

绿城中国控股有限公司 2009年中期业绩公布

2009年9月

(Stock code: 3900.HK)

為 城 市 創 造 美 麗
Building has an art form

為 客 戶 創 造 價 值
Creating value for the customers

目录



- ✿ 2009年上半年业绩概览
- ✿ 2009年上半年营运回顾
- ✿ 2009年上半年财务分析
- ✿ 公司展望

概览



2009年上半年业绩概览



- ☘ 2009年上半年盈利人民币**354**百万元，其中本公司股东应占利润人民币**323**百万元。本期实现基本每股收益人民币**0.21**元，董事会已决议宣派截至**2009年6月30**日止六个月之中期股息每股**9.6**港仙。
- ☘ 产品品质得到持续提升，在国内高端住宅市场内保持领先地位 - 凭借优异的产品品质、强大的品牌效应和在销售上的不懈努力，公司上半年预售金额创历史性新高，达到人民币**211**亿。截至**8月31**日，预售金额更冲至**315**亿，跻身全国前茅
- ☘ 绿城**2009**年上半年成功按计划完成所有交付面积，已结转总收入为**44**亿人民币（包括子公司和联营公司），按权益算为**25**亿人民币
- ☘ 截至**8月31**日所累计的合同销售收入，已锁定可于**2009**年下半年内结转的收入为人民币**93**亿人民币(按权益计算为人民币**66**亿人民币)；余下锁定于**2009**年后之结转收入为人民币**267**亿(按权益计为人民币**167**亿)，合共总未结转收入为人民币**360**亿(按权益计为人民币**233**亿)
- ☘ 截至**09年8月31**日为止，今年计划竣工的地上可售面积已实现销售**85%**
- ☘ 由于快速的销售回笼，净负债率由**2008**年底的**140%**下降为**2009年6月30**日的**108%**
- ☘ 强劲的销售加上充足的银行授信及多元化的融资渠道，公司现金流情况良好，截至**6月30**日，子公司现金为人民币**60**亿，尚有应收预售款人民币**61**亿
- ☘ 截至至**8月31**日，公司新增**5**块土地储备，总建筑面积为**177**万平方米。公司整体土地储备总建筑面积超过**2,600**万平方米

2009年上半年 营运回顾



2009年1至8月主要销售



项目	可售面积 (平方米)	1-8月销售面积 (平方米)	1-8月销售金额 (人民币百万元)	去化率	均价 (人民币/平方米)
温州鹿城广场	170,362	165,668	6,825	97%	41,196
杭州蓝色钱江	78,505	78,505	2,339	100%	29,792
北京御园	44,453	43,609	1,758	98%	40,324
上海黄埔湾	27,953	27,953	1,447	100%	51,767
济南全运村	192,940	157,437	1,427	82%	9,066
绍兴玉兰花园	118,985	104,789	1,270	88%	12,118
杭州郁金香岸	92,151	89,080	1,145	97%	12,855
海宁百合新城	113,979	105,571	1,010	93%	9,568
上海玫瑰园	29,904	21,635	941	72%	43,487
郑州百合公寓	118,268	109,203	900	92%	8,239
杭州翡翠城	83,278	81,715	895	98%	10,956
杭州丽江公寓	59,057	58,753	832	99%	14,168
其它项目小计	1,566,112	1,097,670	10,741	70%	9,785
合计	2,695,947	2,141,588	31,531	79%	14,723

注：销售金额含合同加协议

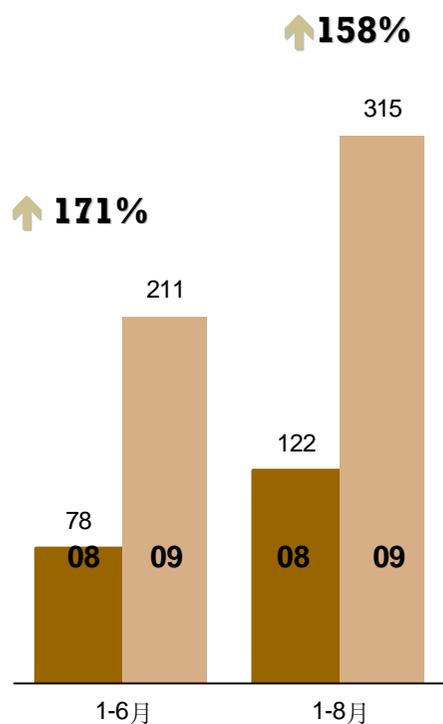
销售金额、面积、均价同步上升



截至2009年8月31日，公司共完成销售额人民币315亿元，包括人民币288亿合同销售额和27亿协议销售，比去年同期↑158%，按权益计算为人民币197亿元，比去年同期↑129%。1-8月份总销售金额创历史同期最好成绩，位居全国同行前列

总销售额（总计）

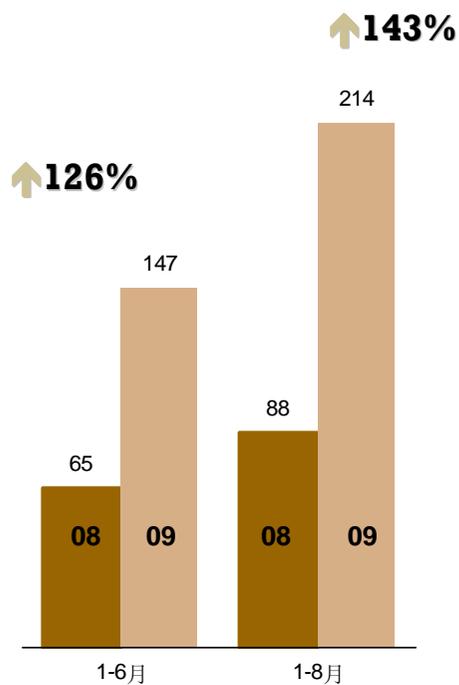
（亿人民币）



*包括合同和协议

总销售面积（总计）

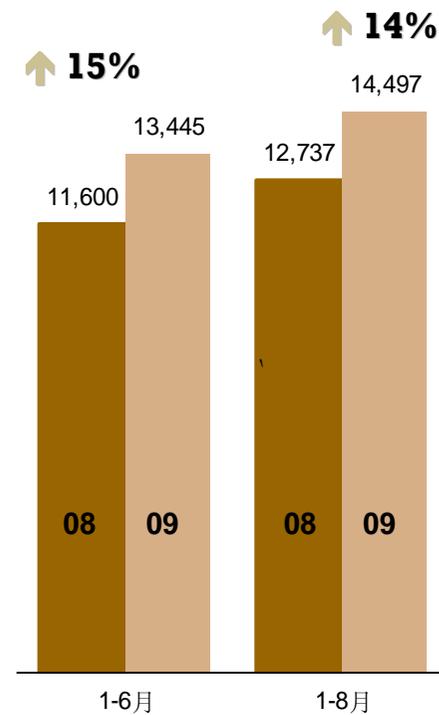
（平方米）



*包括合同和协议

均价

（人民币/平方米）



*以合同销售计算

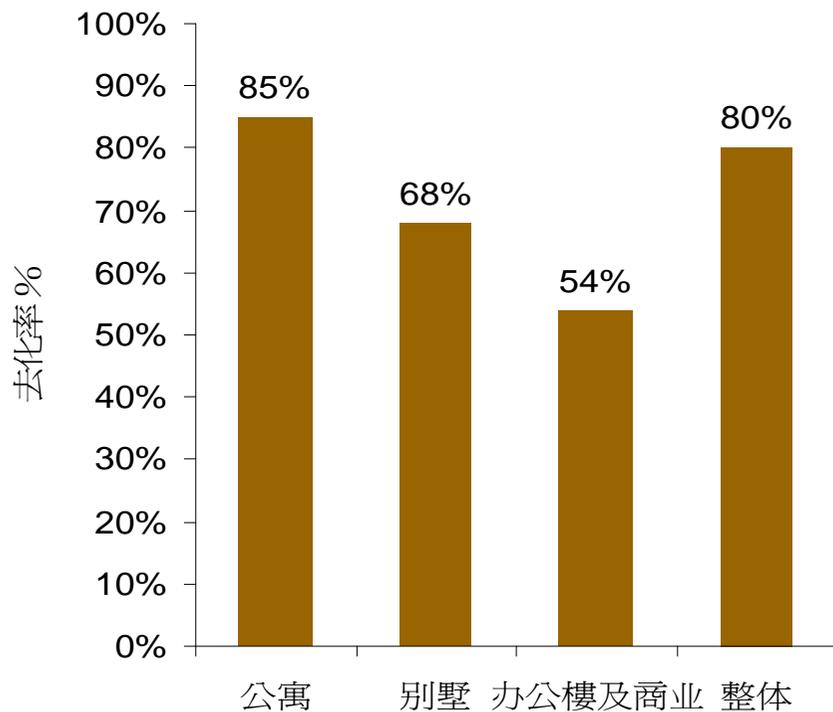
库存量逐月下降



☀ 从3月份开始，公司旗下房产项目从普通公寓到高端物业，均呈现热销态势，2009年1-8月份整体去化率达72%（包括协议销售则为79%），公寓去化率更是高达85%。

☀ 1-8月共有37个新项目或项目新的分期推出销售，总推盘面积为157万平方米，截至8月31日，已销售126万平方米，销售金额为192亿。新推房源按面积计去化率达80%。

