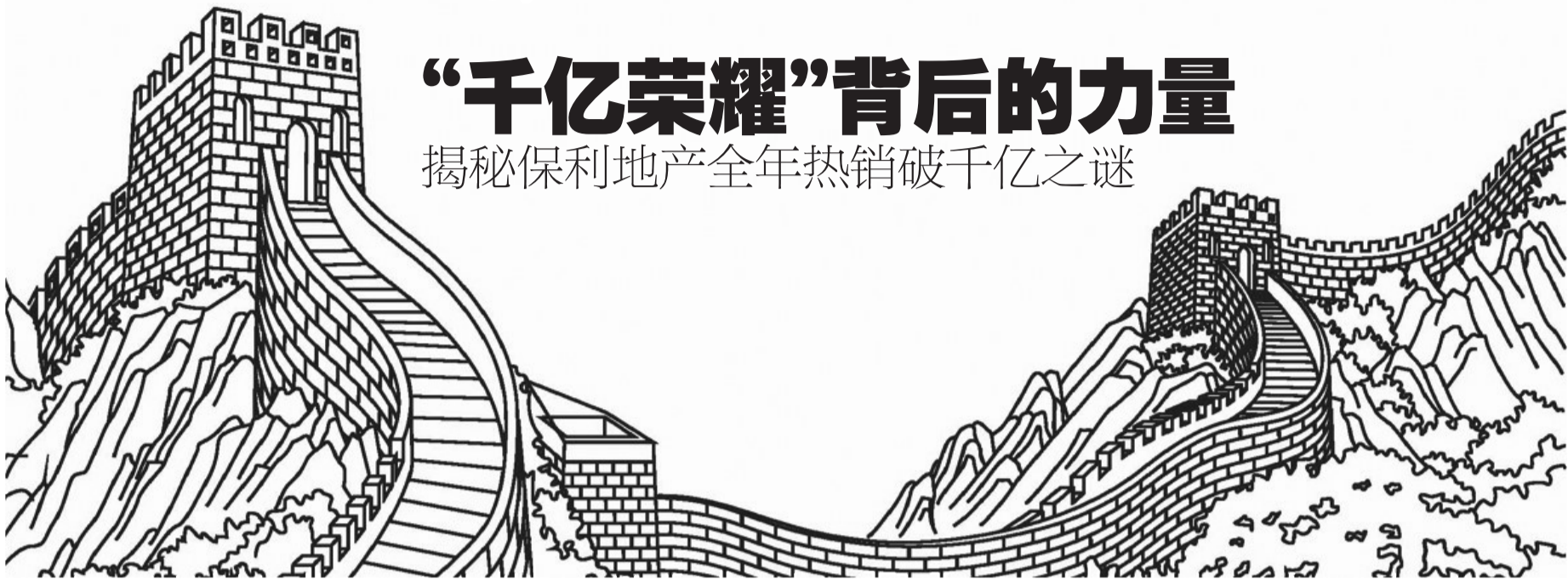


“千亿荣耀”背后的力量

揭秘保利地产全年热销破千亿之谜



截至2012年12月21日,保利地产2012年签约额突破千亿大关,年业绩增长幅度超过40%,开启了房地产千亿双雄时代。保利地产之所以能够缔造千亿荣耀,并非一蹴而就。

是什么力量推动保利地产书写了一个又一个行业传奇?究其根本,离不开其文化地产理念、产品溢价能力、前瞻性的战略目标、商业地产异军突围、21年品质积淀等。也正是在这些因素的共同作用下,保利地产一步步造就了自己的成长传奇。

记者 梁冰

背后的力量一： 根植文化，成就千亿梦想

从梦想到现实,保利地产实现签约额破千亿的历史荣耀,离不开文化理念始终如一的方向指引。

从诞生至今,保利一直执着于文化先行的品牌建设。自2000年,保利地产先后在香港、北京、广州等20多个城市举行近60场圆明园国宝展,并针对每个地区独具特色的城市文脉,举办系列电影展、公益知识讲座、城市文化遗迹参观等活动。

21年来,保利地产不以经济利益为最终目标,而是以文化繁荣为己任,不断推动民族文化事业迈向新的台阶。

除了为保护中华文化、弘扬中华文明锲而不舍的努力,保利地产首次提出“文化地产”理念,予建筑以深厚的人文内涵。21年来,其对文化地产的理解和贯彻浓缩于“和者筑善”的品牌理念之中。

从1992年成立至今,保利地产始终秉承“和者筑善”理念,现已完成以广州、北京、上海为中心,覆盖40个城市的全国化战略布局,为大江南北树立200余座城市人居品质标杆,促使保利地产的销售面积和销售额占据领先地位。



