



教育地产沙龙与会人员参观融辉城社区景观

三十位营销精英热议如何叫响“读书声”

教育地产沙龙成功举行



与会人员讨论沙龙议题

□记者 王永剑 文/图

本报讯 “孟母三迁，择邻而居”的故事流传了几千年，父母的良苦用心都是为了孩子能拥有一个成材的良好教育环境。“不能让孩子输在起跑线上”，这句话道出了家长的心声。10月29日，教育地产沙龙在融辉城营销中心举行，我市地产圈的30位营销精英齐聚，共议如何让教育地产成为楼盘的卖点，地产与教育如何结合以实现多方共赢。大家畅所欲言，沙龙活动取得完美成功。

教育资源分布东区占优

严格说来，教育地产是房地产产业的一个分支，也是教育市场化的一个结果。当房地产与教育两大产业向彼此伸出双手的时候，教育地产应运而生。教育地产，尤其是“名盘”+“名校”模式下的教育地产，在解决家庭居住问题的同时为孩子提供优质的教学环境；在孩子汲取名校营养的同时提高家庭生活质量，教育与地产完美结合。教育因地产而兴，地产因教育而旺。这是名盘的心愿，也是名校的心愿，而“两相旺”的结果则是家长们的心愿。

从我市城区教育资源配置来看，东区和中心城区的教育资源要好过南区，对应的是东区楼盘在做教育地产方面的文章素材就会多一些。比如景园·盛世华都、奥兰·天和花园、书香门第、玖号院、永丰·观澜国际、建业·森林半岛，沙颍河南边有大地华府、锦绣江南，北边还有文昌新卷、天明城、中汇国际等楼盘，他们都或近或远具有教育地产的因素。从幼儿园、小学到中学、大学，教育配套很是齐全，和旧城区、南区相比，有着不可比拟的优势。

在东区，其他城市配套资源也很丰富，比如公园、体育场、博物馆、政府单位……手中一把好牌，怎么打，何时打，一些楼盘在推广中往往更多地进行了罗列，就是把这些资源扎堆在单页上，不分主次，多而没有重点，没有起到预期的效果。很受市民关注的学校，在单页中仅仅是配角，楼盘成了简单地在学校附近开发的学区房。

学区房，是教育地产的初级阶段，教育地产≠教育旁的地产。如果教育地产成为一种口号，一个概念，或者是一种炒作，短期来看是开发企业的一个单赢局面，而没有实现双赢或多赢的结果。引导市民置业教育地产，既是一种

投资，也是一种对孩子未来的关爱，更是推动地产企业关心支持教育事业的一种动力。

永丰·观澜国际营销总监海峰说：“一套好房子，居住一辈子。对于老百姓来说，一套房子动不动就是几十万元，基本上是他们半生的积蓄，所以必须买的要物超所值。从建筑质量、环境、户型、服务、医疗、生活、教育各个方面都能满足他们的需求，才算是品质地产，是一个有责任的开发商应该做的，也是一个真正好项目应该具备的条件。教育地产，在周口以前并未受到特别重视，但是随着社会发展，现在基本上已经成为家长们最关注的话题，像我们观澜国际项目，周边教育资源非常丰富，我们已经在和教育局及学校协调，要考虑以后业主的教育需求，而对于教育资源匮乏的项目，开发商更应该投入精力去完善教育因素，要去创造条件满足业主的教育需求，随着社会发展开发商的意识会逐渐转变，只要开发商愿意投入更多的精力和财力去致力于教育事业，我相信对于政府、开发商、业主一定是多方共赢的。”

教育是城市重要的向心力

2013年的周口楼市悄然走入了复合型地产的新时代，以融辉城等楼盘为代表的教育地产，以新和铭城等楼盘为代表的体育地产，纷纷进入到了周口老百姓购房的视野之中。这就为周口老百姓在购置房屋时眼光不在只向外看，在自己的城市也能找到自己心所想、身所需的楼盘。

教育地产以及其他复合型地产虽然在其他城市已经枝繁叶茂，但在周口确属新鲜。这其中所透露的意义十分重大。这是新一代地产商良心地产与责任地产的体现，不是所有的房地产商都只想搜刮民脂民膏，还有很多有良知的开发商、有责任的开发商在为这个城市贡献着自己的力量，为这个城市的建设添砖加瓦。房地产商的血管中也流着道德的血液。

