

房企开年业绩分化

规模化竞争将转向“提质增效”

1月房企业绩表现平稳
部分企业增长放缓

2月11日,绿城中国发布公告称,截至2019年1月31日止,绿城集团累计取得总合同销售面积约37万平方米,总合同销售金额约人民币67亿元。

中国指数研究院的统计数据表示,2019年1月份,房企业绩表现平稳,部分企业增长放缓。销售额超过百亿的企业均值为204.5亿元,其中万科、碧桂园、恒大位居前三。

经历2018年末的业绩冲刺后,2019年首月房企表现较为平淡。受春节因素影响,房企也逐步放缓推货节奏。随着市场趋稳、消费回归理性,房企从追求规模转换到规模与效益并重。

克而瑞地产研究中心的统计数据表示,2019年1月份,超三成百强房企权益销售金额同比下滑。其中,13家房企权益销售金额降幅超30%,22家房企降幅在30%以内。

另一方面,1月份32家标杆企业当月推货量环比明显下滑,开盘去化率也维持在低位,导致整体销售规模较2018年同期下滑了8%。

“虽然目前房企在售项目个数相比去年大幅提升,但整体销售表现并不抢眼。”克而瑞地产研究中心一位分析人士表示,恒大、万科、碧桂园作为龙头房企,1月份的业绩同样受节日因素影响。

上述克而瑞分析人士指出,预计2019年全年,全国房地产政策将以平稳为主,部分城市甚至将逐步放松调控。但对房企而言,加大营销力度,回笼现金仍将是2019年的主要任务。

值得一提的是,1月份房企拿地投资金额也出现明显降幅。排名前50家企业月内累计拿地总额1786亿元,同比下降21.1%。伴随调控深化不放松,房企在拿地方面延续2018年审慎的态度,拿地更加谨慎。同时,热点城市拿地难度有增无减,土地市场竞争更加激烈。

中指院相关负责人分析指出,从1月份房地产市场表现来看,受春节等因素影响,房企推盘节奏放缓,热点城市推盘数量有所下降。需求方面,各线城市成交量均呈现回调态势。

该人士进一步指出,2019年伊始,在业绩压力骤减的背景下,房企推盘力度明显下降,拿地规模收缩,但企业资金压力突出,偿债高峰期到来,融资力度明显加大。预计2月份房企业绩不会有太大突破,企业的经营策略也将以稳健经营、谨慎拿地为主。

(据《经济参考报》)

房企业绩表现分化

去年房地产行业集中度持续提升,整体业绩规模进一步增长。全国千亿房企数量达到30家,创下历史新高。其中,碧桂园、万科、恒大占据销售业绩前三,总额接近2万亿,“头部效应”凸显。进入2019年1月份,房企业绩表现平稳,部分企业增长放缓。

日前,多家房企相继披露1月份销售数据,万科实现合同销售金额488.8亿元,同比下降28%;恒大实现合同销售金额431.7亿元,同比下降33%;保利发展实现签约金额335.91亿元,同比增长6.14%;碧桂园实现合同销售金额330.7亿元,同比下降52%。截至目前,万科重新回归行业首位,恒大、保利分列二、三,碧桂园则滑落至第四位。其中,“万恒碧”这三家房企的平均销售额从去年同期672亿元下降至417亿元。

除上述4家外,其他房企业绩也表现各异。像金地、佳源国际、佳兆业、奥园、时代中国等业绩增速较快,分别同比上升31.02%、122%、49%、38%、36.9%;融创中国、新城控股、富力、融信等企业增长放缓,分别同比上升8%、6.55%、6%、5.5%;首创置业、禹州地产、当代置业、国瑞置业等则基本持平、分别同比上升2.2%、1.67%、1.17%、1.8%。

还有部分房企出现业绩下跌,比如:绿城实现合同销售金额为67亿元,同比下降22.99%;中国金茂实现销售金额103.16亿元,同比下降38.05%;合景泰富实现销售金额为51.03亿元,同比下降8.2%;景瑞控股实现合约销售额为5.49亿元,同比下降25.5%。

券商分析师认为,1月份推盘少以及去化率维持低位导致当期销售偏弱。房企推盘节奏放缓,热点城市推盘数量有所下降,市场去化效果一般。此外,房企销售表现有所分化,行业前三房企以及排名靠后房企表现有所低迷,而行业前十中第二梯队及蓝筹房企在1月市场有所转淡背景下仍有不错表现。

“市场行情不好是重要的因素,整个房地产市场步入降温周期,对企业销售业绩肯定有所影响。”易居研究院智库中心研究总监严跃进称,房企主动降速可能性较小,但鉴于销售面积和价格难以提升,确实造成销售金额下降。

