



《晋江经济报》
官方微信公众号

楼市聚焦

晋江置业流行新趋势 “一碗汤的距离”受热捧

“我是独生子女,父母年纪大了。所以在同个小区买了两套房子,方便以后互相照顾。”市民林先生刚在晋江晋东某项目买了两套房子。

和林先生一样,记者走访市场发现,当下,晋江注重“一碗汤的距离”的置业者正越来越多。父母子女、兄弟姐妹在同一小区里买多套房,“分居不分家”的情况越来越普遍。

“这种买房新趋势,也为房企在打造多元化产品方面提供了新的机遇。”地产业内人士表示,目前,已经有不少晋江开发商在做这方面的尝试。



“分居不分家”置业流行新趋势

什么是“一碗汤的距离”?这是日本学者在20世纪70年代提出的理念。

所谓“一碗汤的距离”是指子女的住处和老人的住处离得不太远,即“煲好一碗汤给老人送去还不凉”;这样既有自己的世界,又能方便照顾长辈,其实反过来讲,老人也可以帮着照顾孩子,一定程度上为子女减轻了压力,子女更能腾出时间和精力去打拼事业。

林先生买了两套房子,一套110平方米和一套190平方米。“小套是给父母住的,大套是我们自己住。”林先生介绍,目前,他的父母住在晋江青阳,而他住在陈埭,不方便彼此照顾。“买两套房子,就是要解决照顾老人家的问题。老人家不习惯和我们住在同一套房,所以买两套,住在同个小区,可以解决很多生活中的问题。”

“年轻人有自己的生活习惯,而老人家也有自己的生活作息。如果住在一起,可能会有很多不便。”市民蔡女士说,所以,她就在同个小区,给父母买了一套房子。虽然两套房子不在同一栋楼,但都住在同个小区,走路也就四五分钟的路程。“很方便,身边的很多朋友,特别是年轻人,特别能接受这样的置业理念。”

除了和父母同买在一个小区外,记者走访发现,兄弟姐妹在同一社区里买多套房“分居不分家”的情况也越来越普遍。“和我哥买在同个小区,是为了方便互相照顾。”市民李小姐说,她和哥哥平时工作比较忙,两个家庭有三个孩子,就读同个小学。“两家人住在同个小区,孩子上下学可以一起接送,少了很多麻烦,也省下不少时间。”

为实施积极应对人口老龄化国家战略,加强新时代老龄工作,提升广大老年人的获得感、幸福感、安全感,此前,《中共中央 国务院关于加强新时代老龄工作的意见》(以下简称《意见》)发布。

《意见》提出,研究制定住房等支持政策,完善阶梯电价、水价、气价政策,鼓励成年子女与老人一起接送,少了很多麻烦,也省下不少时间。

数据显示,当前,晋江人口老

产品多元化布局 迎来新机遇

龄化快速发展。截至2022年底,晋江60周岁以上老年人口20.29万,占全市总人口的16.2%,人口老龄化呈现出基数大、增速快、高龄化特点。

“现在,不少开发商开始尝试,推出的产品已经考虑到了父母同住的问题。”晋江晋东新区某项目的销售负责人介绍,比如,目前,市场主流的“四叶草”户型,也叫“小四居”,客厅和厨房在中间,四个卧室位列在四个角。尤其是

四房以上产品,这个户型被运用得特别多。

“现在,不少高端的项目,除了大户型的产品外,也会有100平方米左右户型的小房子。”晋江高铁新区某项目的销售负责人表示,这样的大小户型的配比,针对的是准备和父母住同个小区的客

户。

“这种置业的新趋势,也为开发商产品多元化布局,提供了新的机遇。”多位业界人士表示。

建议:优先选择大社区

那么,如果年轻人和父母要买在同个小区保持“一碗汤的距离”,要注意哪些细节问题?对此,业内人士建议——

首先是地段的选择,性价比高且拥有发展空间的城市优先选

择,其次是要考虑空气、环境等

状况,适宜老年人休闲养生。“同住一个小区的话,就要选择大一点的社区。”业内人士建

议,大的小区产品户型比较丰

富,选择空间大,也较符合多种需求。

此外,要选择交通便利的小区,方便年轻人上下班及接送小

孩子;周边配套完善,特别是距

离菜市场和公园近,方便老人买

菜及平时的休闲运动。

聚焦“3·15”

购买新房遇纠纷该如何处理?

