



荐盘手记

栏目记者 龙雨晴

## 悦居经开 阳光正好

国家郑州经济技术开发区，近年来御风疾行、崭露头角，正成为郑州建设国家中心城市的排头兵，也是一众品牌房企争相进驻的热点区域。世界500强阳光控股旗下中国地产20强的阳光城集团也一眼便“相中”了经开区这片热土，怀揣“以舒适的享受，创造品质生活”的人居理想，为经开区国际化的都市生活所打造别具一格的高端居所——阳光城悦悦。近日，记者踏足备受瞩目的经开区，走进阳光城悦悦售楼处，深入了解这片区域的发展动力和这一项目的品质魅力。



### 探盘体验

在自贸区的加持下，经开区的发展速度有目共睹。踏上这片区域，笔直的道路、优美的环境，即使初冬时节也未见一丝萧条。阳光城悦悦坐落于经开区的核心位置，这片区域也是河南自贸区的重要组成部分。配套的完善和交通的便利是记者对于此项目的第一印象。

据阳光城悦悦置业顾问介绍，项目据守建设中的地铁5号线，距离地铁5号线中原福塔站仅450米。在项目1公里生活圈内，郑州十一中、朝凤路小学等教育资源环绕，郑州市七院医疗资源丰富，中原福塔、滨河公园等休闲娱乐资源丰富。此外，为弥补经开区商业的不足，项目建设9万平方米的自持商业中心——阳光天地，点亮区域繁华。

阳光城集团不仅专注于地产，也是一家优秀的商业地产开发商，阳光天地是其商业旗舰品牌。据悉，今年3月，希尔顿花园酒店已和阳光城签约，郑州第二座希尔顿花园酒店将落地阳光城悦悦，同样签约的品牌还有奥斯卡影院、永辉超市、屈臣氏等，阳光天地一贵的战略合作商家H&M、老凤祥、麦当劳、必胜客等也意向进驻。

### 推荐有+

阳光城悦悦公开的资料显示，项目绿化率为35%。但采访中记者了解到，由于项目的住宅地块和商业地块分离，中间以一条商业街相隔，因此项目住宅社区实际绿化率高达50%。细观项目沙盘，迎宾广场、景观门楼、镜面水体、下沉式阳光草坪、特色廊架……景观规划引人入胜。

近年来，阳光城集团将新一代产品的核心理念从“以客户为导向”进阶到“以用户为导向”，“睿life系”破茧而出，也成为悦悦的一大亮点。为升级中原人居体验，项目规划有地下泳池、环形健康跑道、四点半学堂、妈咪厨房、全龄儿童娱乐区等，将健康教育、健身体验、亲子活动等融入生活细节。值得一提的是，项目注重智能化社区的引入，社区内WiFi全覆盖，还将在全龄儿童娱乐区处设置“天使之眼”摄像头，可连接业主手机，随时查看孩子动向。社区除主要出入口外，还设有直接通向商业区的出入口，一步切换静谧与繁华。

### 置业者说

置业者顾女士：项目位置好，附近有很多优质学校，交通也便利。不过最打动我的是社区的规划，下班后可以去健身房，孩子可以去四点半学堂学习，还可以带朋友去妈咪厨房做饭，真的很期待。

# 内外兼修 抱团取暖 房企发展开辟新路径

本报记者 龙雨晴

## 外来企业 巧妙借力实现品牌落地

新田和建业是河南本土企业中善于寻求合作两种不同路径的代表。而外来企业之中，万科与融创是注重合作的佼佼者。

自2012年万科落地河南之时，便选择了与河南本土房企美景集团合作。根据双方的合作计划，万科和美景合资成立了郑州万科美景有限公司。而今，万科美景龙堂、万科美景世价、万科美景魅力之城……万科在郑州开发的多个优秀项目都有美景的身影，万科与美景的“联姻”成为业内一段佳话。

而后，万科又陆续与百荣、长基、民安等企业合作。万科与长基合作于雁鸣湖的项目。有业内人士告诉记者：“品牌房企对区域运营的重要性显而易见。好的区域碰到好的开发商，才能擦出更多的

火花，做好配套和产品，挖掘更多的价值。雁鸣湖区域迎来万科，对这个区域来说也是好事。”而万科与民安的合作则更为广泛，从万科民安西上到万科民安云城再到万科民安三度湖山……“万科的品牌能力，精装修品质，溢价能力都会让项目增色不少。”业内人士评价道，“对于民安来说，与万科合作基本为销售上了个保险。”

2016年，初入郑州的融创走上了与万科相似却又不尽相同的道路。2016年2月，融创中国与郑州美景房地产开发有限公司达成合作协议，融创中国控股有限公司全资附属公司天津融创奥城以7.54亿元收购郑州美景房地产开发有限公司持有的中牟美景置业有限公司70%股权和债权。同时，天津融创奥城

将持有中牟美景负责开发的郑州市郑东新区白沙地块——融创美盛·象湖壹号。

快、准、猛是融创进驻郑州的显著特征，拿地、合作，迅雷不及掩耳。纵观融创在郑州的许多项目，融创瀚海大河宸院、融创金林金水府、融创开开珑府、融创城开中原宸院、融创中永中原大观……合作的身影无处不在。

