

# 9 月份多家房企销售报喜

## 回暖态势有望延续

万科、保利地产、招商地产、首开股份等房企公布 9 月份销售数据,其中,仅招商地产 9 月份签约销售面积同比出现下滑,其余公司 9 月份以及前 9 个月数据同比均实现增长。中国指数研究院分析指出,在政策刺激下,房地产市场量价出现明显反弹,房地产市场回暖趋势有望延续。

### 销售捷报频传

根据万科公告,万科 9 月份实现销售面积 184.2 万平方米,销售金额 244.2 亿元。2015 年 1 至 9 月份,公司累计实现销售面积 1439.8 万平方米,销售金额 1804.7 亿元。翻查万科去年同期数据,2014 年 9 月份公司实现销售面积 165.6 万平方米,销售金额 195.9 亿元。2014 年 1 至 9 月份,公司累计实现销售面积 1263.8 万平方米,销售金额 1490.6 亿元。据此计算,公司 2015 年 9 月份销售面积和销售金额同比均实现增长,1 至 9 月份累计销售面积和销售金额分别同比增长 14%和 21%。

保利地产今年 9 月份实现签约面积 90.82 万平方米,同比增长 12.66%;实现签约金额 116.77 亿元,同比增长 0.61%。2015 年 1 至 9 月份,公司实现签约面积 857.63 万平方米,同比增长 19.91%;实现签约金额 1097.88 亿元,同比增长 19.60%。

根据招商地产披露,2015 年 9 月份,公司实现签约销售面积 35.85 万平

方米,同比减少 30.33%;签约销售金额 92.89 亿元,同比增加 25.10%。1 至 9 月份,公司累计实现签约销售面积 235.35 万平方米,同比增加 11.67%;签约销售金额 376.26 亿元,同比增加 20.18%。

首开股份 9 月份共实现签约面积 15.8 万平方米,签约金额 23.82 亿元,销售回款 25.87 亿元。2015 年 1 至 9 月份,公司共实现签约面积 133.35 万平方米,同比上升 28.82%;签约金额 206.61 亿元,同比上升 31.31%,销售回款 199.18 亿元。

### 拿地热情不减

万科称,2015 年 8 月份销售简报披露以来,公司新增加项目 7 个,包括无锡周新老街 4 号项目、东莞鳊山后续项目、佛山中国气象局项目、深圳北站枢纽城市综合体 C2 地块物业开发项目、青岛桃花源三期(A3 地块)项目、大连波浪洗衣机厂项目、太原山西四建项目。此外,公司新增长沙望城项目、成都空港项目两个物流地产项目。

自 8 月份销售及购地情况简报披露以来,招商地产近期新增 6 个项目,包括东莞市黄江镇林场 G013 项目、

南京市鼓楼区线路器材厂项目、厦门东渡邮轮母港项目、杭州市牛田 R21-18 项目、南京市枣林村项目、江苏省太仓市浏河镇长江口旅游度假区项目。其中,南京市鼓楼区线路器材厂项目、厦门东渡邮轮母港项目成交总价较高,分别为 32.3 亿元和 43.7 亿元。

此外,根据首开股份披露,首开股份子公司福州中鼎投资有限公司以总价 33.4 亿元竞得福州宗地 2015-29 号地块。

根据中国指数研究院数据信息中心最新监测数据,2015 年 10 月 5 日至 11 日,监测的 40 个主要城市土地推出量环比增加 24%,成交量环比减少 34%,出让金环比减少 17%。其中,15 个城市无土地推出,21 个城市无土地成交。土地推出方面,一线城市供地量继续增加,除深圳外均有推地。一线城市共推出土地 19 宗,较前一周增加 10 宗,推出面积 74 万平方米,较前一周增加 24 万平方米,环比增加 47%。京沪共推出 5 宗住宅用地,合计 37 万平方米。其中,品牌房企拿地热度不减,万科、华润、越秀等均在重点城市出手。

### 回暖趋势有望延续

根据中国指数研究院监测,2015 年 9 月份全国 100 个城市(新建)

住宅平均价格为 10817 元/平方米,环比上涨 0.28%,涨幅较上月收窄 0.67 个百分点;同比上涨 1.36%,涨幅扩大 1.21 个百分点。从涨跌城市个数看,59 个城市环比上涨,41 个城市环比下跌,上涨城市数量较上个月增加 8 个。9 月份 50 个代表城市住宅成交 3107 万平方米,环比下降 1.5%,同比增长 25.2%。各线城市成交量同比均上涨,一线城市涨幅超六成。9 月份全国 300 城市住宅用地共成交 567 宗,规划建筑面积 5666 万平方米,土地出让金为 1744 亿元,较上月增长 58%。

在整体宏观环境压力仍存、投资不振的背景下,近期出台宽松的货币信贷政策,持续刺激需求入市,一系列投融资端口调整政策出台,鼓励企业加快开发节奏、调整投资结构,宽松的市场环境为楼市升温注入新动力。在政策刺激下,房地产市场量价出现明显反弹。

