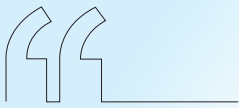


2014中原房地产年度样市

2014年11月28日 星期五 编辑:梁冰 美编:宋笑娟 校对:薛梅

发现本土房地产黑马特别报道之一

风雨历程30年,中原房地产市场谁主沉浮? 本土地产品牌格局的嬗变



从上世纪80年代首批河南房地产企业诞生以来,30年来,河南楼市一路风雨兼程。30年来,河南房地产市场从无到有、从小到大,从计划经济时代发展到市场经济时代;从简单的钢筋混凝土建筑发展到环境优美、功能齐全的精品住宅。30年来,河南房地产企业也是铿锵前行,经历了从弱到强的成长历程。30年来,河南房地产在成就了无数辉煌的同时,也涌现出了一批领头企业,他们带来了今天的河南房地产市场高水平、高品质下的成熟与繁荣。

不过,风水轮流转,在历史的车轮进入21世纪的时候,当国内的房地产大鳄纷纷抢夺河南市场份额的时候,河南本土的房地产品牌格局在竞争中逐步发生了逆转!

郑州晚报记者 范建春

地产大鳄进驻,本土地产品牌格局发生巨变

2004年,上海绿地集团正式进驻郑州,成立了河南老街坊置业有限公司,开始拓展河南市场。随后,2005年,升龙来到郑州,建设曼哈顿广场;2008年,利海入驻郑州,打造利海·托斯卡纳项目;2009年,恒大地产开始开发恒大名都;2010年,华润置地进入郑州,建设大型城市综合体——华润万象城;2010年,大连万达集团在郑开发中原万达广场;2012年,万科进入郑州,投资建设万科城项目;2014年,地产元老中海首礼郑州,引入精品之作中海·锦苑……

由于一线城市土地资源越来越稀缺,全国性品牌房企逐渐转向二、三线城市,河南市场自然不能避免强敌入侵。万达、恒大、保利、绿地、华润、升龙、万科、中海等众多知名房企陆续进入郑州,凭借雄厚的实力和全新的理念,对原有的本土房企造成巨大的冲击。

据了解,在2005年之前,基本上是本土房地产商一统天下,以建业、鑫苑等房企为代表,凭借着“主场”优势,通过对本土市场更为准确的判断,充分迎合了河南消费者的喜好,迅速提升了开发和销售业绩,抗拒住了地产大鳄的入侵。

不过,在2005年以后,随着楼市暴利时代的终结,外地品牌房企的大量进入,河南的房地产市场竞争逐渐进入白热化。地产大鳄是步步紧逼,本土房企是节节后退,市场格局也开始发生了巨变,最终形成了以建业、正商、永威、豫发、康桥、正弘、鑫苑、名门等为代表的郑州本土房企,全面抗衡外来品牌房企的市场新格局。

在地产市场风云变幻的背景下,一大批年轻的地产企业开始纷纷涌现,并逐步成为市场的新兴力量。在经过多年的积累之后,他们用自己独特的方式,迅速地发展壮大,并占有了市场的一席之地,奠定了本土品牌竞争的基础。

对此,有业内人士认为,在国内房地产一线品牌进入河南市场之后,加之当前国家宏观经济环境、房地产行业环境的变化,河南房地产市场和其他地区一样步入一个与过去大不相同的新格局。面对新的市场竞争,本土的房企开始出现分化,一方面,一些房企由于坚持品牌战略,在市场竞争中逐渐壮大起来,实现了高速增长;另一方面,在土地价格日渐上涨,开发门槛不断提高的情况下,一些小型房企营收能力日显微弱,大有被加速淘汰之势。而目前活跃在河南房地产市场第一线的本土房企,基本上都是品牌意识比较强的企业。

