

碧 桂 园 意 外 缺 钱 ？ 之 发 展

■崛起之历史

- 以教育启动房地产,开创了教育地产的先河。
- 碧桂园首创内地楼盘在香港设展场和样板房。
- 能够以极具竞争力的价格把房子卖给消费者。

崛起碧桂园

□本报地产评论员 张雯雯

■崛起之效应

碧桂园“三大法宝”

- 纵向一体化
- 规模经营
- 快速反应

碧桂园早已从一种现象提升为一种模式。

碧桂园是一个善于制造神话的企业。13年前,著名策划人王志纲参与策划了顺德碧桂园,学校先行的运作成功使碧桂园从原来的寂寂无名到一飞冲天。碧桂园从此“一发不可收拾”:华南碧桂园、广州碧桂园、均安碧桂园、花城碧桂园、顺德碧桂园、荔城碧桂园,几乎一年一个,让同行看得目瞪口呆,让消费者大开眼界。

而碧桂园凤凰城把规模制造、成本领先的战略阐述得非常清晰:88万元买382平方米的别墅,50万元的联排别墅,均价2800元的优雅洋房。低价是吸引购买者最主要的因素之一。有专家分析,碧桂园实现低成本有三件法宝:

一是纵向一体化:碧桂园有员工数万人,从设计、规划、建筑施工到装饰、物业管理都是自己的,甚至还有有一个全国排名前三位的管桩厂,就连碧桂园会所里面的家禽和青菜都是自己农场出产的,可谓将纵向一体化发挥到了极致。

二是规模经营:碧桂园15年里不断扩展,楼盘规划一个比一个大的原因,就是通过规模经营来吸收内部产品,达到降低成本的目的。

三是快速反应:一体化使得碧桂园成为一个快速反应的企业。企业的快速反应,能够实现项目的快速回收,减少银行利息成本。碧桂园相关负责人表示,“碧桂园的快速销售,其实也是碧桂园力所能及地发挥自身对区域市场供需价格的平衡的调节作用。”而凭借“快速开发,快速销售”的销售策略,碧桂园这种“薄利多销”的策略在二三线城市也深受市场欢迎。

与万科这种专业化企业不同,碧桂园代表的是另一种房地产发展模式,其主营业务涵盖了房地产开发、建筑、装修及装饰、物业管理及酒店经营及主题公园业务,并一直采取在郊区进行大盘规模开发,然后利用手里的低成本土地储备进行扩张的方式。

上海易居房地产研究院副院长认为丁祖昱认为,碧桂园有如此巨大的发展最重要的是它找对了营销点。当时教育先行配套先行的模式很适合在南方发展,因为南方的城市化程度高,配套设施一上去,就非常有吸引力。而且经过几年的发展,碧桂园的这套模式已经很成熟,在二三线城市还有很大的发展空间。就碧桂园的成就来说,应该说是非一线城市房地产商的成功,它探索出了适合自己的发展模式。(张雯雯)



广受关注的碧桂园。

《福布斯》亚洲版2007年中国富豪榜上,杨惠妍——碧桂园创始人之一杨国强25岁的女儿,登上了中国首富的宝座。她以1300亿的身家超越去年首富张茵,成为亚洲最富有的女人。实际上,她的财富大多来源于他父亲——碧桂园董事长杨国强,他在2005年就将自己的股份转让给了女儿。女首富的出现将碧桂园推到了公众面前。

在风云变幻的地产市场,短短十五年间碧桂园就从无到有,到现在成功上市,探索其走过的路不得不让人心存敬意。

1992-1998 艰难初创: 4000套别墅只卖出3套

想当年,第一期工程顺德碧桂园4000多套别墅,只卖出3套。

1992年,沿海开放城市出现了一股房地产投资和开发的狂潮,杨国强以其果敢的个性,毅然买下顺德碧江及桂山交界的大片荒地,与广州、香港的两家开发商合作成立碧桂园物业发展有限公司,兴建起4000套别墅和洋房,并以“碧桂园”命名,开始了自己的房地产事业。

谁也没料到,1993年下半年宏观调控使碧桂园4000多幢别墅少人问津,合作的另外两方相继退出,碧桂园举步维艰。

1994年,在记者出身的楼盘策划人王志纲的建议下,杨国强决定采取新的发展模式。具体说来,就是与北京景山学校合办广东碧桂园学校,依托这所贵族国际学校吸引有钱人的儿女就读,并以此带动学生家长购买碧桂园房产。此外,碧桂园学校还向每名学生收取30万元的教育储备金,并规定学生在毕业后才能取回。这个零息融资的巧妙方法给当时陷入困境的碧桂园带来一笔不菲的流动资金。此外,王志纲赋

予碧桂园项目“给你一个五星级的家”的全新生活方式,推出“可怕의 顺德人”的系列悬念广告,使碧桂园在人们的心目中瞬间变成了“成功人士的家园”。

当年年底,顺德碧桂园的一个五星级会所也开张了。配套先行,教育先行的大胆尝试是很成功的。这种以教育启动房地产,以学校为依托,并组建五星级会所、俱乐部等社区配套场所,开创了教育地产的先河。当然,碧桂园的房子很快就售完了。

1999-2005 快速发展: 一年一个碧桂园

在广东享有盛誉的碧桂园,早已看好香港市场,由于媒体策略不合适,碧桂园曾经进军香港,但市场反响并不理想。1997年香港回归,碧桂园逆市而动,找到香港最负盛名的中原代理公司,在旺角弥敦道闹市区租用了500平方米写字楼为长期展销场,并设了样板房。内地楼盘在香港设展场和样板房,是碧桂园首创。

