

一线楼市“金九”开局不如预期 房企资金紧张下销售压力加大

■本报记者 王丽新

“金九银十”已开局,楼市传统销售旺季到来,以往这是决定地产营销人年底奖金厚度的关键时刻,但今年,似乎并未挑动地产人的敏感神经。

《证券日报》近期走访了北京几个项目,有的售楼处人很多,充斥着带客的渠道经纪人、准备出手的看房者和不停讲解的房产销售员;有的项目则门可罗雀,即便热闹的周末,依旧没什么人到访。总体而言,为了抢回款,房企线上、线下织网,中介代理、自身营销体系,各种平台齐上阵,全方位抢客。

“看似人满,成交量也不一定高。以北京通州某项目为例,开发商缺钱,为了加快回款,以支付非常高的渠道费为代价,吸引渠道经纪人将大批量客户引流到该项目,但一个多月过去了,最终成交套数也卖不过部分竞品。”某房企华北区营销高管向《证券日报》记者透露,从北京楼市来看,上半年还是一个比较好的市场,7月份开始急转直下,从8月份成交量来看,部分项目成交量环比至少下滑50%,销售压力很大。

“金九”开局成色不足

从当前的宏观数据来看,7月份以来,全国楼市销售速度整体放缓,即便“金九”开局第一周,部分城市仍未缓解。

据中指研究院监测数据显示,9月1日-6日,全国15个代表城市商品住宅成交规模约为194万平方米,同比下降14%。其中,南京、武汉、东莞和宁波等城市新房成交规模环比增幅超过10%,但均低于去年同期;福州、北京、重庆、淮安等城市市场活跃度降低,新房成交规模同比和环比齐降。

另据8月30日-9月5日成交数据来看,一线城市整体成交环比下降17.9%,上海降幅较大,约为27.4%;深圳居其次,降幅约为22.6%。同比来看,一线城市市场活跃度整体出现回落,降幅为0.3%。其中,广州降幅较大,约为18.19%;深圳成交上升,升幅为74.5%。

“近期热点城市加大调控力度,在限购限售端加码,市场观望情绪上升,叠加部分城市房企放缓推货节奏和房贷额度吃紧等因素,近两个月全国新房市场活跃度整体出现回落。”中指研究院指数事业部研究副总监陈文静向《证券日报》记者表示,购房资格收紧和房贷额度紧张对需求释放产生一定抑制作用,预计下半年市场活跃度较上半年将出现下滑。此外,房企资金端持续收紧,加速回款和降负债诉求提升,叠加热点城市政策调控延续常态化,预计下半年房企将延续“以价换量”趋势。

“北京大兴某项目原本的成交价格6.3万元/平方米,现在对外销售价格降到5.7万元/平方米,实际成交价格仅5.5万元/平方米,相当于单价降了8000元/平方米,这是北京新房市场上

目前出现的极个别的大幅降价项目。”某营销人员向《证券日报》记者透露,不得不靠降价抢客的背后,是二手房放贷越发严格和缓慢,导致换房需求无法释放,另外调控政策偏严,二次集中供地又提出控制土地溢价率,诸多因素导致购房者再次持币观望,购买欲望急速下降,等着抄底的心理预期越发加强。

下半年市场较为困难

随着“三道红线”金融排雷和诸多细化的调控政策的不断祭出,房企资金链普遍紧张,即便市场下行销售不如预期,仍不得不想尽办法加快回款,灵活调整供货,加快在手项目达到入市销售条件。

“去年下半年及今年上半年拿地的项目基本都会争取今年上市,但在第一轮中集中供地的三、四线城市,其地王项目上市的节奏可能会慢一些。”同策研究院研究总监宋红卫向《证券日报》记者表示,预计房企资金承压加快回款战略下,将在金九银十加快供货节奏,并加大营销力度,打折促销、直播卖房等都是今年“金九”走流量的重要策略。

“8月份就开始铺排9月初到四季度的整体销售策略,一要加快加大对基本面良好城市的供货;二要加大前端去化能力,主要策略是在确保快回款下进行高效去化。”某房企高管向《证券日报》记者如是称。

为了应对7月份以来楼市下行的状态,世茂集团助理总裁、营销管理中心负责人邵亮表示,下半年可售货值的75%都在一、二线城市和强三线城市,供货量和节奏根据城市政策面松紧程度进行适配。

