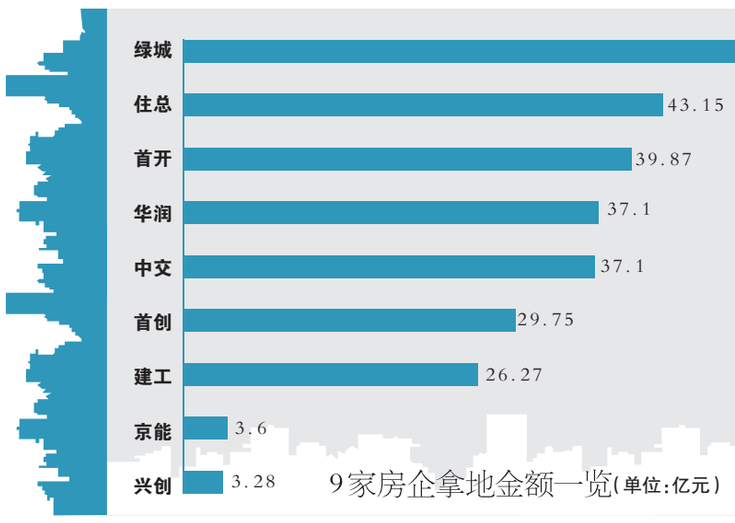
编辑 常蕾 美编 张彬 实习校对 李爽 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

# 降息5个点 LPR下调前夜9房企北京拿地




9家房企拿地金额一览(单位:亿元)

**不同新房销售市场的全面遇阻、无奈线上,2月以来,疫情下的北京土地市场迎来一场厮杀。据北京商报记者统计,截至2月19日,鼠年后的北京共经历了3轮土拍,合计出让9宗地块,总建设用地面积约64.12万平方米,总成交额363.89亿元,平均溢价率26.8%,最高溢价率49.78%,最高竞拍74轮,27家房企参与,其中9家房企最终有所收获。房企们为何在销售端停滞的情况下,依然大举在京拿地补仓,2月20日早间,央行公布了最新一期LPR(贷款市场报价利率),1年期利率下降10个基点,5年期利率下降5个基点,房贷利率下降。**

**在房贷利率下降前夜,谁在疫情下的北京土拍中大举补仓?超过300亿元的供地又将对北京市场产生怎样的影响?**

## 国企补仓

2月20日早,央行公布的LPR最新报价为:1年期LPR为4.05%,5年期以上LPR为4.75%。此前,2020年1月20日公布的1年期LPR为4.15%,5年期以上为4.80%。

此次调整后,北京首套房贷的利率下限为5.3%;二套房贷是5.8%。本轮调整前,北京首套个人住房商贷的利率下限为5.35%;二套房贷是5.85%。

中原地产首席分析师张大伟直言,LPR降低的主要目的是未来引导实体经济利率降低,降低资金成本,并不是为了刺激楼市,所以在LPR政策出台之初就针对楼市制定了专门的政策,要求首套不得低于LPR,二套房也不得低于LPR+60个基点。“但因为一般五年以上贷款大部分是房贷,所以本次降息出现5年期降低,对于房贷影响巨大。”

在本轮LPR调整前,多家房企已经开启三轮在京抢地,其中包括:首创、首开、旭辉、华润、中交、平安、金茂、世茂、路劲、京能、住总、兴创、绿城、中海、实创、保利、金地、北科建、建工、越秀、石榴、华发、卓越、龙湖、雅居乐、招商、五矿,共27家。

最终首创、华润、中交、京能、首开、住总、绿城、建工、兴创9家房企有所斩获,其中4宗为联合拿地、5宗为独立房企拿地。具体金额投入方面(联合体平均计):绿城144.08亿元(占比39.6%)、住总43.15亿元(占比11.86%)、首开39.87亿元(占比10.96%)、华润37.1亿元(占比10.2%)、中交37.1亿元(占比10.2%)、首创29.75亿元(占比8.18%)、建工26.27亿元(占比7.22%)、京能3.6亿元(占比1%)、兴创3.28亿元(占比0.9%)。

在9家成功拿地的企业中,华润、中交2家为央企;首开、住总、建工、京能4家为北京市属国有企业;于2000年组建的兴创则背靠大兴区政府,属区属国有企业;绿城则背靠大股东中交,经过多轮调整,已经具备央企基因。