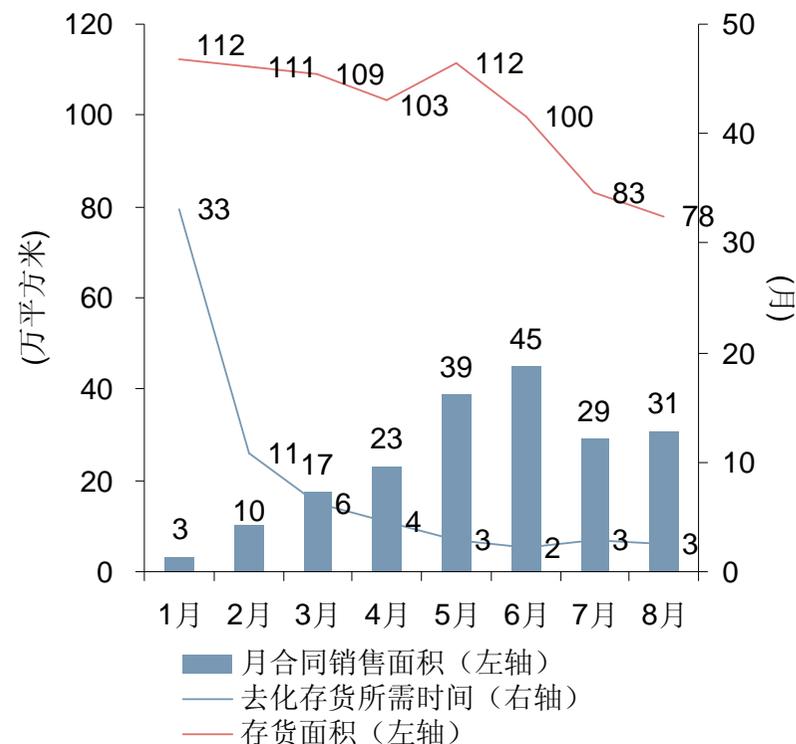
去化率



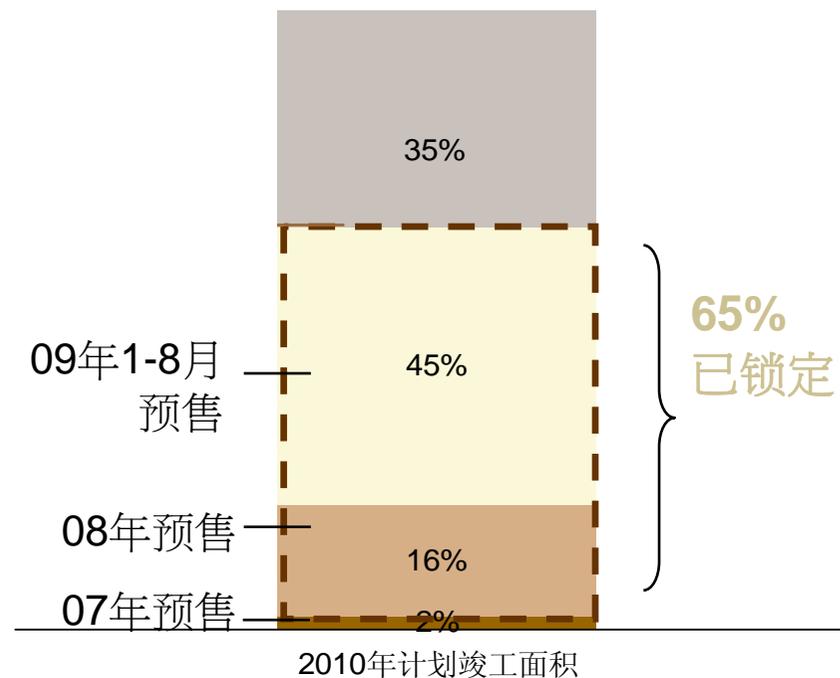
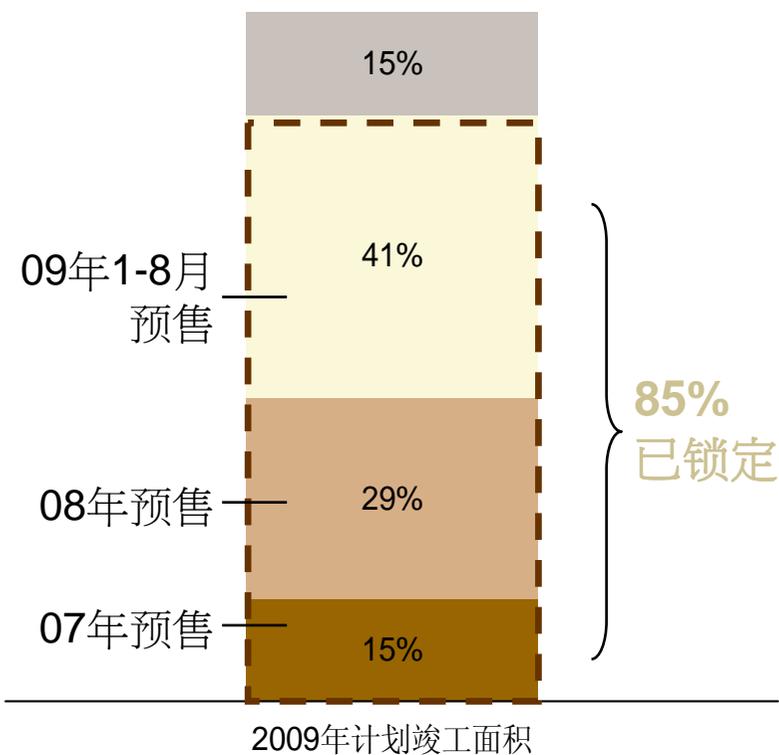
注：包括合同加协议

库存量与月度销售量分析

注：面积以地上可售面积计



2009年及2010年计划竣工面积已大部分锁定



2009年及2010年计划竣工的地上可售面积分别为128万平方米和206万平方米，截至8月31日，已分别实现销售85%和65%。2011年计划竣工的项目中已推出73万（以地上可售面积计），其中85%已售。

注：预售面积为地上可售面积

“绿城房产”强大的品牌号召力继续创造卓越销售

对于分散的中国房地产市场，品牌是绿城的竞争优势，及进入新市场成功的保证



品质溢价

- ☺ 项目价格通常高出对手同类位置的同类项目价格的**20%**甚至更多，保证较高的盈利能力

销售保证和品牌忠诚度

- ☺ 项目竣工前较高的预售率重复客户加推荐客户超过客户总数的**50%**

品牌影响

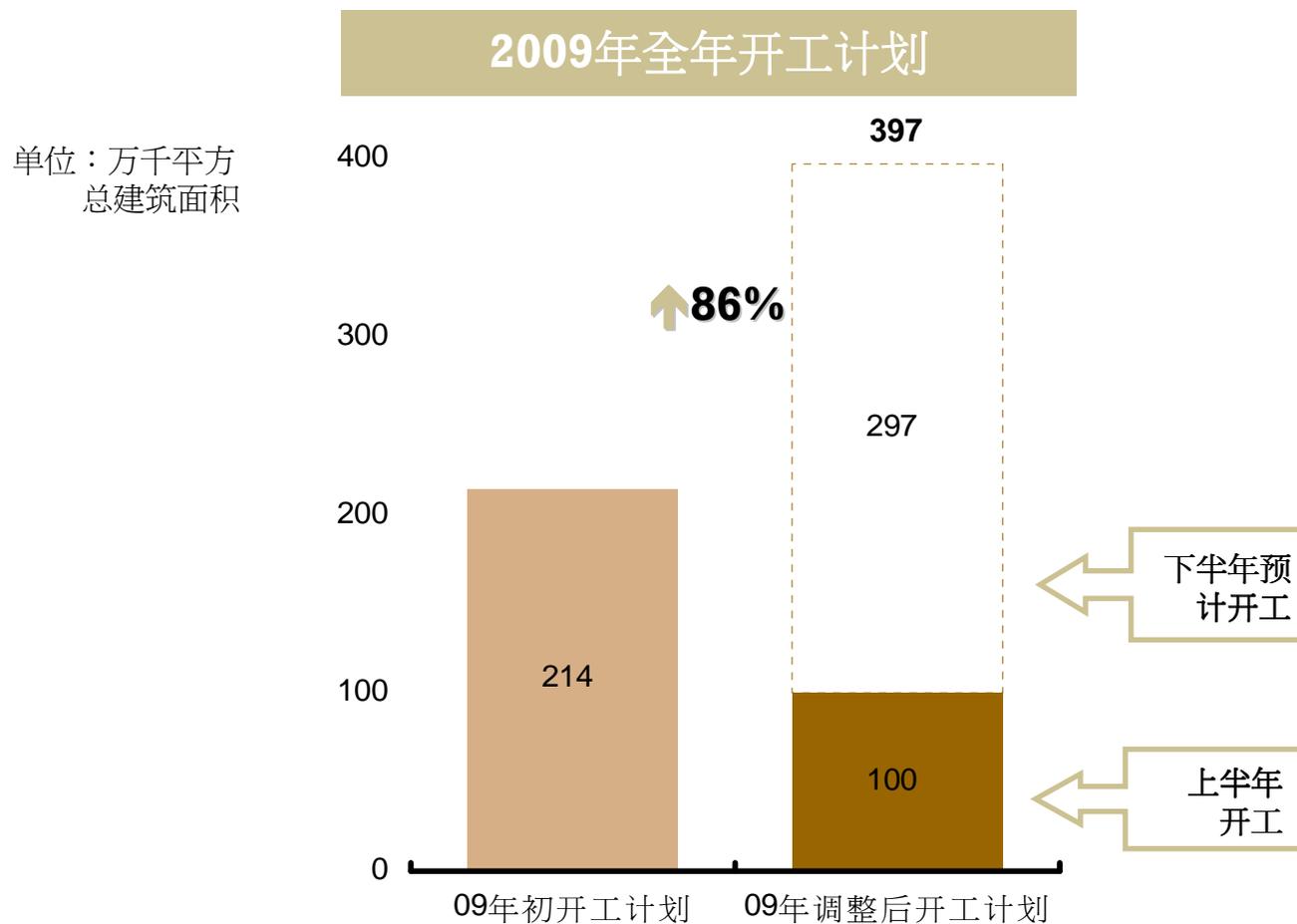
- ☺ 发展战略合作关系：
 - ☺ 当地政府
 - ☺ 土地所有者
 - ☺ 大型企业集团

