

# 2009年中原楼市 五大猜想迎春天

本报记者 黄晓娟

2008年12月,郑州全市商品住宅销售7272套,继11月小高潮之后又创全年销售套数新高,且较11月上漲了4.89%,这个数字无疑让业界为之振奋。黎明终于到来,人们禁不住对2009年有了更多的猜想和期盼。

## 猜想之一:成交回暖值得期待

据房管局数据统计,2008年1~12月份郑州市二手房成交面积累计完成109.86万平方米,同比下降29.75%;12月份,二手房成交量为13.13万平方米,环比上上漲了51.62%,同比上上漲了2.34%。1~12月份,郑州市二手房均价为2956元/平方米,同比上上漲了17.12%,增速比2007年同期上上漲5.14个百分点;12月份,二手房成交均价为2875元/平方米,环比上上漲了0.84%,同比上上漲了2.75%;郑州目前无论是新房还是二手房都表现出了“量价齐涨”。在越来越多开发商选择以政策引导的“合理价格”销售时,楼市回暖在2009年值得期待。

## 猜想之二:政策利好或将延续

2008年是中国楼市的“政策年”,特别是9、10月,政策风向骤然逆转,“救市”政策层出不穷。无论是下调住房交易税费和利率等中央打出的组合拳,还是减免税收、购房补贴等地方政策使楼市出现了久违的一丝暖意。2009年,中央和地方各级政府还将出台怎样的政策,刺激目前低迷的房地产消费?1月6日,财政部税政司副司长王晓华在新闻发布会上称,2008年对房地产市场税收政策调整比较密集,根据经济形势和房地产市场的变化情况,国家三

次调整了房地产的税收政策。如果执行得好可能会延续这些政策,如果执行得不好,2009年可能会考虑是否有其他更好的政策措施。在对2009年的政策预期中,鼓励房地产消费的多项政策,被舆论广泛提及。这些政策包括购房退税、购房可以获得蓝印户口、进一步降低购房税费、降低利率、全面放宽二套房贷等。

## 猜想之三:现金为王创新至上

专家预计今年上半年楼市仍将处于深度调整期,企业的资金运作和融资能力以及项目管理水平开始真正显露。今后,行业分化将加剧。无论是股权转让、合作,至放弃某些高成本项目,在房地产市场的冬天,地产企业的目标只有一个:保存实力,健康过冬。尽管信贷紧缩局面有所松动,但房地产行业资金短缺状况仍将延续,以往企业获得资金通常依靠银行贷款和销售回款,而在市场调整期成交量萎缩,销售回款的压力比较大。除了继续寻求银行信贷、通过上市渠道募集资金之外,越来越多的房地产企业倾向于通过发公司债、项目股权转让、出售项目、寻求外资合作伙伴等方式实现融资,增强现金流,保持低成本稳健发展。强调风险控制,放缓投资速度,以品牌加盟、战略合作等方式抱团取暖,也成为房地产企业过冬的选择方式之一。

2008年,许多房地产商的年度销售业绩都没有达到预定的销售目标。在2009年走出低谷,在新的形势下取得理想的销售成绩,成为许多开发商努力变革和求新要达到的目标。面对激烈的市场竞争,是否注重产品细节,是否重视人本,都考验着地产开发企业的产品创新能力,影响到产品销售成败。“做好产品,做好营销”,成为许多地产商今年更为重视的口号。

## 猜想之四:保障住房唱主角

全国投入9000亿元进行保障性住房建设,无疑是住房政策的一大亮点。郑州市确定未来5年(2008年~2012年)的新建住房总量为5500万平方米,其中政策性保障住房(含经济适用房、廉租住房)338万平方米,占住房总量的6.2%,其余为城中村改造住房。从各类住房所占比例来看,保障性住房不低于普通商品住房。今年是民生地产年,郑州市将加大保障型住房建设,保障民生地产,营造一个和谐健康的房地产市场销售氛围。王牌企划董事长上官同君表示,郑州市政府在国内首倡的“房地产阳光销售模式”一定会逐步融化当前老百姓持币观望和开发商持房待售的僵局。

