

□ 在苏州土地疯狂之前，这些房企已买了很多地

2016 年 5 月 26 日

克而瑞研究中心

www.cricchina.com/research/

研究员/沈晓玲、谢夏成

5 月 24 日，苏州“苏地网挂[2016]3 号”土拍落幕，15 宗地 13 宗成交，共收金约 241 亿元，其中 39 号和 41 号 2 宗地块因超过“限价”标准被迫流拍。溢价率超过 100%的地块有 7 宗，其中路劲拿下本轮溢价率最高的 27 号地块，上海建工以 55.21 亿元夺得本轮总价最高的 26 号地块，而雅居乐以 27.45 亿元、溢价率 154%夺得 35 号地块首入苏州。

其实，在今年房企进入疯狂“买买买”之前，苏州市场早已有诸多知名房企在分食。俗话说“知己知彼，百战百胜”，今天，我们就从销售实力、土地储备、营销战术等方面，为大家盘点苏州市场发展前景较好、综合实力较强的房企。

表 1：苏地网挂[2016]3 号成交公告

单位：万平米、亿元、元/平米

区域	宗地名称	属性	建筑面积	成交总价	成交楼板价	溢价率	拿地房企
姑苏区	苏地 2016-WG-23 号	商业	4.57	5.14	11250	0%	深圳新威辉达
相城区	苏地 2016-WG-26 号	住宅	28.99	55.21	19046	116%	上海建工
相城区	苏地 2016-WG-27 号	住宅	6.11	8.61	14097	196%	路劲基建
吴中区	苏地 2016-WG-28 号	商住	18.51	30.99	16742	118%	泰禾集团
吴中区	苏地 2016-WG-29 号	住宅	0.79	0.83	10550	46%	中梁地产
吴中区	苏地 2016-WG-30 号	商业	0.90	0.19	2100	0%	博克投资
相城区	苏地 2016-WG-31 号	住宅	20.97	40.25	19196	118%	天房发展
相城区	苏地 2016-WG-32 号	住宅	14.67	27.07	18450	97%	天房发展
相城区	苏地 2016-WG-34 号	商住	7.52	11.06	14717	100%	雅戈尔
相城区	苏地 2016-WG-35 号	住宅	16.24	27.45	16902	154%	雅居乐
相城区	苏地 2016-WG-36 号	住宅	18.03	32.26	17898	103%	建发房地产
相城区	苏地 2016-WG-37 号	商服	6.84	1.27	1859	3%	苏州普乐置业
高新区	苏地 2016-WG-39 号	住宅	终止/流拍				
高新区	苏地 2016-WG-40 号	文娱	1.59	0.60	3743	0%	苏州乐园发展
高新区	苏地 2016-WG-41 号	住宅	终止/流拍				
总计			145.72	240.93	16534		

数据来源：CRIC

■ 市场占有情况：TOP10 房企销售之和约占 1/3 市场销售份额

从 2015 年的销售情况来看，销售额 TOP10 房企共销售 543 亿元，占苏州市场全年商品房销售额（1742 亿元）的 31%。TOP10 房企中，年入销售额 50 亿元以上的房企有 5 家，中海、九龙仓、万科位居 2015 年苏州销售排行榜前 3。值得一提的是，TOP10 本土房企仅苏州高新、苏州工业园 2 家。另外，TOP10 房企销售额彼此差距不大，占比均在 2-4% 之间。由此可见，苏州市场尚未出现市场垄断性龙头房企，竞争相对公平，目前对于房企而言，苏州依然是可进入性较好的城市。

表 2：苏州 2015 年全年销售额 TOP10 房企

单位：万平米、亿元、套

企业名称	销售金额	销售面积	销售套数	销售额占全市比重
中海	68.10	50.27	4594	3.9%
九龙仓	66.47	35.46	2501	3.8%
万科	65.07	42.58	3744	3.7%
旭辉	59.94	48.25	4691	3.4%
融创	58.46	20.55	680	3.4%
苏州高新	49.33	38.37	3156	2.8%
保利置业	48.00	36.54	2941	2.8%
仁恒	42.88	18.17	989	2.5%
招商	42.68	36.24	3238	2.5%
苏州工业园	42.14	23.93	2011	2.4%
总计	543.07	350.37	28545	
占全市比重	31.2%	27.3%	25.5%	

