



古有得中原者得天下，今有得郑州地王者得郑州房地产市场。如果把郑州、落户郑州并在郑州安营扎寨、开疆拓土的外来企业比作“郑州地产奥运会”的一个战队，2004年前后率先进驻郑州的顺驰、绿地、绿城则是这支战队的先行者、开拓者、排头兵；这之后，在郑州城市化进程快速推进的浪潮中，恒大、万达、万科、华润、保利、中海、碧桂园、雅居乐、金地、富力、海马、海亮，或攻城略地，或合纵连横，先后投身郑州地产的蓝海，争当“弄潮儿”，郑州地产呈现出外来企业与本土企业百舸争流、千帆竞发的繁荣态势；及至今年，融创中国、华夏幸福、招商、鲁能、金科、广厦、荣盛不甘人后择师郑州，至此，不仅“招保万金”四子登科，去年年度的中国地产十强齐聚郑州，郑州地产“十全十美”，标志着外来地产企业“逐鹿中原”时代的真正来临。

“几处早莺争暖树，谁家新燕啄春泥。”业已抢滩登陆的

外来企业，如蛟龙出海，正在将郑州当作价值高地、地产沃土策马奔腾纵横驰骋；与此同时，尚有一众外来企业沉潜海底亟待芙蓉出水。虽然这些企业将郑州视作战略性进入的主战场，虽然早已派出团队在郑州四处寻地，但是一直以来却如羞答答的玫瑰静悄悄地开，直到8月18日，于无声处听惊雷，郑东龙湖区域的最新地王横空出世，人们方才发现，看似陌生而神秘的中国金茂，在郑州一拍惊人。

其实，不惟中国金茂，在今年以来郑州历次的地王争夺大战中，我们都能清晰发现众多志在进入中原的外来企业的矫健身影，中国电建、世茂、华侨城、旭辉、蓝光、新城，甚至包括享有“共和国长子”美誉的中国铁建，个个都在秣马厉兵枕戈待旦，步履铿锵目光炯炯，大有不来郑州非好汉之势。

30多年前，到深圳去，到海南去，到沿海地区去，成了中国企业的集体向往；如今，到中部去，到郑州去，郑州成为全

新蓝海，也成了地产央企，中国地产前十强、前二十强乃至前三十强的集体仰望。

“海纳百川，有容乃大。”居中声自远，山高我为峰。为何中国地产一线方阵集体会师郑州？众多外来知名品牌企业跻身郑州地产战队，会给郑州城市建设、房地产开发、人居环境带来哪些改变、引领和提升？今后的地王大战，会不会是外来企业一统天下的盛宴？本土企业面临的挑战和机遇何在？8月18日新晋的双地王，又将以什么样的产品礼献中原，方能不负这热土不负地王之名？

今年3月，记者前往北京，实地考察了融创北京使馆壹号院、紫禁壹号院；去年年底，记者专程前往上海大金茂府邸；今年8月29日，记者再探金茂府，所见所闻，所思所想，形诸文字，以饕餮多关切郑州新地王、寄语郑州房地产市场平稳健康发展、期望郑州更美好的读者诸君——

当郑州遇见“新地王” (下)

本报记者 刘文良

一线和二线：

当郑州新地王赶超广州新地王



上海金茂府实景

8月18日，是夜，当日的地王大战尘埃落定之际，记者的微信朋友圈里正在热议一个话题：如何看待郑州新地王的楼面价以微小差距超过广州新地王的楼面价。

是日，郑州新地王竞得者中国金茂所创下的楼面价是36915元，而此前一天即8月17日，雅居乐集团在广州创下的新地王的楼面价是36722元，虽然在数字上相差无几，但是在数字背后所折射出来的诸多意义、诸多思考、诸多声音、诸多解读，已远远超过了这一数据本身。

其实，早在6月1日，雅居乐夺得郑东龙湖一宗地王当日，有郑州知名业内人士就曾对记者坦言：今日龙湖区域的两任“地王”得主，均系外来房企，这是继恒大称王龙湖“地王”之后，两家外来房企折桂龙湖，足以表明被公认为房地产意义上的强二线城市郑州，正被越来越多的全国地产十强、二十强、三十强视为主战场、战略布局的重地。

