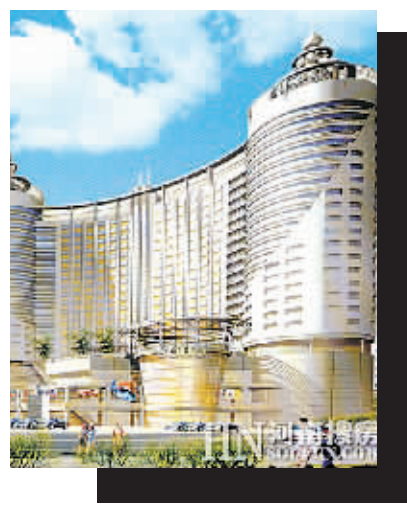
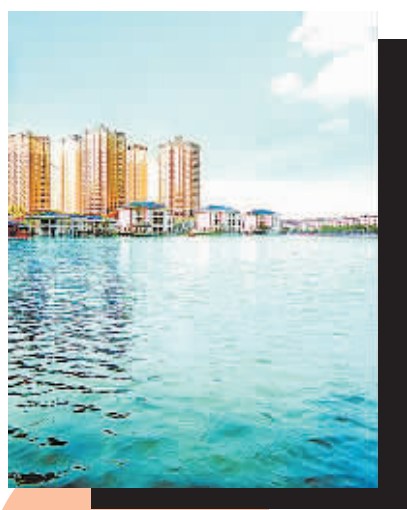


中原楼市样板出炉



中原楼市

- 楼市策划 13 版 ■
- 楼市聚焦 14 版 ■
- 楼市服务 15 版 ■
- 楼市策划 16 版 ■

2007年2月7日 星期三
统筹:马亚宏 编辑:李雪娜
电话:67655268
E-mail:zzrbzyls@163.com

经过市民投票和专家评审,郑州日报“中原楼市样板楼盘”新鲜出炉。

正如本次活动初衷所言:样板房不同于一个花瓶,不只是作为简单的展示,而是楼盘风格与文化的一种再现,透过样板房,挖掘出楼盘本身的文化内涵。

经过数十年的冬雪夏雨,中原房地产也用自己的方式在2006年烙下印记:从郑汴融城到沿线楼市热潮涌动;从2006年6月18日燕庄最后一栋民房的轰然倒地,到12月31日

郑州曼哈顿样板房的开放;从大多数房地产企业简单的“广告宣传——卖房”到中油会等注重服务、关注生活品质的期刊走进业主的生活当中……样板楼盘,样板企业,正一个个诞生并成长。

为了使本次“样板楼盘”活动更具价值和参考性,在长达1个月的评选过程中,本报记者专门到提名楼盘进行实地考察,期望通过媒体的眼睛,和消费者一起去发现样板,品位样板,推广样板。

对于本次活动,中油置业

营销总监林亮告诉记者说,2007年,是房地产企业的品质再升级年,而中油置业创造河南房地产史上第一个工程样板展示间,就是要用产品实实在在的,为广大的业主打造卓越而健康的生活。

郑州亚星置业营销总监秦继东说,此次活动与目前市场状况结合紧密,举办得非常及时,它将成为2007年河南房地产市场的主线。虽然连续两年的房产新政对目前的郑州楼市影响甚微,但在其长远的影响下,产品的升级竞争无可避免,

社区规模大、配套设施完备、品质具竞争力的高端项目的市场前景会非常看好。“样板楼盘”,必将带动郑州卷起一股“产品潮”。

从一个楼盘扩大到一座城市,从一种户型组合上升到某种品质生活。我们期待着在2007年,它们不仅能够深受广大消费者的簇拥,同时,也能为推动整个房地产业的发展起到更好的导向作用。

本报记者 李雪娜

楼市快评

房地产业进入转型期 细化政策将陆续出台

“连续三年的宏观调控,促成我国房地产业正进入一个转型期,细化政策将陆续出台。”这是全国工商联房地产业商会会长聂梅生在近日新加坡新传媒集团发起的“中国新加坡房地产融资高峰论坛”上做出上述表示。

