

“2011 中国房地产 500 强”第 33 位及“区域运营十强”第一名

建业综合实力再获肯定 全力实现“历史的跨越”



3月23日胡葆森在500强发布会上发表演讲

3月23日,2011中国房地产500强测评成果发布会暨500强峰会在北京中国大饭店举行,“转型、创新、责任”成为本次峰会主题。《2011中国房地产开发企业500强测评研究报告》由中国房地产业研究会、中国房地产业协会与中国房地产测评中心联合发布,旨在分享领先企业成功经验,整合全产业链核心资源,探讨房地产业转型与发展。研究报告显示:建业地产股份有限公司在500强中排名第33位,并当选“中国房地产开发企业区域运营十强”第一名,继续领跑中原地产。而无独有偶的是,3月25日的另外一场全国性评选也再次从不同侧面印证了建业的规模实力和商业模式的魅力。3月25日,在北京钓鱼台国宾馆内,国务院发展研究中心企业研究所、清华大学房地产研究所、中国指数研究院联合举行了2011中国房地产百强研究成果发布会暨第八届中国房地产百强企业家峰会。会上发布了《2011中国房地产百强企业研究报告》,建业地产股份有限公司在“2011中国房地产百强企业”的总排名由2010年的第35位提升至第34位,稳居河南地产行业第一,并以稳健的经营风格和财务表现,再次入选2011年度“稳健性TOP10房地产企业”榜单。

作为目前中国房地产企业两个最高端、最权威的评选,中国房地产500强、地产百强企业研究测评报告是对中国房地产优秀企业最为客观、公正和全面的综合评价。考虑到中国房地产500强企业前三十强有半数左右都是国企,建业拘于一省取得的成绩殊为难得。虽然因两项评选的考核指标略有分别,也使得建业在两个榜单上的排名出现了轻微的差异,但它们都已权威性地确立了建业在中国房地产业的领先地位以及品牌影响力。

在稳步完成河南省全部地级城市的布局后,建业正依照自身战略部署,有条件地进入部分中心城市;而在业务模式上,也加大了持有经营性物业的投入,进一步巩固了自身发展的稳健性。在建业内部的经营规划中,他们将再用二至三年时间完成战略攻坚期,过渡至战略纵深期,在此期间实现经营成果的跃进。而2011年中国房地产500强、百强企业研究报告成为解读建业阶段性战略成果和发展态势的一个重要视角。

A 解析榜单 规模及社会责任感成为建业“打榜”利器

3月23日的500强结果测评发布会上,中国房地产业协会秘书长、中国房地产业研究会副会长兼秘书长苗乐如表示,此次中国房地产500强测评较以前做了一些新的探索,首先充分考虑了2011年乃至“十二五”期间房地产市场形势发展、行业转型、结构调整以及时代要求,展示了成长型企业有效适应市场形势调整结构、加快转型、保持较快发展速度的成效;其次,测评充分体现了国家宏观调控和产业政策导向,除反映企业规模的总资产等指标外,还考虑了新开工面积、竣工面积、租赁经营、新材料新技术运用等内容,加重了销售面

积在企业规模中的比重;再次,此次测评提高了体现企业社会责任指标的权重,强调了企业参与住房保障建设、税收贡献、社会捐赠等内容,以使测评结果更加完整,为促进房地产业调整转型和健康发展起到积极的推动作用。

从业务转型到建设规模再到社会责任,可以说,500强评比无疑是最好的验证标准,验证了建业探求行业规律的成果和全面发展的均好性。

2010年,国家经济发展环境复杂多变。尤其是下半年以来,国内经济增长速度明显放缓,随着通胀压力地不断加大,为保

持经济平稳运行,宏观调控的不断发力以及紧缩的货币政策,都对资金密集型的房地产行业产生重大影响。但在这样的宏观环境中,建业依然凭借自己产品和服务的竞争优势,保持了业绩的稳步提升。3月16日,建业地产股份有限公司正式对外发布2010年年报。2010年,建业地产共实现销售金额54.9亿元,比09年增长了51.8%;实现销售面积111.4万平方米,同比增长28.1%。

