

# 主动创新，从有量无质到品质化经营 房企精细化运营是未来楼市发展必由之路 住宅产品『升级换代』大势所趋

即便没有调控高压，中国房地产业也已经到了一个新的发展阶段，随着行业成熟度和购房者需求的不断提升，原有的粗放式开发模式已经走到了发展的尽头，全面改良进化、升级换代的品质化路线正在热袭市场。

郑州晚报记者 王亚平

## 改善型需求渐成主力

### 消费者对产品属性需求越来越多

在房价不断高企的当下，有报告显示，除了适婚族刚需的有效支撑，改善型需求也呈不断放大的态势，他们将改善现有居住条件作为购房的首要目的。特别是家庭年收入15万元以上者，改善型需求尤为迫切。

“现在的房子住了7年了，感觉社区环境和物业管理都不是太好，显得乱，与现在的新建房源相比，品质明显低劣，一下雨墙面还有点渗水，现在连孩子都说想换好房子住。”上周末，在花园路某项目售楼中心看房的刘薇这样说道。

谈及目前中意的房源时，她表示，首

选品牌房企的好产品，比如社区规模适中，建筑用材考究、户型设计合理、低碳、智能化等都要有所体现，教育、医疗等生活配套必须完善。不管在哪个区位，社区内部一定要有幽静宜居的氛围。

实际上，和她一样需求的在近两年楼市活动频繁的买房人并不鲜见，他们平时生活品质比较高，对现有住房不满意，在新的品质楼盘出现后，为了追求更高的生活质量，而去购买新房。

除此之外，随着房价的高企和“限购令”的持续实施，越来越多的首次置业者也比前几年的购房人更为理性，他们认

为，“一步到位”要比“阶梯式购房”踏实得多。

当然，所谓的“一步到位”不单指面积功能上的提升，重要的是对房产品选择上标准更高，一些地段好、周边生活配套成熟的优质楼盘成为他们的目标。比如，仅在户型创新上，目前市面上的两房变三房、入户花园实现的室内外空间过渡、赠送的大阳台等方式对楼盘销售也带来了有利促进作用。

这也使得当前在售房源的价格有了一定的差距，品质中高端产品价格明显呈上升趋势。

## 产品力是企业生命线

### 停留“盖房子”的开发模式难以为继

在卖房就像卖白菜的同时，房价就好似被风吹过的夏天，热浪阵阵。郑州楼市与全国同行业一起加速，企业疯狂追逐利润，加快运营的脚步，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。

甚至有专家表示：“最近10多年的房地产模式定位为非常粗放型的模式，是一种以房地产销售为目标取向的简单开发模式，那就是圈地、盖房、销售、再圈地、再盖房、再销售。不管是农民还是工人，只要你有钱把地买来，你就是投资商，你自己就可

以开发做房产。”

随之而来的是品牌意识、服务意识、管理水平不强，运营力不足。比如，郑州某家族式房企，职工大多是直系亲属或亲戚，缺乏有效的竞争和管理机制，致使企业缺乏战略性的决策眼光。

“当时买房时没有谨慎考虑，如今看来房产品质量还可以，但是整个社区则陈旧落后，没有停车位、没有景观，物业管理也是一团糟。”于2006年购买了该企业产品的小陈无奈地说。

而今房地产行业进入壁垒日益提高，

随着土地市场化机制的逐步完善，行业管理日益规范，对房地产企业的规模和资金实力的要求越来越高，那些严重依赖获取稀缺资源而自身缺乏创新力、产品力的中小房地产开发企业将面临严重的生存危机。

任何一种行业一旦解决了供求关系，便会进入成熟发展期也就是自由竞争时代，此时产品竞争力将是企业的生命线，一些不具备研发水平还停留在“盖房子”时代的房企一定会被淘汰，唯有注重市场细分、不断创新的企业才能长期生存。

## 精细化生存激战正酣

### 主动升级产品者呈增多之势

从7月1日起，郑州将要推行房屋销售新政，新政规定上街以外的郑州区域内，新建住房将推行“透明房价”，每套房子的售价都要在网上进行公示，房价不得超过备案的最高销售价。

此举在楼市引起不小的关注，然而从近年来的调控举措效果看，尽管未能即刻改变房价的运行轨迹，但对楼市长期的渗透作用则不可小觑。未来，怎样的房企才能立足市场？

对此，有前瞻力的房企早就走上了品质开发路线，并在亟需转型的当下担当起了领路人的角色。

放眼全国，如万科、龙湖、绿城等，它们也被业内称为品质地产三巨头，旗下的大多项目，除了打造身临其境的园林景观，硬件品质方面也不遑多让。比如，高层公寓采用卡拉麦里金全石材立面，架空层采用石材+实木，连消防楼梯都是石材地面铺就，阳台水管用真石漆包装等。类似这样的品质追求为一线房企树立了良好的市场口碑和影响力，也为其进军二三线城市作好了铺垫。

一路走来，从最开始的有量无质，到现在品质化经营、人性化经营，郑州房地产市场走过了一段很长的历程。郑州房地产市场涌现了一批创新意识较强的开发商，比如建业、永威、通利等，由于在市场的表现可圈可点，它们已经跃然成为郑州市的名片。

建业森林半岛、壹号城邦、贰号城邦等无一不是郑州的榜样楼盘，无论从立面、户型、建材品质、社区规划乃至最终呈现的建筑轮廓都传递着不断超越的人文精神和力量。

通利地产也在项目开发中对高品质有着始终如一的坚持，楼宇对讲机、楼宇自动门、五金、外墙面砖涂料等所有建筑用材均采用国内一线品牌；而社区内完全的人车分流造就了私密、宁静的氛围；在中央景观区，园林层层叠叠的层次感、曲径通幽的意境、高低错落的天际线等极富工巧。

如今，消费者对产品属性需求越来越多，在中原主动升级产品的房企呈增多之势，也推动房地产产品进入全面改良进化、升级换代的新阶段。

越来越多的房企负责人认识到，在新形势下，除了设法增强资金实力以外，更关键的是必须提高自己的专业能力及产品核心竞争能力，开发商要具备超前三五年的前瞻性，向业主提供真正优质的产品和服务。

