2014 洛阳春季精品房博会

高端地产之路在何方

不以人为本 怎么可能打磨出好产品

业内人士表示，高端楼市面临激烈竞争，开发商唯有以人为核心、以产品为根，才能闯出一片天

□记者 霍媛媛

在2014洛阳春季精品房博会上，一批中高端地产项目集体亮相，吸引了众多人的眼球。洛阳的房地产市场同样如此。一方面，包括龙门一号、建业·桂园、君河湾·君澜、钓鱼台一号院等楼盘在内的多个高端地产项目，今年势必将形成竞相争艳的格局；另一方面，洛阳·正商城等项目也正蓄势待发……

洛阳高端地产市场不断崛起，随之而来的是日益激烈的市场竞争。在这种背景下，高端地产的突围之路该如何走呢？一起来听听业内人士的经验之谈。

第一步 以人为核心

“洛阳房地产市场仍以刚需为主，但随着购房者对生活品质要求的不断提高，改善型居住需求越来越凸显出来。既然是居住的需求，那居住者就是核心，因此，对于高端地产来说，以人为核心，提高产品和景观品质、完善社区的物业服务，深化社区的文化建设，使居住者能充分感受到高品质的居住环境和高水平的生活体验才是最重要的。”君河湾项目营销经理栗国亮表示，这也是未来高端地产发展的必经之路。

对此，河南正商置业有限公司项目总监万彬也给出了相似的答案。他说，高端地产行业的发展趋势一定是以人为主角的，因此，在产品的其他基础条件满足的前提下，物业服务将会扮演越来越重要的角色。

“洛阳的高端购房者确实具有比较强的购买实力。不过，想要打动他们，得通过房子提供给他们一种全新的，他们正在追求，或迫切需要的一种生活方式。”河南天地辉煌置业有限公司副总经理潘毅兵说，现代人都向往自然，喜欢真山真水，有过一两次置业经验的改善型购房者更是如此。所以一批自然环境优越，能让他们带来度假感受的小区才会应运而生、广受追捧。说白了，就是因为做到了以人为核心，这些楼盘才能受欢迎。

第二步 找准需求点

东方今典·观澜销售经理郝彩凤说，洛河边的楼盘虽然不少，但临近洛浦湿地公园的楼盘，空气含氧量高、湿度适中，才最适合居住，最接近购房者对河岸生活方式的需求点。而我们的项目就位于这一区间。这也是它能得到市场认可的基础。

洛阳中富房地产开发有限公司营销部经理张倩表示，现代人生活节奏快，高端购房者更是如此，因此他们对于装修这件事感到非常头疼。“钓鱼台一号院为了满足他们的这一需求，按高标准，对楼盘进行了风格不一的精装修，方便他们拎包入住，很受欢迎。”

“建业老客户购买其开发的新产品的比例挺大的，这主要是因为产品的口碑比较好，而好口碑，很大程度上来源于它的好物业。”建业住宅集团洛阳置业有限公司营销部经理郭郑斌表示，建业小区的物业满足的不仅是业主的日常生活需求，还有他们的精神生活需求及潜在需求。

“大家都知道加州1885项目的园林景观很出色，物业服务的优势在业主入住之后也将体现出来，其实这两方面是我们开发项目之初，就根据中高端客户的具体需求选择好的着力点。”加州1885项目营销总监郝振源告诉记者，项目最后被认可，也印证了这条路行得通。

第三步 打磨好产品

“找准了需求点，才能开始发力。发力的意思，其实就是通过几个方面，打磨好产品。产品是‘根’，也是高端地产项目取得成功最关键的地方。”郝振源说，加州1885项目的园林景观最终形成了特色、优势，就是开发商不断打磨的结果。

他同时表示，目前，洛阳楼市中高端市场的压力不小，竞争加剧。对于大多数开发商而言，品牌正在建立当中。还无法有效地转化为购买力，因此，面临竞争，想要在中高端市场占据一席之地，必须在找准这部分购房者需求点的基础上，做好产品，让产品自己“说话”。

的确，对于购买高端住宅的购房者而言，如果开发公司缺乏品牌效应、产品本身又没有打磨好，凭什么让购房者掏钱呢？

对此，栗国亮也表示，真正的高端地产项目都是经过潜心打磨，能够主导居住潮流和改变城市人居版图的建筑经典。“目前，在洛阳房地产市场上，高端地产逐渐崛起，竞争日益激烈，现阶段观望者居多。房企路在何方？其实实践已经证明，只要产品品质够好，随着时间流逝，居住者就能够产生良好的居住感受，品牌实力也将不断深化，获得强大的市场竞争力也就指日可待了。”