



www.sxjz.org

陕西土木建筑网™

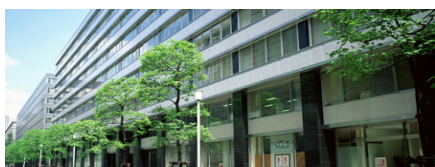
SHAANXI CIVIL CONSTRUCTION SOCIETY
陕西省土木建筑学会

搜索

- [土建学会](#)
- [新闻资讯](#)
- [专家学者](#)
- [陕西建筑](#)
- [学术活动](#)
- [学会动态](#)
- [毕业设计](#)
- [资料下载](#)

1493陕西建筑

- 44[建筑文化](#)
- 91[环境规划](#)
- 184[建筑设计](#)
- 134[工程结构](#)
- 493[建筑施工](#)
- 136[地基基础](#)
- 260[建筑管理](#)
- 151[建筑经济](#)



关注排行

- 26540 [1 联系我们...](#)
- 18723 [2 级配压实砂石垫层在西安地区的施...](#)
- 17454 [3 低碳城市建设在西安的探索与实践...](#)
- 15309 [4 圆弧车道施工时标高控制的等分直...](#)
- 13029 [5 先进集体、先进个人事迹选登...](#)
- 12799 [6 CFG桩复合地基质量检测中的若干...](#)
- 12704 [7 陕西土木建筑网简介...](#)
- 12278 [8 宝鸡市青少年科技活动中心设计...](#)
- 12137 [9 建筑材料二氧化碳排放计算方法及...](#)
- 11087 [10 陈旭教授谈6A类布线安装与维护系...](#)
- 10973 [11 柴油发电机房的火灾危险性类别分...](#)
- 10970 [12 西安交通大学人居生态楼建筑设计...](#)
- 10751 [13 某工程十字钢柱与箱型钢梁外包钢...](#)

10592 [14 短肢剪力墙的配筋要求...](#)

10403 [15 浅谈水平固定管的单面焊双面成型...](#)

[土木建筑网首页](#) > [陕西建筑](#) > [建筑管理](#) > 房地产企业面对危机的应对策略

阅读 1509 次 房地产企业面对危机的应对策略

摘要：本文结合当前的经济形势，探讨了房地产企业面临的危机并提出一些应对措施，认为房地产企业应该顺应形势，主动调整与转型，结合市场需求，研究企业的发展目标和开发战略，把调整策略、加强管理、塑造品牌、稳健发展放到更加突出的位置。从而提升自身竞争力，从容应对危机。...

房地产企业面对危机的应对策略

苟爱芳

(西安曲江大明宫投资(集团)有限公司)

近年来，我国宏观经济运行持续高位增长，对房产的供需两方都起到刺激和支撑作用，房价一路高涨，因此，我国房地产市场异常火热，开发、销售屡创新高，市场总体运行速度明显加快，07年更是成为楼市的“最旺年”。究其原因，正是由于我国房地产行业起步较晚，二手房和租赁市场不够活跃，市场机制不够完善，国家对供应结构调整速度较慢等原因的存在，使得近年来我国房地产开发建设投资规模加大，但有效供给不足。同时地价上涨，建设成本提高，房地产投资性需求增加及消费者对房价上涨的预期增加等也是不可忽视的因素。

但是，过度火热的市场表现难免含有部分非理性的成分，07年年底，宏观调控各项政策的“累积效应”开始发力，房地产市场普遍进入了调整期，开始出现土地流拍的现象，12月一线城市房地产市场开始出现表象性回落。08年以来，受到汶川地震、国际金融危机等外部因素的冲击，更加剧了市场的变化，因此出现了消费者观望气氛浓厚、购房意愿降低以及市场交易价跌量缩的状况，市场风险增大，房地产行业洗牌日益加剧。

面对全球金融危机的愈演愈烈，现阶段我国经济增长速度放缓，房地产行业受到了不小的冲击，市场开始进入调整期。其中比较明显的是房地产企业开发资金链紧张，融资困难：投资性需求人量减少；改善性住房需求也在一定程度上被压抑。受行业整体形势的影响，市场拓展和经营遇到了一定的困难。因此，多数房地产企业越来越感觉到行业“冬天”的到来。面对日益严峻的形势，我们要敢于面对，认真思索，提升企业的竞争力，把握机遇，抵抗风险，化解苦难。

