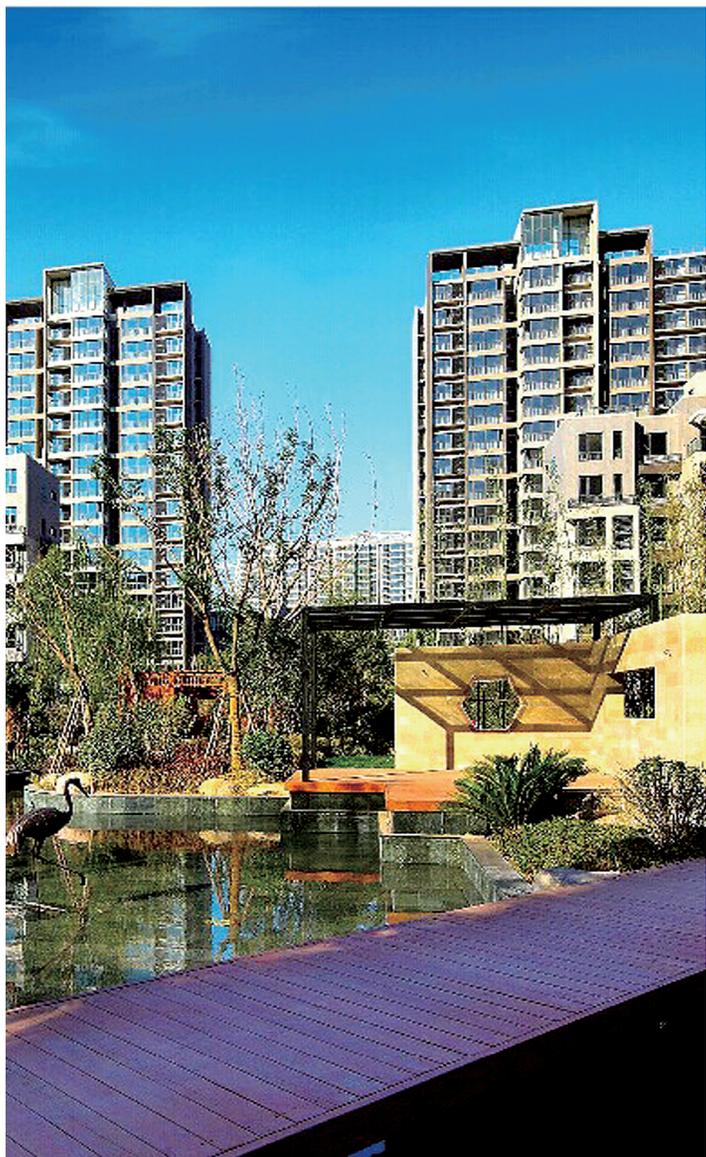




见证大郑州

郑州房地产行业发展启示录特别报道之一

那些事 从提供“住宅”到提供“生活”



正商地产的产品之所以能够迅速地为市场所接受,除了产品符合市场需求之外,正商的品牌价值亦起着决定作用。

市场那些事

从住宅提供商到城市运营商

公元2000年前后,郑东新区开始规划建设。

郑东新区是郑州市委、市政府根据国务院批准的郑州市城市总体规划,为拉大城市框架、加快城市现代进程、提高郑州城市品位,把郑州建设成为全国区域性中心城市即商贸城市而采取的重要举措。正因为如此,许多地产开发商都嗅到了其中巨大的商机,至此拉开了东区城市建设的高潮。

2004年,郑东新区的房地产业开始走向火热,当年郑东新区的房地产开发投资11.74亿元,2007年达到47.29亿元。郑州市主要建设集中在郑东新区,郑东新区CBD建设进入了如火如荼的阶段,顺驰、绿地、绿城等国内知名地产公司首次踏入中原,郑东新区龙湖南区成为这些外来者的开发热土。

此时,一向以住宅项目见长的正商地产开始涉水商务地产市场,建正东方中心就是这样一个个精心打造的5A甲级精装写字楼项目。

作为郑州本土领军的房地产开发商,建正东方中心的成功开发,可以说是意义非凡。因为它不仅是正商置业综合开发实力的一次大提升,更是企业品牌价值的一次提升。果然,继建正东方中心成功开发后,正商“四大名筑”、正商和谐大厦、正商国际广场、正商蓝海广场等项目快速亮相,至此,正商地产实现了从专注中心区域住宅开发到商业精品写字楼城市运营商的华丽转身。

业内人士认为,城市运营商不同于一般的房地产开发商,它是围绕城市总体发展目标和规划,通过发挥企业产业优势和资源优势,在满足城市居民需求的同时,使自己的开发项目能够成为城市发展建设的有机组成部分的经营开发商。这个时候,要求开发企业必须有品牌,有响当当的品牌作为支撑,需要有信誉、有经营范围、有资源,而开发活动也已经从单纯的“盖房子”向“造城”转变,最终让整个地产板块能够达到脱胎换骨的效果。