品牌力量崛起,催生本土地产品牌新势力

在与地产大鳄的竞争中,一些本土品牌房企积极借鉴全国性品牌房企的开发经验,大大提高了对品牌价值的重视度。于是,在近几年的房地产市场上,更多的本土开发商品牌开始为消费者所熟悉,如永威、豫发、康桥、正弘、名门等。他们在与地产巨头的竞争中,不仅赢得了市场,也赢得了消费者,让人们看到了本土品牌的力量。

本土房企的龙头企业河南建业董事长胡葆森曾经表示,面对竞争压力的剧增,本土房企应该“不惧竞争,敢于竞争”。胡葆森还以建业为例,给出了三招应对之策:“第一,立足于把自己做大做强,以省内集中的资源优势应对强势企业全国分散的市场竞争;第二,合资合作,建业至少和10家省内地产企业以及非地产企业有项目合作;第三,提前布局,主动扩大自己在市场上的生存和发展空间。”

其实,一个响亮的品牌,就是一个企业能否在市场中安身立命的基础,而它的响亮,并非大量的宣传可以做到。成功的品牌背后,凝聚了太多的努力和奋斗。

以本土房企永威置业为例,在经过9年的积累和沉淀之后,永威置业树立起了自己独特的品牌战略,即精细化战略,从而在激流涌动的市场上争得了自己的一席之地。作为本土品牌地产的务实派,永威置业经过9年的发展,走出了一条本土房地产企业精细化开发的发展道路,在品牌发展上异军突起,打破了外来开发品牌大举入侵之势,成为河南房地产市场的一支新生力量。

特别是近两年来,永威置业的作品,如永威·迎宾府、永威·东棠、永威·五月花城、永威·翡翠城等项目,已成为高品质楼盘的代表。永威以业主居住体验为出发点,追求精工品质,用匠心打造最佳居住环境,其企业规模越来越大,销售业绩越来越高,开发领域越来越丰富,并拥有了大批的“永威”粉。

正是因为有着像永威这样的本土品牌,近几年来,在经历了兴衰和起伏之后,河南的本土房企品牌已经重新出发,并开始集中发力,将精彩的剧情一步步推向新的高潮。

后程发力可期,本土品牌已具抗衡大鳄能力

从曾经的百家争鸣到目前少数几家的“强强对决”,从部分老面孔的逐步“隐退”到新生力量的强势崛起,一些本土地产品牌的新生力量,正在以后来者的勇猛姿态,让整个河南地产市场呈现出百花齐放的局面。

有业内人士认为,随着一些本土地产品牌的崛起,以外来开发巨头一枝独秀的品牌格局将被打破,这将在进一步提升河南地产开发水平的同时,促进河南地产市场的繁荣发展。

日前,记者在永威·五月花城即将交房的毛坯房内看到,这里的墙面、地面已经处理妥善,平整整齐、干干净净,就连卫生间的防水都已经做到位;此外,房内的地暖、管道、线路等都已经走到位,并在墙上标得清清楚楚;墙上、墙角等预留了空调出水管孔,地面找平线等都有清楚标示。如果不是工作人员介绍,记者还以为这样的房子是正在装修中的半成品。

据现场的工作人员介绍,永威项目提前一个月预交房,并且工程、物业、专业保洁三重交房除尘。永威置业始终以客户生活体验为中心,通过“精细化的产品规划、精细化的建造施工、精细化的客户服务”,打造完美的客户居住体验。

据了解,永威置业是中原首家启动“预售房”交房机制的房地产开发商。

永威置业总经理姜永刚告诉记者,永威是在很用心地做产品,因此对自己的产品很有信心。5年之内,永威的产品和其他地产公司的产品外人几乎看不出差别;但是10年之后,永威精细化的产品会实现赶超,更多人能看出精细化的必要性;20年之后,永威会绝对占据优势。

据了解,作为已经位列第一军团的“新势力”,明年,正值永威置业成立10周年,其已经构筑了清晰的发展战略,那就是,高溢价、精细化、快周转,以新的起点,为企业进入全面“爆发期”蓄势。而清晰并富有前瞻性的战略规划,也将让业内对他们的“后续发力”更加期待。

