

# 2010 成都楼市商 大地产 年报

## 2010 年报 保利地产

“站着也能把钱挣了!”几乎是全民热爱的国产片《让子弹飞》,不仅成为了当下热议的话题,也让戏外的天才导演姜文、戏里的理想主义者张麻子,都以纯爷们儿的方式——杀了四郎,抢了碉楼,赚了票房,都“站着”就把钱给挣到了。

站着也能把钱挣了!这样充满自信和力道的气势,保利地产在成都做到了,而且做得干净利落。

截至2010年12月,中国房地产三大领导品牌之一的保利地产,在成都的销售额已突破80亿,一举成为成都首个突破80亿销售的企业,拿下本年度的销售冠军已毫无悬念。这一保利跨得很快,只用三年时间就完成原本计划3年完成的目标。这一保利把众多对手甩在了身后,这有着着数将军军队气质的公司,快速、强悍、自信、务实的企业文化与执行力也许是其他竞争者很难去模仿的。这一步之后,保利自然也成了许多竞争对手的对手,但这个值得尊敬的对手赢得了光彩。因为保利不仅实现了对这个城市的所有承诺,改变了成都的各个方向,不同区位的居住新价值,更将成都这样的二线城市的房地产发展规模和档次,提升到了新的平台。

### 保利不仅有着强大的体魄,还有一个强大的内心。这个公司最崇尚的就是简单,决策严谨流程化,99%的精力都用于执行。



保利拉斐庄园实景图

2010年7月17日,周五,在拉萨市某公司担任高管的王敏佳专程飞赴成都参加好友的婚礼。在飞机上,邻座告诉她,自己要到成都去签一套房子的买卖合同,楼盘叫保利花园。在成都朋友婚礼的午宴上,王敏佳又忽然发现,几位闺蜜的朋友,都约而同谈论着一个叫保利的公司。项目,有两人表示已经下单。当王敏佳翻阅当天报纸时,发现当天报纸上也有保利广告,保利金香榭等多个与保利有关的广告。回到拉萨后,早已有人在成都购房置业速度的王敏佳第一时间对爱人提起了保利。第二个周末又来到成都,订了一套保利198的花园洋房。对于所有成都市民,包括外来成都匆匆过客都这座城市,保利似乎无处不在。人们已经习惯了在飞机、餐桌、茶坊诸多个场合谈论保利。也就在这个项目,保利地产在成都亮相的8个项目,从5月底到6月,保利项目销售集中爆发,截止12月底,实现了成都单城年销售额80亿,一举成为成都年销售冠军。

### 两年赢取传奇 保利速度成成都楼市之谜

在整个2010年,无论是成都各大媒体还是购房者,还是千万购房者中,提及率最高的一个词语便是“保利”。这一年,保利地产成功制造了“八盘齐开”、“买上成都”、“城南肃静”“双楠发力”等地产关键词,同时还创造了平均每个楼盘销售10亿以上,建成亚洲最大郁金香公园,封顶城北首座五星级酒店

□截至2010年12月,保利地产在成都的销售额突破了80个亿  
□保利在2011年的开发量、销售计划都将大大超出我们的想象  
□保利是大企业,是非常专业的地产企业,也是个简单的企业

# 对手 保利

川再造一个新德阳”;此外,成都东村项目,保利的文化产业也将被引入,保利地产在成都的文化地产项目将呈现首个样板。

2011年的成都楼市,保利注定是每个房产商不得不面对的对手。这样的“强敌”,可怕之处还不在于销售80亿的冠军标准,而是对于80亿业绩的承诺。在我们准备做这组有关保利的年度报道的时候,保利(成都)实业董事长吴章焰向本报记者说了一句:“保利是大企业,保利地产是非常专业的地产企业,但我们也是一个简单的企业。2010年实现80亿的销售,一方面是保利的决策快,全力执行推动项目,另一方面应该得益于市场购买需求的爆发力,而最大功臣是保利在成都的全线产品都体现了性价比,我们最高端的产品都为我们的业主提供了未来增长的价值空间。”

根据保利的2011年新盘计划,高端精装产品莱莉公馆将再现金沙,保利康桥作为保利首次进入城东的新品,无疑将成为最值得期待的市中心滨河豪宅;在城北,1100亩的罗兰香谷将与公园198联袂上演双城记,城北将继续保利赋予更华丽的转身,而保利除今年分期的高端旅游地产项目——3万亩的保利石象湖国际乡村俱乐部在2011年将完成样板区打造,首次对公众揭开神秘面纱,成都将拥有媲美三亚亚龙湾的旅游度假生活目的地;在城南,320米的地标保利中心将正式动工修建,这个成都新的新高度地标,必然会成为2011年城市最时尚的建筑圈,成为2011保利还将“张到德阳,总投入150亿元”的保利德阳,将“四

华西都市报记者 姜军

在保利几乎所有楼盘开盘取得佳绩之后,不少人都在思考同一个问题:保利为何总是可以准确把握市场的需求,而多数开发商却做不到这一点?

