

楼市 甲午 风雪 争锋

从“百亿”之争到“千亿”之战，再到万科、绿地率先迈入“两千亿”门槛，虽然在2014年的大部分时间里市场成交并不景气，但房企竞争的“硝烟”却一直没有散去。

◎地产评论员 孟子谅

龙头之争续演“二人转” 新兴势力布局上海滩

龙头之争： “起步价”见涨

2014年行将结束，房企“龙头”的两大竞争者万科和绿地在业绩冲刺上也到了关键时刻。前11个月，万科销售金额达到1911亿元，虽然距离其年度目标2000亿元仅有“一步之遥”，但“追赶者”绿地在11月的强势表现给万科带来不小压力。

截至目前，虽然距离两家房企最终销售业绩出炉还有些时日，谁能挣得“龙头”之位也尚有一丝悬念。但可以肯定的是，随着两家龙头房企销售业绩一路攀升，房企龙头的“标准”将被迅速提高。

除“龙头之争”外，第一梯队其他房企的表现也不容忽视。前11月，保利凭借全年稳定的表现已完成1199亿元的销售金额，恒大、中海等“千亿俱乐部”成员的销售业绩也稳中有升。

2012年，万科以1418亿元的总销金额问鼎年度冠军，彼时绿地才刚刚迈入千亿门槛，销售额为1078亿元。两年时间，不但“两强争霸”的“量级”已经翻番，保利、恒大、中海等第一集团房企的销售金额也将有所提升。今年前三季度，TOP50房企的销售金额集中度迅速提高，前十名房企的金额占比已从去年的13.77%提升到17.39%。在市场调整、成交不力的2014年，“强者恒强”的局面有愈演愈烈的趋势，行业集中度在未来或将进一步提升。

第二梯队： 大起大落“太刺激”

龙头之争扣人心弦，“千亿房企”格局稳定。而“第二梯队”房企在2014年的境遇则足可以用“大起大落”来形容。

受困于上半年全国房地产市场的萎缩，第二梯队房企的半年业绩普遍并不理想。由于普遍高估了今

年的市场行情，导致多家企业的销售目标完成率都较低，处境尴尬。

然而随着下半年一系列政策的出台，全国房地产市场成交回暖明显，到今年11月，新城、远洋、复地等“第二梯队”房企的销售业绩都得到了较为明显的提升。其中，阳光城凭借下半年充足的货量和快速的产品去化，业绩增长气势如虹。

另外，一些知名房企也频频发力，宝华集团在年底发力高端市场，并赢得广泛关注；而朗诗集团则在开发科技住宅的同时，推出一系列刚需产品并取得热销。在行情降温下，上述房企表现出极强的逆周期抗风险能力，给房地产行业带来一股暖风。

“新势力”： 挤进上海“朋友圈”

随着楼市成交的回暖，上海土地市场也在今年11、12两月出现成交“高潮”。而在这一波抢地行情中，来自福建的融侨集团于12月8日以27.46亿元总价接手了宝钢位于长宁的一处商办地块，“曲线杀回”上海房地产市场。

此外，今年首次进军上海的房企也不在少数。

今年7月，中国电建地产集团以5.6亿元夺得闵行川江社区宅地。同样在7月，来自厦门的源昌地产仅花费10分钟便“神速”拿下青浦赵巷一副宅地。到了8月，嘉定区马陆镇一住宅地块被来自安徽的高速地产集团以11.5亿元摘得。

除土地市场外，今年以云谷周庄为代表的上海周边区域楼盘也积极在上海推广，并取得了不错的销售业绩。

在今年强势布局上海的房企中，既有源昌地产这样的民营企业，也有中民投这样的国企“大鳄”。虽然2014年的表现并不尽如人意，但在开发商眼中，上海楼市仍旧是国内最稳定的房地产市场和最安全的“避风港”。



热点追踪



万科 VS 绿地

截至2014年11月，绿地与万科两家房企前11个月的销售金额基本持平，至此，2014年谁将是中国房地产市场“老大”的讨论到达顶峰。两家房企中，绿地的特点是布局面更广，销售额中海外地产、商业地产的比重更大；而万科的特点则是品牌认知度高、对行业趋势的把握更敏锐。目前，绿地以微弱的优势暂时领先，但是，这是否会最终的结局？答案即将揭晓。



融创 VS 绿城

12月18日，融创、绿城签订了终止绿城股份出售的协议。12月23日，中交集团和绿城及其他关联股东签署股东购买协议，交易完成后，中交集团将成为绿城并列第一大股东，这意味着绿城将再次姓“宋”。但一个值得思考的问题是，绿城将如何保证不会再次深陷危机？毕竟对房地产行业来说，绿城产品的延续，才是这场风波的最好结局。

房企微观察

阳光城集团： 稳增长、调结构、保利润

尽管受政策及市场调整的影响，今年房企的销售普遍遇冷。但阳光城在2014年依然“逆市”跑出了“快而稳”的增长态势。克而瑞发布的2014前三季度房企销售TOP50数据显示，阳光城前三季度完成156.7亿元的销售金额，位居排行榜第29位。

在2012年将企业总部迁至上海后，经过短短两年的布局，阳光城在长三角地区已快速步入收获期，成为企业继大本营“大福建”区域之后的又一业务增长极。其中，位于川沙板块的阳光城愉景湾在今年一经推出便夺得了当月上海销售金额和销售面积的两项销冠。

而2015年，阳光城在上海的货量依旧充足。其中，阳光城丽景湾将开始大量供货，浦东唐镇地块及新获取的杨浦平凉地块也将陆续入市。

值得注意的是，阳光城没有为了追求片面销售业绩增长，而采取大规模“降价出货”动作，而是在保障利润的基础上实现快速销售和资金回笼。阳光城集团日前发布的三季报显示，公司前三季度实现营业收入72.5亿元，同比增长44.23%；实现合并报表归属母公司净利润6.63亿元，同比增长77.58%，多项运营指数优于行业平均。今年三季度报同时预告，2014年归属于上市公司股东的净利润将达13亿至15.64亿元，同比增长100%至140%。

2014 上海楼市年度 价值楼盘

阳光城愉景湾

绿地海城笙晖

宝华紫薇花园

朗诗里程

云谷周庄