

南京第一份“地产百盘竞逐”实力榜”将揭晓 谁能登顶

南京楼市离垄断有多远?

万科在销售业绩上的强悍,还有以保利、中海、绿城、恒大为代表的上市房地产企业的快速发展,不禁令人产生担忧:房地产销售市场的蛋糕会不会逐渐被少数企业蚕食,未来会不会出现少数房企呼风唤雨的垄断局面?

如果单纯从数据来看,这一可能性并不存在。根据商务部发布的数据,今年1-10月,全国新建商品房销售总额接近3万亿元,即便是如今万科已经达到的1000.6亿元,其在全国市场上的份额也才达到3%左右,离真正的垄断还存在相当大的距离。

但同时我们必须承认,这些具有相当影响力的品牌房企在市场的竞争力正越来越强,以南京为例,今年以

来,金地自在城、保利香槟国际、保利紫晶山、中海凤凰熙岸、苏宁睿城、河西万达广场、朗诗绿色街区、旭日爱上城……这些热销楼盘无不与其强大的品牌号召力有着密切关系。

具体到板块上,近期以来,凭借着地铁、纬三路过江隧道的利好,江北的几个超级大盘持续热销,仅三四个大盘的销售总额就占据了南京楼市一半左右的成交量,江北也因此成为年末最受关注的板块。而回顾本年度的土地市场,最为引起骚动的还是雅居乐、中冶、保利这些品牌企业的大手笔拿地。

就在“史上最严的楼市调控年”接近尾声之际,中国地产界迎来了首个千亿房企:12月初,万科正式对外公布,公司销售额已达到1000.6亿元。这是万科继2007年以520亿的销售额超过美国帕尔迪后,连续三年蝉联全球最大住宅公司称号。

对于销售额的追逐固然是企业实力的一种集中体现,但很显然,实力的内涵应更为丰富,它还包括持续的盈利记录、卓越的市场贡献、优良的客户满意度……

因此,在《金楼市》正在热推的“2010年南京地产实力榜”中,从年报的“正说江北”特刊开始,从关注成长性板块开始,我们对于实力的理解,将沿袭这份专业财富地产杂志应有的理性与客观。

实力的指标不只是销售额

美国帕尔迪,全美最大的房地产公司,多年以来,一直被万科视为学习的榜样,其原因不仅在于帕尔迪始终保持着超越行业两倍多的增长率,更在于其高达45%的客户推荐和重复购买率。

最为著名的帕尔迪客户细分标准是从客户出发,而不是从产品出发,建立了以客户支付能力为X轴,以客户的生命周期为Y轴的“生命周期与支付能力矩阵”。运用这个矩阵,帕尔迪公司建立了两大类,共

有11类细分客户。细致的市场区分与准确定位,创造了帕尔迪目标市场的高竞争力,而在客户购房的前后,无论是交房后的30天的跟踪服务,还是3个月以及11个月后的后续服务,都使得帕尔迪的品牌价值得到极大提升,同时也构成了帕尔迪实力体系中的最为坚实的一部分。

因此,在本次的“2010年南京地产实力榜”中,最终入选楼盘将不仅仅是那些销售额最高的楼盘或是企业,在南京楼市这一年中,那些始终坚持理性定价、引导整体行业健康发展的企业和楼盘也有望将成为“2010年南京地产实力榜”的一员。

值得一提的是,在本次实力的指标中,物业管理、售后服务也将成为考量一个楼盘或企业能否成为“实力派”的重要指标,毕竟客户的满意度与口碑是一个实力楼盘或是企业极为重要的构成因素。 快报记者 葛九明

朗诗·绿色街区
LANDSEA GREEN BLOCK

双景大宅 楼王钜献

第三批89-194平米科技精装房年底加推!

国际科技绿色人居舒适解决方案
湖景近4000余亩南湖风光,近享小区内中庭美景
更有194平米五房两厅典藏楼王,非凡风景开启幸福空间



奥体体育公园对面

LANDSEA 朗诗 绿色适居解决方案 降噪 隔热 严寒 黄梅天 睡眠 空气 节能 装修 86696666