



七大理由破解末日谎言

理由

1

并购重组、缓拿地少开工……资金

压力并非不可救药：

2012，房企不会破产

地产评论员 冯燕 金喆

银行信贷持续偏紧，房企融资困境已从去年延续至今。更为严峻的是，2012年，房地产行业将有大量债务密集到期，房企资金链或将更为紧绷。在资金链困局下，房企将陷破产潮的说法耸人听闻。但资金链的紧张并不意味着房企的破产，在危局中的自救，降价促销回笼资金、出让部分股权、打包项目出售、转让部分土地……2012年，对于拥有土地这种核心资源的房企来说并不会破产，而会在房地产行业发展的新阶段完成更为理性的发展定位。



为什么说房企不会破产？

@ 任志强：
“房企不存在破产问题”

对于房产企业不存在破产的问题，因为房地产企业所持有的主要是土地资源，所以它可以任意转移，可以通过兼并重组的办法去解决。我们更愿意说它是重组，只能说有洗牌和重组的过程。从过去到现在，我们基本上没有见到房地产业的破产。

@ 陈宝存：
“只要项目还在，房企倒闭的说法就不确切”。

所谓房企倒闭，意思是原有公司股东，资金实力无法延续项目，转而引入新的开发商股东，或者项目整体出让、再融资。但是，项目不死，房企倒闭之说确切。



“钱紧”多因扩张 2012,房企稳中求生

相关资料显示，有约1000亿元规模的房地产基金将在2012年陆续到期，约5万亿元的房地产信托也将在2012年到期。

“在2010年、2011年流入房地产行业的大量资金所形成的债务将于2012年陆续到期，这势必考验房地产开发商的短期偿付能力。”业内人士表示。

对于这样的资金压力，戴德梁行华东区综合住宅服务主管伍惠敏告诉笔者，整体而言，房企的资金链会继续紧绷，但这种紧绷主要体现在市场扩张方面的资金，而非维持企业生存的资金。

受此影响，房企拿地将更为谨慎，开工量与推盘量也将继续下降，专心兑现前期积累的土地筹码、有效降低负债率、提高现金流水平。

万科郁亮也曾就此对媒体表示，楼市调控政策得到了严格执行，银行、信托、融资渠道也越来越紧，“但不会出现很多人所说的房企倒闭潮。”

如其所言，房地产行业最多的还是小发展商，小发展商在压力面前多会停止买地、减少开工等，最后一步才是把公司、项目卖掉。所以不会有大量的房企倒闭，但资金紧张的局面会持续。

汲取 2008 年经验 2012,房企有风险准备

“房企经历了2008年的调控之后，危机意识很强。而两年的市场景气又使大多数开发商都拥有大量现金。”刚泰集团规划投资中心常务副总经理傅强如是表示。这样的说法也得到了很多业内人士的赞同。

合景泰富集团华东区域总经理余耀胜就曾表示，2008年的调控给了他深刻的印象。“当时项目销售情况惨淡，到处都等着用钱，资金链相当紧张，但幸好最终还是挺过来了。”

而正是因为吸取了2008年的经验，使房企在面对2012年时有了更多的风险准备。

以合景泰富为例，调控伊始，其就调整了年度的销售计划，从土地的购置、工程的开发规模等都进行了较好的控制。同时，合景也选择和一些大企业合作开发项目。

在土地市场方面，合景泰富也颇为谨慎，去年下半年合景泰富在土地市场几乎没有动作，这正是考虑到调控对市场的长期影响。

而大连万达集团股份有限公司董事长王健林也认为，2012年整体市场情况比2011年更困难。基于这一判断，万达在2012年集中上演。而对于资金链和经营保持健康的房地产企业，则或得益于土地和产权交易以及可能来临的并购潮。

出让、转型 房企重组并非破产

在面临信贷紧缩、市场预期悲观、存货上升、销售困局等多重困境时，房企压力增大是一个不争的现实。但资金压力并不意味着破产，房企开始通过出让部分股权、打包项目出售、转让部分土地、降价促销回笼资金等措施自救，而这也使2012年，房企并购、重组增多。

