



长三角中国房地产金三角 之珠长对话

开发商观点



郑穗伟
上海富力房地产开发有限公司副总经理兼销售策划部总经理

郑穗伟
上海富力房地产开发有限公司副总经理兼销售策划部总经理

势好、人口多、房地产发展阶段比较成熟,对于房地产开发而言,风险较小。另一方面,富力会选择有影响力的城市,这对做大做强富力的品牌非常有力,通

长三角,后来者居上



宋悦青
合生创展集团上海地区公司营销总监

对低调。除上海外,今后江浙一带将会成为合生创展集团重点发展区域。实际

金地频现长三角城市土地招拍挂现场



康家东
金地上海公司市场营销部经理

与其他粤派地产商相比,金地在长三角的扩张显得雄心勃勃。几年前,金地就考虑走出广东,进军全国。在上市

深耕广植



王希岩
上海保利房地产开发有限公司销售部经理

“进军长三角,一切才刚刚开始”



张阳
招商地产上海公司营销总监

积极稳健、坚定不移的走下去,充分利

稳步推进 不盲目扩张

富力在长三角地区的发展,首造是上海,下一步拟进入的目标是南京、无锡、杭州、苏州等地,之所以选择这些城市,是因为这些城市面貌不错、经济发展态

过在长三角一线城市的发展提升富力品牌在长三角地区的影响力。在长三角地区,富力采取积极增加土地储备的方式来获得发展。但需要强调的是,富力不会不惜一切代价拿地,虽然作为一个业绩优秀的上市公司,资金不是问题,但是富力强调的是持续、稳定的发展,看重抵御风险的能力。所以在长三角的发展战略应该是稳步推进,不会进行盲目的扩展。

在产品定位上,富力在长三角地区要做精品楼盘,提供的都是高性价比的产品。具体到长三角各个城市的发展,富力会根据不同的地域特色、不同地区的消费习惯、气候等开发设计不同的产品,但从长远来看,富力会渐渐形成自己的标准化产品。

长三角,后来者居上

合生创展集团发端于珠三角,其后进入环渤海经济圈,稍晚进驻长三角。相对于万科、金地的长三角的急速扩张,合生创展集团还是显得相对低调。除上海外,今后江浙一带将会成为合生创展集团重点发展区域。实际

上,合生已经成立宁波、杭州分公司,而江苏的主要城市譬如苏州、常州甚至是扬州,都将成为合生希望重点发展的城市。选择这些地方的重要因素,除了土地机会外,当地本身特质也将直接影响合生进驻。

谈到合生创展集团未来长三角的总体发展规划,将按现有项目规划明年长三角可以实现销售额达40-50亿元,重点发展长三角主要城市与一些有潜力的二线城市,扩大其在长三角中占据的份额。

与此同时,也会借助合生15周年推广品牌活动,与珠三角、环渤海圈同步,在长三角打造合生品牌形象。

后,大规模对外扩张的动作就开始了,2002年,金地完成了以上海、深圳、北京为中心的华东、华南、华北的区域扩张战略格局,2003年,又完成了西进武汉的战略布局。

在金地发展计划中,以上海为中心的长三角是重中之重。在关注上海市场的同时,金地集团一直在筹谋长三角整个区域的长期发展。在长三角多个城市,土地招拍挂现场,都出现了金地上海公司的身影。宁波良好的楼市空间,成为金地从上海向长三角探出的第一步。

金地现在的战略是上海要长远发展,宁波和南京要继续深耕,杭州继续拿地,无锡的项目也正在紧锣密鼓地洽谈中。

做大做强

目机遇及新的城市契机。

保利地产发展十五年来,已经在全国范围内形成了高速稳定的规模化发展态势。形成了广州、北京、上海、武汉、重庆、沈阳等十余个城市的全国战略布局,拥有44家控股公司。长三角地区更是以其自身重要的经济地位成为公司开拓的战略重点区域。公司以上海为中心,在发展好上海市场的基础上大力开拓周边区域,辐射整个长三角。

