

房企大洗牌带来板块新契机



如今大热的仙仙湖板块，当年并不被部分开发商看好

从某种程度上来说，品牌是一座城市的刻度。

2001年，河西还是南京人眼中的“不毛之地”。但随着万科、万达、仁恒、保利、金地等众品牌房企的陆续进驻，河西的商业格局和居住氛围都发生了翻天覆地的变化，并成为可与城东相提并论的“西贵”区域。

在变化中值得一提的是，今年以来，包括中天城投、福建正荣、北京金隅、昆仑沃华在内，越来越多的外地“土豪”开始进驻南京，与已有房企分食市场蛋糕。一场关于品牌自身的洗牌正在拉开帷幕。

毫不夸张地说，品牌房企是板块发展的强大引擎。从当初的河西，到后来的奥南，如今的仙林、江心洲……随着新一批品牌房企的开拓拓土，南京的板块格局正在发生翻天覆地的变化。

现代快报记者 杜磊

新品牌年代奠基新板块格局

2013年的南京土地市场竞争可谓惨烈。随便盘点一下，就能数出十幅以上的“地王”。这其中，外来房企的强势进驻功不可没。在仙林板块，“地王”单价在短短5个月内实现了连续三次被刷新。前脚金地集团刚刚在6月19日以7863元/㎡的大手笔楼面地价拿下仙仙湖西侧的1号地块；后脚8月21日，中天城投就以7.8亿元的总价、10259元/㎡的楼面地价摘得仙林G51地块。11月21日，昆仑沃华又以14212元/平方米的楼面地价拿下南京仙林浦塘的

G76地块，成为年内第三个刷新仙林单价“地王”的房企。

事实上，不仅是仙林板块。就在5个月前，昆仑沃华分别以9014元/平米、9247元/平米的楼面地价，连续刷新城北“地王”新纪录。但这一纪录仅仅保持到9月。随后，中电24.4亿夺城北地王，楼面地价15420元/平方米。对于这一天价，业内戏称地表示“小伙伴们惊呆了”。

不过，这个价格比起南京新创的土地最高单价“地王”还差了一截，这就是来自河西中部的G75地块，楼面地价16979元/平方米，其缔造者是来自北京的金隅。而就在这幅地块拍卖的前15天，河西的单价地王还是由福建正荣竞得的G63宅地。

伴随着外来房企的强势进驻，各个板块之间的地价差距越来越小，固有的板块产品定位差异越来越小。一些板块的潜力被挖掘，甚至被透支。“我们以前认为仙仙湖这个板块一般，现在没想到变得越来越炙手可热。”有早期进驻仙林板块的开发商如此评价道。

品牌挤出带来周边置业机会

顶着“地王”头衔首次进入南京市场的外来房企们，大大加刷了正在本地楼市上演品牌竞争，一场大洗牌正在展开。

今年以来，每一场土地拍卖会上，都能够看到很多熟悉房企的身影。但大多数时候他们都铩羽而归。“金隅的地、正荣的地，还有升龙的地，当时拍卖的时候我们都参加过。”万科公司的相关负责人坦诚相告。类似的，虽然6月份刚刚在仙林

拿下一幅“地王”，金地集团南京公司营销负责人透露，公司目前也在持续关注地块的出让情况，“只要地块合适，在哪个区域都不重要。”

而这大概也反映了大多数南京房企的心声。被“地王”挤出的老房企们，不得不向南京郊区发展。此前有消息称万达、涵碧楼有意深水的地块，而万科则有进驻高淳。对此，万达和涵碧楼项目的相关

负责人都表示已经实地考察过好几次。而万科也不否认进驻高淳的想法，表示“看好南京南部区域的发展”。事实上，包括苏宁、碧桂园、雅居乐在内的众多品牌开发商都已经在高淳开发项目。

有本地开发商直言，土地储备对现金流要求很高，现在主城区及热点板块土地很难抢到手，以后在拿地上会考虑待开发以及没有完全进入买房人视野的区域。

洗牌时期 切勿盲从新品牌

对于新品牌进驻以及“地王”价格的不断刷新，林明弈分析认为，这会对南京现有的品牌格局产生比较大的影响。他认为，大企业、大地产开发商的集体进驻南京，加上一些房企几乎不计成本的拿地行为，导致地价飙升。本土房企以及资金实力不太强的中小型企业必将面临着拿地难的局面。最后会形成大型品牌房企主导市场、中小企业被迫转型的格局。

