

2014 房地产趋势观察系列 千亿房企

财富天平向大公司倾斜

□地产评论员 孟子凉

2013年,销售业绩超过千亿的房企数量已扩容至7家。

从业绩增速来看,房企正呈现明显的“越大越快”趋势。数据显示,2013年千亿级房企的销售额平均增长了45.57%,业绩在500至1000亿之间的房企平均增速43.18%,而业绩在100亿至500亿之间的房企平均增速也达到37.59%,均高出全国商品房销售额增速30%。

2013年全国销售金额top10

金额排名	企业名称	金额
1	万科地产	1740.6
2	绿地集团	1625.3
3	万达集团	1301.1
4	保利地产	1251.0
5	中海地产	1170.0
6	碧桂园	1097.3
7	恒大地产	1082.5
8	华润置业	681.0
9	世茂房地产	670.7
10	绿城中国	553.8

数据来源:克而瑞 CRIC 系统 单位:亿元

土地难再“套牢”开发商

数据显示,2013年上海经营性用地出让面积达到859万平方米。其中,五家千亿房企(除万达和碧桂园两家在上海没有住宅用地的房企外)共计拿地279.9万平方米,这一数字环比2012年上涨了151.4%,远超同期全市土地出让面积70%的涨幅。在拿地资金方面,2013年“千亿房企”在上海土地市场的“花销”总计达到了321.2亿元,远超前年的241.3亿元。

2013年全国土地市场的火热很容易让人联想到2009-2010年间的“抢地热潮”。彼时,全国各处地王不断涌现,土地市场空前火热。然而仅一年后,限购等调控政策使得楼市一蹶不振,之前高价囤地的各大房企纷纷被手中的“地王”套牢。

又一波“购地潮”之后,各大房企会否再次被“套”?

从“资金链”来看,这种风险再现的可能性并不大。数据显示,2013年前11个月,40家上市房企的融资总量达到了2080亿元,同比增长85.7%。与此同时,随着企业规模的扩大,融资成本也会逐步减少,这使得大型房企的融资难度相对较低,资金链也更加牢固。

融创中国去年的业绩达到了508亿

元,位列全国房企第11位。融创董事长孙宏斌近日表示,13年房企平均的融资利息在13-14%左右,而融创是10%。随着融创的不断发展,14年有望再度降低融资成本,将利息降至9%。

“高周转”带来“好业绩”

2013年“捷报频传”的背后,是房企提高开发频率、加快周转速度的模式升级。

数据显示,2013年业绩超千亿的房企平均开盘速度均在10个月以内,而2013年初增加的土地储备也有相当一部分在年内便进入了市场,平均开盘时间在8个月左右,比往年明显缩短。

从具体城市来看,地价高涨的一二线城市项目开盘速度明显快很多,在上海,万科、中海、保利等房企都采取了“短、平、快”的开发模式,绿地集团的最快开盘速度则达到了令人瞩目的6个月。

克而瑞上海研究机构总监薛建雄认为,随着房地产行业的快速发展,房企面临的市场环境也愈发复杂多变。开发周期越长,房企开发风险越大。2013年,为了适应市场的变化,企业纷纷对产品线进行调整,以此加快开发速度。

丰富“产品线”备战2014

土地市场作为楼市的晴雨表,清晰的展现了“千亿房企”在上海的战略布局。

数据显示,2013年千亿房企在上海共摘得12幅楼板价在15000元/平方米以下的住宅地块,总计113.5万平方米。其中,恒大地产2013年拿下的5幅地块全部位于松江、嘉定等区域,平均成交楼板价为12472元/平方米。此外,中海地产也在7月摘得一幅位于松江的宅地,楼板价为10028元/平方米。

如果说作为上海楼市的“新人”,把刚需产品作为进入上海的“先锋”只是延续了恒大在其他城市的成功经验的话,那么一直专注于开发中高端楼盘的中海地产开始布局刚需市场,就更加明确地体现了房企调整“产品线”、加快周转速度的战略布局。

另一个有着明显转型“意图”的便是万科。虽然2013年公司在上海仅摘得两幅地块,但其用途均为“住宅和商业”。万科于去年提出的“做城市配套服务商”的全新定位,有望在今年迎来第一批成果。

对房企来说,“千亿”只是一个数字。无论是对“千亿”已不新鲜的万科、绿地,还是刚刚跻身千亿俱乐部的恒大、中海,都开始跳出数字,调整自身战略以应对新的一年。

抢占轨交16号线第一桶金 印象生活广场热销解密

进入一月,上海新开盘数量和销售业绩较上月均有大幅下降,然而占据了“自贸区”和“16号线”双重利好的楼盘却依旧火爆。1月11日,位于浦东周康板块的印象生活广场开盘,并在三小时内去化了超过7成。

现场直击:百组买家争先抢购

早上8点,印象生活广场售楼处门口已经排起了长龙,道路两侧停放的车辆一直延伸到路的尽头,等候区内已坐满了前来选房的客户。

虽然此次开盘将根据客户登记号顺序选房,但还是有很多客户6点前就赶到现场。早上9点开盘后,售楼处现场已经被挤得水泄不通,两小时后,销控表上已是一片飘红。

那么,究竟是什么让印象生活广场在“冬歇期”仍受到如此追捧?带着疑问,笔者



采访了销售人员和一些前来认购的客户,总结出项目的热销原因。

■热销密码一 洼地入手 前景可期

印象生活广场项目拥有以公路、轨道及桥梁构成的立体交通系统,轨道交通11、16号线已经建成通车,使得附近居民

更加快捷抵达上海各大重要核心。中环线、外环线,便捷通达浦江两岸。

作为传统的中央居住区,印象生活广场周边各项生活设施齐全,城建配套完善,商业中心成熟。教育方面,已经有复旦附中康桥学校和师大附中周浦学校,形成了完善的教育体系。

■热销密码二 低总价 不限购不限贷

印象生活广场两面临河,景观绿化率较高,无论居家还是办公均可。项目总建筑面积9.1万平方米,其中商业1.08万平方米,餐饮5600多平方米,金融商务楼4.8万平方米。主要由3幢LOFT公寓、1幢星级酒店、一座拥有室内游泳池、网球场等健身功能的1800平方米会所和14600多平方米的商业组成。

本次开盘的40-60平方米精装

LOFT-SOHO层高达4.5米,总价80万起,不限购、不限贷,自住投资均可。

相信随着上海城市建设的各项利好不断释放,项目的价值前景可期。

■热销密码三 国际级规划配套

印象生活广场选址周浦,位处浦东正中心,东接浦东机场、迪斯尼,西联陆家嘴、前滩等势能中心。随着自贸区板块辐射效应,迪士尼国际旅游度假区也逐渐成形,另有奥特莱斯、百联集团也将在秀龙地块建设世界一流购物中心。

同时项目紧邻上海最大的国际医学园区,园区已有世界500强的西门子、上药集团等医疗器械及生物医药公司进驻,为板块导入了大量的高素质人才。高素质人才的涌入,以及大型开发商的发力,使得板块国际住区加速成型。(谢会永)

偏听则暗,
真相始于足下。
我相信,
文字的力量。
我是《地产品》



暗访是家常便饭,自富美是职业伪装,与销售拉锯周旋,与购房大军共赴一线。

《地产品》是发现传媒独立运营的地产专业杂志。创刊三年多来,深受上海购房者、房地产界认可和关注。每月初出版发行。



Classic地产品

021-5404 8951

189 1626 1796

国内统一刊号:CN32-1738/G