聂梅生认为,这个转型期首先表现为住宅正从商品向公共产品属性转移。在我国房改后的房地产业发展过程中,过分强调住宅的商品属性,忽略了其公共产品属性。廉租房存在不同程度的政策缺位、资金缺位和机构缺位问题,正在对我国的和谐社会产生影响。

其次,住宅的功能从投资向使用转移。这次的宏观调控,更加强调住宅的使用功能,90平方米问题之所以成为一个热点,是从使用功能来看的,原来的投资功能现在被控制了,投机功能则被打击了。

再次,住宅从资源消耗型向资源节约型产业转移。住宅产业是典型的资源消耗型产业,因为我国的土地、水资源、能源等都已经形成了限制性因素,况且目前我国城镇人均住房建筑面积已经达到了26平方米,住房的面积性饥渴阶段已经缓解,应当更强调住宅的功能质量,给居民提供节能、省地、环保型的住宅。

对于未来的政策走向,聂梅生说,今年政府将加大在保障性住房上的投入和力度,中小户型和中低收入反复出现将是今后的政策导向。她指出,2007年,“国八条”、“国十五条”中未细化的政策还会继续出台。

人民

本期导读

市场问责房贷律师费
少数银行停收费

14版

散户“炒”楼
三招制胜

15版

清华园 SOHO 广场的
创新冲击波

16版

中原楼市样板楼盘名单

楼盘:联盟新城
开发企业:郑州联盟新城置业有限公司
楼盘:鑫苑·中央花园
开发企业:河南鑫苑置业有限公司
楼盘:思达·数码国际公寓
开发企业:金基不动产(郑州)有限公司
楼盘:运河上郡
开发企业:郑州中油置业有限公司
楼盘:宝龙城市广场
开发企业:宝龙集团
楼盘:蓝堡湾
开发企业:金基不动产(郑州)有限公司
楼盘:清华园·SOHO广场
开发企业:郑州清华园房地产开发有限公司
楼盘:建业·森林半岛
开发企业:建业住宅集团(中国)有限公司

楼盘:郑州国贸中心
开发企业:河南新田置业有限公司
楼盘:非常国际
开发企业:河南国影置业有限公司
楼盘:广汇 PAMA
开发企业:广汇集团
楼盘:东方今典
开发企业:河南东方今典房地产集团有限公司
楼盘:亚星盛世家园
开发企业:河南亚星房地产开发有限公司
楼盘:帝湖花园
开发企业:郑州布瑞克房地产开发有限公司
楼盘:鑫苑·国际城市花园
开发企业:郑州建投鑫苑置业有限公司
楼盘:方圆创世
开发企业:河南中信中原置业有限公司

楼盘:富田·太阳城
开发企业:郑州市振兴房地产开发有限公司
楼盘:清华·忆江南
开发企业:郑州清华园房地产开发有限公司
楼盘:美景天城
开发企业:河南美景置业有限公司
楼盘:曼哈顿广场
开发企业:河南升龙置业有限公司
楼盘:康城·棕榈泉
开发企业:河南省康城实业有限公司
楼盘:金色港湾·蓝钻
开发企业:河南正商置业有限公司
楼盘:威尼斯水城
开发企业:郑州开元房地产有限公司
楼盘:绿都城
开发企业:郑州绿都置业有限公司

(排名不分先后)



河南鑫苑置业有限公司总经理宋福林

2006年11月17日,鑫苑(中国)置业有限公司注册成立。12月22日,鑫苑(中国)置业有限公司与河南鑫苑置业有限公司正式拆分,标志着鑫苑公司集团架构顺利搭建完成。从1997年河南鑫苑成立,到2007年鑫苑(中国)置业成立;从创业时不到400万元的销售额,到2006年年底实现14.8亿元的销售额;从一家普通的房地产公司,成长为“中国房地产百强之星”。10年来,鑫苑完成精彩“蝶变”。作为局外人,我们看到的只是鑫苑变化的表象,但2月2日下午和河南鑫苑置业有限公司总经理宋福林的深入对话,让记者感受到,鑫苑进军全国,绝不是其他城市设几个分公司那么简单,而是一次长期积淀下的质的飞跃。鑫苑的变革将对河南房地产业及其他房地产企业的发展带来更多的思考和启迪。