卓越的品牌价值能够抵御市场波动风险，取得优异业绩



- ☺ 温州鹿城广场推出二期**3**栋高层住宅在短期内基本售罄，均价分别为**32,350**元（不临江）和**45,000**元（临江），项目今年共实现销售额人民币**68**亿。
- ☺ 杭州蓝色钱江**5**月**18**日首次开盘，开盘当月基本售罄。均价达人民币**29,200**元，项目今年共实现销售额人民币**23**亿。
- ☺ 北京御园二期**4**月**11**日开盘。均价由**1**期的**37,500**元上升至**40,800**元，项目今年共实现销售额人民币**18**亿，位列北京千万级豪宅第一名
- ☺ 上海黄浦湾**8**月**9**日首次开盘，开盘当天即售罄。均价达人民币**51,600**元，项目今年共实现销售额人民币**15**亿。
- ☺ 济南全运村作为公司进入济南的第一个项目，今年共实现销售额人民币**14**亿，位居济南单个项目销售第一名。

顺应市场环境灵活调整开发节奏



公司根据2009年房地产市场整体形势，将新开工计划由年初的214万平方米增加到近400万平方米，至年末公司整体在建面积将达到834万平方米。

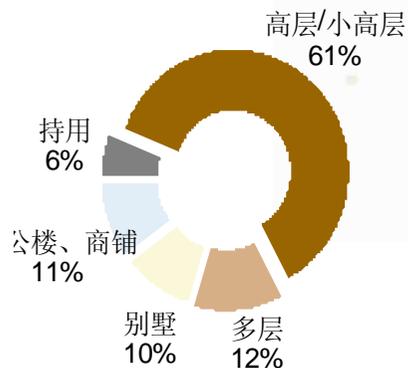
逐步实现以浙江为重点的跨地域多元化全国性土地储备

绿城在中国

绿城已进入的省份及直辖市



土地储备* -按照产品类型



(千平方米) 总 权益

杭州		
地上可售面积	3,465	2,244
持有面积	70	44
浙江省		
地上可售面积	7,800	4,599
持有面积	894	559
江苏省		
地上可售面积	1,253	897
上海		
地上可售面积	294	201
北京		
地上可售面积	371	315
持有面积	61	61
青岛-/济南		
地上可售面积	2,809	1,821
大连		
地上可售面积	85	85
合肥		
地上可售面积	197	160
长沙		
地上可售面积	258	135
郑州		
地上可售面积	59	22
乌鲁木齐		
地上可售面积	359	181
三亚		
地上可售面积	1,527	779
持有面积	64	33

注：以截至至2009年8月31日 土地储备之总地上可售及持有面积计算
部分项目面积计算依据合同容积率

地上可售面积及持有物业	19,566	12,138
土地储备总建筑面积	26,508	16,473

2009年新增土地



附注1：以项目一上市
股权置换形式收购该项目，代价为**6.1亿**港元，通过发行**1亿股**新股获得（发行价为每股**6.1港元**）

附注2：收购土地之总
代价人民币**27.18亿元**将根据土地发展进度分期支付。公司仅需支付人民币**5.5亿**，剩余土地款在项目分期竣工后，由合营公司销售收入来支付。

项目	权益	区域	取得时间	取得方式	总土地款 (万元)	土地面积 (平方米)	建筑面积 (平方米)	楼面地价 (元/平方米)
北京东直门项目（附注1）	100%	北京	09年7月	收购	---	28,004	62,585	不适用
诸暨项目（附注2）	90%	浙江	09年7月	收购	271,800	369,544	735,200	3,697
慈溪浒山项目	60%	浙江	09年7月	收购	108,900	62,576	169,363	6,430
无锡项目	100%	江苏	09年8月	招拍挂	290,000	222,617	525,109	5,523
绍兴镜湖项目	35%	浙江	09年8月	招拍挂	122,000	111,155	277,887	4,390
总计					792,700	793,895	1,770,144	

2009年上半年 财务分析



主要财务数据



(百万人民币)	截至 6月30日		
	2009年	2008年	变化 +/-
收入	1,940	1,765	10%
毛利	582	647	(10)%
物业毛利率	29%	36%	(7)%
回购高息债券	328	-	-
管理费用	293	211	39%
销售费用	178	123	45%
财务费用	193	245	(21)%
分占联营公司/共同控制实体溢利	175	170	3%
净利润	354	370	(4)%
股东应占利润	323	341	(5)%
净利率	18%	21%	(3)%
基本每股盈利 (人民币)	0.21	0.22	
摊薄每股盈利 (人民币)	0.20	0.21	

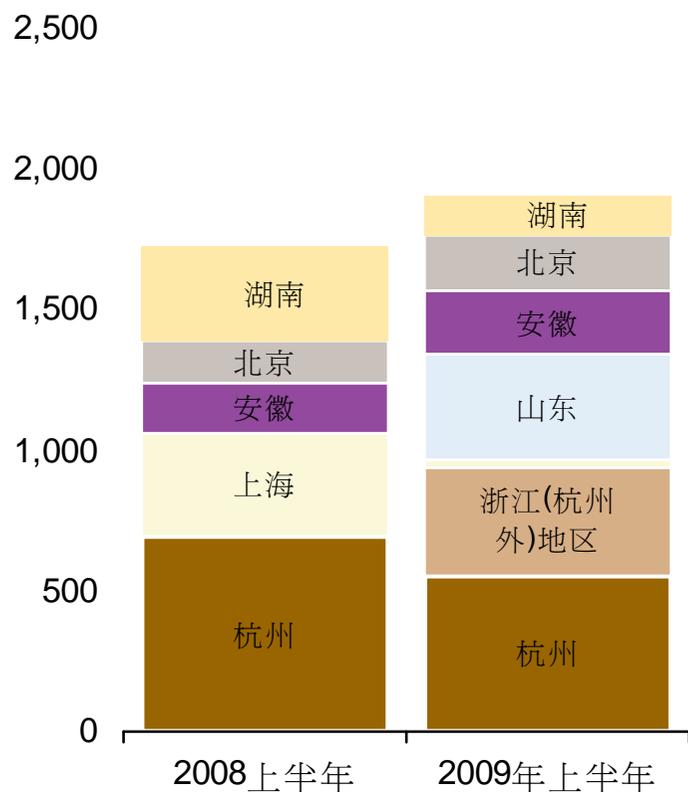
销售均价下调主要原因



- 08年上半年物业销售除来自杭州地区项目以外多集中在上海（收入占比：21.2%，销售均价为人民币19,200元），而本期多集中在青岛（收入占比：20.0%，销售均价为5,810）
- 相比于08年上半年别墅结转总额占物业销售总额的65.3%，本期别墅结转收入比例下降较多，本期结转别墅人民币556百万元，只占物业销售总额的32.1%，这也导致了本期销售均价的下降。

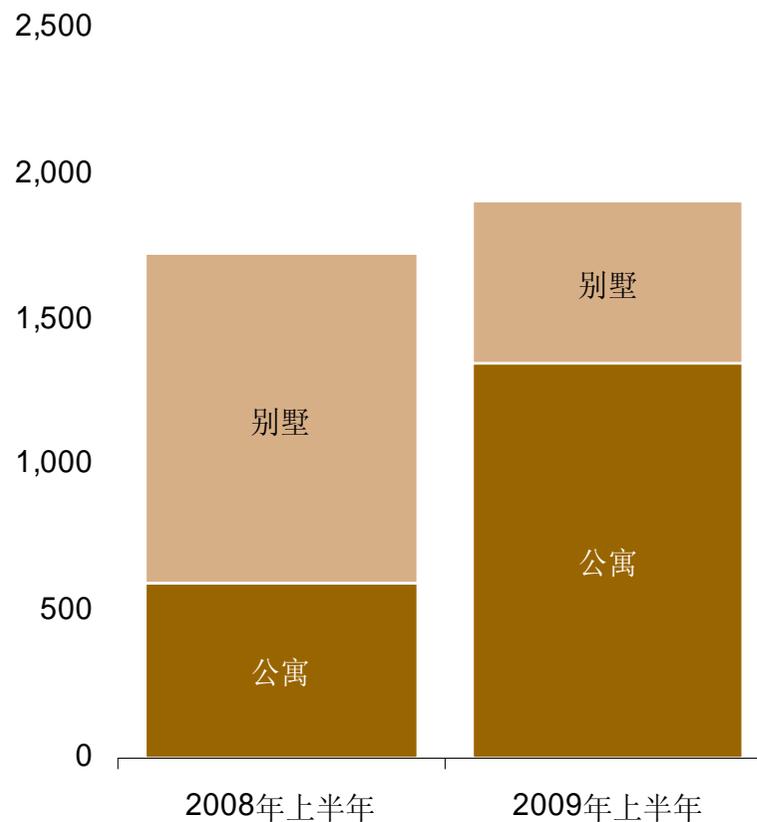
总合并结转收入 -- 按区域

(百万人民币)



总合并结转收入 -- 按产品类型

(百万人民币)



