

# 装标提升 须防弄虚作假

进入楼市低迷时期后，各个开发商都绞尽脑汁做出各种营销手法。像“精装修”、“豪华装修”或是“精装修单位加装修不加价”等如此“价值取胜”的方式成为各开发商通用的营销手法。开发商在装修标准上做文章不仅可以提高了自身楼盘的品位、附加值等又可免受之前业主的退房、攻击事件从而诋毁自己名声，借以支撑高房价。

## 装修非真正价值体现

目前广州的装修标准主要是以 800~3000 元/平方米为区间范围，而 2000~3000 元/平方米的装修标准成为主力军。装修标准的不断提升，难道是开发商提升产品价值的唯一方式吗？行业专家黄韬表示，并非如此。像园林环境、户型设计、物业管理等都是体现产品价值的方式。但是装修标准价值的提升是最直观的方式，消费者是可以直接看到效果的，或是直接在金钱上有所体现的。而相对于超高价格的装修，则认为豪宅的一种方式，要体现自己的身价，给人真正感觉上就豪宅，抛离竞争对手。

黎文江认为装修标准的提升并不能提升产品价值或是性价比，只能算是开发商促销的手法。装修标准不能长久的影响建筑物的价值，而楼盘的交通、地理位置等

则会长久的影响建筑物，这才算是真正的产品价值。

## 高装标只能打6折？

不少专家都表示，目前根本就没有标准能衡量该装修是否“物有所值”。黄韬表示目前极少开发商会是 100%按所说的价格装修的，通常都会是八折，有的甚至是六折的，如 1000 元/平方米的装修标准通常也就值 600 元/平方米或是 800 元/平方米。所以在买房前最好的方式就是带上比较熟的装修公司的行家帮查看。

而验房专家赵太宇就支出了几招“豪装问题”，目前的豪装房大多是在使用材料质量上有所提高，由国产品牌换成了进口品牌，由于国产品牌价格比较透明，所以装修的实际成本容易精确计算出来。由于进口品牌价格不透明，所以他们在宣传了装修标准达到 8000 元/平方米，普通消费者并不了解，没办法去质疑。

然而，开发商在样板房施工上手工通常都会比较精细，但是真正交楼的标准与样板房是有一定差异的，比如地面砖对缝高低差偏差不会大于 0.2 毫米，而实际交楼标准对缝高低差偏差经常会大于 1 毫米，而且还有很多缺棱掉角而且破损开裂。因此，在收楼之时消费者需要认真甄别。

信息时报见习记者 张金娜

## 业界观点

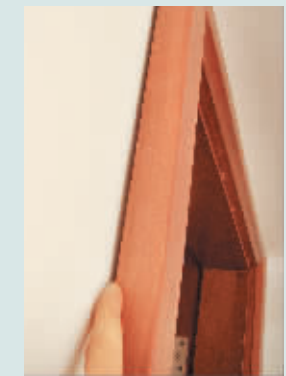
### 白云尚城总经理洪德胜： 提高装标实为支撑楼价

目前不断飙升的装修标准，有的装修单价甚至高于别的房价，这应该是开发商不愿意降价，加大装修投入支撑楼价的一种做法。虽然某些楼盘的价格带着豪华装修，但是其现卖楼价格比去年楼价高峰期时还要高出几千元。现在广州的装修标准 1000 元左右也还是有不少的，但是有些 3000 元/平方米的装修用材、质量甚至跟

1000~2000 元/平方米的装修差不多的。

目前，对于装修标准仍然是没有什么准确、规范的标准来评定的，所以实际的装修价格在与开发商报价的价格还是有不少差别的，有的甚至要除以 2，这个可能就是真实的装修价格了。比如说是 3000 元/平方米的价格，那么实际上也就值 1500 元/平方米。

### 中国验房师管理协会广州代表处主任赵太宇： 高装标属开发商无奈之举



装修的手工细节，同样会影响装标的真正价值。  
信息时报见习记者 李东元 摄

在楼市低迷的情况下，开发商提升装修标准这种现象是无奈之举，想给业主一个错觉就是房价降了很多，但是实际上还是一点也不情愿降，还是在“硬挺”。而作为普通消费者很难区别这个走高的装修是否“名副其实”，除非借助于专业的注册验房师，才能区别装修交楼标准是否与合同约定一致，有没有达到国家的验收标准。

