

微观
楼市

“托关系找熟人，还是没申请到额外优惠，现在的优惠幅度真小。”“我看的楼盘开盘当天就清盘了，好不容易抢到一套，还不是中意的那个楼层……”近日，记者接到多位读者反映，称目前郑州买房“优惠难”的现象非常普遍，部分准购房者心存疑问：“市场这么火，优惠这么难，现在是购房的好时机吗？”针对这一问题，记者采访了相关业内人士。

购房要点儿优惠 缘何难乎其难

本报记者 田晓玉



正商地产副总裁张国强：4月份郑州市区商住卖了14204套，创出6年来的新高，仅从数据就不难看出当下郑州房地产市场有多火。郑州房地产市场销售的热度固然跟去库存大趋势有关，但另一方面也反映了市场的真实需求。从优惠层面看，并不是优惠幅度大了，房子就卖得多了，相反现在正商的一些优惠政策正在收紧，这就要求我们把品质做得更好，才能对得起客户的信任。所以说，优惠是次要的，把自身的建造品质、服务品质、配套品质提上去才是最重要的，这也是正商自“品质提升”行动以来一直在做的事情。客户的眼睛是雪亮的，虽然现在优惠难，但房子是保值增值产品，而且开发商对品质的关注度在提升，所以如果有需求，购房正当时。

建业集团总裁助理、营销中心总经理王瑛：目前，郑州房地产市场整体热度明显，去库存的步伐走得非常稳健，市场上许多项目受益于政策红利，销售情况一路高歌猛进，建业一些项目的热销也自不待言。拿建业花园里来说，开盘即实现清盘，取得去化率100%的好成绩，这不仅跟良好的市场大环境

有关，也是建业品牌、品质实力的凸显。但优惠政策方面在逐渐收紧，包括员工自己买房，都没有优惠，以后建业会慢慢过渡到明码实价阶段，对所有客户一视同仁，将销售做得规范化。

所以，有购房需求的客户无须持币观望，未来房企的优惠会越来越透明化，而且现在郑州房价稳定，只要房子物有所值，任何时候都是入手好时机。

亚星集团营销中心总经理段利：在市场向好的大环境下，亚星集团在售三个项目的销售情况都非常好，其中亚星盛世仅3月份一个月就已成交400多套，销售金额达4.38亿元。在市场整体库存去化加速的情况下，亚星集团的优惠政策没有放宽，反倒呈收紧趋势，但亚星集团从产品层面一直在提升，亚星·金运外滩就刚与华中师大附中、附小签约，引进了优质的教育资源。所以虽然优惠少了，但产品附加值却多了，客户不能被优惠绑架购买，还是应该多关注产品本身，在现在供需两旺的市场格局下做到当机立断，看中的房源及时入手，否则错过再无。

亚新集团东区公司总经理余清江：最近听到最多的便是“热销”“清盘”等词汇，在郑州房地产市场销售火热的态势下，亚新集团会保持积极的态度，助力房产去库存，但优惠政策以售楼部为准，没有太多额外的优惠幅度。虽然没有明显的大幅优惠，但亚新集团一直在产品品质上做加法，建议消费者选购房时把品质要求放在第一位，优惠政策排其次。对于购房者来说，把握时机很重要，现在很多新房源集中入市，可选空间比较大，而且未来房价降价空间不大，所以想要购房的客户，可以抛开疑虑，及时入手。

河南财经政法大学教授李晓峰：对于郑州房地产市场销售火热的情况，消费者要避免人云亦云，盲目跟风，应冷静看待市场；在目前全国去库存大背景下，郑州也有类似的问题，局部区域、不同产品要去库存，并非全部供不应求；如果郑州市场出现非理性火爆，郑州也会如一线城市一样出台抑制性政策；消费者购房宜区分消费型和投资型，消费型是刚性需求，家庭需要，可以持积极购买态度，但投资型购买应该谨慎对待。

河南王牌企划有限公司董事长上官同君：4月份郑州楼市成交数据量升价挺，是国家系列房地产利好政策集中发力和房企营销自助的结果。售楼部优惠幅度是房地产营销的主要表现形式，通常是房企管理越规范，额外优惠的空间就越小。当前是房企进行自我营销救赎的关键时期，也是去库存的好时期，建议房企有策略地做好优惠幅度的掌控，既不让客户对优惠期许过高，也不可优惠全无。但对于购房者来说，现在国家一系列政策的出台对买房是个利好，无论优惠幅度大小，只要产品品质有保障，自己确实有购房需求，还是可以入手的。

