



### 永威·翰林居惊现四户“抢”一房

划、户型布局、配套环境我们早已胸有成竹，今天就是为这套房子来的。”

永威置业企划部经理郭春江说：“争抢房子的这个现象虽然不能代表目前房地产市场的整体形势，但起码说明了在日前郑东新区仍然是置业者的首选之地。”据了解，位于郑东新区黄河东路与九如东路交会处的永威·翰林居2期学院派开盘当天销售率达95.2%，创造了郑州楼市逆势飘红的奇迹。



### 楼市活动

#### 2008年郑州地产十大事件评选

在“第二届郑州地产品牌20强评选活动”即将结束之际，本报特别对郑州市2008年发生的地产大事件进行总结，望广大读者踊跃参加，评选出心目中最有价值意义的十大事件。请在以下事件中选出您认为最有意义的十大事件，并沿虚线剪下，邮寄或送至本版编辑部。

邮寄地址：郑州市陇海西路80号郑州日报广告周刊部。邮编：450006  
联系方式：0371-67655260

□1月9日，建海置业以每亩633万元的均价拍得郑州电视台地块成了郑州市的新地王。9月25日，建海置业因自身原因，申请退地。

□2月25日，帝湖东王府2号楼、5号楼因侵占金水河道被爆破。

□3月21日，故福花园项目喜获2007年度“广厦奖”，“广厦奖”（住宅类）是我国房地产行业一项最具权威的综合性大奖。

□6月6日，建业住宅集团在香港成功上市。

□6月24日，亚新、中联创联合拿下佛岗村900.26亩城中村改造土地。

□7月7日，河南裕鸿置业有限公司和香港新世界百货中国有限公司正式签约“联姻”。香港新世界3.07亿元买下裕鸿国际独立商场。

□10月7日出台的《关于进一步加强经济适用房销售管理的通知》，郑州市建立了经济适用房销售楼盘表微机管理、销售联机备案业务衔接制度，经适房源不在网上备案不能销售。

□10月24日，郑州市政府出台的新政《关于促进房地产业持续稳定健康发展的若干意见》，从调节房地产市场供应、加大对购房者和开发商的金融支持、调整税费政策、完善低收入家庭住房保障、防范房地产风险等六个方面，共提出了17条意见（简称“17条意见”）。

□郑州限价房实行政府指导价，比周边商品房低20%。

□继燕庄改造后，升龙企业又在郑州市区一举拿下7块地，升龙企业投资的中原新城成西区最大生活共生体。

□在《中国房地产报》、睿富全球排行榜咨询集团、北京名牌资产评估有限公司等联合推出的2008年“中国房地产品牌价值排行榜”评估活动中，汉飞、金沙国际跻身2008年中国房地产品牌价值30强。

□正商蓝钻1号楼大面积因不好卖而改成小套房，承重墙被打掉，室内结构改变，导致1号楼的业主要求退房。

□其他

## 中原楼市 调整应变

本报记者 黄晓娟 刘文旭 图



### 看形势 快速调整巩固现金流

“如今，摆在房地产商面前最严重的问题就是现金受阻。”河南省财经学院教授李雪峰称，现金流如同血液，一旦受阻，整个企业将会停滞不前。

“开发商必须一方面找钱，另一方面省钱。”河南同策同成机构总经理陈铁中说。

“房企现在第一任务就是要活下去。”建业集团董事长胡葆森郑重地说。企业裁员不到万不得已最好慎用，员工是企业的财富，如果大幅度裁员会让企业伤筋动骨。

一个企业恒久不变的话题就是生存和发展，生存永远是第一位，发展是第二位，发展是为了更好地生存。“现金流一旦受阻，企业将无法生存。快速巩固现金流是房地产企业的当务之急。”胡葆森认为。房地产是个高负债的行业，对现金流的依赖程度非常高。一旦资金链断裂，开发商就只能坐以待毙。环视市场，开发商除了出售楼盘回笼资金，已别无选择。

也有不少企业采用减小开工面积、减少投资规模、少拿地或不拿地，这在目前已经成为一种普遍现象。不少企业从下半年开始裁员，“瘦身”活动逐渐蔓延楼市，有的企业裁员幅度甚至超过50%。

