



楼市

甲午

乙未

转型

在龙头房企销量节节攀高的背后,今年,行业利润率持续下滑的问题也越发凸显。在此背景下,诸多品牌房企对企业新的利润增长点的探索愈发强烈。

◎地产评论员 孟子諒

老面孔探索新玩法 开发商转型求发展



重商

作为与住宅开发产业链条相近的领域,商业地产历来是房企转型寻求突破的一大重点。今年,众多品牌房企纷纷加大商业地产的开发比重,以寻求新的发展方向。

今年3月底,绿地召开了商业战略推荐会,会上宣布绿地正式将商业地产与住宅地产开发摆上了同等重要的位置。时隔半年多,绿地云天坊、绿地云悦坊两个项目的表现果然“不负众望”,在入市之后双双“热销”。7月26日,华润置地发布商业地产战略,并公布了“中国商业地产领导者”的战略目标。据了解,按照

目前的战略布局和开发速度,2017年和2018年,华润置地将迎来商业项目开业的高峰期。12月,七宝宝龙城市广场亮相,加上今年持续热销的奉贤宝龙城市广场和人气旺盛的虹桥宝龙城,宝龙地产在上海的布局已经达到相当的规模。

而作为业内最具探索精神的房企,万科不仅在住宅市场上称雄,其对服务型商业、体验式商业的摸索也从未停止。

今年11月18日,上海万科广场和虹桥万科中心同时亮相。据称,两个项目将充分展示万科对体验式商业的独特理解,无论是业态、空间还是服务上,都将展示出高效、健康、人文、互动的商业基因。

在商业地产竞争激烈、电商横流的当下,万科提出的商业体验实质上是其住宅开发理念的一种延续。作为深耕上海23年的房企龙头,万科不但具有提供优质服务经验,上海近5万户的业主也使万科拥有了孕育商业地产新模式的土壤。

[点评] 加码商业地产,对于房企来说是一件好事,尤其是有着转型需求的品牌房企。但是,如何做好商业项目对房企来说则是一大难题,旧有的住宅开发思路能否及时转变,从粗放型的开发理念能否向精细化、服务型的理念靠拢,都将决定房企在商业地产领域的成败。



多元化

今年以来,房地产就像“围城”,行业之外的企业想进来“分一杯羹”,而许多“围城”中的房企却开始走出房地产,在农业、医疗、体育等行业展开布局。

今年,复星集团去年提出的“蜂巢城市”计划正式上线,打造出将医疗、地产、金融、健康等资源组合在一起的产城一体化模式。

今年,文化领域成为了房地产开发商“趋之若鹜”的“热土”,万达就在今年加大了文化领域的布局。日前,王健林在接受采访时表达了未来将主题乐园等文化产业项目拆分上市的可能。而深耕文化领域多年的中邦集团也在今年动作频频,11月,中邦集团开启了艺术《家》在地产开发中的创新实践,并有意在未来中邦旗下的每个项目都打造类似的文化配套。

此外,以绿地为首的一批房企在今年还

加大了海外地产的布局。

近年来,恒大地产的销售额一路飙升,而与其销售额同步增长的,是恒大足球的名气。除体育外,恒大目前已经涉及电影、音乐以及农业等领域。

[点评] 随着房企多元化布局的展开,对于“大地产”概念的把控也成为了行业思考的方向,另外,对于跨行业布局能否使房企转型成功,目前仍是未知数。



触网

2014年以来,房地产行业内外众多人士都开始关注互联网对房地产的改变和影响。

在互联网这一领域,今年“最热闹”的当属万科。今年上半年,万科连续拜访阿里、腾讯、小米等互联网公司取经,试图为万科“城市配套服务商”的定位找到增加客

户黏度的最佳方式。在今年7月,万科的智能化社区APP上线,开始了全新商业服务模式探索。

与万科试水互联网社区商业不同,新城则通过互联网与“全民营销”相结合,以促进业绩增长。今年12月,新城经纪人APP登陆上海。该APP基于云信息整合系统,具有全民参与、海量信息分享推荐等特点。

除了万科和新城外,包括世茂、绿城、招

商等大牌房企也纷纷结合互联网推出了云服务。万达、宝龙等也都在商业地产领域展开了O2O等新商业模式的探索。

[点评] 事实上,这些看上去热闹非凡的“触网”大戏其实只是互联网思维的一个表象。对于房地产行业而言,互联网颠覆的是价值创造的规律,是回归商业的本质——真正找到客户的痛点和普遍需求,为客户创造价值。



联姻

作为资金密集型行业,资金是房地产开发行业的中中之重。早在2009年,绿地、复地等房地产企业就已经开始了同银行的合作。今年以来,在房企内外融资环境均趋紧的环境下,

这一需求更为迫切。

去年底,就有万科斥资30亿元入股徽商银行;今年1月,恒大地产则以33亿元收购了华夏银行4.522%的股份,跃升为后者的第五大股东;今年11月,招商地产与招商银行宣布战略合作协议……据不完全统计,截至目前已经有超过30家房企参股银行业。

与资金需求相比,房企“牵手”银行还有着更多的战略考虑。上市银行相关

报表显示,2014年前三季度,虽然上市银行9.7%的净利润增速有所放缓,但16家上市银行在今年前三季度仍实现净利润10073亿元。

[点评] 作为盈利水平较高的行业,房企与银行联姻本身就可以获得稳定的投资回报。但不容忽视的现实是,银行业的净利润已经连续三个季度出现下滑,这值得所有参股银行的房企重视。

房企微观察 万科集团:深度探索 定义未来商业新方向

2013年,万科提出要转型成为“城市配套服务商”之后,其第一代社区商业产品2049五环坊,便已经成为口碑极佳的社区商业典范。一年之后,上海万科再次发力商业地产,上海万科广场与虹桥万科中心彰显了万科对于商业的深度探索以及对自身核心竞争力的追求。

当下的商业地产市场,竞争激烈、库存高企,而上海万科仍选择在此时加码商业布局,其前景如何?就产品竞争力而言,凭借围绕“体验、人、科技”这三个核心打造出的“大商业”,上海万科商业显然已在大步前行。

据了解,在业态的选择上,上海万科广场更注重体验,在服务方面,万科商业一改传统购物中心将服务视作辅助功能的传统,而是将其视作最重要的研发产品,并通过互联网技术,使上海万科广场联动商户,绑定消费者,实现一个平台三位管理的模式。而虹桥万科中心更首创了生活能量补给型商业模式,项目设置了国际幼儿园、室内高尔夫球、精品化的健身会所等配套,结合虹桥商务区写字楼众多的特点,为周边的白领人群提供优质的服务业态。

2014年度价值投资

商业地产

- 绿地云悦坊
- 绿地云天坊
- 嘉誉国际
- 七宝宝龙城市广场
- 奉贤宝龙城市广场
- 虹桥宝龙城
- 新明·KID MALL