“这种情况(国企、央企拿地为主)不仅是在北京,全国近期拿地的都是以国企、央企为主,这与企业的资金情况不无关系。”张大伟指出。

除上述9家成功拿地企业外,也有18家“陪跑”企业目前暂无所获,但也显示出这18家公司在京补仓的计划。

## 好地不愁嫁

除了一众买家的倾巢出动,“好地块永远有人要”的定律再次应验。

北京商报记者统计显示,本次三轮出让的9宗地块仅有2宗地块以底价成交,石景山西黄村地块受制于商办限制,而大兴区采育镇地块则更多是因为周边交通不便利以及打造高密度社区的建设成本。2家摘的企业首创与住总都分别在拿地区域内有所深耕——首创在石景山有禧悦学府,而住总在大兴采育有住总如院,加深区域深耕程度,不但可以增强品牌的影响力,也能进一步节约其他方面的支出成本。

相比之下,其他7宗地块平均溢价率26.8%,最高溢价率49.78%,最高竞拍74轮,即使2宗限竞房地块,溢价率也在30%左右。

三轮土拍中最具看点的是,在通州台湖镇的出让中,“竞自持”再次现身。因调控不断加码,北京土地市场上次“竞自持”还是在2018年11月,住总以17.7亿元+自持2%摘得大兴区采育0128A限价宅地。

行业分析,“竞自持”一则是因为出让的通州台湖镇体量小、起始价低、不限价等因素,资金充裕的房企“不差钱”,钱紧的房企也有一搏的机会;二则是因为通州是目前被房企们所看好的市场,区域内多为高品质住房产品,且新房供应以限竞房为主,不限价的入市可以说没有竞争压力。

## 年末集中入市

过去三年,限竞房可以说是北京的绝对主力,所有包含居住的土地一共212宗地块供应(包括部分流标),限竞房供应了113宗,合计住宅部分面积是1008万平方米。共有产权52宗地块,不限价的商品房地块仅有21宗。

然而2020年开年,北京的供地节奏明显出现“转向”。加上1月3日石景山的2宗不限价地块,1月20日海淀的2宗不限价地块,仅不到两个月时间,北京不限价地块供应已多达11宗,而限竞房地块供应仅有2宗。

张大伟表示,2019年北京合计出让62宗住宅地块,其中只有8宗地块溢价率超过30%,19宗超过20%。整体看,春节后北京出让的9宗住宅地块,除了石景山和大兴采育地块外,溢价率均超过疫情之前平均水平。

受限竞房供应井喷、同质化严重等因素影响,北京楼市此前去化艰难,但就目前供地节奏来看,北京不限价商品房时代即将再次开启。虽然还处于疫情防控期,但丝毫不影响房企们的拿地热情,拿一块少一块的北京市场,不限价的“诱惑”难以克制。

鑫房链高级副总裁侯宇光表示,11宗不限价地块总规划建筑面积为104.07万平方米,扣除商业、教育配套等规划外,预计大约能供应近万套房源。2019年商品住宅批准上市供应8万多套,这11宗地的供应占整个市场的1/8。目前受疫情影响,房企均不能开工复工建设,若后期房企开工顺利及加快节奏,这11块地预计在四季度后会形成供应。

**北京商报记者 董亮 王寅浩**

战疫 绸缪稳增长

# 一位二手车商的庚子春天

原本打算正月初八开门迎客的孙宝利,被突如其来的疫情打乱了节奏。他与合伙人共同经营着二手车店,疫情令复工时间一再推迟,资金、车辆滞压等问题也随之而来。实际上,孙宝利的现状只是二手车市场众多车商的缩影。据统计,截至2月17日,二手车经销商复工率仅为11.14%。