雅居乐集团为“华南五虎”之一，已于2013年进入郑东，迄今郑州雅居乐国际花园已大功告成圆满收官。龙湖9号地是雅居乐集团继今年年初获取绿博地块两个月后，在郑州核心区斩获的一宗地块，由此可见雅居乐集团看好郑州、深耕河南的战略意图。雅居乐集团又是第一家进入龙湖核心区的外来企业，而据记者了解，龙湖核心区区域的标志是容积率低，小于1.50；建筑高度低，小于18米；建筑密度低，小于28%；绿地率高，大于35%；距离龙湖湖心岛近，可归结为“三低一高一近”。雅居乐以打造高品质住宅著称，龙湖地块将会是雅居乐最高端产品的展示平台，雅居乐将会在地王地块上为郑州城市再添一座“远见、心建、共建未来”的精品名筑。

针对郑州新地王楼面价赶超广州新地王楼面价，比较普遍一致的看法是：偶然中有必然，个案中共性，疯狂背后有理性。一方面，说明以央企、中国地产十强为代表的房企企业方阵，极为看好郑州的房地产市场，对郑州的发展前景充满信心；另一方面，打铁还需自身硬，家有梧桐树，引得凤凰

来。如今的郑州，已不单单是强二线城市，有望成为房地产意义上的一线城市。

在8月27日下午由和昌林与城举办的“2016中国经济与房地产走势高峰论坛”上，我国著名经济学家马光远先生表示：“今后我们可以称北上深郑。在我国房地产梯队里，郑州原来排在第二方阵，现在应该放在第一方阵。”谈起房地产走势，他认为目前郑州房地产市场方兴未艾，是我国房地产市场热点城市，因此，目前出手购买郑州的房子，为时尚晚。

无独有偶，这一观点可以从融创中国董事局主席孙宏斌在今年3月19日的融创中国、河南国控战略合作签约仪式上的一番讲话中得到佐证。在接受记者现场提问时，谈起当年的顺驰、如今的融创中国的“郑州情结”，孙宏斌快人快语：郑州是陈北上广深之外的我国为数不多的强二线城市，是典型的单核城市，人口红利和区位优势十分明显。他明确表示，融创中国一直看好郑州的发展，今后将深耕郑州，将郑州作为融创中国重点布局的主战场之一。

前度孙郎今又来，不招自来，来之能战，战之则胜，孙宏斌凿凿之言，难掩骨子里的“郑州情结”，更是基于“判断、持续布局、控制风险”的清晰而智慧的战略选择。今年6月份，融创中国执行董事、执行总裁，天津公司总经理迅速在接受记者独家专访时，也曾明确地表示：融创中国计划用3年左右的时间，足不出郑州，植根郑州，深耕郑州，在郑州区域市场实现目前天津市场所创下的开发规模和销售业绩。据记者了解，融创中国2015年在天津13盘同开，销售额为170亿元。融创中国将今明两年的销售目标设定为800亿元和1000亿元，如果融创中国在短短3年时间内，在郑州区域市场的销售额达到170亿元乃至更高，则郑州也将成为融创中国新的增长极，对融创中国的贡献不可谓不大。

在吸引外来地产企业进驻郑州、投资开发的各种因素、各种指标中，经济发展水平、城市的竞争力水平、人口红利、区位优势是考量标尺的重

中之重。郑州市人口近1000万，市区常住人口600多万。经济总量达到7315亿元，在35个大中城市、27个省会城市中分别排第15位、第7位；一般公共预算收入达到942.9亿元，在35个大中城市、27个省会城市中分别排第13位、第6位。“十二五”时期，郑州生产总值年均增速11.2%，高于全国3.4%；在全国27个省会城市中，郑州地区生产总值已升至第7位，规模以上工业增加值升至第4位，公共财政收入增幅升至第6位。去年中国社会科学院发布的《城市竞争力蓝皮书》显示，郑州城市竞争力在全国包括港澳台地区在内，294个城市中位居第19位；清华大学发布的年度《中国城市创新创业环境排行榜》显示，郑州在全国100个地级以上城市中位居第9位；统计部门数字显示，过去5年，郑州净流入人口185万，在全国各大城市中排第7位。

