



各品牌房企低调拿地,稳健谋求更大发展。 记者 童迪 摄

品牌开发商谋求长沙第二轮扩张

其实,想在长沙大干一场并已付诸行动的品牌房企并不仅仅只有万科,恒大、保利、佳兆业、世纪金源、新华都、中国水电等已经在长沙有过项目的开发商并不满足于现状,疯狂找地、囤积扩张。

没有声音的竞赛

如同站在同一起跑线的高手,长沙的品牌房企展开了一场“拿地竞赛”,你追我赶。但有趣的是,这些参赛者都很有默契地保持了低调。

计划2年推出6—8个项目,从某种意义上来说,万科在长沙的扩张,浓缩的正是品牌房企摒弃一线城市战略,转战二线城市的“地产发展史”。作为国内房地产企业的龙头大哥,万科的行为显然具有很强的示范作用。据了解,万科目前有多个项目正处于洽谈中,并已经取得了不错的进展,但长沙万科相关负责人在接受采访时却表示,具体的信息目前并不方便透露。

万科的低调在意料之中,但更低调的其实“另有其人”。“最近我们也在拿地,但没有拿到。”湖南保利地产董事长安强惜字如金,甚至不愿意自己的名字出现在媒体上。

而另一个值得注意的企业是世纪金源。早在拿下湘江世纪城地块之初,世纪金源就高调表示,希望通过拿下新河三角洲地块来实现自己的扩张计划,但最后因为北辰实业的介入而搁浅。

也许是汲取了当年过于高调的教训,数年后的今天,这个号称只拿400万㎡以上超级大盘的企业,一反往日高调的风格,开始一步一步、默默地实行着自己扩张长沙的计划。

“目前在长沙暂时没有新地块。”湘江世纪城营销副总经理薛丽此前接受媒体采访的话言犹在耳,但事实上,世纪金源已经悄悄在河西和天心区各拿下了一块土地。

“开发商的低调可以理解,也很正常,毕竟目前正处于严厉的调控年代,稳定的发展是最重要的。”中原地产湖南分公司总经理胡治钢表示,不仅仅是长沙本土的开发商,还有很多外地开发商也已经或准备在长沙进行扩张,比如来自广深地区的龙光集团、

疯狂发展的3年,我们的计划是3年内拓展5—10个项目,市场份额进入长沙前五。现在公司正在长沙到处看地,只要有合适的地块,我们会试图出手拿下。”该负责人表示。

一个不容否认的事实是,在长沙楼市,在恒大、万科、保利、世

长沙市纯商品房签约销售总量,恒大的面积占5%,金额占6%;保利的面积占3.5%,金额占3.5%;万科的面积占1.5%,金额占2%。而随着这些品牌房企在长沙的疯狂扩张,它们的市场份额也将毫无悬念地不断扩大、扩大、再扩大。

这只是冰山一角。来自湖南中

2010年4月24日,长沙城北,开福区芙蓉中路与福元路东南角,万科城“花园墅院”样板示范区正式对外开放。长沙万科相关负责人接受采访时透露了万科将在长沙的发展:“万科会深耕长沙市场,2011年要力争达到40亿的销售额。”

半年过去了,万科正逐渐兑现着自己的诺言。除了万科城、万科·金域华府、万科·城市花园相继面市热售外,万科还在长沙寻找土地资源。据悉,位于猴子石大桥两侧的两个项目将有可能在明年面市发售。

“万科很看好、也很重视长沙市场,并且计划在未来的2年内,推出6—8个新项目,让销售额实现40亿、60亿的快速增长。”长沙万科相关负责人表示。

华侨城地产,内地的龙湖地产、郑州绿都,以及香港、台湾等地的地产公司。

规模发展成为趋势

如果说万科引领的是全国地产企业发展二线城市战略的风潮,那么恒大就是长沙楼市规模经营的引领者。

2年,5个项目,400万㎡建筑面积,前三季度40亿销售额,恒大不仅震惊了长沙楼市的同行,也让他们看到了规模经营的威力……单个公司销售超过40亿,这曾经无法想象的数字,如今却成为长沙楼市的现实。恒大在长沙的辉煌,正是得益于它的疯狂扩张、销售速度,以及规模发展。而如今,这种规模发展开始有了越来越多的追随者,比如佳兆业集团。

