

保利地产作为国有房地产企业的一面旗帜,十五年创业,十五年辉煌。从创业到拓业,保利地产已从纯朴的产品理念,升华为社会责任的思考,升华为“和谐生活、自然舒适”品牌价值观的推崇。

上市一年交出满意答卷

从7个人、56万资金开始创业,到实现房地产销售收入过100亿;从27平方米的简陋办公环境起步,到66个楼盘遍及全国10个主要城市,建成运营国际顶尖水平的写字楼保利国际广场;从一张桌子,几个凳子的办公设施,到国内综合实力排名第二的房地产上市公司。保利地产用15年的时间铸就了中国国有房地产企业的一面旗帜。

上市短短一年,保利地产已成功借助资本之力跃升至中国房地产上市公司综合实力第二名,总资产由2005年的80亿元增长至2006年的165.96亿元,品牌价值更以19.62亿元荣登国有房地产企业榜首,保利地产正以其卓越的姿态向“铸造中国地产长城”的目标高速迈进。

2006年7月31日,保利地产作为IPO重启后第一家获准上市发行的房地产企业,在上海证券交易所挂牌上市。上市首日,保利地产便以比发行价13.95元高出44.87%的收盘价20.24元,成为房地产行业第二大龙头股,直逼万科股份。截至2006年12月31日,保利地产收盘价43.32元,市值达238亿元,比上市首日开盘价累计上涨237%。2007年1月第一个交易日,保利地产入选“上证50”、“上证180”、“沪深300”和“中证100”指数样本股,进一步树立了保利地产绩优蓝筹股的资本市场形象。

十年立足广州,五年布局全国。深厚的积淀及其开疆拓土的气势,造就了保利地产超前的开发理念和高效的项目运作能力。上市一年来,为最大限度地减少宏观调控对公司的影响,保利地产加快了各项的开发进度,其中包头、沈阳、长沙项目2006年实现了当年拿地、当年开工、当年

销售的非凡业绩;北京保利蔷薇花园在短短三个月内,便完成了土地合同变更、土地证申领、立项、工程规划许可证和施工证、预售证的办理,极大地缩短了开发时间;保利国际广场项目克服重重困难,如期完成各项工程,在100届交易会期间,其优质的产品形象获得了国家领导及各参会客户的一致好评,进一步提升了公司卓越的品牌形象。

注重品牌建设,提升保利品牌价值是保利地产成立以来一贯的经营方略。上市后,公司品牌价值更以超常的速度得到大幅提升。在由清华大学房地产研究所、中国房地产指数研究院等机构组织的2006年度房地产企业品牌TOP10评比中,保利地产品牌价值以19.62亿元高居国有企业房地产企业榜首,比2005年增长52.8%。同年,保利地产被中国主流媒体产品年鉴委员会评为2006年“年度十大地产领袖品牌”;被《经济观察报》评为“中国蓝筹地产企业”;被《大众证券报》和新浪财经网评为“十佳最具成长性上市公司”第一名。同时,保利地产还加强了产品品牌的培育,目前保利花园这一项目品牌价值已达6.22亿元。一系列成就及荣誉见证了保利地产上市一年来的高速增长。

随着公司品牌影响力的不断提高,保利地产不仅营销费用比例逐年降低,客户忠诚度不断提高,公司的产品销售速度也明显加快。2006年,保利国际广场项目年底竣工前销售达到10.4亿元,成为广州市写字楼销售第一;重庆香樟花园开盘当日实现销售逾3亿元,全年销售达到6.4亿元,创造了重庆普通住宅市场之最;北京蔷薇花园开盘销售516套,实现销售额4.2亿元,10月底时,713套住宅全部认购完毕,实现了当年销售率100%、签约率100%的良好业绩;北京保利垄上别墅项目全年销售9.04亿元,蝉联北京独栋别墅盘的销售冠军。2006年,保利地产实现房地产销售面积123万平方米,销售金额83.65亿元,比去年同期分别增长78%和96%,全面超额完成了公司年度经营任务。2007年上半年,保利地产实现销售面积94.26万平方米,同比增长101.54%,实现销售认购金额79.51亿元,同比增长166.81%。其中仅佛山保利水城项目在开盘当天销售便超过10亿元,创下了广佛地区和保利地产单盘的开盘销售纪录。