郑州区位优势最为显著。郑州是全国重要的铁路、航空、公路、电力、邮政电信枢纽城市，全国普通铁路和高速铁路网中的“双十字”中心，新亚欧大陆桥上的重要经济中心，“一带一路”核心节点城市。以郑州为核心的中原经济区面积约28.9万平方公里，人口超过1.8亿，涵盖河南省18个省辖市以及山东、河北、安徽、山西四省12个省辖市。住建部政策研究中心主任秦虹曾在郑州航空港区发展论坛上公开表示：未来我国房地产最有前景的城市，当属高铁沿线城市。郑州未来要建设成为“米”字形高铁枢纽中心，将为郑州的发展插上飞翼，郑州必将迎来全国大型知名房地产企业的竞相进驻。郑州房地产市场用事实与数据验证了秦虹的观点。8月28日，金科开盘，万人齐聚郑州国际会展中心。半天时间，两千套房源抢购一空，创下半天销售额22亿元的新纪录，从“日光盘”一跃而为“半天盘”。

如同月亮的背面一定很冷，在“郑州地王一片红”的浪潮中，记者也能听见一些冷思考的声音——

长期致力于城市运营研究的王牌智库董事长上官同君，在8月18日地王双出的当日，给记者发来他的“地王观”：可以预期的是，今后郑州新推地块，将是外来企业的竞技场，外来企业对郑州土地竞折腰，用虎视眈眈来形

容不为过。本土企业如果参与竞争，无异于虎口夺食。今后，郑州房地产市场的集中度将会越来越高，“二八定律”将会成为悬在郑州开发商头上的一柄利剑，因为一地难求无地开发，今后将会有部分郑州本土开发企业被迫转型或退出市场。这是郑州本土开发企业不得不面对的挑战，也是本土开发企业需要认真面对和思考的一个问题。

作为我省乃至中部地产房地产业的领军企业，建业集团参与了8月18日14号地块的竞拍，但在最后关头激流勇退，郑州业内一片惋惜之声。日前，在亚布力夏季论坛上，建业集团董事局主席胡葆森接受腾讯财经采访时表示：中国金茂进入郑州是战略性选择，所以我们选择了退出，现在看来，退是明智的选择。

诚哉斯言。房地产营销实操派代表、长期在市场一线从事营销策划的地产前董事长雷广辉认为：其实，外来、本土只是一种习惯性的表述，在我看来，没有外来、本土之别，外来企业进入郑州就是郑州的企业，外来企业一旦进入郑州，必须要服水土，要接地气，何况很多项目还是与郑州本土企业合作开发，只是外来企业操盘。

在充分肯定外来企业带给郑州房地产市场带来“正能量”的同时，雷广辉也表示了自己的担忧，他说：“反观郑州市场上有些外来企业所开发的地产项目，不得不承认，与其公司总部所在的城市的项目，方方面面都有较大的落差。究其原因，一方面是外来企业追求规模效应注速度倚重资金周转的效率，另一方面，也说明郑州房地产开发的总体水平仍处于低位，城市化率低于全国水平，人口红利巨大，市场旺盛，使得部分外来企业在郑州市场上自觉不自觉地降格以求，有的甚至做“减法”。与之相反，一些有代表性的郑州本土企业，因为在家门口建房，因为对这座城市、这片土地满怀深情，因为要长久地深耕郑州在郑州“挖深井”，如建业、正商、新田、永威、康桥，甚至包括逐渐显出新生力量的绿都、亚新、天伦、和昌等，在市场的如火如荼的当下，依然在品质上孜孜以求，依然在配置上、用材上做“加法”，此举的确值得点赞，值得嘉许。

见证和探营：

当「壹号院」系列、「金茂府」系列从传说变成现实

在郑州地产界的外来军团中，融创无疑是一个后来者，但是融创不来则已，后来居上，从今年3月至今，不仅“长子”象湖壹号、“次子”璞府、“第三子”观澜壹号先后呱呱坠地，实现了“三位一体”，“第四子”年寨项目即将春华秋实，迎刃绽放。及至年底，融创在年初所制订的在郑州市场的“五子登科”计划，有望成真。

