



2011上半年郑州房企销售前三强解构报告
解构巨头之综述

上半年,多数中小房企仅完成全年任务的三分之一 万科、恒大、万达等一线巨头则超额完成半年销售计划 调控加速分化 大房企“笑傲”楼市

【现状】

销量下降一半,多数房企“吃不饱”

根据郑州住房保障和房地产管理局公布的2011年上半年郑州房地产市场运行情况显示,受宏观调控政策的影响,市区商住住房销量仅为22958套,比去年同期降幅超过50%。

据悉,今年上半年,郑州房地产市场中,购房者个人按揭贷款为40.6亿元,同比降幅超过40%;不过,上半年房价为每平方米6269元,比去年同期上涨了23.28%。正如数据所表现出来的一样,上半年,在限购、限贷以及加息的政策影响下,郑州大多数房企遭受了重创,在售项目滞销、原本准备开盘的则尽量向后拖,个别项目甚至锁门暂停运作。

从2011年市区各月销售走势看,1~2月,在“1·4限购令”和春节因素的影响下,郑州市区商品房成交量锐减;3~4月,郑州“3·4限购令”的加码和银行“限贷”不断收紧,市区成交量持续低位;5月,在市场投放量增加、房展会促销等利好因素的带动下,销售量有所回升;随着房展会效应逐渐减

弱,6月成交量又开始回落,但同比降幅有所缩减。

由于市场整体环境的改变和一些项目的开发进度作了些许调整,大多数房企都没有完成预期目标,记者致电多位项目负责人了解到,上半年连全年任务的三分之一都没有实现。

“下半年任务很重,但是也没有办法,现在就是降价销售,银行无钱可贷,我们一样回笼不了资金,真的是挺为难。”某房企负责人无奈地说,“现在天气又热,每天来看房的人都很少,更别提成交了。”

在前两年热销后,有个别房企加速了扩张之路,不仅在郑州有近十个项目,还走向全国,今年的市场现状,就让他们一下陷入困境,面对未来,踌躇难定。

【趋势】

市场加速分化,大品牌房企升势不减

除了市场整体销量的下降,调控的持续加码,也让市场加速分化,在中小房企叫苦不迭的时候,大品牌房企则升势不减。

从早前有关数据研究机构发布的今年上半年房企销售排行榜单中,可以看出,调控半程销售额以及销售面积都有不同程度的增长。

销售金额前十榜单和销售面积前十榜单的门槛分别为155.5亿元和116万平方米,同比分别增长48%和25%。2010年上半年,前十企业销售金额上榜门槛为105亿元,销售面积门槛为93万平方米。

上半年,万科累积实现销售面积565.5万平方米,销售金额656.5亿元,业绩再居销售额榜首,同比分别上升76.7%和78.6%,突破去年全年的“千亿大关”悬念不大。恒大地产半年销售额达到423.2亿元,接近其去年全年500亿元销售业绩,较

2010年1~6月累计的209.8亿元,同比增长101.7%。同时,恒大销售面积突破600万平方米,位居销售榜首。

具体到郑州,亦是如此,大品牌房企的销售总额处于排行榜的前几位,如绿地、万达、升龙等。

7月9日,万达集团公布,上半年实现收入618.2亿元,完成上半年计划的153%,同比增长69.7%,预计万达集团全年收入将突破1000亿元。自此,继万科之后,万达将成为国内第二家销售额过千亿元的房地产企业。其中,郑州中原万达广场和二十七万达广场共销售了23亿多元。

绿地集团在郑州取得了19.6亿元的成绩,升龙企业的销售额达到17.85亿元。

【分析】

观清形势快避险,以布局谋篇取胜

中小房企和大房企面对严峻市场考验时的表现不尽相同,业内人士对此称为,“一半海水,一半火焰”。

为什么环境相同,成效却差别这么大呢?这主要是取决于企业战略和在市场的影响力。

有公开资料显示,截至目前,万达已经在全国开业35个万达广场同时运营着15家五星级和超五星级酒店,持有开业收租物业面积566万平方米。与两年前相比,万达广场和酒店的数量全部翻倍。