1.领导者要保持积极乐观心态

这一点最为重要。在困难时期，领导者不仅必须具备卓越的远见和执行力，还要对未来充满信心。信心是推动企业和人员绩效的真正动力。面对困难，领导的心态和能力至关重要。但这并不意味着领导可以对现实状况视而不见，而是应当善于审时度势、把握危机中的机遇，争取市场。

2.引领行业，争取主动

泰古(T. T. Tyejee)和奥兰德(G·E·Osland)等人提出了“战略缺口”假设，以解释企业运用战略联盟的动机。他们认为，企业在竞争环境中所要取得的战略绩效目标与它们依靠自有资源和能力所能达到的目标之间存在着一个战略缺口，这个战略缺口在一定程度上限制了企业走依靠自有资源和能力自我发展的道路，这就在客观上要求企业走战略联盟的道路。低迷的市场前景将使实力较弱的企业陷入困境。但是，主动思考如何通过并购和建立联盟来推动产业整合，并为此采取前瞻性的行动，将为企业创造巨大的长期利益——这在市场集中度较低、存在大量的区域性企业的房地产市场中尤为适用。

战略联盟使得企业可以利用其现有的战略资源或者核心能力与其他企业的资源和能力进行融合，联盟中的每一位成员可以共享和利用这些资源和能力，取长补短，优势互补。这是一种既可以提高资源的利用效率，又可以保持联盟成员的相对独立性，增强联盟企业的战略灵活性的战略。随着房

地产市场宏观调控的不断深入, 涉及开发企业方方面面的政策不断出台, 我国房地产企业的生存环境正在发生深刻的变化, 房地产企业已经从机会导向型竞争向能力型竞争转变。房地产企业的资源配置与整合能力、融资能力与资本运作能力、项目运作能力以及物业服务等能力是房地产企业建立战略联盟的前提。

3.合理利用宏观调控政策, 调整融资渠道

在我国, 目前传统开发融资模式遭遇空前挑战。由于受到各方面政策的限制, 房地产开发企业融资渠道单一化倾向近年没有大的变化。但是, 在金融危机下, 开发企业过分依赖于银行贷款和销售回款的传统融资模式难以为继, 自筹资金渠道中的结构性隐患集中爆发出来。由于目前整个股市大幅下挫, 股票市场已经失去了融资功能, 通过首次公开上市或者借壳上市从资本市场融资的可能性几乎为零, 其他融资方式也受到各种因素的制约, 在这种情况下, 拓宽融资渠道、提高自有资金比率成为企业解决资金困局的重要课题, 因此企业应该通过控制开发结构和节奏实现资金优化配置, 缓解资金链压力, 降低融资成本和难度。

4.制定以现金流为导向的决策

事实证明, 精明的策略、严格的财务制度和高质量的决策执行, 是引导企业渡过危机并抓住难得机遇的妙药良方。在经济发展变缓或衰退期, 企业需要重新评估所需的运营资金水平, 强化现金管理甚至进行资产处置等方式来提高企业现金的安全性。

5.重新制定营销战略

只有掌握了与最终客户之间的联系渠道, 企业才能发展壮大, 立于不败之地。无论是“企业—企业”、“企业—企业—消费者”还是“企业—消费者”之间, 情况都是如此。在经济动荡时期, 任何企业都将面临客户基础日益松动的问题, 渠道的转变和拓展也将不可避免, 因此企业必须最大限度地发挥现有客户和渠道的价值作为优先重点。

6.强化品牌

在利益相关方、员工、政府、相关监管机构和消费者都倍感困惑的时期, 关键在于维持或微调自己的品牌战略。此时, 企业需要充分利用人力资源、市场营销、财务和风险管理等重要职能。企业必须与利益相关方在目标、前景、价值观和收益等方面保持一致意见, 才能获得短期和长期的成功。合理整合品牌结构, 将会受到更多的重视。房地产市场是动态发展的, 品牌定位除了考虑目标消费者、竞争者因素以外, 还要关注市场环境变化, 把握市场发展趋势。