### 看当前 被动降价不如主动出击

从统计数据看，截至10月份商品房的销售面积不到2007年的三分之一。

到了年底，很多项目的销售几乎为零，这样下去“体质太弱”的开发商

一定会被淘汰，尚能支撑的开发商也不要硬撑，陈铁中建议，该降价时就降价，项目该转让就转让，开发企业应该心态平稳，看薄利。在楼市当前情况下，做到薄利多销，尽快地回笼资金，清理整顿以利再战。

河南省房地产业商会秘书长赵进京也持同样的观点，现在的市场形势对开发商来讲，一定要量力而行、精耕细作、降低成本投入，国家现在减少税率，开发商就要合理地降低自己的成本，这样才能积极投入市场。但是在减少成本的情况下，产品的质量还不能降低，能做到微利或者是保本经营就已经相当不错。

“慢调只能促使观望时间更长，只有保本销售才能打开局面。即使有亏损，也比让自己陷入绝境的好。”陈铁中说，如果郑州中端楼盘的价格不降低20%，这种观望气氛会持续到明年。

经过整合挤掉房价泡沫，市场行为更趋理性，供需才能相对平衡，房地产业还会迎来健康发展的好年景。

### 看市场 三项稳定至关重要

11月10日，国务院总理温家宝在北京召开的省市区人民政府和国务院部门主要负责同志会议上，关于房地产业提出三点：房地产对拉动钢材、建材及家电家居等产业举足轻重，对金融业的稳定和发展至关重要，对居民居住条件的升级和改善民生具有重要作用。

而郑州房地产对郑州市的第三产业贡献是40%。在“中原崛起与民营经济系列论坛”上，北京科技大学管理学院教授、博士生导师赵晓认为房地产市场稳定至关重要。

他分析，房地产业对经济影响大。无论是在美国、英国、法国，还是在中国房地产业都是最重要的支柱产业。其次，它涉及人群广，不仅是买方和卖方，还有中国大量的农民工，如果这些企业都关闭，中国城市的失业率将在10%以上。稳定经济、稳定市场、稳定金融，这三个稳定之间的关系是至关重要的，通过稳定市场来稳定经济。

### 看未来 2009年保生存为重

房地产企业如何走好2009年？赵进京给开发商建议：转移战略注意点，控制开发规模。

他认为，明年的调整行情还将继续，在售项目需先考虑购买力因素，在价格上让利于消费者，扩大成交量。如果项目还未开工，可延缓开发进度，低成本运作保生存为重，开发商必须要注意控制成本，尤其是土地购入成本，资金不足的开发商应考虑引入其它投资机构联合开发以分摊风险。在2009年，对于资金不足的开发商，风险控制比追求利润更重要。

另外，开发商所开发的产品主要是面向使用者而非投资者，必须紧贴购房者的需求，开发商只有更加全面深入地分析、了解市场，才能够有效地起到防范风险的作用。

随着市场逐渐回归理性，应根据现实情况拟拿地计划及利润测算，同时在项目开发保证资金链的健康、在市场竞争加大的情况下，加强对产品的研发和质量的要求，有实力及规模的开发企业，在房地产领域上可以进行多元化发展，包括增加自持长期收租物业比例等，增加企业抗风险能力。

### 楼市漫谈

#### 变局在即

本栏主笔 马晓鹏

郑州楼市目前出现了“承诺保值，降价补差”的销售口号，并且这样旗帜鲜明地表明立场的楼盘绝非个别，呈现出了明显的“发扬光大”的趋势，很是“流行”起来。并且坊间传闻已经有开发商私下达成共识——决定“共进退”。

相比郑州，沈阳显然走得更远，力度也更大。这两天，在房地产市场又出现了一个新的名词，叫“不降价联盟”，沈阳有72家房地产商联合起来公开对消费者说，他们在一年之内不降价。

