

# 绿城“长工生意” 3年规模超1300亿元

□地产评论员 龚奎

被宋卫平称为“长工”的绿城建设,在完成初期规模扩张和模式创新的磨合之后,蓝图日渐清晰。

作为中国第一个以代建模式为主要业务载体的企业,绿城建设成立三年来,已签约代建项目80个,占地面积超过1100万平方米,总建筑面积超过1600万平方米,预估可售金额超过1300亿元(数据截至2013年7月底)。

## 绿城品牌价值多少

8月24日,位于松江的绿城兰园正式开盘,这个从设计、建筑到销售全程由绿城一手包办的项目一经面市便获得认可。

在此前一天,绿城建设三周年媒体交流会上,兰园项目投资方上海随心投资有限公司董事长张义才回忆,当时是主动找上绿城代建的。“如果这个项目我们自己打造,最多也就做成松江的区域明星盘,(但)绿城代建之后,一下子就成了全上海的明星楼盘。”

合作方看重绿城品牌带来的可观溢价。“绿城代建的项目,会有15%至20%的品牌溢价。”绿城建设总裁许峰说。以绿城·潍坊城园项目为例,绿城介入该区域的规划开发后,突出的产品营造及成本管控能力带来了产品价

值的提升,楼盘均价达到8000元/平方米,虽高出周边高层3000-4000元,但依旧为当地最炙手可热的楼盘。

## 道不同不相为谋

绿城建设的前景一度极不被看好。外界一个普遍担心是,在从“东家”到“长工”的角色转换之后,绿城还能否坚持做那个理想主义者。最坏的揣测是,代建模式沦为“贴牌”模式,绿城积累多年的品质口碑在不断透支后毁于一旦。

许峰表示,绿城建设3年的成就,有一点很关键,“我们选择(是否接这个)代建项目,首要标准就是(投资方与绿城能否)志同道合。”他介绍,绿城建设要求不仅是商业代建,也包括几无利润可言的政府代建项目都要符合绿城标准,有相似价值观,而不仅是追求利益的最大化,绿城绝对不能接受代建的楼盘成为徒有虚名的“贴牌”产品。

在绿城代建的项目中,突出体现了绿城在品质管控方面的核心竞争力。如绿城内部会议常被提到的“过程完美了,结果必然完美”。

绿城建设发展中心副总经理刘慧透露了一个公式:品质管控方面,代建项目≥绿城自有开发项目,这是宋卫平所提出的要求,算得上军令。刘慧说,“代建项目流程中的四张总图,宋总全

都要亲自把关。”

## 有些事赔钱也做

在本轮市场调整周期中,专业代建这一“轻资产”开发模式逐渐展现出其顽强的生长势头。许峰表示,“希望通过再三年的努力,绿城建设所管辖范围内的代建项目销售额能够与绿城自有投资销售额旗鼓相当,甚至我更愿意看到超过它。”

“资本代建将是房地产开发的最终模式”。目前,绿城建设的业务主要集中在商业代建及政府保障房代建上,资本代建将成为绿城今后着力开拓的业务模块。通过与财团、基金、信托等金融投资机构对接,由绿城为其寻找合适的房地产项目并实施开发,实现资本利润产出。

对于保障房代建,许峰则坦言,没什么利润,“也就能把队伍养活”。据了解,绿城代建保障房的代建费率仅3%左右,与做商品房开发的利润相差甚远,品质营建要求却处在同一水平。

但许峰表示,绿城建设仍会坚持把保障房(代建)这件事情做下去,“公司做这件事情最大的初衷和愿望,是希望能够有更多的人住得起绿城的房子。即便未来保障房规模远大于资本代建、商业代建,我们都愿意做,我们希望成为最大的保障房公司。”

品牌

# 世茂半年业绩同比增百亿元

8月20日,世茂房地产(0813HK)在香港发布2013中期业绩报告,显示上半年实现销售金额325亿元,同比增长45%;实现营业收入166.77亿元,较2012年同期增长21.8%。而在此前,其附属公司“世茂股份”已发布上半年财报,实现营业收入和净利润分别为41.7亿和7.04亿元,同比增长17.4%和17.9%。

报告显示,受益于去年下半年以来持续进行的多项措施,世茂利润状况明显改善。在今年1月14日成功发行于2020年到期的8亿美元高级票据后,世茂7月又获得4年期5.7亿美元等值银团贷款,并提前赎回了于2016年到期的3.5亿美元定息票据。

