

(上接第九版)

冬天来矣 信心犹存

策划 刘文良 采写 本报记者 李莉

震荡中调整 郑州房价将趋于稳定

一线城市、一线房企“领降”，在整个社会心态上形成了“房价要大幅下跌”的压力，购房意愿在“降价期望”中逐步降低。那么，郑州房价会否跟随“北上广”的脚步，卷入“降价”的风潮？采访中，开发商们给出了否定的答案。

“目前郑州房市进入调整期，以稳定略降为主，也不乏品质高的楼盘一时飘红。”新田置业总经理冯常生如是分析，一是看基本面，中国每年的GDP增长10%，城市化发展进入高速发展期，决定了未来二三十年，房地产依然是高速发展行业；二是看未来发展方向，有了以上基本面，而又符合未来发展趋势，价值会重新发现，落后于未来发展趋势的，将会通过市场逐步淘汰。“至于是否符合未来，可以从地方政府发展规划、社会生活以及现在精英人群居住势头中得出城郊新型组团将成为一个最有价值的未来之选。”

“刚需在，楼市未来就在。”汪宪宏对郑州楼市的未来走势持乐观态度：“从房管局监测到的数据分析，目前郑州房价不理性上涨趋势已经初步得到有效遏制，从政府调控决心及目前市场反应来看，未来房价将会保持在一个合理的市场范围内。”她告诉记者，就目前市场形势来看，降价与否是开发企业与购房者之间博弈的焦点所在。从振兴房地产集团目前在售项目来看，销售情况都还是不错的。其中，位于航海路与经开区第八大街交汇处的富田财富广场写字楼项目，地段优势及发展潜力客户十分认可；在郑州龙湖宜居教育城开发建设首个高端生态大盘——富田·兴龙湾项目，从目前会员招募状况来看市场反应及口碑也非常好。

“我对郑州楼市的未来是非常有信心的。”王萌艺也属于“乐观派”，目前房地产行业处于调整期，正如驾车行驶一般，要根据路况、信号灯等因素适当调整车速，条条大路通罗马。所以调整期之后房地产行业进入到一个更加稳定的发展阶段，未来的楼市也将继续稳步上升。

“对于属于国内二线城市郑州来说，房价的虚高程度是有限的，因此对于国家调控带来的价格下行幅度也是有限的，虽然交易量下降明显，但是价格松动并不明显，多是一些资金紧张，回款压力较大的企业所做的让利促销活动多一些，优惠幅度也并不大，郑州的房地产市场真正出现明显的价格下跌，尚需要一定的时间来验证。”针对郑州的房价走势，李爱国说：“目前德润黄金海岸没有降价的打算，但我们会根据市场的动态变化及时调整销售策略，可能会适时地推出一些优惠的措施来回馈广大的业主朋友。”

“房地产是一个地域差异性很强的行业，就市场波动与价格涨跌而言，不同城市之间并不具备可比性。”亚新集团总经理毕海涛认为，如果通过土地成本、房价等相关因素把郑州的房地产利润与一线城市做次实在的对标，就会发现，郑州的整体房价并不存在泡沫。从这种意义上分析，一线城市的房价下跌是必然的，而郑州目前的房价水平放在全国只能算得上三线或四线，并不存在所谓北上广等一线城市房价暴跌30%~40%的现实基础。

在李涛看来，在当前货币政策收紧，投资需求被压制的背景下，郑州的房价很难再出现大幅度上涨。供求关系是房价涨跌最核心的问题，由于郑州目前仍是刚性需求主导市场，虽然当前市场上也出现了不少为回笼资金和企业运营目标而促销打折的声音，但房价整体波动不大，未来走势将会趋于平稳。

赵春华则表示，受目前开发商面临的上述问题及客户当前存在的观望心理影响，大部分开发商选择加大推货量并对产品价格做出调整，郑州房价当前整体上也呈现出一定的回落；中期来看则很可能呈现出一定的价格振荡；长远来说，受开发成本的限制以及市场被压抑已久的旺盛需求影响，郑州的房价仍会稳中有升。

“郑州房价虽然会在一线城市的‘跌跌不休’受到波及，但像一线城市一样下跌30%可能性基本为零。”蔡海龙观点明确：“因为算算如今上项目的开发成本，再比较比较现在楼市所谓的‘打折降价’，三环内有谁敢将自己的房价破5000元呢？”但他同时也表示，“如果市场调控的方向始终如一，地产企业的兼并重组就在所难免。”

河南雅宝地产有限公司营销总监王亚苏分析，随着“建设郑州都市区、实现跨越式发展、形成中原经济区核心增长极”战略的实施，郑州未来相当长的一个时期内，居住、商业、办公等各种物业都将产生大量需求，将给房地产企业带来无限商机，为房地产业发展带来巨大的发展空间。同时，也将吸引更多的国内知名品牌房企进入郑州，给郑州房地产业增添新的活力。而随着郑州经济的快速发展，中原经济区的建设，郑州的房价总体走势仍是稳中有升。

