

未至“金九”，房企的业绩抢收却已先行。日前，龙头房企如恒大的“全国532家楼盘，闪购7.8折”促销口号传遍地产圈，这被视为房企打响全国促销的第一枪。在区域市场，北京范围内多家楼盘也于8月最后一个周末相继开盘或推出促销活动。在业内人士看来，从时间节点上来看，包括恒大在内的多家房企今年的楼盘促销确实有所前置，这很大程度上是基于当前市场行情低迷、融资受限下对于销售回款以及经营安全的综合考量。专家称，龙头房企的打折促销活动或将带动更多房企加入降价促销、以价换量的行列。而就即将到来的“金九银十”，业内多位专家则对于其成色表现保持保留态度。

北京市场集体抢收

8月的最后一个周末，北京楼市显得异常热闹。

8月24日早上9点，刚刚拿到预售证不久的万科城市之光东望项目火速开盘。根据公开信息，该项目限售均价51585元/㎡，最高不超过54164元/㎡，开盘销售均价48000元/㎡（含精装），基本按照限价+现场优惠的价格开盘。首期开盘的是一期地块，6个楼栋共计488套房源，包含248套主力90㎡户型、68套123㎡户型、32套148㎡户型、140套70㎡户型以及少量变异户型。开盘当日销售420套，去化率87.5%。

在北京，7月29日开始为加推房源蓄客的未至金茂府项目，也取得了一个出彩的成绩。据悉，该项目限售均价5187元/㎡，最高不超过56896元/㎡，基本按照限价销售，金茂科技精装系统须额外计价（报价3000元/㎡，成本测算约2000元/㎡）。此次销售房源共计274套，去化235套，去化率86%。

除了新获预售证的项目旋即开盘，已入市项目同样也在发力促销。

近期，天恒集团也对外推出了“天恒九盘，联袂钜惠”的楼盘促销活动，项目具体包括天悦壹号、公园懿府、水岸壹号、半山世家、京西悦府、天恒·摩墅、恒泰家园、天恒·墅等楼盘，涵盖纯商品住宅、共有产权房等多类型产品。天恒方面将此促销活动谓之“秋收计划”。而在此前不久，天恒集团还曾推出了名为“天恒818品质购房节”的楼盘特惠活动。

除了北京，据媒体报道“8月初，广州多个楼盘出现大幅降价促销。番禺大盘祈福缤纷汇从每平方米最高4.6万元降到3.6万元，降幅超过20%。增城某超级大盘的单价从最高1.5万元直降到1.2万元，降幅也达到20%。而南沙、白云、黄埔等地的新盘，也有不同程度的折扣。

头部房企全员大营销

抢收不仅是在区域市场，恒大今年的“全员大营销”比往年来得早了一点。

在8月尚未终结“金九”还未到来之际，全国532家楼盘，闪购7.8折的促销口号已经传遍地产圈：即日起至10月8日，恒大全国所有在售项目全部9折（受备案价影响楼盘除外），恒房通上线项目活动期间9.5折，员工推荐成功认购额外享9.8折。一次性付款可享9.2折，商贷及公积金按揭付款有额外的9.4折优惠。一些尾盘根据去化情况不同，最高可享8.7折甚至8折优惠。在10月8日以前，恒大各地楼盘每日还会推出不定量的特价房。

事实上，恒大每年一到“金九银十”的楼市销售旺季，都会推出一波楼盘促销活动以冲刺下半年业绩。据了解，恒大2018年的“全员大营销”活动发生在9月，彼时恒大全国范围内的536个楼盘基本喊出了打折促销，基础优惠8.9折，3个月内付清全款9.3折，公寓商办类产品最低6折优惠。

“恒大多年来一直都有推出‘全员大营销’活动，所谓的楼盘打折促销，就是一种销售策略，主要为了在年底的时候能够收拢一部分业绩，使得集团的整体业绩表现能实现一个更好的结果。”对于近日颇受外界关注的恒大楼盘促销，合硕机构首席分析师郭毅并不意外。

不过郭毅分析指出，恒大今年的楼盘促销活动确实有所前置，这或将在一定程度上带动更多房企加入降价促销、以价换量的行列。

冲刺节奏前置

遍布全国多城的开盘及降价促销潮，引发了业内对于房企提前备战“金九银十”的讨论。

“当前全国层面执行着相对比较严格

区域市场、头部公司提前抢收

房企冲刺业绩节奏前置



的限购和限贷政策，特别是一些市场升温过快的城市，在限购政策上还出现了收紧的趋势，所以房企为了抢先收割客户的需求，在今天的整体营销冲刺业绩上出现了节奏前置的现象。”郭毅如是分析。

易居研究院智库中心研究总监严跃进也表示，当前部分房企积极降价，体现了一种市场信号：一方面，体现了房企通过降价促销来实现资金回笼的迫切，同时这也有助于形成较好的去库存导向。另一方面，近期各大房企都实际上在放缓开发投资策略，目的也是降低资金成本。

