

新民楼市

新民传媒策划 2015年12月17日 星期四 责任编辑:沈琦华 视觉设计:薛冬银 编辑邮箱:caij@xmwb.com.cn



盘点 2015

之 主角与主场

2015年,行业格局继续演绎“强者恒强”。

房企的心态在变——有人继续做精做深,有人则转身离开;有人“爆发”成为年度主角,有人则低调图谋未来。

房企的路径在变——养老、旅游、产业地产,代建、轻资产、海外拓展,还有社区服务增值、互联网思维……

发展的阶段性瓶颈、楼市的跌宕,需求的潜力、业绩的上扬,所有的所有,都令开发商为之“动”。

深耕扩张,创新转型,白银时代,行业希冀获得更多能量源。

这一年,“强者”逻辑加固

2015年,行业分化加剧,有的房企业绩实现了“快跑”,有的则因为亏损而选择了退出。业内人士指出,即使是在成交完美逆袭的今年,行业竞争依然激烈,房企分化依然在继续,而“强者恒强”也越发显现。

□地产评论员 蔡琦雯

龙头房企“提速”

在年终冲刺阶段,企业销售业绩持续增长,11月份房企的销售业绩普遍向好。据亿翰智库于本月初公布的2015年1-11月中国典型房企销售业绩榜单显示,万科、绿地、恒大、保利、中海、万达以及碧桂园7家房企前11个月的销售业绩均超1100亿元,同时,销售面积也均超过1000万平方米。

事实上,今年龙头房企一直在“快跑”,千亿房企阵容虽和去年相同,都为7家,但是突破千亿的时间比去年提前了两个月。数据显示,排名前6位的房企早在10月底就都实现了千亿销售规模。并且,排名越靠前的企业其业绩增长速度大多越快。

“房地产企业正在进行一场结构性分化的变革,‘强者恒强’的法则也得以彰显。”亿翰智库上市房企研究中心主任张化东表示:“今年龙头房企的销售情况整体好过去年,尤其是重点布局一二线城市的房企。”

数据显示,万科11月卖出241.1亿元,环比上涨了1.95%,有机构预计万科年底销售额仍将维持在200亿元以上,全年销售目标有望达到2500亿元。恒大11月卖出近180亿元,前11个月销售金额同比2014年大增3成多。

有房企人士表示,今年以来百强房企的市场占有率增加份额又提升了3%左右,未来

房企分化将更为加剧。

抓住了城市“发展红利”,赢得了先机。”

开发商选择分化

对于房企在今年出现的变化,易居(中国)控股有限公司执行总裁丁祖昱表示,最核心的变化就是对市场、对未来、对趋势、对模式没有共识,有的要退出,有的要做大,有人做多元化,有人说只坚持房地产。

的确,行业分化加剧的这一年,部分开发企业选择了退出。

11月30日,浙江广厦发布公告称,在未来三年内逐步退出房地产行业,实施战略转型的第一步;近日,中茵股份拟置出部分重要房地产业务子公司,交易完成后将逐步完成房地产业务的全面退出。

但更多的品牌房企选择深耕,坚守产品理念,进一步做大做强。

12月10日,闽系房企金辉以28.15亿元,在21家房企中杀出重围,竞得上海闵行区莘庄镇地块,显示了其进一步扩张的决心;一向低调的金地,在今年4月拿下松江新桥地块后,近日拿下普陀区商办地块更是被业内热议,也足见其深耕上海的用心。

正如金地集团华东区域地产公司副总经理陈喆所说的:“无论楼市怎么发展,产品始终是根本,我们不会改变自己的既定战略、目标和动作,我们会跟着自己的节奏去做。”

上海链家市场研究部总监陆骑麟指出,当下,不乏房企选择积极扩张,“部分外来房企更是

“主角”上演好戏

前述榜单数据显示,前十一个月,已有保利、龙光、中国金茂等6家房企提前完成了全年销售目标。另有恒大、龙湖、首开、中海等8家房企完成了年度销售目标的90%以上。

其中,中国金茂可谓今年上海楼市的“主角”之一。从方兴地产到中国金茂,其在今年上半年推出的大宁金茂府项目不仅赢得热销,更聚焦了全上海的关注,业绩上涨的同时品牌影响力也大为提升。

中海地产今年业绩表现也颇为不俗,截至11月中旬即完成了全年指标的95%。今年其在上海也大有动作,中海悦府、中海紫玉豪庭、中海寰宇天下、中海万锦城、中建大公馆五盘联发,都取得了不错的成绩。下半年,中海寰宇天下主推的150平方米大户型更是备受市场青睐。

无独有偶,九龙仓今年的表现也较为抢眼。其位于陆家嘴核心区的九龙仓滨江·壹十八,9月低调开盘,首开10天速销近20亿元;11月应市加推。据悉,下一步项目还将加推精品房源。

不过,上海中原地产研究咨询部高级经理卢文曦表示,从今年房企的表现可以看出市场背后的理性。“虽然部分房企业绩‘飘红’,但是拿地趋于保守,联合拿地的现象有所增多,布局上也趋于较为‘稳妥’的一线城市。”

▶ 样本

华侨城:经典项目成就佳绩

深耕上海多年的华侨城,今年获得了不俗的成绩。

作为上海市中心多年来罕有的成片综合开发项目,华侨城苏河湾年初以行政公馆新品亮相之后,就始终保持良好势头,而随着多元化产品形态的陆续问世,更进一步刺激市场需求。同时,华侨城·十号院作为华侨城30年扛鼎之作,自5月开盘以来,一度领跑上海高端别墅市场。

明年,经过10年开发的浦江华侨城主要销售产品仍旧是十号院,380-680平方米独栋别墅是诠释浦江华侨城多年精工最有力的载体。

宝龙地产:加码上海,深耕长三角

宝龙地产在“以上海为中心,深耕长三角”的战略引导下,近日以12.22亿元竞得宝山商办地块,据悉,这是宝龙地产在宝山的第二幅地块,也是其上海布局的第十个项目。

虽然已是年底,但是宝龙仍未“休息”,迎来了密集的2015年底“开业季”。继11月27日奉贤宝龙广场盛大开业后,上海的宝龙天地商业街、宝山宝龙广场、临港宝龙广场、宝龙丽笙酒店、浙江萧山宝龙广场等将陆续开业运营。

在时间上,宝龙抢先启动了明年的“战场”。此外,宝龙还通过整合文化艺术资源,实现与地产业务的完美融合。

阳光城:业绩提升,积极扩张

近年来,新涌入上海的房企中,阳光城的表现当属“领头羊”。

其在上海的阳光城·愉景湾、阳光城·丽景湾、阳光城·MODO等多个项目持续获得热销,这也验证了客户对阳光城高品质产品的认可。据亿翰智库发布的数据显示,2015年1-11月,阳光城销售金额265.5亿元,排名第22位,已经超出去年全年230.7亿元的销售总额。

此外,阳光城还在积极扩张。今年8月,其以17.3亿元夺得杨浦区平凉社区地块,溢价率59.6%,成交楼板价49236元/平方米,成为市场焦点。今年,阳光城还首进北京市场。