

TOP 地产 | 楼盘连线

连日来,随着新田携手恒大、碧桂园共同打造洞林湖区域消息的不断发酵,业内及购房者对该区域的人居前景颇为期待。与此同时,人们不禁发问,“土地是房企的命脉,新田以土地谋合作,初衷何在?新田集团今后将有怎样的动作和战略?”记者就此进行了采访。 郑州晚报记者 王亚平

积淀孕育创新,发力商业地产

随着房地产市场的发展,房地产行业“诸侯割据”的局面也正在发生明显变化,与之前的分庭抗礼相比,强强联手几乎是很多主流企业的共同意识,联手之后的各展所长将会打造价值超群的人居胜景。

因此,对于洞林湖区域的未来价值,自然是无需多言。

那么,在恒大、碧桂园进入新田城后,新田集团下一步做什么?

新田集团总裁冯常生告诉记者说:“今后,新田将集中优势兵力,主攻新田城的商业部分,全力做好商业、主题公园、度假酒店,为新田城即将到来的风起云涌的开发大潮提供配套支撑。”

据了解,该商业体量有60万平方米左右,是洞林湖片区的重要人居配套。

众所周知,商业地产是一个跨界行业,复合了地产、商业、产业、金融的全程性,综合性开发,其复杂性和系统性,需要整合各方面资源,对开发商会提出较高的要求,决定了企业必须具备高度的专业能力。

特别是最近几年,在政策调控的作用下,全国几乎所有的开发商都卷入了商业地产开发的热潮,但并不是所有的商业地产项目都能得到市场认可,从而分得一杯羹。

在商业地产领域,新田集团有着怎样的实力和积淀?能否胜任并成为中原商业地产的引领者?

在当前“复制粘贴”过度化的郑州商业地产领域,郑州国贸360广场的成功和影响力似乎是应对质疑最好的回答。

由新田集团开发的郑州国贸360广场于2010年初面世,地处花园路商圈,各大商场集聚一堂,但国贸360广场的繁华独具一格。

该项目升华了购物广场的概念,为客户提供集视觉、嗅觉、听觉为一体的购物空间,以Shopping Mall的方式错位经营、创新营销是它的发展方向。作为中原地区首家时尚购物中心,现已成为河南地区最年轻、时尚、有活力的消费地。从一开始,郑州国贸360广场就给自己“快时尚集合地”这样一个准确的定位,并通过短短几年时间,完成了从“快速时尚潮buy地”到“时尚潮buy新地标”的华丽蜕变。

『双轮驱动』 是以新田城为代表的生态宜居田园城镇系列 『双轮』是以郑州国贸中心360商业广场为代表的时尚、潮流都市商圈系列 专业化、品牌化、新田『双轮驱动』谋动全国

“两轮驱动”,打造可复制的产品线

正是因为有了郑州国贸360广场的成功开发运营及新田城新型城镇化建设模式的积淀,在房地产业步入新的发展阶段后,新田集团着手对公司的发展战略进行了调整。

作为多年的地产从业领军人物,冯常生对楼市现状有着清晰的认识,“必须走差异化、特色化的路线。”

“未来,新田集团要做成交量和销售金额的‘双百亿’企业,我们会贯彻实行‘一体两翼’的公司战略,‘一体’指特色化的开发模式,‘两翼’分别是资本运作和公司治理。”冯常生表示。

这样既能通过多项目运作让产品线更为成熟和标准化,又能培养和提升整个团队的综合能力。

“在具体战略上,确立了‘两轮驱动’战略,进一步明晰了公司的产品线。‘一轮’是以郑州国贸中心360商业广场为代表的时尚、潮流都市商圈系列,‘一轮’是以新田城为代表的生态宜居田园城镇系列。今后一

个时期,新田除了在二七商圈建设300米高的商业综合体地标—新田时代广场外,还将在该商圈建设360商业广场西太康路店,同时,花园路北段的花园广场、郑州国贸中心二期扩建工程也将延续都市商圈系列。作为田园城镇系列的重要一步,位于郑东的新田·香蜜湖项目正紧锣密鼓,首期产品很快面市。”冯常生告诉记者说。

当前,一线房企都已形成了包括多个产品系列的产品体系,在不同城市、不同项目中大力推行标准化产品线的连锁、复制开发,这样不仅是为了控制资金成本,更是为了提高周转率和杠杆率。

某种意义上说,房地产市场已进入以高周转开发模式为主流的标准化时代,产品系开发已成为房企做大做强之必由之路。

显然,新田集团早已认识至此,同时又对企业的“内功”提出了更高要求,在管理模式和内控体系上更为科学,以保证产品线的打造和标准化运营,最终提升产品的宜居性和企业影响力。

谋定未来,从合作开发到全国拿地

未来楼市将步入平稳发展期,但对房企来说仍有空间,竞争会愈加激烈。在冯常生看来,以后的地产业发展将总体稳健、份额集中、生态分化。这是一个市场成熟的表现,也就是说行业集中度提高,市场份额集中于少数房企手中,全能开发商消失,以能成功开发某一种地产业态的专业开发商为主。

河南新田置业有限公司成立于1997年,旗下有鹿港小镇、郑州国贸中心、郑州国贸360广场、新田城、新田时代广场、360广场太康路店、新田花园广场等数个已建或在建项目,如今新田公司已发展为拥有河南新田城置业有限公司、河南郑州国贸商业有限公司、河南新田物业服务有限公司等8家子公司,员工近千人,年开发量50万平方米以上的综合地产开发商。

10余年的时间,新田集团以“诚信、互惠、求实、创新、发展”的企业理念,坚守“缔造城市之美”的信念,向社会提供更多更好产品的同时,做一家专业的开发商,从运营城市视野,为人们提供美好生活。

显然,由于对市场的正确研判,新田集团在近几年的发展中一直向着专业开发商的方向努力。

2006年,公司开始探索新型城镇化市场发展道路,创造性地提出“政府主导、企业

运营、群众参与、专家顾问”的“洞林湖模式”,通过借鉴霍华德“田园城市”理念,投资80亿元将其占地7平方公里的区域打造成农业、旅游、教育、度假、居住、商业有机结合的田园城镇。该项目开辟了新型城镇化建设的新路径,首创了社会资本建设新农村及企业参与新型城镇化建设的实践先河。

而商业地产领域国贸360广场的成功也早已获得业内专家的交口称赞。

“今年,我们在上海浦东新区康桥镇竞拍得到了一块商业用地,仍将开发新田360商业广场。田园城镇系列除了新田城之外,还将在郑东新区再建一座新田城——新田·香蜜湖,实现新田田园城镇东西并进、东西比翼的格局。对于都市商圈系列,重在引入合作商家,郑州国贸中心已经形成了稳定的品牌商家方阵,这些资源可为后续项目所用;对于田园城镇系列,重在引入我国地产十强品牌企业、一线房企进行合作。”谈及接下来的开发,冯常生流露出满满的信心。

可以说,与恒大、碧桂园的合作,只是拉开了新田与中国地产十强合作的序幕。而从合作开发到跨区域全国拿地,不难预见未来的新田产品将遍地开花,以优质作品助推区域发展,成为所在区域人居及经济发展的推动力及新引擎。

新田·香蜜湖示意图

