主管总编辑助理 齐琳 执行主编 董家声 美编 高蕾 责校 杨志强 E-mail: newhouse@sohu.net

特别策划：数读房企榜单

房企十强门槛提至2425亿 土储暴露野心

尽管房企层面的2019年业绩披露仍在进行中，但近期多家地产研究机构发布的房企销售排行榜数据显示，2019年房企十强格局已定。除了年终销售数据悉数出炉的房企四巨头——“碧万恒融”的排名争夺为业内所关注外，十强房企的位次之变也吸引着公众目光。据机构数据及北京商报记者梳理，在Top10房企门槛值提升超两成、突破2400亿元背后，2019年十强房企的位次排布也小有变动。

世茂重回Top10 门槛提至2425亿元

截至目前，已有包括克而瑞、中国指数研究院、亿翰智库、观点指数研究院等多家地产研究机构发布房企2019年销售排行榜。结合四家榜单数据来看，除了克而瑞在前十强排名上略有差异外，其余三家榜单数据存在更多共性，以中国指数研究院、亿翰智库、观点指数研究院三家榜单作为样本数据，具体来看，2019年入列房企Top10榜单者依次为：碧桂园、万科、中国恒大、融创中国、保利发展、绿地控股、中海地产、新城控股、世茂房地产、华润置地以及龙湖集团。其中，房企1-8名相较于2018年没有出现变化，2019年“买买买”不断的世茂房地产回归十强，跻身榜单第9名；华润置地及龙湖集团以2425亿元的销售金额并列排行榜第十名。

业绩报显示，世茂房地产2019年全年累计实现合约销售总额约为2600.7亿元，累计合约销售总面积为1465.62万平方米，同比分别上升48%及37%。

在财经评论员严跃进看来，世茂房地产之所以能入围房企2019年销售排行榜单前十，有很大一部分原因在于其于2019年内收并购动作颇多。同策研究院首席分析师张宏伟也指出，世茂房地产通过二级市场收购的一些优质土地和项目性价比更高，这对于2019年全年的业绩提升形成了一定助力。

十强房企的位次“微变”之外，是2019年房企各阵营门槛值的继续提升。其中，尤以Top10房企门槛值提升幅度最大，较2018年提升超两成，已经突破2400亿元。

据中国指数研究院数据，2019年，Top3房企门槛值突破6000亿元提升至6262亿元，Top10房企门槛值为2425亿元，较上年提升20.9%，Top30房企、Top50房企、Top100房企门槛值分别为1181亿元、752亿元、295亿元，分别较上年提升17.2%、25.3%、7.2%。

半数超20% 进入增量向提质转化阶段

北京商报记者梳理发现，在Top10房企中，共有世茂房地产、新城控股、中海地产、龙湖集团、融创中国5家房企销售额同比增幅超过20%，其中，以2019年重回十强阵营的世茂房地产的业绩增速提升幅度最大，达48.07%。而在房企四巨头中，则以融创中国业绩增速提升幅度最大：其于2019年全年累计实现合同销售金额约5562.1亿元，同比增长21%。

值得一提的是，若以百强房企各梯队（Top1-10、Top11-20、Top21-30、Top31-50、Top51-70、Top71-100）业绩增速作类比，Top10房企的整体业绩增速（18.71%）仅略高于Top71-100梯队房企（12.78%）。

就Top10房企销售增速的放缓，以及该梯队房企于百强各梯队房企间的增速排位，张宏伟向北京商报记者分析称，从房地产企业正常发展轨迹来讲，一般而言，业绩规模基数越小的房企，能够实现的业绩增长空间及增速提升幅度较大；排名位次靠前的标杆房企，业绩增速放缓是行业的必然趋势。而从企业战略及市场结构来讲，2019年大型房企的发展重点大多由“增量”转向“提质”，龙头房企虽然业绩降速，但是绝对量依然居高。

8家位列拿地十强 收并购受青睐

没有面粉，何来面包？Top10半数房企于2019年实现超过20%的业绩增速，背后少不了土地储备的支持。而结合第三方统计机构拿地榜单数据来看，Top10房企对未来的扩张野心犹在。