其规模优势,令业内的商业地产难以企及,同时,相互扶持的业态组合,也成为万达模式下最有竞争力的部分,每一个项目的开业运营都很快带动区域商业中心的形成,买房人大多被这样的优势所吸引,期待产品未来价值的提升。

作为全国知名房企,近年来,绿地的摩天大楼正在全国各地飞速落桩,绿地也不止一次表示,超高层建筑是集团未来发展的重要战略之一。同时,也在城市的新开发区域加速布局,从价值洼地到高地,绿地的价值自然也会水涨船高。

有业内人士表示,绿地千玺广场从商

务等级、商业氛围还是物理空间等各方面,绿地中心·千玺广场都拉近了郑州与世界的距离,购房者看中的正是其在中原的稀缺价值和影响力。而作为郑州综合交通枢纽中心的首个配套工程,绿地之窗一入市就在业内掀起热销的巨浪。

排名同样靠前的升龙置业,从最初进入郑州,就以配套完善的综合体项目得到消费者的青睐,随着发展,又积累了成熟的城中村开发经验,从品质到管理逐步取胜市场。

“相对于本土的一些中小房企,我们公司高层对市场未来发展趋势也看得较为清晰,早在年初的时候就已经制定了适应调控的销售策略,快速销售回笼资金就是我们的主张,这样不仅加快工期,还能提高资金的周转率。”某房企郑州公司负责人坦言。

在该负责人看来,未来的市场拼的是实力、战略和产品,以前的低门槛发展模式终将淡出,被兼并和走合作开发之路是大势,寡头时代势必会到来。

限购、限贷等调控政策的严厉执行,对楼市产生了巨大的影响。据郑州市房管局公布的数据显示,上半年,郑州市商住住房销量仅为22958套,比去年同期降幅超过50%,购房者的个人按揭贷款也同比降幅超过40%。

在这样的形势下,调控加速了市场分化,大多数房企连全年任务的三分之一都没有完成,而大品牌房企的项目则一路热销,甚至超额完成半年业绩。

晚报记者 王亚平

期中考试“启示录”

启“点”1

“背靠大树好乘凉”

现在正在经历的楼市调控,是自1998年以来最严峻的一次,在当前的市场环境下,不仅开发商迷茫,面对很多楼盘美丽的外衣,购房者也有些不知所措。

在采访中,记者发现,与小开发商相比,大型品牌房企的楼盘则更容易得到买房人的青睐,中原万达广场的业主陈女士表示,“品牌知名度高的企业,就意味着拥有雄厚的实力来实现专业化的开发和管理,不管市场有怎样的风吹草动,我们背靠大树,总归会‘惬意’许多。”

特别是随着限购政策的严厉执行,人们更加珍视为数不多的购房机会,此时,大品牌项目的社会知名度和美誉度就会成为左右大家选择房源的关键要素。

启“点”2

大型房企市场占有率提升

相关资料显示,今年上半年全国范围共出现480宗房地产行业并购交易,涉及并购金额约193亿元,相当于去年全年并购金额的1.3倍。

其中,房地产行业内的同业并购交易多达189宗,占总交易的比例高达57%。通过此轮淘汰,房地产行业的整合加剧,产业集中度明显提升。有数据显示,万科、恒大、华润等十大标杆房企2011年前5个月的市场占有率亦已从2010年年底的9%跃升至11%。

大型房企凭借良好的品牌知名度,以中小户型为主的产品结构和以二、三线城市为主的项目布局,销售业绩依然跑赢市场大势。再加上积极的海外融资和谨慎的拿地,其资金链处于紧而不崩的状况。

启“点”3

库存量加大

下半年或迎房价转向

统计显示,截至2011年6月底,郑州市区商品住房累计可售面积303.5万平方米,同比增长27.01%。如果按2011年上半年商品住房的月度销售均值39.69万平方米来计算,目前郑州市区商品住房累计可售面积可以销售7个多月。

库存量创新高,在多个城市均有所表现。业内专家认为,在下半年,量跌价涨的现象应该会得以扭转,随着库存的增加,更多开发商将会展开降价促销。