## 猜想之五:行业洗牌即将加速

2008年国内房地产市场进入一轮跌

宕起伏的调整,房价不断回调,但成交量起色并不明显。尽管中央政府已经出台鼓励购房消费的种种利好措施,2009年的房地产市场显然仍将在一段时间内处于调整期,在市场信心恢复之前,行业的洗牌过程无疑将进一步加速。

去年巨大的资金缺口和过高的负债率,使不少开发商紧绷的资金链出现几欲断裂的惊险景象。开发商卷款走人,项目抛售转让,高价地王割肉放弃等等案例已经出现。

2009年,房地产行业的洗牌开始加速之势,一些拥有较充足现金流、拥有优质品牌企业将获得扩大市场份额的最佳时机。一方面,在信贷总体仍然较紧和行业风险未释放之下,中小开发商资金来源被压缩,而品牌企业尤其是上市企业更容易获得银行贷款和其它融资机会。同时,在市场的观望氛围中,优质品牌企业的楼盘也较受市场认可,销售形势相对较好,资金回笼优势更加明显。另一方面,市场前景在短期难以走出调整复苏的情况下,众多囤有土地的中小开发商转让项目,获利出局的可能性增大,也为优质品牌企业通过兼并收购迅速提升市场份额提供了客观可能。

2009年,品牌房地产企业凭借良好的融资能力、丰富的土地储备、优秀的管理能力和产品开发能力等综合优势,无疑将有更大的几率安然度过房地产的冬天,并赢得更大的市场份额。

## 楼市资讯

### 未来名家逆市热销

临近春节,楼市进入了新一轮的销售淡季,未来名家售楼部却依然热度不减,开盘即销售过半,保持着良好的销售态势。截至目前,房源已经销售近80%,尤其是进入1月份以来,平均日成交3套以上,其中1月10日更创下了单日成交8套的销售奇迹,以绝对的优势成为郑州东南板块的销售翘楚。

楼市越“冷”,越是考验楼盘品质的时候,未来名家能以高性价比得到消费者的广泛认可,是和其得当的销售策略及优质的房源分不开。临近春节,未来名家售楼部来访客户始终络绎不绝。据了解,不少客户都是经老客户介绍慕名而来的,合适的价位、楼盘的品质和优质的服务是吸引客户的主要原因。

河南康利达集团副董事长何洪有介绍说:“调整销售策略已经是大势所趋,‘熊市’下,开发商必须改‘坐销’为‘行销’,主动出击,挖掘客户源;摒弃粗放式的广告投放方式,紧缩成本,采用细化的分众营销模式;注重老客户的服务工作,拉近与老客户的距离,调动老客户的积极性,让他们成为公司编外营销员;顺应市场,贴近需求,加快楼盘开发速度,以较高性价比率先突围,拉动有效需求,从而打破观望,这些都是开发商必须去做的。”

据未来名家营销部经理杜红涛介绍,随着市场开发格局的转变,开发企业的经营理念也在不断变化,服务导向型、有责任心的开发企业必将越来越受到市场的欢迎,主导未来市场发展的方向,成为房地产业发展的主流。未来名家非常注重客户服务质量,坚持客户至上的服务理念。

晓鹏

### 地产门户网站五维网上线发布

本报讯(记者 马晓鹏)1月10日,地产门户网站五维网上线发布活动在大河锦江酒店举行。此次活动汇聚中原地产、理财、汽车、文化于一体,自筹备工作开始以来就受到了来自社会各界的广泛关注和大力支持。

依托朝阳集团强大的企业实力,本着为开发商和购房者双向服务的宗旨,五维网举行上线新闻发布会,旨在打造海量信息之下的房地产业务的专业门户网站,为客户提供最及时、最准确、最全面的信息。

五维网以强大的媒体资源整合、精准的房地产行业策划夺人耳目。下设新闻中心、专题聚焦、楼市政策、楼盘扫描、置业帮手、地产人物等栏目,特设经典互动五维论坛,以地产为中心,辐射生活各个方面。力争全方位展现风起云涌的中原楼市,反映风云变幻的房地产动态,把五维网打造成购房者的家园,开发商的平台,房地产政策传声筒,房产信息的汇集地。

