

## 2008,让客户微笑

城开集团新春客户答谢晚会举行

上周五,城开集团2008新春客户答谢综艺晚会在河南省博物院隆重上演,来自社会各界的朋友和城开集团新老业主共同观看了表演。悠扬的琴声、优美的舞蹈、趣味横生的相声让现场高潮迭起,引来一阵又一阵热烈的掌声。此次晚会不仅为观众献上了一场精彩的艺术大餐,也为城开集团“2008客户微笑年”拉开了序幕。

### 微笑2008,再铸辉煌

为回馈中原人民,2008年伊始,城开集团再度发力,进一步提高工作和服务质量,并将2008年定为“客户微笑年”,意即用微笑面对每一位客户,用微笑服务每一位客户,让每一位客户都享受到无微不至的关怀和周到的服务。

去年一系列宏观调控政策的出台,为房地产的规范与和谐发展起到了积极的引导和促进作用,但同时也对开发商提出了更高的要求。“客户微笑年”的提出,不仅显示了城开集团高瞻远瞩的意识和开拓创新的勇气,更体现了城开集团时时以客户为中心、以客户满意为导向、以优质服务为宗旨的工作目标。相信这一举动,必将进一步促进中原开发商展开新一轮的变革和竞争,引领中原地产再上一个新的台阶。

### 双城同庆,共贺新春

威尼斯水城是城开集团在西区倾力打造的经典项目,700亩的宏大规模引领西区进入大盘时代。据了解,该项目一期、二期均已交房,1300多户家庭已幸福入住,目前正在销售的3期亚德里亚湾,在继承了一期和二期成熟生活的基础上,集合各种产品及景观设计优势,全面提升项目品质——现代简约建筑由南向北依次增高,大型人工水系贯穿社区东西,弯弯曲曲的溪流延伸到社区各处,形成丰富的水系网络,让生活的每个角落都充满蓝色的诗意。创新的产品户型更是引来众多的消费者,20天劲销100余套。

城开集团2006年推出的南加州风情社区——康城·棕榈泉,日前也已全部交付使用,康城·棕榈泉曾凭借其高尚的建筑和景观设计,以及其倡导的高尚生活方式设计中原名流的追随热潮。2008年,1000余户家庭将在康城·棕榈泉开始他们真正的高尚生活之旅。

### 相关链接

十年来,城开集团先后成功开发了桃源洋房、金碧华庭、香榭丽舍、林荫大道、开元公寓、开元安居小区、开元怡景园、开元新城、开元丽城、开元银榕、威尼斯水城、康城·棕榈泉等多个房地产项目,总建筑面积逾百万平方米。被省市建设单位分别授予“房地产开发先进单位”、郑州市首家“商品房面积计量信得过单位”、“2000年郑州市十大明星楼盘”、“2001年中国(河南)房地产成功经营模式典范”等荣誉称号,2005年开发的“威尼斯水城”项目获得“2005CIHAF中国名盘”,2006年城开集团荣获“2006CIHAF中国名企”。

晚报记者 张露露

这是一个从来不缺乏争议的行业。

土地、市场、政策始终硝烟弥漫,你方唱罢我登场。然而近期,尽管如拐点论、小产权房等诸多问题尚未定论,却有一个发展方向被肯定无疑,那就是随着实施从紧的货币政策,严打囤地不开,这个行业将展开一场激烈的生存拉锯战,房地产品牌时代的到来为时不远。那么,作为购房者,从现在起,购买品牌房地产商的品质楼盘或许是较为明智的选择。

晚报记者 王亚平

# 大浪淘沙,中原房地产“品牌时代”欲来临 年关,购置品牌楼盘正当时



## 资金缺口,难逃自然法则 部分房企将淡出市场

如果说以前出台的调控政策反而使市场越调越高是因为没摸清要点,那么现在,可以说中央政府已经找到了治理房地产的关键,那就是从金融下手,动房地产企业的命根子。

一个月前,中央经济工作会议为今年宏观经济调控定下紧缩信贷的基调,从稳健到从紧,一个为开发商敞开的钱袋正在慢慢收紧。之后又上调存款准备金率1个百分点至14.5%,为二十年来的最高位。近期,又有消息称,中国人民银行又决定从本月25日起,上调存款准备金率0.5个百分点。

去年,央行六次加息、第二套房首付提高至40%以及为打击囤地而出台的种种政策,使疯狂的市场趋于冷静,走向也更为明晰。如果说以前出台的调控政策反而使市场越调越高是因为没摸清要点,那么现在,可以说中央政府已经找到了治理房地产的关键,那就是从金融下手,动房地产企业的命根子。

弱肉强食,适者生存这条自然界的生存法则同样适用于房地产业,原本就惨遭淘汰濒临

## 实力雄厚,模式领先 品牌房企强者更强

“相对而言,品牌企业的综合实力造就了其快速的应对能力,今年宏观调控将会持续,保障和市场齐头并进也会是房地产市场的主旋律,那么强者更强,弱者出局毋庸置疑。”

尽管货币从紧政策让部分开发商冷汗频出,但对于大型品牌房地产企业而言,由于较早嗅出政策动向,及时转变开发模式,又具备良好的市场口碑和雄厚的实力,政策对于他们而言影响不大,甚至随着中小开发商的出局,他们或许会强者更强。

