

建业中报业绩骄人

本报记者 刘文良

品牌助力“深耕”中原

建业能够实现20%以上的匀速增长,其品牌价值与其“深耕”中原战略选择相得益彰,可谓功不可没。“所谓品牌的支撑就是产品与服务,因此建业一贯重视产品与服务的雕琢与创新。”建业地产董事局主席胡葆森说。

建业在此方面的努力是持续的,也是多方面的。比如,今年上半年,建业专门成立河南建业建筑设计公司,全力提升产品的系列化、标准化能力并持续推进产业化进程。

同样是上半年,建业还启动了“2013年老业主答谢暨新品推介会”,向老客户

优先供应年度新产品,有效巩固了公司在区域市场的品牌领先地位。而于今年耗资数百万启动的“建业业主大串门”活动,邀约客户免费入住建业豪华酒店,体验大服务体系。在近年来着力打造包括物业、教育、足球、商业地产、文化旅游、绿色基地等资源在内的大服务体系基础上,上半年建业全力构建的网络化社区体系也取得实质性进展,大服务体系资源进一步得到夯实。

3月10日,建业客户服务的重要载体——“至尊卡”获得人民银行颁发的《支付业务许可证》,标志着建业至尊卡正式进入央行批

准的非金融机构从事支付业务的企业行列。而建业在文化旅游地产方面的第一个项目——郾陵建业生态新城也已在今年动工,预计明年春天会推向市场。

“待到建业30周年时,预计会拥有近15家酒店及20家商场,将会建成近200个社区。在河南这一区域内,这些社区便形成了一个浩大的网络。从服务角度看,每一个社区会变成一个个服务平台,依托9617777客户服务热线和建业至尊卡这两个载体,公司将实现服务体系的全方位、无盲点,由此将逐步建立并稳固自身的服务优势。”胡葆森如是说。

喜捧资本市场“本科”毕业证

来自资本市场的强力支撑,是建业能够稳定增长的另一重要因素。自2008年登陆香港资本市场,建业以其连年保持20%的复合增长率、给予投资者高回报率的财务稳健、企业守信负责的良好公众形象等,赢得了资本市场的认可和追捧。

比如,继2013年1月发行2亿美金债券后,5月22日,建业地产在港再度成功发行5年期4亿美元无抵押美元债券。此举最为引人注目的并非其4亿美元、约相当于25亿元人民币的融资金额,更在于其债券年利率仅为6.5%,树立了国内地产公司融资新

标杆。而数据也显示,建业的融资成本呈持续下降态势。比如,2012年4月12日,其又发行了1.75亿新加坡元的2016年到期的优先票据,年利率为10.75%;2013年1月21日,在港发行的2亿美元2020年到期美元债券,年利率为8%。

这足以证明,经过5年努力,建业不仅打开了一个低成本发债融资的新局面,更干净利落地赢得了资本市场授予的“本科”毕业证书。

对此,德意志银行德意志产权研究团

队发表了一份名为《持续强劲的销售增长会支持进一步重新评级》的集团报告,预期建业地产将成为中国中部地产的领导者,在河南市场将拥有持续的高增长。而基于对公司良好发展的信心,国际著名评级机构标准普尔在本次债券发行过程中也主动调高债券评级,由此前的BB+提升至BB-。

上市之初,胡葆森曾说,建业用16年时间,打通了从波士顿到驻马店资本通道,用全球资本改善中原人居。上市后的5年时间,建业已总共融资近20亿美元助力中原发展,用行动证明自己的战略价值。

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。

“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。”胡葆森在接受记者采访时表示。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纵深阶段。所谓“纵深”不仅是地理意义上的向县级城市拓展,还意味着要在原有市场上不断地加深市场深度,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。也即是过去11年在地区市场积累的资源向两端释放。

同时,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。“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100万人的居民群体。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。

实际上,近期以来,开发者的业务转型跨界已成为一个热点话题。不久前,万科集团总裁郁亮曾透露,未来万科将转型为城市配套服务商。可以想见,建业历时十多年通过省域化战略搭建的平台无疑使其占尽先机。

建业中报 合同销售额同比增20%

建业地产中报业绩显示,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,仅新开工项目即能实现30亿至40亿元的销售额,再加上目前在售项目,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。这说明,建业地产业绩的增长是持续、稳定、有质量的增长。这也有力解释了自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。

其时,在外有劲敌,内有资金、管理忧患的情况下,区域性房企如何在各方因素夹击之下冲出重围,备受各界关注。而如今,凭借先人一步的战略布局,良好的资金管理、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。

若联系中国房地产整体进入“下半场”、行业受资金推动发生巨变、商业跨界经营汹涌等大背景,建业何以能够实现持续增长,其实践与思考无疑值得解读。



建业天筑效果图



建业春天里效果图



华南城VIP联谊会现场

“稳商、助商、扶商、富商”。8月22日,郑州华南城汽配市场VIP客户联谊会暨在郑州永和铂爵国际酒店倾情上演。河南省商务厅、郑州市、新郑市相关部门领导出席,郑州华南城、乾龙物流等企业负责人以及商户代表600余人参加了本次联谊会。

实力保障 推动市场长久发展

“随着中国经济的发展,人们生活品位和眼界提升,专业批发市场的整合升级就显得尤为紧迫。郑州华南城正是应运而生,顺势而为,从硬件到软件倾力打造中原首家、全国知名的专业批发市场集群,汽配市场则是其中的重中之重。”郑州华南城总经理温国辉在致辞中,首先对郑州华南城的项目进展进行了详细汇报,并从华南城的品牌实力、经营管理能力和市场的发展趋势等方面进行了独到的分析。

