



## 调控当下,转型与升级是房企必然选择 优化城市资源,担纲区域发动机 依托城市规划,更要肩负社会责任

当前的严厉调控,增加了房企经营的难度,地产业的重新洗牌似乎箭在弦上。这样的背景下,转型与升级成为房企们的必然选择,而一些走在行业前端的企业,早已经从单纯的“盖房子”向“造城”转变,最终让所在板块达到脱胎换骨的效果。

晚报记者 王亚平

### 延伸阅读

#### 城市运营商 责任感很重要

随着越来越多的品牌房企由单一的住宅开发向城市运营转型,社会关联方日趋多元化,责任也就更为重大,比如为项目、区域建设配套,道路、学校、医疗服务中心、体育设施等。这种责任难以量化,又不可推卸。

同样,由于土地资源愈加稀缺,城中村改造成为当前房企开发的主流,采取怎样的开发模式、设计规划出能够高效发挥土地价值的产品,也是房企之责任,若升级之作依然是高容积率、低绿化的“建筑森林”,岂不是对城市资源的另外一种浪费。

#### 运营模式 不可照搬

城市综合体通过各种功能有机组合可产生较大的能量和价值,因此,近年来此类产品的开发热情高涨,然而各房企实力不同,运营能力以及资源整合力不同,发展模式也不能简单模仿或照搬。

正所谓不能“千城一面”,必须根据不同区域、地段的特点,来研究如何形成自己的特色。

虽然照搬品牌产品的风险相对较低,却会容易落得“画虎不成反类犬”的窘境。

代表项目：  
升龙综合体系列

#### 综合体开发 以商业地产带动住宅

细数近几年对郑州房地产行业起到强力影响作用的项目,多为综合体。

比如,郑州中原万达广场、曼哈顿广场、郑州二七万达广场、中原新城、升龙凤凰城、升龙国际中心等,这些项目体量较大,综合了商业、办公、住宅、酒店等多种业态。

且由于业态的相互支撑,使得项目的价值得到有效发挥,提升了区域形象和影响力,均成为一个新的消费中心。

“城市更新是开发商参与城市运营的一个机会,而城市综合体这种多业态的结构,也是房地产开发的必然进展,它可以较好地满足居民日益提升的消费理念和需求。”河南升龙置业负责人这样说道。

在业内,万达、升龙对城市综合体的坚持开发,被称为城市运营的一种主要模式,其对城市资源进行了整合、优化、创新,从而取得城

市资源的增值。

此种模式对开发企业的要求很高,不仅考验房企的实力、产业整合能力,还需要有不断创新的理念,对商业地产的经营能力。

“城市综合体,需要大量的商业资源和客流资源作支撑,如今的综合体项目遍地开花,是否都能成为有影响力的区域中心?”业内人士常常产生这样的疑问。

其实,数量多并不可怕,取胜的关键在于城市综合体之间要讲求经营创新,注重错位经营,不能每个城市综合体都建得差不多。比如一家有时尚百货,另一家则有数码商城,不同的定位能够吸引更有针对性的客流。

商业配套的成功运营,增强了项目的影响力,顺势带动了住宅的销售,在市场调控期,这样的模式优势凸显,万达、升龙等综合体项目都取得了不俗的业绩。

代表项目：  
万达广场系列

#### 以不动产哲学理念 推动区域商圈升级

同为综合体产品,因拥有独特的核心竞争力,万达广场项目又独树一帜,且正因为此,万达广场对所在区域的商业更迭起到强劲的推动作用。

“订单地产”为万达广场商业运营打下了坚实的基础,此外,核心商业购物中心“只租不售”,且采取了将自持商业与出售物业隔离的方式,使销售物业对持有物业的正常经营不产生冲击。次主力店和主力店的比重比较大,一般都占50%以上,而且在这些主力店当中,任何一个广场都强调非零售比重占50%以上。

管理范围覆盖全国所有万达广场的万达商业管理有限公

司,则具备商业规划、招商统筹、营运策划及营销推广的强大优势和整合能力,以领先国内商业运营模式,使产品价值得以稳步提升。

对此,业内称万达已经成为中国最大的“房东”,用不动产运营城市,万达这个“大房东”影响力愈来愈强。

正因为此,投资万达广场的业主收益也稳步攀升,专业的经营团队创造了较好的利润,对城市区域税收、人员就业等方面也有了相应的贡献。最关键的是,“万达所至,城市中心”的影响力,惠及了周边居民生活,对所在区域的商业更迭起到强劲的推动作用。

代表项目：  
正弘蓝堡湾

#### 专注高端地产 核心领地开发模式之探索

从一个单纯的房地产开发商转变为一个城市运营商需要一个较长的过程,这其中,最关键的是找准自己的定位。

河南正弘集团就属于定位明确且执著于此的企业,她是专为城市缔造精品的高端生活运营商。从精品百货到房产开发,凭借着对城市发展的深刻理解和敏锐洞察,执著于城市发展的高端运营。

多年前,处女作“锦绣正弘国际公寓”就以超前市场的精装理念成为行业的里程碑式产品;2003年又打造了九郡·弘别墅,成为当时郑州最奢华的项目,树立了高端地产的标杆;之后的正弘旗、正弘山项目也传承了正弘出品的高端特质,相继推动所在区域的人居发展。

如今正在销售的正弘蓝堡湾,同样传递出了高端、优雅的气

息,位居郑州的核心领地。据了解,该项目的业主也大都奔着高端而去,“我们引入的都是国际高端品牌,为的是从各个细节打造一个能够使区域面貌焕然一新的产品。”正弘置业副总经理王朴坦言。

在坚守高端地产的发展路线上,正弘把最有利于人居发展的优势资源汇聚于项目本身。以正弘蓝堡湾为例,为东风路、花园路沿线区域带来了高品质的住宅,改善周边居民居住环境。其商铺“贵人街”也为周围潜藏的巨大消费力带来了释放的出口。据了解,项目三期规划有近15万平方米的高端百货,这样的商业配套将与丹尼斯百货、360国贸、大商新玛特共同形成农业路百货商圈,使得丰富的商业脉络互为推进。

代表项目：  
绿地系列

#### 超高层建筑布局新区 在服务城市的过程中壮大

作为全国知名房企,近年来,绿地的摩天大楼正在全国各地飞速落桩,郑州、西安、武汉、济南等地都有绿地的声音。

绿地也不止一次表示,超高层建筑是集团未来发展的重要战略之一。同时,也在城市的新开发区域加速布局,从价值洼地到高地,绿地产品的价值自然也会水涨船高。

在郑州,除了高楼建设,绿地之窗作为郑州综合交通枢纽中心的首个配套工程,不仅掀起热销的巨浪,也对高铁资源进行了有机的整合,拉近了郑州与世界的距离。

绿地集团自称是“最懂得政府的开发商”,用绿地董事长张玉良的话来说,“绿地是做当地政府想做、而当地企业又做不了或者不容易做的事,在服务全国的过程中发展壮大自己。”

将国际先进的开发理念带入省会城市,且兴建超高层建筑加快布局新区,绿地以这种独有的模式与政府规划有了密切合作,其打造集住宅、商业、办公、酒店等多种产品于一体的新型城市综合体对品牌资源进行有机整合,成为新区发展的先行者。