



### 年度本土企业解构篇

# 中原本土房企 积极寻求适合自己的开发模式与领域 向集约化经营迈进

正如前文所说,面对激烈的市场竞争,本土房企积极寻求适合自己的开发模式与领域,以期占得一席之地,并实现自身可持续发展。在其中,涌现出了一大批可圈可点的项目与企业。它们让郑州房地产市场百花争艳,它们让河南的房地产开发水平更上一个台阶。

记者 梁冰



3月27日,《建业省域化战略调查报告——一个非公企业在中原崛起进程中的实践与启示》发布,在中国经济社会深度转型的大背景下,建业提供了一个具有多元价值的学习样本。

## A 独特的“建业模式” 代表企业:建业集团

### 省域化发展 提供多元价值学习样本

作为河南省第一家中外合资房地产综合开发企业、中国中西部地区首家赴港上市成功的地产企业,建业成立至今20年来,始终选择根植河南,聚焦中西部地区一个欠发达的省份,并在“盐碱地”做大做强,这已经成为中国地产业独特的“建业模式”。并博得中国地产界“全国发展学万科,区域发展学建业”的美誉。

2012年3月27日,经过河南省社科院课题组到建业集团长达数月的专题调研,最终形成调研成果:《建业省域化战略调查报告——一个非公企业在中原崛起进程中的实践与启示》,业界共话“建业模式”。

该报告指出,“建业模式”是一条可持续的、适应市场需求的、与国家大政方针相契合的发展路子,归纳起来可以概括为“一个理念,三个耦合”;以“根植中原,造福百姓”的核心价值观为根本理念,坚持省域化与国际化耦合、企业使命与区域发展耦合、利润追求与社会担当耦合。

建业省域化战略探索和实施的20年,折射出了一个非公企业的发展轨迹,其案例价值远远超越了地产行业,任何一个企业都可以从中破解成长密码,发现可资借鉴的“商业逻辑”。在中国经济社会深度转型的大背景下,建业提供了一个具有多元价值的学习样本。

## B 大盘集约开发模式 代表企业:新田置业

### 摒弃单一开发模式 在郑西造一座城

就在“城市化运动”声名鹊起之时,新田置业再次剑走偏锋,把眼光投向了新农村的田园风光。向来以“都市耕者”自居的新田置业,突然在农村发力,从荥阳市贾峪镇的洞林湖中“浮出水面”。与新田置业投身新农村建设一同浮出水面的是被逐渐提出来的“荥阳模式”。

洞林湖新农村示范区将生态农业与教育科研、休闲产业、居住度假、旅游观光、生态娱乐和生态商业有机结合,并形成良性循环与系统优势,具有“造血”功能,把洞林湖建设成功能齐全、环境优美、产业复合、文明现代、原生态的田园城。

依托洞林湖原生态山水资源及自然景观,洞林湖·新田城引入世界田园城市理念——既有乡村生活的宁静舒适,又有城市生活的便捷完善,联袂国际顶级设计机构法国SLF建筑设计公司与清华大学设计院,以高端视野将项目国际化的人文配套与生态环境完美融合。

洞林湖·新田城在规划之初,即摒弃单一的房地产开发模式,而以“造城”的理念将居住、教育、医疗、度假、养生、农业等六大业态聚合在一起,使之形成一个功能齐全、配套完善,将项目打造成7平方公里巨量规模的一个复合型、顶级配套的生态之城、现代田园之城、世界之城。

## C 精细、多元发展模式 代表企业:正弘置业

### 集中优势 体现规模

11月10日,正弘·凯宾城举行开盘仪式。从正弘国际名店到正弘·凯宾城,已经阔别二七商圈多年的正弘置业,再次重返“中心”。

1997年7月,秉承正弘国际名店——河南首家精品时尚机构的高贵血统,正弘置业开始了中原品牌地产运营商的发展历程。

2000年,处女作锦绣国际公寓面世,成就“中原第一家精装豪宅”,超前郑州精装市场7年;2003年,九郡·弘别墅面世,开创中原别墅元年;2006年,“正弘旗”面世,“正弘出品”、“姜文代言”、“黑白立面”、“地标建筑”引起全城热议,3个月内刷新郑州地产高端项目销售速度和销售金额两项纪录;自2009年开始,代表项目蓝堡湾连续三年销售逾20亿、位列郑州单盘销售前3名,正弘置业跻身郑州本土地产企业一线阵营。

2012年,历经15年深刻积淀的正弘,开始了新一轮的战略爆发。聚焦区域发展,立足郑州,审慎进入河南经济发达地市,集中资源优势,体现规模效应;聚焦品质项目,全力打造城市中心百万平方米商业综合体、城市近郊百万平方米精品住宅大盘。

正弘,日渐摆脱简单的大盘开发模式,本着对土地负责的态度,建造精品楼盘,进而拉动周边区域甚至整个城市价值的提升。

## D 集团式发展模式 代表企业:美景、亚新

### 美景:多元化、多业态发展

应该说,“美丽事业、美好生活”,既是美景的与众不同之处,也是美景的灵魂所在。秉承“开创美丽事业·共享美好人生”的企业宗旨,十年来,美景集团不断演绎出新的绚丽篇章,大步走向“成为中国最受尊重的企业之一”的美好企业愿景。

从早期的“郑州人居形象大使”美景天城,到“郑州时尚居住样板”美景花郡、“郑州青年时尚中心”美之域以及“150万平方米新中原精神城邦”美景鸿城,再到“大北区新现代主义都市精英生活场”美之上、中原首家“禅意”居所美景菩提等已经竣工的项目,目前,美景旗下还有郑州高新区美景之州和中国郑州全球高新智慧产业园、郑州大北区美景麟起城、新密伏羲山风景区羲皇圣地美景、郑州西北区纳帕美景庄园、郑东新区美地麟洲等多个大型项目,涉及产业除房地产开发外,还有物业管理、文化产业、商业经营、综合旅游、红酒产业等多个领域。

据悉,通过紧锣密鼓的强力运作,以上项目均取得了突破性进展。

美景,正以集约化模式呈现出多业态、多元化的发展态势,向中国地产第一方阵迈进。

### 亚新:引领南区 拓展外地

如果把亚新地产作为郑州二七新城的拓荒者,不仅是对其勇气和眼光的赞许,也是对其地位的肯定。

2008年6月24日,亚新地产联合中联创地产,以9.181亿元的总价,独家摘牌郑州市二七区佛岗村城中村改造用地。该块土地面积为900.26亩,创下了当时郑州市土地公开招拍挂以来单宗土地面积之最。

这是当时郑州最大的城中村改造项目,也是二七新城首个千亩大盘,佛岗村由此蜕变成以“打造生态人居生活”为主旨的“橄榄城”。

亚新地产也凭借着精准的定位、科学的规划、差异化的产品赢得了市场追捧,一举奠定了南城房地产市场的龙头地位。而橄榄城在引领南区人居环境改变、引领郑州二七区振兴的同时,也为亚新地产的发展,带来了质的飞跃。

亚新地产在橄榄城的开发过程中,积累了滨水低密度大盘的开发经验,如今“橄榄城”已经成为亚新地产的品牌,在洛阳、开封落地生根。亚新地产也已经由当初的小型房地产企业,发展成为拥有国家一级开发资质,下辖多家分公司子公司、控股公司,涉足住宅与商业的集团化企业。



美景,正以集约化模式呈现出多业态、多元化的发展态势。



就在“城市化运动”声名鹊起之时,新田置业再次剑走偏锋,把眼光投向了新农村的田园风光。