

Đà Nẵng: Lọt Top 20 thị trường bất động sản hàng hiệu thế giới

14:39 07/11/2021

Không phải Hà Nội hay TP. HCM, Đà Nẵng mới là địa phương có tiềm năng phát triển dòng bất động sản hàng hiệu.



Đà Nẵng nhìn từ trên cao

Thành phố biển Đà Nẵng lọt vào Top 20 nhóm thị trường đứng đầu thế giới về bất động sản hàng hiệu, do Savills World Research nghiên cứu, đánh giá và bình chọn.

Theo ông Matthew Powell - Giám đốc Savills Hà Nội - thị trường bất động sản hàng hiệu toàn cầu đang ghi nhận mức tăng trưởng 230% trong vòng một thập kỷ qua. “Hiện nay, trên thế giới có khoảng gần 100,000 căn hộ trong lĩnh vực này. Nguồn cung được dự báo sẽ tăng gần gấp đôi trước năm 2026, gắn liền với sự gia tăng về số lượng thương hiệu hoạt động, từ 69 thương hiệu vào năm 2011 lên 133 thương hiệu vào năm 2021”, ông Matthew Powell chia sẻ.

Cũng theo ông ông Matthew Powell, trước đây, đa số các dự án bất động sản hàng hiệu tập trung ở Bắc Mỹ, cũng là nơi đầu tiên xuất hiện các sản phẩm bất

động sản này. Tuy nhiên hiện nay, nguồn cung đã được phân bổ đa dạng sang các khu vực khác trên thế giới, đặc biệt là khu vực châu Á - Thái Bình Dương và Trung Đông, nhờ vào sự tăng trưởng kinh tế và gia tăng về tài sản tại mỗi nước trong thập kỷ qua.

Theo phân tích của chuyên gia Savills, xét về quy mô thị trường theo quốc gia, thì Mỹ vẫn đang dẫn đầu thế giới, đứng thứ hai là Thái Lan và thứ ba thuộc về Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất.

Đứng ở góc độ nguồn cung, Bắc Mỹ vẫn dẫn đầu toàn thị trường thế giới tính tới năm 2013 và hiện nay, khu vực Bắc Mỹ vẫn chiếm đến 35% tổng nguồn cung thị trường.

Riêng khu vực châu Á - Thái Bình Dương đang ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể với tỉ lệ lên đến 26% và đứng vị trí thứ hai trên toàn cầu.

“Loại hình bất động sản hàng hiệu sẽ tiếp tục ghi nhận sự tăng trưởng ở quy mô toàn cầu, với những điểm nóng mới xuất hiện. Sự tham gia của các thị trường mới nổi cùng đà tăng trưởng tại các thị trường lớn cho thấy tiềm năng của loại hình bất động sản này hiện nay. Đây chính là cơ sở chắc chắn để các thương hiệu và chủ đầu tư tự tin tham gia vào các khu vực địa lý mới”, Giám đốc Savills Hà Nội nhận định.

Quay trở lại thị trường Việt Nam, theo các chuyên gia Savills, sự xuất hiện của bất động sản hàng hiệu là dấu hiệu tích cực của thị trường. Xét về thị trường ở quy mô thành phố/điểm đến cho thấy Đà Nẵng đang thuộc nhóm 20 thị trường hàng đầu thế giới về bất động sản hàng hiệu.

Tại Việt Nam, bất động sản hàng hiệu ban đầu xuất hiện tại các khu nghỉ dưỡng và biệt thự biển. Trên thế giới, lĩnh vực này đã phát triển thành công tại các thành phố lớn, khi ngày càng có nhiều người có nhu cầu sở hữu các loại hình bất động sản có thương hiệu. Thương hiệu giúp tăng giá trị của bất động sản về cả chất lượng quản lý, dịch vụ, địa điểm và tính vượt trội.



Đường Võ Nguyên Giáp hiện là trục đường ven biển dài và đắt giá bậc nhất tại thành phố biển Đà Nẵng

“Chúng tôi tự tin rằng bất động sản hàng hiệu sẽ tiếp tục phát triển tại Việt Nam và chúng tôi kỳ vọng rằng lĩnh vực này sẽ ngày càng đa dạng tại các địa điểm khác nhau trên thị trường Việt Nam. Tại Đà Nẵng, có nhiều dự án căn hộ hàng hiệu với mức giá rất hợp lý và phân khúc này sẽ mở rộng tới các thành phố khác như Hạ Long, Phú Quốc, Nha Trang...”, ông Matthew Powell cho biết thêm.

Tuy vậy, chuyên gia Savills Việt Nam vẫn khuyến cáo, lĩnh vực bất động sản hàng hiệu không phải là một phân khúc rộng của ngành bất động sản. Đây được xem là một thị trường ngách đối với các nhà đầu tư và đa phần người mua, do nguồn cung khan hiếm và mức giá cao cấp. Mặc dù không có sức ảnh hưởng lớn, bất động sản hàng hiệu vẫn có những tác động tích cực tới thị trường trong việc mang tới tiêu chuẩn thiết kế tầm cỡ và giới thiệu những tinh hoa của thương hiệu cũng như chất lượng dịch vụ quản lý đẳng cấp.

Chính vì vậy, các chủ đầu tư mô hình bất động sản hàng hiệu đòi hỏi dòng vốn mạnh. Nếu như thương hiệu mang tới định vị đẳng cấp cho dự án, chủ đầu tư cũng nên cân nhắc về tính khả thi khi đưa thương hiệu vào sản phẩm của mình. Những vị trí và dự án khác nhau lại có những đặc điểm riêng biệt vì vậy quy mô cho bất động sản hàng hiệu cũng sẽ đa dạng hơn.

“Câu hỏi đặt ra cho thị trường Việt Nam là liệu mô hình bất động sản siêu sang này có đáp ứng được nhu cầu và năng lực của thị trường. Mặc dù có nhiều

thương hiệu trên thế giới, nhưng chủ đầu tư nên đánh giá kỹ để có được lựa chọn phù hợp cho dự án bất động sản của mình”, ông Matthew Powell khuyến cáo.

Hoàng Gia Bảo