“政府对房地产行业的调控从来都是抑制房价过快上涨，引导其健康、稳定方向发展。况且郑州房地产本身价格也并不像一线城市那样高不可攀，随之居民收入的不断增加，城市新增人口增加，房地产刚性需求将成为市场主旋律。”清华·大溪地营销总监许靖认为：“因此，预计郑州房地产未来两三年，房价大幅震荡的可能性较小。”

“目前一些项目迫于资金压力在搞一些让利活动，准备过冬粮草；客户观望氛围加重，成交量下滑，如同当下的季节一样，郑州房地产市场已经可以感觉到丝丝寒意。”郑州惠众置业有限公司营销部经理刘鹏表示，但由于郑州属于二、三线城市，价格泡沫远远没有北京、上海等一线城市大，各个开发商只需根据各自的情况，适时调整开发节奏及营销策略，准备好应对市场变化的策略，就可度过目前暂时的困难，迎来房地产的新一轮热潮。

郑州房企需有过冬的心理准备

面对宏观调控和市场环境带来的压力，或通过创新营销、促进销售，或强强联合、抱团取暖，或控制成本、改变战略布局，开发商们都在积极寻求着“御寒”之道。

“相信政府这只看得见的手的执政智慧；相信市场这只看不见的手的根本作用；相信自己在特殊时期的意志品质和创新能力。”冯常生在接受记者采访时，对中原房地产市场给予了充分的信心：“中原经济区成为国家战略，要旨就是新型城镇化引领三化协调发展，以及郑州都市区组团式发展逐步推进，没有理由让我怀疑郑州楼市的未来，未来不是过去简单的重复，而是在新的领域发现价值，创造价值，提升价值。”

毕海涛对“过冬”问题也进行了深入的思考。“任何行业都有其发展周期，现如今，如何面对这种行业低迷期，携手共渡困难时期，是大家需要共同思考的问题。目前大家缺少的是对整个行业的信心，其实就郑州房企而言，大中型开发商整体运行非常稳健。”他表示，房地产行业冬天已经来临，那就要积极应对政策与市场所带来的挑战，顺势而为，积极寻求“过冬的棉衣”，以保证整个房地产市场可持续发展。

“就我个人而言，我认为开发商目前需要从创新融资渠道、提升产品品质、制定可持续发展战略以及培养精锐团队等四个方面来‘越冬’。”毕海涛说，首先，资金是“棉大衣”。去年至今，为了应对存款准备金率、贷款利率的不断提高，越来越多的房企意识到，想要生存就必须拓宽融资渠道，不少有风险意识的企业已经从单一的依靠银行贷款演变成了以银行贷款为辅，信托、基金多渠道结合的方式来解决资金问题。其次，产品是“棉坎肩”。愈是在市场冷清的时候，愈能显现注重产品质量、提高产品品质、梳理产品线的重要性。但凡成功的房产企业都

善于梳理自己的产品线，如万科的城市花园、四级花城、金色、自然人文系列，恒大的华府、绿洲、金碧、恒大城系列，省内开发商建业集团的森林半岛、联盟新城系列，亚新集团的美好系列、佳苑保障房系列、橄榄城低密度滨水系列、商务综合体系列等，每种产品系列都针对特定的客户群体，可充分满足不同客户的需求。第三，战略是“棉裤”。一线房企恒大集团因其注重于二三线城市市场的发展战略，而在今年取得了巨大的业绩，省内知名地产企业建业在限购的环境下依然稳健发展，则得益于其省域化战略。亚新集团最近几年也在积极调整战略，通过“一二级联动、区域性聚焦、产品差异化”的战略定位，调整产品结构，在河南以郑州为主，并积极拓展开封、洛阳等地市市场，在海南布局琼海、海口，以可持续发展为目标，将企业做强做大。最后，团队是“棉鞋”。目前的市场形势下，提升房企的整合能力是最重要的，在保证产品质量的前提下，创新营销和服务成为竞争的焦点，而创新的源泉在于拥有一支核心的人才团队。目前，建业、亚新、正商等本土地产企业在校园揽才的同时，也不断派员工到国内知名大学进修、标杆房企参观学习等措施，为公司长远发展积蓄力量、储备人才。