中国指数研究院分析指出,在降息降准、下调首套房首付比例、公积金异地贷款等一系列宽松政策的影响下,房地产企业将加快推盘节奏,预计楼市供需两端仍将保持高位。同时,不同城市间分化将持续,部分城市去化压力尚存,房价增长乏力,而一线及部分热点二线城市房价将延续稳定上涨趋势。

(据《中国证券报》)

营业务同比下降 26.7%的情况下,在金融领域却累计实现利润 19 亿元,同比增长 469%。走“房地产+互联网+家装”的爱空间,在获得超过 6000 万元的 A 轮融资后,已经成为 2015 年上半年北京市内接单量最大的家装公司。

一开始就定位“区域配套服务提供商”的远洋地产,专注做“房地产+教育和医疗”,

也取得了三线飘红的战绩,协议销售额按月上升 22%,协议销售楼面面积按月上升 7%,协议销售均价每平方米按月上升 13%。

房地产企业是从拿地、建房、卖房的“黄金时代”走来的,房子本身才是其擅长。特别是在中国电商逐步步入成熟期,而房产电商却还在培育的过程中,无论是“房地产+互联网”,还是“互联网+房地产”,其实际作用仍然只是实体交易的一种补充,要成为房企的利润增长点,没有几年的培育是很难的。既然房企最懂的是房子,立足于房地产做“+”,短期效果自然也就好很多。

新的背景下,一方面,必将是众多中小房企前景堪忧,房企生存必须得依靠规模和品牌;另一方面,人们的生活需求不断提高和变化,对很多人来说,房子已经不再只是“住”了,房地产必将从传统的 B2C 模式转变成 C2B,从让居者有其屋到居者“优”其屋、住得更好,房企也不得不房地产上做“+”。“+”,不一定通,但不“+”,就是等死。中国自有中国的国情,模式自然也就多种多样,无论“互联网+房地产”,还是“房地产+互联网”,互联网都将成为标配。然而,人们的生活链有多长,痛点有多少,就会有多少种“+”法,建筑、景观、绿化、教育、医疗、社交、养老、金融、社区服务……会“+”的房企才有未来,增量自然要去“+”,存量还要靠“+”去盘活、改造。(据《中国青年报》)

## “房地产+”或决定房企的未来

尽管各项政策利好刺激不断,但房地产行业的焦虑依然没有丝毫缓解,转型升级仍是热点。怎么转?怎么升级?

伴随“互联网+”这个概念的风行,众多的互联网企业纷纷涉足房地产业,而越来越多的房企也迅速开始了拥抱互联网的实践。

无论是互联网公司,还是房地产公司,企业基因决定了其思维模式。目前所谓的“+”,实际上还只是各取所需,还不可能对房地产行业带来颠覆性的革新。未来,只有互联网公司与房地产公司共同在“互联网+房地产”上深度合作与探索,才有可能有全新的产品创新或模式颠覆。因此,在目前的背景下,房地产企业把目光从“互联网+”拉回到“房地产+”,才是理性的回归。

对于房企来讲,这一轮的“互联网+”热

潮,除了顺应发展趋势之外,还有一个很重要的功能,就是行业整体焦虑之时渴望的新出路,寄希望于互联网为房地产“雪中送炭”。然而,“丰满理想”不敌“骨感现实”,这正是房地产企业重新回到“房地产+”上做文章的原因所在。

从“房地产+互联网”来看,短期内还难以成为房企的利润增长点。最具代表性的、从花样年集团(中国)有限公司分拆上市的彩生活服务集团,服务了分布在 147 个城市的 1700 个社区,已成为全球最大社区服务运营商,尽管股价表现还不错,但 2015 年的中期报告却是这样表述的:“基于社区 O2O 业务处于持续布局的阶段,短期内仍无法给予损益表以实际支援。”同样,9 月 18 日《信息时报》是这样报道其他一些案例的:业主对奥园地产集团的生活 O2O 平台“无感”;富力地产通过微信公众号主推的“全民经纪

人”创富平台,目前还没有统计数字;将“微信营销”和“全民营销”融合起来的碧桂园推出营销微信平台“凤凰通”,注册用户达到了 55.3 万人,但真正贡献的销售额只有 75.6 亿元,占集团上半年销售额的近 14%;网上卖房的方兴地产就更可怜了,仅头两天有成交记录……

主打择客式社交创业公寓的 YOU+社区、主打择客式孵化器的科技寺、主打共享办公平台的优客工场、主打短租模式的办公 O2O 平台的 SOHO 3Q、主打可定制可转换生活平台的 Elab、主打以参与式设计为灵魂全流程众筹的无忧我房等等,也都还没有进入收获季。

与此形成对比的是,“房地产+”其他内容的模式,似乎表现更好。走“房地产+互联网+金融”的绿地集团,联手蚂蚁金服及平安陆金所成立“绿地金服”,2015 年上半年在主