主要结转项目



项目	权益	销售面积 (平方米)	营业额 (人民币百万)	结转销售均价	目前 销售均价
桃花源南区	51%	14,464	500	34,569	38,225
青岛理想之城	80%	65,744	382	5,810	11,000
舟山桂花城	100%	56,710	343	6,048	8,217
合肥百合公寓	77%	42,625	203	4,762	6,723
北京百合公寓	80%	35,566	199	5,595	8,800
长沙桂花城	51%	21,088	87	4,126	5,436
长沙青竹园	52%	2,428	57	23,476	15,594
宁波皇冠花园	60%	5,197	48	9,236	12,500
合肥桂花园	99%	7,645	19	2,485	6,723
其它		12,997	73	5,617	

☀本期结转项目受区域和物业类型的影响，销售均价较去年同期的人民币**8,784**元下降**17.7%**至本期的人民币**7,226**元，物业结转毛利率与去年同期相比较低。

☀今年各项目销售价格较结转销售均价都有较大幅度的上升，将对未来毛利率有所帮助。如青岛理想之城、北京百合公寓等大盘，销售价格将会随着市场价格走势及公司品牌溢价日益体现而有所上升。

行政开支及销售费用增加较多



☀️行政开支从**2008**年上半年的人民币**211**百万元增加**38.9%**至人民币**293**百万元，其中本期发生人力资源成本为人民币**136**百万元，较去年同期增长**68%**。本期人力资源成本的大幅增加主要由于本期授出三批购股权确认人力资源成本人民币**52**百万元。若以去年同期相比，由于公司雇佣人数有所增长，人均人力成本略有下降。

☀️销售开支从**2008**年上半年的人民币**123**百万元增加**44.7%**至人民币**178**百万元，增长额最大的是营销活动费和广告费，本期发生人民币**113**百万元，较上年同期增加人民币**39**百万元，主要是因为子公司在售楼盘个数由去年同期的**20**个增加至**30**个，新开楼盘较多。本期销售开支只占**2009**年上半年子公司预售额的**1.4%**，相比于**2008**年同期的**2.2%**有所下降。

资产负债表



(百万人民币)	2009年6月30日	2008年12月31日	变化 +/- (-)
现金	5,963	1,718	247%
总资产	52,279	42,815	22%
总债务	17,580	16,118	9%
预售订金	12,610	6,137	105%
应付土地增值税	712	640	11%
净债务/净资本	108%	140%	(32)%
总负债/总资产	79%	76%	3%

现金情况

- ☼ 公司的现金从**2008年12月31日**的人民币**17亿**增加至**2009年6月30日**的人民币**60亿**，主要为本期预售款增加较多所致，尚有应收预售款人民币**61亿**。截至**8月31日**，公司现金增至人民币**82亿**，尚有应收预售账款人民币**77亿**。
- ☼ 截至**2009年6月30日**，公司有总债务人民币**176亿**，其中于**2010年6月30日**前需偿还的债务人民币**48亿元**。需于**2011年6月30日**偿还的债务为人民币**48亿元**，需于**2012年6月30日**前偿还的债务为人民币**70亿元**，于**2013年6月30日**及以后需偿还的债务为人民币**10亿元**。截至**2009年8月31日**，公司总债务为人民币**197亿**。
- ☼ 绿城致力实行更严谨的资金管理，以确保公司的持续发展。



充足的本地银行信贷资源确保公司流动性



大型国有银行和商业银行向绿城的总授信额度超过人民币**250**亿

公司展望



形势展望 - 核心市场回暖

自2009年3月份以来，整体房地产市场复苏显著，房地产投资增幅持续加快，行业未来走势看好

房地产销售形势明显转暖，商品房成交增幅加大，部分地区甚至出现了历史同比最好的销售态势；刚性需求、改善型需求得到集中释放；流动性偏好、通胀预期以及去库存化加速等原因导致价格回升。