当年11月碧桂园在香港媒介展开强大的广告攻势,一时间碧桂园人尽皆知。当年顺德碧桂园有七成买家是广州人,从1998年开始,购房群体的结构就发生了变化,香港买家越来越多。内地销转向外销的转型是碧桂园发展的一个分水岭,不仅表现在销售额度,更主要的是营销意识的转变。

1999年,初具规模的碧桂园低调调入广州市场。“用生产商品的方式来盖房子”、“搞房地产像工业化生产”。此后,碧桂园推出的房子以超低价格创造了销售奇迹。当市场上大部分还是以毛坯房产品发售的时候,广州碧桂园选择首推全现楼带豪华装修的花园洋房,社区配套、园林绿化同期交付,3000套洋房别墅在一个月内被抢购一空……

2001年,碧桂园凤凰城项目公开销售,创下一分钟销售一套别墅、一天之内销售额7.5亿元的销售神话。对此,业内形容为“像卖白菜一样卖房子”。

在土地之外,碧桂园还在多方面进行了成本控制。在房地产开发的链条上,他们几乎扮演了自上而下的各个产业的所有角色。因此,碧桂园能以极具竞争力的价格把房子卖给消费者,从而走上了“一年一个碧桂园”的快速发展之路。

2006-2007 香港上市: 女儿成中国首富

2006年7月,碧桂园集团悄悄转变工商登记上的“身份”,摇身一变成外资企业,这通常是内地民营企业赴香港上市前夕的习惯做法。

碧桂园上市并非为创造首富。财经专栏作家东方愚当时撰文指出,“碧桂园并没有想象中的那么风光,缺钱少地问题早已开始暴露。”一位碧桂园中层干部也向媒体表示:“假如我们还固守原有发展模式,等到将来竞争格局大定,我们就难免被边缘化的命运,甚至最终被市场淘汰。”

事实上,为改变现状,应对未来,近几年碧桂园同时开发众多楼盘,还先后启动了沈阳、天津、长沙等地的项目,但如此一来,自然需要源源不断的资金。况且,随着各地土地交易市场走向成熟,同行间的竞争越来越激烈。

上市似乎成了碧桂园唯一出路。2007年4月20日,碧桂园在香港联交所上市,碧桂园总市值在当日就升至一千多亿港元,成为中国内地房地产企业中名副其实的市值老大。持有95.2亿股碧桂园的杨国强25岁的二女儿杨惠妍顿时身价近700亿港元,成为内地首富。

■崛起之人物

杨国强:与人为善



杨国强
碧桂园董事长

企业的特性总是和创始人的性格息息相关。碧桂园董事长杨国强出生于广东顺德,据称从小过的是苦日子,18岁以前没穿过新衣服,放牛、种菜等农活都干过。有媒体报道,杨国强的下属说,老板是过惯穷日子的人,所以尊重钱,不贪恋财富带来的虚名。

今年11月11日,极少公开露面的杨国强出现在中山大学CEO论坛暨瞭望东方论坛上,讲述自己从贫苦的农民到身价过千亿元的经历。“我只是踏踏实实地每天工作而已”,他认为自己有点成就是因为喜欢思考,追求知识。演讲间他还不断强调“与人为善”的重要性。

据碧桂园官方网站披露,数十年来,杨国强积极参与慈善事业,设立仲明助学基金,创办纯慈善的国华纪念中学,积极参与国务院“雨露计划”,创建全国贫困地区退伍军人培训基地等等。

尽管杨国强从未公开透露如此热衷慈善事业的原因,但据他身边的人讲,杨老板受到父亲、大哥的影响,总是怀着感恩的心感激邓小平带来的改革开放,感激社会的帮助,所以热心慈善是他的个性使然。

杨国强在践行“帮助更多人脱离贫困、让更多人过上美好生活”的理念时,确实在一定程度上引导了行业的风气。(张雯雯)

■崛起之荣誉

碧桂园所获荣誉

据悉,作为一家市值已经超过2000亿港元的境外控股企业,碧桂园2006年获得了中国房地产企业销售面积第一名、主营业务收入第一名、2005年及2006年民营企业纳税第一名、中国房地产行业仅有的两个“中国驰名商标”之一、2006年中国行业十佳雇主、2005年最具社会责任感企业等多项荣誉。

其中,碧桂园在各地项目均获不少奖项:

荔城碧桂园被中国建设银行广东省分行评为2006年优质按揭楼盘、被增城市人民政府和中共增城市委评为2004年增城市创建广东省文明城市先进单位及获增城市国土房产管理局颁发的2003年增城市物业管理示范住宅小区。

碧桂园凤凰城被广州市国家税务局及广州市地方税局评为2004-2005年度纳税信用等级评定A级纳税人及广州市2005年度税务百强、被广州工商行政管理局评为2002-2006年守合同重信用企业;被中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行广东省分行及人民日报华南地产周刊评为2005年度广州保值增值20名盘。

顺德碧桂园(含碧桂园西苑)获中国建设银行评为2006年优质按揭楼盘及广州市环境保护宣传教育中心颁发2005年广州市创建国家模范城市特别贡献奖及中国质量领先企业专家评审委员会颁发2005年消费者最信赖十大质量品牌奖。

半岛碧桂园荣获中国建设银行颁发2006年优质按揭楼盘奖及陈村镇人民政府颁发2005规模企业奖及2005年税收贡献奖。(张雯雯整理)