“我们看到,7月份,行业整体周转率、销售速度出现了下行。”花样年董事会主席潘军表示,从未来大的趋势来讲,行业“变天了”,必须要有变化,包括城市选择、产品线匹配、运营效率都要应对,现在考核机制可用现金流考核,改变过往行业一贯以销售速度为主的考核模式,有的销售政策项下没有现金流,对企业压力比较大。

上述房企高管也向《证券日报》记者直言,即便在市场下行压力下,集团内部现在的考核体系也是以有回款的销售和有利润的回款为核心,考核一年比一年严,一方面要顶住竞争者打折扣卖带来的扰乱市场的压力,不能随之打折促销降低利润空间换销量,一方面又对提高去化率提出了更高要求。

“现在的市场特别像2018年,整个信贷市场资金比较紧张,上半年销售比较好,贷款还相对比较难,但下半年贷款还是一样难,而且销售市场大幅下滑了。”在2021年中期业绩说明会上,融创中国董事长孙宏斌表示,调控政策的坚定,让大家已经有房价不上涨的预期了,再加上最近经济压力比较大,今年下半年,销售压力很大,预计市场会比较困难。



房地产告别高毛利低速前行 头部房企重谈第二增长曲线

■本报记者 王丽新

“如今,‘活下去’依然很重要。”“我们现在需要安全。”“由攻转守,淬炼永续经营能力。”这三句话,第一句出自万科总裁祝九胜之口,第二句出自融创中国董事长孙宏斌,第三句则是世茂集团二代接班人董事局副主席许世坛所说。

三句话,道尽头部房企对行业当下和未来的清醒认知,亦描绘出了前行的努力方向。对此,贝壳研究院高级分析师潘浩向《证券日报》记者表示,土地红利、金融红利后的管理红利时代,靠规模高速增长带来利润红利时代已不再。接下来,行业将整体进入稳健发展阶段,审慎经营是第一位,非房开(非房地产开发)业务非常有机会成为盈利点。

记者参加完30多场标杆房企2021年中期业绩说明会后发现,除了集体降杠杆是头等大事外,还有两个重点认知,一是房地产行业已告别高毛利率时代,短期内利润回升无望,房企将低速前行;二是房地产行业细分赛道时代来临,多家头部房企重新调整第二增长曲线业务比例,附属品上升为香饽饽。

行业利润率整体回落

2021年,房地产行业激进扩张的隐患逐渐浮出水面。

即便是多年自律的“优等生”,依然陷入了“增收不增利”的漩涡。被业内视为“利润王”的中海地产,上半年毛利率和净利润率出现双降,万科更是13年来首次在中期业绩中出现净利润下滑的情况。头部房企尚且如此,中小房企的盈利能力可想而知。据Wind数据显示,2021年上半年,54家房企净利润率由上一同期的10.4%下滑至9.3%,五年来首次跌破至10%以下。

“毛利率下降属于行业趋势。”龙湖集团首席财务官赵轶表示,在限价的大环境下,20%-25%的毛利率可能是未来整个地产行业的趋势,这会让行业更加稳健持续地发展。

正如花样年董事会主席潘军所言,过去大家唯规模论,认为规模越大越安全,现在则强调现金流和利润。

那么,利润都去哪了?祝九胜将万科净利润下滑归结于三方面的原因:一是销售规模增长有限;二是毛利率下降较快;三是转型业务的效果还没有真正体现出来。

“2017年以来的高地价和限价并行状态,导致企业毛利率水平持续承压。”中指研究院企业事业部研究副总监刘水认为。

潘浩也称,当前房企结算项目由2016年至2018年高溢价土地项目构成,彼时,房地产市场发展蓬勃,土地市场活跃,高溢价土地及“地王级”项目频出,而这批土地进入销售周期遇上监管升级,在限价销售等政策环境下,房企

地售比高企(土地费用占销售价格比重),影响了房企整体的利润率。

何时重回上行通道?业内共识是,从长期来看,房地产行业会维持在一个相对比其他行业社会平均利润率更高的平均利润率水平。

“地产行业将不会再有暴利,迈进管理红利、品牌红利时代后,行业进入全方位高强度竞争阶段,利润率回落是发展的必然,预计明年年底这一轮回落会见底。”旭辉控股董事局主席林中表示。