从上半年业绩来源看,全面开花特点充分体现。半年报透露,世茂目前在36个城市共有约70个发展中项目,2013年上半年世茂入账项目总

数为41个,较2012年同期增加9个,业绩来源更多更广。这其中,得益于世茂的继续深耕,其在长三角、福建区域优势进一步巩固。

长三角明星项目频出,为下半年大量入市的新项目先行示范。上海世茂纳米魔幻城3月31日首次开盘即突破11亿,成为上海市场近来少见的十亿楼盘,而半年实现20.2亿元的销售业绩,也夺得上海同类市场第一。

据悉,在集团召开的2013年中总结大会上,许世坛曾表示,希望未来世茂能够成为行业的引领者,不一定是规模第一,而是行业运营模式和市场价值的领先者,不仅指产品引领市场,也包括“团队系统化管理、创新融资、工程管理、成本管理”等方面成为引领者。

今年4月,世茂在福建宣布其“城市化先行者”发展战略,界定其地产发展3.0时代的发展路径。世茂集团

副总裁、营销公司总经理蔡雪梅将其阐述为“与城市共生发展,全面提升城市价值。从社区到城市,从小环境到大环境,从关注内在到内外兼修。”

按世茂的计划,今年业绩目标剑指550亿元。而半年实现6成全年目标,意味着全年目标几乎确定实现。此外,半年报披露信息显示,世茂已为后市充分蓄力,筹谋更长期的持续增长。

此外,产品优化今年继续取得重大进展。以产品标准化为基础,辅以“360度产品管理”和“项目全生命周期设计管理”两条内外并行的管理主线,六大产品线和十多个产品系列的排列组合工作将在今年全部完成。

与此同时,世茂房地产控股有限公司七月份未经审核销售业绩报告发布,前七个月累计合约销售金额再升至366亿元,较去年同期分别上升38%及19%。世茂2013年有望延续可持续增长轨迹。(罗婕)

# 新江湾中凯城市之光引市场关注

日前,中凯城市之光品牌价值研究报告发布会及新品亮相会成功举行,中凯城市之光——这一在上海拥有12年辉煌发展历程的居住品牌成为业内热议的焦点。

作为上海楼市中高端住宅的代表品牌,中凯城市之光有着独树一帜的品牌理念。在地段上,中凯城市之光坚持选址城市精华地脉,使得产品地段价值显著并拥揽城市核心资源。同时,在品质上,中凯城市之光潜心

锻造,以奢华品质匹配核心地脉,从而成就产品的最大价值,并在市场中收获极高的品质口碑及声誉。

包括全国房地产商会联盟执行主席顾云昌、上海房地产经纪人协会副会长许仰东等在内的诸多专家都一致认为,作为上海楼市中深得中高端购房者信赖的产品,中凯城市之光不仅是上海高端居住品牌的代表,更是懂得城市价值,选址城市精华地脉,打造品质作品的典范。

目前,中凯城市之光即将于新江湾城核心推出全新作品——新江湾中凯城市之光,再次成为上海楼市关注的焦点,并受到大批买家期待。

据了解,中凯城市之光12年来在上海作品很少,但无论是位处上海城市零坐标的静安中凯城市之光,还是傲居徐汇正核心的徐汇中凯城市之光,每一个作品都是人居精品,因此对于即将推出的新江湾中凯城市之光,市场充满了期待。(欧阳禹平)

首创青旅 EASTERN MYSTERY 被唤醒的东方秘境

## 唯爱岛尚, 东方共此时

走遍世界, 安住东方  
45平方公里东方秘境首发之作——岛尚别墅  
两千余年锦溪古镇  
距离上海约50KM  
是精英圈层深度交流的理想胜地

目前, 岛尚文化会馆全面开放  
昆曲、茗茶、曲水流觞……  
岛尚别墅  
东方之魅 悦享世界

样板房即将公开 敬请关注

品鉴热线: 400-021-0099  
项目地址: 中国·锦溪·五保湖南岸  
本广告仅供参考, 广告中具体确定内容可作为购房合同附件。  
(苏) 房权证字第2013年150号; (苏) 房权证字第2013年151号; 备案编号: F16616 网大创云