

房企2018年报盘点  
之转型

## 大手笔投入与断臂纠错 房企转型众生相

2018年,房企寻求多元化转型意愿依旧强烈。统计显示,长租公寓、物业服务、商业运营、物流仓储、文旅等领域依旧是房企投入最多、发展最稳的行业。而从恒大发力新能源汽车,到碧桂园宣布大手笔进入机器人产业,龙头房企已显示出对专业性更强的“非地产”领域的热衷。与此同时,一些房企通过一段时间的摸索,正在从行业试错进入到纠错的关键期间。

## 转型投资谁最积极

2018年,地产行业的多元化在经历了一段试探期后,开始进入标配阶段。

据北京商报记者粗略统计,2018年包括万达、奥园、朗诗、龙湖、中骏、合景泰富、保利等超过10家房企对外宣布更名。房企“去地产化”意味显著。

易居智库市场研究总监严跃进表示,更名显示了企业多元化、复合化发展的思路。显示出地产公司面临发展瓶颈时,希望通过更多业务领域,给公司带来新业绩增长点。

据克而瑞发布的统计数据,行业排名前30强房企中,至少已有70%的公司发布了多元化战略。其中,行业排名前100强房企中则有97%布局了多元业务。

“大型房企是转型发展的先锋。”一位楼市观察人士指出,资金实力是重要原因。前两年,大小房企一拥而上转型,很多行业需要持续投入。赚惯了“快钱”的地产公司难以适应其他行业的“低回报”和“长周期”。

统计显示,2018年百强房企参与投资事件73件,是2014年的7倍,投资金额近千亿元,大房企多元化投资正在持续。

部分房企非主营业务销售占比

万科	恒大	碧桂园	保利	融创	
4.3%	1.9%	3.8%	9.4%	4.8%	
中海	龙湖	华润	绿城	绿地	新城
2.6%	6.8%	16.7%	6.3%	54.6%	7.3%



实际上,2018年从融创成立专门文旅集团独立运营,到恒大持续发力新能源汽车领域,再到碧桂园宣布大手笔进入机器人产业都堪称大手笔投入。

## 房企爱投哪些行业

与此同时,2018年,房企转型开始呈现新的趋势。越来越多的企业开始青睐专业性强的“非地产”领域,如应用科技产业、教育、新工业新材料、文旅娱乐等。

2018年,碧桂园成立广东博智林机器人有限公司,并高调宣布,碧桂园重新定位为“高科技综合性企业”,宣布将机器人业务列入公司未来三大重点方向。在2018年年报上,碧桂园披露投入该产业研发费用12.24亿元,相比上一年的6.93亿元增加了76.62%;融创刚刚发布的2018年业绩公告显示,去年新成立的融创文旅集团公司文旅城业务去年实现收入20.28亿元,与2017年的收入相比接近翻番。恒大则为了布局新能源汽车产业链,在2018年累计投入约270多亿元。

克而瑞CEO张燕进分析,这些房企投资的热点也是未来中国经济热点。目前房企多元化投资主要依靠主业的强大支撑。万科、碧桂园、恒大均在主业实现规模化后,开始增加包括交通出行、本地生活、应用科技

等非主业的投入。

从2018年房企投资关注度上看,房企投资租赁市场规模最大,在联合办公、物业、产业地产、装修、商业等行业的投入规模则依次递减。受政策及盈利预期等因素影响,原来地产企业较为关注的金融、教育、产城、养老、文旅等业务则有所收缩。

## 房企转型之变

实际上,2018年房企在多元化转型不断加大投入的同时,在投资战略和投资领域的选择上同样显示出冷静。

万科管理层表示,未来能支持出现千亿级企业的实体领域,并有进入空间的行业并不多,万科不会再盲目投资新领域。事实上,相比之前,万科在2018年业绩报告中对养老、教育等业务的表述大为减少。

“恒大在多元化发展上已全面完成,近五年内不会再涉入其他更大的产业。”恒大董事会主席许家印在业绩发布会上表示,一些业务经过探索后,发展规模不能与恒大体量相匹配,就会进行一定舍弃。此前,恒大高调进入的粮油、乳业、矿泉水等产业已逐步淡出,转而投向文旅、康养、新能源汽车产业。

万科业绩报告显示,在公司2018年297.68亿元的营业收入中,房地产开发业务贡献了284.62亿元,占比95.6%,而包括物业服务在内的企业业务贡献占比仅4.3%。

此外,北京商报记者在梳理地产公司年报时注意到,地产开发仍是房企最大的收入来源。行业前30强中,主业基本上贡献了90%以上的业绩。

业内人士指出,地产行业转型经过一段时间摸索,正在从试错进入到纠错的关键期间。房企的转型将从全面投资进入谨慎和聚焦阶段。北京商报记者 董家声

## 营收、净利双双大幅增长 融创跨入利润释放新阶段

## 高基数之上业绩快速增长

“在坚实的优势平台上高质量增长”这句话在融创2018年业绩发布会上显得格外引人注目。经历市场规模的提升,融创营收、净利开始步入增长新阶段。3月29日,融创2018年年报正式出炉,公司营收、净利在高基数之下分别大幅增长89.4%以及50%。

