

聚焦旅游大盘热，低成本、大规模、全户型是运营重点

2013年12月16日

CRIC 研究中心

www.yanjiu.cric.com

研究员/ 孙田

近两年来，旅游地产规模大盘在行业内被高度关注，其典型案例有雅居乐清水湾、佳兆业东戴河、碧桂园十里银滩和恒大海上威尼斯。雅居乐清水湾连续三年的销售额都在30亿元以上，2011年清水湾更是超过70亿元，受推案周期影响，2013年来清水湾项目的销售金额有所减少，但也超过46亿元；佳兆业东戴河自入市以来，也连续多年保持高位增长，2013年来日均来访量达千人，连续多个月销售过亿元；碧桂园十里银滩2011年销售金额38亿元，2012年销售金额也近35亿元；而恒大海上威尼斯2012年开盘以来也对上海客群形成巨大吸引力。我们探究这四大典型旅游地产项目，分析其在项目运作上的共同点。

1、地价成本：超低成本奠定项目高溢价率，长周期推案的灵活性更高

雅居乐清水湾、佳兆业东戴河、碧桂园十里银滩、恒大海上威尼斯四大旅游项目在前期拿地上，均有一个显著特点，就是以极低的成本获取土地储备。四个旅游地产土地楼板价均不足500元/平方米，土地成本占一期销售均价的比重都不超过6%。低廉的土地成本为产品创造高溢价夯实基础。

以雅居乐清水湾项目为例，一期金色果岭系列在2009年3月开盘，小高层的销售报价在7200-9000元/平方米，土地楼板价仅占销售均价的3%。可见，较低的土地成本是清水湾项目毛利润远高于业内的重要原因之一。

而且低土地成本使雅居乐清水湾项目操盘灵活性较大。相较普通大盘会拖长开发周期的风险也因为清水湾较低的土地成本而发生逆转，项目开发后期也更加受益于不断上升的区域房价与前期较低土地成本带来的差值。清水湾2013年推案的6期碧海帆影系列正印证了这点，2013年11月普通住宅的报价在18000-28000元/平方米，别墅则达到30000-40000元/平方米，土地成本占项目售价的比例更低。而前期快速销售回笼的资金也使清水湾能够投入更多在后期项目品质的打造与营销推广上，进一步提升口碑和品牌，创造高溢价回报。

2、项目规模：跨年度多频次获取同一项目土地储备，形成大盘规模开发优势

四大项目中，除了恒大海上威尼斯是在企业上市前以其他渠道获取，其余均是通过招拍挂方式获取。据了解，恒大海上威尼斯项目超大规模的土地储备，在 2006 年左右先被启东市分割成 13 块以通过区域用海规划审批，2007 年又通过公司操作将海域证转换为划拨土地使用证；而雅居乐清水湾、佳兆业东戴河的项目土地更是跨度几年，多次经过招拍挂市场获取。**企业通过多频次获取的项目规模达到 170 万方以上，大规模的土地储备带来的大盘造势开发也成为四大旅游地产的另一个大特点。**

大盘开发对企业的资源整合能力要求比较高，就清水湾项目来看，在同区域内产品优势并不明显，但在海南大盘积聚、竞争激烈的环境下，以绝对的规模优势首战成功，靠的就是大盘运营经验积累和资源整合。

表：四大旅游地产土地成本对比

项目	拿地时间	拿地总价 (亿元)	占地面积 (万㎡)	建筑面积 (万㎡)	土地楼板价 (元/㎡)	项目销售均价 (元/㎡)
雅居乐清水湾	2007年2月 2008年3月 2008年6月	24.18	1000	985	245	2009年一期住宅 7200-9000 别墅 14000-20000
佳兆业东戴河	2010年12月 2011年7月 2012年7月	6.5	111	173	376	2011年一期住宅 5800-6500
碧桂园十里银滩	2009年12月	6.50	144	434	150	2011年一期住宅 8000-12000 别墅 20000-30000
恒大海上威尼斯	2006年 2007年	/	598	1196	2009年恒大土地平均成本 452	2012年一期住宅 6800-7800 别墅 15000-27000