结合中国指数研究院此前发布的房企2019年拿地排行榜，北京商报记者梳理发现，2019年1-12月，全国房地产企业拿地金额排行榜中的前8名，均处房企销售排行榜Top10之列，依次为万科（1610亿元）、碧桂园（1303亿元）、保利发展（1166亿元）、中海地产（1034亿元）、融创中国（1000亿元）、华润置地（813亿元）、绿地控股（804亿元）、龙湖集团（759亿元），上述8家房企于2019年内拿地金额达8489亿元。其中，万科、碧桂园、保利三家的拿地金额更是连续三年位列榜单前三名。

而在2019年土地市场稳中向好、土地价格略有上升的现实情况下，除了通过传统的招拍挂形式储备“粮食”外，“加大收并购力度”成了房企2019年获取优质项目、降低企业拿地成本的一大“出路”。兼具品牌效应和规模优势的十强房企，在二级市场的土地及项目收购中身影频现。

具体来看，上半年，世茂收购泰禾、万通、明发等多家企业多个项目，获取杭州、广州在内的多个热点城市的优质资源；融创先后以67亿元收购新湖中宝项目、以153亿元收购云南城投51%股份，在收并购市场表现格外亮眼。此外，保利、绿地、中海、碧桂园等企业均在收并购市场发力，积极获取优质土地资源。

此外，当前房地产行业整体规模增速较前两年显著放缓，房企市场份额的“马太效应”仍在加剧。据克而瑞统计，截至2019年末，Top3、Top10、Top30、Top50、Top100房企的权益销售金额集中度已分别达到近9.5%、21.4%、35.7%、43.5%以及53%，在市场去化承压的背景下，未来业绩规模的增长不能简单依赖于供货量的加大，企业战略布局、组织管控、品牌建设等综合实力的提升将是房企未来工作的重中之重。

北京商报记者 董亮 荣蕾

发布MAX用户战略、携手清华大学研发“理想居住模型”升级版

58同城、安居客三大维度升级用户找房服务体验

为提升用户服务体验，58同城、安居客最新服务战略——MAX用户战略亮相行业。在2020年1月8日举办的安居客新房媒体发布会上，58同城、安居客对外发布“MAX用户战略”，宣布今后将在“极客观、极全面、极精准”升级版房产服务体系下，为用户提供高效、精准、客观的找房信息服务，在真正开放的服务平台上和行业上下游机构共建运营规则，进一步打通平台用户间的高效连接，推动行业精细化发展。此外，安居客方面还于发布会现场宣布了与清华大学恒隆房地产研究中心的战略合作，双方将共同研发“理想居住模型”升级版。

升级用户服务体验 安居客推MAX用户战略

注重用户服务体验，向来是58同城、安居客做平台的宗旨所在。而伴随着“互联网+”正式上升为国家战略，以及5G技术触发的产业变革来袭，58同城、安居客在房地产行业新一轮智能化发展机遇中，愈发重视起地产行业智能化之于互联网房产信息发布整合平台的交互效率提升，及大数据、人工智能、VR/AR等技术助力更多应用场景在平台的落地。

据了解，此前依托丰富数据和领先技术，58同城、安居客在立足房产开放生态的基础上，围绕用户需求曾打造了“全信息、全连接、全服务”的“三全”服务战略。而基于上述行业背景转变，在1月8日举办的安居客新房媒体发布会上，安居客方面对外宣布，其此前遵循的“三全”服务战略当前已正式升级至MAX用户战略。

据58同城副总裁赵彤阳介绍，此次升级而来的58同城、安居客MAX用户战略，以“极全面、极客观、极精准”为核心特征。具体来看，“极全面”旨在为房产行业打造开放共享的信息矩阵的同时，丰富信息应用场景，通过智能搜索，帮助用户实现更精细化的应用服务；“极客观”则是拉动KOL等外部意见领袖贡献专业内容；“极精准”基于开放的平台定位，推动线上线下共建系统、服务和标准，实现互利共生的商家和用户共赢局面。