## 布局 2011 保利让成都飞 晒一晒让人值得期待的保利成都12盘

外界看到的或许只是保利的快速扩张和热销,本质则是保利地产通过对城市和区域的理解,在合适的地方,植入最合适的产品形态。两年来,保利地产在成都基本完成了区域中心、城市综合体、高端豪宅、顶级别墅、城市地标、大型度假俱乐部等多种产品线的全覆盖。也正因此,保利地产才能够每进入一个区域,都能够在此区域留下浓墨重彩的城市名片。

2011年的保利地产更是蓄势待发,充满期待。布局更广、品质更高的新项目序列将进入成都人的视线:

NO.1 保利国际城  
2011年,保利地产还将走出成都,进入德阳,总投资150亿元的保利国际城,将以超前超前的规划理念“为四川再造一个新德阳”,以五星酒店、会议中心、保利国际线、购物中心及写字楼及高档住宅为核心的国际滨河都市生态商务区将赋予四川二线城市真正的地产主权……

NO.2 罗兰香谷  
2011年保利再入城北,总占地1100亩的罗兰香谷将作为北成都新现地150万国际新城,成为北城的副中心。城之配套,一应俱全,势必与保利国际198上演双城双城记。

NO.3 保利公园198  
2010年,保利公园198建成了半年多,保利公园的建成使用,城北唯一一座五星级酒店的成功封顶,西南规模最大的金果果幼儿园森林乐园的全面建成,“丁香郡”组团全面清盘,销售成绩超过17亿,上万成都市民回家的方向因保利而改变。

NO.4 保利拉斐庄园  
每一栋都能让世界为之心动的世界顶级别墅,独一无二的主题庄园独栋,这一次,保利把它带到了成都;360度全景观景,600㎡私家花园是基本配置,成都首例别墅超过千万的独栋别墅群,开盘4月,劲销6亿,销售率超95%。

NO.5 保利康桥  
2011保利首次入城东,保利康桥无疑将成最值得期待的楼市中心深河豪宅,坐拥繁华,入则守静,三面环河半岛一线资源,不仅成就成都稀缺一处的尊贵住宅,更让情调、尊享生活的产品诉求也将成就保利产品品质新高度。

NO.6 石象湖国际乡村俱乐部  
2011年,占地3万亩的保利石象湖国际乡村俱乐部完成整体样板区打造,将首次正式对公众揭开神秘面纱,“冬游亚龙湾,夏避暑石象湖”的生活方式将全面在成都展开。

NO.7 茉莉公馆  
高端产品茉莉公馆再现金沙,130-150㎡公馆豪宅重磅出击,突破精装配套奢轮而市,国企组团低密舒居,市政公园依家相伴,茉莉公馆只作为有品位的人人心等待。

NO.8 保利心语  
以最具想象力的大胆规划,于城南CBD打造150亩社区法式风格公园,雕漆至深的家居产品,即使是在高端云集云贵的国际城南,也能以全年17亿的销售业绩所向披靡。

NO.9 保利花园  
以超越特林林的自然规划设计,竭力导演新双楠的诞生,仅用1年时间完美演绎了从拿地到一期劲销10亿收场的保利传奇。

NO.10 保利金香槟  
以浪漫的法式园林,经典的ART DECO建筑风格颠覆了所有人对3000+房价的想象,短短半年时间五次开盘即售罄的保利万科,给成都已见惯的金沙注入了新的活力,更是以整盘10亿的销售额奠定了保利英雄西的核心。

NO.11 保利国际广场  
2011年保利给成都人民的又一重磅献礼,超320亩的城市地标保利国际广场将正式动工修建,建成后将成为成都罕有几处高点,为成都留下自己的城市符号。

NO.12 保利中心  
当年的地王,给成都赋予了太多的华丽猜想,保利中心正是以超乎想象的高档城市综合体,给成都带来了无数惊喜;创造LOFT、中心府邸、超甲双子塔等一系列产品,让成都购房者,亮相成都月销售额17亿,彰显“买成都”的气魄。

华西都市报记者 姜军

## 成都 已经被保利渗透 2011年保利再为四川开建4座城

“保利地产之所以能够让人们钦佩,其实根本的原因并非他们的实力多么雄厚,恰恰就在于他们的务实与高效,真诚与严谨。”

