## 谁是赢家?

在上半年调控不断的弱市下，中海、恒大、绿地在济南再度领跑，以30.35亿、22.38亿、19.64亿的成绩位居前三强。在济南市上半年的整体销售额中，三者就占了半壁江山。

现上半年榜单，笔者认为，一线房企和刚需楼盘成为本赛季最大赢家。

首先，房地产的集中度越来越高，房地产销售排名TOP10的企业与未上榜企业的差距进一步拉大，中海国际社区、恒大名都等目前销售业绩位居前列的项目无一不是一线房企的城市大盘，他们的位置虽然未处于市中心，但是其在规划设计、功能配套等方面的优势依然让他们具备了更大的吸引力。同时，老百姓对品牌的认可度逐步增强，中海、恒大、绿地、保利、重汽、海信等品牌纷纷入主前十名。而发祥、鑫苑等在销售过程中因运作不规范遭购房者愤怒砸盘，过往开发项目存在顶层漏水、车库塌陷等严重质量问题、物业服务水平较差、甚至发生打人等恶性事件的开发商则无一上榜。

其次，从产品结构来说，受调控下限购、限贷政策影响，高端盘业绩平淡，而刚需房源充足的项目在逆市走红，在上半年销售中，70%的产品是中端类产品，刚性需求加上灵活高效的价格策略也使得恒大、中海、鲁能等楼盘快速去化，销售额遥遥领先。

再次，商业贡献度提升，带动企业业绩上扬。在严厉的限购政策封锁住它投资渠道后，商业地产反倒迎来了一轮成交热潮，而此前如码商业地产的企业也渐入收获期。华强广场的商铺化公寓几度热销，华强置业因为其商业性质，在住宅榜中未有体现，但是7亿的业绩依然是一大亮点。

世联地产一位工作人员在市调时感叹，楼盘开发水平越来越高，可见在调控期开发商对于内功的修炼更加注重，这也成为调控的“果实”之一。笔者认为，政策环境自有不同，但对于企业而言，比赛规则并无差异，有楼盘注重提升品质者，有企业规范服务提升软实力，仁者见仁，智者见智。

### 品牌楼盘纷纷 创新营销策略

上半年各房企除采取价格优惠外，也纷纷进行软性营销活动增加项目美誉度，从而增加来电来访量。

“民生地产”一直是恒大坚持的发展理念，上半年更是紧紧抓住刚性需求消费者，围绕“民生地产”的概念，重点宣传恒大建老百姓买得起的精品房，求更多线下推广途径，持续做好老客户的关怀与回馈。在项目现场，则周周采用暖场活动，热带水果节、烧烤节、寿司DIY、业主乒乓球赛等活动，保证现场人气的同时，进一步加强与已购房客户的交流沟通，增加客户对项目的美誉度，也为项目带来了可观的客户来电来访量。另一方面，新开盘的项目设立临时售楼处及增设市区接待点，大大延长项目蓄客时间，为开盘做出丰富的客源保证。而保利在今年重点推出的全精装豪宅海德公馆项目，以其浓厚的学府区氛围，在进行豪宅产品本身品质宣传的同时，还着重强调为孩子成长提供良好的人文环境，进行了暑假子女教育系列活动，对来宾进行子女理财教育的讲座，同时还将邀请北京新东方教育集团资深留学顾问王淑为大家进行子女留学教育的讲座。

海尔绿城则继续进行其“海豚计划”，将绿城“以人为本”的精神日益深入绿城业主及准业主的心中。延续上两届的精神，2011年的“海豚计划”将关爱小业主健康的理念进行到底，并将同步开展“海豚计划少儿夏令营”、“小海豚记者团”、“小海豚读书月”、“小海豚手绘大赛”、“小海豚DV大赛”、“海豚之星评选”等一系列多项的后续主题活动，争取让客户理解，其购买的不仅是一个居住空间，为客户提供的医疗、教育、健康乃至精神层面的增值服务才是绿城真正的价值所在，从而促进房产品的销售。

### 销售十强多为 全国性品牌房企

**2011年，楼市继续在严厉的调控下运行，住宅市场上，从各项目实际销售看，刚需产品成为主角，投资投机行为较少；随着政策的细化，市场的观望气氛一步步浓厚，四月份不少楼盘低于预期价格开盘加推，五月份很多开发商也开始以优惠和打折等多种促销活动吸引客户。济南的整体房价在年初虽有一定的回落，但从四月份开始明显反弹，部分楼盘出现了一些特价房等优惠活动。而从实际的成交及销售额等综合数据来看，中海、恒大、绿地成为上半年的大赢家，位列行业业绩的前三甲。**



