的偏好降至最低,而大面宽客厅,尤其是4.2米左右最受客厅整墙收纳,甚至大到横厅结构,表示可以接受两面整墙收纳。此外,90平方米以下户型不偏好整墙收纳主要是受制于面宽,收纳会加大户型压抑感,而非不喜欢这样的收纳方式;140平方米以上则是在家庭收纳充分的情况下,不需要整墙收纳,但是值得注意的是,他们对客厅部分收纳柜的偏好强烈。



图片来源/视觉中国