

穗深城际开通 沿线房价未明显躁动

12月15日,可以随时扫码进站乘车的穗莞深城际已正式通车。城际的开通,把广州、东莞、深圳三城的脉络串联了起来。新塘南站作为TOD东部交通枢纽凭着“十轨”加持,再次引来瞩目。城际带来了交通区位优势、市民出行方式、生活观念的改变,对楼市的最直接带动便是客源群体得到拓宽。不过广东中原地产项目部总经理黄韬直言,轨道交通对区域价值和地产有带动提升作用,但从现时的经济环境来看,交通配套难以单方面刺激楼价,城际开通对楼价有支撑作用,却未必能显著地提振。

■新快报记者 何璐诗

新塘板块受益大 但房价波动不明显

据克而瑞数据统计,广州今年1-11月年十大热门板块中,增城新塘板块的成交面积和套数排名第一,共成交商品住宅7675套,成交面积达815106m²。

广州克而瑞首席分析师肖文晓表示,新塘板块一直以来都是广州刚需东部外溢的承接地,城轨开通之后,从广州东站到新塘南的车程只需要不到半个小时,时间可以节省一半。当然,相对地铁这样更亲民的公共交通而言,城轨的票价也要高的多,而且只能满足点对点的交通需求,所以对楼市的利好不会像地铁那么直接,但是对新塘在大湾区的区位价值提升还是很有帮助的。

新塘板块目前一手项目选择较多,碧桂园凤凰城云顶、香江天赋、品秀星图

和合生湖山国际等项目,主力户型均为三房至五房。碧桂园凤凰城云顶售价较高,价格30000元/m²起,合生湖山国际门槛较低,均价约21000元/m²。黄韬表示,现时出现的利好,比起涨价,开发商选择走量更为明智。

新塘东莞房价差距不大 穗莞双城生活并不现实

随着城际的到来,支付力不足的首次置业人群和老龄化人群会主动郊区化。不过,“上午到广州上班,晚上回东莞吃濑粉”的穗莞双城生活,可能因票价而却步,每天乘坐城际往返于穗莞两城之间,可以说不太现实。

城际跟地铁之间最直接的差距,体现在票价上。城际从东莞各站到广州东,票价为38元-67元。以最便宜的38元票价为例,每天花在通勤上的支出就要

76元。一个月按20个工作日计算,起码在交通上要花费1520元。

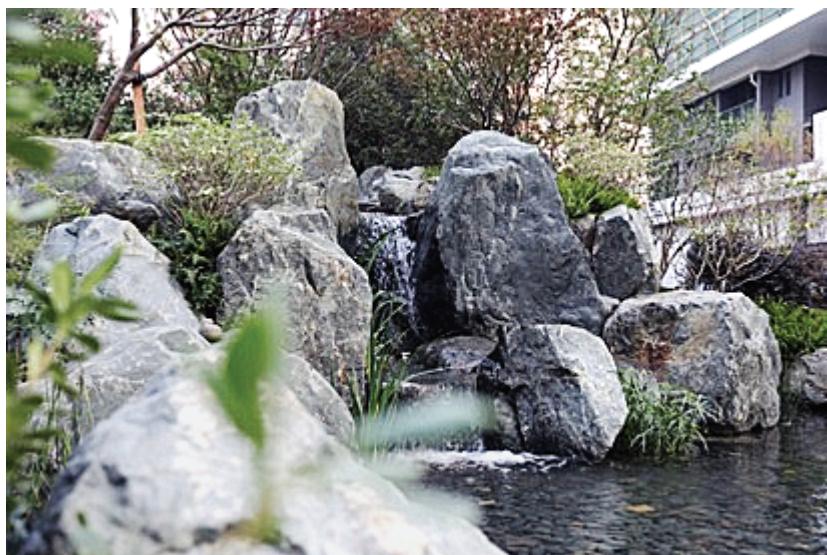
穗莞双城日常往返令交通成本大增,而东莞的楼价与新塘相比,门槛也不是特别低。肖文晓指出,从楼市的角度而言,未来新塘板块和东莞、深圳的关系更加密切,而作为广州东部的TOD枢纽重地,拥有不限购优势的新塘也会因此吸引更多的深圳客、东莞客的关注,未来到此投资置业的可能性会增大。不过,从新塘和邻居的东莞的房价来看,新塘目前的均价在2万元左右,从1万多元到2万多元的单位都有,而最邻近新塘的东莞中堂、望牛墩的均价也要1.6万-1.8万元/平方米,价差并不明显,并且东莞市中心的房价比新塘还要高,所以在广州的上班族去东莞买房的可能性是不大的。

供小于求 东莞房价稳中略升

承载三地3600万人(广州1490万、深圳1300多万、东莞840万)的穗莞深城际将改变三地人的出行方式和生活方式。“周末回广州买东西,叹个茶,不用提前买票,说走就走的感觉还挺爽。”家在广州但长驻在东莞工作周先生,往日觉得东莞配套有点不便,不知道未来的提升空间,一直犹豫要不要在该区域买房。

肖文晓向记者表示,“像中堂站、望牛墩站等所在的水乡新城片区,新房均价基本在1.7万-1.8万元/平方米,而虎门站、厚街站等所在的滨海片区房价则在2.1万-2.3万元/平方米,而东莞全市的去化周期也只有9.3个月,从供求比来看今年还是供小于求的。”相比于今年广州新塘板块由于楼盘竞争激烈降价促销不断,今年以来东莞楼市还是比较稳定的,甚至是稳中略升的。