大战略下的鑫苑蝶变

透视河南鑫苑到鑫苑(中国)的崛起之路

蝶变之战略成长

2006年,是鑫苑公司发展史上具有里程碑意义的一年。这一年,公司全年开工面积45万平方米,继续位居行业前列,公司全年实现销售14.8亿元(含关联公司),稳居郑州市住宅销售排行榜第一名。鑫苑还荣获“中国房地产百强企业——百强之星”称号、“河南最具成长性的100家标杆企业”、“2006年河南房企消费者满意度大奖”、“2006年中原地产十大领袖企业”、“2006年度河南最佳雇主企业”等诸多殊荣。

当许多人被鑫苑这一系列成绩震撼时,鑫苑公司却没有被眼前的辉煌所陶醉。宋福林告诉记者,中国房地产业正处于“春秋战国”时期,区域性的房地产企业实力相当,大都无暇顾及及其他区域市场。房地产行业朝着更为规范的方向发展,土地市场化、人才市场化、资金市场化、政府监管规范化,房地产行业发展潜力巨大。在这种形势下,今后的3~5年内,谁发展得更快,谁就能跑到前列,谁就能成为未来中国房地产业的霸主。鑫苑的战略目标是2010年进入中国房地产20强。鑫苑现在的业绩与鑫苑的战略目标之间还有相当大的距离。鑫苑要想更快实现公司战略目标,就必须在更大格局下思考问题,决策未来。于是,2006年鑫苑相继成立了山东鑫苑、安徽鑫苑、苏州鑫苑,鑫苑全国化布局迈出了坚实的步伐。全国化的业务发展,要求鑫苑必须改变管控模式,鑫苑(中国)置业有限公司应运而生。

一个地方性企业有没有能力在全国多个城市同时出击,在有些城市甚至还是多盘齐发?随着采访的深入,当记者全面感知了

鑫苑的品牌魅力、商业运作模式、人才培养机制等核心竞争力后,心中的疑问迎刃而解。

蝶变之品牌魅力

在许多郑州人眼里,鑫苑已成为好房子的代名词,这就是鑫苑的品牌影响力。冰冻三尺,非一日之寒。10年来,鑫苑坚持“创造经典、止于至善”的企业经营理念,从1998年公司首度开发的高尚精品住宅——陇海·星级花园到历经5年铸就的郑州市首家样板人居社区——鑫苑名家,再到鑫苑·都市领地、鑫苑·中央花园、鑫苑·城市之家、鑫苑·国际城市花园、鑫苑·金融广场,鑫苑以过硬的产品和优质的服务赢得了良好的信誉,赢得了92%的入住率、98.6%的业主满意率、56.8%的老业主推荐购房率。鑫苑成立以来,连续三年稳居郑州市房地产销售第一名。这一切都源于鑫苑持久的品牌建设,在一次次自我超越中,鑫苑品牌含金量不断得到提升。

好品牌的价值足以让所有人震惊。就在国家不断出台房地产政策、对房地产行业进行宏观调控时,鑫苑却在2006年年底获得蓝山资本和EI国际资本的联合投资。这一事件引起重大关注,尤其EI,它掌握着一支专门用于全球房地产投资的基金,曾经投资过墨西哥的Homex、巴西的Gafisa,并将这些公司做到了所在国最强。EI的创始人Sam Zell作为美国房地产资本的老大级人物,挑项目十分苛刻,他连续在中国看了三五个项目,却一直没有出手,鑫苑(中国)是他投资的第一家中国房地产公司。

蓝山中国资本初始投资人在考察完鑫苑后,阐释了选择鑫苑的理由:“鑫苑在河南郑州的成功经验以及专业的市场驾驭能力和优

秀的管理团队,已经使鑫苑具备了成为中国房地产市场领先者的能力。蓝山中国资本以及我们合作伙伴Equity International,将帮助鑫苑抓住在中国二线城市市场的增长机会。”