深耕广植,做大做强。作为珠三角的开发商,保利将在产品设计理念上做足文章,给长三角地区的房地产业带来冲击。

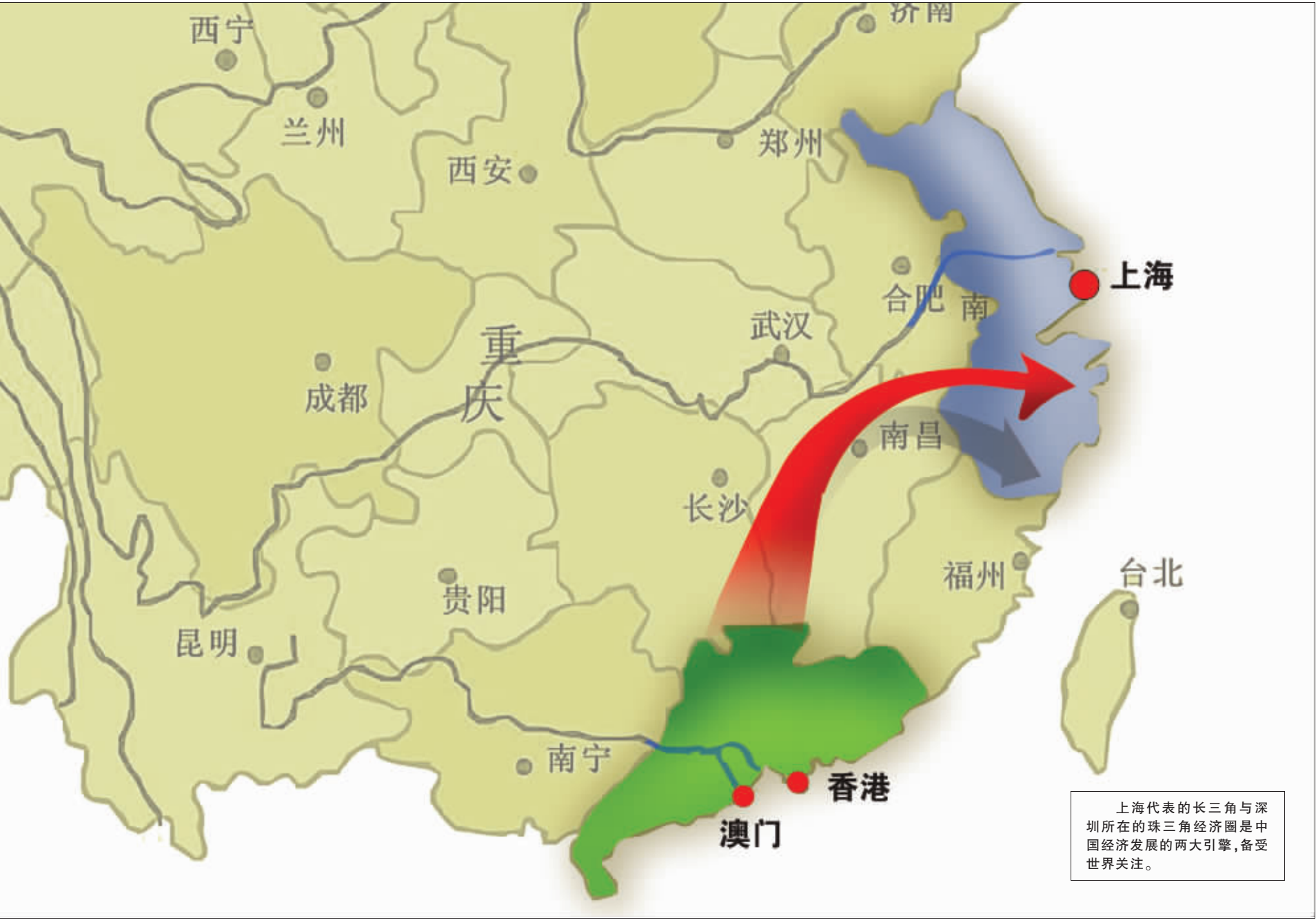
“进军长三角,一切才刚刚开始”