发展商通过树立消费者喜爱的品牌, 依靠品牌效应的发挥, 一方面可以缩短新楼盘上市销售时间, 从而减轻利息负担, 降低成本; 另一方面避免了时间因素带来的不可预见的各种风险, 从而保证了销售及利润的稳定增长, ‘从而使得企业始终保持良好的财务状况。

7.合理控制成本

面对世界性经济金融危机, 所有开发企业都在不同程度上削减相关营销、策划、广告等方面的预算, 这种策略会明显改善企业的短期绩效。但是, 当企业削减这些提升企业竞争力的预算后, 相关信息无法有效地传递到市场, 影响房屋销售, 同时在客户群体中影响日益衰减, 企业经营将更加困难, 从而企业不得不进一步削减相关预算, 销售量会进一步下滑, 最终会诱发经营恶性循环, 降低其长期经营利润率。因此, 优秀开发企业通过强化内部管理以应对市场环境的急剧变化, 通过全国化的区域布局分散风险、完善风险管理体系, 通过不同产品之间成本互补有效控制和降低成本。

从目前的走势看, 全球性的经济减速和房地产市场本身的规律在起主导作用, 房地产市场的信心一时还难以恢复。今后几个月的住房成交量有可能进一步缩减, 房地产投资等还可能继续下行一段时间。所以, 后几个月的总趋势还可能缓慢下行一段时间。中国经济不可能摆脱国际金融危机的不良影响, 同时, 房地产业是我国经济的支柱产业, 对整个国民经济都产生着较大的影响。因此, 房地产的健康发展关系着宏观经济的平稳运行, 相关政府部门通过制定政策对经济的恢复特别是房地产业的恢复起到重要的作用, 这对中国经济的下滑起到了强大的抑制作用。

正如中文的“危机”一词所揭示的，危机和挑战的来临，往往伴随着更难得的机遇。我们已经能够预见，中国政府将为中国的企业创造新的机遇：11月9日宣布的4万亿元人民币刺激经济计划正显示了政府的决心。作为房地产企业，更应该顺应形势，主动调整与转型，结合市场需求，研究企业的发展目标和开发战略，把调整策略、加强管理、塑造品牌、稳健发展放到更加突出的位置。从而提升自身竞争力，从容应对危机。

参考文献：

[1]孙开友《战略联盟：房地产企业发展的必然趋势》中央财经人学学报。2008年第8期；

[2]蒋晓岚《品牌营销：房地产营销新境》江淮论坛2000年第4期；

[3]耿德玺《房地产企业如何应对银根紧缩、市场低迷的市场竞争》中国乡镇企业，2008年04期。

（本文来源：陕西省土木建筑学会 文径网络：尚雯潇 尹维维 编辑 文径 审核）



关于 [房地产危机应对策略](#) 的相关文章

- [浅谈房地产企业项目成本的管理与控制](#) 2017-12-15
- [浅议个人住房贷款政策调整对房地产业发展的影响](#) 2017-11-3
- [浅谈施工企业投标策略与报价技巧](#) 2017-9-20
- [浅谈房地产项目成本控制的关键](#) 2017-4-20
- [浅谈建筑工程给排水施工中常见问题及策略](#) 2017-2-17
- [浅谈施工企业投标策略与报价技巧探讨](#) 2016-1-20

上一篇：[关于设计人员回避责任风险的粗浅思考](#)

下一篇：[高层建筑安装工程前期配合阶段的质量管理](#)

[关于我们](#) [版权隐私](#) [联系我们](#) [友情链接](#) [网站地图](#) [合作伙伴](#) [陕ICP备09008665号-1](#) 页首标识为文径网络注册商标 ©2018 文径网络投资有限公司持有
 版权所有 ©2018 文径网络保留一切权力 土木建筑网2.0版由CCRRN在中国西安设计 数据支持文径网络数据中心 技术支持文径网络技术中心



陕公网安备 61010302000391号