易居营销集团副总裁、河南区域董事长金琪：房地产市场销售火爆的根本原因还是供求关系变化，受益于国家利好大政策，很多潜在客户集中购房，导致郑州个别热门楼盘出现“一房难求”的情况。鉴于郑州房价比较平稳，且土地日渐稀缺，房子在固定资产中比较保值，不管从自住还是投资角度，买房都宜早不宜迟。但需要提醒的是，购房者需认清自己的真实需求，不跟风、不盲目，趋利避害理性购房。

记者点评：郑州房地产市场“购房热”和“优惠难”是并行不悖的一组命题，一系列去库存的政策红利使得市民的真实需求得以释放，催升了市场温度。虽然市场火热，但实质上各家房企并没有趁火打劫让房价水涨船高，而是微调房价，但是价格反映价值，房企在品质上倾注的心血远大于微涨的房价。所以，买房不仅要关注价格、关注优惠，更应该关注价值。而且，“优惠难”从另一方面凸显了郑州开发商正逐步走向公开化、透明化、操作规范化，未来各房企销售政策的“明码实价”也会加速新型销售方式的形成，有利于保持房地产市场健康和可持续发展。随着房企销售的规范有序，人情优惠会越来越来少，所以买房不能“雾里看花，水中望月”，还是应该“下定决心，该出手时就出手”。



同业称好 才是真的好

郑州知名房地产企业代表探秘正商

本报记者 刘文良

2012年~2015年，正商地产连续四年销售总额在郑州市场排名第一，取得“四连冠”。2015年销售额达133.89亿元，是名副其实的郑州市商品住宅销售金额、销售面积、销售套数“三冠王”。2016年1~4月份，正商地产以总销售额53亿元名列郑州前茅，再次用数据和业绩为市场交了一份圆满的答卷。5月17日，郑州知名地产企业代表走进正商，探秘正商地产“四连冠”，一起寻找正商热销的答案。

同业看正商 内行看“门道”

5月17日上午，在河南省房地产业商会常务副会长兼秘书长赵进京的带领下，建业住宅集团(中国)有限公司副总裁陈剑、河南昌建地产集团有限公司总裁陶彦峰、河南高速房地产开发有限公司董事长许建军、东方今典集团副总裁张艳、中能华启投资集团有限公司总裁司志东、河南和谐置业有限公司总裁宋兵、河南豫发集团有限公司总经理谢朝礼、河南楷林置业有限公司总经理李建彬、东方鼎盛集团执行总裁申晓红、河南省郑州市江山房地产开发有限公司总经理徐永刚、郑州农工商华豫置业有限公司总经理邵乐戎、郑州金成房地产开发有限公司副总经理张文、河南振兴房地产(集团)有限公司副总经理郑春波、河南省泰宏房地产有限公司副总经理吴黎明15位地产企业总裁、总经理等人士，先后对正商写字楼标杆项目建正东方中心、正商改善型社区代表铂钻、正商舒适型高端住宅代表项目红溪谷、红河谷等进行了近距离考察和高品质体验，正商地产董事长张敬国、正商地产副总裁张国强、正商建设工程有限公司总经理赵维林、正商兴业物业管理有限公司总经理朱杰等工作人员全程陪同。

探访团一行认真倾听了正商地产物业、工程、技术、销售一线工作人员及相关负责人的详细讲述和精准介绍，并在正商红河谷会所举办了“省会地产名企高管眼中的正商品质精细化”座谈会。

座谈会上，各位房企代表纷纷建言献策，讲述自己探访正商项目的深切感受，并提出了诸多宝贵意见。赵进京表示：“正商地产把契约精神放在首位，他们抓速度、抓质量，一套独有的管理模式值得行业研究学习。”他透露，接下来将有更多会员企业互访交流活动，真正让同行深入同行，学习别人的长处，提出自己的意见，深入交流，良好互动，共同为推动城市经济发展和改善人居环境做出贡献。

