



# 郑州地产春天圆舞曲

特别策划



## 胡葆森两会归来掷地有声

# “建业夺回郑州第一是迟早的事”

本报记者 任志伟

一年好景君须记，最是春和景明时。一年之计在于春。春天，不仅是万物复苏、大地春回的时日，也是播种希望、耕耘未来的季节，也是房地产市场的花开时节。在这个春风和煦、春光明媚的早春二月，本报地产部一行踏访郑州多个区域的在建、在售项目，遍寻郑州楼市之春。阳春布德泽，万“屋”生光辉。连日来，我们不仅聆听到我省地产界领军人物发出的春天强音，还能触摸到郑州楼市的春天表情，触目到郑州楼市的春天气象，感受到郑州楼市的春天气息，领略到郑州楼市的春天风景。在全国两会胜利闭幕、改革春风劲吹的今天，在中原经济区正式上升为国家战略中原大地东风拂来满眼春的今天，在郑州航空港经济综合实验区启航一周年之际，在郑州阔步迈向千万级人口规模的区域性中心城市、郑州大交通体系正在加速建设、郑州生态宜居城市建设芳姿初现的当下，本期《中原楼市》特别奉献郑州地产的“报春第一枝”，书写郑州楼市的“春天的故事”。

创新“大服务体系”，拥抱电商，坚守中原22年，深耕产品与服务，誓将省域化进行到底……3月18日，全国两会刚刚结束，省内近40家媒体齐聚建业艾美酒店，对话刚刚从北京参加全国两会归来的建业地产股份有限公司董事局主席胡葆森。关于今年两会真切感受和真实见闻，关于建业的省域化战略纵深，关于房地产政策、关于房价走势，关于建业“触网”这些媒体关注的热门话题，老胡——坦对媒体——



### 核心竞争力：“做新型生活方式服务商”

“近5年来，我对公司一些具体的设计、规划、营销基本上不参与，关注最多的就是大服务体系建设。”胡葆森表示。2011年，建业的“大服务体系”正式亮相。这一体系依托于建业全省在建社区，通过呼叫平台和建业至尊卡两条线，串联起物业、教育、足球、至尊、商业、酒店六大服务资源，形成全省业主提供“时间、内容、地域”无盲点的具有建业特色的服务平台。老胡一再强调这个被称为“企业的核心竞争力”的服务体系对于建业的重要性。“当初是从企业生存的角度考虑去构建这个服务体系。当万科、万达都来郑州以后，我们原来优势也基本上已经没有了。所剩下的只有你的客户。”在老胡看来，相比其他本土房企与外来一线房企，建业集团最大的优势是品牌以及庞大的客户资源。基于此，老胡多年前就开始构思大服务体系。“当别人没有做的时候我们先做好。”根据建业集团的内部调查，2013年客户满意度为77%，今年的满意度为79%。“我们需要再用三到五年时间，让客户感觉到住建业最幸福。”老胡承诺。

### 新型城镇化：“对建业是更大的利好”

在今年的全国两会上，胡葆森提交了关于新型城镇化建设的建议。“建业属于一个比较接地气的房产开发企业，是我省唯一一家在省会、地市、县城、中心镇都有产品推出的中国房地产百强企业。”老胡认为，城镇化的发展速度不能脱离区域经济的发展速度以及人们收入的提升速度，而建业较好地整合了各种资源，包括设计资源、建筑商资源、供应商资源，以及资本市场上各种渠道的整合。

在河南，建业绝对称得上城镇化战略的先行者和践行者。“近期出台的《国家新型城镇化规划》也恰恰与建业省域化战略相吻合。”老胡说：“建业虽然不是因为有了城镇化规划才提出的，但却完全契合中国城镇化的发展道路。”在老胡看来，新型城镇化规划的推出完全符合建业对城市化发展节奏、方向以及思想的推断，这对建业战略的推进是更大的利好。对于郑州城镇化的未来，老胡表

