



2011年,中原经济区上升为国家战略,房地产业迎来前所未有的机遇,作为经济发展的支柱产业,未来发展空间和前景非常乐观;2011年,国家对房地产业的调控,让一些人感受到了困难,但对于智者来说,带来的是机遇与挑战!

品牌的魅力 在于与消费者“精神共鸣”

造老百姓买得起的好房子



郑州骏龙房地产开发有限公司总经理 肖浩然

新年寄语:中原经济区发力元年、房地产实质性调控元年交会,这既是中原房产业的发展契机,也是一个改革、转变发展方式的拐点。新的一年,愿更多老百姓买得起房子。

“中原经济区的元年,毫无疑问带来的是机遇与挑战,而房产调控的元年,更让我们看清了面前的困难和存在的问题。”肖浩然说,楼市调控政策的出台正是说明了当前房地产业的发展出现了问题。市场要求房地产开发企业创造精品,从而做到更加规范、有序的发展。

在他看来,整个市场上对高端产品的呼声不断增强,而这也正是未来房地产开发企业的发展方向。中原经济区发力元年、房地产实质性调控元年交会,这既是中原房产业的发展契机,也是一个改革、转变发展方式的拐点。谁能够真正抓住这次契机,谁就会是未来的赢家。

他认为,2012年将会是地产调控的关键年。调控的最初目的能否达到预期,即刚性需求置业者的住房问题能否得到促进、投资型购房者能否得到调控,关键在此一年。

“从今年的政策导向看,国家调控的决心依然坚定,稳定房地产市场发展的决心十分明朗。”肖浩然说,但从近期银行准备金率下调来看,缓解金融窗口的行动已势在必行。因此,明年的房地产市场上将会是一种强者更强、劣者更劣的局面。

刚性需求在,楼市未来就在



河南振兴房地产(集团)有限公司总经理 田清

新年寄语:在2012年,我们将更加注重产品和品牌的系列化打造,服务的系统化打造及硬实力和软系统的综合打造。愿河南的地产行业发展更快,市场更大。

“本质上讲,这不是对行业的恶性打杀,而是促使其理性回归的正确引导。”在本届中原地产年会上,河南振兴房地产(集团)有限公司总经理田清鲜明地表达了对房地产调控的态度。

她认为,从宏观经济健康发展角度来说,国家对房地产的整体调控是具有前瞻性的,而未来对于引导国民经济健康发展具有建设性意义。尽管自9月份以来一线城市房价涨幅同比、环比均有所下降,整体房屋销售量也出现了回落,但从大的方面讲,这对民众树立理性消费观念,促使行业市场走上健康发展轨道是大有裨益的。

对于2012年的房地产市场的发展趋势,田清说:“刚需在,楼市未来就在!”她认为郑州还是处在以刚求为主的未饱和稳步发展状态;同时,中原经济区已经上升为国家战略,郑州都市区建设也被作为头等大事来抓,房地产业作为经济发展的支柱产业,未来发展空间和前景非常乐观;从行业竞争看,外地房企大鳄纷纷逐鹿中原,竞争加剧、行业洗牌在所难免,品牌化集团化发展将是未来房企战略调整的大方向。

田清对特殊时期下的竞争有着清晰的认识:“开发商应当踏踏实实做好自己的产品,诚信经营,不断提升产品核心竞争力,这样才能在市场中赢得销量与口碑。”

是挑战,更是发展和机遇



郑州未来远大置业有限公司总经理 张子玖

新年寄语:国家虽然进行了调控,但整体房地产行业并不悲观,中国还有20年的城市化进程,未来向上发展不容置疑的。新年新希望。愿人们都能住上好房子。

面对被称为“史上最严厉”的房地产行业系列调控,很多人看到的是困难和挑战,但张子玖看到的则是发展和机遇。

2011年,郑州未来远大置业实现销售13.6亿元,不仅没有下滑,反而超额完成年初设立的目标。能够逆势飘红在今年房地产市场实属不易,但张子玖对这份出色的答卷颇为淡定,他认为对政策的准确把握和理想成熟社区的品质是关键:“在今年特殊的形势下,我们上半年就全力以赴,加上好口碑,前10个月就拿下了全年的目标。”

“任何事物都有两面性,今年市场调控既带来了抑制房价过快上涨的正面影响,也带来抑制正常购房需求的负面影响,但整体房地产行业并不悲观,中国还有20年的城市化进程,未来向上发展不容置疑的。”张子玖分析,“调控势必带来洗牌,对那些品质过硬的企业来说其实是带来一个难得的弯道超车的机遇。”

对于2012年,张子玖说远大置业将把重点放在城市综合体的开发和运营上,尽管调控的效应已经波及商业地产和写字楼,但还是有信心凭借质量和服务打动消费者。而对于更远的未来,远大置业隶属的永恒集团将在北京、郑州、海南等地投出大手笔,并且逐渐由住宅项目向旅游地产和房产运营等更大的范围发展。

企业要与消费者产生“精神共鸣”



河南正弘置业有限公司副总经理 王朴

新年寄语:我们愿在中原经济区宏伟蓝图下,担负起提升中原上层社会生活品位的引领者和缔造者,践行着“酿造精品”的企业夙愿。祝愿郑州晚报读者龙年行好运。

今年将迎来房价的理性回归,一线城市的回调幅度会明显大于二、三线城市。在王朴看来:“这一轮调控的影响应该还会持续一两年时间,短期内市场不会转向,目前开发商不应该再抱有调控会松绑的幻想,及时调整策略,储存实力。”

“到今年开春,让利楼盘将会增多,楼市成交量或许会有一些反弹,但这并不说明开发商的日子会比现在好过。”王朴说,“今年很多项目都没有开工,楼市供应量减少,今年楼市的供需比也因此会发生一些变化,开发商要与消费者产生‘精神共鸣’,一方面要做消费者放心的高品质楼盘,另一方面要根据实际情况调整好营销策略。”

要与消费者产生共鸣,企业就要树立自己的品牌。王朴指出,企业产品要想成为知名品牌,必须赋予它以个性,使之人格化、人性化,从而使一定品牌所代表的产品与消费者产生“精神共鸣”,这样的品牌才有魅力。

“品牌是企业竞争力的综合体现,是企业人格化的象征。企业创建品牌的过程,实际上是企业精神和企业文化创新的过程,凝聚了一个企业独特的文化精神和经营理念。企业产品要想成为知名品牌,必须赋予它以个性,使之人格化、人性化,从而使一定品牌所代表的产品与消费者产生‘精神共鸣’,这样的品牌才有魅力。”