储备大量优质土地资源,是房地产企业持续发展的根本。上市一年来,在国家加强宏观调控和规范土地市场,严控土地供给的情况下,保利地产以其敏锐的市场把握能力及高效的执行力,突破性加大了土地储备力度。在南海G138项目用地的公开拍卖中,保利地产出人意料地采取跳跃式报价的方法,以低于同类地块500元/平方米的土地价

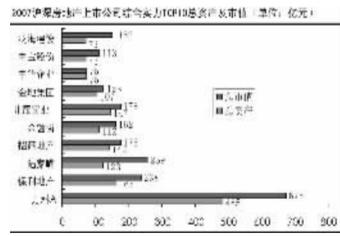
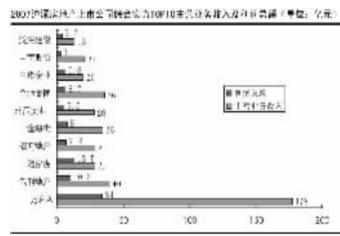
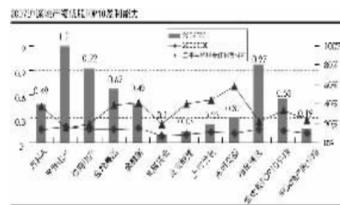
格竞得该地;同时,保利地产积极通过整合资源,利用联合投标和概念地产,以底价成功摘获琶洲1501地块。另外,保利地产还积极寻求通过收购公司的方式加大土地储备力度,成功揽得广州环市中路保利中环项目和天河天利广场。截至2006年末,保利地产新拓展项目11个,占地面积221万平方米,新增土地储备权益规划建筑面积385万平方米,共有土地储备规划建筑面积823万平方米,其中75%为普通住宅,中心城市储备量占50%,范围遍及广州、北京、上海、沈阳、武汉等各大城市,为保利地产今后三至五年继续保持快速发展奠定了坚实基础。

2007年保利地产计划总投资125亿元,其中在建拟建项目85亿元,拓展项目40亿元。全年在建面积730万平方米,竣工面积170万平方米。全年实现销售100亿元以上,力争实现利润增长50%左右,新增项目建筑面积300万平方米以上。

保利地产将继续坚持以“务实、创新、规范、卓越”为企业宗旨,始终坚持以经济效益为中心,以房地产为主业,立足市场、务实创新、规范经营,追求卓越,形成有特色的产品和服务,全面实施品牌战略,实现公司可持续发展,为员工创造机会,为客户创造价值,为社会创造财富,实现股东利益的最大化。今后几年,保利地产将以每年3-5个城市的扩张速度,在2010年前完成在20-30个城市布点,以“和谐生活、自然舒适”的品牌理念引领中国房地产市场,打造中国地产长城。

中国房地产TOP10研究组专项报告显示

保利地产位居房地产上市公司综合实力排名第二



指数和深圳成指分别上涨126.55%和125.42%,地产股更是成为此轮上升行情的领涨板块,2006年最后一个交易日,地产指数收于1008.39,全年累计上涨168.03%,超过同期大盘整体涨幅40个百分点。综合实力TOP10企业的市场表现尤为突出:其中的行业龙头——以万科、保利地产为代表——凭借优良的持续增长能力、有序的跨区域扩张和合理的土地储备,为短期内的低估值提供了可靠的长期消化能力。保利地产在2006年7月31日上市首日股价即上涨44.9%,以当日收盘价为基准,全年股价上涨114.3%,超过同期上证指数48.5个百分点。

2007年沪深房地产行业上市公司综合实力TOP10企业整体业绩大幅增长,2006年共实现主营业务收入430亿元,同比增长48.8%,与去年TOP10企业相比增长52.4%;实现利润总额达98.9亿元,同比增长59.6%,与去年TOP10企业相比增长60.7%。其中保利地产实现主营业务收入40亿元,列TOP10第2位;利润总额10.5亿元,列TOP10第3位。

