TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Cá nhân hoá không gian sống, giới thượng lưu tìm về second home ở Phú Quốc

12:36 29/07/2021

“Bespoke” hay còn gọi là xu hướng tiêu dùng đề cao trải nghiệm cá nhân hoá. Thay vì phô trương sự xa xỉ ra bên ngoài, giới siêu giàu ngày nay hướng đến tìm kiếm không gian nghỉ dưỡng độc bản, để thể hiện sự “sang ngầm” và tận hưởng cuộc sống theo “chất riêng”.

Xu hướng cá nhân hoá trong sở hữu bất động sản

Một nghiên cứu của Tạp chí Forbes cho thấy, có đến 80% người dùng sẵn sàng mua hàng từ một thương hiệu cung cấp trải nghiệm cá nhân hoá. Bởi thế, từ Patek Phillippe đến Rolls Royce, từ Boucheron đến Tiffany, từ Hermes đến Chanel, các thương hiệu đắt đỏ bậc nhất thế giới luôn được giới thượng lưu săn tìm nhờ giá trị độc bản của sản phẩm. Quả thực, việc sở hữu những sản phẩm có số lượng hạn chế luôn là điểm nhấn để tôn lên sự sang trọng cho chủ sở hữu. Với các thương hiệu nổi tiếng thế giới, nguồn thu của sản phẩm chỉ là một phần, quan trọng hơn, điều họ theo đuổi là cung cấp số lượng giới hạn những trải nghiệm cá nhân hoá.

Đơn cử, Hermes có thể sản xuất một chiếc túi theo đúng yêu cầu của khách hàng mà không lẫn với bất kỳ sản phẩm nào trên thị trường. Hay hãng xe Roll Royce sẵn sàng mời khách hàng tham quan công ty tại Goodwood, thăm dây chuyền lắp ráp và nghiền ngẫm một thư viện các mẫu xe tùy chỉnh được thiết kế riêng cho từng người.

Nhu cầu cá nhân hoá ngày một gia tăng khi số lượng người giàu đang tăng lên nhanh chóng. Theo thống kê của Knight Frank, bất chấp đại dịch Covid-19, số lượng người siêu giàu trên thế giới vẫn tăng mạnh trong năm qua. Nhóm những người có tài sản ròng trên 30 triệu USD đã tăng 16% ở Trung Quốc - mức tăng nhanh nhất thế giới. Thụy Sỹ đứng thứ hai với số lượng người siêu giàu tăng 11% trong năm qua. Tiếp đó là Singapore với mức tăng 10%.

Không chỉ xuất hiện trong lĩnh vực tiêu dùng, thời trang hàng hiệu, khái niệm cá nhân hoá hiện nay còn được săn lùng trong lãnh địa bất động sản siêu sang.



Sở hữu second home là cách để thỏa mãn khát khao cá nhân hóa không gian sống, nghỉ dưỡng

Giờ đây khách hàng muốn sở hữu những bất động sản được "đo ni đóng giày" theo gu thẩm mĩ, lối sống của mình, từ nội thất đặt riêng, săp đặt không gian sống, cho đến lựa chọn màu săc, sơn tường, hệ thống cây xanh... Giới thượng lưu còn khát khao cá nhân hóa đến mức, muốn vừa được ở tại gia vừa tận hưởng những dịch vụ chăm sóc sức khỏe, săc đẹp, ẩm thực 5 sao... Ngay cả trong việc lựa chọn địa điểm, cũng phải là những nơi độc đáo, có thể nói là hiếm có, độc nhất.

Điều này không còn xa lạ trên thế giới, ví dụ tại một số khu nhà giàu điển hình như Beverly Hills ở Mỹ hay Pyeongchang-dong ở Hàn Quốc, những cộng đồng thượng lưu không phải ai có tiền cũng có thể "gia nhập".

Thay vì "tiêu chuẩn hoá" theo các thang đo thông thường, việc lựa chọn tổ ấm để an cư, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe đều phải "cá nhân hoá". Đặc biệt, trong bối cảnh dịch Covid-19 ngày càng diễn biến phức tạp, việc tận hưởng cuộc sống trong không gian an toàn, tiện nghi không chỉ đảm bảo duy trì sức khỏe mà còn là liệu pháp detox tâm hồn. Chính vì thế, việc sở hữu ngôi nhà thứ hai để "thể hiện bản thân" theo "chất riêng", để "tạm lánh" trong giai đoạn làm việc từ xa tránh dịch đang ngày càng phổ biến.

"Thị trường ngôi nhà thứ hai đã thay đổi đáng kể trong thập kỷ qua. Cách con người tận hưởng kỳ nghỉ cũng dần thay đổi, họ chú trọng nhiều hơn đến hoạt động rèn luyện sức khoẻ như đi bộ, thể thao dưới nước. Đây cũng là lợi thế để các chủ sở hữu có thể khai thác cho thuê nhằm thu về lợi nhuận cao hơn", ông Hugo Thistlethwayte - Giám đốc Điều hành Khu dân cư Toàn cầu thuộc Savills

cho biết.

