

## 联手出品

### 深度解析实力房企从竞争到竞合的战略转型

有专家表示,房企结盟现象的增多是地产业“白银时代”最典型的特征。放眼全国,联合拿地和联合开发蔚然成风,就在人们为融绿“分手”感慨万千时,“万万合作”一石激起千层浪。

有数据显示,2010年左右,中国城镇居民家庭住房户均套数已经达到1套,这就意味着中国房地产市场供求“已基本平衡”,楼市开始“进入

下半场”。

由于购房需求已经基本得到满足,传统住宅市场规模化发展空间受限,这已经成为当前房企发展过程遭遇的“痛点”。这就意味着,过去孤军奋战、单打独斗的经营风险太高,而房企之间通过合作能够抵御风险。背靠背地“抱团”,是房企决胜未来的关键要素。所以,“合伙”成为房企的破局之路。

随着不断攀升的地价,也让开发商联合拿地成为不可逆转的大趋势。从去年8月29日,建业海马集团联合斥资15.3亿元拿下郑东龙湖副CBD地王,到今年6月9日,该区域又诞生总价16.54亿元的新地王。前后不足一年,同区域地王接连问世。与高趋地价不同,房地产可能不会再有以前那样高额盈利。

面对愈加复杂的行业现状,越来越多的房企从各自为政到合纵连横。对于没有开发经验却拥有资金

实力的企业而言,合作带来的是进入行业,并开花结果;对于常常被称为“陷入生存危机”的中小企业而言,同样可以通过合作继续在行业内生存和发展;而房企强强联合的强势更有可能产生高势能。

最值得购房者关注的是,房企强强合作,能带来产品的创新和价值的攀升,比如,从规划到细节,建业海马九如府都力求做到极致,最大化地块价值、资源价值,更强化产品价值,成为超越联盟新城的低密度居住作品。

以郑州多开发大盘为例,一线房企的品牌优势和全国市场雄厚的开发经验,加上本地品牌房企的资源优势,合作开发能促进产品品质的飞跃,给大家带来国际视野的作品。

试想一下,我们未来的家将会是设计合理、配套丰富、物管贴心的高端社区,当然还有享誉全国的品牌护佑,那该是多么幸福的事情!

郑州晚报记者 王亚平