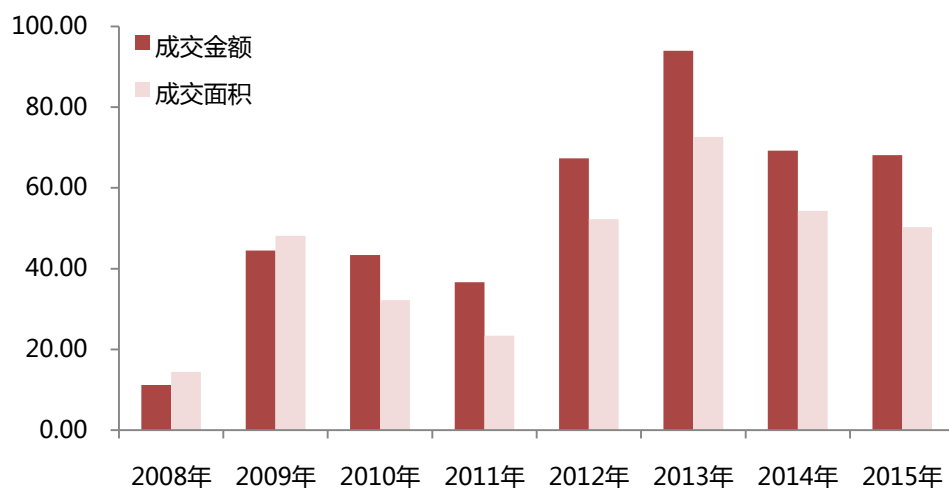
数据来源：CRIC

■ TOP10 房企之中海地产：先入为主，大盘造城

先入为主，连续 6 年销冠。中海 2004 年首次进入苏州，是苏州第一批外来房企。据 CRIC 统计，自 2008 年以来，除 2009 年销售排名第二，连续 6 年为苏州销冠房企，其中，2013 年销售金额约 96 亿元，为历年来销售之最，虽然后两年中海销售业绩处于下滑状态，但仍然是苏州销售排行前三甲。

表 3：2008 年-2015 年苏州中海销售情况

单位：万平米、亿元



数据来源：CRIC

中海在苏州操盘的项目有苏州中海山湖一号、苏州中海凤凰熙岸、苏州中海独墅岛等 13 个项目。据年报透露，截至 2015 年 12 月 31 日，中海在苏州的土地储备为 102.2 万平米，在其已布局的诸多城市中土储总量排名第 18 位，苏州是企业在长三角地区重点布局的城市之一。总结其在苏州的发展模式，可归纳为：**低价拿地、大盘造城、快速周转。**

一方面，多渠道获取土地，大盘造城。受集团追求高利润的战略影响，中海在苏州拿地时，则倾向于获取低价地块。**从其项目溢价率来看**，2004 年以来，中海在苏州的拿地溢价均在 80%以下，其中中海御湖熙岸、中海国际社区、中海御景湾和中海凤凰熙岸等项目溢价率近乎为零。**从项目规模和楼板价来看**，中海所拿地块建面在 30 万方以上的有 5 个，其中以苏州中海国际社区为例，项目建面积为 80.79 万方，2006 年仅以 0.07%的溢价率将其收入囊中，拿地楼面价为 1501 元/平，而项目后期（中海名门）在 2013 年开盘销售价格高达 16660 元/平米。

表 4：2004 年-2015 年中海苏州主要新增土地、项目情况

单位：万平米、亿元、元/平米

区域	地块	属性	项目名称	总建筑面积	成交总价	成交单价	溢价率	拿地时间
园区	苏园土拍（2004）01 号	住宅	中海湖滨一号	23.41	8.05	3438	46%	2004-04-21
园区	苏园土拍（2004）07 号	住宅	中海半岛华府	5.79	2.50	4319	35%	2004-11-24
园区	苏园土拍（2005）07 号	住宅	中海御湖熙岸	26.29	10.13	3855	0%	2005-12-29
园区	苏园土拍（2005）08 号	住宅	中海星湖国际	15.05	3.51	2330	8%	2005-12-29
园区	苏园土挂（2006）23 号	住宅	中海国际社区	80.79	12.13	1501	0%	2006-11-08
姑苏区	苏地 2006-B-19 号	住宅	中海胥江府	16.85	5.05	2997	50%	2007-01-19
吴中区	苏地 2007-G-53 号	住宅	中海独墅岛	27.57	15.60	5658	68%	2008-01-08
新区	苏地 2009-B-123 号	住宅	中海姑苏公馆	8.81	6.90	7833	45%	2010-01-23
姑苏区	苏地 2011-B-4 号	住宅	中海御景湾	39.98	14.97	3745	0%	2011-06-23
姑苏区	苏地 2012-G-97 号	住宅	中海凤凰熙岸	33.48	19.90	5944	0%	2012-12-06
园区	苏园土拍（2012）12 号	住宅	中海 8 号公馆	21.91	8.37	3819	15%	2012-12-11
吴中区	苏地 2012-G-102 号	商住	中海山湖一号	45.36	17.30	3813	19%	2012-12-26
相城区	苏地 2015-WG-42 号	住宅	/	34.71	7.00	2017	75%	2015-11-24
总计				380.00	131.41			

