

热点聚焦

规范房地产市场系列谈之五

自身形象是房企的金字招牌

宛平

一个人好不好,看其相貌;一件商品好不好,要看其包装;一家房地产企业有没有实力,除了看其门面,更要看其在广大购房户心中的口碑,门脸和口碑共同构成了一家房地产企业的形象。

企业形象是决定企业在竞争中生存发展的关键因素之一,对我国的不少房地产开发企业而言,一定要认识到塑造企业自身形象的作用和意义。

塑造企业形象,需增强企业凝聚力。对于一个企业而言,保持员工积极性高涨的武器很简单:让员工感到满意和被尊重的企业文化,对企业需要的行为及时奖励,对员工进行合理的回报。企

业文化和员工工作绩效是密切相关的。只有强有力的企业文化的支持,才能保证工长期的优秀表现。虽然,这些文化看来都不太符合常规,但实际上,正是这些人性中积极面、渴望成功和自我的需求,才让员工闪耀如明星。对我国的房地产企业而言,一定要以文化来塑造企业,以深厚的企业文化氛围来吸引和保留优秀员工,从而使企业走上良性发展之路。

塑造企业形象,需注重品牌影响力。国家经济发展步入新常态,房地产行业正在经历大调整,一批形象不佳、经营无术的房企将会被淘汰。能否树立强大的企业品牌将成为一家房产企业可否走得

更为深远的因素。相关专家指出,一方面要科学地评价和度量房地产企业品牌价值,帮助房地产企业树立品牌形象;另一方面通过了解整个房地产行业的品牌发展状况,帮助企业及时正确地评估其品牌价值和品牌策略,探析房地产企业品牌价值快速发展的路径,为企业品牌建设的全面提升提供思路,这一点也是当前市场环境下尤其重要的。只有做好这两个方面,才能让金融部门增强对其投资的信心,从而破除我市某些房企的发展困境。

塑造企业形象,需增强企业亲和力。企业的亲和力就是生产力。亲和力首先

体现在企业间的合作关系,企业间合作的根本基础在于改善相互间交流,实现共同期望目标,共担风险,共享利益;亲和力还体现在对下属的沟通和关爱,对下属的沟通和关爱,可以培育员工以企业为家的思想,提高企业整体的生产力和竞争力,最终使企业得到可持续发展;亲和力更体现在房企与消费者的关系上,一个真正为百姓多盖房、盖好房的房企,一个真正关注民生的企业,一个不断创新原生态人居社区的企业,就会受到消费者的青睐,体现出较强的亲和力。⑧8

(本系列刊发完)

地产快讯

南阳房地产精英沙龙走进财富置业

本报讯(记者汤溯)8月21日,在南阳楼市网的组织下,南阳房地产精英沙龙40余人走进南阳财富置业,近距离感受了财富庄园、财富公馆的建筑之美,亲耳聆听了河南财经政法大学房地产经济研究所所长李晓峰博士对经济新常态背景下房地产与企业发展的精彩解读。

40余业内人士首先到位于西峡老界岭的财富庄园参观学习,虽是炎夏,这里却是凉爽宜人的避暑胜地,难怪远在深山的财富庄园各类产品今夏迎来销售高潮。随后,大家又赶到西峡旅游服务综合体,参观了财富公馆系列产品。售价1800万元的中式四合院别墅美轮美奂,完美地再现了中式四合院的精彩,瞬间把大家惊呆了,这样的建筑产品在南阳市场上绝无仅有,带给人的视觉冲击极为强烈,极大地开阔了大家的眼界,也成为南阳财富置业精益求精的代表性作品,令人叹为观止。

下午,李晓峰博士进行了近两个小时的演讲,他从股市、汇市、楼市、猪市四个方面入手,以详实的数据,严密的逻辑分析了中国新常态下的走势,特别指出,楼市在去库存化的过程中,品质+服务是消费者最为认可的模式,也是房企制胜的法宝。⑧8

下图为业内人士观摩财富庄园沙盘模型。本报记者 汤溯 摄



房企风采

南阳媒体“美盛中原行”圆满落幕



本报讯(记者王鑫)巡礼地产巨擘,启领美盛观澜。8月22日,美盛集团牵头,力邀南阳各界媒体参与,开启了为期两天的2015南阳媒体“美盛中原行”体验之旅。媒体团成员先后参观考察了美盛集团漯河“黄金大道”——漂平高速、豫中最大城市综合体——漯河新天地,中原首个