用其公司在规模、资源与管理等方面的优势,凭借其片区综合开发、绿色地产、社区文化营造等开发理念,以“家在,情在”的品牌诉求为长三角人民营造一座又一座美好的家园。

招商地产短短三年时间,已经在以上海为中心的长三角慢慢摸索出属于自己的发展道路。

进军长三角,一切刚刚开始。

除在长三角已经获取的土地,招商还积极的寻找其他土地资源,以及多种开发和合作模式。这一切,都表明招商地产进驻长三角的决心。



“80年代看深圳,90年代看浦东”,这是中国改革开放二十多年来的金句口头禅,也是一个风向标。上海代表的长三角与深圳所在的珠三角经济圈是中国经济发展的两大引擎,备受世界关注。

房地产业的发展总是紧跟经济发展的脉搏,珠三角房地产市场率先启动,发展较为成熟,成就了以金地、招商、万科、保利、珠江合生、富力为代表的开发商,在这些地区互相融合,互相学习,互相借鉴,因此这个地区的房地产业成长性特别强,其产品集结了众家所长,特色十分明显。

“这个市场充满竞争也蕴含丰富的机遇,通过合理的布局和积极拓展,主

长三角——

中国一流开发商“培育炉”

“要想成为中国一流的房地产开发商,不进入长三角市场角逐是不能实现的”。

成全机构上海公司董事长全忠认为,正如中小户型将成今后楼市主流一样,二三线城市将是中国未来的主流市场。长三角地区是中国最重要和最成熟

的经济区域之一,拥有得天独厚的区位优势,市场化发育相当成熟,民营经济也非常发达,消费者的购买能力和需求相对旺盛,长三角是极具发展潜力的的板块。

金地上海公司市场营销部经理康家东坚信,中国今后最有增长潜力城市的依然是上海、北京、广州、深圳这些区域中心。而目前中国蓬勃发展的几大区域中,长三角地区是基础最为扎实、发展动力最为强劲的地区,人口导入量巨大,确保了房地产业实际需求的提升,其发展潜力不可估量。

“长三角一体化对房地产业绝对是利好,长三角地区本来起点就高,如今一体化再对各方面的资源进行整合,形成的影响力是相当巨大的,必然会产生更多的标杆,取得“1+1>2”的效果。”上海富力房地产开发有限公司副总经理郑穗伟认为,长三角地区聚集了全国最好的开发商,在这些地区互相融合,互相学习,互相借鉴,因此这个地区的房地产业成长性特别强,其产品集结了众家所长,特色十分明显。

“这个市场充满竞争也蕴含丰富的机遇,通过合理的布局和积极拓展,主

动出击占领市场先机才能确保进驻开发商的长期发展”。全忠指出,目前杭州、南京、南通、宁波等地都已吸引了大批品牌开发商的入驻。

在这个北起通扬运河,南抵杭州湾,面积达10万平方公里的巨大舞台上,本地及来自全国各地甚至海外的开发商共同演绎,保持着长三角房地产市场强劲的发展势头,开发量稳居国内市场的四分之一。

立足上海——

地产大佬角逐长三角

“上海楼市的走向直接影响长三角区域楼市,这就意味着要布局整个长三角,必须在上海做足做稳。”保利集团销售部项目经理曾苑表示,在立足上海的同时,大力开拓周边二三线城市的市场,扩大企业的影响力,可保障企业的持续性发展。

“在长三角地区的发展,富力的首选也是上海。”据郑穗伟透露,富力下一步拟进入的目标是南京、无锡、杭州、苏州等地,通过在长三角一线城市的发展提升富力品牌在长三角地区的影响力。

“轻敌”——

粤派地产商长三角扩容遭遇瓶颈

然而快速发展的上海市场也让金地感觉到了未来风险的增大和空间的逐渐缩小。随着竞争的升级,未来几年内,在上海地区获取的土地的成本和商品房产品成本将逐渐增大。在关注上海市场的同时,金地集团一直在筹谋长三角整个区域的重要区域长三角的核心,上海自然成为招商地产进驻的重点城市。

上海同样也是招商地产重要的战略布局之一,上海是招商局的发源地,早在90年代中期,招商地产在上海建设了招商局广场、招商局大厦。招商地产项目营销总监张阳表示,2004年,招商发起全国二次战略,作为招商地产在全国布局的重要区域长三角的核心,上海自然成为招商地产进驻的重点城市。