今年3月15日是第42个“3·15国际消费者权益日”,今年的消费维权年主题为“激发消费活力”。

买房对于老百姓来说是人生中的大事,近年来,因此产生的纠纷逐渐增多。数据显示,2023年,全国消费者有关房屋及建材类的投诉达到31351件,占总投诉量的2.36%。

那么,购买新房,常见的纠纷有哪些?碰到这些纠纷,购房者又该如何处理?就此,本报特别采访了福建一脉律师事务所律师李耿佳,为购房者支招——



纠纷一 ► 开发商延迟交房

据了解,关于房屋交付时间及交付条件一般在《商品房买卖合同》第八条中予以约定,而逾期交房违约责任一般在《商品房买卖合同》第九条中予以约定。如果开发商未能在合同约定的期限内交房,购房者可以依据该合同第九条主张出卖人逾期交房的违约责任。

“碰到这样的问题,购房者首先要确认开发商逾期交付房屋的时间。”李耿佳建议,根据《商品房买卖合同》约定,在一定期限内,买受人仅可以向开发商主张合同约定的逾期交房违约金;超过一定期限后,买受人有权解除合同。买受人解除合同的,开发商应当退还买受人支付的购房款并支付违约金;买受人要求继续履行合同的,合同继续履行,开发商应当承担合同约定的逾期交房违约金。

纠纷二 ► 房屋质量问题

房屋质量问题历来是房产消费投诉的热点,特别是近年来精装房的交付质量屡受诟病,开发商宣传可以“拎包入住”的精装房,成了不少消费者的“精装房”。部分房企为了获取更高利润,维持高周转模式,建造过程中偷工减料、忽视房屋质量,导致外墙脱落、房屋渗水、劣质精装、墙体裂缝等各种问题层出不穷。

“如果遇到这样的问题,在交房时,购房者可以向开发商反映,并要求他们给出答复。在协商过程中,业主也可以要求开发商出具整改方案、整改时间表等,确保问题能够得到妥善解决。”李耿佳建议,其次,可以申请专业评估。如果对房屋质量问题的判定存在争议,业主可以申请专业机构进行评估,给出专业的分析意见和建议。

最后,如果双方无法达成共识,就只能寻求法律救助。业主可以向法院提起诉讼,要求开发商根据合同进行整改,并提出合理的赔偿,需要注意的是,要提供充分的证据。

纠纷三 ► “赠送面积”是真送吗?

一些开发商在宣传楼盘项目时,喜欢用“赠送面积”来吸引买房人。而对于购房者来说,“赠送面积”也总是充满着诱惑,多赠送一平方米,房子的单价就会低一些;如果能赠送十几平方米,则能省下不少钱。

“‘赠送面积’这种噱头是开发商提升销量的常用手段,购买房屋不仅要注意销售广告和宣传资料,更要注意《商品房买卖合同》内容及所附的房屋结构图,是否有关于赠送面积的相关约定及标注。此外,购房人还要警惕开发商所谓的‘赠送面积’一般不会像产权面积一样写进合同,更不会写进不动产权证。”李耿佳介绍。

根据《最高人民法院关于审理商

品房买卖合同纠纷案件适用法律若干问题的解释》(2020修正)第三条规定:“商品房的销售广告和宣传资料为要约邀请,但是出卖人就商品房开发规划范围内的房屋及相关设施所作的说明和允诺具体确定,并对商品房买卖合同的订立以及房屋价格的确定有重大影响的,构成要约。该说明和允诺即使未载入商品房买卖合同,亦应当为合同内容,当事人违反的,应当承担违约责任。”

“开发商所谓的‘赠送面积’往往不会像产权面积一样进行明确具体的约定,隐含着一定的法律风险,故购房者对此应权衡利弊,理性谨慎看待‘赠送面积’,避免相关纠纷发生。”李耿佳介绍。

纠纷四 ► 未按合同约定办理产权证

取得产权证是购房者购房的重要凭证,如果该房子长期无法取得产权证,势必会对购房者未来出售房屋、办理过户等问题有重要影响。

李耿佳介绍,开发商除了负有依约将商品房交付购房者的义务外,还应当在约定的期限内,将办理权属登记需由出卖人提供的资料报产权登记机关备案,即开发商有义务协助购房者办理房屋的产权登记。实践中,如果开发商未履行此项义务,则会导致购房者购买的商品房无法办理产权登记,无法取得不动产权证书。

