

闽系解密:他们缘何“底气十足”?

□地产评论员 陈程

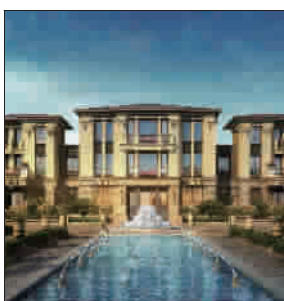
■产品解密



融信澜郡



运河岸上的院子



阳光城·花满墅



正荣润园

【阳光城】产品系“接地气”

阳光城集团的产品以住宅、商业两大品类。阳光城的产品分为城市豪宅、浪漫城邦、时尚公寓、生态别墅、商务办公、商业综合体和星级酒店七条产品线,基本涵盖了房地产市场主流消费需求的多种业态。

阳光城不同的产品系呈现出不同的产品风格。以浪漫城邦为例,这个系列的产品以文化品味和自然需求为主要卖点,希望将产品的特点融入当地的气候,人文环境中。11月16日,位于美兰湖板块的阳光城·花满墅项目示范区正式对外开放,花满墅作为阳光城集团在上海拿下的首个地块,也成为了阳光城旗下首个正式登上上海的产品,该项目为法式纯别墅项目,包含类独栋和叠加别墅两种产品类型,总价450万到1200万之间。据阳光城上海公司营销总监季兆朋介绍,项目基于美兰湖板块的区域特点,将整个社区打造成法式皇家园林风格,亦不失欣赏东方园林的精致有趣。案场售楼员表示,花满墅类独栋面积268平方米,实际使用面积达600平左右。而叠加别墅面积175-185平方米,实际使用面积300-350平方米左右。

【融信】品质与上海“接轨”

从融信第一城到融信三味书屋,从融

信宽域到融信西班牙,这家福建本土的房地产企业以精细化产品赢得了福建本土市场的认可。融信目前形成了精品住宅、滨江胜景、自然珍藏、商购中心、五星酒店等产品线。

融信的产品开发着重强调品质,其集团基于“融铸诚信、造有情房”的开发理念,打造出多个受市场追捧的产品。融信集团的某位负责人曾经表示过,“在产品发布前期所做的宣传,后期不管成本增加与否,我们都会将这种承诺兑现到位”。事实上,融信也确实做到了这一点。位于福州的融信·大卫城,为了追求社区的园林景观曾追加四亿元成本;融信·澜郡为了保证居住舒适度,在寸土寸金的福州鼓楼中心让出近百米楼距。此外,世欧·上江城在福州首次将Low-E玻璃用于住宅项目。可以说,融信目前打造产品的能力和产品品质与上海市场几乎没有差别。对于品质的追求也让融信站稳了福建本土市场,2012年,福州区域全年销售额达65.56亿元位列福州市第一。

【正荣】形成“正品”风格

正荣集团目前的产业分为地产开发、商业运营和物业服务三大类。在房地产开发领域,其集团产品设计都市商业综合体、大型复合社区和高端商品住宅的开发。其目前在福建、江西、湖南、江苏等地开发了大量的房地产项目,其产品

以“领先设计,人文关怀,精品住宅”为基础开发理念,形成了独特的“正荣风格”。以位于福建的正荣·润园为例,该项目从选址、景观和产品自身的打造上都体现出正荣的开发理念。产品运用领先开发理念,以“art-deco新古典主义”为建筑风格,从建筑学角度看,这种风格强调出建筑物拔地而起的挺拔气势和次序、规律、统一的空间美学概念。据了解,该项目去年首次开盘便去化9成,市场选择更是看出了正荣在福建本土的产品力和品牌影响力。

【泰禾】发扬“院子”精神

泰禾不仅在拿地上大手笔,在产品的打造上也秉承了闽商的“舍得”的特质。泰禾集团早在2002年就已经进入北京市场。泰禾集团在北京开发的独栋别墅泰禾红御项目和运河岸上的院子别墅项目也因独特的卖点受到市场广泛关注。以运河岸上的院子项目为例,为了将中国庭院概念完整的表达出来,打造出北京城少有的中国大院式别墅,泰禾集团花费了巨大的财力和精力。据泰禾集团总裁助理沈力男介绍,泰禾给院子配备了大宅门,浮雕用的是河北曲阳的手工浮雕,这是明清两代专门给紫禁城做浮雕的工艺。同时,为了把过去皇家园林院子的很多元素用在了大宅门上,材料上一部分使用了珍稀的火山岩。其对于产品的高标准要求,也收获了北京高端市场的认可。