8月18日，融创喜摘郑东龙湖编号为13号宗地的地王，惊喜之余，地产业内人士更关注的则是，融创最高端的产品系列“壹号院”会不会应声落地郑州？其实，早在今年5月份，在融创郑州区域公司，记者独家采访迅时，就曾“壹号院”系列是否会进入郑州、何时进入郑州、会进入哪个区域这一问题进行发问，迅时的回答是：“主要看地块。如果有合适的地块，‘壹号院’系进入郑州只是时间的问题。”

对于郑州的购房者来说，融创的“壹号院”已经备受初显并且赢得了市场的认可，而对于“壹号院”系列，郑州市民或许觉得陌生而神秘。今年3月8日，记者一行参加了融创郑州区域公司组织的媒体采风行，实地探访了融创在北京开发的使馆壹号院和紫禁壹号院。记者获悉，融创“壹号院”系为融创最高端TOP系产品，均选址于一二线城市主城区，占有城市优势资源，客户群体定位于城市金字塔尖上的终极置业型小人群，售价在区域里遥遥领先。如今，有了郑东龙湖新地王，应当属于迅时所言的“合适的地块”，天其时，地其利，如果融创在新地王地块开发建设“壹号院”系列的产品，在郑州刮起一股天价风暴，也未可知。

相比于融创，中国金茂控股集团有限公司（简称“中国金茂”）则更加低调和神秘。直到8月18日，“金茂”这两个字眼才强力而炫目地进入郑州市民的视线之中。据悉，中国金茂是世界五百强企业之一中国中化集团公司（2016年《财富》全球500强之第139位）旗下的房地产和酒店板块的平台企业，已于2007年8月17日在香港联合交易所主板上市（股票代码：HK.00817），是香港恒生综合指数成份股之一。中国中化集团公司是获得国资委批准的以地产开发和酒店经营为主营业务的中央国有企业之一。目前，公司已成功进驻华北、华东、华南、华中、西南5大区域17城核心城市，并成功打造了以“金茂”品牌为核心的高端系列产品。

相对于郑州地产业内人士而言，中国金茂既不陌生，也不神秘。位于上海陆家嘴的金茂大厦，名震海内外，在相当长的时间里，以上海地标之名封面上海。位于上海闸北区大宁板块的金茂府，是中国金茂最有代表性的住宅产品，被上海业内称之为上海高端住宅的新地标和样板间，其“科技住宅”的标签引来全国地产同行纷至，参观、考察、学习、取经。

去年11月份，在易居中国有关负责人的陪同下，记者实地探访了大金茂府。今年8月29日，记者再度走人大宁金茂府，再次领略这一中国首座荣膺“英国BREEAM认证住宅”称号、比肩伦敦海德公园1号的高端科技住宅的独特魅力。

在大宁金茂府的科技住宅展厅，记者被一字排开的金茂府形象展板吸引，金茂府打出的“10个远离”的品牌宣言如空谷足音撼人心魄——

远离能源浪费，不断汲取大地的智慧；远离空调、暖气，可以调节温度，沐浴加州四季如春；远离PM2.5和雾霾，可以改善空气，呼吸阿姆斯特丹纯净空气；远离秋燥和黄梅天，拥有马德里宜人气候；远离污染水质，畅饮北欧洁净水源；远离能量流失，给建筑穿上“保暖衣”；远离太阳辐射和刺眼光照，白天黑夜自由切换；远离噪音烦扰，静享瑞士般环境清幽；远离传统开关，一键智能操作，比肩硅谷级智能技术；远离燃气热水器，沐浴无需等待，享受五星级酒店全天候热水供应。

诚哉斯言，十全十美；有此住宅，夫复何求。据现场销售负责人对记者介绍，金茂府销售均价在10万元左右，一套158平方米的四房，售价在1500万元左右。尽管价格明显地高出同一区域的其他楼盘，但金茂府开盘以来销势不减。

行文至此，我们不妨大胆假设一下，假如将上海大金茂府的科技住宅原版复制，空降郑东龙湖，你是否会有一种“清风吹得郑人醉，直把郑州当沪上”的感觉？



开盘现场万人争抢