

强大的发展动力,吸引实力资本相继进驻,目前有近20家一线房企逐鹿中原,厮杀加剧产品创新。科技、人文、全价值链生活配套日趋完善,不断提升的现代化、人性化的物业服务带来更具品位的生活体验……郑州的国际化住区在成长。 郑州晚报记者 王亚平 赵娟



近20家一线房企“抢滩”郑州,竞争加剧产品创新 全价值链开发 国际化住区在成长



科技、人文、休闲…… 全价值链国际配套

武侠的世界里有一句非常经典的话,叫作“有人的地方就有江湖”,放到现实中来,则是“有人的地方就有配套”,居住离不开配套。现如今,购房者注重的不再只是遮风避雨的居所,而更加注重居住环境质量。在58同城房产频道,记者发现,有着一站式配套的房产品明显更得购房者关注。

个性化的配套设施也是高端项目的一大特色。如在中海锦苑打造全小区地热系统,更大范围实现热对流的地热采暖方式,采用共用立管分户热计量系统,实现分户控制。为了符合全民乐跑趋势,专门小区慢跑道。

同时,在科技日益发展的今天,科技在住宅、智慧社区也逐渐成为购房者的首选。如,科技住宅康桥朗城,引入家庭控制中心、动态人脸识别系统、儿童定位、紧急呼叫、智能燃气报警、监控安防、环境监测、智能灯光控制、智能收件系统、新风系统等科技配套。

值得关注的是,房企在做好产品的基础上,也在不断的提供差异化的服务,以满足不同需求。如5月20日易居携带称能提供“文化产业走向家门口最后一公里的基础设施”宝库&艺术空间来到郑州,并与建业富力悦居达成协议签约落户。

高端项目对物管的重视程度与日倍增,随着郑州高端项目越来越多,管家式服务、酒店式服务,这些国际化的物业管理也被越来越多的郑州市民所熟知,引领和倡导了郑州人的居住理念。

比如万科的睿服务、第五食堂等。“睿服务”指利用由项目数据库系统、业主专属APP及员工端APP等智能工具搭建的平台。

金地来到郑州,就是配套先行,将理想生活优先预演。在设计时就充分体现了人文关怀,营造邻里空间,全新打造邻里中心,为业主提供自然和谐的交流空间。

恒大来到郑州,不仅欧式园林、9A精装为中原人所熟知,其金碧物业也让中原人体验到了“24小时贴心管家服务”。以特色的保安队伍、特色的物业服务、特色的社区文化为其鲜明的“三大特色”,注重服务意识和细节。

融创带来的“安全、服务、智慧、快乐、专属”5S高端生活服务体系,通过对10万户高端业主的抽样调查,总结出中国高端业主居住生活当中的上万个痛点,研发了一套以全产品周期和全生活周期为理念的臻生活高端生活价值体系。一切“以客户需求为导向”,为客户提供最好的产品与服务,为郑州的居住者带来全新的居住体验。

近20家一线房企“抢滩”郑州

城市形象的不断改观和强大的发展动力,也吸引实力资本相继进驻。据记者不完全统计,截至目前,入驻郑州市场的一线房企已有近20家,如万科地产、保利地产、绿地控股集团、恒大地产、碧桂园、华润置地、中海地产、海亮地产、金地集团、富力地产、鲁能地产等。

颇为明显的是,在郑州土地市场的起伏中,一线房企参与成为最受关注的焦点。

4月1日下午,一块标号为“郑政东出[2016]5号”的地块经过147轮的竞争,最终被恒大集团以22.31亿元的总价竞得,单价2049.04万/亩,这是郑州地

价首次突破2000万/亩,堪比北上广深一线城市。

据业内人士估算,这块地楼面价12293.75元/平方米,未来房子至少要卖到3万元/平方米。

随后在4月25日上午,全国房地产百强鲁能瞄准了郑东新区北龙湖的住宅用地,斥资17.1亿元敲开了郑州房地产市场的大门。中国指数研究院数据显示,截至5月5日,今年全国前20名土地收入的城市中,北京、上海、杭州跌出三甲,而被二线城市南京、苏州和郑州所取代。

据中原地产研究部数据显示,进入2016年以来,20大

标杆房企合计拿地金额为974.33亿元,同比2015年同期的812.3亿元增加了20%;但从成交结构看,2016年以来,在二线城市拿地的金额占比高达48%,而在2015年,这一比例则为41.2%,二线城市已经成为标杆房企拿地的主要目标城市。

2016年开年以来,随着政策不断放松,郑州房地产市场已是非常火热,土地价格的高企,标志着房企对楼市信心的增强,住宅备案的持续上涨意味着购房需求的回升。专家表示,郑州房价或将稳步上涨。而在赶集网,记者发现郑州的二手房价稳步上扬。

本土房企战略升级,竞争加剧产品创新

一线房企加速布局“国际郑”,而为敲开郑州市场的大门,每个企业又有着不同的策略。简单梳理,他们或独自拿地,或收购,或合作开发。

比如,恒大、万达、绿地等企业的拿地造城,快速开发,快速周转;碧桂园、万科、富力则选择与新田、美景、建业等本土主流房企合作开发,抱团分担资金风险共同分享开发收益,这也将成为未来一段时间国内房地产企业经营的一种趋势。

面对国内地产大鳄的强势冲击,本土房企也并不示弱,甚至呈现了抗衡之势。以建业、正商、康桥、鑫苑、绿都为代表的房企加速布局,以不同的路径赢得销售额的递增。

建业正式开启了从房地产开发商到新型生活方式服务商的历史性跨越,并进行了一系列更符合新阶段客户的需求、铺垫未来的版图部署。

康桥地产在公司运营上不断开拓创新,在原有的三大梦工厂基础上不断尝试“互联网+”创新式的结合,实现了企业的品牌构架和运营管理大幅提升,并取得了不错的市场反馈。

鑫苑刚刚发布新的品牌战略,未来将从科技、健康、人文三个方面为郑州打造至美生活,将会与全球顶级IT、通信领域品牌商家IBM及华为强强联手,实现跨界合作,建立智慧社区解决方案。

从一线房企的争相进驻到本土房企的战略升级,伴随着竞争的加剧,郑州的国际化人居形象将稳步提升。

在产品的设计上,更多为消费者考虑,在细节上上下功夫,更适应国际化的需求。如近期面市的融创象湖壹号,不惜花费重金,邀请国内高端豪宅里合作最多的景观设计公司,享誉国际的贝尔高林(香港)进行园林规划。

如万科,恒大的全精装房体系将业主彻底从繁杂的装修中解放出来,能有更多时间去享受生活,全面彻底地为购房者提供成熟的居住解决方案。民安西上在园林中人性化地建设了风雨连廊等。