桃园三结义的时候，只有三个人，那个时候可能真的能做到同生共死。但是到了水泊梁山一百零八将的时候，就该“同床异梦”了，有的想造反，有的想招安。

所以很替这些已经在攻守同盟里面的72家房地产商担心了。他们应该去看一下《投名状》，看过那个电影之后，就会知道“兄弟靠不住”。

关于企业间试图通过联盟而垄断价格的冲动，早在18世纪初，市场经济理论的先驱亚当·斯密就说过这样一句话：“同业中的人即使为了娱乐和消遣也经常聚在一起，但他们的对话通常不是导致对付公众的阴谋，便是抬高价格的计划。”因此，所谓的价格联盟，伴随着市场经济出世之初就早已存在。在中国，历年来的价格联盟也是屡见不鲜。回顾近年来出现的“联盟现象”便能发现，最热衷于搞联盟的行业，往往都是几年来甚至十几年来“价格战”的敏感行业：彩电价格联盟失败后，CRT彩电迅速在中国普通家庭普及；航空价格联盟失败后，“99元”超低价机票成为流行。现如今，这样的循环规律轮到了房地产业。

但需要强调的是，尽管价格联盟本身并不重要，然而它所透露出的市场信号却是关键至极：它表明，目前房地产市场的供求关系正处于变局前期，房产价格正式进入到敏感时期，甚至是市场即将变局的信号。

### 高端访谈

## 曾照伟：精工细作 品质制胜

——郑州市永威置业有限公司总经理访谈

记者：翰林居的“完美绽放”对永威今后的征途意味着什么？是否可以把它说成是永威人新长征路上的一个高潮也是下一个伟大理想的全新起点？

曾照伟：顶点，也是起点。永威·翰林居这个项目在立项之初，公司就非常重视，立志要把它打造成为永威置业的一个里程碑式的项目。因此，我们全国考察优秀的房地产项目，学习先进的房地产开发和管理经验，也曾与多家知名的建筑设计公司接洽，目的只有一个，那就是在做好一期永威·鑫城的基础之上，把永威·翰林居的项目建设和永威置业的企业品牌再推向一个新的高度。

经过再三的评审，我们最终选择了深圳建筑设计院担纲项目的建筑规划设计，也由此引进了较为科学的设计思路和较新颖的建筑风格，从空间布局上、户型分配上、采光均好性等多方面着手，构成了永威·翰林居建筑本身巨大的产品优势。

另外，永威·翰林居所处的地理位置有着不可比拟的地段优势，加上其丰沛的教育资源、商业配套资源、社会服务资源等，形成了一个巨大的生活便利圈，这些都为永威·翰林居的成功奠定了坚实的基础。

11月15日，翰林居二期开盘当天就实现销售率95%，这也实现了我们的销售目标，更是体现了消费者对永威·翰林居的认可。永威·翰林居的成功，实现了公司在项目运作上的台阶式上升，也是公司品牌化战略的一个重要里程碑，它凝聚着全体永威人对企业发展的巨大渴望，对永威置业逐鹿中原的决心。

记者：永威置业选择房地产业，将要实现的目标是什么？从永威·鑫城到永威·翰林居，您公司的具体成长表现在哪里？

曾照伟：一个优秀的企业是应该有精神的，永威置业的企业精神许多人可能已经看到过，我们的企业理念是“营造城市居住新价值”，经营理念是“精品出永威，爱心进万家”。这是企业成立之初董事长设立的一种思想，也是企业将要实现的超越的目标，从永威·鑫城和永威·翰林居，我们一直在努力实现这一承诺，无论从细部施工上、品牌传播上、文化建设上、企业管理上，我们都力求体现这一精神。

由于公司的重视和倾心投入，无论是项目建设还是企业发展，都取得了长足的进步，也屡获社会和媒体的认可。自2006年以来，公司先后荣获“河南最具成长性的100家标杆企业”、“中原地产最佳品牌提升企业”、“郑州市中原区优秀企业”等荣誉。

记者：在永威顺风顺水的发展过程中，有没有遇到特别的难题？你们是怎么克服这些困难的？

曾照伟：与其他企业不一样的，永威置业诞生在中国楼市迅速前进的途中。面对滚滚的市场潮流，永威置业没有一下子站在风口浪尖上，我们还是按照自己既定的步伐前进。首先，土地的获得为企业的可持续发展提供了资源保障，在此前提下，公司充分利用自有资金对项目进行优化配置，选择有品牌、有实力的建筑合作单位，全国选取品质和品牌都较过硬的产品等，这些都为项目的成功提供了保障。

