

# 意识贯通：2013房地产开发进入品牌意识竞争时代

产品名称	意识贯通：2013房地产开发进入品牌意识竞争时代
公司名称	杭州贯通房地产营销策划有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	杭州拱墅区莫干山路841弄23号中博文化创意园B座301
联系电话	0571-86779652 18839221181

## 产品详情

2013年，代表房地产市场新一轮的发展阶段的开始，从现在市场来看，品牌房企凭借品牌溢价能力和规模效应，将在新一

轮的市场中更具从容应对力，更有发

展稳定力，更具企业竞争力。杭州贯通机构

认为未来十年，品牌房企在销售上将更具销售号召力，在价格水平，销售速度，客户青睐度方面，将有极大的提高，且遥遥领先市场；另一方面，在综合实力上将会有显著提升，良好的品牌价值意味着着良好的融资能力，良好的管理体系，良好的服务水平，推动企业在未来城镇化进程中，具有更好的跨区域发展运营管理能力，更能够在市场不确定的波动中，提升风险把控和应对能力。因此从2013年开始，房地产企业应增强品牌意识，在产品，管理，服务等方面综合投入，树立品牌形象，奠定未来发展的竞争基础。

### 树立品牌形象 助力未来发展

**首先，土地是根本。**从去年年底的土地市场表现杭州贯通机构

认为，一方面，土地供应减少，未来几年的市场供求出现失衡，市场进一步波动；另外一方面，土地成交进一步向大型品牌房企集中，未来行业集中度大幅提升，中小企业缺乏品牌效应和规模效应，将在新一轮的发展中逐渐被挤出重点区域市场，甚至出局，等到品牌房企进一步完成三四五线城市的布局，将面临着“断炊”的危险。这就要求目前大规模的中小房企要尽快完成转型，向品牌和规模房企发展。

**其次，资本是王道。**

地产和金融双平台驱动是所有房

企业的理想追求。从目前市场情况来看，贯通的观点

是企业发展方向出现三个主要热点，一是增加商业地产发展比例方向，如龙湖，绿地等；二是多元化发展集团方向，矿产，影院，文化，旅游等多元方向，代表企业如万达等，三、走出国门进入国外市场，如万科等。无论住宅的高周转，商业的持有比例增高，还是全国性的布局，新的投资领域扩张等都需要大规模的资金要求，未来房企对于资金的渴求将进一步扩大。因此融资能力和融资成本将是房地产企业发展扩张的瓶颈。年底，越秀地产成为近2个月来融资最迅猛的房企，越秀地产宣布发行总价值约8.5亿美元的票据，年利息低至惊人的3.25%和4.50%。漂亮的资本运作降低负债率提升融资空间。品牌房企在跨区域发展背后有着较高的资金保障，能够更有实力实现多线多方向的发展。

**再次，客户是目标。**

未来十年，刚需市场是主流。但随着时间的推移，改善需求和投资需求规模将呈现不断扩大的趋势。尤其是改善需求，消费客户在购房时的品牌意识已经形成，在产品价格和质量不会有较大差别的时候，品牌将成为左右客户购房的重要指标。可以预料到未来品牌房企凭借着品牌溢价能力，通过优质产品，良好信誉和品质服务等综合效应，挖掘客户资源，从而实现销售业绩的增长，市场占有率不断提高。从而形成良性循环，品牌影响客户，客户提升品牌

。因此贯通机构预测

未来十年，企业的利润方向是品牌价值的提升，从之前的土地利润，产品利润，走向以客户为导向的周转利润和服务利润，品牌将起着重要的决定作用。

**总结来看，未来十年将看到是品牌房企强势表现**

。一方面品牌强大销售驱动力在竞争中占据有利地位，另一方面消费品牌追求能力和偏好增强，品牌成为房地产企业市场份额扩张的重要保障，从而形成优势循环。而不具备品牌优势的企业在土地市场难以立身，缺乏良好融

资能力，不具备客户号召力，则面临

更大的市场风险和不确定性。贯通认为

增强品牌意识，加强品牌建设是接下来房地产企业的重点。拥有品牌是企业信誉和综合实力的体现，是生存发展的基础，品牌代表着多数消费者的认同和信任，是房屋质量和信誉的保证。品牌本身也具有价值，可以作为商品参与市场交易，在企业融资或者并购重组过程中发挥了重要的作用。

如何加强品牌建设呢？一个方面是品牌缔造，着眼于企业的经营管理，特别是要重视质量和产品的管理，使企业可持续发展，管理做细做精，精益求精，不断的追求提高和进步。加强消费客户对于企业产品售后服务、文化价值，较高附加值等方面的评价和认知，成为企业品质体现形成无形资产。另外一个方面是品牌雕琢，人性化服务是品牌建设必不可少的。通过不断的成长积累，在服务和文化建设的不懈努力，形成有口皆碑的产品，口口传递的客户拥

戴。另外，贯通机构

表示还要不断的创新，以创新推动发展，引领未来，这不仅是适应消费者居住品质提高的需要，也是房地产企业自身转变发展方式，提高发展质量和效益的需要。