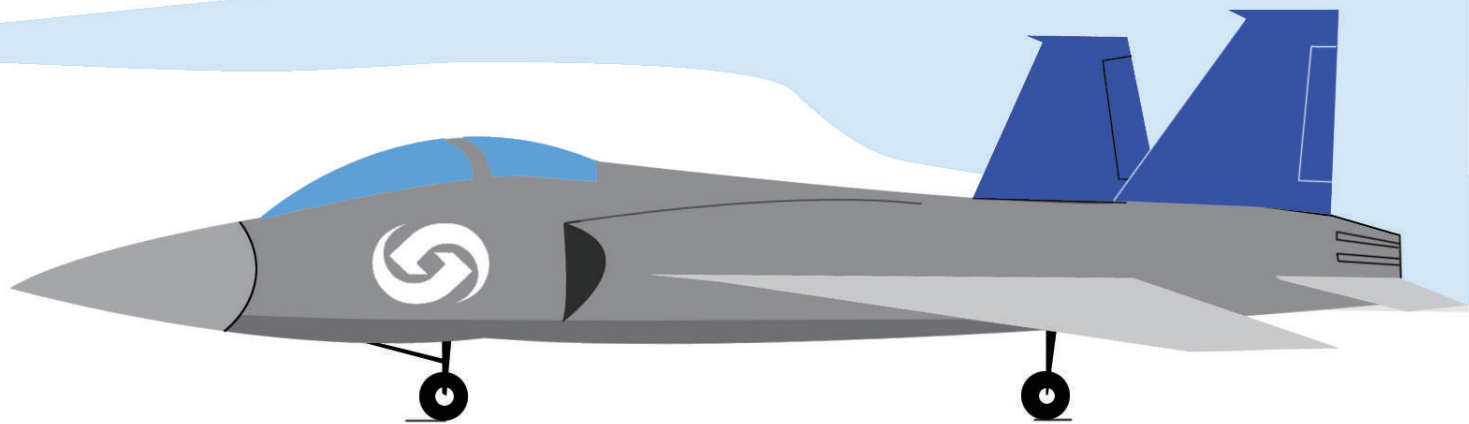


2004年,合生创展是首家超百亿房企,2011年销售额为99.4亿元,而同期万科、恒大等冲向千亿

合生创展:被套牢的“地产航母”



房地产市场在一路纵深的调控政策下,行业集中度不断上升,房企两极分化也日益明显。以万科、中海、恒大、保利为代表的中国房地产的新航母正在驶来。新老更替中,最令人扼腕的是早2004年销售额就超过百亿元的合生创展。8年的时间,当竞争对手奔向千亿大关之时,如今合生创展却在百亿销售额的红线下苦苦挣扎。

销售额年年下滑,从NO.1到30强之外

岁末年初,以合生世界花园为首的“合生系”项目集中促销冲业绩,最终仍未能力挽狂澜。3月30日,合生创展发布了2011年度业绩报告,合生创展合约销售额为99.4亿元(人民币),同比下降近10%;全年营业额为80.08亿港元,比2010年的143.79亿港元下降44.3%;净利润为14.3亿港元,比2010年的58.59亿港元下降75.7%。

在房地产行业整体“入冬”之时,合生创展的没落尤其引人注目。2004年,销售额还不如合生的万科集团,在2011年销售收入已达到1215.4亿元,同比增长12.4%;净利润96.2亿元,同比上升32.2%。而同为“华南五虎”的碧桂园,2011年共计实现合约销售额432亿元,同比增长约31%。

较之标杆房企的稳中有进,曾是粤派房企代表的合生近年来表现却是节节败退。2004年,合生创展成为房地产市场上第一家销售额超过100亿元的地产企业,而当年的万科,销售额只有91.6亿元;

2005年,合生创展风光依旧,和万科两家企业领衔百亿军团;2006年,它以第4名的身份,与富力、万科、中海聚首百亿豪门;2007年,全国房地产市场已

经有11家企业销售额突破百亿元,合生创展勉强跻身百亿军团;2008年“百亿军团”名单中,它榜上无名;到了2009年,合生创展销售额为150亿元,却被多家对手超过,名列第17;2010年,更是下滑至20强之外;而在2011年房企销量排行榜30强,已难觅合生创展的踪迹。

