

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话,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,郑州本地真正做产品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。