

城区房价周口竟高于漯河

本土地产商应高调“与狼共舞”

漯河市是中国食品名城,双汇集团、南街村集团、乐天澳的利集团总部位于漯河市,可口可乐、百事可乐、康师傅、统一、中粮在漯河市投资,是中西部首个、全国第二个“中国品牌城市”。美国杜邦、美国高盛、日本火腿株式会社等 9 家世界 500 强企业,以及美国嘉吉、三一重工、华电集团、中煤集团、香港华懋、香港协鑫、旺旺集团、康师傅、汇源集团、江苏雨润、山东六和等一大批企业落户漯河,还有闽商工业园、台商投资园等一批专业园区和产业集聚区助推漯河经济。在我省,漯河是除郑州之外第二个吸引外来购房户多的城市。看到这里,你觉得周口城区的房价与漯河有可比性吗?但是,很可能你会走眼。

上周末,漯河举办金秋房展会,记者一行前去参观学习。在与当地项目营销负责人的沟通交流中,记者发现漯河城区的楼盘价格大部分低于周口城区。同样的水景住宅,同样的商业中心,同样是新区楼盘,房价每平方米竟然相差百十元至两三百元。

今年 4 月 21 日,中国经济时报的记者曾对地县级楼市进行过调查,一位地产媒体同仁接受采访时说,漯河以沙河为界分为沙南和沙北地区,沙南房价较为便宜,均价大约是 2000 多元/每平方米,沙北地区的房价则多在 3000 多元/每平方米,而高档的楼盘

诸如河南建业旗下楼盘的售价多在 4000 多元/每平方米。这个房价相对于漯河普通工薪阶层来说还是偏贵,但不可否认的是,漯河的房价相比周边的驻马店、周口、许昌等城市仍然便宜不少。同时期,周口城区沙南大部分楼盘的价格每平方米大都超过 3400 元,就是偏远的沙北楼盘也在 2600 元以上。

对此,我们不禁要问,漯河房价为什么比周口低,周口房价为什么高?

在前两天的漯河金秋房展会上,上城公馆项目展区内,记者看到该项目宣传单上赫然推出的优惠商品房均价为 3100 元,如果再扣除交定金抵现金优惠,房价每平方已经接近 3000 元。该项目在漯河中山路与滦河路交叉口西处的实景现房,楼房为多层和高层,紧邻漯河东新区。与周口相比,其位置相当于我市的景园·盛世华府项目。漯河的帝景城项目,位于沙河北岸,沙北东区核心,和我市关帝上城的楼盘位置接近。其新开楼盘的价位为每平方米 3400 元左右。建业集团在漯河开发的一号城邦项目,售楼人员说售价最高也就 5000 多元,而我市单价超过 6000 元的楼盘已经出现。

漯河除商品住宅房价比周口低之外,就连商务房的价位也比周口低。漯河城区适合办公、单身公寓的商务房价格为每平方米 3000 元~5000 元不等。而在周口中心城区,3000 元这

个价位,恐怕很难选到房。漯河天明第一城楼盘的营销公司在进入漯河之前,曾在河南各个地市进行过市场调查,他们告诉记者,周口的房价在全省处于中游,漯河的房价总体比周口低。

漯河房展会的冠名企业是开源集团,该集团是漯河干河陈村村级企业,目前开展多元化经营,时代广场、蓝湖小区、丽江花园等知名楼盘便是其公司的杰作。昌建地产原是双汇地产,其名下昌建外滩、双汇国际花园、双汇新旺角、欧洲故事、西班牙玫瑰等楼盘在漯河为盘中翘楚。另外还有一大批本土地产公司在漯河城区实施扩张。漯河日报社房地产部同仁说,在漯河,外地企业形不成气候。

外地企业形不成气候。这句话点出了漯河房价比周口低的“七寸”!

漯河的本土企业打造的地产品牌有着独特的优势,他们比任何一个外来地产商都了解本地的购房者。他们成为城市建设的中坚力量,无形中会成为当地地产的领导者,拥有着符合本地居民消费层次的定价权。

回看我市地产企业,本土开发商开发的楼盘,笔者了解到已经开发的有亿星·紫荆城、龙润康城等,正在开发还未开盘的有泰和公馆、维也纳公园、新和铭城等项目,但这些楼盘在闽商大军和外来公司中,显得有些身单力薄。在楼盘定价权上不占主导地位,

在“与群狼共舞”时处于下风。

周口地产企业缘何失守根据地?

记者从本报举办的几届房展会中总结出,在会展上唱主角的大都是外来企业,评选出的优质楼盘奖项大都

被外来者瓜分,市区的大盘都是挂着招商引资的招牌。从中,我们都该做如何思考?