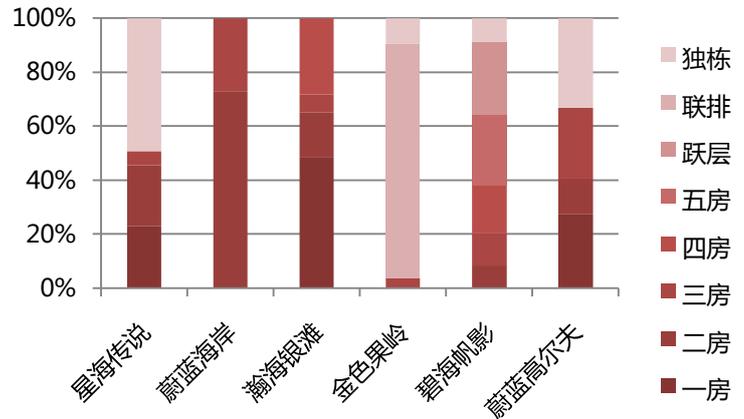
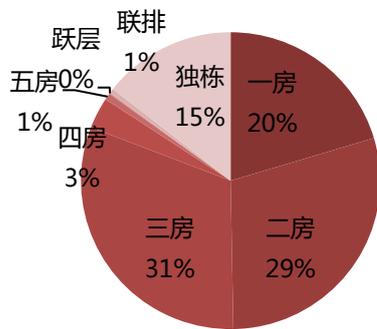
数据来源：CRIC

3、产品户型：大盘导致项目产品丰富，涵盖一房到独栋等多种户型

雅居乐清水湾、佳兆业东戴河、碧桂园十里银滩、恒大海上威尼斯四大旅游项目均属于大盘项目，且为了满足不同人群的度假需求，不约而同的设置了丰富的产品线，从一房到独栋涵盖多种户型，相应的项目开发周期及推案频次也远远超过普通项目。

以雅居乐清水湾项目的户型配比如例，主要以二、三房为主，占所推案产品的三成左右。其次是一房和独栋产品，而四房、五房、跃层、联排所占比例较低，均不足 3%，属于定位小众的特色户型。产品的丰富化程度可见一斑。目前项目共推了六期，先推出的是大面积的独栋和联排。

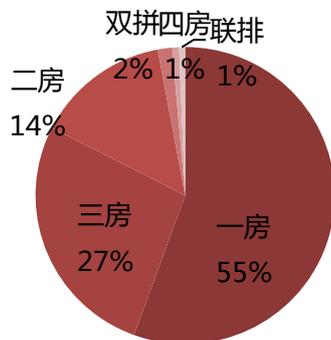
雅居乐清水湾户型配比



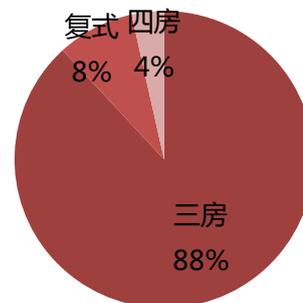
数据来源：CRIC

佳兆业东戴河主要是高层、酒店式公寓和别墅产品。户型面积跨度也比较大，从 39 m² 到 245 m²；碧桂园十里银滩主要以一、二房精装小户型为主，有少量的四房、双拼、联排等，户型也比较丰富；而恒大海上威尼斯以三房改善型需求产品为主。海上威尼斯以三房为主，较其他三个旅游地产而言，产品对简单，在规划上，就直接以中轴线分低密度住宅和中高层住宅两大区。

十里银滩户型配比



海上威尼斯户型配比



数据来源：CRIC

免责声明

数据、观点等引用请注明“由 CRIC 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 CRIC 研究中心

CRIC 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，规模以万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。