

新民楼市

本报经济部主编 新民传媒策划 2014 年 7 月 10 日 星期四 责任编辑:杨玉红 视觉设计:薛冬银 编辑邮箱:yangyh@xmwb.com.cn



一周成交均价
27593
元 / 平方米
(6 月 30 日—7 月 6 日)

随着气温的逐渐升高,购房者原本就不高的购房热情或进一步削弱,不少开发商在此时很可能进一步放缓入市脚步,从而积极筹备传统的销售旺季金九银十,未来几周的成交量恐怕很难有所突破。

一周商品住宅成交面积 TOP5

项目名称	面积(㎡)	均价(元/㎡)
崧泽华城秀景苑	6291	14999
新湖明珠城	4992	42460
同润山河小城	4370	24017
金山万达广场	3506	11174
金色茸城苑	3497	21419

数据来源:德佑地产市场研究部

本周人气楼盘

嘉凯城·新江湾中凯城市之光
“名师公益大讲堂”火热举办
详见 B22 版

泰禾红御
引领北上海高端置业
详见 B21 版

崧泗天悦湾
打造华东滨海度假首选
详见 B20 版

))) 购房投诉热线

62791234 713 716

即日起,《新民楼市》开出“购房投诉热线”专栏,承接读者对于房地产的相关投诉。
邮箱:xinminloushi@qq.com



新民楼市官方微信账号——
浦江楼市现已开通! 现在搜索微信号:pujiangloushi 或直接扫二维码,带你了解地产那些事儿!

拼量潜规则

2014 年上半年房企销售业绩排行榜单出炉,在偏冷的市场中,各大房企业绩仍有冲高表现。万科“一骑绝尘”、绿地“紧追不舍”,但是在这份榜单背后,又隐藏着什么?房企销量的走高,是对数字的追求还是规模扩张后的必然结果?

半年业绩发榜背后 >> 详见 B18 版 | 房地产不再好玩了? >> 详见 B18 版

做大佬不易,当小弟更难

地产评论员 冯燕

近来,最聚焦的话题是房企半年排行榜,而最话题的房企要属万科。一来,万科半年成绩灿烂,1000 多亿元的成交额,又是第一没跑了;二来,万科董事长王石的一段演讲火热出炉,叹问,“第一固然重要,但第一真的那么重要么?”时间刚刚好。当然了,对于第一,王石表示万科首先考量的是要和中国的转型结合起来,从数字增长型到效益质量型的转换;不过从相关“微妙”表述中可以看出,万科如果不是第一,估计管理层和投资者都不太能接受。这不禁让人慨叹做大佬不易。特别是

对于上市房企而言,投资者、市场诸多压力之下,销售业绩是松不得劲儿的。大佬不止万科。搜房网发布报告称,万科、绿地等 7 家企业继续保持领先地位,并拉大了与第二阵营的距离。拉大了的距离是现象,背后是大佬们孜孜以求的实质。第一阵营内的竞争其实也相当激烈,从数据来看,绿地和万科差距正在缩小,这得益于绿地坚持的转型和“走出去”。2014 年,绿地继续加码海外市场,而其首个海外项目、位于韩国济州岛的绿地汉拿山小镇销量不俗并实现了首批产品交付。不过,要

“强者恒强”之下,房地产行业是否还有机会出现自己的“伏牛堂”?无论大中小房企,都可以凭借着自己的优势在行业中活下去,并活得越来越好,这样的状态或许有些理想化,但听起来不错,不是吗?

完成 2400 亿元的全年销售目标,绿地下半年面临的压力并不小。如果说大佬的不易是纠结于发展问题,榜单所宣称的房地产市场“强者恒强”,则意味着,更多中小房企面临的是更大的被淘汰压力和更难的市场境地。“强者恒强”被数据和言论一再佐证之时,有些事情也许不应该被忽略。有媒体报道称,90 后张天一和自己的小伙伴们靠卖常德牛肉米粉创立的伏牛堂,借助互联网的传播优势,在不到一周时间里就积攒了 2000 名“铁粉”,三个月里开

出两家门店。顺便联想一下,房地产行业是否还有机会出现自己的“伏牛堂”?即使分化加剧,即使会有一些中小房企退出,行业是否还能给予机会?在融创收购绿城的现场,宋卫平曾疾呼,“没有中小企业哪有大企业?”,“中小企业是有源源不断的创造力和原动力的。”借用最近点击率较高的一句话,“人要懂得利用自己的优势”,房企也一样,无论大中小房企,都可以凭借着自己的优势在行业中活下去,并活得越来越好,这样的状态或许有些理想化,但听起来不错,不是吗?