

当前,万科、万达、保利、恒大、碧桂园、雅居乐等前十大开发商悉数进驻郑州,房地产市场竞争更加激烈,房企要想立于不败之地,除了企业的运营管理,必须要有过硬的产品。于是,产品研发成为部分有远见开发商关注的重点。

有专家表示,注重产品研发是一个好的开端,可以引领行业向健康、积极的方向发展,值得嘉许。
郑州晚报记者 梁冰

开发过硬产品 方能立足市场

刘社 河南财经政法大学工程管理与房地产学院城市发展研究中心主任

“房地产是一个比较容易浮躁的行业,有些企业只要楼盘销得好,根本不注重产品品质,更谈不上产品研发。但是有长远发展规划,希望增强核心竞争力、拥有自己独特产品的房地产企业,就会有此考虑。”刘社表示。

在她看来,开发企业都依靠建筑设计院来设计产品的,难免会产品雷同。如果企业依据自己项目的需求,专注于产品研发,一定会技高一筹。

“像建业专门成立了企业自己的建筑设计院,那它就会拥有自己的专利,形成自己的拳头产品。这是一个立志做‘百年老店’的企业才有的思路与品格。”刘社说道。

有人说,地产的黄金十年已经过去,现在到了“白银十年”。就郑州房地产市场来说,万科、万达、保利、恒大、碧桂园、雅居乐等前十大开发商悉数进驻,竞争自然更加激烈,房企要想立于不败之地,除了企业的运营管理,必须要有过硬的产品。

“何为‘过硬的产品’?就是成本低、人性化,符合市场需求、经久耐用



的产品。”刘社认为,产品研发工作需从长计议,方能获得认可。

她同时提到,当前市场存在着一个误区,就是好房子似乎都是满足有钱人需要的。真正品质好又经济实用的房子,却很少见。

“希望开发商多为中低收入人群考虑,建造既让老百姓认可,又经济实用的房子,不要将好房子与贵房子画等号。”刘社说道。

“注重产品研发是一个好的开端,可以引领行业向健康、积极的方向发展,值得嘉许。未来,节能环保型住宅将是一种趋势,这是房地产企业今后应当探讨的方向。”刘社表示。

成立研发团队 实现产品系列化、标准化、产业化

焦笑言 建业住宅集团(中国)有限公司产品研发中心总经理兼建业建筑设计公司常务副总经理

为了打造自己独特的产品,增强企业的核心竞争力,建业集团在前不久成立了“建业建筑设计公司”。说起这一举动的初衷,焦笑言表示,建筑设计公司是为了沉淀建业自己的技术标准,培养自己的专业人才队伍,构建一个系统的体系,用来做建业自己的产品研发。

“很多时候,社会上的公共建筑设计院并不能真正理解企业究竟想要什么,他们的工作进度也很难跟上像建业这样持续、快速、稳定发展的步伐。所以,成立自己的建筑设计公司,由自己来掌握产品研发方面的工作进度,就可以有效地解决这些关于产品研发上的瓶颈问题。”焦笑言说,“目前,建业的系列产品已经比较成熟,除了已经得到市场广泛认可的前三代产品,现在还有新的产品正在不断推出。如何更好地优化产品、节约成本、放大品牌,基于这些考虑,建业建筑设计公司就有了成立的必要性和工作基础。”



“一直以来,建业都非常关注绿色、节能、环保、生态建筑,这是中国乃至全球房地产行业的发展方向,也是建业建筑设计公司追求的目标。建业希望以建筑设计公司为平台,汇集一大批有能力、有追求、有创造力的有志之士,共同为之努力。”焦笑言说,早在几年前建业集团就提出了产品系列化、标准化、产业化的目标,成立自己的设计、研发团队就可以保证这一目标的实现,这也是企业壮大、持续发展的必经之路。

焦笑言表示:“目前,建业集团产品的外墙、户型、门窗、电梯等都已经达到了标准化要求,但是若想再有所突破,实现建筑水平与产品质量的进一步升级,还是需要设计研发、工程施工等多方的紧密配合和共同努力来协作完成。”