当然,仅看业绩并不能完全解释建业在行业内的独特影响力。事实上,近两年来,建业地产董事局主席胡葆森一直在不

同场合强调自己企业的定位是:“做中原城市化进程与社会全面进步的推动者。”在500强结果发布会的演讲中,他也是一再强调广大同行应正确认识企业与社会的关系,主动、自觉承担企业社会责任。而秉承建业的的企业定位,除了已坚守17年的足球事业外,2010年的建业在社会公益事业方面大手笔不断,向郑州市捐献十辆公交车,并投入5000万巨资助推河南省的文化事业发展。在舆论界对开发商的社会责任感提出更高要求时,我们发现,建业在该领域一向是清醒且自觉的。这一方面无疑也是建业参加各种评奖时的“给力”加分点。

B 解读背景 “梯次转移”下建业战略的广阔空间

虽建业省域化战略早已名满业界,但在两场发布会上,建业独有的省域化发展战略使胡葆森的区域发展经验分享更加引人瞩目。毕竟,经过近10年的苦心布局,对于三、四线城市的市场特性建业人已经有了精到的把握。

先后发布的两份测评报告中均指出,目前市场集中度日趋提升,二三线城市成为品牌房企争夺的焦点。旅游地产开始成为地产大鳄相继着力发展的新方向。而

这一趋势胡葆森早在七、八年前即已给出准确预测,他将这种地产格局的变迁现象归结为房地产企业的“梯次转移”效应。这种效应作用下,当强势资本进入一线城市时,那么一线城市的二流和三流地产商就会向二线城市转移。这样会导致二线城市市场的格局也会发生变化,二线城市原来的二流、三流地产商向三线城市市场转移,以此类推,最终会梯次转移至四线城市,也就是我们说的县级城市。

梯次转移效应固然会给本地开发商带来更加激烈的竞争,但对布局缜密、专注一地的建业来说,品牌效应及规模协同效应早已使他们占得先机,反而是更多资金拥入后与之俱来的更加成熟、发达的市场会让他们受益颇丰。

河南城市化的现状也的确呼应了胡葆森的判断。近年来,中原房地产市场也呈现出加速发展态势,2010年表现的更加明显。尤其是县级城市,河南省108个县

中有20-30个县级城市中心区域房价已达到3000元/平方米左右。而自2010年初试探性地进入舞钢市后,建业已进一步调整战略推进节奏,开始逐步有条件有选择性地进入部分中心县级城市。先后与修武、沁阳、淮阳、遂平、西峡等县级城市政府签署了合作协议,2010年全年共与各级政府签订13个合作协议,涉及土地面积4.79万亩,为公司战略向纵深推进奠定了良好基础。

C 解答未来 建业全力实现“历史性跨越”即将迎来战略纵深期

在两场测评报告发布会上,严厉宏观调控下整个行业的未来和前景都成为诸多业界大佬和专家的关注焦点。胡葆森认为,严厉调控的态势可能还将持续二到三年,在此期间,作为资金密集行业,企业与资本市场的对接非常关键。因此企业如若要做百年老店,就必须从资本市场的要求出发,以未来约束现在。在他看来,资本市场对企业的基本要求就是“持续盈利、稳定增长”。而企业如果要达到这种要求,必须具备20个以上的在建项目以

及与此对应的多项目操控能力。

确实,经过前期布局、发展,建业既定战略的优势已逐步显露出来,尤其是遭遇宏观调控之时。这种优势源自越来越多的在建项目所形成的规模效应,源自建业潜力构建的大服务体系及持有型物业的经营;也源自“企业一以贯之的核心价值观和能够解决可持续发展问题的省域化发展战略”所带来的超强融资能力。

虽调控之势将不可避免地影响短期内

的商品房市场的活力,但在这些优势之上,建业仍专注于自身发展目标的实现。在不久前两会归来与媒体交流时,胡葆森提出,建业将着力再经过三年时间,完成战略的第二阶段,即战略攻坚阶段。届时,建业每年可能会在50个城市同时运作80-100个项目,并在此后进入战略的纵深阶段,这种过渡即是建业发展史意义重大的“历史性跨越”。

这个阶段的目标就是,在经营上要上大的台阶,整体实力步入全国房地产行业的前

30强。在具体经营指标上,建业也希望在在2013年使税收总额突破20亿元。

作为十二五规划的开局之年,中国房地产行业已步入新的发展周期,企业的成长也将面临更具挑战的市场格局。“做中原城市化进程与社会发展的推动者。”新的征程,作为区域内领军企业的建业集团担当了更多的社会责任,在持续躬耕河南市场,不断进行战略攻坚的同时,更实践着“社会公民”的角色,助力中原崛起。