世界权威金融机构标准普尔日前已表示,将合生创展的长期企业信用评级由“B+”降至“B”,其优先无抵押票据的发行人评级亦由“B”降至“B-”,并将该公司所有评级列入负面信用观察名单,这也反映了合生创展未来的再融资风险持续上升。

土储扎堆一线城市,难逃政策风险

一位不愿具名的业内人士指出:“合生创展的布局在今天看来,本身有一定的局限性。与万科、恒大等房企早已布阵二三线城市不同,其项目多集中在一线城市,本身有较大的政策风险。而不少在售豪宅项目的销售不畅又更加考验了企业资金的周转,无疑雪上加霜。”据公开数据显示,2009年以来,除广东区域的合约销售出现增长之外,合生创展其他几大重点区域的销售业绩已连续出现下滑。

根据合生2011年度业绩报告显示,截至2011年12月31日,其在全国土地储备可供发展的建筑面积已达到3191万平方米,其中在北上广等一线城市的土储量接近2000万平方米,超过总量的60%。“这意味着在当前的市场情况下,这些项目一旦入市,

都将面临着究竟是高价保本还是要以价换量的两难境地。”一位曾在合生工作多年,对合生发展模式脉络清楚的资深地产人士如是说。

位于北京马驹桥的合生世界花园大幅降价就是前车之鉴。该地块的楼面价为5300元/平米,加上建安及各种税费成本,销售价应在11000元/平米才基本可以保本,而在周边项目均价14000元/平米的情况下,项目率先以9980元/平米甩卖,显然是亏本的。“合生在拿地成本付出上普遍存在这样的情况,多数项目都必须高价入市才能保证相应的利润,这也是目前布局在一线城市的项目左右为难现状。”上述资深地产人士表示。

豪宅项目遭遇限购,陷入困局

因为成功开发了多个豪宅项目,合生创展在高端产品开发方面一直保持良好的口碑。然而受到销售周期长、资金周转压力大等因素,豪宅项目并未给合生的业绩报告增光添彩。

以北京知名的合生霄云路8号为例,根据北京市房地产交易管理网公开的数据,该项目在2008年12月就拿下预售证,预售价格在8万—12万元/平米之间;在2009年正式开盘时,均价从4万元/平米不断飙升。2010年还曾创下了北京历史上最高的单盘销售额。在2010年底,公司内部放言要将该楼盘卖到12万元/平米,随后遭遇限购政策,销售一蹶不振。

纵观霄云路8号所处的燕莎

使馆区,周边邻近CBD、亚奥、大望京、丽都等多个经济、文化核心区域,近年来高价盘辈出,不断刷新北京楼市交易的最高价。据悉,该区高档楼盘70%的客户来自外地,京“十五条”出台以后,外地人购房要提供5年的纳税证明或社保证明,霄云路8号便受到了直接的冲击。

“烧钱”大盘,拖累集团发展

除了受限于土地密集布局一线城市,曾因大盘模式在华南迅速崛起的合生创展在天津宝坻如法炮制了占地2.5万亩的超级大盘——京津新城,也使该项目及集团深陷泥潭无法自拔。

合生创展在8年时间里痛下血本,先后花了200亿元用来改善区域内配套,建设了凯悦酒店、温泉度假村、引进大学城等提振人气,耗费了大量的人力物力之后,依然没有改变“空城”的局面,获得的产出尚不足100亿元。迟迟无法完善的生活配套和交通限制了京津新城的发展空间,而近两年天津各区县政府造城运动的兴起,也使得京津新城在未来的压力越来越大。据知情人士透露,近年来合生创展内部走马灯式的换帅与该项目也有一定关系。

而京津新城销售的不理想还影响到了整个集团发展,该项目已成为合生产业链条中最“烧钱”的一环。多位业内人士表示,京津新城目前已经成为合生创展发展过程中的包袱,短期内无法实现快速前行。

本版采写/本报记者 李捷

2004—2011年合生创展销售额变化

●2004年	超过100亿
●2005年	超过100亿
●2006年	113.68亿港元
●2007年	111.31亿港元
●2008年	107.75亿港元
●2009年	150亿元
●2010年	110.37亿元
●2011年	99.4亿元