

千亿房企增至14家

规模淘汰赛愈演愈烈

尽管房地产调控不断深入,但不少房企依旧实现逆势增长。在龙头企业的带领下,地产企业的规模在不断创造新高。根据第三方机构统计,今年前11个月已有14家房企实现千亿销售额,比去年整年增加两家。对于大型房企而言,规模是保证持续竞争力不可或缺的条件之一,于是,挤入“千亿俱乐部”就成为不少房企追求的目标。但是不可忽略的是,“高负债、高杠杆”也伴随着部分中小型房企的规模成长。如何在规模淘汰赛中既能保住地位,又能保证“健康”,成为中小房企需要考虑的问题。

千亿房企有望达17家

距离2017年结束还有十多天,但房企们的全年成绩十分理想。据统计,11月千亿房企阵营已经达到14家,碧桂园成为首个销售规模破5000亿元的房企,全年销售有望接近6000亿元,恒大、万科距5000亿元门槛仅一步之遥。

融创中国的表现也较为突出。继10月销售金额突破400亿元后,11月单月销售金额高达494.3亿元,在提前完成今年3000亿元销售额目标的同时,也成为十强中排名上升最快的一家房企。

值得注意的是,龙湖在今年7月首进千亿阵容,中海、金地、华夏幸福、华润置地已在9月保证了今年“千亿俱乐部”席位,其中绿城中国以1070亿元的销售额成为第12名千亿俱乐部成员。

据《2017年1-11月中国房地产企业销售TOP-100》榜单显示,世茂地产、鲁能、富力、中南、阳光城、泰禾年底规模力争达到900亿-1000多亿元,也在全力冲刺“千亿”目标。有关机构预估,今年迈入千亿关口的房企将突破17家。

规模化竞争下的隐忧

中原地产首席分析师张大伟表示,过去两年楼市火爆,让2017年房企迎来历史上销售业绩与利润上涨最迅速的一年。虽然楼市面临严控,但市场影响在三季度末才出现,因此影响较小。另外,再叠加2016年末的结转,大部分企业收获了2017年的半年盛宴。同时,因房企的集中度正越来越高,在龙头房

企快速增长的同时,千亿级房企也在加速拉开与追赶者的差距。房企们有了一个共识:房企只有拼尽全力保持一定的规模增长,才能获取足够的发展空间,保证在行业中的一席之地。

不过,房企大规模扩张的同时,其负债也再度扩大。据相关机构统计显示,上半年,117家A股上市房企平均净负债率达到207.44%,较2016年行业净负债率162.78%同比上涨近45个百分点。其中,净负债率最高的是云南城投,高达541.75%;高居第二位的是嘉凯城,为431.85%;除这两家之外,负债率超过300%的房企共有6家;净负债率在200%-300%之间的房企共有9家;净负债率在100%-200%之间的共有26家。

业内分析人士表示,从重点公司看,资产扩张速度依然较快,负债扩张是主导。华泰证券的分析报告也显示:2017年上半年重点公司总资产相比去年末扩张了6470亿元,依然保持较快速度,其中负债扩张占比高达93%。有息负债扩张略超预期账款扩张,这导致重点公司净负债率提升至113%,达到近十年来的新高。”

前三季度亏损企业增至19家

当中型房企为规模之争夺斗

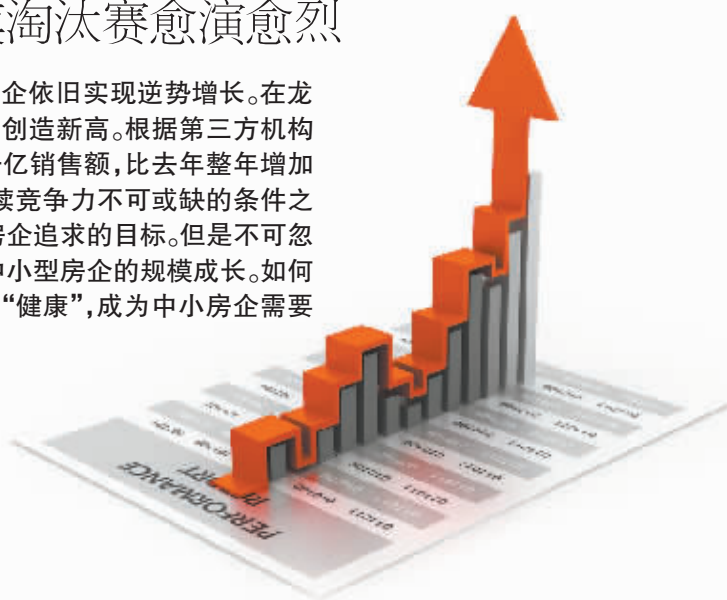
之时,很多中小房企则在生死线上挣扎。由此引发的整合并购潮此起彼伏,房地产行业正进行一场前所未有的大洗牌。

根据139家上市房企三季报数据显示,净利润之和为1054.57亿元,前20家企业净利润之和为734.31亿元,占比69.63%,相当于TOP20房企拿走了近七成的利润。与此同时,这139家房企2016年年报显示,荣丰控股、阳光股份等12家企业处于亏损状态,总亏损为25.78亿元。今年前三季度亏损企业增至19家,总亏损为22.7亿元。

相比于小型房企,大型房企在融资、拿地、开发、产品、销售、品牌和管理等全方位均具有压倒性优势,在市场萎缩和巨头鲸吞的双重压力下,众多中小型房企无可避免地被挤出或兼并。

