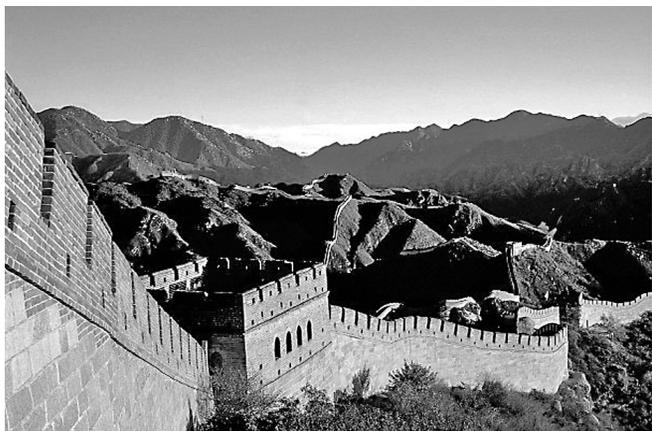


TOP 地产 | 行业

2013年上半年,保利地产累计销售636.44亿元,实现新开工面积854万平方米,各项经营指标均完成过半,不仅为全面落实年度任务打下了良好基础,也锁定了公司未来业绩的持续增长。是什么让保利地产立于千亿之巅,这和保利地产的品牌力有密不可分的联系。在保持销售业绩快速增长的同时,保利地产在城市布局与深化、融资渠道拓宽、商业布局发展上亮点频出,助力公司后千亿时代的快速前行。王亚平

月均销售可观,全年业绩提前锁定

解读央企保利地产品牌力



保利地产品牌力之： 战略领跑,完善城市布局

截至2013年7月,保利地产新进驻城市数量已扩大至46城。自2002年保利地产开启全国化战略布局起,便始终锁定一、二线城市,快速覆盖环渤海、珠三角、长三角、成渝经济区等经济发达区域。而与之同时起步的大部分房企,自2012年才开始投入“重返一二线城市”的热潮,并引发2013年一线城市土地市场“地王”季。

战略领跑使得保利地产在这轮“抢地”风波中表现得格外冷静。2013年,保利地产积极把握一季度土地市场机遇,有针对性的加大拓展力度,上半年新拓展20个,新增容积率面积565万平方米,多位于一、二线中心城市,土地价值突出;同时保利地产在拓展中综合发挥资源优势,项目多以底价获取,既有效补充了具有成本优势的土地资源,又规避了二季度以来的土地价格高涨,使得保利地产在土地市场的棋盘上,落子更加从容。

保利地产品牌力之： 纵深发展,城市群战略明显

在拓宽的同时,保利地产的城市版图也在进行纵深发展。今年年初,保利地产提出了“3+2战略”,即以北、上、广为核心,在环渤海、长三角、珠三角,构建三个300亿级的城市群,在以成都、重庆为中心的成渝,武汉为中心的中部,构建两个200亿级的城市群。

今年7月份保利地产在珠三角再添韶关、清远、湛江三座城市,已形成对珠三角重点城市的全面覆盖。而珠三角的这块试验田也已经迎来了收获期。今年1~6月,保利地产广东区域销售额已经突破200亿元,直追去年全年281亿的销售业绩。

在珠三角之外,保利地产在上半年加大了对成都、武汉、合肥为主的中西部区域,沈阳、大连、青岛、天津等环渤海区域,以及南京、杭州等长三角区域的土地储备,并对北京、广州、重庆、佛山等核心城市土地储备进行了补充。

保利地产品牌力之： 放眼全球扩大融资,助力发展

8月6日的公告显示,保利地产通过其全资子公司恒利置业旗下的PolyRealEstateFinanceLtd在境外发行了一笔5亿美元的五年期固定利率债券,这意味着保利地产正式开启国际资本运作的新篇章。

国际三大评级机构标普、穆迪和惠誉分别给予公司“BBB+”、“Baa2”、“BBB+”主体信用评级,评级展望为稳定。保利地产首次评级即获得中国上市房企的最高信用评级,代表保利地产的财务稳健性、持续发展潜力和综合竞争力得到行业和国际市场的高

度认可,也进一步加速了保利地产资本运作的国际化进程。

在国内经济增长压力加大,货币资金趋紧短期内无法获得显著改善的大背景下,下半年中国房地产行业的融资可能再次吃紧。保利地产在这个关键时点打通国际资本运作通道,形成了国内国外两大融资平台,无疑进一步提升了保利地产的传统融资优势。同时,在现阶段,国际债券融资具有一定的成本优势,可以进一步降低融资成本,优化债务结构。

保利地产品牌力之： 21年经验沉淀,品质锁定全年业绩

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46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。

作为保利地产打响郑州的开山之作,保利地产“百合系”温情合院——保利百合清新雅致温暖郑州,五度开盘,五度售罄,以永恒的爱和无暇品

质给业主值得倾慕的理由。2013年8月底,保利百合一期全面售罄,其影响力可见一斑。

2013年,保利海上五月花启势中原。作为中国洋房代表作,保利海上五月花“两高两低”标准奢造郑州唯一纯洋房社区。保利挥毫郑州城北龙脉,筑就层峰人士的上善居所。

现保利海上五月花外展点已经开放。地铁口,保利百合60~300平方米临街旺铺首付30万元进行中。

保利地产品牌力之： 商住并举,多元化发展

上半年销售业绩中,保利商业地产销售占比11.5%,双轮驱动战略成果明显。今年上半年,保利地产商业地产累计销售73.5亿元,其中位于佛山的保利东湾综合体项目年内累计销售超过20亿元。今年下半年,位于北京大望京的保利国际广场、上海黄浦江的保利国际中心、广州珠江新城克洛维项目、长沙国际广场项目、天津大都会项目、佛山东湾项目等还将形成总计120亿以上的可售货量。

相对销售型地产项目的资金快进快出,持有型商业物业投资大、回收期较长、资金压力较大。作为成长型企业,保利地产在资金充分利用了资本创新、金融创新等方式,根据业务的规模进行合适的商业地产投资配比。目前,保利地产自持的商用物业,已经囊括会展、购物中心、星级酒店、高端写字楼等多个类型,为营业收入提供了稳定、多样化的来源,而这一商业地产的版图还在不断扩大中。

保利地产品牌力之： 销售可期,提前锁定业绩增长

对于未来发展,保利地产仍然充满信心。1143亿元的预收账款锁定了下年度的业绩增长。而从销售表现来看,保利地产去年获取的项目将在今年三、四季度陆续入市,形成充分可售货量保障全年1200亿销售业绩的达成。

从新推项目比例来看,保利地产今年下半局

仍将持续发力。在下半年新推项目中,不乏上海黄浦江项目、北外滩项目、北京蓟门桥项目、长沙滨江新城、青岛双峰项目、长春汽车公园、南昌青山湖等核心城市核心区位项目。这些资源稀缺型项目也必将成为保利地产下半年销售业绩的重要支撑。