开放型、人文型城市空间——郑东商业中心,国际超5A级甲级写字楼——郑州美盛中心,全球最大山地实景演出——《禅宗少林·音乐大典》等美盛集团标杆之作。活动中,南阳媒体人零距离接触美盛集团,体验美盛集团对一座城市的影响和改变,感受美盛品牌的魅力。

美盛观澜坐镇白河之畔,是美盛集团布局南阳的开山之作。项目位于滨河路与信臣路交会处北500米,是南阳东城区、新行政中心区、河东新区三区荟萃之地,更是南阳未来发展方向。地理和交通优势明显,周边孔明路、滨河路横贯城市南北,京宛大道、杜诗路、信臣路连通城

市东西;更有高速公路、机场等交通枢纽环伺周边,坐拥城市交通门户。

作为南阳未来宜居核心,美盛观澜北望独山,东临白河,南依第七届全国农民运动会主场馆——鸟巢,周边独山森林公园、李宁体育公园、白河湿地公园、月季博览园四园合抱,白河、颍河双河环抱,上风上水,生态水景一枝独秀。项目总占地面积211亩,建筑面积21万平方米,容积率仅为1.4,建筑密度仅为26%,绿化率约40%,是意大利宫廷风格联排别墅、洋房和小高层组成的低密度滨水高端住宅区,其中以别墅为主,配以少量的洋房和小高层。项目由全球顶尖设计师倾力打造,集商务洽谈、高档餐饮、茶社、书法会、红酒庄、雪茄馆、室内豪华泳池等功能于一体,是未来南阳市高档交际场所之一。

美盛集团成立于2004年,是一家集基础设施建设、房地产开发、旅游文化产业、金融投资、矿产能源、建筑装饰、网络科技等于一体的全国性集团公司,拥有广泛知名度。美盛集团现拥有数十家成员企业,员工逾500人。11年来,美盛集团以“美天下盛中原”为己任,项目遍布郑州、漯河、驻马店、登封、长葛、南阳等地,已成功开发漯河新天地、郑州美盛中心、郑东商业中心等殿堂级项目,建设运营郑州喜来登、少林寺禅宗音乐山居等五星级酒店,发展少林禅宗音乐大典、驻马店乐山风景区等文化旅游项目,各类项目总建筑面积达240万平方米。⑧8

上图为媒体团成员参观郑东商业中心。

楼市新政

试点一年仅签约12户以房养老“蛋糕”好看不好吃

2014年7月1日起,中国保监会在北京、上海、广州、武汉开展住房反向抵押养老保险试点,今年4月份,第一款“保险版”以房养老产品推出。然而截至目前,仅有十余户居民愿意成为“吃螃蟹”的人。以房养老为何叫好不叫座?“保险版”“银行版”以房养老业务遇冷背后凸显怎样的养老困境?不同产品同为遇冷,反映出人们对制度设计、操作标准方面的顾虑。

——上涨收益怎么算“谁说了算”。“房子被拿走,保险公司或银行就会占据话语主动权。而一线城市房子涨价潜力较大,将来老人在分享房屋上涨收益时很容易‘被缩水’。”一些咨询者担忧。

——相关机构业务不衔接。目前,这项涉及保险、银行、房产评估第三方机构的业务并未实现“无缝对接”。记者采访了解到,许多房产评估、中介机构并未涉足这项业务,“没有统一标准,容易产生纠纷。”

——70年产权门槛。如果70年产权到期后,抵押房屋要有偿续期,那么续期费用将是一个巨大的未知风险。如果再发生国有土地使用权依法提前收回,根据“房随地走”的原则,那么双方当事人都会受到很大损失。

——养老设施与服务缺乏。民政部的数据显示,我国城乡养老机构养老床位365万张,平均每50个老人不到一张床。养老从业人员更是不足百万。卖掉房子“前不着村后不着店”人们不愿意“冒险”。

“可先失独和丁克家庭做起。”中房集团理事长孟晓苏说。

专家指出,失独和丁克家庭做起的定位确立之后,就要逐步解决以房养老产品面临的制度设计问题。一些发达国家以房养老业务的推广是基于完善的金融贷款、担保机构、资产评估等机构,以及完善的个人信用。在这些方面,国内还有一定差距。

然而,深层次来看,以房养老备受关注再到遇冷,其背后折射出的是社会养老保障体系主干出现缺失。

“我国目前养老保障有‘三个支柱’,分别建立的基本养老保险制度、企业年金和职业年金制度,以及个人自愿购买的商业养老保险。”华中师范大学经济与工商管理学院院长邓宏乾说,“以房养老作为养老服务的一项有益补充,并不能完全替代养老机构、养老保险等主流选择”。⑧8 (据新华社)