融资成本保持高位

业绩表现背后,房企融资规模创新高,融资成本保持高位。据第三方机构测评报告显示,1月份房企融资规模近1900亿元;在金融去杠杆、强监管的背景下,房企逐渐进入集中偿债期,企业

对资金的需求明显增加。从融资渠道来看,优先票据是房地产企业的首选融资渠道,占当月融资总额的28.8%,平均融资成本为8.53%;超短期融资券1月份融资近200亿元,接近2018年全年的50%,主要用于偿还利息。

在国内融资环境持续紧张的背景下,房企不断加大海外融资力度,据wind数据显示,1月份房企累计发行21支海外债,融资总额66.2亿美元,较2018年月均43亿的规模增长超50%;平均融资成本为9.65%,比2018年全年高出2.03%。

2019年伊始,房企推盘力度明显下降,拿地规模收缩,但企业资金压力突出,偿债高峰期到来,房企融资力度明显加大。“上半年企业会比较保守,以回笼资金为主,投资方面会更低调谨慎。到了下半年会有所调整,企业会有持续性的投资、拿地和销售等动作。”严跃进说。

不再一味追求规模

2019年,在坚持“房住不炒”定位、稳妥实施房地产市场平稳健康发展长效机制方案的大背景下,各地继续落实“一城一策”的分类调控政策,房地产市场将进入新的发展阶段。

当前,包括“万恒碧”在内的多家房企已纷纷提出要转变经营思路,从追求规模转换到规模与效益并重,谋求未来可持续发展。

万科董事长郁亮多次抛出“活下去”论调,认为企业要有自身忧患意识,万科的焦虑并非停留在活下去的表面,而是如何更好更长久地活着。“只要服务客户的能力在不断地提高和改善,我们便没有理由落后于大市。不是说规模大就是冠军,这是一场马拉松比赛,在中国房地产行业白银时代胜出才是最终的目标。”

中国恒大集团董事局主席许家印也提出“深化转型、提质增效”,公司要坚定实施“规模+效益型”发展模式,强调规模上适度增长,更加注重增长质量。

“房地产每年起码会有10万亿左右的市场,问题是竞争力。要重新努力去思考,怎样提升竞争力。碧桂园董事局主席杨国强在集团2019年度会议上指出,目前地产依然是碧桂园主业之一。未来将打通主营业务与新业务接口,促进二者协同与深度融合,提升公司在房地产业务全周期的竞争力。”

“当下,房地产开发获得更高业绩增长的难度越来越大,房企需要寻求新业务,实现业绩可持续增长。一位房地产开发企业资深高管认为,大房企希望能够实现多轮驱动、多支柱发展的业务模式,而中小房企资源有限,多元化的结果最终是转型。不过,从业务占比来看,去地产业化还为时过早,在高质量发展的背景下,如何更好地稳健前行同样是尤为重要的。

(据新华网)

今年春节
返乡置业有点冷

正月初一,在辽宁省锦州市一楼盘做销售的关蕾依然奔向了售楼处。春节7天假期里,他有一半的时间都上班。按照售楼处的安排,假期里,每天有平常一半的销售人员值班。不过,与之前的节假日相比,这几天销售业绩并不好。“7天假期里,楼盘卖出去十多套房子,远少于国庆假期。”关蕾说。

这个春节,“退烧”成为多个三四线小城镇的共同现象。

以往的春节,一二线城市售楼处普遍冷清,不少购房人会选择在老家挑挑房子。关蕾等多位销售人员介绍,春节接待的客户大多是在外地工作的年轻人。之前,这些购房人的爸妈已经到楼盘里“踩个点”了,有购房意向,就等着孩子回来拿主意了。

春节前,58同城、安居客发布《2019返乡置业调查报告》。数据显示,52.7%的“漂一族”有返乡置业意向。对于有返乡置业意向的人群来说,三线、四线及以下城市依然是返乡置业的主力城市,合计占比达到78%。“北京、上海、广州、深圳”的“漂一族”返乡置业热点城市则集中在工作地周边。

不过,相比2018年的58.7%返乡置业意向,2019年返乡置业意向人群占比已经出现了下降。从中原地产研究中心节后公布的情况来看,从春节前一周开始,热点市场就进入了休假模式,2019年首月,各地推盘节奏放缓,楼市整体成交正常回落。从统计数据看,春节期间,一二线城市的网签数据基本全面暂停,多地基本都只有个位数网签。虽然春节楼市依然主要以三四线城市为主,但返乡置业已出现“退烧”。

中介机构人士分析,目前,购房者已愈加理性,大部分三四线城市的市场成交均比去年开始降温。易居房地产研究院此前发布的数据也显示,三四线城市房价在连续10个月环比上涨后,终于在去年12月出现止涨。

(据《北京日报》)