克而瑞数据统计显示,目前TOP100房企的集中度达到53.2%,占据市场份额过半。预计2017年末,TOP3、TOP10、TOP20和TOP30房企的金额集中度将分别达到13%、25%、35%和40%。而到2020年,TOP10和TOP30房企的集中度将分别达到47%和70%。从长远来看,20%的企业会越来越优秀,80%的企业则会慢慢被淘汰。

北京商报记者 朱盈洁



乐居推出智慧赋能系统

北京商报讯(记者 彭耀广)12月12日,乐居控股举办“致敬致远”2017地产新时代盛典暨新浪乐居创新峰会,并发布了2018年“新媒体、新生态、新交易”发展战略构想,通过旗下全新“智慧赋能系统”助力实现新战略落地,主要分为智慧媒体、智慧广告、智慧交易三大板块,贯穿乐居旗下的所有产品与服务品类,为房产家居行业带来媒体、广告、交易的全新营销方式与体验场景。

据了解,乐居以在行业中多年来的数据挖掘能力、技术研发能力、资源整合能力、产品创新能力为基础,在“新媒体、新生态、新交易”的战略方针下,分别推出乐居财经、乐居号、AD·MALL、房产新交易模式,通过一套完整涵盖房产家居营销全周期的服务协同网络“乐居赋能系统”进行贯穿。

西山甲一号探索现代生态人居

北京商报讯(记者 董家声)绿色人居理念近年来已深入人心。近日,一场主题为“生态时代、大国初心”的生态绿色人居分享会在北京长辛店生态城西山甲一号项目举办。

西山甲一号项目销售总监康跃强表示,长辛店生态城是北京低碳社区的示范项目,是北京第一个在规划层面引进新的低碳生态指标的可落地的生态城项目,作为区域内唯一的生态科技项目,西山甲一号拥有十大科技系统,充分实现了绿色住宅的发展理念。

该项目由金隅嘉业、房地置业于京西打造的科技人居项目,该项目配备多项现代化科技生态系统,与项目现有的生态环境相融合。除了坐拥长辛店生态城的天然优势外,西山甲一号还配备包括地源热泵、天棚辐射、新风等绿色科技系统。

丰台板块渐成产城融合典范

北京商报讯(记者 董家声)日前,由中粮天恒·天悦壹号举办的“首都新格局·丰台新发展——2017中粮天恒天悦壹号区域发展论坛”举行。

天恒集团地产运营事业部副总经理常世芳表示,依托首都的整体规划及升级改造以后,丰台区域的生态体量实际上超过了已有的奥林匹克森林公园。同时,丰台区已有的丽泽商务区、中关村科技园,以及后续建成的首都商务新区,这种生态、产业和居住的多重价值叠加,让丰台区拥有承载首都格局重塑的优势,区域被低估的价值也会真正凸显。

位于丰台板块的天悦壹号项目整体社区按照生态墅区高标准打造,集多位大师的联手设计,产品包括全景洋房、独院叠墅。项目入市后就赢得了市场认可,销售额达到了20亿元。

翡翠公园打造精英圈层生活场景

北京商报讯(记者 董家声)作为北京万科作品时代的首发作品——翡翠公园依靠国际一流的建筑品质和配套,以及“V盟翡翠精英联盟”及“科技精英移民计划”成为在京的高端科技人才的理想家园。日前,一群来自创投圈、IT圈的城市精英聚集翡翠公园,就生活方式、社群经济、新商业模式、消费升级、创新消费场景等方面展开热烈的探讨。

据了解,北京万科翡翠公园新开设了12节精英课堂,第一次将智慧共享、知识共享在房地产领域全面展开。“V盟翡翠精英联盟”正通过一次次这样的探索和实践,逐步发展成一个“乐于分享、平等交流、智慧探讨”的平台。“未来精英联盟”的成立,更代表着万科由关注产品到关注人、关注人居,向着更加以人为本的服务方式的转变和迈进。

蓝光发展加大文旅板块投入

北京商报讯(记者 阿茹汗)房地产企业多元化步伐正在加快。日前,蓝光发展宣布文旅板块布局提速,2018年该公司打造的文旅水果侠主题世界计划开业多个项目,实现全国范围的布局。

蓝光文旅集团总裁张强介绍,在涉足文旅业务时蓝光发展选择打造自己的IP产品。“蓝光文旅把受儿童喜爱的‘水果侠’IP形象做了创新,赋予其伸张正义等精神特

质,并将这种形象深入到产品设计细节中,形成了‘蓝光水果侠主题世界’这一乐园品牌。未来,我们还将以‘水果侠’原创IP为原点,延伸出IP+教育、IP+娱乐等诸多产业链。”张强进而介绍,除了目前已亮相的都江堰项目外,昆明项目已破土动工,济南、西安、扬州等城市也有望相继落地。按照扩张计划,未来3-5年,蓝光将陆续实现多个水果侠主题世界的开业运营。

实际上,除了蓝光发展外,已有包括万达、恒大等多个地产公司分别拥有了自己的文旅产品品牌。在业内人士看来,文化旅游项目同养老一样,成为行业下一个风口,是房地产企业重要业务拓展方向,也将成为房地产企业新的盈利增长点。不过,不同于房地产的物业销售,文旅产品重在运营,投入大周期长,这也考验房地产企业的战略转变思路是否清晰、能力是否达标。