财富物业倾情打造温情社区

——财富园区社区文化节活动剪影

本报记者 汤溯

从8月1日起,财富园区三季度社区文化文化节正式拉开帷幕,这也是南阳财富置业下属物业公司——财富物业今年举行的第三次大型文化社区活动。从“应时而作”到“标准动作”,标志着财富物业的服务标准化、规范化、制度化正逐步形成。

本次社区文化节活动由“小海豚计划”与“仲夏之夜·露天观影”两大板块组成,所有财富置业已交付居住的社区业主均可报名参加相关区域所组织的活动。“小海豚计划”作为财富园区生活服务体系其中的一项重要内容,通过游泳训练,让孩子们树立乐观向上、团结合作、勇于拼搏、时尚健康的价值观,并希望以此锻炼孩子们的勇气和胆量。今年是“小海豚计划”的第一季,活动一经推出

便受到了业主的热烈响应,西峡财富新城、西峡财富世家的业主纷纷带着孩子前来咨询、报名,短短一天半时间40个名额被抢一空。孩子们在活动中享受到无限欢乐,家长们赞不绝口。

而露天观影活动则带领广大业主重温摇着蒲扇、带着家人在广场看电影的难忘记忆。时值抗战胜利七十周年之际,财富物业为业主们播放的“红色题材”电影,更激发了大家的爱国热情和守护和平的愿望。电影放映中,业主们随着剧情的深入,或笑得前仰后合,或急得摩拳擦掌,或怨得长吁短叹,观影畅快淋漓,完全没有在电影院里的那种拘束。露天观影活动获得空前成功。

“坚持为业主打造品质生活”理念贯穿了财富物业的发展进程中,9年来,财富物业为业主提供了贴心的购房与居住



体验。他们埋头致力于“源于顾客满意”的核心价值观,以为顾客提供“安全、整洁、完好、温馨”的社区居住环境为质量方针,不断改进提升物业管理服务水平和质量,其所管理的项目均先后荣获“市级物业管理示范住宅小区”、“文明小区”、“河南省园林小区”、“河南省物业管理示范住宅小区”等荣誉称号。⑧8

上图为财富物业“小海豚计划”中孩子们畅游财富园。本报记者 汤溯 摄

地产观察

7月份70个大中城市新建商品住宅价格涨幅收窄 城市间楼市分化依然明显

国家统计局日前公布了7月份70个大中城市住宅销售价格变动情况。与上月相比,70个大中城市中,新建商品住宅(不含保障性住房)价格下降的城市有29个,上涨的城市有31个,持平的城市有10个。环比价格变动中,最高涨幅为深圳6.3%,最低为西宁下降0.7%。

国家统计局城市司高级统计师刘建伟分析称,7月份房地产市场总体延续上月走势,新建商品住宅销量比上月略有增长,房价环比继续上涨,

但涨幅收窄。

刘建伟说,从上涨城市个数看,新建商品住宅价格环比上涨的城市比上月增加4个,持平的城市比上月增加1个;二手住宅价格环比上涨的城市比上月减少3个,持平的城市比上月增加5个。从涨幅看,7月份70个大中城市新建商品住宅和二手住宅价格环比综合平均涨幅分别比上月回落0.2和0.1个百分点。

城市间的分化依然较为明显。“分城市看,一线城市房价环比全部上

涨且涨幅仍然较高,绝大部分二线城市房价环比上涨但涨幅低于一线城市,大部分三线城市房价环比仍然下降。”刘建伟说。

与去年同期相比,70个大中城市中,新建商品住宅价格下降的城市有67个,上涨的城市有北京、上海以及深圳3个。其中深圳与去年同期相比大涨24.0%,北京、上海分别上涨1.2%和3.6%,广州下降0.3%。最低为广东湛江下降9.7%。二手住宅方面,与去年同期相比,70个大中城市中,价格

下降的城市有65个,上涨的城市有北上广深以及南京5个。

刘建伟说,新建商品住宅价格与去年同期相比降幅继续收窄,而二手住宅价格同比已由降转升。“随着环比的深入,北京、上海、广州进一步收窄。”他表示,70个大中城市新建商品住宅价格同比综合平均继续下降,降幅收窄为0.4%;二手住宅价格同比综合平均已由上月下降转为上涨,涨幅为0.2%。⑧8

(据新华社)



房产专刊部微信公众平台