获得蓝山资本和EI国际资本联合投资,使鑫苑进军全国市场如虎添翼。和美国投资者合作,还促使鑫苑建立了完善的董事会领导下的总经理办公会制度;按照美国上市公司的要求,建立了完善的内控体系,并有效实施。这些工作的开展,有效提升了公司的管理水平,得到了美国投资者的肯定和赞赏,也为布局全国奠定了坚实的基础。

蝶变之人才储备

宋福林向记者透露:2006年11月,鑫苑置业董事长张勇先生在清华大学进行“梦在鑫苑,赢在鑫苑”的主题宣讲,赢得满堂喝彩。会后,近百名MBA和硕士研究生到鑫苑来面试。最终,近50名来自清华大学、北京大学、中国人民大学等国内知名院校的优秀人才进入了鑫苑的各级领导岗位。为什么有这么多在皇城根下受过高等教育的天之骄子,争相到一个内陆二线城市——郑州就业呢?

在张勇眼里,人才是最宝贵的资产。除了给高级管理人员提供富有行业竞争力的薪酬和极具吸引力的股权激励外,鑫苑还给高级人才量身定做职业发展规划。

“我们能给有梦想、能干事的人提供良好的发展空间。”宋福林在为公司选拔人才时,常提到一句话:梦在鑫苑,赢在鑫苑。宋福林说,鑫苑的战略目标是在2010年以200亿元的销售业绩进入中国房地产前20强。因此,鑫苑从一开始就在人才培养方面下了足

工夫。鑫苑要求所有中高层管理者都要读知名院校的MBA或EMBA,学习费用全部由公司负责。鑫苑有自己的培训机构——鑫苑管理学院,建立了完善的培训体系,每季度都要对所有员工进行规模不等的系统培训。鑫苑在培训方面的花费每年都在400万元以上。通过培训,每年都有大批年轻人进入鑫苑的各级管理岗位。

鑫苑在用人原则上特别强调了志存高远、品行兼优。宋福林向记者特别强调了鑫苑的员观:“只有志存高远、品行兼优的员工才能实践并实现公司及个人的愿景。”因此在选人上,鑫苑特别看重其社会责任感及人文精神,鑫苑愿意选择志同道合的“创业者”与鑫苑一起实现企业与个人的双赢。按照这个原则,在人才引进方面,鑫苑每年都会在全国范围内引进大量人才。受到系统MBA训练的人才一直是鑫苑引进人才的重点。

栽下梧桐树,自有凤来栖。2006年,当河南鑫苑、山东鑫苑、苏州鑫苑、安徽鑫苑同时发力,公司急需补充一批管理人才时,深圳、北京、上海等地的一些行业精英慕名加盟鑫苑,他们和在鑫苑成长起来的年轻管理者,一起成为鑫苑布局全国的生力军。

蝶变之美好愿景

从陇海·星级花园、鑫苑名家、鑫苑·都市领地、鑫苑·中央花园、鑫苑·城市之家,到鑫苑·国际城市花园、鑫苑·金融广场,再到山东鑫苑、苏州鑫苑、安徽鑫苑等分子公司异地项目的陆续开工或开盘。鑫苑“单点成功、多点放量、快速成长”的商业模式被证明是行之有效的。优异的经营管理团队、强大的团队执行能力、坚实的文化制度基础、高超的成本控制

能力、清晰可行的商业模式、极富竞争力的产品等因素已经成为鑫苑独特的核心竞争力。2007年,鑫苑将用这些成功经验,进军更多的国内二线城市,朝着鑫苑的战略目标,朝着鑫苑(中国)置业董事长张勇先生提出的把鑫苑建设成为“中国房地产业有价值和有影响力的公众公司”的美好愿景努力。

宋福林满怀激情地告诉记者,在全体鑫苑人的共同努力下,鑫苑一定能成为中国房地产行业规模居于前列、盈利能力突出、行业地位突出的优秀上市公司;成为能为社会、客户、员工、供应商、股东源源不断地创造价值的有价值公司;成为中国房地产业管理水平先进、极具社会责任感的公司。

本报记者 郭在伟



鑫苑·金融广场效果图