在严跃进看来，部分房企开展抢收行动，基本上都是基于冲刺年度销售目标以及加紧资金回笼以稳健经营的考量。

事实上，2018年以来，房企规模化、行业集中化的趋势愈发明显，但同时随着调控深化、企业销售回款变慢、融资难度增加等带来的资金风险逐步显现，行业整体风险有所累积。在此行业背景下，“现金为王”越来越多地被企业提及。尤其是在中央政治局会议再度重申“房住不炒”、“不将房地产作为短期刺激经济的手段”之后，越来越多的房企把抓销售促回款作为下半年的首要任务。

此外，另有分析指出，当前国内融资分化面临严峻形势，将倒逼房企更加关注资金链安全的问题。多机构数据显示，房企融资于2019年一季度出现“井喷式”发展，以公司债方面的表现尤为突出；但从5月开始，房企融资额却又呈现“断崖式”下跌，环比降幅在50%以上，6月数据仍继续下行。

而在“融资难”之外，房企2019年偿债高峰期也开始到来。

据同策咨询监测数据不完全统计，2019年上半年，95家典型房企融资总额为6613亿元，同比下降11.12%，环比则增长了7.35%。对此，同策咨询分析认为，一半房企的融资规模有所减少，这一方面是因为政府在4月开始收紧了融资政策，同时企业本身也有去杠杆的需求；另一方面，整体融资成本的持续上升也让部分企业对于加大融资规模望而却步。

在偿债高峰期方面，克而瑞统计数据也显示，2019年上半年房企的到期债券为2108亿元，是2018年全年到期债券的93%，大部分房企不得不再次举债偿还旧债，导致2019年上半年发行量上升较大。而2019年下半年，房企的到期债券为1706亿元，到期债券总量属高位；到2020年下半年和2021年上半年，房企的偿债压力进一步上升，到期债券均突破3000亿元，届时房企将面临更大的偿债以及融资压力。

“金九银十”去哪

一般而言，每年的9月、10月，房地产市场多数情况下会迎来一波销售高峰，同时，这两个月也是开发商年底冲刺业绩的最佳时点。然而，多位接受北京商报记者采访的业内人士对于即将到来的传统销售旺季却持保留态度。在其看来，部分房企抢跑开盘或打折促销，能否换得接下来“金九银十”业绩收割的出彩表现，还是一个未知数。

首先，2018年以来下行的房地产市场形势并没有明显缓和。2019年上半年，全行业销售数据并不乐观，商品房销售面积统计下滑，销售金额增速收窄至不足一成。据国家统计局数据显示，2019年1-6月，全国商品房销售面积75786万平方米，同比下降1.8%；商品房销售额70698亿元，增长5.6%，增速双双回落。而据克而瑞统计数据，销售前100名的房企累计权益销售规模近3.9万亿元，同比仅微增4%。

全国百城住宅库存的上升，也是影响业内人士对于“金九银十”走向判断的一大因素。

严跃进向北京商报记者介绍称，从今年上半年全国百城住宅库存数据看，呈现了先下降后上升的态势，这和各个月份供应、成交等指标的变动有关。从城市结构看，三类城市都呈现了库存同比上升的态势，尤其是一些市场交易开始转弱的城市，库存同比上升节奏更快。

“考虑到近期房地产交易市场的管控又开始强化，预计三季度政策面以偏紧为主，这或也会对市场交易形成抑制效应。据此判断，住宅库存上升的可能性会增大，部分房企也需要灵活制定去库存的策略。”严跃进如是说道。

此外，接下来全国楼市大概率仍将处低温通道，为较多业内人士的共识。

上海易居房地产研究院副院长杨红旭曾公开表示，总体上看，虽然局部城市和房企销售等还有较好表现，但是从大周期看，这一轮降温过程其实是没走完的。

“从全国市场看，土地市场并不火爆，总体上是量价齐跌的态势，尤其是成交量跌幅较大。房屋销售市场也有类似的情况，目前是小跌的状态。研究市场周期和走势，需要关注的是当前楼市正处于一个特殊时期，即政策很严厉、二手房降温、库存去化周期持续低位、新房限价等状况，这和过去的周期是有差异的。”杨红旭如是说。

而基于销售端欠佳、融资端收紧以及政策端高压，同策研究院首席分析师张宏伟预测，估计从现在开始到2019年四季度，为了冲刺销售目标，房企“以价换量”的楼盘打折促销现象将更为普遍。

北京商报记者 孟凡霞 荣蕾

融创上半年业绩亮眼经营稳健 产品竞争优势凸显

8月22日上午，融创中国(01918.HK)披露的2019年半年报显示，上半年，公司实现营业收入768.4亿元，同比增长64.9%；归母净利润102.9亿元，同比增长61.7%；账面现金1380亿元，较去年年底增长14.8%。

在业绩快速增长的同时，融创流动性保持充裕，销售额稳步增长，市场地位进一步提升。同时，公司进一步巩固在土储和产品服务上的核心优势，围绕“地产+”美好生活，文旅与文化产业稳步推进，未来发展可期。

