



周口碧桂園项目实景



稳中求进 碧桂园今年目标1280亿元



碧桂園集团总裁莫斌在年报发布会现场发言

3月12日下午,碧桂園集团在香港发布2013年全年业绩:碧桂園2013年度总收入为人民币626.8亿元,同比上升约49.6%,确认收入建筑面积约为924万平方米,同比增加50%。

2013年集团合同销售突飞猛进,成功进入千亿军团,全年合同销售金额约达人民币1060亿元,合同销售面积约1593万平方米,同比增长分别约123%及109%,合同销售均价约为每平方米6656元人民币,较2012年水平上升约7%。土地增值税拨备后毛利率约27.7%,同比收窄3.5%。至于利润方面,2013年净利润约为人民币85.1亿元,同比上升约24.2%,净利润率为13.6%,同比收窄2.8%。

高性价比产品撬动市场

公告称:碧桂園年内一如既往地积极配合国家政策,应对市场变化,适时调整开发及销售计划,推出高性价比的房源契合以自用为主的市场需求。2013年共有37个新盘开盘,主要在长三角地带,江苏和浙江就一共有9个新盘推出。此外,除了马来西亚,碧桂園去年也首次在福建、江西、甘肃、四川和贵州等省份开盘,均获得良好的销售成绩。新盘的合同

销售贡献共约288亿元,占总体约27%。

莫斌表示:面对不断变化的市场情况,集团一方面不断完善项目环境与配套,提升产品质量,另一方面采取灵活多样的销售策略、推广活动,在促进销售的同时,也有利于集团持续性的长远发展。

在碧桂園的大本营广东省,多个楼盘取得了卓越的销售成绩,如增城的碧桂園凤凰城和碧桂園豪园,去年共销售约47亿元,东莞塘厦的碧桂園天麓山花园及碧桂園豪园共销售44亿元,滨海大盘碧桂園十里银滩也继续获客户追捧,去年录得近29亿元合同销售。另外位于广州南沙的碧桂園山湖湾又名碧桂園天玺湾,也录得超过27亿元合同销售。

对于毛利率和净利润都收窄的问题,莫斌认为:“这跟我们的产品类型比例变化有关,比如说现在的高层洋房户型占了65%,原来别墅户型占得比较多,毛利润相对高一些,洋房的毛利润本身就比较低,这是最核心的影响因素。”

另外,碧桂園多年来坚持“建老百姓买得起的好房子”,连续3年的销售均价维持在6000多元,为全国十强开发商最低,真正把“让利给消费者”落到实处,现场有记者表示:“利润率的相关数据就是最好的注解。”

广东省外销售占比首次过半

数据显示:碧桂園2013年共有37个全新项目开盘,大部分位于广东省外(当中广东省内新盘仅7个)。在维持集团的“大本营”广东省健康增长之同时,碧桂園的品牌认知度也在广东省外区域继续提升。2013年广东省以外项目(包括海外)的合同销售金额占集团合同销售总额的比例,从2008年的约24%提升至2013年的约56%,印证了碧桂園模式的可复制性。

现场资料显示:广东省外的不少项目在当地市场已成为旗舰项目。碧桂園银河城继续荣膺沈阳市楼盘销售金额、套数及面积的三冠王,全年录得超过50亿元合同销售;南京市郊大盘碧桂園凤凰城去年销售依旧亮丽,全年录得近33亿元合同销售;位于武汉的碧桂園生态城去年也录得约29亿元合同销售。去年10月开盘的碧桂園兰州新城在开盘首两天已录得近50亿元认购销售,成为去年全国开盘冠军。

莫斌表示:碧桂園集团去年超过60个项目荣获当地市场年度或开盘销售冠军,在广州、东莞、梅州、茂名、沈阳、镇江、海南等地的多个项目也成为当地的销售冠军,反映碧桂園的品牌在全国各地甚至海外也深受客户的拥戴。

试水海外项目获空前成功

在国内稳步发展的同时,碧桂園去年首度试水海外,也取得了重大成功。位于马来西亚新山,毗邻新加坡的碧桂園金海湾,作为集团首个开盘的海外项目,得到马来西亚、新加坡及中国各地买家热烈追捧,去年全年合同销售金额近人民币70亿元等值,成为集团去年最大的合同销售贡献者。

而马来西亚第二个开盘的项目是吉隆坡的钻石城,2013年10月30日开盘推货4.8亿左右,一个月之内基本上全部卖掉了。吉隆坡南还有一个项目,也计划今年下半年推出。

莫斌表示:碧桂園金海湾的成功,给予集团宝贵的经验以及更强大的信心去进一步拓展海外业务。集团首个亚洲以外的项目,位于悉尼市郊的碧桂園莱德花园,也将计划在不久的将来开盘。集团有信心在澳大利亚也创造优越的销售成绩,也相信海外业务能够为集团带来非常理想的回报。

1280亿目标被指“乐观”

发布会上,香港的媒体问莫斌:“内地的房地产一直说调控会持续的,为什么你们预计销售金额目标比2013年再多20%,会不会过分乐观?”

莫斌答道:“总理的工作报告中专门对房地产有一段话,其中最重要的词语是分类调控。政府会根据不同的市场、不同的产品,尤其是对房地产的产品需求有分类的指导,它的目的是保证房地产业持续健康的发展,从字里行间可以读懂房地产以及今年的房地产市场是属于平稳的状态。在这样的情况下,以碧桂園目前管理的能力和品牌的效应和产品的性价比,还有对市场的判断和了解,数字是经过我们详细测算,根据我们现有的货量和土地储备和市场的需求,我们确定有20%的增长。”最后,莫斌笑着说:“你说我是乐观的,也有人说我是保守的。”

而数据显示:至2月底止,碧桂園的合约销售达人民币253.4亿元,已完成全年目标的20%;合同销售建筑面积约395万平方米,2014年上半年计划推出2个新盘。连同旧盘新推及存货,全年可售资源达3800万平方米。

同时,莫斌也透露了2014年的工作重点,包括将继续积极并审慎地在国内外拓展新的优质土地,严格控制投资风险的同时,确保土地投资拓展带来良好的回报。继续强化产品的标准化工作,在保证成本与速度竞争力的同时,灵活地做好适销对路的产品。进一步加强项目开发全过程的成本与费用控制,同时要求加强资金周转的速度和灵活度,有利抵御风险,增加效益。努力进一步提升物业管理服务水平,完善客户服务体系,提高客户满意度,为集团的长远发展巩固客户基础。强化管理要求,确保工程速度和质量。

最后,莫斌强调:“我们将密切关注市场环境及政策变化,对完成2014年全年销售目标充满信心!”

(周小碧)