“在这次的房地产调控后，开发商如果想要生存发展就必须提高产品品质、服务质量、企业管理和资本运作能力，行业的门槛在复杂激烈的竞争中不断提高，势必会将那些不够多元化、专业化、缺乏实力的小企业逐步淘汰，这有利于行业的健康发展，同时对于后期市场的良性发展将起到很好的促进作用。”李爱国认为，此次的房地产调控相对以往时间会比较长，而且政府的决心更要比往年大，但对房地产开发商而言，无论政府如何调控，市场需求依然存在。“对于中原房地产企业而言，应该抓住机遇，主动融入到

中原经济区建设中去，借助区域快速发展的大好形势，立足于企业自身发展，自觉地承担起城市运营的责任与使命，大力推动项目所在区域的城市化进程，以区域发展促进城市发展。”

李涛说，虽然目前虽然出现了暂时的购房者观望和成交低迷的状况，但新芒果地产公司会理性解读政策和市场需求，更加注重产品的内功修炼，以“低碳策略”系统强化企业硬实力，为下阶段的企业发展、城市和谐建设以及行业健康稳定发展打下坚实基础。

“就当前市场形势来看，国家的调控力度并没有减弱的态势。不过，我个人认为在这样的市场大环境之下，开发商应当踏踏实实做好自己的产品，不断地提升产品的核心竞争力，诚信经营，这样才能在如此严控的市场中赢得销量与口碑。”汪宪宏告诉记者：“对于这一特殊时期，我们振兴房地产集团将会本着‘根植中原，建设郑州，造福于民，回报社会’的企业使命，紧紧围绕公司既定的目标，进一步优化产品结构，创新产品形式，提高产品内涵，注重对产品和品牌的系列化打造，对服务的系统化打造，对硬实力和软系统的综合打造，打造复合型的高端地产，巩固和提升品牌美誉度。”

“正商地产旗下项目向来以高性价比比著称，目前主推的钻系列和谷系列楼盘均让利出了更大的优惠空间，部分出于尾盘阶段的项目也做出了清盘优惠的价格调整。我们希望以这种主动适应市场变化的方式，根据市场实际情况合理定价，这不仅有利于购房者，也有利于企业自身的良性发展。”赵春华认为，开发商应当根据市场情况适时调整新项目的拿地计划和开发节点，对在售楼项目进行合理的价格调整，有针对性的选取推售房源，加快推售进度，争取快速回款。另外，要充分做好调控常态化的准备，产品方

面练好内功，市场方面纵深布局。她表示，目前，正商地产已进入青岛、海南、信阳、新乡等地。

“在目前的这个特殊时期，做好营销，将好的产品提供给更有需求的品质客户，方为制胜王道。”郑州清华园房地产开发有限公司营销副总师凯伦告诉记者，该公司最近新推出的清华·忆江南五期“河山”、清华·大溪地二期“波西塔诺”都是在以往的产品基础上的升级之作，预约登记的很多客户都是老业主的转介绍，“在如此冷市的情况下，还能取得这样的成绩，很大程度上说明了性价比比较高的品质楼盘对于消费者来说是最有吸引力的。”

“作最坏的打算、最积极的应对。”许靖说：“受政策和市场的影响，市场目前的确低迷，但机遇也同时存在。如果在这个时期做好品牌建设，加强项目品质，当市场再次复苏时自然会受益良多。同时，开发商应该管好自己的钱袋子，趁此机会在产品研发、创新等方面多下功夫，提高产品的品质和附加值。在推广方面，要注重渠道营销、精准营销。在市场方面，需要客观面对大势，审时度势，理性定价。”

“目前的市场震荡既是挑战又是机遇，作为企业，应该苦练内功，更加注重产品的研发与品质的提高，接受市场的检验。”王萌艺表示，尽管下半年郑州房地产市场整体趋冷，但是美景集团旗下项目仍然取得了不俗的成绩，这也充分说明企业应该修好内功、提升品质，才能从容应对复杂的形势，实现自身的发展。

“练内功、树形象，做精品。”河南成建置业有限公司常务副总郝文柱如此精炼总结御寒之道。

刚需购房者可适时出手

如今，房价下行也引发了观望阵营的迅速分化：一部分买家踊跃出手，认为已到置业好时机，而还有一部分人基于“房价还将继续下跌”的考虑仍在持币观望。对于购房者而言，购房良机是否已经到来？

“政府出台系列政策的目的是为了合理引导老百姓的住房消费，有效配置房地产资源，为了中国城市化进程的健康发展。而对于正处于强劲的城市化进程中、市民可支配收入及刚性需求不断增长郑州来说，房产泡沫其实是不大的，而且，郑州出台的限购令等措施，想当程度上起到了调控楼市的效果。”李涛建议，存在刚性需求的消费者大可停止市场观望，结合现阶段开发商做的促销优惠释放市场需求，可对一些高性价比的房子及时出手。