Cũng theo báo cáo của Savills, 92% khách du lịch được hỏi cho biết họ có khả năng ở lại toàn bộ một ngôi nhà hoặc căn hộ trong ba năm tới, trong khi chỉ có 67% chọn ở khách sạn hoặc khu nghỉ dưỡng. Điều đó cho thấy triển vọng phát triển ngôi nhà thứ hai trên thế giới đang trở thành một xu hướng tất yếu.

Tại Việt Nam, lợi thế bờ biển trải dài, khí hậu ôn hoà được thiên nhiên ưu đãi đã tạo cơ hội để bất động sản second home phát triển mạnh mẽ. Trong đó, dòng second home tại các vùng đảo nhiệt đới đang được giới nhà giàu sẵn sàng chịu chi bởi vừa có thể sở hữu một tài sản đẳng cấp vừa nhận được những đặc quyền hiếm có.

Kỳ vọng second home ở Phú Quốc

Với nhu cầu nghỉ dưỡng dài ngày, chăm sóc sức khỏe và nghỉ hưu tại thành phố đảo Phú Quốc - nơi thời tiết, khí hậu, thiên nhiên lý tưởng nhất Việt Nam, giới nhà giàu đang tìm kiếm những bất động sản second home vừa có vị trí đẹp, lại vừa được thỏa mãn nhu cầu cá nhân hóa. Nhất là trong vài năm trở lại đây, Phú Quốc trở thành tâm điểm truyền thông thế giới, liên tục lọt vào các bảng xếp hạng điểm đến toàn cầu theo đánh giá của CNN Travel, Trip Advisor… nhất là khi TP đảo này đang được kỳ vọng trở thành một “Singapore mới của châu Á”.



Giới thượng lưu không ngừng kiếm tìm không gian sống độc bản ở Phú Quốc

Trên bản đồ thành phố đảo Phú Quốc, phía Nam đảo được đánh giá là nơi có nhiều lợi thế về thiên nhiên, địa hình, hạ tầng để tạo lập chuỗi không gian nghỉ dưỡng với nhiều tính chất khác biệt, hay các second home đáp ứng nhu cầu khắt khe của giới tinh hoa. Chính vì thế, thông tin về sự xuất hiện của mô hình second home cao cấp tại hệ sinh thái Nam Phú Quốc do Sun Group tiên phong phát triển đang mang đến làn gió mới cho bất động sản đảo Ngọc.

“Hơn 5 năm kiến tạo và xây dựng hệ sinh thái du lịch, nghỉ dưỡng tại Nam Phú Quốc, chúng tôi nhận thấy có một nhu cầu rất lớn là nghỉ dưỡng dài ngày tại đảo Ngọc. Và xu hướng hiện nay mọi người đang dần muốn cá nhân hóa trải nghiệm. Vì vậy, thời gian tới chúng tôi sẽ mang đến một dòng sản phẩm mới - bất động sản second home, nơi đó khách hàng có thể thỏa sức mang đến những đặc trưng riêng trong từng đường nét kiến trúc, nội thất cho căn nhà của mình” – Bà Nguyễn Ngọc Thúy Linh, Phó Tổng Giám đốc thường trực Sun Property (thành viên Sun Group) cho biết.

Trong khi những bất động sản “sản xuất hàng loạt” ở nhiều nơi đã không còn sức hấp dẫn, giới nhà giàu Việt đang rất kỳ vọng vào dòng bất động sản second home mang tính cá nhân hóa cao ở Nam đảo – thiên đường nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, nghỉ hưu ở Phú Quốc.



Dòng BĐS second home đề cao cá nhân hóa sẽ sớm xuất hiện ở Bãi Kem- top 100 bãi biển đẹp nhất hành tinh

“Phú Quốc không thiếu khu nghỉ dưỡng. Nhưng, Phú Quốc lại thiếu second home để sở hữu, chăm chút từng chi tiết kiến trúc nội thất, để tự hào mời bạn bè đến nghỉ dưỡng trong không gian có gu thẩm mĩ riêng. Tôi tin là dòng bất động sản second home đề cao cá nhân hóa, tọa lạc ở vị trí đắc địa gần gũi thiên nhiên sẽ vô cùng có giá” - anh Hữu Đức, Giám đốc một doanh nghiệp tại Hà Nội chia sẻ.

Thực tế, nhu cầu phát triển ở Phú Quốc rất lớn, trong khi quỹ đất là giới hạn. Vì vậy, những bất động sản second home đủ đáp ứng mọi yêu cầu cá nhân hóa khắt khe của giới tinh hoa chắc chắn cũng là những “phiên bản giới hạn”, giống như việc những thương hiệu xa xỉ vốn chẳng dành cho số đông.

Phương Thảo