

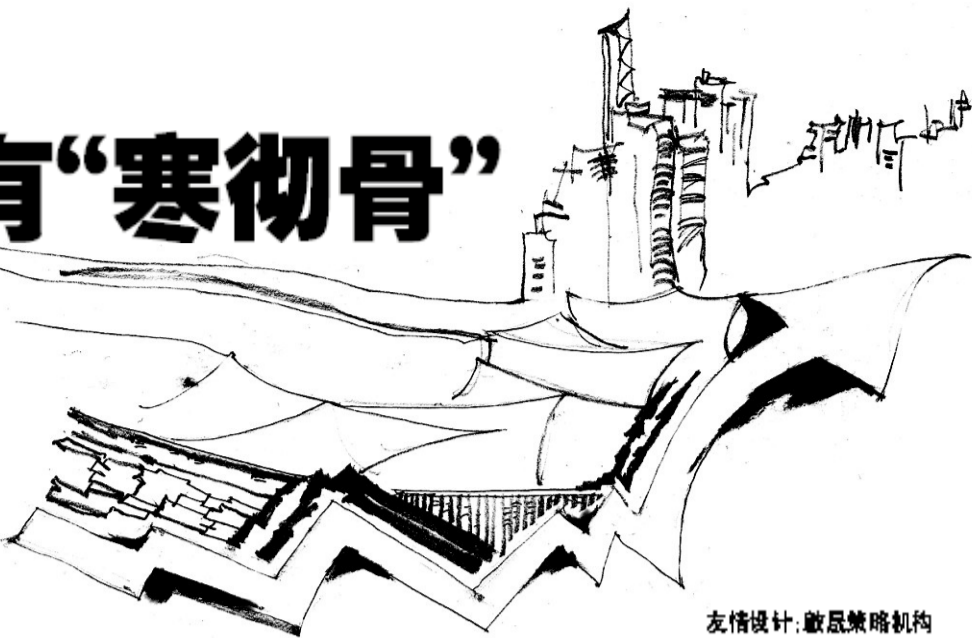
■阳光计划之上市企业篇

春光明媚前 尚有“寒彻骨”

在国家和地方一系列“暖市”的举措之下,市场坚冰开始有了消融的迹象,楼市的信心正在逐步恢复之中。春江水暖鸭先知,处于市场一线的开发商对市场冷暖的变化是最为敏感的,他们深知,在春光明媚的季节之前,还尚有一段“寒彻骨”未曾度过,而“黎明前最黑暗的日子”就在眼前。

若非一番寒彻骨,怎有梅花扑鼻香。记者对上市企业进行采访时发现,他们的“阳光计划”颇费心思,没有浮躁,只有务实,立足品质、提升服务、强化管理成为他们的共识。

晚报记者 王磊



友情设计:敏晟策略机构

没有不好的市场,只有不好的产品

在观望氛围正浓的当下,并不意味着人们都不买房了,事实上,刚性需求依然存在,大量换房需求、新增婚房需求,以及外来人口住房需求还未得到充分挖掘,所以,就市场来说,我们还是非常有信心的。事实上,鑫苑并未受到市场的冲击,今年鑫苑在郑州的销售额已经突破10个亿。正所谓

产品+服务=价值>价格

10月以来,受华尔街金融风暴影响,作为金融属性较强的房地产市场首当其冲,国际国内双重因素共同作用,使得原本低迷的市场形势进一步加剧。

基于此,中央已经发起“暖市总动员”,各级地方政府相继出台“救市组合拳”。全国各地市场数据表明,既已实施的政策对楼市促进作用已经初步显现。由此可见,尽管中

企业要学会量体裁衣

自去年9.27以来,房地产市场迅速由盛夏进入寒冬,一年以来,阴霾天气一直笼罩着郑州楼市。近几个月,中央和地方两级“救市”政策的陆续出台,拉动内需、鼓励消费的政策无疑给持续低迷的市场注入了活力,随着“利好”政策的逐步出台,将会形成新的政策方向,房地产市场将会从此走上健康发展之路。

注重产品规划和定位才是正道

放眼全国,以自住需求为主的郑州房地产市场还是比较健康的,加之房地产具有地域性的特征,郑州区位优势明显,城市化前景广阔,经济发展迅速,我对郑州的房地产发展持乐观态度。

在利好政策的累积下,郑州房地产市场将逐步回暖,如今的郑州房价基本已是谷底,对于自住需求的消费者而言,是很好的介入时机。当然,无论是利空还是利好政策的出

立足产品 顺势而为

在国家和地方一系列的救市举动之下,楼市的信心正在逐步恢复之中,如今的政策方向已逐渐明朗。可以预见,政府仍将出台一系列“利好”政策,从而拉动内需,刺激消费。所以,无论是开发商还是消费者,一定要客观理解国家出台政策所释放出的信号。

多年来,房地产市场发展迅猛,处处上演“点石成金”的神话,经

融资有“道”让我们脚步轻盈

楼市的“疲软”,是一种正常的现象,这是房地产市场由过热走向理性的一种真实表现,而中国经济的发展速度以及城市人口对住房的刚性需要,都决定了如今楼市面临的只是阶段性调整,这也决定了未来的房地产市场前景还是非常广阔的。

在这轮风浪中,房地产企业如何解放思想,积极自救是

绿城善做加法 实现价值回归

从今年的市场表现来看,消费者日渐成熟,政策法规日益完善,楼市已经进入一个更为规范的时代,一个需要以产品说话的时代,一个对于精心做产品的开发商来说,更为公平的时代。