作为平面媒体单一诉求的有利补充,五维网将充分发挥网络媒体快捷、信息量大、信息摄取方便等优势,以独家策划,多侧面就楼盘销售项目进行有效诉求,以真正引领购房理念,改变传统购房方式,为开发商和购房者提供最优质的服务。



**中原家居**  
河南省室内装饰业协会 郑州日报联合主办  
责编 刘文旭 电话 15937126228 E-mail: zrbyang@sina.com

## 凤凰城 党建新闻

### 凤凰城 注重引导非公企业党组织发挥五大作用

本报讯(记者 刘文旭 通讯员 薛书增)凤凰城党总支针对非公经济飞速发展的实际,注重引导非公企业党组织发挥五大作用,提高非公企业党组织服务非经济发展的水平。

一是发挥非公企业党组织的政治核心作用。凤凰城通过载体创新和制度创新,保证非公企业沿着正确的政治方向不断发展壮大,走出了一条比较成功的道路。凤凰城党总支做到党政权力共享,责任共同分担,推动了市场决策的科学化、民主化,促进了企业的健康发展。

二是发挥非公企业党组织的凝聚作用。凤凰城党总支把握不同层次党员、员工的思想脉搏,注重发挥党的思想政治工作优势,充分起到团结凝聚广大员工的作用,增强党组织的凝聚力和向心力,推动市场的发展。

三是发挥非公企业党组织的沟通协调作用。凤凰城党总支支职工参加医疗保险、工伤保险和养老保险等涉及员工福利的重大事宜与决策层进行沟通协商,并获得认可。到目前为止,凤凰城已建立党组织的非公有制企业为职工办理“三险”占到企业职工总数的60%以上,解除了员工的后顾之忧,进而也调动了员工的工作积极性。

四是发挥非公企业党组织在企业文化建设中的引导作用。党组织把塑造良好的企业形象作为企业文化建设的重要内涵,精心打造企业文化主题,大力提倡高尚的精神鼓舞人、凝聚人、激励人,构建特有的企业文化,培育积极向上的企业精神。围绕“合力、和谐、共创、共享”的企业文化理念,各党支部在组织开展创建活动中,树立了“人人思进、争创一流”的企业精神。既丰富了员工业余文化生活,又凝聚了市场发展的力量。

五是发挥非公企业党组织的战斗堡垒作用。党总支把搞好市场经营、提高经济效益作为创先争优,发挥市场党组织的战斗堡垒作用和党员先锋模范作用出发点和落脚点,通过开展“奉献在岗位”、“党员责任区”、“党员示范岗”等活动,激励、鞭策党员带头干事创业,从而把发挥党员先锋模范作用与促进市场快速发展有机结合起来。党总支在市场一线开展“党员示范岗”活动,以共产党员段伟、张毅星为代表的共产党员,在市场经营机制转换中,以实际行动证明了共产党员的价值观,也为市场党组织开展活动、发挥作用赢得了商户的支持。

# 法国圣戈班携3亿元牵手雅庭装饰

中国家装业第一家世界500强诞生

本报记者 刘文旭 文/图



## “狼狼组合”成就多方共赢

每两辆汽车中的一辆玻璃由500强企业圣戈班生产,享有南方装饰鼻祖之称的国内顶尖装饰公司圣戈班强强联合意味着什么?

深圳雅庭装饰集团总裁汪昌镇说,美颂雅庭将先期投资3亿元人民币。双方的合资,意味着中国家装建材行业出现了一种全新模式:传统家装与建材分销优势互补,资源整合,最大限度地满足业主需求,具备强大资本实力和国际采购优势,以和地产商进行深度合作,承接各类精装修项目。同时,雅庭的家装服务网络,则直接为圣戈班的建材分销业务提供客户资源,极大拉动圣戈班在中国市场的建材销售。