杭州、上海、北京等一线城市销售率迅速上升，可售量持续减少，特别是杭州，存量房源从2008年第四季度的3万套快速去化为13,198套，其中住宅不足7000套

尽管微调不可避免，但房地产企业在经济复苏中起到至关重要的作用，公司所在核心区域整体形式良好，需求旺盛，整体可售房源不足，供求紧张



杭州



北京

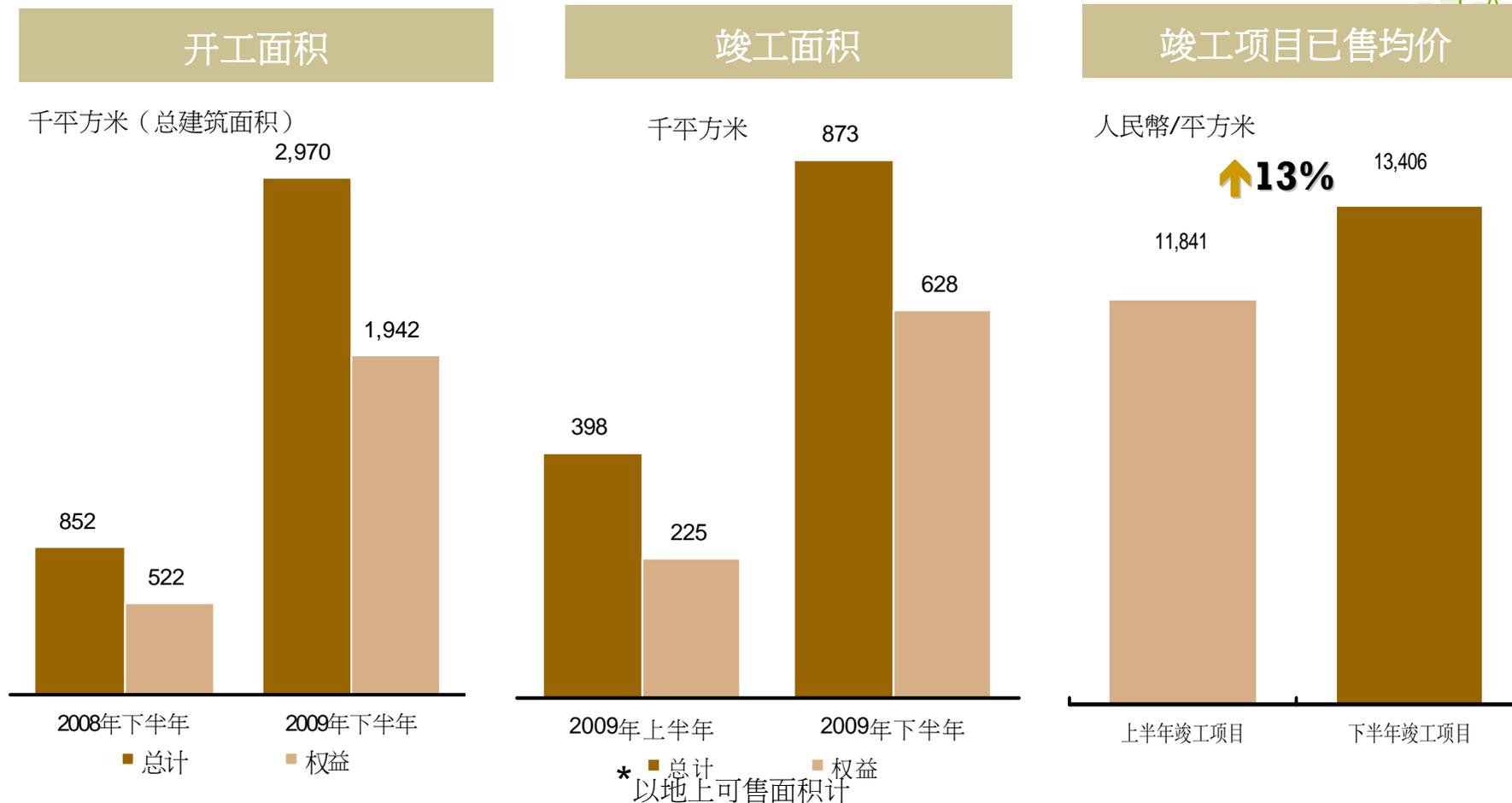


上海



数据来源：易居CRIC系统

下半年展望 - 开工面积加大，竣工面积大部分已锁定



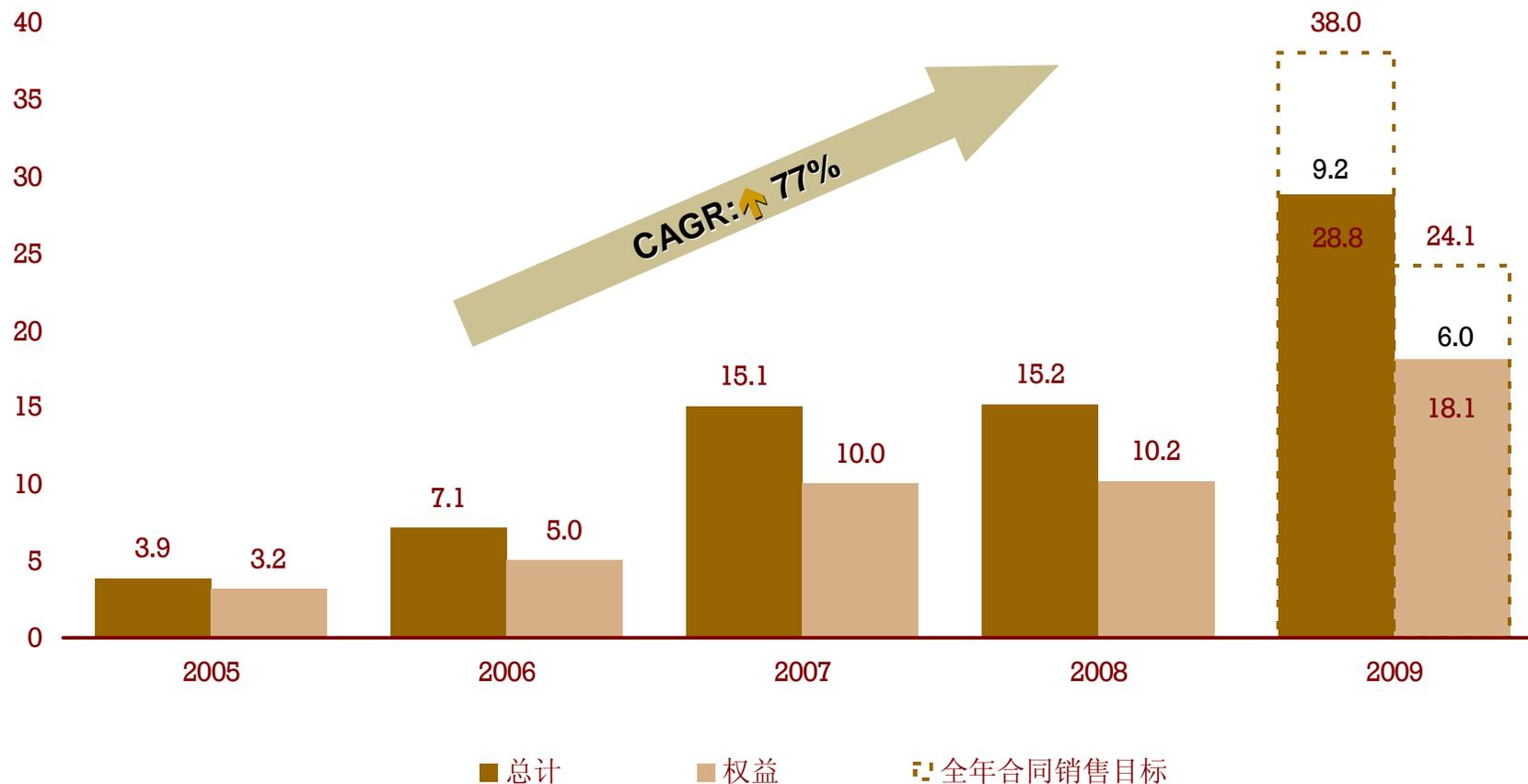
公司下半年预计竣工项目已有**83%**锁定，已售部分均价较上半年竣工项目的人民币**11,841**元上升**13%**至人民币**13,406**元。公司将会加大**2009**年下半年的新开工面积以确保**2009**年下半年及今后的可售面积。

下半年展望 - 全年销售目标调整至人民币380亿



(人民币十亿元)

2005年至2009年合同销售金额



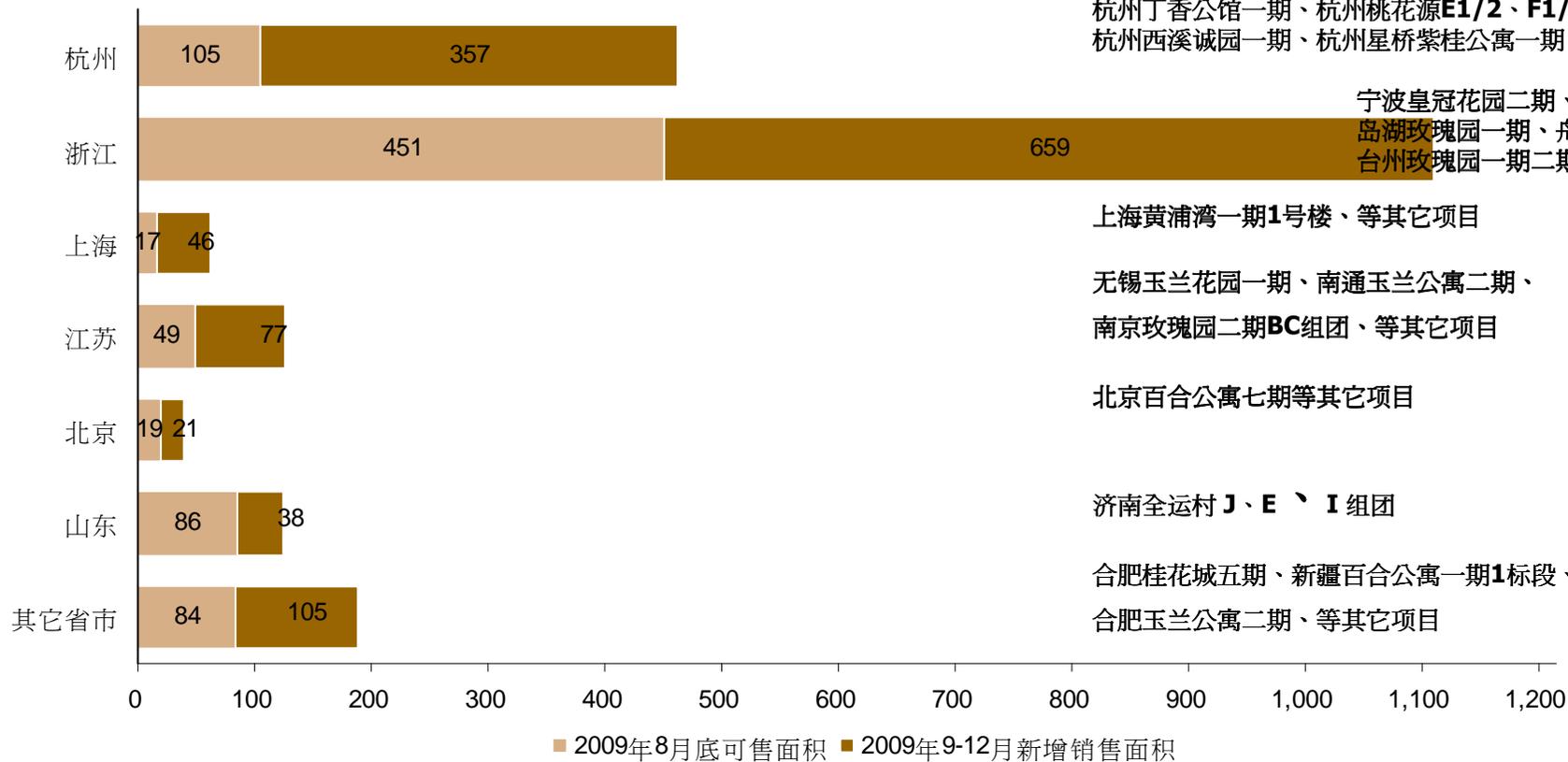
公司销售今年整体销售形式喜人，目前已实现销售收入人民币**315亿** (合同销售为人民币**288亿**)，创历史新高，基于目前市场形势良好、可售房源充足，公司将全年合同销售目标由09年中期的人民币**250亿**调整至 人民币**380亿**

下半年展望 - 充足的可售资源和积极的销售策略确保09年销售业务持续增长



2009年9-12月份地上可售面积

(千平方米)



下半年重点新推项目

杭州丁香公馆一期、杭州桃花源E1/2、F1/2、锦兰苑
杭州西溪诚园一期、杭州星桥紫桂公寓一期、等其它项目

宁波皇冠花园二期、湖州御园一期、千岛湖玫瑰园一期、舟山玉兰花园一期、台州玫瑰园一期二期、等其它项目

上海黄浦湾一期1号楼、等其它项目

无锡玉兰花园一期、南通玉兰公寓二期、
南京玫瑰园二期BC组团、等其它项目

北京百合公寓七期等其它项目

济南全运村J、E、I组团

合肥桂花城五期、新疆百合公寓一期1标段、
合肥玉兰公寓二期、等其它项目

截至2009年8月31日，公司总可售面积为81万平方米，9-12月份预计新推盘面积为131万平方米。

预计明年新推房源可售金额将超过600亿

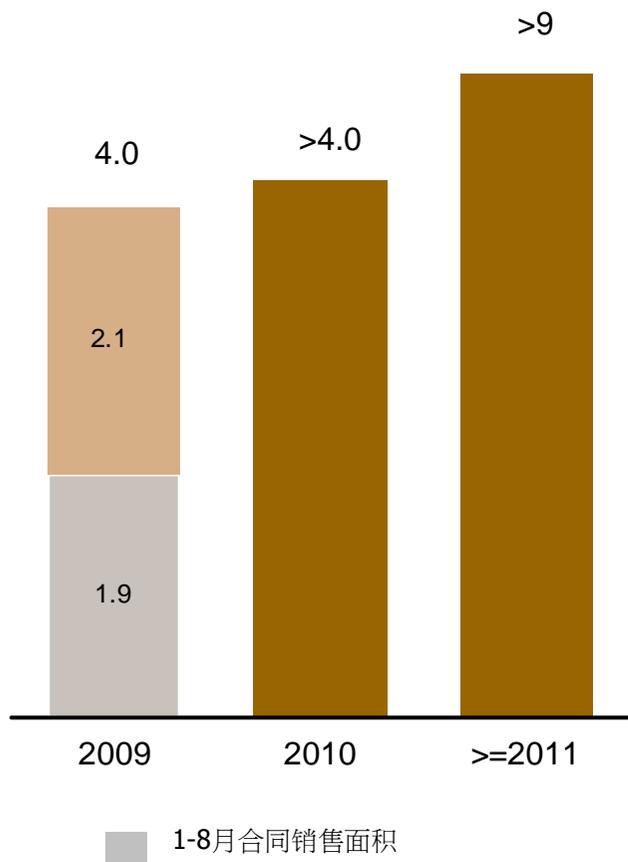
充足的土地储备满足未来3年发展



充足的可售资源保障持续
现金流

(百万平方米)