根据融创披露的2018年年报显示,公司在报告期内实现营业收入1247.5亿元,同比增长89.4%;当期对应实现净利润174.5亿元,同比增长50%;实现毛利率25%,同比上升4.3个百分点;实现毛利润311.4亿元,同比增长128.5%;公司拥有人应占利润为165.7亿元,同比上涨50.6%;每股基本盈利3.79元,同比上涨37.3%。董事会建议派发末期股息每股人民币0.827元,同比提升65.1%,履行了“将战略优势转化为优异财务表现”的承诺。

在业绩快速增长的同时,融创的净负债率水平继续保持稳步下降的趋势,截至2018年底的净负债率为149%,同比大幅下降了53个百分点,降杠杆取得明显成效。同时,考虑到未来业绩集中释放对净资本增厚的作用,融创的净负债率水平有望继续下行,业绩增长的质量进一步提高。

事实上,健康的财务是融创稳健经营的基础,自创立以来,融创始终以现金流的绝对安全作为风控底线,并在过去两年间积极降低债务总额和负债比率,

在房企并不好过的2018年,融创中国(01918.HK,以下简称“融创”)在3月29日交上了一份令人颇为满意的“成绩单”,公司在2018年实现营收、净利双双大幅增长,分别上涨89.4%、50%。在融创的2018年业绩发布会上,不同以往的是背景板上多出了“在坚实的优势平台上高质量增长”一句话,这似乎也是公司此次成绩的最佳注解。而对于外界关注的2019年销售目标,融创董事会主席兼执行董事孙宏斌在答记者问时指出,融创今年销售目标5500亿元。

进一步优化资本结构、增强财务弹性和安全性。年报显示,截至2018年期末,融创总资产7166.60亿元,同比上年末的6231亿元增长15%;所有者权益731.07亿元,较上年末的606亿元增长21%;现金余额1202亿元,同比增长24%。

## 销售规模再上新台阶

值得一提的是,在融创此次披露的年报中,公司2018年合同销售金额4608亿元格外吸睛,超额完成了4500亿元的全面销售目标。而对于2019年,融创将该销售目标定在了5500亿元。

自2010年上市以来,融创凭借其良好的品牌和产品优势,市场销售增速领跑同行。在充足高品质可售资源和高品质产品力的支撑下,2018年,融创的销售继续保持了较高的去化率水平,全年实现合同销售额4608.3亿元,同比增长27.3%,超额完成了4500亿元的销售目标,克而瑞排名稳居行业第四,进一步巩固了行业头部地位。同时,2016-2018的三年合同销售金额复合增长率达75%,成为业绩快速增长的有

力保障。

据了解,城市深耕是融创自公司创设以来决胜江湖的法宝之一。2018年,融创旗下有16个城市公司销售金额突破100亿元,其中超过300亿元的城市有重庆、青岛;销售超过200亿元的城市有上海、杭州、郑州和济南,而以北京、成都为代表的9个城市站稳100亿元规模。尤其可喜的是,在上海、天津等9个城市,融创勇夺单城销售榜桂冠,并在全国合计25个城市稳居销售榜前五强。

展望2019年,融创对市场不悲观也不盲目乐观,公司仍然手握充足且高质量的可售资源,有望支持销售的持续稳步增长。具体来看,在华北、北京、上海、西南等区域的101个城市,融创合计拥有7834亿元的可售资源。其中,6589亿元的可售资源分布于一二线城市,占比高达84%。

## 房地产开发仍为核心主业

围绕“地产+”美好生活,融创已经形成了地产、服务、文旅、文化四大战略板块。在公司2018年业绩发布会上,孙

宏斌强调融创将坚持房地产开发的核心主业地位,并重点提升现有资产的运营和盈利能力,培育成为未来公司新的利润增长点。

据悉,自融创喊出“地产+”美好生活口号之后,公司在高起点上开始布局文旅板块,于2018年成立了文旅集团,并通过与万达的交易收购了一支架构完整、经验丰富的文旅团队。同时,2019年初,融创以东方影都、乐融致新和融创文娱的资产为基础,成立了融创文化集团,致力于打造家庭娱乐平台和提供优质内容,并与融创文旅集团密切协同发展。2019年,成立伊始的融创文化集团将更加注重组织架构的完善和团队建设,进一步提升体系管控能力,实现文化集团的高起点发展。

据融创方面介绍,融创服务将在巩固现有优势基础上,深化社区多元服务场景;融创文旅2019年重点确保广州、无锡及昆明文旅城精彩开业及后续待开业文旅城的方案优化升级;融创文化高起点发展,致力于打造成为中国文化产业的领军企业。

数据显示,融创地产业务2019全年将有超过400个项目进行销售,预计总可售资源超过7800亿元。融创在年报中表示,公司的核心主业房地产开发业务已经建立了坚实的竞争优势,非地产业务也拥有良好的发展基础或者高起点布局,在2018年优异的经营成绩基础上,公司将在2019年努力实现更加全面和高质量的成长。