“即使双方在合同中未明确约定购房者主张解除合同的期限,购房者依然可以依据相关法律法规的规定,协助购房者办理房屋的产权登记。”李耿佳介绍。

资讯

最高法明确 优先保障购房群众权益

本报讯 日前,最高人民法院院长张军在十四届全国人大二次会议上作工作报告,强调了商品房已售难交付纠纷债权受偿顺序的重要性。

报告指出,最高法出台司法解释,明确商品房已售难交付纠纷债权受偿顺序,优先保障购房群众权益。这是为了更好地保护购房者的权益,避免因房屋交付问题引发的纠纷。

同时,最高法发出1号司法建议,推动健全合同网签备案与预告登记衔接机制、加强商品房预售资金监管、强化预售信息查询和购房风险提示,以促进做实保交楼、防纠纷。这一系列的措施,旨在规范房地产市场,保护消费者权益,维护市场秩序。

此次最高法的工作报告,再次强调了法律对于保护购房者权益的重视,也体现了政府对于房地产市场的严格监管。

国贸地产泉州双子 价值发布会举行

本报讯 3月10日,“湾海相逢 世界泉州”国贸地产泉州双子价值发布会举行。

据了解,国贸地产是国贸控股集团核心成员企业。作为一家拥有37年房地产开发经验的房企,始终坚持与城市共创美好,不断革新人居体验,以改变推动城市前行。此次发布会不仅传达了国贸地产深耕泉州的决心与魄力,更为泉州带来了一场关于城市高端生活、人居价值的盛会。

凭借前瞻性的战略眼光、精准把握市场的能力,国贸地产在2023年接连落子泉州市区热门区域——丰泽城东板块和鲤城江南新区。在城东的国贸天琴樾是泉州市区首次推出的改善型住宅楼盘,最高限价破3.7万元/平方米,直接刷新泉州新房价天花板。而国贸江南璟上作为2023年江南唯一出让地块,有18家房企摇号,限价1.7万元/平方米也刷新片区最高限价。两幅地块均竞价触顶摇号出让,刷新限价,可见地块含金量和市场预期。

国贸地产首进泉州,带来“天琴”“上”两大高质产品系,代表着品牌在泉州持续深耕的决心与魄力,也代表着全国化战略布局迈上新台阶。

龙湖集团： 去年合同销售1734.9亿元

本报讯 日前,龙湖集团发布2023年未经审核的运营数据。全年,该集团地产开发业务累计实现合同销售额1734.9亿元,合同销售面积1079.6万平方米。同期,该集团经营性收入约265.3亿元(含税),同比增长6%左右,创造历史新高,其中运营约138.8亿元(含税),服务收入约119.3亿元(含税)。

截至2023年底,龙湖在全国22个城市入围当地市场前十,在14个城市位居前五,在7个城市进入前三。分区域来看,长三角区域实现合同销售额500.7亿元;环渤海区域实现合同销售额377.7亿元;西部地区实现合同销售额492.5亿元;华南区域实现合同销售额205.4亿元,在泉州位居市场前三,福州、莆田位居市场前十;华中区域实现合同销售额158.6亿元。

数据显示,2023年,龙湖向约14万户业主交付了新房,其中20%项目实现提前1个月以上交付,整体满意度超过90%。

面对新的机遇与挑战,龙湖集团表示,将继续秉持“长期主义”,聚焦高能级城市,提升产品和服务质量,创新发展模式,推进高质量发展,赋能美好生活。

中海地产： 前两月合同物业销售 约189.95亿元

本报讯 日前,中国海外发展有限公司(简称“中海地产”)发布2024年2月份物业销售和土地收购更新情况。2月单月,中海地产连同其附属公司、合营公司和联营公司(统称“中国海外系列公司”)实现合约物业销售金额约84.91亿元,同比下降69.0%;相应的已售楼面面积约为42.66万平方米,同比下降71.4%。

整体来看,今年1—2月,中国海外系列公司累计实现合同物业销售额约189.95亿元,相应的累计已售楼面面积约为98.7万平方米,同比分别下降53.2%、55.2%。此外,截至2月29日,中国海外系列公司已认购物业销售约146.75亿元,预期将在未来数月内转化为合约物业销售。