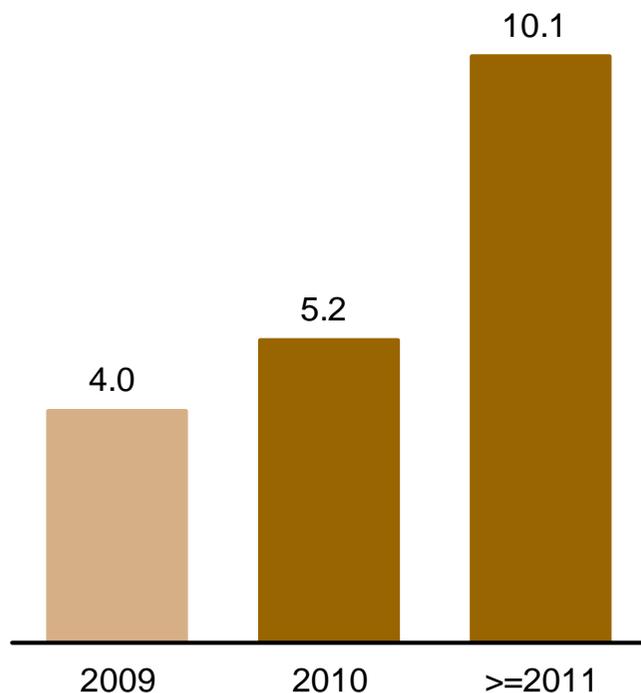
地上可售面积



顺应市场环境的开发节奏

(百万平方米)

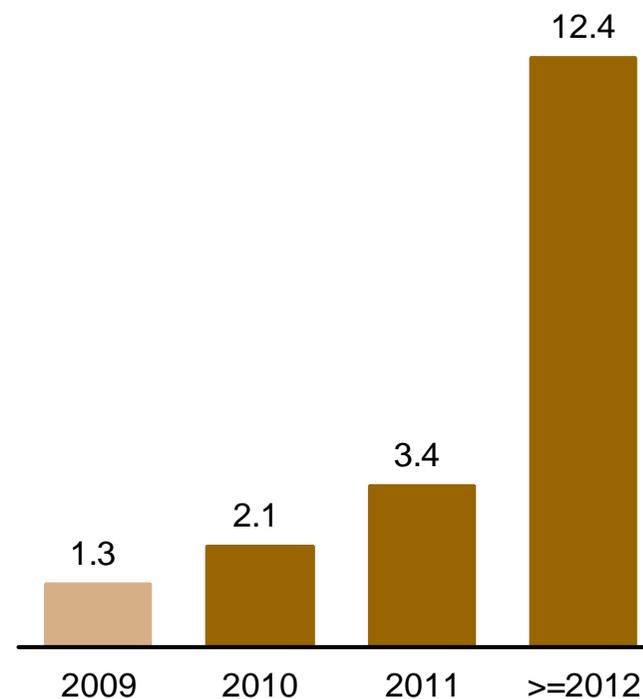
新开工建筑面积



策略性的竣工节奏保障未来
盈利稳定增长

(百万平方米)

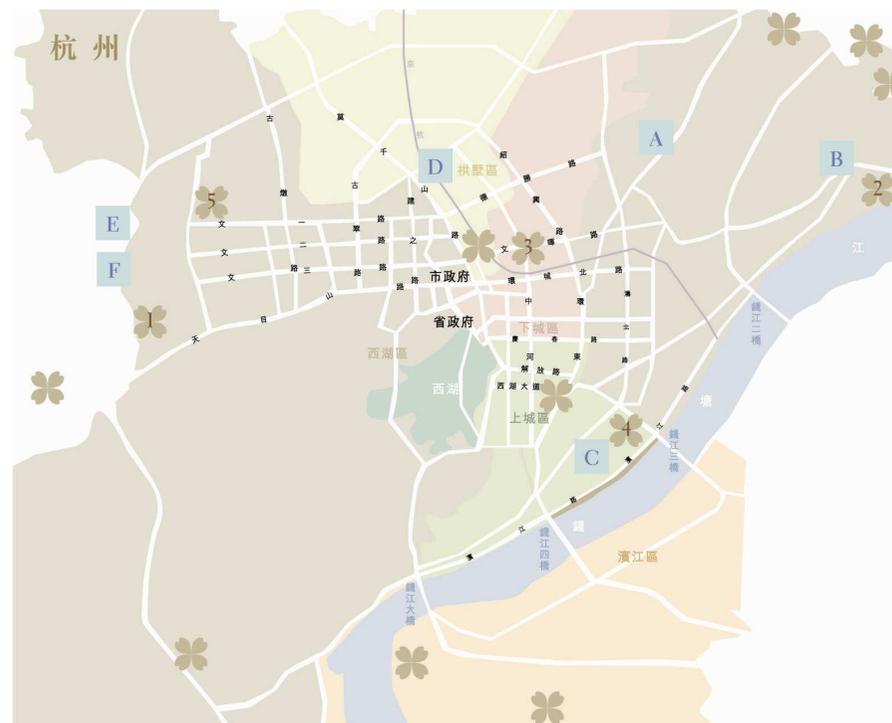
竣工地上可售面积



公司现有土地储备升值潜力巨大，优质土地储备为公司未来营利增长提供保障



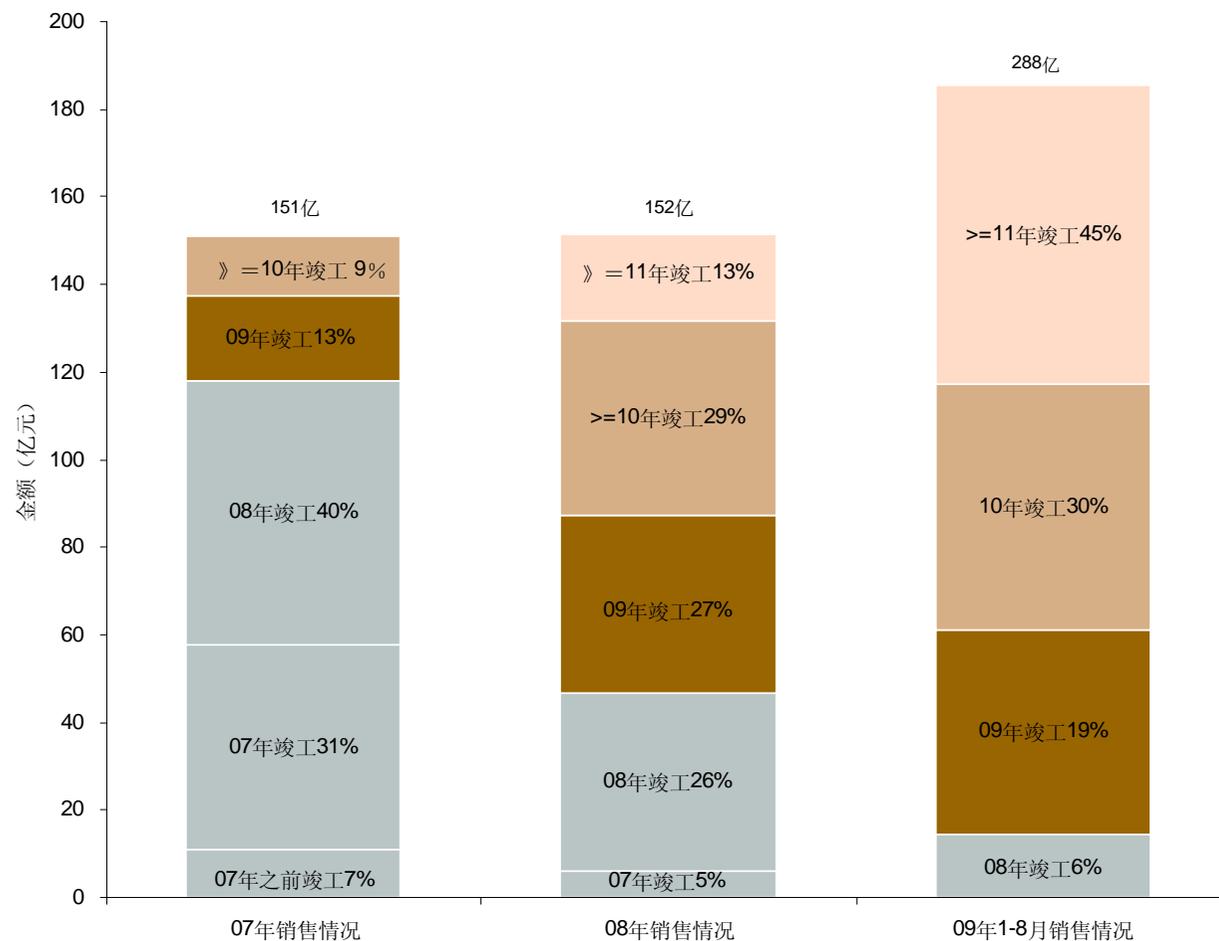
最近于杭州土地拍卖之成交参考	拍卖成交日期	地价(人民币/平方米)	绿城于杭州之项目	拿地时间	地价(人民币/平方米)
江干区					
A 黎明村北A10地块	09年7月	9,900	2 丽江公寓	06年	2,792
B 九堡R21-7地块	09年7月	7,500			
上城区					
C 钱江新城南星单元E02、03地块	09年7月	20,650	4 蓝色钱江	07年5月	12,117
拱墅区					
D 东南面粉厂地块	07年11月	19,038	3 杭汽发项目	06年9月	10,783
余杭区、西湖区					
E 余政拍出(2009)13、14号	09年7月	8,888	5 杭州蒋村地块	08年5月	9,111
余杭区					
F 余政拍出(2009)04号	09年8月	7,488	1 杭州翡翠城	04年10月	565