“很正常!”对于万科、保利、恒大、世纪金源等品牌开发商在长沙四处疯狂拿地的现状,长沙佳兆业一位不愿透露姓名的负责人表现淡定,因为他们有更大的计划。“长沙的市场太好,潜力很大,未来3年也将是佳兆业在长沙

纪金源、佳兆业等品牌房企图谋疯狂扩张的背后,在房地产“支柱”产业光环逐渐褪色以及严厉政策调控的现实语境中,房地产开发的模式正逐渐由追求利润最大化向规模化、低利润率、高周转率的新模式转变。

开发商显然也意识到了这一规律,体现在行动上则是纷纷由单个项目向多个项目发展。“这是一种趋势,目前中国水电、新华都、郡原地产等开发商都有项目处于洽谈的关键阶段,相信用不了多久就会有好消息。”一位不愿透露姓名的业内人士透露。

本土开发商面临冲击

对于一个成熟的房地产市场来说,规模化发展是一个必不可少的阶段。但对于刚刚告别价格洼地的长沙市场来说,这种格局的骤然变化显然也令人某些本地开发商措手不及。如何在与万科、恒大、保利这些强大的外来者的竞争中占得一席之地,成为了它们必须要面对的问题。

有数据统计,2010年1—9月,

中原地产机构的统计显示,截止到2010年10月,在A股和H股上市的中国房地产企业在长沙有21家,并且这个数字将不断扩大。

“相比于本土的房地产企业,品牌房地产企业在资金、资源整合和抗风险能力方面具有优势,土地出让方也更青睐有实力的开发商,因此在品牌房企大扩张的时候,本土房地产企业会不可避免地受到冲击。”一位不愿透露姓名的业内人士不无担忧地表示。

但也有人持相反的观点,湖南嘉盛地产总经理杨志威表示,长沙市场是大家的市场,从整体上来看,品牌开发商的强势扩张会提升长沙楼市的整体品质,这反而是个好消息,而且长沙楼市有足够大的容量,只要做好产品,就一定能找到自己的位置。

当然,包括长房集团、嘉盛地产、建鸿达、鑫远集团、高信置业在内的众多本土地产企业也在积极地拿地以寻求规模的提升。“嘉盛的扩张策略是理性的,最近我们也在寻求新的土地储备,只要价格合适,我们就出手。”杨志威表示。

■记者 唐琨

长沙楼市 迎来“双升时代”

记者手记

变化,意味着机会的来临。从房地产政策发生巨变,到国内地产巨头的战略重心向二三线城市转移,再到土地市场的突然爆发,“变化”是2010年房地产市场最真实的“写照”。

而2010年长沙楼市最值得关注的一个变化是,万科、恒大、世纪金源、佳兆业等品牌开发商纷纷展开了在长沙的第二轮扩张,长沙楼市也迎来了品质升级的大好机会。

以阳光100进入长沙的2003年为分水岭,长沙楼市迎来了品牌开发商蜂拥而入的时代。在这一阶段,开发商注重的是打响第一炮并站稳脚跟,为了迎合市场,它们在某种程度上摒弃了自己的特色,在产品品质的追求上也没有做到尽善尽美。

七年过去了,这些外来者们站稳了脚跟,品牌、实力、产品等各方面也得到了市场的认可,于是,它们开始有了更高的追求,并希望打造出更好的产品。比如保利在建的南湖项目,比如万科位于猴子石大桥两侧的项目,再比如融科位于南城的东南海项目……

众所周知,品牌开发商在资金实力、项目运作以及产品打造方面拥有其它房地产企业无法比拟的优势。因此在快速扩张的过程中,长沙楼市的精品项目必将越来越多,品牌开发商的市场份额也会不断地扩大。这就导致了这样一个结果:当高端项目在市场中的权重越来越大时,长沙楼市的价格也会因为这些项目而不断拉升,“价格洼地”的称号将会被彻底抹平。

或许,长沙楼市产品品质与房价的“双升时代”已经到来。

唐琨