在孙宝利看来,今年是一个坎儿,虽然亏损难免,但也是转变方式尝试线上卖车的机会。“我觉得我的心态挺好。”孙宝利,正在等着他的庚子春天。

### 复工“待定” 小本生意好过冬

年前,孙宝利正常卖车、给客户过户,并囤了些二手车准备在年后出手,但疫情的到来,打乱了他的计划。

“二手车商都有压力,但着急也没用,只能走一步看一步。”在谈及疫情造成的影响时,孙宝利有些无奈,从业10多年的他也是第一次遇到这种情况。按照往年惯例,正月初八孙宝利所在的旧车市场正式开市。“我们从初七接到不能开业的通知,目前开业时间已延至2月23日,但还在等通知。”他知道,防控疫情阻断传播为当务之急,但一再推迟的开工时间,也让他意识到,今年上半年恐怕赚不到钱了。

实际上,受新冠肺炎疫情影响,全国多地二手车市场均延期开工。据统计,截至2月17日18时,二手车经销商复工率不到两成。“我估计3月初才能复工,但真正能实现交易可能要到5月。”孙宝利说,即便开工,人员返京后需要隔离,加上疫情期间很少有消费者会来市场看车,很难实现成交量。

没有交易量,复工意味着成本的增加,但孙宝利认为还能承受。他的二手车展厅规模不大,10多位员工,一年房租约7万元。“市场内有很多这种规模的二手车商,虽然不开工没收入,开工面临水电等诸多成本支出,但好在规模不大‘船小好调头’。”他说。

不过,孙宝利坦言,传统二手车商也有库存金额达千万元以上级的,这些大型商家通常在市场外围有独立展厅,一些展厅年租金达上百万元,商家承担着更多压力。

“相比大型二手车商和传统4S店,我们的经营压力已经小很多。”孙宝利说。

### 存货急售 保守降价10%

虽然一直保持乐观心态,嘴上说不急,但年前囤货的孙宝利也暗自担忧。对他来说,不开张就意味着囤车资金难以回笼。

去年,按照二手车市交易规律,每年3-4月为交易旺季,去年3月孙宝利的二手车展厅成交量达28辆。为备战今年旺季,去年底他一口气收了20辆中档车型,这也是他近三年来年底收车数量最多的一次。

“我现在要想办法如何将风险降到最低。”最终,孙宝利选择降价。疫情影响下,消费寻求降低,出行受到一定影响,他预计短时间内市场很难恢复交易,因此打算将手中积压的车辆平价或折价出售。“上半年,二手车交易价可能要降10%左右。”他表示,8月前一定要将手中的车全部卖出去。

孙宝利坦言,复工后二手车商第一件事就是消化库存,所以要抢时间。同时,受物流和库存影响,外地车商很难来京采购,因此本地个人交易成为消化库存的希望。

孙宝利算了笔账,手中的20辆车大约将亏10万元左右。但由于是全款进车,没有大型二手车商的贷款压力。“如果8月前能将手中的车全部售出,还能赶上9月的交易旺季,让全年利润恢复正常。”孙宝利解释称,二手车价格随市场波动,不能存在手里,需尽快出手,售车过程中看到车况好的车还会继续收,让资金运转起来是二手车商盈利的前提。

“二手车商以小经济体为主,相比其他行业影响稍小,不过同样也遇到前所未有的困难。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊表示,体量大的二手车商可能会面临资金链压力,车商很难从银行拿到钱,往往通过金融公司、民营借贷,成本较高。

### 转战线上 朋友圈卖车从“0”开始

为“送”走手中的20辆车,今年春节在家窝着的孙宝利并不清闲,“客户不上门就去找客户”,“以前主做线下,但目前也在朋友圈卖车,线下不行就看看线上”。在他看来,虽然十几天只有个别人来咨询,成交量还是“0”,但与客户沟通,也是收集资源的一种方式。

目前,在二手车市场停摆期间,不少车商正通过网上资源寻找客户,汽车之家、优信等平台上出现不少二手车商的身影。

实际上,国内二手车市场增速也逐年放缓。数据显示,2019年全国二手车累计交易为1492.28万辆,同比增长7.96%;而2016-2018年二手车交易量增速分别为11.46%、19.33%、10.33%。如何在多种因素叠加下找到继续增长的方向,成为二手车商亟待解决的问题。

对于这个问题,孙宝利认为,二手车价格波动与新车价格相关,只要把握好新车降价规律加上自身经验,就能在二手车市场站住脚,把握好新车降价时间差就能盈利。

与此同时,发展线上也为行业带来新机遇。“疫情过后挤压的需求量会得到释放。”罗磊表示,新车和二手车都将迎来小高峰,短期内二手车价格也将具有一定回升空间。此外,罗磊认为,越来越多二手车商尝试转变售车思维,尝试线上销售模式,销售方式更加多元化,也是促进市场转型的契机。