进入河南的碧桂园、恒大等国内一线品牌开发商都以产品和公司实力蜚声业界,他们在全国的快速扩张更从侧面证明了自身的实力。就河南市场而言,如建业·鑫苑这样将省域化战略走向全国的步伐迈得如此稳健,实不多见。不过,在开发商叫苦连天,生存愈加艰难的现状下,对他们这样的品牌企业来讲,也是一种新契机的诞生。

鑫苑快速上市,并成为国内第一家在纽交所上市的房地产企业,这为其实现长久发展做

倒闭的部分房企,今年从紧的货币政策对他们而言就是“屋漏偏逢连阴雨”,面临生存危机的地产商可能会变卖优质资产以得资本宽松,待资金链一旦断裂,就淡出市场。

其实,关于部分房地产企业淡出市场已经得到业界的公认,较早前本报《大佬“二进门”,楼市冲击波袭郑》一文中,河南财经学院教授刘社就谈,今年的市场竞争会白热化,品牌和产品创新将是企业的核心竞争力,市场洗牌加速,许多中小开发商将被淘汰。

加上货币从紧,严打囤地不开,清查问题房企等政策利剑,已有开发商“挠耳搔头”,“大部分资金已经用于拿地、设计,长期依靠的信贷一下收紧,又没有合适的融资渠道,资金链很有可能断裂,我们现在是等米下锅,期盼今年信贷开闸。”

好了战略性的准备。而鑫苑之所以能够上市,也在于其所坚持的“零库存”模式,快速开发,快速销售,快速回收资金,缩短开发周期。

据了解,诸多河南房企也正在为上市做紧张准备,除了准备上市,近期建业集团也与易居(中国)签署了紧密型营销战略协议,将楼盘销售和策划推广捆绑给销售代理公司。对于建业来说,这无疑是一重大举措,更是在宏观调控愈加深入的背景下,企业发展的应变之策。

“相对而言,品牌企业的综合实力造就了其快速的应对能力,今年宏观调控将会持续,保障和市场齐头并进也会是房地产市场的主旋律,那么强者更强,弱者出局毋庸置疑,对于购房者而言,从长远来看,购买品牌房产的后顾之忧也要少得多。”有专家分析。

## 楼市企稳,年末优惠放宽 品牌楼盘购买正当时

“本轮调控对一线城市而言,影响最为直接、明显,对诸如郑州这样的二线城市,更多的则为警示作用,今年楼市企稳,房价会稳中有升。”

“近期接触的新闻都说房价下降,但我看周围楼盘也没有明显的跌势,现在买房合不合适,该作何选择?”上周日,记者的一位朋友发此疑问。

受宏观调控影响,北京、广州等一线城市房价的确出现下滑迹象,然而有专家说,“本轮调控对一线城市而言,影响最为直接、明显,对诸如郑州这样的二线城市,更多的则为警示作用,今年楼市企稳,房价会稳中有升。”

之前,中国房地产及住宅研究会副会长顾云昌曾对记者表示,“房地产是个哑巴儿子”,儿子是用来养老的,顾的意思也是显而易见。

“房价下降不太现实,有自住需求的市民越早买越好”,类似于这样的论断越来越多,那么年底前,急于回笼资金的开发商或许会放宽优惠,一个购房良机摆在眼前,问题是怎样的房子才能让你买得放心。

一个不算多虑甚至可能出现的情况是,很难从银行获得贷款,如果再无法从其他融资渠道获得资金,部分在建项目可能会因此停建或缓建,从而成为问题楼盘。除了考虑建筑本身,还应该慎重选择开发商,最保险的办法就是选择实力雄厚的品牌开发商,品牌企业在建筑细节、社区规划、后期物业等方面,保障相对较高。

尽管这样的说法难逃说教之嫌,但确为事实。春节前交房潮到来,没有绿化、与合同上大有出入等诸如此类的问题也浮出水面,然而品牌开发商的楼盘却鲜见这样的情况。

“品牌企业开发的楼盘,品质和服务不用说,还能实现物业的保值、增值,也不会出现三天两头投诉的问题,住着省心。”市民刘如雷表示。

## 专家眼中的地产品牌

### 建立房地产品牌势在必行

今后10到15年内,房地产开发将变成超级巨人的游戏,只有积极参加这种游戏并成长才有可能生存下来,建立房地产品牌势在必行。

以前房地产品牌的竞争主要是项目的竞争,比较单一。今后品牌地产将在两个领域内竞争,一是产品品牌,二是企业品牌。

——北京盛世红格房地产品牌研究所所长 金乐

### 树立品牌是企业的长期目标

房地产品牌运作包括两个层面的内容。即项目品牌与企业品牌的推广。明确地产品牌的内涵和商业定位,树立企业与项目的市场地位和长期持续发展,是每一个房地产企业面临的长期目标和目的。

——北京益言堂广告有限公司总经理 韩涛

### 不能为品牌而追求品牌

房地产开发企业应创立百年品牌,绝对不能单纯地为品牌而追求品牌。

房地产品牌建设应分三个层面,一是产品自身的品牌建设,二是开发企业的品牌建设与企业文化建设;第三是企业老总自身的品牌知名度。

——SOHO中国有限公司董事长兼联席总裁 潘石屹