应对当前的市场,我们坚信,只有品质好的楼盘才能扛过大势,因此绿城选择了做加法,即是通过不断增加产品的

“熊市亦有牛股”,没有不好的市场,只有不好的产品。

对于目前的市场情况,我认为,开发商要立足以下三个方面:一是开发商要诚信;二是品质要过硬;三是服务要提升。只有开发商诚信,才能赢得消费者的信任;只有产品品质过硬,才能增值保值、买的放心;只有服务到位,才会有良好口碑。

国的房地产市场正面临着严冬的考验,但是房地产行业的发展仍然在可控的范围之内。当然,楼市的回暖与复苏也并非朝夕所能实现的,它需要一个循序渐进的过程。

低迷市场环境下,并不等于没有需求,如何牢牢抓住这部分刚性需求,是一个企业摆脱低迷市场枷锁束缚的关键所在。

由于政策实施具有一定的滞后性,老百姓期望出台更多利好政策,从而加剧了市场观望情绪,加之行业规律的特性,年前年后这段时间无疑将是黎明前最黑暗的日子,因此,房地产企业要对自身的运营现状有一个客观清醒的认识,制订出适合自己的解决方案。

首先是运营思路的变化,路劲集团要求各地分公司合

台,都会短期加重观望氛围,形成一股倒春寒,因此,开发商对今年的冬天不能掉以轻心。

当前市场下,房地产企业最需要转变的是开发理念,以往粗放式的开发模式已经落伍,如今更应该强化内功,注重产品的规划与市场定位。以我们的住宅项目为例,10月份,运河上郡推出驭景楼王,用最好的产品迎合市场,从目前来看住宅销售回款还不错。另外,我们将写字楼

历了本次调整期,房地产已经走下神坛,简单粗放的运营模式早已不能打动市场,如何求变,成为摆在开发商面前亟待解决的问题。

在市场蛰伏期,房地产企业一定要认识到,“求人不如求己,苦练内功才能生存”的至真法则。如今阳光控股注重顺势而为,结合市场的需求,踏踏实实的研究产品,在营造舒适环境上下工夫,对景观和公共区间进行细致打造,从而提升产品

至关重要的,这将会加速行业的成熟,正如香港恒隆集团董事长说的那样,一个开发商没有成功经历过两个大的风浪,不是一个可靠的开发商。

2003年至今,我们一直致力于思念·果岭山水旅游地产的开发,走的是市场细分的道路,多年来,我们对土地及土地之上的景观文化资源进行深度开发,逐步形成了独特

附加值,向业主提供更多更好的服务。

在硬件上,绿城·百合公寓对社区的景观进行优化,从细节上提升产品的品质。

在软件上,绿城集团从去年起就开始推行“生活园区服务体系”,涵盖了业主在健康、教育、生活等方面的所有细节。今后,绿城会不断完善园区服务体系的内涵,使其成为

宋福林 河南鑫苑置业有限公司总经理

另外,在营销方面,应该少一些哗众取宠的噱头炒卖,多一些诚实守信的务实之举。因为如今的老百姓已变得更加理性,已具备了营销免疫力,练就了一副“火眼金睛”。今后,我们将继续为业主营造和谐的生活,将产品品质做到精益求精,将物业服务做得更好。

朱静 建业住宅集团(中国)有限公司营销管理中心总监

地产冬天来临,建业一如既往地“向客户提供高品质的产品和尽善尽美的服务”,并在全集团范围内发起一场人人都来挑剔我们的产品和服务的活动,产品精雕细琢,精益求精,完美无瑕;服务细致入微,规划实现内容、时点、省内区域上的无盲点服务,确保“产品+服务=价值>价格”,以此赢得市场口碑,赢得市场份额。

牛晓龙 香港路劲地产集团郑州公司副总经理

理安排开发规模和节奏,降低市场预期,做最好的努力和最坏的打算,提前做好应对市场变化的备选方案。其次是开源节流,我们会缩减一切不必要的开支,在营销时注重对老业主的维系,项目宣传重点以口碑传播为主。第三是苦练内功,销售速度放缓给我们提供了难得的学习机会,我们会组织员工培训,提高公司的运营效率。

林陈亮 郑州中油置业有限公司营销总监

项目定位为会展企业总部,为顶级商务阶层精工打造顶级商务空间,陆续吸引了广发银行、百瑞信托等大型金融商务巨头的进驻。再如,开盘在即的中油国际名店街,引进了世界同步的商业模式。为客户创造真正价值是我们不懈的追求,一个有社会责任感的地产商,一个以促进城市发展为己任的开发商,总会不断地用实际行动去追求更高的目标。

陈阳 郑州客属房地产有限公司副总经理

的综合水准。另外,我们深度优化企业运营流程,从企业内部入手加强品牌形象、企业文化和办公效率的打造,力求使企业发展更加稳健,具备良好的风险控制机制和运作机制。

经过本轮调整,我相信,随着年后春暖花开的季节来临,市场的观望疑云也将逐步消退,郑州楼市将会重新焕发出崭新的生命力。

刘雪梅 郑州黄河大观有限公司副总经理

的优势,奠定了自己在旅游地产领域的重要位置。

就目前而言,市场形势对我们项目的影响并不大,因为,我们的一二期项目已经销售结束,正在筹划果岭山水三期的项目,一切都按照自己的节奏正常运作。我们的资金压力并不大,今年年初时我们成功上市,而且在去年通过信托募集到了资金,娴熟的融资渠道和方式让我们前进的脚步更加轻盈。

任洁 河南中州绿城置业有限公司销售总监

继产品品质之后,形成绿城新的核心竞争力。品质加服务,绝非简单的叠加,而是将“人”作为产品与服务的供给主体,目的是让绿城业主的身体健康、心理健康、社会适应健康以及道德健康都能够得到维护和促进,从而享受真正高品质的生活。在这样一种价值体系下,绿城加法最后铸就的将是一个大地产服务商的概念。