发挥“互联网+”优势 MAX用户战略利好平台互联

基于丰富的数据资源、领先的互联网技术等“互联网+”优势，58同城、安居客自成立以来，始终在构建居民品质生活上持续发力。而此次升级企业服务战略为MAX用户战略后，其作为房产信息服务平台的互联属性也得以更进一步加强。

据了解，在“极全面”策略下，58同城、安居客在打造房产信息矩阵，建设房源全息字典、房产内容建设等战略的同时，通过对全场景的智能分析应用，提高用户和平台间的匹配效率，加速用户全面连接。

与此同时，58同城、安居客上线了“智能搜索”功能，不仅可以实现楼盘搜索，还能满足用户的楼盘资讯需求，唤醒多场景应用，激活底层数据库，高效匹配用户需求。目前，房源全息字典已经覆盖全国640个城市、8万个新房楼盘、20万+房产资讯、50万+行业解读、1000万量级互动问答，作为房源基础信息库，免费提供给全行业商家共享使用。

“极客观”方面，58同城、安居客持续打造房产全维度内容矩阵，拉动KOL、置业顾问、经纪人、律师、代理商等外部意见领袖和服务机构贡献专业内容。在保证信息客观中立的同时，通过用户1v1定制服务等，为用户精准指引专业建议，在平台上安全高效地互联互通。

在“极精准”策略下，58同城、安居客持续优化临感VR看房、大数据等智能产品升级，通过“线上精准互动”和“线下精准直联”，进一步提升平台商家和用户之间的精准链接。赵彤阳介绍，安居客已经率先实现通过智慧仿真的临感技术虚拟创建出VR售楼处，结合线下的专业看房、KOL导房、会员VIP服务等，解决用户全套找房路径上会遇到的问题。

“2020年，58同城、安居客会进一步推动连接的多元化、连接的效率化的全面升级。秉持“开放共建、互利共生”原则，围绕系统共建、内容共建、服务共建三大板块，为房产行业打造更全面、更客观、更高效的深度服务体系，为找房用户提供极致的找房全量服务。”赵彤阳强调。

构建理想居住生态 安居客携机构研发 “理想居住模型”升级版

在发布MAX用户战略之外，研发“理想居住模型”升级版也是此次安居客新房发布会的一大重点。根据介绍，在安居客与清华大学恒隆房地产研究中心的战略合作中，双方将共同研发“理想居住模型”升级版。

所谓“理想居住模型”升级版，指的是58同城、安居客和清华大学恒隆房地产研究中心合作研发“58安居指数”，对58同城、安居客现有的“理想居住模型2.0”体系进行改进。

据了解，“理想居住模型”升级版更加关注“城市尺度、年度频率”和“自住住房和租住住房”两个维度，一方面能够更科学、准确反映城市居民居住生活质量的整体水平及其年度变化情况，另一方面将对购房人群、租房人群品质生活的实现提供科学指导。

据清华大学房地产研究所所长刘洪玉介绍，合作的第一阶段工作，清华研究团队将围绕“58安居指数”体系中的“理想居住生活指数”和“住房市场领先指数”两项核心模块，依托58同城、安居客等服务平台积累的多维度海量数据资源，系统研制指数编制方案，包括每项模块中的指标构成、各指标计算方法、结果解读或评价方式等，并针对部分典型城市开展试点计算。

促成双方达成战略合作的原因，有安居客方面强大的平台吸引，也有清华大学恒隆房地产研究中心作为专业性行业研究机构的作用。在发布会现场，刘洪玉更是用“具有学术价值”这一理由，概括其与58同城、安居客展开战略合作的初衷。

来自安居客方面的最新数据显示，58同城、安居客日均服务3000万找房用户，连接9万开发商项目公司、10万房产经纪公司、20万置业顾问及超100万经纪人，通过一二手联动积累了海量行业数据。同时，58同城还基于招聘、汽车、本地服务、下沉服务等领域的生活服务产品矩阵，丰富数据维度。

“未来58安居客房产研究院将基于和清华研究团队共同研发的58安居指数，构建一系列专项研究数据及报告等，定期公开向行业、全社会发布。”赵彤阳称，希望借此形式和行业的上下游机构一起进行更深入的探讨，共同构建理想居住生态。