产品那些事

从建造房子到品质生活

正如消费品市场上的品牌价值论,在房地产市场成熟起来之后,消费者追求购买品牌住宅逐渐成为一种发展趋势。这得益于房地产市场竞争格局的改变以及购房者的日益理性。

自从告别福利分房和住房短缺时代,购房者在选房时的自主性是日渐提高的,从地段、交通、物业、环境等多种硬性指标被纳入考虑范围,到对开发企业品牌价值的认可,很多人开始提出渴望过上品质生活,而房企们也争相推出品质生活社区。

当一个地产项目开始频繁地被人们所谈论时,就说明这个产品已经为人们所接受。“其实郑州的很多地产项目看上去是相似的,无论是其景观的设计,还是其商业氛围的营造,基本上都能够给客户带来舒适的居住条件。从这一点来说,正商地产的产品之所以能

够迅速地为市场所接受,除了产品符合市场需求之外,正商的品牌价值亦起着决定作用。”采访中,正商地产负责人如是说。

“一个新开的盘,只要价格便宜,就会有大批的购房者日夜排长队抢购……这样的好日子过去了。”目前,对于开发商来说,买块地盖个楼就能大把赚钱的日子已经过去,购房者越来越理性,让各开发商开始研磨品质,以质取胜。

而掀起“品质风暴”的正商地产,也是不断地坚持品质地产发展价值之路,其系列产品都是以卓越的品质和超高的性价比进入市场,以精品化、规模化、标准化的原则,坐拥不可或缺的繁华城市中心区域,却为消费者提供了一个豪华的生活居住社区。因此,消费者的认可度普遍较高,在郑州的地产市场中有着强大的引领市场的号召力。

品牌那些事

从企业文化到价值成长

目前,在郑州的地产市场,消费者所关注的地产项目,正在从地段、配套走向品牌价值的认同。也就是说,一个地产项目能不能被消费者所接受,其开发商的品牌价值已经远远大于看上去更实用的地段位置和商业配套。

综观河南地产企业,有些震耳欲聋,有些绵延不绝,有些风头正劲,有些淡出舞台,然而在这些背后,还有一些豫商企业,他们勤奋坚定,为的是在河南建造出让百姓信赖的房子;他们诚信奉献,为的是让身边的百姓能过的更加安心;他们求实低调,为的是让这份属于河南的品质影响更多的人。

正商地产负责人在接受记者采访时表示,中国的房地产行业发展到今天,理应进入一个服务制胜的时代。正商不敢奢谈像万科那样成为客户型企业,但是企业所开发的每一个楼盘,每一件作品,都应该是以客户为导向的,都要通过大量深入的市场调研,通过了解客户的需求并满足客户需求而进行规划设计的。我

们现在已经加大了产品的研发和产品创新的力度,通过创新包括户型创新和新材料的运用,来提高产品的附加值,从而回馈给正商的客户。

一个企业的成功没有偶然,企业的文化更是企业品质的展现。正商地产之所以坚定不移的做品质,正是正商人传承了一种精神,而这种精神就叫做“正”“商”。

随着品牌地位和行业影响力持续攀升,正商实现了企业文化的品牌价值,赢得了政府、客户、合作伙伴及社会各界的广泛认同和关注,正在成为郑州乃至中原地区房地产行业的一张名片。

业界认为,正商经过20年的长期持续积淀,已经形成了以区域聚焦战略为企业发展核心,专注于城市人居环境的完善和改变,从产品功能化定位逐渐向区域聚焦战略中心城市主导地位过渡,快速成长为市场上屈指可数的区域地产领头羊,用一次又一次的圈地运动不断刷新着一座城市的成长和变化。

如果把眼光放到20年前,那时的郑州城市格局还没有“环”的概念,金水路、中原路、花园路是屈指可数的几条主干道。同时,对于郑州的房地产市场来说,也是处于一个萌芽状态。当时的房地产开发公司不仅寥寥无几,而且基本上是国企在一统天下。

随着时间推移,郑州的城市格局开始发生了翻天覆地的变化。1997年,紫荆山路一期工程(东里路到陇海路段)打通;1998年,郑州四桥一路建成通车……至此,郑州有了自己的环形道路。此时,郑州的房地产行业也真正意义上跨入到了商品房时代。而伴随着郑州城市规模的不断扩大,一大批本土产品品牌也开始茁壮成长起来,他们享受着郑州经济快速发展所带来的红利,也势不可挡地把郑州从小城市“升格”成一个大都市!

郑州晚报记者 范建春