清晰的完工计划确保未来盈利稳健增长



* 数据基于总数计算



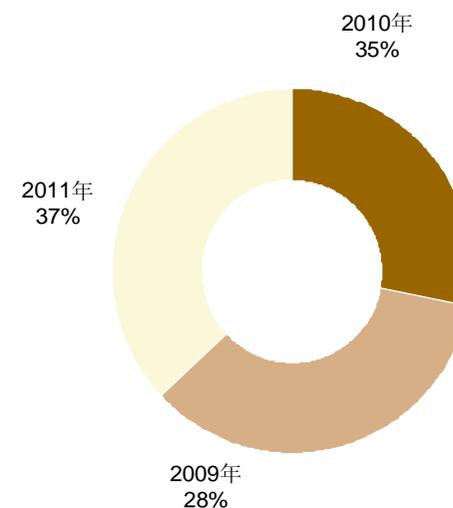
销售收入可预见性

截止至2009年8月31日，绿城已锁定：

2009年目标交付面积的： 85%

2010年目标交付面积的： 65%

预售收入超过人民币400亿



在公司已锁定的销售收入中，温州鹿城广场（人民币82亿）、杭州蓝色钱江（人民币23亿）、北京御园（人民币16亿）及上海黄浦湾（人民币11亿）、杭州翡翠城（人民币12亿）等高毛利率项目表现突出。

精品策略：进一步提升公司产品和服务品质

- 绿城致力于持续提升产品与服务的品质，强化精品营造能力，凸显品质优势，丰富品牌价值，使绿城的产品成为满足基础居住价值、住宅审美价值、园区生活服务价值以及增值和传承的财富价值的集合。
- 绿城园区生活服务体系，是一套以人的身体、精神需求为出发点的综合、全面的服务体系，该体系包括健康服务系统、文化教育服务系统及生活服务系统三大系统。
- 绿城园区生活服务体系把人文关怀充分融入日常服务中，将健康、教育、生活三方面合而为园区服务产品提供给客户，已开始受到市场、客户、政府和社会各界的高度认同。
- “绿城园区生活服务体系”荣膺“中国城市管理进步奖”。



舟山 喜来登绿城酒店
鲁班奖



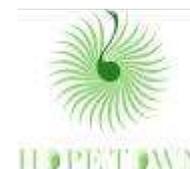
北京 御园
全国和谐人居经典项目奖
全国环保型人居工程奖



上海 玫瑰园
中国经典别墅综合金奖
Award of Merit (金砖奖)



杭州 桃花源
影响中国的30大典范社区



杭州 翡翠城
中国国际花园社区



北京 百合公寓
最受期待楼盘
十佳科技生态住宅



合肥 桂花园
安徽省十佳住宅小区
全国人居经典综合大奖



长沙桂花城
湖南最具影响力楼盘
长沙最佳品质楼盘
长沙最具影响力楼盘

人才策略：深化施行“绿城学院”建设



- ❁ 员工是绿城的第一产品，绿城将致力于学习型企业建设，着力将绿城建设成为一所“学院”，大力提升员工的业务素养、工作技能和工作品质；
- ❁ 进一步强化企业文化建设，凝聚和提升企业文化精髓，使企业文化建设和员工自身价值的提升紧密结合，为公司发展提供最根本的保障和源动力。
- ❁ 致力于学习型企业建设，稳固公司发展根基。将公司建设成“学院”，使企业文化建设和员工自身价值提升紧密结合，为公司发展提供最根本的保障和源动力。优化人员考核机制，细化考核标准。修订完善员工晋升管理办法，突出晋升的公平性、科学性和严肃性。

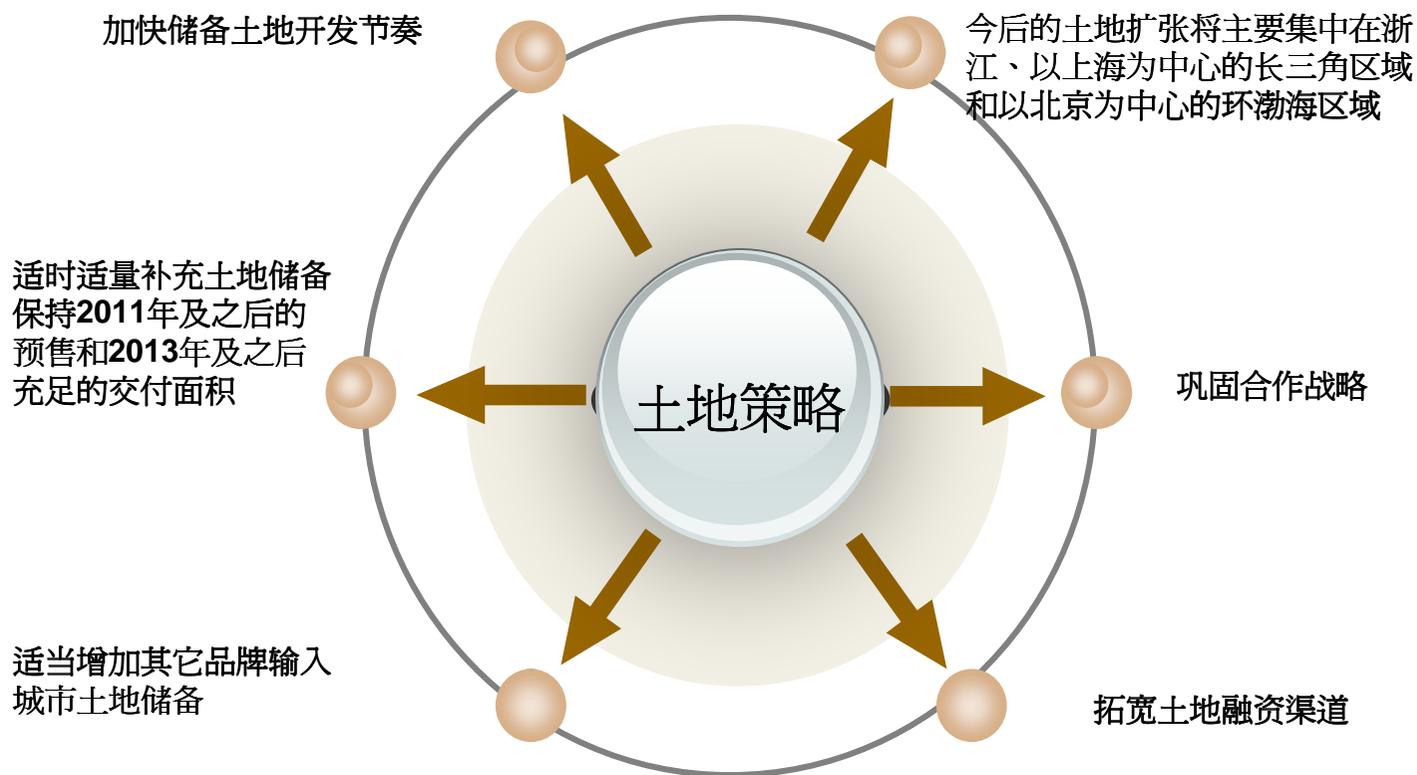


合作策略：多层次、多形式地实践品牌和管理输出

- 持续巩固和深化同现有战略合作单位的项目合作；
- 充分利用当前及今后行业整合的机遇，着力推行以“品牌和管理输出”为重要特征的委托经营模式，在控制风险的基础上提升“优秀品牌和专业管理”的边际效益；
- 高度重视并大力推行以“信托金融”为合作平台，整合直接金融资源，谋求金融资本与产业资本，资本优势与品牌管理优势的紧密融合，共同打造本土化的“房地产投资基金”开发和管理模式，实现公司商业和发展模式的重大拓展。



土地储备策略：合理调整土地储备规模



- ☪ 公司拟加快开发周期，现有土地绝大部分会在**2011**年前进入开发阶段
- ☪ 按照目前的土地储备，竣工面积预计在**2012**年到达最高值。
- ☪ 为了保持公司整体盈利稳健增长，我们将有选择性的增加预售年限在**2011**年或之后及竣工年限在**2013**年及之后的土地储备。

融资理财策略：推行融资创新，提升理财能力



- ☘ 公司将积极关注、研究、实施多种形式的房地产金融创新模式，并致力于合作、并购贷款、信托金融、境内外投资基金合作的大力推进，创新投资现金流募集与管理模式，为公司高效、优绩发展提供充足的融资保障。
- ☘ 于9月10日，与平安信托投资签订战略合作框架协议，未来3年内，平安信托投入到公司开发的优质项目的资金总额有望达到人民币150亿元，其中2009年投资额预计约为人民币30-50亿元。此举不但为公司开拓了新的融资渠道，而且意味着框架协议所涉及的交易一旦落实，绿城迈入房地产基金管理领域，并为未来快速发展提供新的支撑。
- ☘ 绿城将根据战略要求和资金运动规律，分析内外环境因素的变化趋势及其对财务活动影响，建立扩张型、稳健型和防御收缩型财务战略模型。及时采用不同的财务战略，提高资源配置能力和效率，全面提升公司的理财能力。

为城市创造美丽

Building has an art form

~ **Open Forum** ~

问答环节

附录—2009年重点项目



上海黄浦湾



- 公司于2009年8月份推出位于上海核心地段的全新高端住宅项目—上海黄浦湾，该项目位于上海南外滩一线滨江地段，北距外滩万国建筑群约1.8公里，南距世博会约1.7公里，东侧紧邻黄浦江，西北侧则与著名的豫园相邻。地区辐射2公里范围内包括南京路、淮海路、陆家嘴、新天地等上海著名商贸中心。
- 上海黄浦湾建筑占地面积约47,050平方米，总建筑面积约260,000平方米，其中地上建筑面积约170,000平方米，由6幢精装修高层公寓、1幢酒店式公寓组成。于八月份推出的一幢供86套精装修公寓，单套面积为300平方米至610平方米，已售罄。