在完成这些工作的同时，我们发现，企业的发展和管理需要多方面的支撑，一个优秀的企业，更需要多方面的专业人才，更加精细科学的管理。因此，我们更加注重加强员工团队建设与企业文化建设，开展多层次、多渠道的学习，通过不断的学习，提高员工工作的积极性，加强企业的市场应对能力，提高公司领导

11月15日，永威·翰林居二期开盘，创造了楼市寒冬里的一个奇迹，为此，记者采访了翰林居的舵手曾照伟。

她以一个女人的信心与毅力，从事房地产行业13年，在付出比别人更多的汗水和艰辛后，曾照伟说：“这个行业充满了机遇与挑战、光荣与梦想，每个人的成长都需要这些。”

班子的实际管理水平，提高永威置业的开发能力和市场占有率。

记者：永威今年三案并举，而且频繁拿地，理由何在？面对浓厚的观望气氛，你们将采取哪些直接有效的营销策略？

曾照伟：开始我就提到，公司成立之初就立志成长为中原楼市的新锐力量。众所周知，眼下，由于大气候的影响，房地产销售受到了一定的影响，一些资金实力不济的企业纷纷将项目降价或者变相降价，来缓解企业面临的资金压力，保障其资金链的正常运转。

在这一点上，我们把握得非常清楚，我们知道自己项目的优点和卖点是什么，我们清楚自己的客户在哪里。当然，这都源于我们对自己产品的绝对自信，对于市场的准确把握，对于消费者的充分理解。比如我们刚刚开盘的永威·翰林居项目，足以证明市场有足够的消化能力，消费者也有足够的购买能力，关键看产品。

记者：永威是如何找到自己的客户的？

曾照伟：我挺喜欢一句广告语：每个人都有自己的舞台。相对应，每个企业都有自己的

经营之道，每个企业的经营思路也不尽相同。

一个项目的成功与否或者说能否准确地找到自己的客户，与其前期的产品定位和客户定位有很大的关系。我们的项目在立项时，就充分地考虑了后期的销售问题以及业主的便捷性、舒适性等因素，站在客户的角度考虑问题。

客户需要什么样的产品，他们自己会去辨别。面对这么多的房地产项目，客户会在自己心中做评判，然后才是选择。当然，到项目上看房的客户也很多，我们也会对他们进行一些甄别和梳理。将房子成功地售出，我们的工作才刚刚做了40%，更多的客户维系工作在后期，那才能看出一个企业真实的实力与功底。随着项目的增多，我们也会逐渐建立客户关系管理体系，全方位、多角度地做好客户服务工作。

记者：现在房地产公司在集团化的同时，将品牌和品质提到了空前的高度。请曾总浅谈品牌和品质的重要性，永威的品牌化路线是什么？

曾照伟：房地产业发展到今天，企业越来越重视品牌的重要性，品牌也成为大多数企业立足的重要法宝。永威置业也是如此，我们会坚定不移地执行和实现企业的品牌化发展战略，全方位、深层次地挖掘和整合资源，不断地进行自我优化组合，摒弃一切影响企业发展的内容，建立以项目开发为龙头、以客户为中心、以企业发展为基础的品牌化经营战略。

其实，永威置业的品牌化发展从永威·鑫城的项目建设上就开始了，大家也可以看到我们在项目建设上的大力、大胆投入，多处细微之处体现企业对业主的关心、关怀，同时，也向社会展示永威·鑫城的风貌和永威置业立足中原的决心。

第二个项目永威·翰林居，我们也延续了这样的做事风格，从产品规划到项目施工，从建筑安装到景观铺设，一切都本着精细、负责的态度对待，如果发现有任何标段施工不符合企业要求，我们会对当事人处罚，当然会不惜代价达到企业既定标准。这只是公司在品牌化战略运作上的一个缩影，但也体现了永威置业品牌化运作的基本思路，我们也会沿着这个路线，坚定不移地贯彻执行下去。刘文旭 周文玲