数据来源：企业公布、CRIC

另一方面，快速开发、快速周转是中海操盘的一贯风格。为了做到快速周转，中海地产在大盘操盘上有着比较丰富的经验，尤其是在把握开发节奏和成本两个方面。此外，中海在苏州发展了一批狼性团队，在每一次开盘都能带来较好的去化率。2013 年，中海在苏州的中海独墅岛、中海 8 号公馆、中海凤凰熙岸 3 个项目接连开盘，其中，中海独墅岛仅历经 25 日蓄客，创造开盘劲销 7.2 亿销售额；中海 8 号公馆拿地 6 个月后开盘即销 8 个亿，相隔 3 个月后再开盘热销 7 个亿；10 月中海凤凰熙岸开盘 1000 套房源快速去化。这足以说明中海团队在销售上的执行能力较强。

■ TOP10 房企之旭辉集团：后来居上，小股操盘助力高增长

旭辉进驻苏州的时间晚于中海、万科、招商等龙头房企，但销售额再近两年突飞猛进。旭辉于 2008 年正式入驻苏州，在苏州园区操盘旭辉芭堤兰湾后，又接连进入吴中区、高新区和园区，用了近 8 年的时间旭辉在苏州布局了 13 个项目。特别是从 2012 年以来，旭辉加快在苏州布局，迎来快速发展期。加之 2015 年，苏州市场引来新热潮，旭辉在苏州全年的销售额接近 60 亿元，较上年同期大幅增长 121%，销售排名

从 13 年的第 7 名跃升至 2015 年第 4 名。截至 2015 年 12 月 31 日，旭辉苏州总土地储备为 111.61 万平方米，预计未来企业在苏州还将迎来另一波发展高峰。

表 5：截至 2015 年底，旭辉集团苏州土地储备情况

单位：万平方米

项目名称	属性	土地储备	权益面积	权益
旭辉上河郡	住宅	1.11	1.11	100%
旭辉华庭	住宅	3.09	3.09	100%
旭辉百合公馆	住宅	1.08	1.08	100%
旭辉御府	住宅	1.15	1.15	100%
旭辉美澜城	住宅	14.75	14.75	100%
旭辉悦庭	住宅	1.16	1.16	100%
旭辉苹果乐园	住宅	5.07	2.53	50%
旭辉玺悦	住宅	0.33	0.33	100%
旭辉香格里拉	住宅	5.46	5.46	100%
旭辉铂悦府	住宅	7.10	0.89	12.50%
恒基旭辉城	住宅	32.29	16.15	50%
北辰旭辉一号院	住宅	18.05	9.03	50%
旭辉铂悦犀湖	住宅	20.97	8.39	40%
总计		111.61	65.12	

数据来源：企业年报、CRIC

总结旭辉在苏州的发展模式主要如下：

一是“小股操盘”输出品牌，扩大市场占有率。旭辉所采取的“小股操盘”策略与万科如出一辙，以较低投入撬动整个项目运作，品牌输出博取高投资收益，更是扩大企业的市场占有率最直接的方式。2015 年以来，旭辉在苏州获取的 3 宗地块项目权益均在 50% 以下，可见，企业对于总价较高的地块倾向于采取小股操盘模式。其中，2015 年 7 月夺得的苏园土挂（2015）03 号地块（苏州月亮湾项目），旭辉引入平安合作，企业操盘并拥有项目 40% 权益，由于该项目占据一线湖景资源，且周边配套成熟，升值前景明朗，入市价格预计可达 3 万元/平米，企业仅以 4 成投入，便可坐享高回报收益。

