

## **Mô hình nhà ở có thương hiệu Branded Residence: Sản phẩm đầu tư hiệu quả nhiều tiềm năng**

14:31 17/12/2018

Branded Residence là một tổ hợp kiến trúc mà trong đó các dự án dân cư được thừa hưởng những tiện ích và dịch vụ cao cấp tương tự khách sạn. Sản phẩm này thường được kết hợp với bên thứ ba là các khách sạn như Ritz Carlton hay Mandarin Oriental nhưng cũng có thể là các thương hiệu không phải khách sạn như Porsche hay Aston Martin.

Hiện tại, số lượng các thương hiệu nhà ở trên thế giới đã lên tới 400 với 85% trong số đó là những thương hiệu khách sạn. Tất cả đều cung cấp dịch vụ và tiện ích cao cấp với chất lượng khác biệt so với các sản phẩm nhà ở thông thường.

Dựa trên nghiên cứu từ Savills, 74% các dự án branded residence trên thế giới nằm tại những vị trí sáng giá trong khu vực đô thị, tuy nhiên tại Việt Nam thì phần lớn các sản phẩm phức hợp và BĐS nghỉ dưỡng lại nằm tại khu vực duyên hải và thường được biết đến với định nghĩa Condotel.

Miami là nơi có nhiều dự án branded residence được quản lý bởi thương hiệu không phải khách sạn hơn bất kỳ thành phố nào trên thế giới.



Tuy nhiên, chúng ta cũng cần phân biệt giữa Branded residence và Condotel. Branded residence là căn hộ được chú trọng thiết kế và quản lý bởi một thương hiệu nổi tiếng. Thông thường các căn hộ là một phần của khu phức hợp, bao gồm khách sạn và được quản lý bởi cùng một nhà điều hành dưới một thương hiệu chung. Việc kết hợp đơn vị quản lý với một thương hiệu thiết kế nổi tiếng giúp cho branded residence có thể đạt được giá bán cao hơn cũng như mang lại giá trị cộng sinh về tiêu chuẩn dịch vụ quốc tế.

Trong khi đó, phần lớn condotel được thiết kế như khách sạn với các căn có diện tích nhỏ để bán và thương được quản lý bởi chính chủ đầu tư. Các dự án thuần condotel cần được cân nhắc kỹ hơn bởi cả chủ đầu tư và nhà đầu tư. Thông thường các dự án này chỉ chú trọng vào mặt bán hàng, thay vì quan tâm đến việc vận hành trong dài hạn sau giai đoạn hoàn tất xây dựng và đưa vào hoạt động. Ở phân khúc từ cao cấp trở lên, một dự án phức hợp bao gồm độc lập hai thành phần khách sạn và branded residence sẽ phù hợp hơn so với mô hình condotel.

Branded residence thường có thị trường mục tiêu khác cho với Condotel thông thường. Chúng được định vị là một sản phẩm thể hiện phong cách sống, với tỷ suất sinh lời từ việc cho thuê thường kém hấp dẫn hơn nhưng tập trung nhiều hơn vào giá trị và lợi nhuận dài hạn. So với các nước khác thì lợi nhuận tại Việt Nam cho phân khúc này đang được đảm bảo hơn đáng kể, nhưng nếu chỉ dựa trên lợi nhuận từ việc cho thuê thì việc thu hồi vốn sẽ không được như mong đợi. Bởi vậy nên Savills thường nhấn mạnh tới các chủ đầu tư rằng họ cần tạo ra những mô hình sản phẩm có thể mang lại chất lượng và giá trị lâu dài tới khách hàng thay vì tập trung vào lợi nhuận cho thuê ngắn hạn.

Có thể thấy trong một thị trường mà sự cạnh tranh trong phân khúc nhà ở đang dâng cao và người mua đang ngày một kỳ vọng vào một sản phẩm thay thế với mô hình khác biệt thì branded residence đang mở ra rất nhiều cơ hội để các chủ đầu tư tận dụng và áp dụng vào những đô thị lớn.

Loại hình này hấp dẫn bởi tính gia tăng giá trị thương hiệu và nâng cao trải nghiệm cho chủ sở hữu. Sự tham gia của các đơn vị quản lý ưu tín sẽ đảm bảo chuẩn mực thiết kế, an ninh cũng như chất lượng các loại hình dịch vụ. Theo Mr Andrew Pan từ Yoo cho biết “Chúng tôi tin tưởng rằng thiết kế độc đáo và sáng tạo có thể tạo nên giá trị đáng kể tới mọi khía cạnh của các dự án branded residence. Mục tiêu của Yoo là có thể cải thiện chất lượng cuộc sống của cư dân qua những thiết kế của mình, dù đó là một dự án nhà ở hay một phòng khách sạn. Thiết kế là yếu tố nền tảng để có thể thỏa mãn các cư dân nói riêng và cả khách của khách sạn nói chung.”

Một vài mô hình của branded residence bao gồm toà nhà căn hộ riêng biệt hoặc dự án phát triển phức hợp. Phần lớn các dự án phức hợp thường được kết hợp nằm liền kề một khách sạn cùng thương hiệu. Ông Karan Kau từ Tập đoàn Du lịch Langham cho biết: “Các thương hiệu khách sạn có thể mang lại giá trị to lớn cho các sản phẩm nhà ở trong dự án phức hợp. Đây là một thương vụ mà cả hai bên cùng có lợi mà theo đó người mua được hưởng lợi từ những thiết kế độc nhất, tiện nghi hiện đại, quản lý chuyên nghiệp và lợi nhuận dài hạn cao từ các thương hiệu khách sạn.”

Với tính chất khác biệt của mình, branded residence là mô hình đầu tư hiệu quả trong các thị trường đang phát triển, những nơi là thị trường nhà ở vẫn còn đang phát triển và chưa thực sự trưởng thành bởi có dư địa để trở thành sản phẩm cạnh tranh trên thị trường. Tuy nhiên, việc phát triển thành công mô hình cũng phụ thuộc vào sự hiểu biết thấu đáo cũng như mô hình hợp tác của các bên tham gia đầu tư loại hình này.

**Trúc Mai**