



广东恒大等地产大佬在全国攻城略地,拿下的项目都有一个共同特点,就是“大”。

3年前,以上海绿地、浙江绿城、天津顺驰、浙江中义为代表的外地开发商带着浓郁的地方特色参与到郑东新区的开发热潮中。如果把他们的进驻比做中原地产业迎来的第一批异域大佬,那么3年后的今天,以广东恒大、广东碧桂园以及传闻中即将入郑的深圳万科为代表的地产商进入中原,可以说就是“大佬二进门”了。

正如思达置业副总裁刘文良所说:“这一轮应该更猛烈些吧!”  
晚报记者 王亚平

2007  
中原地产  
年会

楼市预演之市场发展

## 大佬“二进门” 楼市冲击波袭郑

广东恒大、碧桂园……抢滩郑州,有人说这是继2004年国内地产大腕云集郑东新区后,异地大佬集体入郑的“第二春”

一线城市拐点临近,二线城市发展较为滞后 一线品牌开发商异地突围,关注郑州市场

近日,有消息说郑州农科院实验田二期土地将要拍卖,“恒大、万科、碧桂园都抱着志在必得的心态。”易居中国郑州公司高级策划师杨东方笑谈。

早在今年上半年,同城多家媒体就发布了该地块将要拍卖的消息,只不过那时称有意参与竞拍的企业多为建业、鑫苑、思达等本土开发商。

两则消息,一个不同点就是多了恒大、万科、碧桂园这些外地开发商。

我们习惯称进入郑州的外地

开发商为“异域大佬”,近年来,参与郑州建设的外地开发商很多,已是司空见惯的现象,如绿地、绿城、顺驰、中义等,那么恒大、碧桂园进入郑州又意味着什么?

如果将进入郑州的全国一线城市开发商分为两个阶段,应新区建设所需的绿地、顺驰等为第一批,那么以广东恒大、广东碧桂园以及传闻中即将入郑的深圳万科为代表的地产商进入中原,无疑就是“大佬二进门”。

“新区建设之初,相关负责人到浙江招商,我们感受到郑州政府

把郑东建设成为中部亮点的迫切愿望,又了解了郑州人口、经济等方面的发展机遇,最终决定在新区拿地建房。”郑州中义置业有限公司营销部经理徐雷回忆说。

徐雷的话很容易说明一个问题:3年前,郑州城市发展的机遇,外界并不明知,需要政府的适当引导。而现在,杨东方认为,新一拨地产大佬的进入代表着一线城市开始关注郑州市场,受他们的影响,郑州市场进入了房地产开发的快速发展阶段。

河南财经学院教授刘社很认同这个观点,不过她认为,除此之

外,异地开发商大举进军中原,也是由于一线城市的楼市竞争过于激烈,市场利润空间缩小,逼迫当地的开发商异地扩张进入二、三线城市;二是房地产巨头进入二、三线城市,在资金、产品、品牌和营销上比郑州开发商具有诸多的市场优势。

在她看来,这两批企业先后进入郑州的不同点在于第二批进入的开发商比第一批更有实力和品牌。同时,也意味着一线城市楼市的拐点临近,而二、三线城市市场的拐点比一线城市滞后,异地突围可以使企业获得更大利润。

从产品风格多元化到品质时代来临 一场激烈的品牌、品质淘汰赛将在中原展开

绿地老街、百合公寓、中义阿卡迪亚项目的相继落成,使中原老百姓感叹,“原来我们还可以住这样的房子”。他们的建筑大处色彩适中,细部富有情趣,整体蕴涵着独有的文化气质。

无论是绿地的海派风情,还是百合公寓的新古典主义,都使中原建筑达到了从细节到整体轮廓的风格化,他们将项目自身风格与中原百姓的居住习惯相结合,将建筑的婉约、雅致带入中原,特别是从内在的户型、功能到外在的总体品质上,都最大限度地延长了建筑的生命周期。