2007 年,闽商地产大军进入周口,随后浙江、郑州、安徽等地企业蜂拥而来,那时,我市企业高呼“狼来了”。他们在大片拿地、大规模开发时,本土企业还在小打小闹。在我市,注册资金在 5000 万以上的本土企业很少,有的还不到 2000 万元。以前,本土房企拍下一块住宅土地,都是通过先让业主交现钱,资金不够再通过各种关系向银行贷款,等把钱筹好了再开发,这其实叫空套,是违规的。滨江·国际星城项目董事长汪培洲有一

次在和记者闲聊时说,2008 年上半年,由于项目定价高,开发的楼盘一套没卖,公司已经投入 1.2 个亿。我们不怕卖不掉,也不缺资金,但坚决把项目做好,做成高端。

上亿元投入不见产出而不后退,这就是底气。

闽商的背后,大都是民营资本做后盾,有着强大的资金支撑,房企在国内拥有强大的品牌。我们本土的企业大都是单打独斗,很难做大。大多数楼

盘无证、无品牌、无规模。但从市民的意愿来说,大多数购房者愿意选择知名品牌,因为这些楼盘的规模、设计、景观、设施都比本土高一筹。并且,本土中小房企开发的规模有限,专业程度受限,设计、施工、管理都存在诸多问题。

本地楼盘开发规模较小,宣传推广有限,品质一般,知名度不高,市民关注较少。而外地开发商往往有成熟的推广经验,项目规模大,品质高,宣传推广到位,知名度高,赞誉度也高。在这几年寻房购房的市民看来,本土楼盘早已在他们的印象中打上了“三无”的烙印,并且,这种烙印已经根深蒂固,一时难以改观。

定价权失守,无形中让本地百姓购房时多付出很多。主导权失守,无形中让本地企业在竞争搏杀中处于劣势。

本土房企如何突围,除了要打破狭隘的思想理念外,还应该抱团作战,积极“与狼共舞”。当然,我们的主管部门和金融部门还要在政策上和资金上给予支持。壮大、发展本土企业,其实也无形中抵制了外来地产企业对我市经济的冲击,减少了市民购房的成本。

可喜的是,我们的本土企业已经意识到了自身的不足,正在谋变。我们希望,这个过程短一些,让购房户肩上的担子早点轻一些。

(记者 王剑剑)



购楼房 中轿车

幸福花开业主笑哈哈

10 月 29 日,文昌新卷一期工程——幸福花开二期开盘,当天推出 370 套房源,销售了 200 多套。开盘当天开展了购房中轿车大奖活动,业主孙先生(如图)和王女士不但买到了理想的房源,还中了小轿车大奖,真是好事成双,喜事连连。(记者 李国阁 摄)

尽心打造超大居住主题公园

——访商水源盛地产董事长林熔

今年对于源盛地产来说是非常关键的一年,在树立企业形象和项目形象的同时,尽力改善社区的硬件设施。近几个月,融辉城项目施工繁忙,主入口景观绿化施工、清水河滨河风光带施工、社区园林环境绿化施工……新盘推广前先做景观,公司尽力把项目做成周口最佳宜居的公园式社区。昨日,笔者与公司董事长林熔先生相约,欢谈项目前景。

记者:您好林总!请问今天是融辉城的“植树节”吗?为何公司这么多人在今天搞绿化呢?融辉城怎样打造周口超大居住主题公园呢?

林熔:今天是我们源盛地产为打造融辉城生态、宜居、低密度园林居住公园而组织的一次植树种草活动,一是让员工体验一下生活,感受劳动带来的乐趣,二是促进融辉城项目环境的公园化进程。而真正的现代社区光有住宅质量的保证是远远不够的,更需要建筑的品位及环境舒适度的保证。

融辉城项目充分地将生态环境与居住生活融为一体,故融辉城项目市场定位为“超大居住主题公园”。其以生态、宜居、低密度、高绿化、配套全、规模宏大为主要亮点,规划三大主题湖景公园,清水河滨河风光带公园,环高速休闲运动主题公园。以人、家、城市、自然完美融合的设计理念进行建筑物及环境的高标准规划设计,集居住、商贸、酒店、旅游、教育、运动为一体的大型综合高档复合社区。

记者:融辉城如何体现生态环境与居住生活及建筑物的融合呢?

林熔:公司斥巨资正在建设融辉城主入口大型开放式休闲景观广场,并配有大型喷泉水景及运动场地。计划投资近 1000 万元人民币打造清水河滨河风光带工程也已经动工,目前正在清理河道和整理河床。项目从规划设计、园林景观、建筑施工、工程监理、物业管理等各个环节均采用一流的专业团队。无论从地段、规划、景观还是产品品质及升值

前景等方面,融辉城均引领着周口城市高品质大盘居住生活。首座湖景园林公园——碧水湖公园即将开工。碧水湖连接项目一期和二期,湖面约 15000 平方米,不久的将来,一个郁郁葱葱、波光粼粼的景观公园即将展现。

记者:好!谢谢林总!最后我想问一下,林总是怎样看待周口房地产市场的?作为一名企业家,您认为什么才是最重要的?

林熔:周口市场需求潜力巨大,这也是源盛地产之所以看好周口并且投资周口的主要因素之一。但融辉城项目产品的市场价格一直走亲民路线,以建设高品质、高性价比住宅产品为本项目核心竞争力。作为一名企业家或商人,不仅仅要将经济效益放在第一位,而且还应当承担更多的社会责任,为当地的经济建设与社会繁荣作出应有的贡献。源盛城产一直以来把为周口广大市民筑造优质的生态宜居家园作为历史使命。

(程俊龙)

2011秋季房车联展 参展楼盘精彩镜头回放

二级协办单位 万达·熙龙湾



万达·熙龙湾展厅 (李国阁 摄)



万达·熙龙湾是南新区的知名楼盘,其景观规划前卫,户型设计时尚,受到参展者的普遍关注。(王映 摄)