天河公园 新盘臻林 对外开放



新快报讯 天河区近日迎来高端新品,天河公园板块的“臻林”日前正式对外开放。臻林两栋分别为27层和高达118米的37层楼体,以113-142m²的三房至四房单位为主,同时有少量的74-86m²两房单位,货量为222户。

项目请来了极负盛名的日本枯山水代表人物——枡野俊明打造项目禅庭。枡野俊明曾受邀在海内外打造的多个禅庭,曾经耗时8年打造的寒川神社神岳山。在臻林的禅

庭设计中,枡野俊明通过5个主要的设计布景,融入枯山水园林如“简素”、“自然”、“静寂”等美学元素。在禅庭打造阶段,枡野俊明近十次往返广州与横滨,亲自指导现场原石的摆放与绿植的栽种。而禅庭是由日本皇室历代指定的造庭单位、非物质文化遗产施工团队——植藤造园进行施工打造。

空间格局的设计上,项目请来了曾主笔设计多个高端项目的室内设计顾问Desmond陆剑麟。

Desmond从居家动线及会客、休憩等居家需求出发,在屋内实现的感官与舒适的平衡。例如,设计师在起居室的设计上将空调入风口、灯管都设置在人通常不会停留的走廊上,而在客厅和饭厅等具备长时间使用功能的空间则保证了层高的运用。此外,在客餐厅的位置更使用了三重天花设计,从视觉延伸、往上延伸等多角度逐层退台,实现空间感的强化。

(何璐诗)

土巴兔 20亿元资源提速装企转型互联网

新快报讯 “未来一年,我们将用价值20亿元的资源来增强装修企业的服务能力提升生态合作伙伴的品牌价值。”土巴兔联合创始人Kevin在2019·第五届土巴兔生态大会上揭晓了“天梯扶持计划”。他表示,此次土巴兔投入价值20亿元的资源,将全部用于扶持入驻平台的装修企业,以帮助装企平稳走上“触网”转型之路。

85后、90后逐渐成为后装修市场的主力,该人群的消费需求

更追求个性化和定制化,对品质和效率有着更高的要求,这些都是装修企业面临的一大挑战。此次土巴兔推出的“20亿天梯扶持计划”,主要基于生态链端装企的快速发展,特别是在AI人工智能、大数据、消费用户等外部和内部因素的变化,将自身的技术创新和平台强大的大数据等资源,全面扶持、提升装修企业的服务能力,同时通过流量、广告、内容、社区等资源,多维度提

升装修企业的品牌价值,多维度扶持政策的落地实施,以使装企的软硬实力都得以大幅提升,弥补装企短板。

据了解,土巴兔将平台装企细分为品牌、别墅、局装、公装、整装和综合等6大类,让用户需求和装企能力快速配对,使装企运营更精细、营销差异化。同时启动线上运营,将商户赋能与潜力激活并用,通过培训赋能、运营赋能和标准流程化赋能提升装企的能力。

(何璐诗)

微博房产兴趣用户 同比增长率超35%

新快报讯 在共享和跨界经济时代下,房企正谋求多方合作以拓展业务版图,走上转型升级之路。在日前的“2019微博房产影响力峰会”上,多名“大V”便以专业的行业知识,不一样的观察视角,解锁房产行业营销新思路。

新浪区域发展事业部总经理李烽表示,越来越多的房地产企业开始了对未来的重新布局,企业逐步向文化、体育、健康等产业扩展,并把内向型的经营思路逐步过渡到内外兼修,房产行业格局的再次洗牌或许已经来临。数据显示,微博用户30岁以下占比为81%,即“90后”用户已成为主流。目前微博房产头部用户实现小幅增长,机构由16个增加到23个,越来越多房产大V进入机构,有利于房产内容生产效率提升。此外,截至目前微博平台上房产兴趣用户超过5000万,同比增长率超过35%。对于未来经济发展与社会消费的变化,新生代财经作家、湃动力影响力CEO沈帅波表示,由于区域经济结构的变化,后商业地产时代已经到来,消费者对品牌和价格更敏感,因此企业要把握这两点,寻找新生代消费力量。(何璐诗)

金可儿携手长隆推限量款床垫

新快报讯 动物明星IP与床垫之间可以有什么“化学作用”?有品牌便想到,以长颈鹿的形象,唤起人们对于自己颈椎乃至脊椎健康的关注。国际床具品牌KINGKOIL美国金可儿日前携手长隆集团,推出了两大品牌联名限量款床垫,打造出新品“动物世界”及金可儿成长系列“动物宝贝”、“欢乐宝贝”等多款床垫。新品“动物世界(联名限量款)”是定制款高端床垫。

床垫设计采用现代简约的一体式结构,独立袋装弹簧系统搭配丰满而紧凑的舒适垫层,面料采用高档阻燃亲肤针织提花面料,床垫边缘支撑采用金可儿专利的双M护边技术,有效防护边缘,延长床垫使用寿命。“动物宝贝”床垫超柔呼吸孔海绵配合专利GPSS成长型弹簧系统,能在提供有力支撑的同时帮助儿童舒缓身体压力。婴儿款床垫“欢乐宝贝”采用BPSS呵护型弹簧系统以NS承托技术为核心,有力支撑,使婴儿的脊椎在逐步成型的过程中保持自然中直。

(何璐诗)