■资本解密

福建房企十年发家史

1998年,房改制度从试点到全国范围内推广,沿海一线城市的房地产行业开始起步,被压抑的住房需求开始释放,空气中飘散着从体制中松绑的活跃气息。

就在这一年,欧宗荣发现了时局的变化,他将福建、江西等地陆续创办的全资企业整合,成立正荣集团,出任董事会主席,从过去单纯承接市政工程向房地产开发过渡。

2001年,欧宗洪创立莆田市交通房地产开发有限公司,从“高速公路建设领域的行业排头兵”转身介入房地产开发。2003年,他创立福建融信房地产开发有限公司,出任董事局主席,全面进军福州房地产市场。

直到2003年,福利分房、房改房的残存依然影响着福建商品房市场,金融领域也未完全融入,然而这一切并不妨碍福建房企的热情,大多数有实力的福建企业都从这一时期发迹。

2004年,海西经济区的构想首次被公开、完整地提出。2006年,十一五规划中出现了支持“海峡西岸”经济发展的字眼。虽然这一年全国的房地产调控从指导性意见转向了实际操作,却丝毫没有减退闽系房企建设海西经济开发区的热情。

2008年,国家正式批复了海西城市群的发展规划,福建省的房地产行业迎来了历史上的一个峰值。《福建省统计年鉴2010》中显示,2008年福建省房地产施工面积达到11459.72万平方米,远高于上一年的9651.58万平方米。不过也在这一年,受市场规律影响、宏观调控政策以及国际经济气候影响,福建市场总体呈现“需求疲软、交易持续萎缩,房价涨幅回落”的调整格局。

直到2009年,福建房地产市场才重新蓬勃发展起来,全年商品房销售面积2723.23万平方米,销售额达到1477.83亿元。这两个数据都成为了此前十年的最高峰。

部分闽系房企规模

宝龙地产	建发股份
上市代码:01238.HK	上市代码:600153.SH
港股市值:65.17(港元)	总市值:160.22
净资产:164.4	净资产:11.42
总资产:444.7	总资产:708.33
阳光城	禹洲地产
上市代码:000671.SZ	上市代码:01628.HK
总市值:106.49	港股市值:64.97(港元)
净资产:26.50	净资产:71.09
总资产:246.89	总资产:260.15
泰禾集团	金辉集团
上市代码:000732.SZ	上市代码:00137.HK
总市值:106.7	市值:9.01(港元)
净资产:30.41	净资产:11.65
总资产:298.60	总资产:113.75

单位:亿 币种:人民币(除特别标注外)

■性格解密

第三代闽商更强势

阳光城集团主席林腾蛟、融信集团主席欧宗洪和正荣集团主席欧宗荣均生于“70、80年代”,因此被称为第三代闽商。受时代变革的影响,这一代闽商不仅沿袭着闽商“善观时变、爱拼会赢”的传统精神,切行事风格也更鲜明和强劲。

如果说宝龙集团董事长许健康属于第二代闽商,乐于开拓且风格稳健。那今年活跃于上海房地产市场的闽商就大多属于第三代闽商群体。许健康曾表示,因为看见了香港、澳门房地产市场泡沫后长达十年的萧条,他对于投资内地住宅市场慎之又慎。而今年进军上海的闽系房企中,在土地市场的表现则直观体现出第三代闽商的特质。他们在土地交易市场力压万科保利,高溢价拿地,从某种意义上说,70后闽商颇具赌性。

业内分析认为,低资产,高负债的拿地,会给企业资金链造成巨大风险,在经济发展状况良好的情况下,他们会迅速成长,资产规模也会迅速增长;如果宏观经济出现问题,他们也必定首当其冲。对于今年大举拿地豪赌未来的闽商而言,这几乎是一把达摩克利斯之剑。

泰禾集团无疑是闽商中最“凶猛”的代表。10月30号,泰禾集团第三季度报出炉。报告显示,2013年前三季度泰禾集团营业收入总计62亿元,总资产负债率较上一季度报增长了接近2个百分点。他甚至还多次在公开场合提出了连续三年100%销售增长的目标,去年64亿,今年争取200亿,明年力争500亿销售额。

即便如此,在一些闽商眼中看来,泰禾集团的做法并没有什么不妥。著名历史学家胡沧泽教授指出:强悍拼搏甚至敢于冒险犯禁,是闽人性格的主要特征,狼的血性和韧劲在福建人身上处处体现。

业内人士指出,闽系房企疯狂拿地,其资金来源除开银行贷款和信托以外,福建本土发达的民间借贷或许也是闽商强势扩张的一个重要原因。

在许健康眼里,新一代闽商敢做敢拼,成功的几率很大。对于敢冒险的第三代闽商而言,他坦言看好。

著名房地产专家蔡为民认为,福建房企在上海大肆扩张确实存在“赌一把”的心态,不过“机遇肯定大于风险”。