济南楼市上半 年业绩出炉

# 中海、恒大、绿地综 合排名荣膺前三甲

据克尔瑞做出的半年统计，无论从销售金额还是销售面积看，排名前十的绝大多数为全国性品牌房企业，其中中海、恒大、绿地以其济南销售金额位居前三名。

从济南市住宅与房地产信息网了解到，上半年其旗下中海奥龙观邸和中海国际社区销售额为30.35亿元，两个楼盘分别凭借着87—130平精装小高层，87—107平高层毛坯，350—450平铂宫别墅以及86—137平精装华宅,195—240平【世家】奢装大平层产品在上半年的中高端市场取得了不菲的业绩。恒大则以民生地产的口号，以其济南西部两盘恒大名都、恒大城的销售取得业绩头筹，绿地则以纬十二路的绿地新里卢浮公馆和绿地国际花都的销售名列三甲之内。

从机构分析数据看，今年上半年住宅市场总供应量为18845套，较去年同比下降84.09%，其中新增供应量11826套，共消化房源12358套，136.86万平米，总销售额为111.64亿元。1-2月份受春节假期和调控政策影响新增供应量较少，导致整体供应量有所下降，3月份开始部分开发商开始加推房源，一季度价格也下滑明显，4月份开始市场回暖，供应成交开始放量，价格反弹；截止到6月底，包括章丘在内，整体均价为8304元/平米。

上半年的最后一个月，市场仍然保持着供需两旺的势头，而开发商迫于年度任务及资金回笼的压力，开始积极推盘，据世联恰高分析，在竞争激烈的态势下，市场表现活跃的大多是一些高性价比产品为主的品牌开发项目，“品牌”加“刚需产品”再加“低价”的组合成为目前市场供需的主力，是购房群体中刚需客户的置业首选。

世联研究认为，从购房者对未来的信心来看，他们仍处于心理焦灼期，一方面调控已一年有余，房价并未下跌，另一方面，他们又期望未来房价下跌，这两种心态之间的矛盾加剧了未来的不确定性。未来一年面对今年供应量放大的态势，竞争必将异常激烈，房企主动降价促销，将有助于改变购房者的此种矛盾心理，提振他们对未来的信心。

（楼市记者 田园）

**2011年上半年济南市销售金额十强开发企业表**

| 排名 | 企业名称 | 成交金额（亿元） |
|---|---|---|
| 1 | 济南中海地产有限公司 | 30.35 |
| 2 | 恒大地产集团济南公司 | 22.38 |
| 3 | 上海绿地集团山东置业有限公司 | 19.64 |
| 4 | 济南东拓置业有限公司 | 16.00 |
| 5 | 济南银丰房地产开发有限公司 | 11.27 |
| 6 | 济南海信置业有限公司 | 10.84 |
| 7 | 保利山东置业有限公司 | 10.76 |
| 8 | 中国重型汽车集团房地产开发有限公司 | 5.90 |
| 9 | 济南海尔绿城置业有限公司 | 5.89 |
| 10 | 山东北大资源地产有限公司 | 5.88 |

**2011年上半年济南市销售面积十强开发企业表**

| 排名 | 企业名称 | 成交面积(万平方米) |
|---|---|---|
| 1 | 济南中海地产有限公司 | 33.75 |
| 2 | 恒大地产集团济南公司 | 31.83 |
| 3 | 济南东拓置业有限公司 | 31.28 |
| 4 | 上海绿地集团山东置业有限公司 | 26.24 |
| 5 | 济南海信置业有限公司 | 16.95 |
| 6 | 济南银丰房地产开发有限公司 | 13.70 |
| 7 | 保利山东置业有限公司 | 13.52 |
| 8 | 中国重型汽车集团房地产开发有限公司 | 9.24 |
| 9 | 山东北大资源地产有限公司 | 8.29 |
| 10 | 山东艺林房地产开发有限公司 | 7.20 |

**指标说明**

1、本数据来源于济南市住宅与房地产信息网。

2、数据区域范围：包括历城区、历下区、天桥区、槐荫区、市中区、长清区、高新区

3.以上各表均为住宅统计数据，未包含办公、商业数据。