2006年,经济增加值(体现上市公司财富创造能力)为正的上市公司为32家,在去年17家的基础上增加近一倍。这些经济增加值为正的上市公司创造的总价值为46.99亿元,同比增长109%。其中经济增加值最高的10家企业所创造的价值为36.78亿元,占比78.3%;税后经营净利润总计约62.38亿元,与去年的TOP10企业相比,增长45.4%。而目前在TOP10企业的资本成本的增幅仅13.9%,明显低于税后经营净利润的增长,从而使TOP10企业的经济增加值相对税后经营净利润表现出更快的增长速度。新上市公司表现出良好的财富创造能力,在这一TOP10评比中,其中保利地产EVA列第5位,税后经营净利润第4位。

在另一重要的绩优股评比中,保利地产表现依旧喜人,列第二位。绩优股TOP10平均每股收益(EPS)和净资产收益率(ROE)分别为0.55元和10.5%,而沪深地产股平均水平分别为0.19元和7.4%,表明绩优股经营业绩良好。其中,保利地产的EPS为1.2元,ROE为16.4%,位列绩优股第1位。

由国务院发展中心企业研究所、清华大学房地产研究所和中国指数研究所三家研究机构共同组成的“中国房地产TOP10研究组”自2003年开展中国房地产上市公司TOP10研究以来,已连续进行了5年,深受社会各界特别是投资者关注。在这一权威房地产行业评比中,上市仅一年的保利地产在综合实力以及绩优股排名中均位列TOP10的第二位,显示了强大的龙头实力以及长期的发展潜力。

2006年,国内证券市场全面回暖,上证

保利地产十五年发展历程

保利地产前身为广州保利房地产开发公司,成立于1992年8月,原全资隶属于中国保利集团;2002年成功改制,成为由保利集团控股的股份有限公司,是国家一级资质房地产开发企业,国资委重点扶持的央企之一,目前已在广州、北京、上海等地拥有26家控股公司。2006年7月31日,保利地产在上海证券交易所挂牌上市。

十年立足广州

1992年至2002年,是保利地产立足广州深度发展的十年。

第一个五年,保利地产制定了“坚持以经济效益为中心,以房地产开发为主业,开发中小型房地产项目”的五年规划,先后开发了南航新村、保利红棉花园等代表楼盘,完成了公司进行房地产开发的资本和经验积累,培养了第一批专业的房地产开发和经营队伍。

第二个五年,保利地产确立了“房地产开发要走精品路线”的思想以及“精品地产、文化地产”的市场定位。开发了北京大厦、保利白云山庄,以及被国家建设部列为国家示范小区的保利花园等项目。

此阶段,保利地产自1998年连续5年被评为“广州市房地产30强”,综合实力前10名;

2000年至2002年,连续三年列广州市1000多家房地产企业前三强;

同时,获国家建设部评定的销售“放心房”履行承诺企业;中国房地产协会和广州市房地产协会评定的“十佳品牌开发商”等荣誉。

一系列荣誉伴随保利地产走过了最初的十年。而这十年的高速增长并不仅仅使保利地产成为广州房地产龙头企业,也为其布局全国的战略转型奠定了坚实的基础。

五年布局全国

2002年起,保利地产开始了走

出广州布局全国的宏伟篇章。

2002年9月,实行股份制改革的保利地产,开始其“立足广州,布局全国”的战略转型。仅三年,保利地产在广州、北京、上海等十大城市设立了多家子公司。初步形成以广州、北京、上海为中心城市,辐射环渤海经济圈、长江三角洲经济圈和珠江三角洲经济圈,以重庆、沈阳、武汉等区域中心城市辐射西南经济圈、东北重工业区和华中经济圈的战略布局。2004年,保利地产跃居中国房地产十大品牌之列;2005年,进一步晋身中国房地产品牌价值五强。

此阶段保利地产在全国各大城市独立开发有保利百合花园、保利国际广场以及武汉保利花园、沈阳保利花园、北京保利欣苑等项目,累计开发量达200多万平方米,总投资80多亿元。

短短五年,保利地产达成了普通企业需要近十年才能达成的目标。而其开疆拓土的速度及豪迈气势,则使保利地产迎来了又一轮的飞跃——上市。

上市一年市值760亿

2006年7月31日,保利地产作为IPO重启后第一家获准发行上市的房地产企业,在上海证券交易所挂牌。上市一年后,截至2007年7月30日,保利地产的市值已达760.76亿元。销售收入超过100亿元,提前实现了公司的远景规划目标。

2006年度保利地产被评为“国有企业房地产企业品牌第一名”;2007年,在《2007中国房地产上市公司TOP10研究成果》中,上市不到一年的保利地产晋身综合实力第二名,中国房地产上市公司绩优股第二名。

上市不到一年,资产翻番,这就是上市后,保利地产的扩张速度!



