

TOP 地产 | 行业

8月26日,河南地产标杆企业建业地产在香港举办中期业绩会,公布了上半年业绩数据。记者注意到,虽上半年中国地产界劲刮“回归一线城市”风,但恒守一方的建业地产依然逆风前行,并交出了不俗的“成绩单”。今年上半年,建业地产合同销售额达61.7亿元,同比增长20%。郑州晚报记者 梁冰

建业地产中报成绩亮眼

合同销售额上半年达61.7亿元 业绩稳增凸显省域化战略价值



建业地产8月26日在香港举办中期业绩会

中报合同销售额同比增20%

中报业绩显示,2013年上半年,建业地产合同销售额达61.7亿元,同比增长20%,销售面积为90.76万平方米。由于其下半年推盘面积达124万平方米,如果维持上半年的去化率,仅新开项目预计即能实现30亿~40亿元的销售额,加上目前在售项目,下半年销售数据将很可观。

事实上,建业地产CEO陈建业也对此充满信心:“公司截至7月已完成逾70

亿元的合同销售额,并且下半年可售货值充裕,因而有信心完成全年目标。”

同样值得一提的是,与销售额稳定增长同步,建业地产的财务状况也持续向好,上半年不仅顺利完成融资,获国际投行和研究机构调升债券评级,其财务指标还得以进一步优化。

据建业地产执行副总裁兼首席财务官胡冰介绍,上半年公司的整体融资成本同比下降1.5个百分点,至8.4%;同时净负债比率也同比下降23个百分点,至

49.5%;截至上半年,建业地产手持净现金为59亿元,有足够的资金应付资本开支,且暂时没有进一步融资需要。

这说明,建业地产业绩的增长是持续、稳定、有质量的增长。这也有力消释了自2012年以来外界对以三、四线城市为主战场的建业成长性的质疑。

外有劲敌,内有资金、管理的忧患,区域性房企如何在各方因素夹击之下冲出重围?如今,凭借先人一步的战略布局,良好的资金管理与产品控制能力,建业地产用良好的发展态势交出了一份令人满意的答卷。

将省域化战略坚持到底

建业靓丽的中报,其实更是其一以贯之的省域化战略价值的凸显,对此,建业上下无疑有着清醒、深刻的认知。

“随着中国城市化进程的深入、新型城镇化建设的不断推进、中原经济区建设如火如荼地进行、郑州航空港实验区渐成国民经济和社会发展亮点,宏观层面,建业的利好消息正在增多,其持续稳定增长的业绩也将有着更高的含金量。”胡葆森在近期接受采访时表示。这自然使其将省域化战略坚持到底多了一份笃定与自信。

目前,建业已正式进入战略发展的纵深阶段。据了解,所谓“纵深”不仅是地理意义上的向县级以上城市拓展,还意味

着要在原有的市场上,不断地加深市场深度,持续提升市场占有率。

在此基础上,一方面探索县级市场发展经验,另一方面,则是提高在郑州市场的市场份额。也是即将过去11年在地级市积累的资源向两端释放。

在业绩攀升的过程中,建业也正积极找寻新的商业模式,开辟新的利润增长点。

在目前的战略模式下,建业内部已开始把跨界经营的问题提上了日程。比如,其去年进入文化旅游地产行业;商业地产、酒店渐入佳境;近期又在筹划社区商业、绿色基地,可以说,建业从未停止过关于从商业模式到产品形态的跨界问题的思考。

“建业集团30周年之时我们将拥有近200个建成社区,其中居住着河南最有消费能力的约100万居民。这个由社区组成的网络,首先是一个服务的网络,其次也是一个巨大的经营平台,服务本身也具备极强的商业价值。”胡葆森认为,“建业必须一边向前走一边探索,把各种成功的经验和理论与河南的‘革命实践’相结合,找到一个属于建业的正确经营之路。”

实际上,开发商的业务转型跨界已成为热点话题。不久前,万科集团总裁郁亮就曾在公开场合透露,未来万科将转型为城市配套服务商。可以想见,在向所谓服务商的转变中,建业历时10多年通过省域化战略搭建的平台无疑将使其占尽先机。