表 6：旭辉集团 2012-2015 年苏州主要拿地情况

单位：万平米、亿元、元/平米

区域	宗地名称	属性	成交建面	成交总价	成交楼板价	溢价率	权益	拿地时间
高新区	苏地 2012-G-84 号	住宅	9.43	4.30	4560	0%	100%	2012-10-18
高新区	苏地 2012-G-88 号 1 号	住宅	8.03	1.61	2000	0%	100%	2012-10-18
高新区	苏地 2012-G-88 号 2 号	商业	1.00	0.32	3208	0%	100%	2012-10-18
吴中区	苏地 2012-G-104 号	商住	23.59	7.10	3010	20%	100%	2012-12-26
高新区	苏地 2013-G-21 号	住宅	7.99	2.42	3029	51%	100%	2013-4-22
高新区	苏地 2013-G-59 号	住宅	8.48	2.40	2727	0%	51%	2013-8-8
高新区	苏地 2014-G-17 号	住宅	4.76	1.38	2899	1%	100%	2014-4-15
吴中区	苏地 2014-G-26 号	住宅	14.95	6.30	4213	12%	100%	2014-7-29
园区	苏园土挂(2014)15 号	住宅	10.87	11.90	10949	/	100%	2014-11-27
高新区	高新区华庭南项目	住宅	39.41	14.00	3552	/	50%	2015-4-14
高新区	苏地 2015-G-24 号地块	商住	18.05	9.60	5319	43%	50%	2015-6-3
园区	苏园土挂(2015)03 号地块	住宅	20.97	31.00	14783	85%	40%	2015-7-3
总计			167.53	92.33				

数据来源：企业公布、CRIC

一是准确把握市场节奏，精准产品定位。2010 年楼市收紧调控以来，投资需求一直是苏州调控的对象，反之，刚需是受保护的。因此，旭辉此前拿地后定位刚需盘的策略顺应了市场调控政策。时至今日，政策利好改善，市场改善性需求得到释放，旭辉也紧跟政策在苏州打造了首个高端产品系——旭辉铂悦府，并在首次开盘时售罄。旭辉在操盘时准确把握市场节奏、精准产品定位是取得较好销售成绩的主要原因之一。

此外，企业在营销上，一方面，高性价比产品赢口碑。旭辉集团主席兼执行董事林中表示：“产品和服务才是赢得市场和客户的关键。”旭辉在苏州的热销与其产品竞争力的关系密不可分。无论是刚需产品还是高端产品，旭辉在产品上注重品质细节，往往以高性价比产品赢得市场口碑；**另一方面，“高周转”强势营销。**受企业业绩高速发展的需要，快周转是旭辉企业操盘的战略导向之一，因此旭辉在营销上也比较强势，“开盘必热销”已成为其操盘效果特点之一。以最新的苏州旭辉铂悦府为例，自“铂悦府”案名落定后，9 月 3 日，项目公开售楼处，9 月底正式启动预约，10 月 6 日开放样板间，案场接待的客户达上千批次，开盘仅 2 周的时间，预约客户达 270 组，日均 22 组预约。

■ TOP10 房企之碧桂园：蓄势待发，200 万方土储“一马当先”

碧桂园 2014 年首次进入苏州。自 14 年 12 月拿下高新区苏地 2014-G-79 号地块（通安碧桂园）后，2015 年碧桂园在苏州大幅扩张共布下 12 个项目，其中，高新区、吴江有 2 个，太仓、张家港、常熟和昆山等地有 10 个，截至 2015 年 12 月 31 日，碧桂园在苏州的总土地储备为 191.86 万方，已经超过中海、旭辉在苏州的土储。**碧桂园这匹“黑马”正蓄势待发！**

表 7：截至 2015 年底，碧桂园苏州土地储备情况

单位：万平方米

项目	城市/区域	土地储备	权益面积	权益
碧桂园凤凰岛	市区（吴中区）	3.90	3.90	100%
通安碧桂园	市区（高新区）	0.23	0.21	90%
张家港碧桂园	张家港	25.76	25.76	100%
碧桂园翡翠湾	张家港	18.36	18.36	100%
碧桂园天誉	吴江	27.63	26.25	95%
太仓新城碧桂园	太仓	9.18	8.45	92%
碧桂园上海凤凰城	太仓	32.15	16.40	51%
碧桂园龙庭	太仓	8.35	8.35	100%
碧桂园世纪城	昆山	36.08	36.08	100%
琴川碧桂园	常熟	4.72	3.40	72%
碧桂园领誉	常熟	12.94	12.94	100%
常熟碧桂园柏悦华府	常熟	12.56	12.56	100%
总计		191.86	172.65	

