

### A2 开发商降价压力加大

存货量的高涨,意味着销售压力的大幅增加,而10万套是衡量北京楼市正常供需值的一道红线。截止到本月22日,北京市商品住宅的存货量达到了101285套。

### A3 商住项目抢关入市

靠着“不限购”发家致富的商住楼,即将退出历史舞台。记者调查,各个楼盘借着政策打压大造声势,各种促销广告不断,售楼员当初“不限购、想买几套买几套”的促销语一水儿地变成了马上就要绝版了。

### A4 崇文门地块成烫手山芋

“崇文门地区的商业氛围已经非常成熟,1.8万元/平方米的楼面价格并不高,预计成交价格将在2万元/平方米以上。”DTZ戴德梁行商铺部负责人张家鹏向记者表示。



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》每年均会推出“品牌地产新动向”的栏目,关注品牌地产企业在新的发展方向,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金地集团。

## 产品瞄准“品质刚需”

# 金地布局华北百亿销售圈

商报记者 朱小丹 董家声

金地作为当年“招保万金”之一的全国领先房企,近年来在北京市场上,无论是在销售项目数量还是土地市场表现都略显平淡。然而,就在人们热情地谈论着龙湖、恒大这些地产新贵在环渤海区域的扩张传奇时,绝不甘心沉寂的地产老牌劲旅——金地集团正在以北京为核心的华北区域悄然布局。

据悉,2011年整个金地华北区新增销售项目将达到5-6个,在这些新项目的有力支撑下,未来一到两年内销售业绩将达150亿元。

一时间,区域争夺战一触即发,而金地如何布局华北区域乃至环渤海区域?此外,2011年金地集团还有哪些企业战略的新动向?近日,记者专访了金地集团华北区域地产公司董事长、总经理张晓峰。



达到目前全国房企前20强的销售业绩水平。

### 瞄准高端刚需成秘诀

有专家表示,随着房地产行业不断成熟,房企竞争已从以往以营销为核心的竞争开始转向以产品品质为核心的竞争。尤其在当前宏观调控背景下,限购等措施使得购买人群变得定量,产品是否过硬将是企业能否经得住考验的关键。

张晓峰说,“买金地房子的业主大都为第二次、第三次置业,但往往会把金地的房子作为自己的第一居所”。正是凭借高性价比的产品定位和精准的营销策略,使得金地去年新推项目的平均去化率达到了令人艳羡的75%以上。事实上,金地在全国各地的许多项目开盘时均受到市场热捧。中信证券在对金地研究报告中指出,金地区别于其他全国性开发企业最明显的优势,就是其卓越的产品创造力。

张晓峰表示,2011年,金地将更加关注高端改善性需求产品的开发。以位于北京大兴的金地·仰山为例,项目设计为花园洋房,大大超出了周边项目刚性需求的定位,凭借区域领先的产品设计理念和过硬的产品品质,项目开盘至今销售额已突破23亿元,预计本年度整个项目销售将超过20亿元。

(下转A2版)

### 华北区竞争暗流涌动

随着华北区域经济的迅速发展,该区域已经成为众多大型品牌房企销售的主力板块。专家分析,房地产行业历来有“得北京者得天下”的说法。近年来,以京津为核心的华北区域已经成为各大房企的必争之地,区域内的“圈地运动”可谓暗流涌动。

“不单是金地近年来在华北区域的表现略显平淡,昔日的‘招保万金’似乎也仅剩万科一家独撑场面。”有业内人士分析,以龙湖为代表的地方性公司异军突起,主要得益于其以北京为核心的环渤海区

域战略布局的破题,主要包括积极进行土地扩张和积极的销售策略。

事实上,在2010年销售额排名靠前的房企中,以京津为核心的华北区域无疑是销售额贡献率最高的区域之一。数据显示,2010年,远洋地产北京区域销售额占到集团整体的50%,同时其80%土地储备位于环渤海地区;而龙湖地产去年333.2亿元的销售总额中,环渤海区域签118.1亿元,占到总量的35%以上。此外,保利、恒大、富力、合生等大型品牌企业纷纷开始把目光投向京津、北京周边,乃至整个华北区域。

### 金地华北区全线发力

对于华北区的白热化竞争,张晓峰表示,这与各个企业的区域发展战略有关。之前一段时间,金地把注意力主要集中在珠三角和长三角等区域。而未来,金地集团在战略上将高度关注并将不断加大在华北区域的投入。

据介绍,今年华北区销售额将占集团整体销售额的20%,而去年华北区域销售额仅占到集团整体的14%。张晓峰表示,华北区域的增长潜力不可估量,到2013年华北区域的销售将占集团整体销售额的25%,将成为金地销售额增幅最大区域。

据介绍,2011年作为金地集团新一个“五年规划”的开局之年,金地预计全年销售目标400亿元,与去年280亿元的销售相比增幅近40%。其中,华北区域公司销售额的增长幅度预计将达到50%以上,预计达80亿元左右。

张晓峰表示,2011年,金地华北区域公司将进一步开疆拓土。今年北京地区除了已经开盘的销售主力军——金地·仰山之外,还将新推房山良乡30万平方米高性价比大盘——澜悦。此外,天津地区的紫悦府、紫云庭、团泊湖国际社区、格林世界叁拾峰将形成四大盘联动;烟台

高端项目金地·澜悦,以及另一个大型复合型高端项目也将全面启动。

预计2011年,整个华北区域内新增销售项目将达到5-6个。除了在北京、天津等核心区域高地进行战略性布局之外,还将重点考察唐山、青岛、济南、石家庄、秦皇岛等环渤海区域的二三线城市,并进行选择性拿地进入。就目前金地华北区域现有的土地储备进行开发销售,将达到100亿元的销售额。

2012年,金地在整个华北区域在售项目将超过10个,运作项目15个,预计实际销售额将超过150亿元。整个区域的销售总额