

# 调控高压 开发商年度业绩难言乐观

近日频出的各地“最严”新政无疑将给年初大幅调高年度目标的房企业绩带来不确定因素。但据刚出炉的2017年一季度开发商业绩排名来看,规模房企继续扩张,门槛提升明显。其中, TOP 30房企门槛增速加剧,由2016年一季度的73.8亿元跨越至135.3亿元,同比大幅提升83%。业内人士分析,调控背景下,布局区域狭窄、产品单一的中小房企生存会愈加艰难,规模房企和品牌房企抵御市场风险的能力虽然更强,但总体而言开发商年初调高的目标已难言乐观。



## 规模房企优势明显

据克而瑞研究中心发布的《2017年一季度中国房地产企业销售TOP 100》排行榜显示,2017年一季度规模房企继续扩张,门槛提升明显。TOP 50-TOP 100之间的房企维持去年水平,从门槛金额来看, TOP 30门槛增速加剧,由2016年一季度的73.8亿元跨越至135.3亿元,同比大幅提升83%,而TOP 50-TOP 100的门槛维持去年水平。

从面积门槛来看,前50强房企面积入榜门槛也有所提升,从2016年一季度的40万平方米提高至48.7万平方米,同比上升21.8%。升幅最大的是排名前十的房企门槛,由2016年一季度的123万平方米升至232万平方米,同比上升88.4%。

对此,相关人士分析,2017年一季度多个城市密集出台新一轮紧缩调控政策,调控政策热点城市由一二线城市转变为环一线周边三四线城市。但从数据来看,一季度规模房企和品牌房企的优势越加凸显,房企规模门槛和行业集中度升高的趋势已经非常明显。但不可否认,各地楼市调控风暴在3月才开始掀起,这对房企前3个月销售业绩的影响非常有限。目前来看,通过一季度业绩预测房企全年的销售走势还为时尚早。

但就一季度而言,行业集中度则有显著提高。其中,3家龙头房企的销售规模均已超过千亿元,优势愈发明显。同时,龙湖、金地、鲁能等有实力冲击前十的房企2017年一季度的表现也非常亮眼。在当前

政策环境下,规模房企和品牌房企的优势越加凸显,布局区域狭窄、产品单一的中小房企生存会愈加艰难。而布局均衡的大型龙头企业则在抵御市场风险方面有显著优势。

## 榜首频繁更迭

作为行业永恒话题,榜首之争已然如火如荼。

从榜首来看,2017年一季度,龙头房企万科、碧桂园、恒大的业绩都已超千亿元,房企的销售业绩总和较去年一季度同比增长了120.2%。其中,万科3月销售金额达630亿元,一季度实现销售总额1496亿元,反超碧桂园重新占据榜首位置。

业内人士分析,万科项目布局比较均衡,住宅产品也定位主流客户的自住需求,因此受个别城市限购的影响较小。万科对上海区域和广深区域的战略布局,杭州、上海、宁波、深圳、东莞、佛山等热点城市的销售额也占到了一季度销售业绩较大的比重。另外,本月万科北京区域销售火爆,单月超100亿元。但有机构透露,万科业绩大涨的背后也伴随着国内公司负债率的上升。据相关人士透露,万科负债率当前首次达到80%的历史高点。

曾在前两个月排名首位的碧桂园,2017年一季度实现销售额1452亿元,完成了全年4000亿元业绩目标的36%。碧桂园一季度业绩依旧得益于三四线城市的销售火爆。另外,值得注意的是,截至2016年12月,碧桂园在国内总土地储备1.66亿平

方米,已签约或已摘牌项目722个,同比大幅增加90.5%。据了解,2017年预计可售总货值6163亿元。

三强之一的恒大则以1097亿元的销售总额实现全年4500亿元销售目标的24.4%,虽然业绩略低于碧桂园和万科,但随着二季度新推盘项目的大幅增加,恒大未来的销售业绩会有一个爆发式的增长。

## 业绩压力陡增

实际上,政策调控的“阴云”持续贯穿2017年将是大概率事件,房企无论如何都难言乐观。

3月,全国地方调控频率之高在以往而言均实属罕见。据不完全统计,有41个省市出台了67次调控,其中涉及到限购、限贷的重要核心型调控就有33次。随着调控砝码不断增多和加重,调控的成效也不断从量变向质变转化。

分析显示,3月,国内一线城市共有8次调控收紧,北京调控力度空前,“史上最严”的“认房又认贷”等核心措施,导致限贷升级、资格认定等购买条件大幅升级;广州同样执行“认房又认贷”,非户籍购房的社保门槛提高至五年。

“一线城市限购由来已久,企业内部也多少有些预案。”一位业内人士表示,本轮限购范围之广对房企年内业绩完成带来的负面影响可能更大。统计显示,除了一线城市外,3月至少有16个二线城市也出台了相关调控政策。甚至还包括青岛、长沙、石家庄等以往未限购城市。

