



新北京楼市周刊

Estate Weekly

总第504期 今日4版 每周四出版
新闻热线 8610-84285566-3293
主编 朱小丹 执行主编 赖大臣

B1-B4

2013.12.26

2013年,对于楼市而言注定是不平凡的一年,从年初的强势反弹到年终的疯狂拿地,再到“金九银十”的全线飘红,以及年尾的亮丽业绩报告,让今年成为继2009年后的又一个丰收之年。在这一年中我们看到中央调控政策的积极落地执行,也看到自住商品房这一新市场化手段地方调控方式出台,但是由于需求旺盛房价出现了新一轮的猛涨,让许多人的居住梦想又远了一步。在城镇化的大政策趋势下,明年的房地产市场要走向何方成为了整个社会的关注点,经历过多轮调控的房地产业已经适应了在逆境下生存的现状,不管调控如何收紧,企业还是要做,房子还是要建,我们还将继续关注整个行业。本期新北京楼市周刊与你一起回顾即将逝去的2013年。

2013年度 盘·点

房企规模的新高度

北京商报记者 赖大臣 董家声



万科:多元化开启

万科终于在即将达到2000亿元规模时开启了一条新的扩张之路,也预示着房企单一模式发展之路的终结。很少谈论模式的万科也给出了“一体两翼”的战略构想,以住宅为主体、以服务商和住宅产业化为两翼的战略首次出现在了市场面前。

今年的万科可以说是发展变化最多的一年,2010年万科首次销售突破千亿元,成为了中国首个突破千亿元的房企,但是当时正值调控高潮期,万科对于未来的发展之路并未给出过多启示。

而今年万科迎来真正转型之年,继去年收购南联地产打开海外上市之路后,今年初,万科“B”转“H”正式启动,外界一致认为万科正在为几年前王石计划的“国际化”之路做着铺垫。

随后的10月29日,万科正式对外公布,出手逾30亿港元认购徽商银行在港IPO股份。在徽商银行完成上市后,万科将成为其单一最大股东,连续在“钱”上面下力气,未来的万科让人们更加期待。

转眼的11月27日,对于万科而言是一个值得纪念的日子,位于北京昌平的万科广场开始试营业,这是万科第一个真正意义上的商业地产项目,也预示着房企单一发展模式的终结,未来“房地产开发”将在房企的业务板块中不断弱化,运营管理、后期整合、社区服务以及资本操作等将在房企的经营中起着越来越关键的作用。

商报观点:作为行业的龙头老大,万科对于行业起着引领作用,快速复制、标准化生产、主打刚需产品等等一系列让万科收获了辉煌,但是在新的形势下万科如何再次成为学习榜样,发展成为现代的“房地产商”而不是“开发商”,还需努力。



恒大:土豪式扩张

岁末的土地市场上,恒大犹如惊醒的睡狮连续斩地,被媒体称之为土豪式扩张。

今年7月首次进京的恒大还略显低调,在一场并不激烈的土地争夺中,恒大地产以35.6亿元拿下昌平沙河地块,当时也并没有过多地被市场解读,而该公司对外的口径依然是二三线城市,是企业布局的重点。

但是随后的9月4日,恒大地产以40.4亿元总价配建5.15万平方米公租房,夺得北京年内首宗“限房价、竞地价”地块。随后的11月21日,恒大地产再次以51.35亿元拿下朝阳区东坝南区地块,年内在京拿地金额达到了127.35亿元。

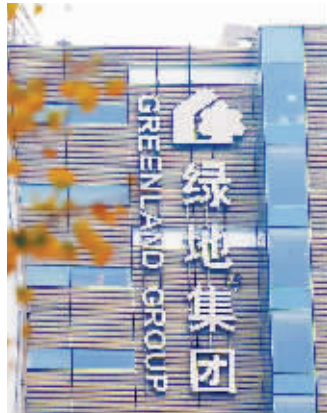
突然启动向一线城市扩张步伐的恒大,并没有在北京拿地后停止脚步,而是更加疯狂。

时间转到12月4日的上海,恒大地产集团上海盛建置业有限公司在上海连拿4宗住宅地块,先后斥资18.6亿元、9亿元、6.3亿元、7.38亿元,最低溢价82%,最高溢价达到149%。