示：企业要顺势而为，借势而起，迎难而上。郑州现在进入了三铁（高铁、地铁、城际铁路）时代，生活圈放大了，一个小时的高铁里程之内，至少涵盖了全省70%的人口。“在未来10到15年之内，郑州会成长为2000万人口的特大城市。在市委、市政府的带领下，郑州的旧城改造步伐加快，10年之间郑州的发展会呈加速之势，不仅建业可以分享郑州发展的红利，对几乎所有扎根在郑州的房企都会是一种利好。”

### 建业战略：“做城镇化进程和社会进步的推动者”

在恳谈会上，胡葆森自我介绍了数十年的人生经历，他认为做企业心态很重要，价值观要清晰，企业定位要精确。“心态是靠境界决定的，只有境界到了一定地步才能得之淡然，失之泰然。”一直以来，建业强调自己的省域化战略，尽管当下很多观点认为三四线城市将是未来房地产市场风险较大的区域，但在见面会上，胡葆

森一再强调，建业会坚定地走省域化道路，“企业会发现需求，满足需求，引导需求，创造需求。”在继续加强三四线城市拓展的同时，建业并未放松对郑州市场的布局。在老胡看来，“夺回郑州第一是迟早的事”。“建业要做中原城市化进程和社会全面进步的推动者。”这是老胡当初给建业集团做的定位，也正是有了

这个定位，才有了建业集团一直坚持并践行的省域化战略。“在大家都不看好的三四线城市能够保持持续的高成长才是最厉害的。我经常开玩笑说，我地里的红薯，灾荒来了，吃红薯饿不死人，这也就是为什么过去十年间房地产市场起伏不定，建业却能稳步增长的原因。”老胡语气肯定。

### 互联网思维：“互联网不会颠覆传统售房方式”

3月13日，建业集团旗下18个城市57个楼盘同时进入电商渠道。胡葆森说：“这次跟电商进行合作，是营销方式、传播方式的技术革新。”他认为，任何传统行业都有它的发展空间，互联网就是营销方式创新，但还没有完全颠覆。“我不认为电商可以替代商业地产目前线下的交易。”老胡强调，做企

业最终要回到做企业的根本上，就是向客户提供你的没有瑕疵的产品和好的服务，这是每个企业的追求。新经济是对传统的行业带来很多的冲击，主要在商业模式、营销方式和营销手段、营销技术上。“但无论做什么，都是围绕提升产品质量、提高服务水平这个方向，在这个基础上才能出现奇迹。”

### 市场趋势：“不惧三四线城市崩盘论”

“在未来的中期，房价出现大幅度下跌20%的可能性不大，走向总体比较平稳，甚至稳中有升。”而面对三四线城市崩盘之说，胡葆森认为，现在多数银行的信贷方向近期有所调整，将使得部分中小型开发商从银行贷款不太容易，从而迫使开发商为了加快卖房避免出现变相降价的情况。但这绝不会是主流。

“建业会继续坚持向三四线城市发展。”老胡粗略计算，河南省现在的县级城市的人口大约平均在8万~10万人，按照新型城镇化发展规划到2020年或者到2025年左右，判断河南省县级城市人口将翻一倍，而建业的计划在县级城市是5万到10万，“只要占到这个县城的六分之一或者三分之一，就可以在此取得很好的发展。”在县级城市推出产品，一定要结合实际。老胡信心十足地说：“熊市中赚到钱的才是高手。在大家都不看好的情况下建业仍保持高速发展，才是城镇化的价值所在。”

## 华商汇总裁郑耕郑重承诺

# “承接一个市场 创新一个市场”

本报记者 杨秀娜



### 生活艺术的体验之都

如何打造一个全新的市场外迁承接地，让密布郑州市区的各类专业市场不是简单地平移和“空降”，而是进行创新、改善和提升，让商户安心经营，让市场永续发展，是摆在政府决策者和市场承接方面前的重大课题。华商汇建材装饰博览中心的盛世启航，不仅成为郑州市场外迁承接地的一大破题之作，还将向社会各界和万千商户交上一份满意的答卷。