新和铭城营销总监甄洪峰说，一个城市能不能留住自己的市民，体现着这个城市的向心力。一个城市的向心力跟这个城市的硬件与软件设施有着最为直接的联系。当一个城市的原市民在这个城市无法实现自己的生活理想、工作理想、居住理想，那么就无法阻挡这些人群向其他城市去转移，这是一个城市的悲哀，也是这个城市发展的契机。

教育是一个城市向心力的重要组成部分。

“地产论坛”开栏的话

本报地产部自今日起开辟“地产论坛”栏目，旨在解读国家宏观楼市政策，解析我市地产市场行情，市区地产行家头脑碰撞，评析地产投资价值，以敏锐的眼光捕捉楼市新秀，以广阔的视角剖析楼市动态。

用活动汇聚大家，用声音汇聚智慧。各种沙龙议题会接连推出，通过这种全方位、深度解析，本栏目会朝着“深、精、细”方向发展，贴合读者需求，做精细导购。本栏目每期话题不在多，注重解读的深度。

样。

一品行营销机构总经理刘刚说，教育地产是房地产市场发展与竞争的结果。倒退十几年，在业内您很少听到诸如“教育地产”、“旅游地产”、“工业地产”、“创意地产”、“文化地产”等名词，因为当时地产商所做的大多以住宅项目为主，而且是绝对的卖方市场，所以地产商不需要去炒作什么概念，只要能拿到地其他都不是问题。但是2008年后房地产调控持续深入，房价问题逐渐转变为社会问题，市场竞争也逐渐加剧，地产需要创新才能有出路、才能突围，在此背景下，教育地产的概念也应运而生。所以这不单单是一个营销范畴的问题，更是一个市场化的问题。

学区房是一个适用于一二线及部分三线城市的概念，它与一些优质教育资源的准入门槛挂钩。但是在像周口这样的四线城市，基本上不存在这样的地理区域限制，很多家长买所谓的“学区房”也只是希望接送孩子能够方便一些而已。

“傍教育”地产我市居多

在地产界存在三种类型的教育地产。

一种是纯粹靠概念来制造营销卖点，进而希望能促进销售的，可能项目周边有某所学校，但是项目跟学校没有任何关系，开发商也不可能参与学校的运营管理，只是地利位置上比较接近而已。当前绝大多数教育地产项目都属于这种类型。这类教育地产项目我们称之为“傍教育”。

第二种是开发商先做地产再做教育。在项目规划之初就把教育作为项目的一部分，希望借助教育的投入来提升项目的吸引力和卖点，开发商也可能会参与学校的运营管理，进而业主也能享受到相应的教育实惠，比如学费的优惠、减免等等，融辉城就是这种模式。

第三种模式就是先做教育再做地产，先把教育资源做足优势，再顺理成章地做相应的地产开发。新佳苑项目可以归为这种模式，投资商在周口耕耘7年，已经创造自己在幼儿园和小学教育的良好口碑，进而用做教育的方式来进行经营房产。

教育地产只是一个概念，但是要想把这种概念真正转化为生产力、转化为项目盈利，需要的是责任，一种为业主负责、为业主谋福利的责任感，说白了做教育地产是良心活儿。

教育地产如果办得好，对政府、发展商、业主均是一个多赢的局面。对于政府来说，可以解决学校空间紧张的社会问题；对发展商来说，可以增加销售、树立品牌；对业主来说，可以圆一个子女上好学校的心愿。究其原因，是因为教育地产顺应了业主、开发商、社会三方的需求，达到了多赢的效果。

古时的孟母早就告知我们把家安在学校墙角，深知“不闻叫卖声，只听圣贤书”的重要性。在现今，生活在学校周围，为学生服务的第三产业及相关配套较完备，人文环境也相比其他区域要更加浓厚。在学校附近置业，即使将来自己不愿再继续使用，这里的房产无论是出租还是出售，市场前景都将十分广阔。



与会人员参观沙盘