# 多元化市场下中小房地产企业的应对措施

来源：网络 作者：九曲桥畔 更新时间：2024-01-25

*[摘要] 本文 分析 了房地产市场多元化 发展 趋势,从 企业 规模及融资能力､房地产开发项目管理､市场营销､文化感知能力和 品牌号召力､公共关系能力几个方面 总结 了中小房地产企业的特点,并提出其在多元化市场中的应对措施｡[关键词] 市场...*

[摘要] 本文 分析 了房地产市场多元化 发展 趋势,从 企业 规模及融资能力､房地产开发项目管理､市场营销､文化感知能力和 品牌号召力､公共关系能力几个方面 总结 了中小房地产企业的特点,并提出其在多元化市场中的应对措施｡

[关键词] 市场细分;中小房地产企业;应对措施

一､引言

房地产业经过最近几年的高速发展,市场出现了新的变化｡自202\_年房地产业起飞以来,我国房地产业进入了一个新的发展时期,中小房地产企业风起云涌｡在这一轮房地产业发展过程中,许多中小房地产企业往往是依靠公司一把手的独特眼光,在市场低迷的时期以低成本入市(比如,低成本收入土地､低成本开发建设等),待到楼盘开盘后,房地产大市一路走高,从而掘得企业发展的第一桶金｡当前,有许多中小房地产企业仍然沉溺于这种模式的高利润之中,把企业的发展不切实际地寄希望于这种“眼光”和“运气”,这是一种非常危险的倾向｡随着房地产相关政策的陆续出台,整个房地产市场将走向成熟和规范｡同时,购房者的心态也渐趋理性,买方力量逐渐增强,房地产市场呈现出多元化发展的趋势｡面对多元化发展的房地产市场,中小房地产企业必须摒弃投机心态,切实采取新的应对措施｡

二､多元化市场与市场细分分析

多元化发展是房地产市场发展的必然趋势｡近年来,随着这种多元化的发展以及房地产市场竞争的加剧,房地产市场细分已经引起人们的关注｡房地产市场的多元化包括很多方面,因此,房地产市场的细分必然要求反映这种态势｡在本文中,笔者主要从产品和地理两个维度来考虑房地产市场的细分｡从产品角度看, 目前 我国的房地产市场大致可分为普通住宅､ 经济 适用房､别墅､高档公寓､办公楼､商业营业用房､酒店等｡从房产开发项目所处地理位置的角度看,我国房地产市场呈现出区块性的特点,从这个角度可以将房地产市场分为:一线市场:发达地区中心城市,如上海､杭州等;二线市场:发达地区周边城市以及欠发达地区中心城市;三线市场:欠发达地区周边城市｡各级市场的基本特点如下图所示:

以上尽管依据产品和地理位置对我国的房地产市场给出了一个大致的区分,但是,面对愈来愈激烈的市场竞争,中小房地产公司仍然需要结合自身情况进行更深入的市场细分｡

三､中小房地产企业的特点

中小房地产企业是相对于大型房地产企业而言的,是在规模等方面相对较小的企业｡目前,尚无对中小房地产企业的一致看法,可以参照国际上对中小企业的定义来大致上界定中小房地产企业｡一般从企业雇员人数这个维度上可以把企业划分为:小型房地产企业,雇员人数在10-99名之间;中型房地产企业,雇员人数在100-499名之间;大型房地产企业,雇员人数在500名以上｡与大型房地产企业相比,中小房地产企业一般具有自主性高､灵活性强等特点｡具体而言,中小房地产企业主要呈现以下特点:

1.企业规模以及融资能力方面｡由于房地产企业对资金的占用量大,企业的规模以及融资能力很大程度上决定了公司的战略选择｡大型房地产公司在规模､融资能力上往往具备相当的优势｡体现在房产开发上,大型房地产公司可以运用雄厚的资金实力,通过控制土地储备,对房产开发项目采取长远结合(短､平､快项目与长期项目结合)和大小结合(大型项目与中小型项目结合,保持房产开发的连贯性)的方式,因而具有较强的抗风险能力｡而中小型房地产企业由于规模以及融资能力的限制,只能更多地趋向于选择中短期项目和中小型项目｡

2.房产开发项目管理经验方面｡房产开发是以项目方式运作的,项目管理的水平将从成本､资金回笼､房产质量等方面对企业利润以及后续项目的开发造成巨大 影响 ｡与大型房地产企业项目相比,中小房地产企业在项目管理能力这方面不占据优势地位｡

3.市场营销方面｡市场营销是房产开发的重头戏,如何树立楼盘的“形象”,烘托人气,往往是房产公司制胜的关键｡然而,中小房地产 企业 在此方面往往处于劣势｡比如,就市场销售人才而言,由于大型房地产企业拥有资金方面的优势,房产的开发具有连续性的特点,因而能够建立一支优秀的销售队伍｡而中小型房地产企业由于资金､规模､融资方面的限制,往往不能持续､平缓地开发楼盘,因而很难留住优秀的销售人员｡

4.文化感知能力和品牌号召力｡大型房地产公司有能力树立强大的品牌形象,这种品牌感染力在京､沪等大型城市尤为明显｡尽管从总体上看中小房地产企业品牌无力与之抗衡,但是,由于中小房地产企业往往发育于本土,在文化习俗的感知能力上尚具备一定优势,从而能在某些区域范围内以低成本形成一定的品牌优势｡

5.公共关系能力｡公共关系能力依具体企业情况有所异同,但相对于正规化程度高的大型房地产企业而言,中小房地产企业在这一点上具备相当的灵活性｡

四､多元化市场下中小房地产企业的应对措施

从前述的中小房地产企业特点可以看出,与大型房地产集团相比,中小房地产企业在品牌､规模､融资能力上都处于不利地位｡因此,中小房地产企业必须选择特色化生存,采用集中化战略,明确企业的市场定位,合理选择细分市场｡首先,从产品选择上看,普通住宅､ 经济 适用房等大众市场是中小房地产企业的最佳选择｡大众市场需求较为稳定,风险小｡当然,对于已经在市场上站稳脚跟,有一定资金､规模的中型房地产企业,可以考虑采用与其他房地产企业结成战略联盟的形式进入别墅､高档公寓､办公楼等市场｡其次,从地理位置看,中小房地产企业应该把目光转移到二､三线市场｡中西部地区也开始了城市化的进程,城市中产阶级在逐渐形成,房地产投资环境正走向完善｡中小房地产公司必须充分利用自身公关能力灵活和文化感知能力强的特点,在大型房地产公司无暇顾及之时抢先对二､三线市场进行多点布局,锁定符合企业市场定位的二､三线市场,抢先在目标市场树立品牌｡第三,对于欲进军高档公寓等市场的中型房地产企业,相对于竞争激烈的一线市场而言,经济刚刚起步的二､三线市场可能会有更多的机会｡

总之,中小房地产企业应着力培育和充分利用企业的核心能力,明确企业定位,选择合适细分市场,制定恰当的竞争战略,这才是中小房地产企业在激烈市场竞争中的制胜之道｡

参考 文献 : [2]谢仁寿.中小企业战略联盟的系统构建[J].企业改革与管理,202\_,

(7).

[3]罗龙昌. 发展 房地产业与优化产业结构[M].北京:经济管理出版社,202\_.

[4]郑文选.谈房地产企业的经济竞争战略[J].陕西建筑,202\_,

(10).

[5]刘季.关于房地产经营与管理专业校本教材开发的探讨[J].职业技术 教育 研究,202\_,

(8).

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！