



新北京楼市周刊

Estate Weekly

总第386期 今日4版 每周四出版
新闻热线 8610-84285566-3293
主编 朱小丹

A1-A4

2011.5.19

A2 楼市成交量同比下滑四成

五六月被认为是楼市的传统旺季,也是一年楼市的晴雨表,但是在限购政策加码、房贷紧缩、一房一价等组合政策打压下,楼市依然没有走出调控的阴霾。

A3 商住楼新规亟待执行细则

空降的商住楼新政让京城开发商陷入了迷茫,政策的模糊规定有待进一步的细则,是以规划审批为节点还是以最后的验收为节点成为了开发商普遍关心的话题。

A4 京商业地产进入涨价通道

商住楼好卖引发了市住建委等五部门的联合出手,而在刚刚过去的4月,北京市目前在租售的500个商业地产项目无一降价,部分项目还出现了大幅上涨情况,其中售价最高涨幅11.11%,租金最高涨幅110.84%。



有一种力量,让我们前行;有一种力量,让我们起飞;有一种力量,让我们辉煌;有一种力量,成就我们的梦想,这就是品牌的力量。一个成功品牌自身内部容纳的是无形的宝贵价值,承担的是催人奋进的崇高责任。树立品牌、关注品牌是北京商报社多年来一直奉行的宗旨,《新北京楼市周刊》每年均会在年初推出“品牌地产新动向”的栏目,关注品牌地产企业在新一年的发展动向,关注企业老总在错综复杂的环境下如何掌舵扬帆。本期我们关注的公司是富力地产。

调控下多条产品线持续发力

富力深耕战略蓄势京城

商报记者 朱小丹 董家声/文 暴帆/摄

“在连续多年销售额保持30%增长之后,2011年富力地产销售目标是400亿元。”而去年的这个数据则是300亿元。富力地产北方区总经理张辉在接受记者采访时肯定地说。

什么原因使得富力能够在当前政策持续高压下依旧保持稳健的增长势头?在土地市场上一向“敢于拿地,善于拿地”的富力,2011年在土地和销售等战略层面又有哪些新的动向?为此,记者近日专访了张辉。

企业战略以稳为主

随着调控日益发力,地产市场日陷僵局,“二三季度”立见分晓的预言也逐渐逼近。房企纷纷调整企业战略布局的当口,大型品牌房企的动向无疑成为业界风向标,而富力作为国内领先的房地产企业,其发展趋势尤为引人关注。

数据显示,富力4月共实现协议销售金额26.36亿元,销售面积达16.88万平方米,销售额同比上升7%,环比上升19%。截至4月底,富力地产累计完成协议销售金额85.8亿元,销售面积约为53.46万平方米。

张辉表示,“2011年,富力的企业策略是对已进入的城市进行深入耕植。绝对不以抢市场、占山头为目标”。事实上,富力近年来,并没有在北京乃至全国范围内进行大范围、大规模扩张。对此,张辉认为:“摊子

铺得过大,对企业的财力和人力都是负担,盲目扩张不适合富力长期健康发展,现在的富力期望在产品品质、企业品牌以及项目的运营方面下更多的工夫。”正是始终坚持追求稳定而非激进的发展风格,才使得富力地产近年来始终保持30%的年增长。

拒绝盲目扩张

鉴于当前调控大背景下,北京土地市场的状况仍不十分明朗。截至目前,北京今年土地市场依旧略显冷清。作为上市公司,面对财务报表等方面的压力,品牌企业在拿地方面必然面临一定压力。尤其北京作为房地产市场的制高点,拿地更具有必要性。据悉,今年富力拿地计划相对“灵活”,坚持拿地的态度并没有变。在策略上,将以审慎的态度走得更稳一点,对于过热的、关注度过高的地块则将坚决不参与竞拍。



富力地产北方区总经理 张辉

记者手记

9年前,富力以32亿元巨资强势“进京”,创造北京土地历史上第一个“明星地块”,之后富力城凭借新颖的规划和宏大的手笔,成为北京地标性项目;两年前,富力10个亿拿下广渠门10号地,曝光于镁光灯下,之后富力十号成功为豪宅做出注解,逆市热销。多年来,富力在土地市场上饱受质疑的同时,又因成功打造和经营“明星地块”而令市场信服。

而今,性格沉稳、行事低调的张辉却坦言,如今人们常提及的富力城、珠江新城、富力十号,“那些只代表富力过去的精彩”。可以预见,未来一旦遇见合适的地块,富力仍将“毫不犹豫”,并“再造惊奇”。

对于“逢低吸入”逆市拿地的观点,张辉认为,未来逆市拿地对企业抗风险的考验很高,企业应该根据自身的资金实力、销售状况等因素制定有效的拿地策略。未来富力将加大具有较强发展前景城市低价土地的储备。对于潜力大、价格合理的地块则会始终保持关注。

专家分析,目前北京南部区域整体还处于全新开发阶段,开发商可以发挥的空间非常大。未来富力将会关注类似于亦庄、旧宫等北京南城具有潜力的区域。

“规划与时俱进,紧扣城市化建设”是富力这些年来坚持的拓展模式,这一深耕土地将价值最大化的策略使富力的每一个项

目都成为城市发展的坐标,也极大提升了富力品牌的影响力。

从容应对调控影响

对于时下风声再紧的宏观调控,张辉认为,“下半年房价的总体走势还是趋于稳定。鉴于调控严厉,企业普遍比较谨慎,房价涨价可能性很小”。

有业内人士分析,房价大幅下挫的空间和可能性也比较小。从客观因素分析,计划在下半年开盘的项目,大多是在前年下半年或去年拿到的土地,楼面价相对停留在高位,从成本角度考虑降价销售的压力较大。

另外,目前市场上推出的土地比较少,而且未来的供应计划也不十分明朗,开发商在土地市场的观望心态还会持续一段时间,加之调控预期尚处于揣摩期,因此开发商的降价动机还不够充分。至于何时才能看清市场动向,张辉表示:“下半年调控效果的显现有可能更加明显。”

市场分析,无论房价是否下行,限购令的出台都给市场需求造成了制约释放的现状,在这种政策引导下,符合购买标准的人群将成为定量,并将形成规律性和阶段性的购买波段,而楼市对这部分被“量化”了的购买力人群的竞争无疑将更加激烈。

届时,大型品牌开发企业将会凭借优异的产品和良好的市场口碑抢占市场份额。

针对当前投资类需求受到较大影响,但刚性需求量相对稳定的市场现状,富力表示,2011年将致力于打造精品项目和能够满足市场需求的产品,致力于在同等级别打造性价比更高的产品。

(下转A2版)