温州鹿城广场



- ❁ 绿城·温州鹿城广场位于温州市中心区瓯江畔，占地面积约**13**万平方米，地上总建筑面积约**45.8**万平方米，将打造成集白金五星级酒店、精装修江景大宅、大型购物中心、国际甲级写字楼和城市广场等为一体的现代化大型地标综合体。
- ❁ 购物中心约**9**万平方米、五星级酒店约**6**万平方米、办公约**8.8**万平方米（含酒店式公寓）、住宅约**22**万平方米（含底层商铺），尤其是**350**米、共**75**层的超高层塔楼，建成后将成为浙江省第一高度的标志性建筑。
- ❁ **22**万平方米住宅分两期开发，一期精装修江景大宅共**234**套，最小户型面积**390**平方米，最大面积**1000**平方米以上，已于**2008**年**8**月**1**日开盘，均价约**42000**元/平方米；二期住宅共**244**套，户型面积**290-550**平方米，于**2009**年**4**月**30**日起陆续推出销售，均已开盘且基本售罄。



杭州蓝色钱江



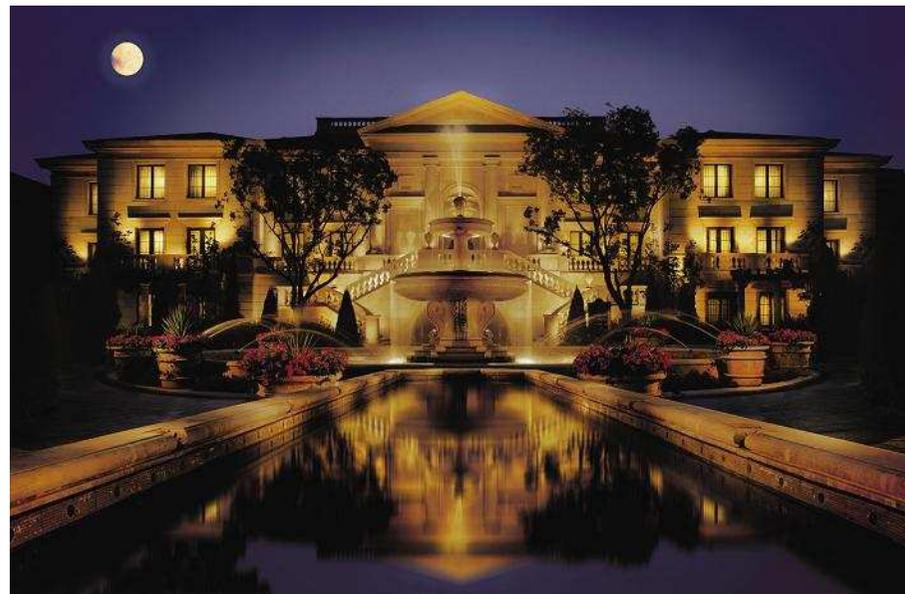
- ❁ 绿城·蓝色钱江位于杭州钱江新城**CBD**核心居住区，面揽广阔钱塘江，位处繁华主城区。项目东隔望江东路与**46500**平方米的望江公园（规划中）相邻，南临之江路饱览一线江景，地理位置优越，交通规划完善，市政配套条件成熟。项目总建筑面积约为**30**万平方米，在沿江**260**余米的尊贵水岸线上，精装高层公寓，酒店式公寓，白金五星级酒店及精品商业街，精妙围合成一个现代大气的高端复合社区。
- ❁ 作为“绿城集团二代高层公寓”领衔之作，蓝色钱江以“国际化、整体化、精细化”为产品特征，赋予高端住宅更多成熟经验和新的诠释。
- ❁ 蓝色钱江一期（北区块）已于今年**5月18**日开盘，销售火爆，已基本售罄。一期（北区块）由**160-180m²**舒适系列、**200-270m²**尊贵系列、**330-500m²**奢华系列组成的精装大宅，以户型功能的丰富性和舒适性，完美契合了城市名流的多元需求。
- ❁ 二期（南区块）房源预计将于**2010**年上半年推出。



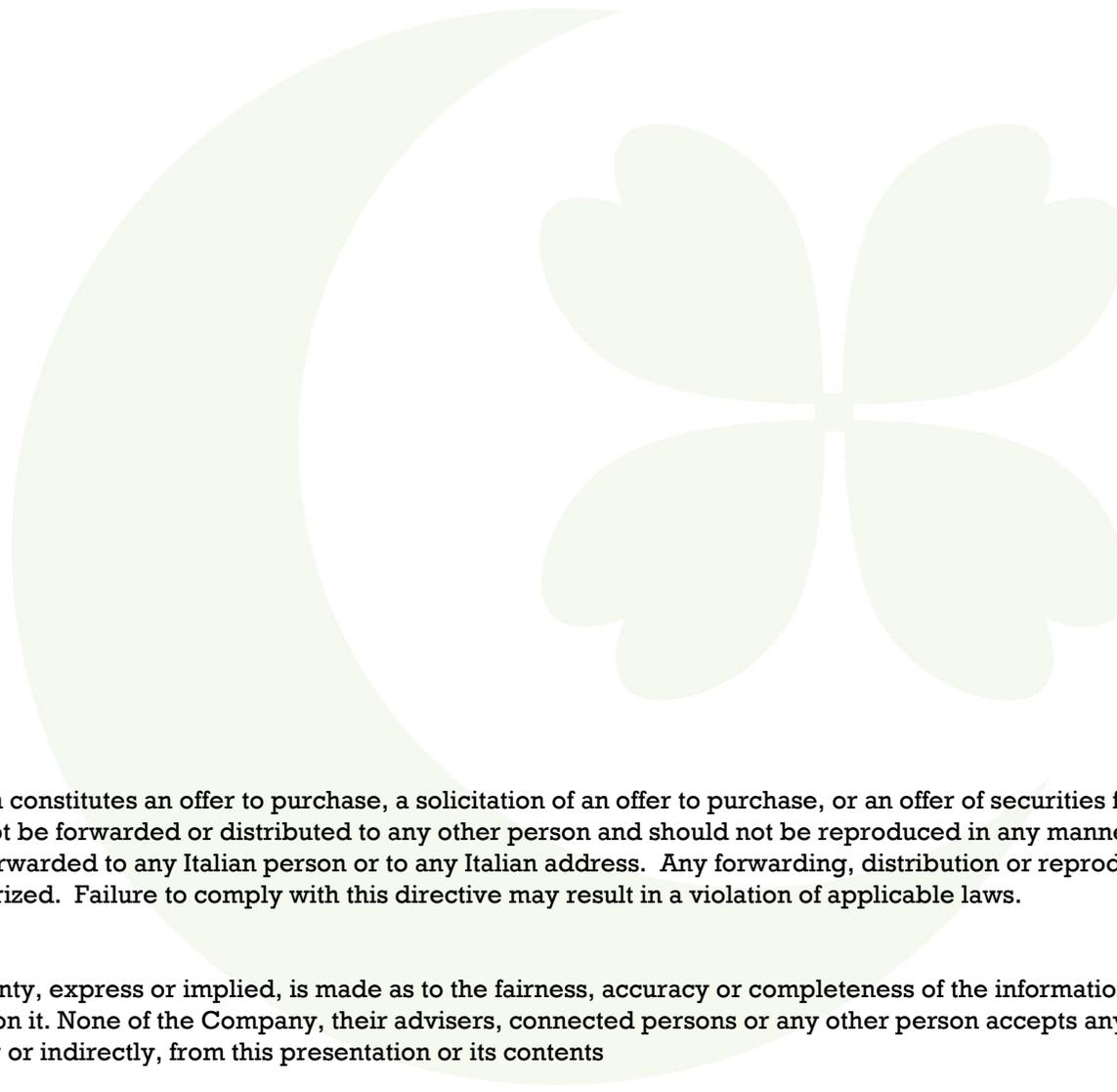
北京御园



- ☘ 项目位于北京市海淀区，毗邻中国硅谷—中关村，周边遍布清华大学、北京大学等高等院校。区域历史文化悠久，项目处于著名的西山风景区核心，西北侧是西山山脉，东侧是清代皇家园林—颐和园，具有浓厚的古代皇家园林风貌。
- ☘ 项目土地面积约**35**万平方米，总建筑面积约**34**万平方米，项目容积率**0.68**，为北京最低容积率的公寓类项目之一。
- ☘ **2007年5月**，项目首次开盘，一个月时间，创造了北京市高档公寓销售套数、销售额、销售单价三个第一。**2009年4月**，项目**2期**正式开盘，共推出**105**套房源，截至八月底已基本售罄。



Disclaimer



Nothing in this presentation constitutes an offer to purchase, a solicitation of an offer to purchase, or an offer of securities for sale in any jurisdiction. This presentation should not be forwarded or distributed to any other person and should not be reproduced in any manner whatsoever, and in particular, should not be forwarded to any Italian person or to any Italian address. Any forwarding, distribution or reproduction of this document in whole or in part is unauthorized. Failure to comply with this directive may result in a violation of applicable laws.

No representation or warranty, express or implied, is made as to the fairness, accuracy or completeness of the information contained herein and no reliance should be placed on it. None of the Company, their advisers, connected persons or any other person accepts any liability for any loss howsoever arising, directly or indirectly, from this presentation or its contents