网尚机构总经理李智分析表示，今年虽然新进了很多品牌房企，但每个企业的战略部署不一样，有的是看好长三角区域，有的是看好南京。他认为，对于部分首次进入南京的房企来说，出于战略布局的需要，首个项目的微利甚至不盈利已经不是首要问题了。此外，部分房企存在独特的成本控制模式，或者成型的扩张模式，可能会更优越。因此，一些本地企业不看好的土地，他们可能会看好。

李智分析，市场正在洗牌，在带来更多新开发理念或者新产品的同时，也带来了选择难题。对于消费者来说，不宜过早盲目追随新晋品牌。

新品牌年代



发现新潜力板块

地王，可以说是今年南京土地市场最热的关键词。然而，出现地王的并非成熟度高的城中板块，而是浦口新城、仙林等潜力板块。记者调查发现，刚进入南京的新品牌们，拿地自有其战略眼光。

现代快报记者 周彤

偏爱南京只为“战略回归”

1-11月份，南京楼市可谓地王频出，从九龙湖到仙林湖，从浦口新城到仙林，从城北到河西，地王频频出现，使得几乎各板块都刷新了楼面地价纪录。

“可以看出，现在活跃在南京土地市场中的都是品牌房企。分为两类，一类是传统的全国性房企，如人们熟悉的招保万金等。”广智行营销顾问有限公司总经理柳彪分析说，“另一类是外来品牌，原来基本都是偏安于一隅，而现在走出来，大手笔拿地。例如，福建正荣、中天城投等房企。”

他分析称，这是因为不少品牌房企正在逐步由三四线城市向一二线城市

回流。毕竟，一二线城市，无论是需求量、价格和品牌聚集度等，都远远高于三四线城市。而且，经过几年的市场波动，以南京为例，不管市场如何变化，至少收益是远高于三四线城市的，这也是不少企业选择重回一二线城市的重要原因。此外，一些区域性房企从未来发展考虑，也会选择南京作为长三角乃至全国战略的第一站。

网尚研究机构总经理李智也表示，“外来品牌房企来南京拿地，主要出于战略布局的考虑。而已经在南京有项目的品牌房企则更多地考虑土地储备、未来开发利润以及现金流。”

偏爱新区并“贴着成本线卖”

仙林、浦口新城、麒麟、板桥、河西、迈皋桥北、江心洲……与已成板块相比，品牌房企似乎更加青睐潜力地块。

“品牌房企比较倾向于在潜力板块开发，同时拿地规模都比较大。”新景祥房地产研究机构副总经理何晖说，拿地规模大，意味着开发周期较长，甚至可能4-5年。周期长，市场的人气口碑也比较容易培育，这些项目前面一期、二期几乎都是贴着成本线卖。而前期积累的口碑和板块利好的实现，保证了三期、四期的收益。而且与前几年市场不

一样的，拿地前一两年的投入比较高，需要足够的资金支持，因此小开发商往往支撑不住，品牌房企才有这个实力。

何晖的此一说法，得到了福建正荣相关负责人的认同，该人士表示，“我们公司拿地主要有两个原则，第一是政府重点规划的新城，第二就是后续有充足的土地储备。”政府重点规划的新城，意味着政策的倾斜和未来发展的潜力。而充足的土地储备意味着后续还会有开发商陆续进驻，也就有了升值的保证。



南京江宁万达广场

NANJING JIANGNING WANDA PLAZA

抢购万达准现房 立享财富飙升

开业正繁华 投资选万达

冠军投资品

80-150m²万达甲级写字楼

抢享开业升值

- 南部新城中心
- 多维立体交通
- 国际商务地标
- 商务投资金品

- 实力万达领航
- 城市精粹资源
- 旗舰五星配套
- 准现房即升值

小户型中心地标公寓

百变精装 仅余**50席**

12月21日盛大开业

扫一扫 万动态早知 迎开业 投万达 享升值



VIP LINE **8656 7788**

接待中心：南京市江宁区上元大街与竹山路交会处

本资料仅为要约邀请，买卖双方权利义务以《南京市商品房买卖合同》为准。

29万起⁹ 地铁灵动小户 即将加推

万汇城邂逅德云社 经典相声免费听

连包15场德云社 3000张门票免费等你拿

演出时间：12月1日起 演出地点：南京老门东步行街箍桶巷128号

领票热线：58219999 领票地址：万汇城接待中心





VIP LINE/025

5821 9999



说明：即开即用 开票商：南京市万汇城置业发展有限公司
项目地址：南京市浦口区江浦街道浦口大道东28号
联合代理：广告传媒与地产 金隅地产 广告传媒