在新闻发布会上，郑州华商汇控股有限公司总裁郑耕在致辞中郑重承诺：“在市场外迁的政策指引下，华商汇作为一家本地企业，又是市场外迁的主要承接方，我们深感责任重大、使命光荣。因此，华商汇从规划建设之初，就鲜明而响亮地提出了‘承接一个市场，创新一个市场’的经营理念，始终坚持不唯利是图，也不仅仅是简单地收编市场，而是以国际化的视野、前瞻性的思考、面向未来的行动、创新思维，引领市场，志在建造一座‘生活艺术的体验之都’，融经营于生活艺术之中，让商业经营充满人性化的情趣和艺术化的享受，因为当今市场已经从过去的以商品为中心向以人性为中心的方向发展，消费

者对商品的选择也已经从物质需求层面向精神需求层面提升，消费者购物不仅仅只是单一的目的性消费，而是追求一种商业生活方式，而生活原本应该是更加美好的，因此华商汇不仅仅只是售卖商品的场所，而是一个充满生活情趣的社区。消费者身在其中，将会在情景化和人性化的社区里面，体验到商业生活的缤纷万象。

### 拥抱电商的创新模式

传统商业模式面对电子商务冲击以及新的消费观念重构，已经越来越不能适应市场的变革，市场如果只是简单的平移，经营模式如果不能改变和创新，商家到市场后经营将会更加困难。面对这样的现实，郑耕说：“我们会更多地考虑商户承接过来之后如何改善和提升其经营业绩，如何让华商汇更符合未来的市场发展趋势。这是一个浩繁的系统工程，也是巨大的挑战和课题，因此在华商汇的建设过程中，我们对项目的定位反复论证，力求扎实推进，也顶住一些社会上的质疑声音。今天，我们之所以充满自信地站在这里，接受政府领导、商户代表和新闻媒体的检视，那是因为我们已经谋定而后动，

做好了充分的准备。我相信，今日华商汇建材装饰博览中心种下一粒籽，今后必将收获万担粮。”

### 网达全球的共赢平台

记者了解到，华商汇建材装饰博览中心规划面积达400万平方米，是中原地区最大的建材装饰市场，以建材产业链为核心，品类众多，涵盖所有建筑的外装和内饰产品，为建筑工程和装饰装修提供一站式服务，具有独到的核心优势。在销售模式创新上，该博览中心将会建成全国独一无二的“网民村”，会有众多的网上经营者聚集于此，以先进的电商O2O模式运营，实现商家和网民线上线下无缝隙对接，帮助商家实现跨区域经营，将商家的产品销往全球，真正做到“厂家直销，网达全球”。在资源配置上，该博览中心将会拥有强大的仓储和物流资源整合优势，为商家提供全程的物流配送服务，一改传统的以仓库管理货物的物流配送模式，转向先进的以单证管理货物的物流配送模式，最终实现降低商家经营成本、加速商家资金周转的目标。在金融模式创新上，该博览中心将会为商家提供定制化的金融服务，

将联合商业银行、投资机构等成立小额贷款投资公司，为商家提供供应链金融解决方案，让商家可以用存货或者供货合同等申请资金支持等服务。在品牌管理上，该博览中心将以树立市场的整体形象为品牌建设目标，导入“六个统一”的经营模式，即对市场实行统一品牌、统一招商、统一推广、统一收银、统一客服、统一管理，并会持续对入场经营商家提供培训服务，以提升商家可持续经营能力，同时将会以商家的兴趣爱好为聚拢，建立亦商亦友的交友平台。

郑州市市场发展局纪委书记杨金平代表郑州市市场发展局、郑州市市场协会和郑州市外迁办公室对这一盛会的举行表示热烈的祝贺。国家建材质检中心河南省建材质检协会张自端主任到会致辞。市场供应商代表、中原陶瓷城总经理陈明哲和商户代表郑州恒卓建材有限公司董事长张继鑫也分别在新闻发布会上致辞。此外，华商汇总裁郑耕，副总裁薛春幸、谷旭，华商汇商业运营公司副总经理王绪合，针对媒体提问的华商汇承接市场外迁的整体战略规划、项目一期启动区域、开发体量以及目前建设招商情况等方面的问题做了详细解答。