之后,在当天下午,又以55.1亿元的价格在南京拿下两宗土地,楼面地价高达15408元/平方米、14033元/平方米。一天连续斩获6宗地,恒大总共花费96.38亿元。

岁末的土地市场四处响起了“土豪恒大”来了的声音。

商报观点:恒大作为这几年发展速度最快的房企,缺少一线城市项目成为了其短板,但是在高位拿地是否存在风险还有待观察。在过去几年的发展中,恒大一直给人高调的印象,从上市到与万科各种“老大”的争夺,再到足球和矿泉水,土豪的标签很适合恒大。



绿地:海外的疯狂

不同于其他房企,绿地的扩张步伐不仅局限在国内,形成了亚、澳、欧、美四大洲6国9城的世界房地产开发版图布局。

今年7月8日,美国《财富》杂志正式公布2013年世界500强企业名单,绿地集团连续第二年成功入围,位列第359位,增速全球第三,中国第一。

对于明年在海外的销售,绿地集团副总裁石文红曾向记者表示,明年绿地在海外的销售额将达到200亿元。

纵观今年的绿地,强势扩张成为了其代名词。

在澳洲,绿地与加拿大基金巨头Brookfield集团合力在悉尼市中心投资建设未来悉尼最高公寓楼,逾240米高的“悉尼·绿地中心”;在欧洲,德国法兰克福绿地铂骊酒店正式开业,同时绿地集团与全球最大酒店管理集团之一的西班牙MELIA集团合作,将巴塞罗那、马德里的两家酒店收入囊中,总价值达15亿元;在亚洲,绿地集团在韩国济州岛启建“健康医疗城”,并与泰国正大集团签署合作备忘录,拟在泰国曼谷、芭堤雅合作投建一揽子房地产开发项目,总投资逾人民币120亿元;在美洲,绿地集团完成了收购美国洛杉矶中心区大都会项目,项目总投资达10亿美元;绿地还同时登陆纽约,收购纽约布鲁克林大西洋广场地产项目70%股权,项目的总投资额预计将超过50亿美元。

商报观点:一直没整体上市的绿地被认为才是中国房地产的真正老大,据说明年地产业务的收入将达到2400亿元。出海对于房企而言肯定是一件好事,一方面国内货币超发,需要对外输出;另一方面,中国人海外置业需求旺盛。



碧桂园:超速增长

今年初,新任的碧桂园总裁莫斌给了自己这样的任务:2013年销售增长30%,销售目标要达到620亿元,全年交付物业面积800万平方米。一向低调的碧桂园成为业内关注的焦点。

彼时,对于全年形势尚不明朗的房地产业而言,这样的增长速度绝对是激进的。此时,碧桂园集团发布数据,截至2013年11月,该集团共实现合同销售金额约人民币967亿元,同比增加130%,合同销售建筑面积约1465万平方米,同比增长114%。轻松超越620亿元的年度销售目标,成为继万科、中海、保利之后即将跨入千亿集团的房企。

从过去两年一直在500亿元销售规模上下徘徊,碧桂园在一年之间迅速成长并成为千亿级别的房企,在某种程度上,其大力推广的“全民营销”及“成就共享”激励计划起了关键性作用。

“全民营销”可理解为“全民皆可为碧桂园卖楼”,制定详尽的销售计划,固有项目的销售按照销售节点正常开展;对于新开盘的项目有着更强力度的营销手段,一个城市有项目新开盘,全国其他城市共同响应,全员推广。

今年3月,碧桂园陆续在各地开展“全民营销”活动,除了8000名碧桂园员工的内部宣传攻势外,还发动社会和业主网络等各种途径带动项目销售。

强劲的营销团队确保了销售业绩的成倍增长,碧桂园上半年推出7个新项目,下半年计划推出17个新项目。

商报观点:碧桂园的“全民营销”模式确实很震撼,特别是项目开盘时,空运购房者的场面相当震撼。但是千亿之后的碧桂园如何发展,这种略显“粗狂”的方式能否支撑碧桂园站稳千亿的位置?