



2011上半年郑州房企销售前三强解构报告

解构巨头之榜眼

解构绿地

产业、产品及时进行转型和创新 标准化发展基本完成既定战略目标 致力打造“全服务链”城市综合体

2011年上半年,绿地集团实现业务经营收入超过843亿元,同比增长50%,发展业绩创历史新高。据7月1日发布的《2011年上半年度中国房地产企业销售面积排行榜TOP30》显示,绿地集团上半年总销售面积351.5万平方米,位列恒大、万科之后,位居第三。

绿地成绩单

项目	1-6月份销售面积(平方米)	销售金额(亿元)
绿地之窗	66634.76	11.22
绿地中心千玺广场	16000	5.88
卢浮官馆	25000	2.5
总量	107634.76	19.6

解构报告



绿地中心千玺广场

A 运营模式之解

产业克隆,在规范化中遵循标准化

规模化生产过程中需要解决的是标准化问题,去年绿地集团着重解决的,就是商业地产标准化模式和大商业地产的运行。

当我们在分析中原房地产业务部在郑州所取得的一系列业绩时,不得不把它放在整个绿地集团的企业发展战略中。就像大多数房地产大鳄一样,绿地集团也有着成熟、科学的产业克隆模式。如万达的万达广场,恒大的金碧天下、恒大华府,而绿地则有老街、卢浮官馆、绿地中心。7月15日,位于郑东新区如意湖旁的绿地中心·千玺广场盛大封顶,标志着这个高280米的中原第一高楼终于荣耀面市。

作为国内最具知名度的超高层建筑建设者,目前,绿地集团在南京、郑州、武汉、济南、大连等地,共有建成和在建超高层项目10余座。而绿地中心·千玺广场总建筑面积为24万平方米,总投资22亿元,是集超星级酒店、商务办公、旅游观光、休闲娱乐和顶级商业于一体的综合型商业项目。

据绿地集团公布的数据显示,2010年,集团全年实现业务经营收入超过1250亿元,同比增长71%。今年,该集团的经营目标为1800亿元。其中,房地产业务板块的“指标”为1100亿元,这其

中,商业地产部分的比例将有进一步提升。上海绿地集团董事长、总裁张玉良早在今年年初时就表示,绿地集团获取商业地产项目的竞争力已经体现,目前以及未来一段时期,将着重“在商业运营上下工夫”。

从南京紫峰广场的自主招商,到大连绿地中心的“合纵连横”,绿地集团对于旗下商业地产的运营模式正在悄悄发生改变。这种改变带来的是绿地集团商业地产向前推进的速度。据张玉良透露,绿地集团房地产业务扩张已至全国45个城市,今年可能继续推进10-15个,预计至年底可发展至全国55-60个城市。“这是一种标准化产品的克隆模式。”他说道。所谓的克隆模式,是绿地集团商业的地标型、区域型、社区型商业综合体概念。张玉良认为:“规模化生产过程中需要解决的是标准化问题,去年集团着重解决的,就是商业地产标准化模式和大商业地产的运行。”

他表示,在现有的综合体克隆模式支持下,绿地今年会采取公开竞争和政府合作各占一半的方式进行。

B 产品业态之解

优化主业产品结构,着力技术与产品研发

身处产品力时代,绿地集团始终将产品研发与技术创新作为增强产品竞争力的内在动力,充分挖掘和创造设计价值,并及时转化为生产力。

今年,绿地集团全面提升技术管理能级,充分整合国内外一流规划设计资源,在现代服务综合体、超高层、高铁站前广场、星级酒店等产品领域保持领先地位。

位于郑州高铁站50米的商务综合体绿地之窗项目,是郑州市乃至中国迄今为止第一个高铁站上的大型配套工程,总投资逾32亿元,规划总建筑面积48万平方米商务综合体,集甲级办公楼、时尚办公、星级酒店,以及大型主题商业为一体,可以说是郑州首建的超级商务综合体项目。

业内人士认为,绿地之窗代表的不仅仅是郑州高铁物业综合体的开始,也是中国高铁经济的一个重要里程碑,将成就中国高铁物业的

第一批受益者。

针对刚需人群,绿地集团在今年推出全生命周期住宅,通过巧妙易行的空间隔断改变来实现户型的改变,适应都市年轻一族从单身贵族到三口之家不同时期的功能需求。“同时还推出了高层全通风户型、经济型别墅等一系列新产品,并在连云港、成都、合肥、嘉定等项目进行了规划及单体的创新和运用。”据中原房地产业务部有关负责人介绍,针对办公类产品推出创新空间2变3以及复式办公等,研发创新进入全面产品化时代,包括新型隔墙技术、全面智能家居、全生命周期住宅以及绿盾生命保障系统等。“这些新的技术,必将大幅提升绿地产品的核心竞争力。”该负责