在她看来,中国房地产市场上一一些已经开始做自主研发的企业是非常有前瞻性的。在设计精细化、施工成本优化方面正不断进步,进而形成产品构造的标准化及完善的产品研发体系,他们的远见将会给他们带来市场和客户的认可以及丰厚的回报。

房企要想立于不败之地,除了运营管理,必须有过硬的产品 着力产品研发 向价值链高地转型



“国内好的商业地产可以说是寥寥无几,因为开发商大多要委托设计院进行设计,而设计院往往对用户的需求、特点不了解,因此就很难设计出好的设计方案。”何宏剑表示。

他认为,商业空间的设计是智慧与经验的高度结晶,必需要考虑消费者和经营者的需求,具体而为之。假如不专业,就会出现硬伤,将来改起来会非常麻烦。

在何宏剑看来,丹尼斯、郑州国贸、印象城、万达广场算是郑州设计、经营得比较成功的商业地产。如丹尼斯,在建筑设计方面花了很多工夫和财力,其位于花园路与农业路交会处的12层百货店,可以说是国内罕见;还有万达,能够在非商业区域凭空出



据其介绍,康桥地产在起步期作了两个准备,一是研发人员的配置超过50人,二是将会有选择性地复制外地的一些优秀项目。

“在专业分工方面,除了通常的工程、建筑专业人员,还有装饰专业、景观专业的人员,专业配置更加齐全。”周光利说道,他们不仅要进行项目前期的调研、定位,还涉及后期的现场施工、服务等环节,全程把控、一体化运作。经过两年的实践,现在已经比较成熟。

他详细介绍道,在定位阶段,设

好的商用物业 可以体现商业的DNA

何宏剑 河南商业行业协会副会长、郑州希瑞营销管理咨询有限公司董事长

“商业房地产在国外叫做‘商用不动产’,从字面上看,更加突出‘用’字,为‘用’而考虑,注重使用者(经营者和消费者)的感受。”何宏剑说道。

他告诉记者,在国外,大部分的商业物业是不卖的,只用来经营。如建造一个SHOPPING MALL,在设计之初就会成立一个“商店经营管理委员会”,大家一起沟通、交流,最后得出一个好的建筑设计方案。这个方案会考虑建筑内部的物理分割,如动线设计,业种、业态的平面功能布局,以及垂直分布,各类服务设施等,未来的经营者会根据消费者的需求进行设计。

现一个商业中心,也很了不得,值得同行学习。

“郑州的商业地产开发能力,从全国来看尚属于中游水平,中等能力。目前已经开始重视产品的前期研发,但还不知道该怎么去做。”何宏剑认为,打造一个商业地产,从根本来说,要有科学的流程,对产品进行调研、分析、定位,了解消费者的消费总量、消费结构、消费偏好,再结合经营者的经营特点来设计产品。最终,通过提供合适的产品、商品来满足消费者的需求。

“一个好的商业物业,一定可以将商业的DNA体现出来,使它的商业生命按照预想的方向发展。”何宏剑表示。

“前置性介入” 是保证品质的重要一环

周光利 康桥地产产品策划设计中心总监

在周光利看来,郑州本地真正做房地产研发的企业几乎没有,建造的基本都是传统、常规的产品,创新力不大,其中最直接的做法就是将一线城市好的产品搬过来。

“房地产产品研发是一个非常漫长的过程,不是一蹴而就的。如万科,已经做了很多年。而康桥地产目前正在努力,专门成立了‘产品策划设计中心’。”周光利说道。

计、营销、建筑、水电气等部门会前置性介入;而在设计阶段,工程、营销、物业也会全部介入进来……总之,在施工图出来之前,各个环节的人员都会参与其中,保证“定位”的落地和效果的原汁原味。

“这样做的好处是,保证项目在前期就将有关问题规避和解决。”周光利认为,项目的施工图出来以后,标志着70%的工作已经定型,所以“前置性介入”非常重要,且能起到决定性作用的一环。