业绩持续全面增长 现金流充裕

2019年上半年，融创在高基数之上保持了持续增长。半年报显示，公司实现营业收入768.4亿元，同比增长64.9%；归母净利润102.9亿元，同比增长61.7%。

报告期内，融创持续加快周转去化，交付面积稳步增长，实现签约金额2141.6亿元，同比增长11.8%，销售额稳居行业前五。

截至2019年6月底，融创账面现金1380亿元，相较2018年底增长了14.8%，覆盖下半年刚性到期有息负债超3.1倍，有充足的把握确保流动性的充裕。

报告显示，上半年，公司房地产业务



业开发业务已基本完成中国所有一线、二线及强三线城市的全国化布局。2019年下半年，融创预计有超过420个项目在售，可售资源超5700亿元。

2017年以来，融创主动适应市场调控的变化，土地储备增长速度相比之前明显降低，同时推动销售保持快速增长，使经营现金流实现快速累积，净资产不断增厚，并降低新土地投资对债务的依赖，实现杠杆率长期下降。

持续巩固提升 产品与服务的竞争优势

2019年融创一直坚持的“高端精品”战略，与一二线城市人口寻求居住改善升级的诉求高度匹配。

目前，融创已经成功打造了多条具备行业影响力的产品线，如壹号院系、

府系和桃源系等。同时，融创持续从中国文化、中式建筑中获取灵感与资源，逐渐形成了自己独特的中式产品谱系，也持续引领行业发展。

经过多年的积累与沉淀，融创已经拥有最专业的研发团队，为中式产品的打造不断夯实体系能力。2019年6月，融创古建保护专项基金成立，同时以苏州虎丘塔景区的修复为起点，集社会各界之力，将中国文化的传承和古建的保护推入一个新的发展时代。

连续多年来，融创在权威机构进行房地产行业客户满意度调查中位居行业前列，标杆地位牢牢树立。未来，融创还将针对细分客户全面提升使用功能、精研工艺、夯实产品营造体系、打造产品研发基地，支持产品持续升级，以交互、共享、全龄、成长为核心，打造“归心社区”。

文旅资产开花结果 围绕“地产+”稳健发展

2019年上半年，融创不断调整优化文旅产品布局，经营效率和盈利能力稳步提升。在商业、酒店、乐园三大核心业态中，广州、无锡融创开业出租率均达100%，广州融创文旅城融创茂首日客流量30万人次；无锡融创文旅城融创酒店群周末入住率达100%；雪世界开业仅七周，客流量已累计约15万人次，收入超过4900万元，经营利润超过3000万元。

2018年初成立的融创文旅集团，已经形成了从设计、建造到运营的完整文旅体系架构。未来，融创将依托这一体系架构，提升文旅资产长期价值。

融创未来将不断强化土地储备及拿地能力、产品及服务等核心竞争优势；同时严格控制土地投资，在保持流动性充裕且不影响2019年底及长期杠杆率下降的前提下，审慎把握土地机会；另外，继续将战略优势释放为优异财务表现，支持杠杆率长期下降。

融创服务未来在巩固基础服务竞争优势的基础上，将全面提升运营效率和经营能力；融创文旅持续调整优化文旅产品，提升运营效率和盈利能力。

· 西街看盘 ·

望京核心区 首开金地·华樾北京 预计9月初开盘

均价：约7.8万元/平方米
总价：730万元起
面积：89-143平方米
区位：东五环
产品类型：高层洋房
受众：刚需及改善型客群



号称“望京地区最后一块限竞房项目”的华樾北京，已进入开盘倒计时。据了解，华樾北京为首开集团与金地集团联合操盘；“华”是首开集团最高端产品系；“樾”是金地集团最高端产品系，项目之名由此得来。从区位来看，华樾北京坐落于朝阳区来广营街道善各庄地铁C口南侧50米，项目地处望京核心板块，坐享该板块的商业、教育等各类配套。配套较为完善以及交通便捷为该项目的优势所在。由项目15分钟可到达首都机场或三环路，20分钟到达国贸。建成后可以实现地下与14号线贯通。

户型设计上，华樾北京项目主力户型为89平方米三居及140平方米四居，另有少量110平方米三居、135平方米四居、143平方米四居（下跃，赠30平方米院子）。主卧和客厅均赠送飘窗，每户都拥有入户玄关，同时配有入户玄关柜。销售人员介绍，项目周边新房、二手房价格倒挂现象明显，附近二手房均价达到10万元/平方米。

89平方米三居户型采用一梯两户，南北通透，明厨明卫设计。北向两个卧室空间略显局促，但该户型采用可变空间设计，给后续改造带来可能。同时，也帮客户实现总价730万元撬动望京新盘的可能。143平方米户型面宽达12米，双阳台为飘窗设计，并有不小的面积赠送。

据悉，该项目一期预计推出424套房源，预计2022年中交付，精装标准及收费待定。目前已开始对意向客户进行验资，排卡客户已超200组。

北京商报记者 荣蕾