人表示。在持续调控背景下,房地产市场加速迈入商业地产时代。绿地集团以前瞻性布局,倾力打造的商业地产板块,已然硕果累累。

去年底,世界第七高楼——南京绿地中心全面建成开业,为绿地高端商业综合体的面世拉开序幕。2011年,绿地并未放缓扩大现代服务业综合体投资的步伐,在新获项目中,现代服务业项目占规划总建筑面积约50%。更为令人瞩目的是,其“瞄准”高铁时代和商业地产前景,旗下一大批超高层、高铁站配套商办综合体、大型商业综合体正式签约或开工建设。

从住宅到商业,绿地集团优化主业产品结构的战略转变,成效已卓然可见。

C 产业发展之解

从单一到复合,打造“全服务链城市综合体”

从单一型开发商向商业地产全程运营商逐步转变,着手建立开发、运营一体化的商业地产全产业链,在全国打造“全服务链城市综合体”。

5月13日,上海绿地集团与郑州市二七区政府正式签约,绿地集团将斥资130亿元,在郑州“二七新城”建设“新二七塔”及市民服务中心、购物中心等附属建筑。这个“新二七塔”项目拟选址“二七新城”青铜器公园北侧,高铁南侧,占地面积977亩。建设内容包括商务办公写字楼(甲级5A、SOHO等)、商业设施(大型商业广场、精品商业街、配套服务型商业等)、星级酒店(国际酒店品牌)、高规格公寓、高档住宅、配套服务设施等。一个多月后,即6月27日,绿地集团与沃尔玛、上影集团、国美电器等国内外知名商企宣布建立全面战略合作关系。

绿地集团副总裁张蕴表示,本次战略合作的启动,标志着绿地集团从单一型开发商向商业地产全程运营商逐步转变,着手建立开发、运营一体化的商业地产全产业链,在全国打造“全服务链城市综合体”。

绿地集团与上影集团签署捆绑型战略合作协议,入驻上海、济南、成都、长沙、郑州、南昌、无锡、南通等城市开发的13个现代服务业项目,合作面积达到44800平方米;与国美电器、上海歌城、美格非健身等商家同时签署捆绑型战略合作协议,分别入驻绿地在上海、无锡、南通、南昌、济南等城市开发的5个现代服

务业项目,合作面积达到62800平方米。

今年初,张玉良曾抛出绿地庞大的商业计划:“2010年商业地产占比35%,今年这一比例要提升至40%。目前绿地自己持有经营的商业物业约50万平方米,在2010年集团的新获项目之中,现代服务业项目占到规划总建筑面积约50%。”半年之后,据绿地方面提供的最新数据,绿地商业资产已经迅速膨胀。目前自有商业地产面积已超过300万平方米,在建面积超过1000万平方米。在解释五年前的商业地产转型思路时,张玉良说:“这是顺应了调控政策变化和国民经济结构调整的需要。”

「绿地」启示录

启“点”1

做大做强路径:产业经营和资本经营并举

产业经营和资本经营并举,通过资本经营实现规模扩张、利用产业经营进行整合和协调,是绿地集团不断做大做强的重要路径。今年,绿地集团组建成立绿地金融投资控股公司,对集团金融投资业务集中管理,金融产业平台初步建立。奉贤绿地小额贷款公司成功开展跨区经营,积极推进对贵州银行等地方银行的投资入股和控股工作。

启“点”2

新的经济增长点:拓展海外经营和新兴产业

绿地集团不断加快推进国际化战略,于今年上半年,成立海外事业发展部,拟在发达国家寻求投资机会,在发展中国家实施“投资换资源”策略,通过在当地开展基础设施建设和房地产投资,换取煤炭、石油、矿产等资源。同时,借助资本经营,探索符合企业发展战略,与现有产业形成较大协同和互补效应,能够分散整体经营风险,具有较高附加值、稳定性和成长性的新兴产业,成为企业新的经济增长点。

自2004年7月入驻中原以来,绿地集团以实力影响着郑州的城市变革。中原房地产业务部除了在郑东新区先后开发一批住宅及商务写字楼和综合体外,今年,又将触角深向“二七新城”,打造的依旧是城市地标建筑。

2011年,房地产市场风云激变,绿地集团将转型和创新作为房地产业主“以变应变”、开拓蓝海的指导策略,在2011年上半年实现全面升级。 晚报记者 梁冰