“在业界,恒大、碧桂园、万科更多是品质的化身,他们进入郑州,应该会加快郑州地产品质时代的来临,这是市场竞争的结果,也是消费者的福音。”

恒大地产在郑州经济技术开发区有近千亩土地,据了解,这会是一个集写字楼、五星级酒店、公寓和购物中心为一体的地标性建筑。十年来,恒大将“精品化”、“标准化”、“规模化”发展模式复制到多个项目,完全与TOTO、松下、亚细亚等国内外知名品牌建立战略供应联盟,并实施有力监管,有媒

体称其为“质量锤下的精装修”。

恒大走的是低价快销的路线,沈阳恒大绿洲均价每平方米6000元左右,却送每平方米2000元的装修,可以想象郑州项目会给人们带来质优价廉的实惠,不过中大户型精装修在郑州市场的接受度还需要提升。

在郑汴产业带拥有大量土地储备的碧桂园,在开发模式上与恒大有些许相似之处,有人把碧桂园称作地产界的“沃尔玛”,因为他们都坚持把最好的东西以最低的价格卖给消费者,实现快速开发、

快速销售。

在杨东方看来,“他们在保证质量的基础上低价入市,将带领郑州市场产品品质化的尽快到来,不过,前提是必须要有质量做保证,不然这种行为只能是昙花一现。”

“从全国房地产行业的发展上看,广东的地产企业是走在前端的,特别是在建筑质量、物业管理、开发模式上,因为科技领先,他们才能实现快速有序的扩张。他们的进入在提升中原人民居住品质的同时也使郑州房地产开发的竞争‘战事’更加激烈。”河南财经学院教授刘社坦言。

向下、上市、融资、联合…… 多渠道抵御外来开发商的市场竞争

不过,一线品牌的相继进入也加速了郑州市场品牌竞争和产品竞争时代的到来。

正因为一线城市地产开发的难度和成本增加,一线开发商都将触角伸向了二三线城市。对于这些城市来说,是一次机会,而对于本地的中小开发商来说将是很大的挑战。杨东方表示。

明年将实施从紧的货币政策,信贷收紧对于依靠银行贷款发展的房地产企业来说,无异于一大噩耗。对于房地产企业,钱几乎是万能的,恒大、碧桂园等这些外来巨

头,在资金方面有着强大的支撑,如国外财团的资金注入、上市融资等方式。

因此在中原,他们都有相当的土地储备。恒大除了在郑州的近千亩土地外,在洛阳还有几千亩的土地。土地和资金是房地产企业生存的根本,第一批进入郑州的外地开发商其中就有因没有土地储备不得不将要撤离郑州的。

外来大佬携巨资进入郑州,竞争加剧的现状下,本土企业将何去何从?本月12月14日,鑫苑(中国)置业有限公司在美国纽约证券

交易所成功上市,有人士如此评价,“它是第一家在美国纽交所上市的中国房地产开发企业,也实现了河南企业在美国主板证券市场上零的突破。”

“之所以被美国资本接纳,一方面是美国对中国这一新兴房地产市场前景的看好,另一方面可能得益于‘零库存’的商业模式。”(《中国经营报》)而所谓的“零库存”模式也就是不大量储备土地,随买随开发,快速销售,快速回收资金,大大缩短开发周期。

有业内人士认为,这种模式有

助于开发商解决资金问题,实际上万科也用的是这种模式,只不过它的规模比较大。

“明年的市场竞争会更加白热化,品牌和产品创新将是企业的核心竞争力,市场洗牌将加速,许多中小开发商将被淘汰。本地的开发商要么进入地市或县级城市寻找出路,要么像鑫苑、建业那样上市,要么像江山置业那样借助于信托机构来融资,要么联合起来形成集团来抵御外来开发商的市场竞争。”刘社认为,“淘汰赛的展开,也助于地产市场慢慢趋向理性和规范化。”

楼市预演

2008