汪宪宏分析，有些开发企业年底需要大量资金，就有可能加大优惠力度来促进销售，快速回笼资金；而资金实力较强的企业，可能为了保证完成年度销售目标任务，也会加大优惠促销力度奋力一搏。“因此对于购房者来说，年底购房是个机会。”

“当前大部分开发商在对楼盘价格都做出调整的同时，加推了新的房源，在开发商面临‘冬天’考验的同时，其实也迎来了购房者的‘春天’，因为在此时有更多的选择和更大的优惠。”赵春华建议，对于刚需购房者来说，不妨在此楼市调控期中抓住时机，精挑细选，以主动者的姿态在抄底楼市的同时及早为自己挑得满意的房源，避免在非理性的观望中错失良机。

师凯伦认为，目前郑州房价已经处于相对比较合理的节点了，开发商的促销力度比较大，尤其是新盘开盘时起价较低，而一些老盘也是花样促销变相降价，这时对于购房者来说，是一个非常好的购房时机。

“在政府有效的政策调控下，房地产市场将会走上更加良性的发展道路，郑州房价也会进入一个更加合理的运行轨道。”王萌艺表示，目前，对于购房者来说，年底原本就是房地产销售淡季，但同时又是房地产“优惠”旺季，对于大多数的购房者来说，不要盲目跟风购房，也不必过于看重政策影响，政策只是用于规范房地产行业，并不是要彻底打压，所以应理性看待，适时出手，毕竟产品的好坏是第一位的。

“首套自住房屋是生活基本需要，无须过多考虑房价涨跌带来的影响。”李爱国则持这样的观点，“因为，房价和经济发展一样都是波浪式前进、螺旋式上涨的，一时波动只是发展过程中的一部分，并不意味着房价就不再涨或不再跌了。”

媒体报道需客观、深入、全面

当前国内的媒体，几乎一边倒地认为“楼市要下跌”、“拐点已到来”，舆论对公众造成了极大的影响。媒体报道如何才能客观、真实地反映市场并引导房地产行业健康发展？

冯常生给出这样的建议：“客观的前提是全面，片面的客观其实是哗众取宠，误导公众。任何客观新闻的背后都有采编者的价值取向，而判断取向的标准就是是否有利于社会的发展。”

在李涛看来，开发商的降价行为是积极顺应调控政策的阶段性举措，属于正常的销售措施，媒体针对降价现象大部分还是能够坚持正确的舆论导向，不带有主观意见或者哗众取宠的“唱衰”，不做过分渲染，客观反映楼市现状的。对政府和市场信心坚挺，对楼市现状做以客观表述，向购房者传递正确的市场信号，这是值得肯定的。

汪宪宏认为，郑州是省会城市，相比周边其它省会城市的房价而言，郑州的平均房价并不高。在中原经济区建设的大背景下，房地产业依然是经济发展的支柱。对于负责任的媒体来讲，应该客观、公平、公正、实事求是地报道，让老百姓了解真实的市场，营造健康发展的市场环境。

“房价一直是人们比较关注的话题，近期众多房价下降的相关报道，对社会舆论影响比较大，大大扭曲了将要购房者以及已购房者的心理，提高了买者的观望姿态。”河南雅宝地产有限公司营销总监王亚苏表示，媒体报道应该回到最根本上来，购房还是应该理性选择，买房更应该选择综合价值较高、品质较高的楼盘，理性购房。

郑州清华园房地产开发有限公司营销副总师凯伦也表示，楼市问题关系到经济、社会的稳定，媒体在报道中应从行业健康发展的角度出发，运用自身的独特眼光审视经济现象，客观、理性地研究经济问题，深入采访、分析，不为现象所迷惑，去伪存真，正确引导消费者，开掘楼市新闻的深层意义，这样才能显现出媒体的权威性、舆论的引导性作用。

“媒体对房价下降态势的报道，是当前楼市进入深度观望期的一个重要原因。”赵春华认为，今年年初持续以来的房地产调控政策已经初见成效，房地产市场成果仍需巩固。媒体在对房地产市场形势的报道中应更加客观，受众对房价的走势才会有更理性、更准确的预判。毕竟房地产问题不是单纯的经济问题，更关系到群众的切身利益和社会的稳定和谐。只有政府和开发商各自做好自己应主导的事情，一方面抓好保障性住房建设，另一方面增加普通商品房的用地供给，加强过程监管，深化税费改革，才能促进房地产市场健康有序发展和社会的和谐稳定，媒体在这方面应客观、理性的树立舆论导向。

王萌艺则呼吁，除了客观的报道之外，省内媒体还应该对市场进行的深入的、全面的分析，尤其是把郑州楼市与一线城市的特点表现出来，不用刻意引导购房群体购房与否，只要让公众了解郑州楼市的各个方面即可，让公众在对比中认知郑州楼市，从而做出决定。