1月初，绿城中国通过公司微博发布了4个项目的出让消息，分别为无锡项目、杭州绿城兰园、新华造纸厂项目以及上海东海广场二期。上述4个项目加上之前已经出让的正大外滩地王项目，绿城总共回笼的资金高达13亿元。

而在去年年底，绿城相关人士曾表态，绿城中国需回笼50亿元，以充裕现金流，预计还会有项目“成功出让”。

处于“破产”风口浪尖的绿城，用股权转让、项目出让等形式回笼资金，击碎“破产”传闻。面对未来，宋卫平表示，绿城之道可谓日新进步，在单纯的优惠折扣已经不能满足购买者的同时，房企开始揣摩准购房心理进行推销。

“全市性价比最高的别墅，赠送面积达到1:1”，犹记得去年长泰东郊御园的广告语，定位于经济型别墅的长泰东郊御园抓住了置业者对此类产品的心态，将“高性价比和高附加值”作为营销重点。

产品出新、营销有方……2012开发商“自我救赎”：

2 多年内功助房企走出寒冬

在刚过完龙年春节后不久，就有不少人开始“唱衰”房企：过冬不容易啊！诚然，中国房地产从未遇见过这样严厉的政策调控，但这并不意味着，走过十几年风雨路程的房企会因此束手待毙。从营销、理念、开发模式、人才储备等方面，房企苦练多年的内功，在市场严寒面前，正有了用武之地。

钻研营销，尝试新方

在调控开始施行后的中国地产业，早已不再是简单的“我生产，你购买”的完全卖方市场掌控的模式。市场更精细，买群体层次分明。显然，不少房企也开始注意到这点，针对不同的购买人群，营销之道可谓日新进步，在单纯的优惠折扣已经不能满足购买者的同时，房企开始揣摩准购房心理进行推销。

“全市性价比最高的别墅，赠送面积达到1:1”，犹记得去年长泰东郊御园的广告语，定位于经济型别墅的长泰东郊御园抓住了置业者对此类产品的心态，将“高性价比和高附加值”作为营销重点。

企业站在稳固自身行业的同时，也开始

视明星效应。闵行星河湾在去年进行推广时，就请来了影视明星范冰冰，明星的眼球效应赚足，星河湾的人气更上一层。

除去把握购房者心理进行营销外，以“价格”作为噱头的营销方式也是房企在新形势下的集体思考，比如“电商”这种模式。中国地产刚踏出第一步的时候肯定不会预想到“从0元起竞拍”这种颇具风险的拍卖形式出现。去年，不少房企已经利用这种形式走出一条新的营销之路。

绿城旗下的所有楼盘，万科旗下的24个楼盘，万达广场的SOHO写字楼、商铺等产品，都齐齐上阵易居EJU电商平台，更是有像尚海湾这样的高端楼盘也加入“电商”浪潮。

转变理念，树立形象

房子摆脱了最初让人有个遮风避雨居所的功能后，更多的房企也开始改变理念，于是从单纯造房子到开始造生活。

理念精耕细作之下，人文关怀的味道更加浓厚。明园于去年推出的艺术宅邸涵

向公众透露出一种信心——不止建筑房子，我们还建筑人心。

寻求合作，开发“新大陆”

房企以往单兵作战的模式显然已经过去，更多的房企在新冲击下，开始寻找合作伙伴。

绿城携手上海华彬投资有限公司以24.3亿元共同竞得长风10号北地块；

富力与合景共同拿下的新江湾C5地块破土动工，欲造高端城市综合体；

绿地联合合景泰富共同开发天汇广场项目；

招商、万科更合作推出佘山珑原的高端项目；

……

合景泰富地产集团执行董事、华东片区总经理余耀胜表示：“选择与企业合作，第一时间了解购房者需求及其结构，可以在占领市场上少走弯路，是一个双赢的做法。”