近年来，与本土房企的合作已成为许多外来房企进驻郑州的“敲门砖”，或是稳定郑州市场局面的“楔子”。除了万科和融创，旭辉牵手正荣开发旭辉正荣首府、荣盛牵手福开荣盛祝福花语水岸、福晟牵手谦祥开发福晟谦祥钱隆城……近年来，房企间的默契合作不胜枚举。

## 大势所趋 强强联合有助优势互补

在人们的印象中，房企之间的激烈竞争司空见惯。是什么让它们走到一起，抱团发展？

“这缘于开发商通过抱团以降低单独开发的风险。”某房地产研究人士告诉记者，“地产市场进入下半场后，选择合作可用更少的钱撬动更大规模，降低开发风险。此外，房企间原本就是竞争关系，在有些房企越来越强势的同时，必然也有些房企变得弱了。它们只有通过合作，才能把项目开发得更好。现在地块的商办比例比较高，而很多房企只擅长住宅开发，对于开发和运营商业一窍不通，通过引入擅长开发商业的房企，优势互补，有利于扩大产品竞争力。”

在易居房地产研究院总监严

跃进看来，由于房企的战略城市几乎一致，很多企业要独立拿下土地会更加困难，而在后续开发阶段也会有更多挑战，如果房企开始进行合作则可以更好地分散风险，并可以进行资源整合。

观察中记者发现，标杆房企作为优势方，一般会通过输出品牌和管理，在收益分配上获得相应补偿，提升资产回报率。对于标杆房企而言，合作开发的好处是显而易见的：降低开发风险，尤其是高地价大体量的项目，通过合作开发可以降低土地、融资、营销、采购等成本，而与当地本土企业的合作还可加深对本土市场的了解，更容易打开市场局面。例如万科这几年开发的很多项目都是小股操盘模式，在合作对象选择过程中，万科优先考虑和有优质土地的房企合作，并要求由万科操盘。在这个过程中，万科通过输出品牌和管理，只需要投入少量的资金就可以拿到优质的土地和项目的高额利润，以较小的代价迅速做大规模，将财务杠杆用到极致。而去年正式步入千亿俱乐部的旭辉近两年的飞速发展也得益于灵活开放的合作策略。

对于中小企业来说，与自己规模大、实力强、有品牌影响力的

“

近日，东原集团与新田集团联合拿下洞林湖地块，建立战略合作关系，成为人们热议的话题。事实上，在当前的市场环境中，房企之间由竞争关系转为抱团合作已屡见不鲜。合作中，有近几年新进入郑州的外来品牌房企，通过合作加强在郑州市场的影响力；也有已在郑州深耕多年的外来知名房企，为了获取更多资源选择了联合开发。河南本土房企建业、新田，外来房企万科、碧桂园、融创等都是这之中的典型代表。业内人士认为，房地产市场进入下半场，房企间联合拿地、合作开发已经成为新常态。

## 本土房企 合作开发渐成常态

11月29日，郑州本土实力企业新田集团与社区运营排头兵东原集团联手，以8100万元的成交总价联合拿下洞林湖荣政储148#、151#地块。双方将形成更广泛的战略合作关系。在两大品牌的强强联合中，东原将社区运营、物业管理等优质资源融入其中，并拿出特色鲜明的四大社区子品牌——童梦童享、友邻友趣、乐享乐配、优度优家；新田则拿出锤炼20余年的经营理念：“双线战略”，打造以城市综合体为主的“都市商圈”和以新型城镇化运营为主的“田园新城”，充分发挥本土开发商在土地熟悉度及区域认知度上的优势。双方通过资源整合，利用平台及品牌优势，齐力推动区域及城市向上向前发展。

事实上，这已不是新田集团首次拥抱外来房企。近年来，新田集团以自身为平台，不断引进各方优势资源，先后与恒大、碧桂园、雅高、首创、绿地、北控等优秀企业达成战略合作。今年8月，新田又与远洋集团、万科集团合作签约。其全方位的合作体现在地产、商业、健康、文旅等多个层面，不断打造“新田+”的更多可能性。“新田集团未来将进一步加大与社会优势资源的合作力度，做精做强平台，强强联合，彼此赋能，从城市运营的视野，以‘美好生活供应商’的角色定位，不断输出更优质的产品和服务。”新田集团相关负责人表示。

在河南本土房企之中，另一个热衷于战略合作的企业是建业。但与新田偏好与外来品牌房企牵手不同，建业志在实现省、市、县、镇、村“五级市场联动”，并启动“3+1”轻资产战略，着眼于与地方小开发商的合作。“3”即输出品牌、管理和服务，“1”则为输出资本，其本质就是代建模式，但建业地产是少有的在此业务上取得快速发展的企业之一。

今年10月，建业地产发布公告，其全资附属公司河南中原建业城市发展有限公司分别与鹿邑县迎宾置业有限公司、漯河市一百年置业有限公司、项城市森林半岛置业有限公司、项城市建城置业有限公司订立房地产项目委托管理合同，计划建筑总面积55.84万平方米。而这已是建业集团轻资产战略的第104至107个项目，这些项目逐渐成为建业地产新的业绩支撑。从“房地产开发商”到“新型生活方式服务商”，从“让河南人都住上好房子”到“让河南人都过上美好生活”，建业的美好愿望正在轻资产品牌输出的路途上步步实现。