特别值得注意的是,本轮调控中,三四线城市调控看点十足。3月,三四线城市总共有23次调控升级。上述人士进一步分析,众多房企在一线城市周边的三四线城市部署重兵。包括北京周边廊坊、涿州、沧州、涿水、崇礼等地的限购;上海周边的嘉兴、嘉善限购限贷升级;深圳广州附近的佛山、东莞限购升级以及中山限购重启。众多规避一线城市地价高企、渴望承接一线城市溢出需求的开发商们心疼是一定的,它们企图围猎一线城市周边中小城市的战略正受到空前的冲击。

事实上,与年初普遍调高年度销售目标相比,当前多数开发商已经难以展露乐观情绪。不久前融创中国董事长孙宏斌就公开表示,对房地产市场非常悲观,融创去年10月后没有再拿地。

易居中国CEO丁祖昱认为,目前政策都是奔着需求端去,市场之前主要是供应太少,但如今的政策是要让“买不到”变成“买不了”,一是“没有资格买”、二是“没有能力买”、三是“没有机会炒”。因此,千万不要认为一季度“政策向左,市场向右”的局面会持续下去,政策叠加效应到一定阶段之后,量变必然会产生质变,也许市场剧变就在一夜之间。

业内人士预计,紧缩的调控政策将贯穿全年,很可能还会有更多二线城市和环一二线核心城市的三四线城市将升级限购。开发商应适时加大供应,把握推盘节奏,加快去化速度,应对变局做好充分准备。

北京商报记者 董家声

## 2017年万链业绩计划翻倍

北京商报讯(记者 董家声)作为万科转型计划的重要尝试,成立不到两年的万链装修发布了企业战略。3月29日,万链董事长刘肖表示,2017年,万链计划在北京市场服务1.5万单,实现约15亿元的营业额——相当于6%-8%的市占率,去年这一数据为5亿元,相当于比去年增长两倍。

当日,万链发布成立以来的第三代产品INNO home(万链盒子)。据悉万链盒子是一款集“房屋性能改造”、“家庭套餐装修”、“功能模块加载”为一体的完整“家装神器”。万链盒子为用户提供更自由的选择,根据需要加载模块化的装修。万链盒子中包含的产品都可以单独提供给客户,此次产品的定价为1199元/平方米。

刘肖表示,万链有信心成为装修行

业的独角兽企业。2015年8月,万链装修由万科和链家共同成立,主要面向C端的装修业务。成立后,万链的规模迅速扩大。截至去年底,万链实现月度新增1000单的业务规模,总营业额约为5亿元。万科和链家的品牌影响力被认为是万链的重要支撑,此外,万链还有约一半的渠道来自链家。

对于北京楼市调控不断加码,房地产市场成交量下滑明显是否会对装修行业造成影响,刘肖认为,从目前的营形势来看,今年实现15亿元的营业额“没有问题”。过去一两年来,越来越多的企业进入装修行业,并建立线上、线下等多重渠道。相对于过去10年、20年的房地产市场,装修行业没有很好地发展起来。目前对于万链而言,是非常好的时期。

## 保利东坝新盘和光尘樾亮相

北京商报讯(记者 董家声)3月31日,在一场以“光之破晓”为主题的发布会上,保利地产位于北京东坝的新项目正式发布案名“和光尘樾”。该项目也是保利地产高端产品系列“和光系”的首发之作。

据悉该项目邀请了著名建筑设计师邱德光担纲室内设计。在设计理念上,项目采用现代建筑风格,注重建筑、自然、光影与人的深层交流。

保利地产北京营销管理部经理袁野介绍,2017年,保利地产将推出“和光系”和“和锦系”两大产品系列,其中,“和光系”定位为高端大师级作品,代言先进理念的前沿建筑;“和锦系”则为城市先锋建筑,定位于国际化精英住区。据了解,“和光尘樾”在项目设计上进行了大胆的突破,非常注重外部光线的引入。建筑用材上采用大面积玻璃幕墙,保证产品拥

有270度采光面。尤其值得一提的是,在别墅的五层空间中,项目设置了一个21平方米见方、高17米的采光中庭,将阳光引入地下二层,让每一个房间室内室外双通透,让合院的每一层都可以享受不同的景致。产品还采用南北全通透双庭院设计,9.5平方米北向超大落地窗,让室内增加10%的采光。“建筑的意义在于让你发现更好的自己,冷冰冰的建筑在外该有的城市温度是‘光之森林’中穿行的自然生命的灵性,是‘光之凝视’中不断涌现的本我思考,更是‘和光尘樾’逐本溯源的生活心怀,这是北京保利的思考逻辑。”

资料显示,“和光尘樾”项目用地为首开、保利、龙湖联合体在2015年9月8日竞得,总价42.5亿元,商品住宅部分楼面价5万元/平方米。