

媒眼聚焦·新时代下的房企担当



地产新时代 房企练就“功守道”的三条路径

2017 在中国房地产业历史长河中,注定将是转型、分化的一年。当下的市场正处于一个楼市巨大转折的开端,处于一个楼市新时代和旧时代的分水岭,这种环境下,房企应该怎么做才能练就自己的“功守道”?有哪些经验和方向可寻?购房者又该如何把握机会?本篇应该会给你带来些许借鉴。

郑报融媒记者 王亚平 王磊

谋篇布局 寻找房企的成长基因

刚刚闭幕的中央经济工作会议定调了房地产市场未来发展方向,其中特别指出,要完善促进房地产市场平稳健康发展的长效机制,保持房地产市场调控政策连续性和稳定性,分清中央和地方事权,实行差别化调控。

之后,12月23日,住建部部长王蒙徽在全国住房城乡建设会议上又为2018楼市定调:满足首套刚需、支持改善需求、遏制投机炒房。

毫无疑问,当下的市场正处于一个楼市巨大转折的开端,在新的时代和环境,房企如何谋篇布局才能获得长足发展?购房者如何披沙拣金选到终极之所?解构过往或许能寻找到解决之道。

过去十年,是中国房地产行业高增长高回报的“黄金时代”,房地产投资和销售都处于高速增长状态。随着二线城市的相继崛起与国际郑的快速发力,郑州成为一线房企全国布局的战略重地,全国前20强房企聚首中原,各展所长。不过,由于进入时间和路线的不同,对市场的推动力和影响力也不尽相同。

如果我们问道未来,必须找出一个特别的存在,那一定非恒大中原莫属。

从2009年开始,恒大集团深入研究中中原大地风土人情和人居习惯,结合当地特色进行产品升级改造,恒大中原及其前身河南公司深耕河南8年赢得追随者众多。从洛阳、郑州到河南全域,从河南与陕西公司结成“秦豫之好”到两地频频取经学习,恒大中原公司实现了从一个地区公司到一个特大型公司的发展转型。

2017年1月1日,恒大集团打破省界壁垒,将河南公司与陕西公司合二为一,恒大地产集团中原有限公司正式成立。跨省合并后的中原公司可谓“双核”驱动,势头强劲。

特别是今年,豫陕两地针对商品房颁布了许多鼓励性政策,作为商品房开发的先行者和民生地产的践行者,恒大21年来,坚持“9A成品装修体系”的开发经验为其迎来了最好的时代。

据统计,当前,恒大中原公司已成功布局豫陕两地23个地市,开发建设60多个精品项目,拥有业主超过45万人。还有一些正在紧张筹备中的项目,为其在新时代发力奠定了良好的市场基础。

因此说,市场环境的优劣是相对的,真正有成长性的企业,必须拥有前瞻力和产品力,拥有对市场深深的责任与担当。



恒大御景湾园区实景图

这样苛求品质才能实现产品溢价

从今年开始,越来越多的地产人意识到:惯用的营销策略仿佛已经失灵,购房者甚至自带营销“屏蔽”功能,他们对产品好坏有着近似专业的判断。

这是为什么?

近日,链家研究院院长杨现领在链家研究院年度思享会上给出了答案:两个“10亿人”决定了2018年中国房地产走向“品质时代”。

杨现领认为,两个“10亿人”就是10亿城镇移民和10亿互联网网民。与房地产大繁荣时期的需求解构不同,85后、90后将会接力成为房地产行业的主力。

而他们接受信息广泛,需求将会带有时代格局,甚至包括生活空间都需要房企进行全新的思考。

这对房企来说,无疑又是全新的挑战。没有规模就没有未来,但若没有品质就可能无法生存。

在很多地产人还在规模与品质之间选择徘徊时,恒大已取得的规模优势人尽皆知。洞悉市场大势,今年初,恒大启动“规模+效益”的发展战略。

如何提高效益?恒大中原公司祭

出了“品质提升行动”,提出“向精品要效益”的口号。

比如,在高端产品方面,恒大入主郑东龙湖,在集团现有产品体系的基础上大胆重塑,成功打造“中原高端住宅巅峰样板”——郑州恒大悦龙台。不仅郑州高净值客户带来了终极置业的理想之地,也极大丰富了集团产品线。如今,悦龙台已成功在濮阳、庐江、南充等地落地开花。

在项目交付标准方面,进行了从机械门锁到指纹密码锁、绿色科技系统等10余项提升。

园林打造方面,突破一贯的欧式园林风格,遵循中式皇家园林师法自然、天人合一的境界;

在园区细节上,增加灭蚊蝇设备、直饮水设施、USB座椅等人性化设施,园区亮化提升等一系列措施,从各个环节升级品质。

已经到来的商品房时代,给面临人才短缺和技术储备不足的房企提出了新挑战,将加速房企洗牌和淘汰的速度,像恒大这样在设计、研究和建设方面拥有丰富经验,又拥有以居者为本的产品思维的房企将更具竞争力。

决胜美好生活 形成向上的“气场”

党的十九大提出:我国社会主要矛盾已经转化为“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。其中的美好生活与房地产行业密不可分。

从造房子向建设美好生活转变是新时代给房企提出的新要求。于是,我们看到恒大、万科、星河湾以及本土的建业等实力房企无不多次提及社区建设,着力于未来业主生活方式的创造。前不久,郑州的一场发布会引起全国媒体的关注,被称为“最走心的发布会”。这就是10月14日恒大中原公司的“心安处 是我家——恒大专注成品房21”大型主题品牌发布会,该活动唤醒了人们对于家的美好认知,用家的温度切中了都市人内心深处的情感共鸣。

活动现场的巨幅画面让人记忆深刻,画面上的“智能之心、绿色之心、品质之心、服务之心、人文之心……”传递着恒大专注专业的态度,以及可贵的民生企业精神。有业内人士表示,失去了黄金光耀的房地产业能否风起云涌,也取决于这一轮营造美好生活的场景能否深入人心。

为确保每一个项目都是精品工程,恒大中原公司在“9A成品装修体系”里的41道精品化施工、6000余条标准化管理之外,实施验收制度先行机制、样板工程先行机制、工作面整体移交物业机制、物业公司接管验收机制……既有效提高了工程质量,也极大地维护了业主的权益。

让很多业主感到欣慰和放心的是,为了增加施工过程透明度,接受业主监督,全面提升各工程质量,让大家见证家的成长,恒大中原公司还对业主举办了业主开放日活动。在开放日当天,业主和项目工程师一起对项目进行参观讲解,零距离体验工程质量。

在与业主亲密度的最高的物业服务环节,恒大特招本科以上学历高端人才进入物管团队,提高人员素质;同时,在国家一级物业恒大金碧物业的要求之外,提出更为严苛的标准,将“客户”视为“家人”,给业主带来有温度的社区生活,提升产品溢价。

守得云开见月明,道是今年胜去年。以匠心,守初心,像恒大中原这样,从一域到跨省,从建筑空间到人文情感的培育,为中原房地产市场形成了一股向上的“气场”,也给诸多企业提供了可参考的发展路径。一旦练就了这样的“功守道”,不管地产时代进行怎样的转变,都足以应对挑战。



恒大山水城园区实景图