

# 地产 历程之 突围突围



2012年,碧桂园控股、华润置地、万科集团等全国知名一线房企纷纷入驻济南,传统意义上的国内地产十强已经在济南布局九席,济南房地产市场品牌竞争的大幕正式拉开。面对一路高歌挺进一线房企,济南本土开发商见识了什么是他山之石,也逐渐懂得了思考如何在竞争中立于不败之地,打造出济南本土品牌。

## 致力品牌: 本土房企谋求顺势崛起

### 百炼成金

#### 跻身名牌行列

作为二三线城市的代表,济南在人口等必备因素上具备了房地产规模开发的发展潜力,大规模的城市建设也使济南楼市展现出无可争议的良好预期。近几年来,外来兵团大举进入济南楼市,他们挟资金的巨大优势,依托成熟的经营模式和管理模式,以一盘棋的战略扩张需要进入济南楼市,带来了全新的发展理念和成熟的开发经验,逐渐成为济南楼市的领导者,新区开拓的先行者,大盘时代的开拓者,甚至楼市规则的制定者。

然而,在刚刚过去不久的2012年,在“过江龙”和“地头蛇”的竞争中,本土房企也日益展现出了惊人的实力和爆发力。以重汽、鲁能、鲁商、黄金、三箭、三庆等为代表的一批本土品牌房企,在众多一线房企的强势夹击中不断寻求突围之路,开始更加注重学习,更加注重品质和品牌的打造,不论在产品设计研发、营销推广、建筑施工等方面,还是企业管理方面,都更加规范,更加专业,市场认可度和品牌形象不断提升,在2012年交出了亮丽的成绩单。其中本土房企中以鲁能领秀城表现尤为突出,据克尔瑞数据统计显示,2012年鲁能领秀城成交金额达到18.39亿元,跻身2012年济南TOP10,位列第五,在限购大势下的2012年创造了淡季热销的不俗业绩,这也成为本土房企开始奋起直追的一个缩影。

### 优势渐显

#### 开始寻求突破

面对日益激烈的市场竞争,经过不断的反思和调整以及开发经验和理念的不断成熟,济南本土开发商正在一步步重新崛起,进行着一次次的突围,从建材、设计、规划到管理、物业等方面,都实现了品质突破。面对气势汹汹的一线地产大鳄,他们不再惊呼“狼来了”,而是学会用学习的眼光去看,更加淡定从容地“与狼共舞”。

正如齐鲁置业董事长马莹所说,“一线外来品牌房企的到来,对济南市场来说是一件好事”她认为,一线品牌企业入驻济南也改变了本土购房者和开发商的传统理念,完善济南房地产市场配置,改变过去保守、分散的开发方式,也让购房者开始接受新的置业理念,本土开发商也会得到更多的发展空间。”

在本土房企汲取一线房企成熟经验的同时,本土企业独特的优势开始显现出来。“外地开发商进来后必须要实现本地化,因为到一个地区就必须带有当地特色,一些企业将外地的经验原封不动地套在济南是不可能有好效应的。”业内人士指出,本土企业更懂得市民的消费心理、趋向和特点,更善于把握他们的鉴赏力,因此打造出来的房子,也就更“服水土”。

### 打造品牌

#### 致力崛起之路

一位业内人士告诉记者:“面对外来兵团的夹击,本土开发商更应该立足自身,精益求精提升产品的品质,致力于民众的认可和品牌的打造。任何外来房企都要面临着本土化的问题,而本土房企就占据着相对明显的优势,在借鉴和学习一线品牌房企的同时,本土房企不仅要充分发挥自身优势,更要有针对济南特有的民众居住习惯和文化特点,进行创新和提升,更好地适应客户的需求,充分发挥失常的引领作用,逐渐在行业中树立自己的品牌。”

近几年来,随着市场竞争的日趋白热化,本土开发商在操作能力、资金运作、营销宣传上,都在向一线品牌开发商看齐,在完成产品品质的基础上,积极提取项目亮点、解析项目优势,对它的舒适性、实用性进一步宣传,很多市民看到宣传又到现场见证以后,对这些提纯出来的细节印象深刻,由此带来了销售业绩的节节攀升,也由此带来了品牌形象的逐渐树立。可以说,本土开发商的崛起,与其品牌建设息息相关。

从近年来的情况看,无论是商品房市场的销售面积,还是销售资金,其集中度越来越高,即市场份额不断向优秀开发企业集中。相信那些注重品牌建设、主动适应市场需求的本土品牌开发商,将在市场竞争中更加强大,引导济南房地产市场迈向新的平台。(楼市记者 田晓涛)



2004年,本土企业赴上海观摩中国住交会



重汽地产开发的翡翠东郡一角 摄影/宋俊山

