



盘点

2015

之 主角与主场

# 这一年,地产“江湖”再塑

今年,在“把房子卖好”的同时,创新转型也成为房企关键词。诸多房企或在产品端谋突破,或创新运营方式谋求新的盈利点,或拓展互联网思维……虽然一些模式尚处于初级阶段,但也显示出房企对于未来发展方向的探索和思考。

□地产评论员 蔡琦雯

## 转变产品谋拓展

近日,恒大斥资1600亿元打造的中国海南海花岛,引爆上海市场。据悉,海花岛规划的国际购物中心,汇聚300多家国际奢侈品牌,同时拥有总规模10万平方米的国际旅游海岛商业街区。

事实上,近年来,旅游地产、养老地产、产业地产等多种物业类型不断涌现市场。

据相关机构统计,目前排名前20的房企,有一半以上涉足产业地产,包括万科、绿地、富力、碧桂园、世茂、招商、绿城等。如今,万科在北京的幸福汇等项目中,均可见到养老地产的影子。此外,今年诸多房企还加码“出海”。有媒体报道,2015年中国房企海外投资总额或超250亿美元。

“其实产业地产的产品标准更高,进入门槛并不低。”易居智库研究总监严跃进指出,之所以房企纷纷转做产业地产,与较低的成本不无关系。

对于养老地产,上海中原地产研究咨询部高级经理卢文曦则认为,目前,在养老地产领域,探索实践者众多,然而成型者寥寥。

“目前传统住宅市场供需趋向平衡,房企产品的转变变得非常重要。或出海、或做养老

产业地产,都是转变的手段,但是究竟哪种转型能获胜,还得由市场决定。”同策咨询研究部总监张宏伟表示。

## 创新赢利点

今年,“轻资产”作为一种运营思路,越来越受到房企青睐,不少房企希望以此寻找新的盈利点。

今年8月,绿城方面就表示要做强做大“轻资产”的代建业务。万达今年也喊出“轻资产”转型,按万达集团董事长王健林的话说,这是万达的第四次转型。王健林表示,房地产高利润时代已经过去,重资产模式虽然还能发展,但难度在加大,要快速扩大规模,就要转型轻资产。

据称,2016年计划开业的50个万达广场里,超过20个是轻资产,2017年以后,万达将保持每年至少开业50个万达广场的速度,其中40个以上是轻资产。

在社区服务上一些开发商也另辟蹊径。彩生活的不俗业绩让众多企业纷纷效仿,目前,万科、碧桂园、保利、富力等品牌企业发表了计划将旗下物管公司分拆上市的意愿。

另外,值得注意的是,开发商主导的众创空间也在显著增加。目前包括万科、SOHO中国等房地产开发企业均已启动众创空间战略。

“随着自主创业概念的提出,初创型公司对于办公产品的需求量也会日益增长,这对开发商来说是一个开辟全新业务的机会。”卢文曦指出,但众创空间还属于新产品,其在设计、运营方面也给开发商带来了诸多挑战。

## “触网”模式加深

2015年,互联网思维被嫁接在诸多领域,房地产行业也不例外。

同策咨询研究院发布报告指出,现今房

地产公司“触网”模式有促销型、理财型和平台概念型等,其中促销型“触网”模式是目前较多房地产企业嫁接互联网的方式,发起方最核心的诉求就是促进销售,同时也起到推广的目的。

今年“双十一”期间,中国金茂就利用互联网,策动“光盘节”,据称,当天企业销售额达到41.88亿元。

不过,卢文曦也提醒,如果只是把互联网思维当作房地产企业营销的噱头,那么现在既有的竞争优势,可能在瞬间就会被改变甚至逆转。

事实上,“房地产+互联网”的模式远不止于此。以万达为例,在商业营销方面,万达通过电商线上资源的运用,提前蓄客,为万达广场带来了充足的客源;而在客户需求方面,则通过大数据对客户特征及消费习惯等进行分析,从而进行更加有针对性的推广。

还是中国金茂,今年5月其联手腾讯发布了“智慧家”战略,触及产品端和服务端的互联网结合,推出“2+X”,即“硬实力+软实力+云服务”,创立“智能社区”产品,利用互联网对产品端、服务端进行创新。