### 一年推出12盘 保利2011才真正“高速”

保利198如今已经不仅仅只是成都房地产开发的经典,同时也已经成为了推动成都城市发展的杰出之作。保利地产用两年时间,改变了人们对城北的传统印象,带给了惊喜,在2011年,保利198建设同步,保利地产还将在大丰、石象湖与德阳,同时开工建设类似保利198的“三座城”。而这也就意味着,在2011年,保利地产将在成都与德阳,为四川再建“五座城”。

2011年,保利地产再次挺进城北,并在这里开建保利的城北“第二座城”。项目位于大丰,总占地1100亩,命名为“保利罗兰香谷”。保利地产在成都的布局,也体现了保利和这样的企业,才有实力与能力做到这一点。

这位老总总结,保利能够做到其他企业做不到的事情,又怎么会到保利物业服务没有信心呢?在著名经济学家杨雄看来:“任何一家企业都会面临这样那样的课题,关键在于解决之道是否确切。保利地产之所以能够让人们钦佩,其关键根本原因并非他们的实力多么雄厚,恰恰就在于他们的务实与高效,真诚与严谨。而只要有这些,无论什么新的课题,都会在第一时间得到解决。”

华西都市报记者 姜军

## 保利地产 仍然是一家“成长型”企业

### 专访保利(成都)实业董事长吴章焰

“两年夺得成都楼市销售冠军,更以磅礴气势强势布局2011年。作为央企房产企业综合实力排名第一的保利地产,其核心竞争力到底来自哪里?”不规律出牌的背后又到隐藏有什么样的玄机?我们应该怎样解读这家独特的企业?近日,就以上问题,保利地产成都公司总经理吴章焰接受了华西都市报记者的专访。

吴章焰:不存在这方面问题。万科都已经过千亿了,比我们做的成绩大多了。保利地产的今天定位,仍然是一个“成长型企业”。为什么会这样呢?因为我们还不是全国第一,我们仍然需要成长,我们有着很强的危机感。而如果我们比较的话,除了万科、中海这些公司,我们内部还有很多其他兄弟公司。我们的比较,不会只是停留在某一盘城市的面面。

### 高性价比是保利地产的重要竞争力

记者:不仅成都保利,包括中国保利地产,在这几年的发展都突飞猛进,您看来,万科、中海等企业与保利相比,保利地产的核心竞争力是什么?

吴章焰:万科、中海、保利是中国三家的领导性地产品牌。当企业开始领军企业的时候,要做的不仅仅是产品,更是要做行业标杆。万科与中海都有自己的优质产品,是保利地产的主体竞争特征之一。我们的产品,几乎买了后都得到升值,因为性价比比较高。

记者:但这是否影响企业的利润实现呢?

吴章焰:我们的观念,就是不能追求最大的利润,要让业主赚到钱。这与企业性质有关,作为国家央企,我们必须要规范运作,有非常明确的定价机制,并且借助现代科技,建立完善的销售流程。我们对自己的要求,就是要做的比承诺的好。

### 保利的业绩 来自企业文化的“简单”

记者:在很多企业看来,无论规模还是速度,保利地产都是一个超常规发展的企业。

吴章焰:保利地产其实一点也不复杂,保利真的很简单。保利文化是一种骨子里的军人文化,讲究决策的速度,更加重视的提供执行力。这也正是我们有一些其他企业不同的地方,很多公司都喜欢马到成功是,房地产就是一个行业,三十年来河上三千年都是一个正数。

记者:但毕竟保利已经拿到了成都前三。这是否让您感觉到一些后续的压力?

吴章焰:保利地产其实一点也不复杂,保利真的很简单。保利文化是一种骨子里的军人文化,讲究决策的速度,更加重视的提供执行力。这也正是我们有一些其他企业不同的地方,很多公司都喜欢马到成功是,房地产就是一个行业,三十年来河上三千年都是一个正数。

记者:有人问保利地产是花1%的时间做决策,99%的时间做执行。您如何能保证这1%时间决策的正确性呢?

吴章焰:我们非常明白自己的身份。我们是央企,肩负着央企的责任。这也决定了我们项目的选择,首先必须符合政策要求,符合城市的需要,同时我们有能力去做。比如成都东村,这就是成都需要的一个项目。

记者:据我们了解,您到成都已经三年了。作为个人,您如何理解成都这座城市呢?

吴章焰:成都都是一个包容、有文化、有追求而且很有品位的城市。赚钱上钱,幸福在成都。做房地产市场而言,这里市场相对平衡,自住投资双适合,非常适合国有企业去做,做短跑的发展思路。

记者:您如何看待2011年的楼市政策走势?

吴章焰:调控肯定是必须的。如果房价上涨过快,会影响中国经济转型。

华西都市报记者 姜军 唐亚