圣戈班集团建材分销部中国区总裁聂文江介绍,圣戈班来到中国,就要找到适合中国的模式。与雅庭装饰的合作,有助于圣戈班加深对中国的了解,也显

示了对中国市场的信心。

评判一件合资案的价值,单纯看双方利益还不够,还应看到能给所有相关各方带来什么。汪昌镇认为,美颂雅庭的成立,是基于产业链整合的价值提升,将开创家装建材行业多方共赢的新局面,“无论是对雅庭来说,还是对圣戈班、中国家装建材行业、地产商、材料商以及我们的客户和员工,雅庭和圣戈班的强强联合,只会让大家越来越好,越来越向有利的方向发展。

## 外资入驻增强市场信心

2008年法国圣戈班集团在全球有71个并购项目,雅庭是唯一签约的一个,双方从接触到签约仅用了12个月。

“圣戈班要的不是雅庭的固定资产、流动资产,而是对雅庭的无形资产——盈利模式、优秀设计师团队、企业文化等感兴趣。”在汪昌镇看来,世界500强的眼光,

“雅庭对于我,就像亲生儿子,15岁是风华正茂的年龄,与其留在身边,不如让他放手一搏,有更远大的前程。”2009年1月7日,在武汉香格里拉大饭店,深圳雅庭装饰集团总裁汪昌镇激情陈词。

当日,世界500强排名第110位、欧洲最大的建材分销商法国圣戈班集团,正式“牵手”深圳雅庭装饰公司,双方合资成立美颂雅庭装饰公司。这意味着,一个多元文化、多元服务、跨地区国际化发展的家居装饰服务集成商诞生。

本身就说明了雅庭的价值。

事实上,有着“中国家装教父”之称的汪昌镇,一直在思索着中国家装业的出路。他认为,经过15年的发展,家装行业的激烈竞争仍是基于价格、促销、炒作等较低层面的混战。2008年,是中国家装业的颁布、建材原材料及人工费用成本压力的剧增、全球金融危机对中国经济的冲击等因素,使中国的家居产业面临着前所未有的机遇和挑战,洗牌、行业整合等字眼不停地冲击着人们的眼球。

“圣戈班和雅庭合资本身就表明了对中国家装建材市场的信心,连续多年保持经济高速增长的中国,其家装建材市场潜力十分惊人。”汪昌镇说。他表示,美颂雅庭不是简单的“传统家装”+“建材分销”,而是传统家装与建材分销无缝对接的新平台,并在此平台上整合产业链,这是以前中国家装建材行业任何一个企业都没有尝试过的事情,这条“链”整合好了,其价值是无法估量的。

## 在新的起点上迎接春天

据悉,2009年美颂雅庭完成武汉1+8城市圈和湖北省内其他二级城市的布点,还将开设美颂雅庭建材卖场、建材家装创意产业园等,全面带动行业升级。这一模式成熟后,将在全国范围实施“N+1战略

布阵模式”,以雅庭现有的六省九市布局为基础,继续坚持盯住长江流域、珠江流域、黄河流域三个流域重点发展,复制“湖北模式”,在8~10年内实现家装产值过百亿。

在汪昌镇看来,传统家装与建材分销资源整合的全新模式,必将代表家装行业升级的方向,并可成功复制,中国家装企业也将诞生年产值上十亿、上百亿的公司。“当下一个春天到来时,绝不是去年的春天,我们要迎接的是一个行业升级、模式创新的春天。”

当记者提出美颂雅庭在郑州市场的布局情况后,雅庭郑州公司执行总经理刘恺说:“得中原者得天下,郑州是雅庭的重中之重,在国际资本强势注入下,雅庭年后将在郑州再开3~4家分店,在省内二线城市成立3~4个运营公司,完成总部下达的6000万元的年经营指标。”

他同时还表示:很多以前敢想不敢做的事情都敢做了。比如,和行业主管部门联手,成立郑州第一家巨无霸式高端设计产业园,为高端设计师提供恢弘的创业平台,为初出茅庐的设计类毕业生提供海量的就业机会;现购买一批优质楼盘的毛坯房,精装修后再出售给业主,甚至直接和地产商进行资本层面的链接;成立专门的机构,免费为非雅庭装修的遗憾工程进行维修。这就是品牌和资本的魅力。