数据来源：企业年报、CRIC

碧桂园进入苏州时间并不久，单从拿地情况来看，基本没有高总价和高溢价地块，相信这对于碧桂园来说不会产生过大的运作压力。**值得一提的是，虽然目前碧桂园的项目多数位于主城区外的常熟、太仓、张家港等城市，但以碧桂园的品牌影响力能在一定程度上带来产品溢价，加上其快周转、高性价比产品定位、全民营销等熟练的操盘方式，后期项目变现指日可待。**这在碧桂园苏州首个项目通安碧桂园有所体现，项目于 2015 年 6 月正式开盘，开盘半小时内去化 9 成。**未来，如果能精准掌握项目定位，产品做得有特色、品质好，或将在竞争激烈的市场中，获得上海、苏州等地客户的认可。企业在苏州近 200 万方的土储势必还会带来不错的销售业绩回报。**

表 8：碧桂园 2012-2015 年苏州主要拿地情况

单位：万平米、亿元、元/平米

区域	地块	属性	建筑面积	总价	楼板价	溢价率	拿地时间	权益
高新区	苏地 2014-G-79 号地块	商住	4.50	0.89	1978	19%	2014-12-31	/
常熟	常熟市挂 2015A-008 地块	住宅	9.12	3.85	4216	0%	2015-5-20	100%
太仓	太仓市挂 2015-8-1 号地块	商住	13.37	3.55	2655	0%	2015-6-15	100%
太仓	太仓市挂 2015-8-2 号地块	住宅	3.99	1.06	2659	0%	2015-6-15	100%
常熟	虞山镇 2015A-013 地块	住宅	13.05	2.75	2107	100%	2015-9-1	100%
太仓	太仓市挂 2015-22-1 号地块	商住	12.61	2.44	1933	1%	2015-9-28	51%
太仓	太仓市挂 2015-22-2 号地块	住宅	8.28	1.61	1941	1%	2015-9-28	51%
太仓	太仓市挂 2015-22-3 号地块	商住	7.29	1.59	2184	1%	2015-9-28	51%
太仓	太仓市挂 2015-22-6 号地块	商业	7.08	0.60	847	2%	2015-9-28	51%
吴江区	WJ-J-2015-032 地块	住宅	13.86	3.49	2520	0%	2015-10-14	95%
吴江区	WJ-J-2015-033 地块	住宅	13.76	3.47	2520	0%	2015-10-14	95%
/	碧桂园高尔夫家园项目地块	住宅	3.90	1.90	4872	/	2015-11-1	100%
昆山	昆地 (2015) 挂字第 9-4 号	商住	38.39	4.60	1200	0%	2015-12-16	100%
张家港	201512231603332006-A37-F-A	住宅	8.19	2.67	3261	0%	2015-12-23	60%
张家港	201512231603382006-A37-F-B	住宅	10.17	3.32	3261	0%	2015-12-23	60%
太仓	沙溪镇 2015-30-1 地块	商住	8.35	1.04	1250	0%	2015-12-28	100%
常熟	长江路 2015A-018	住宅	12.53	4.76	3794	0%	2015-12-31	100%
吴江区	碧桂园十里江南项目地块	住宅	19.43	2.33	1199	/	2016-1-1	37%
吴江区	盛泽镇 WJ-J-2016-001 号地块	商住	35.77	3.36	939	0%	2016-2-15	/
吴中区	万科碧桂园项目地块	住宅	21.40	8.09	3781	/	2016-2-1	43%
总计			265.06	57.36				

数据来源：企业公布、CRIC

免责声明

数据、观点等引用请注明“由克而瑞研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

关于克而瑞信息集团（CRIC）

克而瑞信息集团，隶属于易居（中国）控股有限公司。作为中国最大的房地产信息综合服务商，以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞信息集团拥有中国房地产最大的信息数据库，构筑中国房地产上下游企业（包括开发商、供应商、服务商、投资商）和从业者信息的桥梁，形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台，为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

关于克而瑞研究中心

克而瑞研究中心是易居旗下克而瑞信息集团的专业研发部门，组建十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止，已经连续五年发布中国房地产企业销售 TOP50 排行榜，引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域；还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份，规模已万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。