信息时报见习记者 张金娜



豪华的装修标准，让一些楼盘在市场中脱颖而出。

近期，广州出现装修标准高达 4500 元/平方米以上的楼盘，一举创下广州装标记录。高价装标能否获得市场认同？

## 高价装标

# 楼市低迷中逼出 “附加值”

□信息时报记者 李东元

广州的商品房装修标准，自市场推行装修交楼之后，与房价一起经历了一个飙升的阶段。与房价的快速上涨不同的是，装修标准的提升，与市场的发展程度、与市场竞争的激烈程度有着莫大的关系。但另一方面，越发提升的装修标准，除了属于楼盘标榜自身产品的“高端”的因素之外，也是曾经被开发商作为提升房价的重要借口。

## 2005年之前： 平民化的标装时代

在广州房价被全国人民公认理性的 2005 年之前，广州大多数楼盘以实惠、品质好著称，与之同步的装修标准，大多数的产品装修标准不会超过 1000 元/平方米，甚至达到 800 元/平方米的装修，就已经被标榜为精品。当时，率先推出“精装修”概念的星河湾，属于广州乃至全国率先崛起的豪宅产品，其装修标准也不过仅为 1000 元/平方米左右。因此，当该项目在 2004 年年底推出四期星座组团，把装修表转提升至 3000 元/平方米之后，引起了社会各界的一片惊叹。

不少业内人士表示，当

时的房地产市场是属于一个平民的时代。据了解，当时，商品房之所以要带装修出售，更重要的是要解决自己装修房子给广大普通消费者带来困难、繁琐的问题。开发商以批量购入原材料，再聘请统一的施工队伍进行装修，不仅可以解决业主的麻烦，同样在价格上也有着较大的优势。这一做法，在当时也获得了大多数消费者的认可。

但是，由于当时的装修材料多采用国产产品，一个楼盘的装修风格普遍采用同样的设计，购买别墅、豪宅的高端消费者多不喜欢这种样板式的产品，更偏向个性化的设计，喜欢由自己动手去布置、装修属于自己的天地。因此，当时的豪宅，多为不带装修的产品，是否带装修出售，也成为了当时楼盘是否属于高端产品的一个重要因素。

## 2005~2007年： 装修成为房价推手

不同的装修标准，在不同的年代和环境下有着不同的意义。在 2006~2007 年，广州房价进入了疯狂的年代，市场上大批出现所出现的 2000~3000 元/平方米的装修，可以说，自此以后广州楼市进入了“豪装”

时代。除最早将标准提升到 3000 元/平方米的星河湾之外，珠江新城、华南板块、金沙洲等多个区域均大批出现类似的产品。

可以说，这是属于消费者对装修材料扫盲的阶段。名目各样的装修材料大量出现在消费者面前，甚至出现了不少号称来自欧洲、澳大利亚等世界各地的石材、木材等材料。“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家。”消费者的居住享受得到了较大的提升。

但是，普通消费者在享受产品“豪华”的同时，也付出了高额的代价。业内人士表示，在这个房价疯狂的年代，不断随之提升的装修标准同样是属于一个继续疯狂的作品，是产品的升级，更是房价继续飙升的推手。不少的开发商为寻求房价提升的支持点，纷纷把目光瞄向了装修标准这一要素。于是，“产品升级一升价一再升级一再升价”便成了一个恶性的循环。

## 2008年…… 装标创高回归价值？

在前不久，被标榜广州第一豪宅的星河湾，推出全新组团“星河湾 6 号”，其装修标准达到 6500 元/平方米，令业界诧异。而后不久

开盘的领峰，其装修标准同样达到 4800 元/平方米，准备在下月初开盘的朱美拉公寓，开发商介绍其 A、B 栋的装修标准将为 4500 元/平方米，而 C、D、E 栋的装标更是达到 5000 元/平方米。可以说，这三大项目再一次刷新了广州商品房装修标准的高度，而装修标准在 3000 元/平方米左右的楼盘更是数不胜数。

然而，自去年年底以来，广州楼市陷入了低迷期，“价值取胜”成为了不少楼盘维持房价稳定、吸引消费者的一个重要营销思路。一位不愿透露姓名的开发商表示，这三个项目之所以要刷新装修标准的新高，除标榜其高端之外，更重要的是要借高额的装修标准去增加产品附加值，以在这个低迷的市场中脱颖而出，达到保持房价稳定的目的，以吸引消费者的购买。“现在大家都在考虑如何增加产品的附加值，而其中提升装修标准无疑是最直接的方法。”

中国验房师管理协会广州代表处主任赵太宇更表示，这种现象是开发商无奈之举，想给业主一个错觉就是房价（除去装修的单价）降了很多，但是实际上还是一点也不情愿降，还是在“硬挺”。