



调控趋紧,中小房企举步维艰 资源、战略取胜,大房企或逆势过暖冬 看大房企如何角力市场

同样是在风雨骤变的楼市调控下,中小房企大多销量锐减、年度任务难以完成;而大品牌房企则因高性价比的产品、成熟前瞻的战略思维以及强大的资源整合力,展示出了其卓越的一面,叱咤楼市。本期,我们一起来看看这两个国内一线房企的精彩表现:

晚报记者 王亚平

前10个月,恒大已累计完成全年销售目标的111.2% 变阵抢跑 手握现金有“底气”

11月14日,恒大集团于香港召开10月销售业绩发布会,集团主席许家印于其间表示,已经提前两个月完成了全年任务,且累计已完成全年销售计划的111.2%,销售额同比增长89.2%,销售增长率全国第一,目前现金流比较理想。



销售业绩发布会现场

抢跑楼市,提前两个月完成全年任务

我们采取的就是随行就市的策略,确保在低迷的市场环境下取得优异的销售业绩

在楼市遭遇严厉调控时,房企不仅要拼质量、品牌,更要讲究战略与速度。率先“抢跑”,主动优惠,无疑将赢得更多的市场份额。

记者了解到,恒大集团在今年7月上旬发布6月份业绩的时候,就已经表明旗下楼盘将采取优惠举措。2011年1~10月,恒大销售均价6568元/平方米,减去1500元/平方米的精装修,恒大全国房产均价约5000元/平方米,且大部分项目分布在省会城市,具有高增长潜力,这样的价格极具吸引力。

正是在这样的战略推动下,恒大集团创造了业内称奇的业绩。14日宣布了10月销售业绩,合约销售额86.1亿元,比2010年同期的55.6亿元,增长54.9%;合约销售面积139.8万平方米,同比2010年同期的

89.2万平方米,增长56.7%。10月新开盘17个项目,恒大在售项目总计达121个,分布于中国73个城市。

2011年1~10月,累计合约销售额778.7亿元,较2010年1~10月累计的411.6亿元,同比增长89.2%;累计合约销售面积1185.6万平方米,较2010年1~10月累计的659万平方米,同比增长79.9%;累计合约销售均价6568元/平方米,较2010年1~10月的6246元/平方米,同比增长5.2%。

2011年1~10月,销售额连续保持良性的增长,且已提前2个月大幅超越全年700亿元的销售计划,累计已完成全年销售计划的111.2%。

“我们采取的就是随行就市的策略,确保在低迷的市场环境下取得优异的销售业绩。”许家印在发布会上介绍。

战略成熟,推动企业进入稳定增长期

市场比前一段时间形势更加严峻,在目前市场情况下,现金流比利润更为重要,恒大拿地谨慎

恒大产品定位都是针对首次置业者和自住的普通老百姓需求,产品结构合理:中端至中高端产品占70%,旅游度假产品占15%,高端产品占15%。这一产品结构与普通老百姓需求的物业类型比例吻合,满足了不同地区、不同层次的市场需求。

以上半年数据为例,恒大三线城市项目自住比例86%,投资仅占14%;首次置业比例是64%,二次及以上36%,恒大产品受到首次置业者和自住型置业者的欢迎。

在此次发布会上,许家印坦言,恒大前几年一直保持持续高速增长,从今年起,恒大已经进入稳定增长期,这意味着明年恒大主要几个指标和计划不会比今年低。

实际上,恒大前瞻性地布局了全国100多个城市,对市场风吹草动的一点反应都是清楚的,对大的走势和判断相对来说也是比较准的,因此,他们会跑得比较快,及时把握市场动向,随行就市。

尽管有较为理想的现金流,对于后市,恒大集团依然相对谨慎,“针对今年剩下的两个月进行科学合理正确的决策。比如在土地购买上,除跟踪一两年的项目外,公司不会在年内购买新的土地。”许家印表示。