文化大餐,带你接轨地铁生活

德化新街“地铁文化季”启幕

8月23日下午3时,地铁文化季启动仪式暨德化新街媒体见面会举行。郑州二七特色商业区管委会相关领导,韩国时尚购物中心协会社长、韩饰商贸董事长李震一,凯浦置业执行总裁刘俊伟,北京My design设计总监马洋等嘉宾出席启动仪式并分别致辞,省内20余家主流媒体关注并报道了此次活动。郑州晚报记者 王磊



地铁文化季启动仪式暨德化新街媒体见面会8月23日举行

地铁文化季拉开帷幕 第一时间感知地铁文化

9月16日,郑州地铁1号线将会进行空载试运行,地铁的脚步越来越近了。与此同时,由二七特色商业区管委会指导、德化新街承办的“地铁文化季”也正式拉开帷幕。

据悉,从8月底至11月初,“地铁文化季”将围绕广场类演绎和招商类贸易展开,广场类演绎活动包含“青春梦想秀”和“地铁音乐节”两大主题。其中,青春梦想秀汇集了年轻人所喜闻乐见的街舞、滑板、飞轮车、跑酷快闪、涂鸦、3D地

(墙)画等形式,为二七商圈注入更多年轻时尚活力;地铁音乐节将在全国范围内征集草根明星、摇滚乐队、地铁音乐人及各类才艺达人,是中国首个真正意义上的地铁文化才艺大赛。

而招商类贸易活动则以中外时尚品牌与德化新街实体对接为主要形式,融合了与韩国农水食品贸易协会、韩国时尚购物中心协会、韩饰商贸举办的“亚洲时尚品牌招商博览会”、“韩国美食文化周”;与广州白马服装市场共同举办的“中国广派服装招商对接会”以及与北京烹饪协会举行的“中国快餐品牌招商洽谈会”等,通过中外时尚品牌的进驻以及与

德化新街意向商户的现场对接,把时尚品牌、潮流产品、体验业态引入德化新街,使德化新街成为郑州时尚潮人购物休闲的首选地、年轻人社交娱乐的标志地,成为万众瞩目地铁时代的商业标杆。

二七特色商业区管委会相关领导表示,三条地铁通过德化新街贯通,将使二七商圈成为最“枢纽”的地铁商业区。地铁文化将从这里开始传播,地铁生活方式将在这里聚集,地铁商业将在这里兴起,“地铁文化季”为二七特色商业区注入了年轻、时尚、新潮的力量,让市民第一时间感知地铁文化,享受精彩文化大餐。

兼具地缘优势和商业新模式 重新定义郑州商业的内涵

地铁一响黄金万两,作为有别于传统“大盒子”式的商业类型,德化新街的新究竟在哪儿?

众所周知,德化新街脚下的这片百年商业沃土,其商业传承与人文脉络早已深深扎根。如今,正在建设的德化新街,将首次在这片土地上把商业从平面带向立体,成为德化街的“立体完整版”,成为二七、火车站两大核心商圈的“商业中轴线”,1号、3号、6号线三条地铁交汇的“黄金走廊”。

业内人士认为,二七商圈与火车站商圈将随着地铁的开通“融合”与“剥离”,

在这个过程中,地处于两大商圈融合部的德化新街将扮演起商业“火车头”作用。

兼具地缘优势和商业新模式的德化新街,在百年名街的地下应运而生。据悉,德化新街建成后,大量客流可直接通过德化新街自由往返这两大商圈,作为中原首例三线地铁接驳商业街,将随着大郑州的地下交通建设掀起热潮。

公共交通向下集中,意味着人流向下集中,直接效应则是财富高度向下集中。在规划上,该项目将引入景观级造雾产品雾森系统,采用商场式精装标准,通道、墙壁、吊顶、洗手间、公共区域等均精装到位。

刘俊伟表示,德化新街有别于传统商业,而是一种交通型商业,将以“都市会客厅”和“社交中心”的形象出现,这将重新定义郑州商业的内涵。

业内人士指出,作为三条地铁线的唯一地下通道,德化新街也将成为城市中心之中心,延续百年德化街在郑州商业的中心地位。

据李震一透露,作为德化新街的战略合作伙伴,韩国商家一直密切关注项目的进展。本次“地铁文化季”将整合韩国服饰、餐饮、化妆品、韩国明星等资源,与德化新街展开深度合作,我们的目标在德化新街打造一条韩国主题街区,把原汁原味的韩国品牌、韩国产品引入,成为中韩合作商业标杆项目。