住宅市场的受挫后，不少房企开始进军旅游地产领域。万科、恒大、碧桂园、绿城、雅居乐等房企已经在海南“画地”，龙湖管理层也于去年表示，未来发展的重点之一就是开拓多类地产业态，其中包括旅游及养老地产。扩大生产、拓展地产领域也使得房企结构更稳定、发展步伐更稳健，在地产业遭受挤压的同时迅速实现规模的扩张。

人才储备从大学生开始

逆势之下，人才的储备显得尤为重。似乎是早已预料到今后两年是房地产发展的关键时期，于是一些房企早就开始了筹备人才的行动。

在去年的“十一房展会”上，三湘已经开始人才的培养计划。为开拓一线销售人员，三湘吸纳了不少复旦大学的大学生，通过社会实践的形式，让大学生熟悉中国房地产的现实情况，期望从“新人”的角度为地产营销带来新思维。

景瑞地产董事长秘书许朝晖表示，景瑞每一段时期，都会选择在一流的房企中直接引进高素质人才，为了培养出专属景瑞的优质人才，景瑞每年也会直接在全国顶尖的高校进行公开招聘优秀人才。

绿城最近有点风雨飘摇的味道，但即使如此，还是在其公司主页上发现了大学生招聘的相关页面，而从财务、建筑到营销，给予大学应届生的机会不在少数。

一些地产人曾向笔者透露，最近两年的时间或许是中国地产界最难熬的时刻，因此在这样关键的时候，人才成为房企不可放松的一环，特别是一线的营销人员是目前房企最需要的力量。

2012 房企展望

万科：在确保经营安全的前提下实现增长

万科提出的2012年目标是“公司会在确保经营安全的前提下，努力实现增长。”

去年11月11日，万科总裁郁亮曾发表了他的“过冬策略”：现金为王、积极卖楼、谨慎拿地、精细管理、锻炼身体。

中海：销售目标与2011年相同

近日有消息称，中海地产提出的2012年销售目标是800亿港元，这与该公司2011年销售目标相同。中海相关管理层表示，今年楼市的成交量一定会继续下跌，在这样的市场判断之下，中海地产将预定这样的销售目标。

保利地产：拿地步伐未停

2012年1月9日，保利地产发布公告称，2011年，保利地产实现签约面积650.29万平方米，同比下降5.54%；实现签约金额732.42亿元，同比增长18.80%。在保利各地项目2011年逆势销售的同时，保利并没有停止拿地的步伐，最近一段时间更斥资38亿囤地。被视为看好后期市场。

万达：今年将谨慎投资房地产

1月11日，大连万达集团股份有限公司董事长王健林在接受媒体采访时表示，“对今年房地产市场并不看好，万达已经将投资计划进行调整，以谨慎为前提。”

绿地集团：计划2012年保持20%以上增长

1月17日，绿地集团公布2011年度经营业绩。在调控重压下，绿地逆势实现经营收入超过1830亿元，较上年增长32%，利税近200亿元。公司计划2012年保持20%以上增长，经营目标直指2300亿元。

绿地集团董事长张玉良表示，2011年绿地加大出售型商业办公产品供应，商业类产品占房地产预销售金额近40%，有力支撑了整体业绩的稳定增长。

绿城：首要目标保生存

近日，绿城中国董事长宋卫平在公司年会特刊上发表名为“自助者天助”的刊首语。在反思了2011年的经历之后，宋卫平表达了绿城在2012年的核心战略：在力求生存的首要目标之下，绿城将向轻资产方向发展；已经开始操作的代建模式将得到强化，保障房也将是绿城可能涉及的业务领域；购地开发、商品房开发、中高端等词汇，则从绿城战略中淡出。

合景：保持审慎，销售项目增多

合景泰富表示，2012年将保持审慎，继续提供多样化的产品类型，全年销售项目将由去年的15个增加至19个，覆盖7个城市，并推出上海、海南、苏州及成都的全新项目，期望通过产品及城市的优化，使销售均价增长。