“写字楼专家” 盛赞建正东方中心

建正东方中心堪称正商商务项目的名片，在品质精细化方面可圈可点。是日，在张国强、朱杰的陪同下，探访团一行实地参观考察了建正东方中心精装样板间、中央空调配置室、智能控电装置室、物业服务中心、物业员工宿舍、综合商业配套、消防与智能安保中心、楼顶花园等。通过实地考察，探访团一行真正了解了建正东方中心写字楼的整体布局、相关参

数标准，建正东方中心精细化产品的核心价值、在高铁商圈遥遥领先高达85%的写字楼出租率等诸多方面优势。

细细看来，建正东方中心不仅有独特的区位优势；还拥有中式“田”字布局，围合式商务内庭院；配备40部国际一线品牌电梯；领先引进EPON系统，极速网络办公；9米挑高艺术大堂，中央空调新风系统；一体化、零负担的精装空间；世邦魏理仕全程顾问服务；便捷的商业配套……这些细节都给探访团嘉宾留下了深刻印象，特别是2015年在业内率先提出的写字楼“3e-CBD”标准，成为了写字楼服务的新标准。

李建彬在参观建正东方中心后表示：“建正写字楼用料很足，特别是硬件用料比较好，正商在提升产品品质方面确实是厚道之举。”在建正东方中心售楼部，探访团一行还听取了正商高端住宅项目碧水天境的介绍。据悉，正商碧水天境位于龙湖副CBD片区，预计今年下半年入市，是正商地产2016年初斩获郑东新区龙湖区域的双料“地王”。

据张国强介绍，正商地产成立22年来，相继开发了改善型、舒适型住宅和商业写字楼等50余个项目，累计开发总建筑面积约1200万平方米，物业管理面积800万平方米，服务10万户家庭、40万业主，与300余家品牌企业合

作。但真正代表正商高品质建造、高品质服务、高品质环境配套以及品质精细化、服务精深的新一代产品，当属正商碧水天境项目。

眼见为实 品质提升见真功

当日下午2时许，探访团一行驱车前往正商品质住宅力作正商铂钻、正商红溪谷、正商红河谷。

正商铂钻位于郑东新区金水东路与文苑西路交会处，项目定位清晰，最大面积为187平方米的五房大平层，因此该项目又被称为金水路旁的“大户专家”。

探访团一行实地参观了正商铂钻社区，并就物业服务、绿化优化、配套升级等进行了深入探讨。走进社区，干净整洁是最直观的感受，随处可见银杏、香樟等南方名贵树种，而且是成树种植。花、草、树木种植搭配错落有致，楼与楼之间的格局深入浅出，显得极有层次感；老人与孩子娱乐设施动静分离，走进社区，组团景观设计秩序井然，起伏的地势景观营造增加了居住者的视觉层次感。“感觉做得确实比较精细，社区规划比较合理、自然，适合高端家庭的居住习惯，建筑与水系相得益彰，深得庭院式中式建筑文化精髓。”探访团嘉宾如是表示。

在分区提升方面，每个单元门口配置贴心的无障碍通道，儿童乐园配置塑胶地坪，实行管家式物业服务；在物业服务中心前台设置药箱、工具箱；冬季单元门把手缝上金布、雨雪天气在单元门前台阶铺上红地毯，防止业主滑倒等。

参观完正商铂钻，探访团一行就已对正商的住宅品质赞不绝口，对随后要参观的正商红河谷、正商红溪谷充满期待。

据悉，正商红河谷、正商红溪谷都是西班牙风情建筑，建筑类型包括别墅、平层豪宅、湿地公园，都有大气恢弘的建筑规模、奢华精美的装修风格、精致细腻的做工，均有南北通透、动静分区的户型规划。

在参观正商红河谷时，探访团一行对社区景观交口称赞，尤其是正商做到了依地貌进行景观规划，更是让探访团嘉宾看到了正商提升品质的决心和投入。目前，红河谷已建中原首个百亩原生态湿地公园、7个国际化标准网球场和斥资亿元打造的高端会所。

大到战略规划，小到物业服务、景观规划等细节，一天下来大家对正商有了更多的了解，也为正商地产连续四年取得河南销冠找到了答案。究其原因，一是正商从刚需到别墅，从写字楼、公寓到商铺，产品线非常丰富。二是项目众多，品质过硬，价格合理，性价比高，既让刚需群体能圆安家梦、创业梦，同时也能满足改善群体的需求，其高端项目更有竞争力。