2015年,房企“触网”模式在加深,在不断从注重网络营销向提升服务能力方向转变。



▼

对话房企

## 回归居住本身才是王道

宝华集团副总裁 杨健

2015年楼市可以说是“喜忧参半”,对于一线城市和个别二线城市来说,是喜,量、价都有一定的攀升。然而对于三、四线城市,忧更多,库存仍然较大,存在一定压力。

今年高端市场迎来“爆发”,宝华也是蓄势待发,在上海推出的多个中高端产品,都获得了较好的成绩。

楼市发展过程是波动的,即使是今年也并非始终保持上涨态势,在年初和7、8月份也出现过调整,因此明年的市场不见得会下调,总体还是会趋稳。但是,高端需求经过今年的爆发,或许会进

入积累期,明年有可能出现“停顿”。改善型需求有望持续上涨,两房、三房、小四房产品或许会成为明年市场的主打。

对于房企而言,应该时刻关注市场,跟随市场变化而作出应对。要做出符合未来客户需求的产品,严格把控质量之余注重提高居住舒适性,并提高社区的整体品质,回归居住本身才是王道。

## 顺应市场做精做大做强

金地集团华东区域地产公司副总经理 陈陆

“好,很好”,这便是我对今年市场的评价。金地今年也开展了新一轮的扩张,接连在上海拿地,下一步将继续深耕区域。明年,金地上海住宅市场

的业绩目标是过100亿元。

从上海的库存、去化来看,整个市场一直都是相对健康发展的。目前,上海的房价相较北京、深圳等一线城市而言还较低,随着土地成交单价的走高,明年价格上涨将会是大概率事件。因此,从产品角度而言,为了控制总价,明年小面积产品或会增多。

但是由于近两年土地供应量的趋少,明年整个市场的成交量或许会有所下滑,当然,这并不是由于需求的减少,而是客观原因所导致的结果。

对于房企,在这样的年代,更应该不断地“求变”。例如金地一直在低调着手创新,创新户型、做定制化、智能化等,做精产品之余打造商业、做社区电商、金融服务……总之,顺应市场做精做大做强,方能制胜。

## 虹口 3Q 创“秒租”纪录

12月8日,继外滩SOHO后,SOHO中国在上海的又一力作虹口SOHO亮相。虹口SOHO位于上海四川北路商圈的核心地段,其建成交付使用的同时,其裙房中的虹口3Q也同期交付。

作为SOHO中国全力打造的新产品、新品牌,SOHO 3Q致力于提供移动互联网时代的高品质共享办公空间。此次亮相的虹口3Q是第八个投入运营的中心。

来自开发商方面的消息称,虹口3Q有660个工位,早在虹口3Q还未正式开业前,预出租率已高达94%,开启“秒租”模式。

而就在不久前,SOHO 3Q与腾讯、绿地均已

达成战略合作。未来,腾讯、绿地将与SOHO 3Q优势互补,强强联合,SOHO 3Q将提供空间设计、施工管理、营销推广、运营管理等资源,与合作方在全国各主要城市建设和运营一批共享办公空间。

自2015年初以来,坐落在北京、上海核心商圈的SOHO 3Q已经陆续投入使用。预计到2015年底,北京、上海两地的SOHO 3Q工位将会突破10000个,2016年将达到40000个。

## 海外地产热度不减

随着人民币国际化进程日益加快,越来越多的投资者开始放眼全球寻找一手的优质资产,与此同时,近年来在相对宽松的货币政策之下,海外资产配置已经成为新热点。

在一场由复旦大学EMBA项目主办和祺翔资本协办的投资海外资产高峰论坛中,复旦大学管理学院朱祁博士指出,英国经济复苏步伐稳健且势头良好。祺翔资本副总裁吴怀民则表示,目前是投资英国伯明翰的时机。其认为,随着高铁的开通,从伯明翰到伦敦只需不到50分钟的时间,一些金融巨头也纷纷将营运总部迁往伯明翰,未来五到十年将是投资伯明翰地产的“黄金窗口期”。由此,位于伯明翰CBD——珠宝区的珠宝峰景项目的推出也受到了市场的关注。

事实上,在开发商频繁“出海”的同时,是国内投资者在全球寻觅优质资产热度的持续。今年7月份发布的一份数据就显示,已拥有境外投资的高净值人群占比从2013年的33%上升到37%。

▼

热点追踪