沈阳保利花园



保利林语山庄

券商看保利

土地储备结构合理,未来增长保持高速

保利地产过去三年净利润率年均复合增长率达110%,公司以开发中高档住宅为主,目前在十个城市拥有土地储备1,000万平方米左右。受益于快速增长的房地产市场,公司目前以北京和广州为主的全国化布局将受益于我国房地产市场的良好发展前景,按照目前的土地储备和格局,公司未来快速增长将比较确定,未来三年有望实现50%以上的复合增长。

公司目前土地储备23%分布在广州,16%在北京,15%在沈阳,其他分布在重庆、佛山等各大城市;预计公司并表房地产项目2007到2008年结算面积分别达到110万和160万平方米,销售收入达到74亿元和113亿元。

(中金国际研究员 白宏炜)

企业背景雄厚,从容应对风险

保利地产的实际控制人保利集团是国资委直属大型国有独资企业,较强的政府背景有助于公司获得优质开发土地。

截至2006年底,公司在在建拟建项目41个,占地总面积807万平方米,规划总建筑面积1285万平方米,土地储备水平在行业内仅次于万科,而其总股本仅为5.5亿股,每股土地储备水平是万科的6倍多。面临行业调

控,公司在全国主要经济区域战略布局的基础上积极获取开发资源,珠江三角洲以广州为区域核心辐射佛山,环渤海经济圈以北京为区域核心辐射天津和山东,长江三角洲以上海为区域核心辐射南京和杭州,西南经济圈以重庆为核心辐射成都。随着调控的深入,公司通过资源整合方式获取项目的力度将进一步加大。

行业调控对公司的经营不可避免地会产生一定影响,但公司较强的政府背景有助于公司获得成本较低的土地资源,同时全国布局的战略、规模扩大带来的规模效应、超前的设计理念等都能够减小调控带来的负面影响。

(广发证券研究员 花长劲)

股权激励初步完成,管理模式务实创新

2002年,保利地产改制设立股份公司,发起人除保利南方集团和广东华美两法人单位外,还有16位自然人;其中7位分别在大股东保利南方集团及最终控制人中国保利集团担任管理职务,另有7位在上市公司担任管理职务。可以说,通过发起人持股,保利地产实际已完成了初步的股权激励,使得各层管理人员与上市公司利益一致,有利于公司业绩的增长及释放。

不同于万科,保利地产采取的是直线职能式的

管理模式,管理层级较少,结构相对扁平,其优势在于能够集中调动公司的优质资源,对各地房地产变化的反应较快,这和现阶段急于全国扩张的保利地产是相适应的。保利地产的企业凝聚力强,保留了执行力强的军人作风,使得这种管理结构能较好的发挥作用。

(申银万国研究员 黄燕铭 江征燕 殷姿)

竞争激烈凸显实力,利润指标节节攀升

用一路奔跑形容保利的发展速度并不为过。2003至2006年间,公司资产、利润和储备资源都得到迅速提升。结算面积由12.7万平方米升至72.4万平方米,增长了4.7倍;收入和净利润分别增长5.5倍和8.4倍;存货由14.5亿元提升至113.1亿元,增长6.8倍。公司总资产规模在2005年和2006年分别超过金地和招商。保利的高成长与高负债发展战略密切相关。公司资产负债率始终保持在70%-80%之间,明显超出同行业优质公司。

预计2007年至2009年,保利结算面积分别为70万、146万和258万平米,实现收入71.2、124.3和197.9亿元。我们认为保利是有耐力的长跑选手,未来仍有能力保持快速增长。

(国金证券研究员 曹旭特)