背后的力量二： 持续提升的产品溢价，成就千亿梦想

保利地产深耕珠三角、长三角、成渝片区等城市群,其中广东公司、北京公司单个公司销售均突破百亿元,珠三角实现销售额近300亿元……为什么保利地产能够取得全年热销破千亿的佳绩?保利项目负责人回答说,“所有的热销都不是凭空而来的,这离不开保利地产21年的品牌积淀”。

保利地产,中国央企房地产综合实力第一名,中国央

企房地产品牌价值第一名,中国房地产上市公司综合价值第一名,开发200余精品项目,所到之处,掀起楼市热销话题,这已经成为“保利现象”,这种现象彰显了保利地产品牌价值力和号召力。

保利地产品牌价值的持续提升也为产品溢价率作出贡献。据悉,2012年,保利地产在已进驻城市销售价格基本高于区域市场平均水平,销售均价每平方米11288元,与去年基本持平。根据中国人民银行《2012年第三季度中国货币政策执行报告》,上半年房地产市场全国70个大中城市中,新建商品住宅价格同比下降的城市有57个,同比价格上涨的城市中,涨幅均未超过1.2%。

背后的力量三： 精准定位，成就千亿梦想

鉴于越来越成熟的房地产市场,专业的市场定位为市场制胜的法宝之一。

从2006年总资产165亿元,净资产36.4亿元,到11月报披露公司总资产2460亿元,净资产502亿元,保利地产成就了6年15倍的发展奇迹。而将成长放大到整个行业中,保利地产表现更为抢眼。

国家统计局数据显示,1~11月份,全国商品房销售面积9.17亿平方米,同比增长2.4%,为今年来首次正增长,销售金额为53525亿元,同比增加9.1%。而保利地产销售额同比增长为37%。显而易见,保利地产再次准确把握住了调控背景下的市场窗口期,抓住调控中的机遇,始终聚焦“刚需与首改”,跑赢行业。

精确的产品定位使其保持了高去化率。保利地产千亿销售额中,120平方米以下刚需产品销售占住宅类产品比例过七成。据保利地产内部统计,自住需求的购房者比例近九成,体现保利地产产品定位顺应调控需求,紧贴市场主流。保利地产2012年销售整体去化率高达八成,远高于去年(68%)。郑州、合肥等新进城市项目开盘当天成交率接近九成。



背后的力量四： 商业大佬年销150亿，助力千亿梦想

“保利最擅长弯道超车。”在千亿的销售额之下,保利地产已经开拓了商业市场上的广阔疆域。

2012年,保利地产商业地产销售额接近150亿元,住宅商业双轮驱动卓有成效。在商业地产的销售方面,保利地产以高端写字楼和公寓为主。其中,广州保利中达广场销售额超过36亿元。

对于大型商业,保利地产则以自持为主。保利地产的商业自持和运营在传统的写字楼之外,早已延伸至酒店、商场、综合体,乃至商业地产的顶级模式——会展。

据不完全统计,截至2012年10月,保利地产旗下的会展、写字楼、购物中心和写字楼已经贡献了超过7亿元的运营收益。其中,保利地产水城综合体项目运营收益接近2.5亿元,保利世界贸易中心运营收益接近3亿元。

此外,保利地产实现了产品多元化发展,为公司提供新的利润增长点。以旅游地产为例,保利地产在广东阳江的保利银滩项目累计销售额接近20亿元,位于成都的保利石象湖项目今年内开盘销售近6亿元。

背后的力量五： 21年品质积淀，成就千亿梦想

众所周知,品牌的号召力与产品品质双剑合璧才能取得成功。从1992年成立至今,现已完成以广州、北京、上海为中心,覆盖40个城市的全国化战略布局,为大江南北树立涵盖花园系、心语系、香槟系、公馆系、林语系、康桥系、十二橡树系等200座城市人居品质标杆。

正是凭借这么丰富的产品组合、精准的销售策略、过硬的产品质量,以及多年来积累沉淀的良好口碑和品牌效应,保利地产取得骄人成绩,2012年签约额破千亿元。

保利百合,作为保利地产21年扛鼎之作和在郑州的第一个项目,是保利地产打响郑州品牌的开山之作,保利地产对其注入的精力可想而知。保利百合三次开盘三次售罄,究其原因,保利百合的品质是最本质原因。

保利百合,占位人文底蕴深厚的西城核心,坐拥地铁双站,尽揽西区完善生活配套,毗邻万达广场、西元国际广场、王府井百货等商业中心,构筑和乐融融的新和院生活。值得一提的是,保利百合8号楼新年限量新房,零距离七重园林归家礼仪,以无遮挡视野,让每一个房间都能接受阳光的礼遇,一经推出,备受追捧。