



# 30年来,郑州的房屋也经历着从形式、高度到品质的“进化论”

## 房企用“产品进化”赢得市场

### 苦练内功,锤炼品质,实现升级,是行业唯一方向

从大杂院、筒子楼到单元楼、商品小区、花园洋房。从三代人蜗居一隅到三口之家享受着“大三居”的天伦之乐……

30年来,郑州的房屋也经历着从形式、高度到品质的“进化论”。

如今,随着中央持续严厉的调控,楼市正逐步回归理性。毫无疑问,房地产行业的“暴利时代”已经过去,消费者将替代开发商成为主导未来楼市发展的决定力量。

为此,本报发起“您最期望的居住环境大调查”活动,得到了读者的广泛关注,纷纷给编辑部发来邮件,表达对“好房子”的看法。

从调查结果来看,人们买房时第一关心的是房子所处的路段和配套,其次是价格。同时表示,喜欢居住在较为僻静的区域,如紧邻主干道的第一条小路;相对于大社区,更喜欢中型社区。种种迹象表明,人们似乎更中意目前市场上风传的“静巷名宅”。

由此可见,在买方市场,房地产企业将如何研判市场需求,如何着眼于提升产品品质、质量和服务水准等,成为开发商赖以生存的“生命线”。 记者 王磊



①计划经济时代的“筒子楼”  
 ②市场化初期的商品小区  
 ③急速发展期的高层住宅  
 ④目前市场上风传的“静巷名宅”

#### 发展历程

##### 市场更迭催生“进化论”

从大杂院、筒子楼到商品小区、洋房;从三代人蜗居一隅到三口之家享受着大三居,郑州的房子也像达尔文的进化论一般,从形式、高度、品质等方面“进化”着。

上世纪五六十年代,在“重生产、轻消费”的经济观念中,“筒子楼”成为职工之家,苦熬多年,找关系、送礼递条子能分到一个公房都是值得庆幸的事。一家老小挤着一间宿舍,一层楼就一个卫生间,上厕所、洗澡都得排队。

从上世纪七十年代起,单元楼革了大杂院、“筒子楼”的命,虽然“厅”大多还只是个过道,但好歹是分出了“厅”和“室”。改革开放的八十年代,一些效益稍好的单位开始大胆地盖起了家属楼,那年月,大家一同按照资历及其他用分数来衡量的标准求得单位的统一分房。与此同时,公房出售初露端倪,自此揭开了住房制度改革的序幕,人们依赖公房的传统观念逐渐破除。

步入九十年代,席卷全国的“开发热”让房屋设计更加合理,多间卧室朝阳客厅朝北的户型占据市场主流。但接踵而至的两次全国性通货膨胀,加之亚洲金融危机的影响,让地产行业陷入了沉寂期,老百姓购买商品的热情和数量仍很有限,单位集资建房仍然存在。

拐点发生在1998年,当年7月份,被誉为中国房改的“春天”,经过20年的试点和摸索后,全国全面停止住房实物分配,商品房、洋房、别墅等新名词似乎在一夜间淹没了人们禁锢了几十年的居家观念。

自此以后,在短短五年时间内,郑州市场就涌现出近500家地产公司,它们群雄逐鹿、合纵连横,撑起了中原楼市的十年“黄金期”。

#### 初露端倪“竞合”改善中原人居

市场化运营,让中原楼市迎来“黄金时代”,与此同时,外来房企也开始加速布局中原,土洋结合带来了创新的产品和运营理念,繁荣了本土市场。

2004年以前,郑州楼市如同全国楼市一样,挖个坑就可以卖楼,不用怎么宣传也能一抢而空,有人形象地称之为“老虎时代”或山头主义。

龙腾西城项目负责人指出,此时的郑州市场竞争并不激烈,外来企业还没有进场,各家的日子还算滋润,产品品质还远未得到重视。

2000年左右,从金水花园到建业花园,从21世纪社区到中方便园,即是这个时代的代表,“土地为王”成为这个阶段最主要的特色。

2004年以后,外来企业在小试牛刀后,开始加速布局中

原。例如,顺驰·中央特区,首次在中原引入电梯直接进入户、入户空中花园,实现了郑州居住理念的跳跃式前进。绿城百合、第一大街、阿卡迪亚……起到了良好的示范效应,引得本土企业不得不紧跟脚步。

鑫苑名家即是本土楼盘的佼佼者,从社区规划、文化、环境、户型、配套、服务等方面用心经营,在中原楼市掀起了“鑫苑现象”。而本土巨头建业深谙“合纵连横”之道,与万科、万通等11家一线房地产企业共同打造联盟新城,以超低容积率、超低建筑高度和超高绿化率完美诠释了黑川先生倡导的“共生”理念。

龙腾西城项目负责人指出,外来房企对郑州最大的贡献不是超前的设计和创新的思维,而是激活了本土企业的斗志。这种“竞合”让郑州人居品质大大改善,城市形象也得以提升。

#### 相关阅读:“产品进化”者说

史上最严苛的楼市调控“限购令”出台一年多了,其实,“最严苛”并不可怕,这让开发企业参透了一个道理,让人民满意的企业,让人民认可的产品,才能在经历市场洗礼后生存。这就要求开发商积极履行企业社会责任,树立良好社会口碑,努力锤炼产品品质,这才是房地产企业应该始终坚持的信仰。

——业内资深人士 王先生

市场进步,要求企业与时俱进。做好的产品,创新理念和研判需求密不可分,好的产品不是去几次外地考察就能得来,他需要整合顶级且专业的策划定位、规划设计、建筑施工、物业运营,是一系列过程中的智慧与财力上的倾注。

——业内资深人士 李先生

#### 行业共识

##### 品质是房企的“生命线”

从“9·27新政”到楼市“双限”,在经历了楼市调控“冰与火”的考验下,不少房企渐渐明白,产品品质才是企业赖以生存的“生命线”。

2007年,宏观调控一纸“9·27新政”成为房地产“黄金十年”终结。而今,在楼市“双限”背景下,房企再度面临“高库存”、“高负债”困局。

在“生存还是灭亡”的思索中,有着切肤之痛的房企参透了一个道理:积极履行企业社会责任,树立良好社会口碑,努力锤炼产品品质,这才是房地产企业应该始终坚持的信仰。

龙腾西城项目负责人认为,在市场好的时候,很多企业疯狂复制、加快运营的脚步,才出现了很多“三边工程”,也就是边勘测,边设计,边施工,难免会出现一些“粗糙”的产品。而此时,房企不妨趁着操盘节奏的放缓,放慢脚步潜心修炼,雕琢产品、强化服务,实现产品升级,方是永续发展之道。

据悉,龙腾西城项目就深谙产品进化之道,用“静巷名宅”理念打造高品质社区,为中原人民提供绝版多层洋房、禅意生态园林景观、优质教育资源配套……升级的是品质,升华的是生活。

他还指出,或许正是因为这种危机感,众多的开发商将“产品品质”一词提到了一个前所未有的高度。

而当市场萧条的时候,恰恰是企业强化内功的好时机。业内专家认为,这时候,企业应该放慢脚步,踩准节奏,珍惜这次难得“进化”的机会,同时要前瞻性的预判市场,当市场再度转好时,才能抓住市场先机,以品质立于市场,到那时很多企业会感激这次危机。