

品牌时代

在融创绿城股权洽购新闻发布会上,有记者问孙宏斌:融创入主绿城,代价相当于每股12港元,但是绿城的股价只有8.18港元,中间的差价很大,融创怎么说服股东通过这个收购?言外之意是,这是否是一桩赔本生意?孙宏斌的回答很直接,“大家都知道绿城的品牌价值就值200亿,我们这次交易的价值相当于200亿,我们就买了一个品牌,土地跟房子都白送了。绿城所有的土地都是按照原价给的,不管十年前、五年前、三年前还是一年前的土地。如果和股价差得多,只能说明股价太低。”

四面楚歌,却免遭趁火打劫,这与绿城的品牌影响力有关,与宋卫平的个人魅力有关,更与其高端房产品专业能力的客户认可度有关。

在房地产的第三个十年中,房企经历数次洗牌后强者愈强,弱者愈弱。武林盟主万科已届而立,央企霸主中海也在向不惑迈进。红顶绿地2014年的预计销售额2400亿,踏着赶超万科的节奏;后起之秀恒大不单房地产开发异军突起,在体育、金融等产业也四处开花。从全国到济南,在本地房企品牌中,能够在大本营与大鳄房企一争高下的也仅有鲁能 and 重汽,前者偏安南城,以成熟大盘取胜,后者多点布局,全线突围。

在市场向好时齐头并进,在政策变化时此消彼长,2014年的房企又面临后者带来的生存压力。有两个人后面有一只狼追赶时,谁能跑赢一个而不被狼吞噬?在目前有限的客户需求中能够跑赢另外一个人需要智慧,更需要实力。世茂天城样板区刚刚面市就吸引了拍婚纱的年轻人,其100平方米带独立衣帽间的小三房户型设计获得市场一致称赞;而龙湖在硝烟四起的西客站区域脱颖而出,也得益于其对于社区景观的营造和居住品质的自信。

我的一位同事告诉我,当他在西部一个楼盘看房时,有一个置业顾问告诉他,“在这个区域,如果不选龙湖,就选我们,别的楼盘不必考虑了”,有口皆碑,这就是品牌的魅力。

(矫娟)



CBD·金谷·林隐之城 ecological city
CBD, Financial Valley, Hidden Forest City

6月8日耀世开盘

奥体CBD成熟现房 年内入住新家

93平阔景两房认筹即将截止 团购交5000立减4万

奥体中央生活圈,成熟地段,醇熟生活;汉峪CBD千亿级都市生活场,繁华尽享;
>40%绿化率,紧邻60000平绿地公园,呵护一生健康;
今年入住新家,美好生活马上开启。

项目二维码

鲁邦 奥林匹克城
CBD·金谷·林隐之城

VIP TEL 0531 **8202 8999**

项目地址:汉峪金谷以南·龙奥北路与凤凰路交界处
 投资者:鲁银投资集团股份有限公司 开发商:济南鲁邦置业有限公司
 营销代理:百安居地产运营机构 整合推广:加速度广告

奥体CBD核心住区 实力鲁邦精工品质 整体一次交付使用 全明通透臻品户型 >40%绿化6万㎡公园 立体交通四向通达 420万㎡金谷配套

奥体CBD核心住区 奥体CBD核心住区