“在长三角地区的发展,富力的首选也是上海。”据郑穗伟透露,富力下一步拟进入的目标是南京、无锡、杭州、苏州等地,通过在长三角一线城市的发展提升富力品牌在长三角地区的影响力。

“轻敌”——

粤派地产商长三角扩容遭遇瓶颈

粤派地产商发展较早,在客户、市

场、产品方面的经验丰富、专业度更高。他们多多少少有过人之处,在进军长三角的过程中,取得了很多成就,但也出现一些问题,“轻敌”就是其中之一。

成全机构上海公司董事长全忠表示,一些开发商在开发江浙二三线城市时,依旧存在着骄傲轻敌的念头。总认为在三线城市里造房子,拿出自己3.5年前的作品去卖也一样热销。这其实是一种万万不能有的错误念头。长三角客户消费的心理需求与珠三角不一样。两地区的气候、居住经验完全不同。

从全忠实际操作经验发现,在长三角取得客户信赖感的难度更大。广州深圳受香港楼市影响极大,注重专业实际居住功能,而苏锡常和上海更加注重人文环境。如何“落地”。

理解长三角的本土文化和风俗习惯,并将其运用到实际操作中其实非常不容易。例如苏州国土规划局要太湖边全部建造中式建筑,这就对开发商打造中式建筑风格的能力要求比较大。毕竟长三角是江南地区,要让本土居民历史人文心理得到冲击,开发品牌才会提升。

“轻敌”——

粤派地产商长三角扩容遭遇瓶颈

长三角粤房商代表楼盘

富力湾——淀山湖东南亚风情大盘

富力湾项目位于昆山淀山湖镇,总占地面积超过100万平方米,该项目外依淀山湖、内拥度城潭,拥有非常稀缺的自然景观资源,其丰富的水域面积使得当地空气中拥有极高的负离子含量。

项目一期将全部建造小独栋别墅,装修标准交房,同时,项目内将建设大面积会所、商业街和其他生活配套设施。东南亚现在正是全世界所趋之若鹜的养生休闲圣地,因此富力湾选择

了原味东南亚风情,利用通透感和丰富的院落使建筑与景观自然相融。在富力湾,景观不只是用来观赏的,更是与人互动的。每家每户都拥有精装私家园林,错落而层次丰富的植物将东南亚风情表现的淋漓尽致。

金地国际花园——引领甬城豪宅风潮

金地国际花园是金地集团在宁波的首个住宅产品,被评为中国2006年中国创新示范楼盘。项目位于鄞州新城中心,鄞州大道以南,宁江公路以东,鄞州区政府西侧。总占地面积约

101亩,总建筑面积163000平方米,由8栋高层和小高层住宅构成。项目推出以来一直受到宁波高端客户群的追捧,成为宁波市场高档楼盘的代表项目。一期于2006年10月中旬开盘。二期

军苏州的首个高端项目,依云水岸(一期)220套别墅于06年4月22日推出,当天狂销160套,创下苏州别墅销售冠军神话,现已售罄并温情入住。依云水岸一期获美国建筑师协会(香港)(AIA)2006年度建筑设计荣誉奖(The Honors);并

浪漫主义”的规划手法,全力打造尺度宜人、交通便捷、环境优美的现代化运动、休闲之城。10月16日,小石城在吴中经济开发区隆重奠基。

作为名副其实的楼盘,招商o小石城将带给苏州全新的人居消费趋势,并肩负着越溪板块居住功能的全面崛起运动”为主题,应用“新城市主义和

依云溪谷——紫金山下大气之作

依云溪谷是招商地产在南京的首个别墅项目。公司秉承原生态的山水原林景观设计理念,以人为本,坚持走绿色地产之路而倍受市场期待。依云溪谷依傍着南京人的骄傲——紫金山,更让项

目精彩的是这里傍着5.47万平方米的碧美山、近20000平方米的香泉湖,同时还有一所面积约3000平方米的高标准的幼儿园和约4800平米依云国际会所,集高档餐饮、休闲、娱乐等主题空间。在山体公园内,还将建