“今年才刚刚开始,即便眼下亏损,等市场回暖还有盈利的希望。”乐观的孙宝利等着开业,也等着朋友圈的交易量由“0”变“1”。

**北京商报记者 钱瑜 刘晓梦**

扫码观看现场视频

# 微盟发力线下商户SaaS业务

2月19日、20日,SaaS(软件即服务)企业微盟接连发布两则消息:投资1.14亿元控股线下餐饮SaaS企业“雅座”;将导购功能嵌入企业微信。在特殊时期,微盟等SaaS企业提升响应速度,在帮助商户“转网自救”和业务增量爆发上,打开了双赢局面。不过,待一切回归常态,能否留住这些增量生意更为重要。

“SaaS,帮助不擅长互联网的商户,把商品、导购、营销等活动搬到互联网上。所谓的互联网,可以是小程序,也可以是公众号。微盟就是这样一家提供SaaS数字化解决方案的公司。”微盟智慧商业事业群零售运营副总监钱华解释。

2月19日晚间的公告是资本层面操作。微盟宣布,将以1.14亿元认购雅座63.83%股权。此前,微盟的餐饮解决方案主要针对线上,这是首次控股主攻线下的餐饮SaaS企业。

交易完成后,雅座将成为微盟附属公司。微盟计划推出集会员、收银、外卖、点餐、预订、供应链管理于一体的一站式智慧餐饮解决方案。

而在业务上,2月20日,在主攻公众号、小程序的基础上,微盟又将智慧零售的导购功能嵌入到企业微信中,支持零售企业使用包括导购商品、推广素材等。

不过,并不是所有面向线下场景的SaaS企业都有抱团的好运气。

在另一家针对线下场景的餐饮SaaS企业负责业务体系中金融部分服务的鲍磊(化名)向北京商报记者透露,“情况比较艰难,线下商户开不了门,我们就收不到扫码支付的佣金,收银工具也卖不出去。公司也在想办法,给商户一些优惠,或者给他们提供无息或低息的贷款,他们活下来我们才有生意做”。

在鲍磊看来,SaaS企业不管是针对线上还是线下,都是to B模式,是传统性生意,稳定但难有爆发性发展,还要有抵抗黑天鹅事件的能力。比如微盟,把导购接入企业微信,投资线下SaaS企业,一个是针对疫情的业务举措,一个是针对长期的战略布局,都是在增强抗风险能力。

这种业务和资本布局的终极目的,是为了拉拢更多的线下商户。针对这次疫情,所有操作最重要的一点就是“快”。

为了不受疫情影响,大批线下商户需要迅速调整,尤其是一些之前没有“触网”的企业,早决策早布局就意味着少损失。

钱华负责零售类企业运营对接,他向北京商报记者透露,“之前微盟和商户从签约到上线解决方案,需要一个月时间,现在基本10天左右,最短的,我们做到了7天”。

几乎所有流程都在加速:商户“上云”的时间从3-4个月缩短到10天,支付商户号绑定公众号和小程序从14天变成最快3天。

提速之下,新客户不断涌向微盟。微盟相关负责人没有透露具体数据,但表示,“疫情期间,微盟进客速度比原来提升了7-8倍”。

相比之下,老客户更快出成绩。以梦洁家纺为例,2019年7月,梦洁家纺通过微盟上线了“一屋好货”小程序云仓模式。在此模式下,梦洁总部可以对加盟店在商品、O2O营销等方面提供支持,与核心代理商共享SKU库等,加盟商也可以自主选品和定价。

疫情期间,梦洁家纺新增了近800个云仓,让门店可售卖总仓商品。根据官方数据,梦洁“一屋好货”小程序商城日均访客环比提升超过300%,商城日均GMV(成交总额)过百万元,7日内新增用户超过20万。

商户的巨大需求,似乎微盟还无暇关注增量如何变存量,相关负责人对此也未予回应,但这是不能忽略的问题。

**北京商报记者 魏蔚**

扫码观看现场视频