

上海楼市 2011 年度 深度盘点



> 品牌

这一年,有落寞背影,有鲜活新势力——

房企洗牌: 新生代抢班夺权

地产评论员 冯燕

远洋、合景踏足申城 新势力跃跃欲试

2011年,各种“门”困扰市场,诸多股权转让令市场观感“凄凉”。但重估2011,调控背景下大浪淘沙,部分老牌房企的举步维艰已是事实,而也有一些新布局上海的创新型开发商,以全新的理念和模式,把握住了新时代的话语权。

2011年,当别人在惨淡的市场前退缩时,它们加入上海,并靠自身实力和产品优势,成为不可阻挡的上海新势力。

2011年11月,上海远洋7号面世;2011年12月,远洋·博堡即将面世。

2011年,是远洋地产与上海“亲密接触”的时间,作为一家外来房企,逐鹿上海的首战就遭遇一个“严酷的节点”也许并不理想。但远洋地产上海总经理在接受媒体采访时的一句话,显示出远洋作为上海新势力的十足信心——“我们要做的,就是靠产品本身的魅力来征服上海”。

远洋南下,合景泰富则北上。2011年,首度踏入上海的合景泰富,则用大气魄实现五大项目同时运作,显示出了这位岭南系大佬的实力。

而其坚持以中、高端住宅物业为主,并扩大商业地产的比重,以平衡盈利组合,分散投资风险等审慎做派,也让合景在目前的市场环境中更有把握。

新城、万达逆水行舟 成就十强“新生代”

2011年,当人们裹足不前时,它们却以深耕上海的决心,以过人的胆略布局谋篇,由此它们成为上海房企成交十强榜单上的“新生代”。

在笔者获得的一份截止目前为止(12月23日),房企上海销售业绩排行榜上,新城地产赫然在目,成交金额排名第七位,排名第八的是大连万达。

笔者搜寻到的关于去年房企上海销售十强中没有新城地产,

没有大连万达。在2011年成交连续走低的市场环境中,它们为自己赢得荣誉。

“我们不希望成为老虎、猎豹,而是希望成为骆驼,有耐力,可以走过沙漠。”新城董事长王振华的这句话对于新城的2011

是最佳的总结。

大连万达也属于十强“新生代”。虽然在国内,万达可谓当之无愧的商业地产大佬,但在上海,其动作并不多。

2011年,江桥万达和宝山万达的相继面市,向人们证明了什么

是万达速度,什么是区域价值提升。

金地闯入前四名 “大牌”亦有新作为

2011年的上海,有一些大牌在消沉,还有一些在坚守、创新。它们不应该被称为新生代,因为它们早已功成名就。但它们依然保持着对市场的敬畏,对创新的执着,由此,即使在弱市中依然保持甚至超越着自己的江湖地位。

同样从榜单说起,金地一直在十强内,去年它排名第八,2011年则是第四位。

与别人的标准化制作、高速周转不同,作为金地高端豪宅的“天”字系列今年在上海风生水起;而金地并不只做高端,代表金地刚需产品实力的“褐石”系列金地艺境项目今年的表现更为抢眼,只要金地艺境推盘,定能热卖。

丰富、高品质的产品线,令“大牌”金地始终可以在市场中“轻盈”地躲闪腾挪,而这是一种智慧。



[案例]

新城地产: 深耕上海 决战森兰

自上世纪九十年代创立至今,新城地产专注于长三角优质住宅产品的打造,业务涵盖常州、上海、南京、苏州、昆山、无锡等城市。无论是不同城市间的辗转,还是不同客群的变化,良好的产品品质赢得了广大业主的普遍认同,这就是新城地产掌握新时代话语权、在不同城市都能走到行业前列的秘诀。

在上海,新城地产这几年的表现尤为抢眼。从前两年的嘉定新城到如今的浦东森兰,新城地产的足迹从西至东。

而其产品线也从贴合普通客群的“幸福启航”系列提升至满足高端人士的“幸福尊享”系列,新城地产在上海高端楼市的口碑也从上月遭疯狂抢购的南翔新城公馆一役中获得证实。

2011年岁末,位于浦东森兰国际社区的新城碧翠即将开盘。楼市如战场,这一次新城地产是否能笑傲群雄?我们将拭目以待。

点评:作为区域开发商,新城以深耕上海的决心,以“幸福”系列的品质赢得市场认同,而丰富的产品线也令新城可攻可守。

瑞仕品牌: 精品地产 玩转别墅

2011年末,经过多年品牌与经验积累,瑞仕品牌缔造者城建置业首个别墅项目——安亭瑞仕华庭在嘉定登场。它的出现不仅打破了嘉定目前既有的高端板块格局,同时还填补了西上海门户无高端成品别墅社区的空白,由此其市场地位与区域价值得以确立。

上海房地产圈中,瑞仕品牌始终凭借着稳健和品质的总体基调,扎实开拓着精品地产路线。从最初古北瑞仕的开篇,已确立了上海高标准社区的典范;而后,金桥瑞仕与大宁瑞仕又相继推出,无论是金桥瑞仕作为浦东国际化社区与高成长性的标志,还是大宁瑞仕花园以创新产品力与市中心地段内外兼优,都不约而同成为各区域与板块消费者购房推崇的首选。

这次,安亭瑞仕华庭的亮相又掀起别墅市场对产品格局的重新思考,执着于精品地产的瑞仕品牌这次也许要玩转别墅界。

点评:瑞仕品牌始终凭借着稳健和品质的总体基调,扎实开拓着精品地产路线,这次选择在嘉定推出别墅,意欲填补区域空白。

中星集团: 转型受挫 成交受阻

作为老牌的上海本地房企,中星集团二十多年来一直坚持“建造让老百姓买得起的精品住宅”,成为上海各区域刚需客群非常信任的本地房企。

近几年,中星集团谋求转型,开始涉足高端地产,位于虹桥路的高端公寓中星美华村、旗忠板块的独栋别墅中星红庐,以及位于佘山别墅圈的中星佘山溪语,于近一年相继开盘。

但据网上房地产统计,去年开盘的中星美华村至今去化仅三十余套,而中星红庐作为旗下最高端项目,开盘大半年以来,即便成交均价一路调低,即便请陈道明代言,市场却少人问津,截止发稿前登记套数仅为8套。另外,佘山溪语开盘至今,则受到佘山板块近年来高端竞争惨烈影响,在项目本身缺乏说服力价值下,目前仅售出3套。

从目前来看,唯一的利好则是几处高端楼盘的土地成本相对偏低,中星红庐折合每平方米的成本是1万元左右,仅为售价的1/5。预计在未来的高端楼盘竞争中,价格战或是中星集团的大利器。

点评:作为老牌房企,中星曾有极高的刚需认同度。但在目前市场压力下,中星的转型之路受挫。未来,降价或成其主要出路。