从传统的商业模式而言,商户之所以选择某个市场,主要考虑的就是能否赚钱,未来的时间里收益是否能够日趋增长,而这一切,则主要取决于开发者的品牌和实力以及市场运营理念和运营能力。温国辉表示,华南城集团在香港联合交易所上市,致力于打造现代化综合商贸物流城,有十余年的专业市场运营经验,这也郑州华南城汽配市场必将执掌中原汽配产业的原因之一。

同时,政策导向和政府支持力度以及专业市场的发展趋势也是重要因素。《郑州市人民政府关于加快推进中心城区市场外迁工作的实施意见》以及《2013年中心城区市场外迁工作方案》等政府文件的相继出台表明,郑州三环以内市场外迁势在必行。

华南城汽配市场 引领产业发展

本报记者 任志伟 张子静 曹阳 图



郑州华南城鸟瞰图

承接外迁 打造商贸物流中心

从现代大城市的产业空间布局来看,郑州华南城不仅符合市场空间布局的要求,而且将为郑州市市中心现有老市场的外迁与升级提供一个完美的承接场所,从多方面优化郑州市商贸物流业的空间布局。

河南省商务厅经协处副处长赵大建从我省商务和招商引资的宏观角度,为联谊会现场嘉宾讲述了郑州华南城在中原经济区建设中的巨大推动作用。他表示,随着中部崛起战略的不断深化和中原经济区上升为国家战略,郑州进入了一个大开放、大发展的历史阶段。此时的郑州迫切需要

一个国际化、现代化、超大规模、具有强劲辐射力的商贸物流城,郑州华南城的诞生恰恰符合这一历史大势。

郑州是我国中部地区的区域性中心城市和交通枢纽,郑州华南城的建设运营,可以为中部及西部地区引进与发展制造业提供重要的产业配套,从而大幅提升郑州市商贸物流业的竞争力。

不仅如此,考虑到目前郑州市大型专业市场主要集中在城市中心地区,自身很难进一步大规模,而且对城市中心区的交通、消防、市容等造成很大负面影响。郑州华南城选址新郑市龙湖镇,既避

开了郑州市中心区繁忙拥挤的交通,减少市场大物流对市中心交通环境的冲击,又可以通过合理的交通接驳融入郑州市发达的公路和铁路运输网络中。

作为郑州市市场外迁工作的主管部门,郑州市市场外迁办副主任龚旭说,市场外迁与郑州市、新郑市政府等相关部门一起,为郑州华南城的承接提供保障与支持。从去年开始,市场外迁办与郑州市各级政府领导一起,不止一次在郑州华南城召开工作推进会,竭尽全力帮助华南城解决工程建设中遇到的问题,也在各个方面积极配合项目招商。

配套齐全 物流电商助力商家

新市场的形成和快速发展离不开现代物流园的支持,以郑州华南城为中心的新商贸区域中心的发展,加上完善的物流体系支持,真正为广大汽配配件商户提供高效的仓储物流服务。郑州华南城汽配配件交易市场不但具备前所未有的宏大规模,而且依托乾龙物流专业的运营团队,在仓库配备、仓库管理、安全防护、物流配送方面都有规范化、科学化的统一标准。

乾龙物流园位于华南城南侧,是中原地区物流龙头项目,占地面积2300亩,仓储面积128万平方米,公共仓库群、加工仓储区、综合性货运代理市场,办公信息大楼、综合服务区是它的五大功能分区,调度指挥中心、信息管理中心、车辆管理中心、职教培训中心、仓储运营中心是五大中心,将孵化和拉动一批物流经营企业,形成中原地区最完

善、最强大的物流产业链。

乾龙物流郑州公司常务副总经理刘富荣表示,针对华南城商户,仓储费率低至市场价80%;提供装卸、包装、配送等一条龙服务;提供电商物流、快递、供应链金融、各区域华南城连锁配送等服务;免费提供仓储管理信息系统供商户使用。

电子商务平台将是郑州华南城汽配配件市场提供给商户的另一大优势。华南城集团旗下公司华南城网整合商家优秀的产品优势,构建线上线下立体分销通路体系。

华南城网电子商务有限公司营销总监秦选伟认为,传统企业的电商之路,既不能依靠互联网公司的模式,又不能完全照搬线下经验,线上资源丰富,线下优势明显,两者结合才是硬道理。“实体+网络”模式才是未来电商的发展趋势。

全力合作 携手客户共赢未来

“华南城成立至今十年来的发展历程,既不回避问题和难关,也不放弃未来和希望。”郑州华南城副总经理兼招商中心总经理王鹏飞表示。

事实上,对于华南城而言,直面困难,解决问题一直都是企业发展的灵魂所在。华南城从成立之日起就千方百计以各项优惠政策让利商家。“郑州华南城所有物业50%出售,50%自留。因此华南城不是买卖家,而是合作家。”王鹏飞郑重承诺。

本着“稳商、助商、扶商、富商”的理念,在郑州华南城汽配配件市场VIP客户联谊会现场,

王鹏飞公布了优惠政策:对于已发展老客户,在汽配配件开盘时候成功选铺可以额外享受每间5000元房款优惠;已办卡未认筹的客户,从客户联谊会召开之后两周内完成会员升级的,开盘当天成功选铺可额外享受每间2000元房款优惠。这些优惠政策让在场商户感受到了华南城互利共赢的诚意。

“华南城是一座没有围墙,只有桥梁的共赢平台。”王鹏飞表示,郑州华南城汽配配件市场将与广大商户朋友一起,合作共赢,分享事业的成功和人生的绚丽。