合生国际城——打造新城奇迹

合生创展今年年底将推出其在宁

了原味东南亚风情,利用通透感和丰富的院落使建筑与景观自然相融。在富力湾,景观不只是用来观赏的,更是与人互动的。每家每户都拥有精装私家园林,错落而层次丰富的植物将东南亚风情表现的淋漓尽致。

项目一期将全部建造小独栋别墅,装修标准交房,同时,项目内将建设大面积会所、商业街和其他生活配套设施。东南亚现在正是全世界所趋之若鹜的养生休闲圣地,因此富力湾选择

了原味东南亚风情,利用通透感和丰富的院落使建筑与景观自然相融。在富力湾,景观不只是用来观赏的,更是与人互动的。每家每户都拥有精装私家园林,错落而层次丰富的植物将东南亚风情表现的淋漓尽致。

金地国际花园——引领甬城豪宅风潮

金地国际花园是金地集团在宁波的首个住宅产品,被评为中国2006年中国创新示范楼盘。项目位于鄞州新城中心,鄞州大道以南,宁江公路以东,鄞州区政府西侧。总占地面积约

101亩,总建筑面积163000平方米,由8栋高层和小高层住宅构成。项目推出以来一直受到宁波高端客户群的追捧,成为宁波市场高档楼盘的代表项目。一期于2006年10月中旬开盘。二期

军苏州的首个高端项目,依云水岸(一期)220套别墅于06年4月22日推出,当天狂销160套,创下苏州别墅销售冠军神话,现已售罄并温情入住。依云水岸一期获美国建筑师协会(香港)(AIA)2006年度建筑设计荣誉奖(The Honors);并

浪漫主义”的规划手法,全力打造尺度宜人、交通便捷、环境优美的现代化运动、休闲之城。10月16日,小石城在吴中经济开发区隆重奠基。

作为名副其实的楼盘,招商o小石城将带给苏州全新的人居消费趋势,并肩负着越溪板块居住功能的全面崛起运动”为主题,应用“新城市主义和

依云溪谷——紫金山下大气之作

依云溪谷是招商地产在南京的首个别墅项目。公司秉承原生态的山水原林景观设计理念,以人为本,坚持走绿色地产之路而倍受市场期待。依云溪谷依傍着南京人的骄傲——紫金山,更让项

目精彩的是这里傍着5.47万平方米的碧美山、近20000平方米的香泉湖,同时还有一所面积约3000平方米的高标准的幼儿园和约4800平米依云国际会所,集高档餐饮、休闲、娱乐等主题空间。在山体公园内,还将建

合生国际城——打造新城奇迹

合生创展今年年底将推出其在宁

□本报地产评论员 董琳霞 房蓉

获2006年度苏州别墅销售龙虎榜总冠军。

二期延续一期大面宽、绿化式中庭、一宅四院等设计精髓,并首创下沉式花园、最高12米面宽、最大赠送面积近300平米;首创苏州“八合院”,重现现代邻里院落居住情结。

以“片区综合开发”模式著称的招商地产,其进入一个区域后,总能将产品打造成标杆性产品和片区的全面营造,依云水岸的产生催生阳澄湖西别墅区便是一个绝佳证明。招商地产将带给苏州地产新模式的全局崛起,苏州大盘时代和板块化生存时代亦将来临。

依云溪谷——紫金山下大气之作

依云溪谷是招商地产在南京的首个别墅项目。公司秉承原生态的山水原林景观设计理念,以人为本,坚持走绿色地产之路而倍受市场期待。依云溪谷依傍着南京人的骄傲——紫金山,更让项

南京国际金融中心——南京第二高楼

坐落于南京中央商务区新街口广场西南角的南京国际金融中心总投资达15亿元,为集商业、金融、办公等多种功能于一体的综合性建筑。该项目由6层裙楼和分别为51层、27层的主副塔楼组成,总面积18.7万平方米,其中主塔楼为高220米的超高层智能型写字楼,被南京市列

为城市建设重点项目。这座超级智能化项目建筑方案由美国HOK公司设计,刷新了南京甲级写字楼的标准。如为满足金融、证券等特定行业的需求,在主楼23层和40层特设计净高3.3米、防静电架空地板的交互层;为崇尚“以人为本,绿色地产

合生国际城——打造新城奇迹

合生创展今年年底将推出其在宁