在目前市场情况下,现金流比利润更为重要,房企拿地谨慎。据了解,目前,放缓拿地已是众多开发商默认的策略,有数据显示,十大标杆房企在购地投入上明显不足。



中原万达广场开业印证繁华

大量成功案例表明,万达广场开到哪里就旺到哪里,万达集团在北京、上海、成都、宁波、天津、沈阳、南京、苏州等50余城开发了项目,并在所在城市引起了强烈反响。所有新开盘项目均强劲热销,创造当地楼市热销奇迹,许多项目更是开盘即售罄,成为当地瞩目的焦点。

15个月,满场开业,开一座旺一座 万达旗下 投资物业全线火爆

中原万达广场开业,西区开始堵车了

10月28日,全城瞩目的郑州中原万达广场正式开业,郑州西区目前最大的商业中心一出世就爆发出惊人商业能量,开业当天,人流量高达37万,开业三天纳客将近百万。

“真是没有想到,过去从来不堵车的中原路秦岭路口,现在每天下午和晚上的购物高峰时段都要堵车。”市民王女士表示,“不过,广场开业以来给我们的生活也提供了巨大的便利,吃喝玩乐购在家门口就可一体解决了。”

从开工建设到满场开业,仅用了15个月,郑州中原万达广场在创造传奇速度的

同时,也打破了西区不适合做大型集中式商业中心的传统认识,彻底颠覆了郑州的传统商业格局。

“一个产品从出现到为市场所接受,再到受市场的追捧,需要长足强劲的市场生命力。万达广场,中国商业地产第一品牌,全国数十座万达广场足以佐证,万达投资品所到之处必然受到追捧。”从事商业地产研究工作的王女士对万达表示赞许,“可以说,在商业地产领域,万达就是市场生命力的楷模。对于投资与购房者来说,跟着万达走投资无忧。”

总价30万,拥有万达精装SOHO

近年来有着“商住两大市场的头号投资产品”之称的万达精装SOHO,从始至终都备受广大投资客户的青睐。2011上半年,由中原万达广场创造日销900套的市场奇迹和全国其他万达广场的热销实例就是最生动的佐证。

究其原因,万达精装SOHO降低了投资门槛和市场风险,不限购、不限贷,解决了不同客户在购买中的不同需求,为中小规模民间资本开辟了一条掘金财富大道。一套30平方米的精装SOHO,首付仅需10余万元,无异于大大降低了投资门槛。

“比较于商铺和写字楼单价、总价高的投资门槛,SOHO的面积小,总价低,投资门槛不高,市场风险也相应较小,其回报周期短,可投资、办公和自用,同时具有多套购买仍可撬动银行资金杠杆的综合优势,这样就从众多投资渠道中脱颖而出。”

郑州二七万达广场作为最为领先的万达广场第三代产品——城市综合体,其涵盖了大型商业中心、城市步行街、商务酒店、住宅、国际影院等多重业态,真正实现了购物、居住、餐饮、文化、娱乐、休闲的多功能复合。

市场前景未解,安全投资选万达

作为亚洲领先不动产运营商的万达集团,23年发展历程,10年深耕商业地产,布局50余城,铸造70余座中心地标,全速驱动城市前行。对于初入商业投资领域的购房者而言,跟着品牌商业开发者的脚步去投资,不失为一个省力的好方法。

据了解,大连万达集团已形成商业地产、高级酒店、文化产业、连锁百货、旅游度假五大产业,企业资产1400亿元,年收入800亿元,年纳税95亿元。万达集团已在全国开业33个万达广场、15家五星级酒

店、600块电影银幕、26家连锁百货店、30家量贩KTV。计划到2012年,企业资产2000亿元,年收入1200亿元,年纳税200亿元,成为世界级的企业。

在西区商业空白之上,万达已经用实际行动证明了其快速缔造繁华中心的能力,更何况在二七——这片有着百年积淀、中原首屈一指的商业宝地。不能不说,中原万达广场繁华经营的现在,一定是先天更占优势的二七万达广场可以轻易超越的美好未来。