重新认识第二增长曲线

当地产开发业务不可逆地走上高利润神坛,房企们不仅将精细化管理视为圭臬,更在努力寻找、培育第二增长曲线,这些过去的附属品变成了主航道业务,但非房开业务已经具备一定收入规模的企业仍不多。

龙湖集团算一个。2021年上半年,龙湖集团经营性业务收入87.8亿元,较去年同期增长49%。如今,龙湖集团商业运营、租赁住房、智慧服务等业务均已跻身行业头部,房屋租赁、房屋装修及产城、医养等业务,也开始贡献经营性收入。上半年,龙湖集团在商业、租赁住房等赛道均提出了轻资产输出战略,提升增值收益。

在龙湖看来,如果开发引擎代表当下,服务引擎则代表公司未来。另据接近龙湖集团的人士透露,吴亚军定下的服务引擎业务目标是30%增长,远高于开发引擎业务目标。同时,每年将销售额的15%投入非房开业务是铁律,内部更是设立创新型点业务。

世茂集团也算一个。2021年上半年,世茂集团非房开收入为66亿元,许世坛称未来三年目标是150亿元,同时考虑拆分细分业务板块上市。

据克而瑞统计,在很多房企内部,非房开业务不再是地产开发的附属品,重视程度和投入规模都远胜以往。

“多元化的发展是思路是好的,是房企顺势而为的发展方向。当前很多非房开业务的利润率水平已经超过房开业务,非房开业务可以拉升房企整体利润水平。”潘浩表示,但因自身体质存在差异,未必适合每一家企业,需结合自身战略做选择。

“部分房企已经探索出了成功的‘住宅+多元业务’的多轮驱动模式。”刘水向《证券日报》记者表示,当行业进入全面竞争时代,一方面房企需要强基固本、精细化管理提升经营质效;另一方面应强化供应链整合及产业链控制能力,打造第二增长曲线,增加新的利润增长点。

总体而言,房地产行业落后产能正在出清,行业处在一个再平衡的过程中,随着规模增量逐步见顶,同时在负债规模和利润率受限情况下,保证现金流安全,改善运营效率,转变赚钱理念,做大利润规模,是房企由攻转守的必经之路。

点睛

房企需从百米冲刺转道马拉松赛场

■王丽新

如果开发商不卖房,靠什么赚钱?最近,参与完30多场大中小型房企中期业绩说明会后,笔者不禁有此一问。原因无他,一是开发主业增速

放缓,天花板压顶,单纯依靠借债扩规模的路越走越窄;二是头部优等生亦无法逃离利润下滑窘境,比如万科13年来首次出现中期净利下降,需第二增长曲线修补利润。

当然,开发商不搞开发,或许就该改名发展商了。

恰恰,在笔者看来,以发展商逻辑发展的时代确实来了。仅靠复制“买地-盖房-卖房”一锤子买卖那一套行不通了。过去的房地产是一场百米冲

刺,借债卖房滚规模可变头部。未来的房地产则是一场马拉松,需要发展商的长期主义理念,结合数字化浪潮,创造新生态。

可喜的是,有想法的房企早有准备。三、四年前,房地产行业经历了一次更名潮。比如,龙湖地产更名龙湖集团,保利地产更名保利发展……背后都是加码非房开业务,希望摆脱资本市场对开发业务估值低的印象。

几番尝试,围绕房子去拓展多元化业务,成为向发展商转型的主流思路。比如,商业运营、代建、物管、产业发展等过去开发主业的附属品,如今都变身“香饽饽”,或者利润超过主业,或者是子上市平台。这些,都是马拉

松赛道上的业务,靠长期运营拿稳定现金流。

据克而瑞统计,97%的百强房企均已布局非地产开发业务,重视程度和投入规模都远胜以往。有些房企更是提出“开发+服务”双千亿元新格局的目标。

不难看出,一是开发这艘大船在慢慢搁浅,正被拆分成专业化更强的许多小船;二是行业进入马拉松模式,需在业务菜单上增加长期主义菜色,培育高毛利业务,资本市场才能给予回馈;三是存量时代下居民对美好生活的需求在升级,商业模式不能落后于需求,在全面竞争时代,房企要靠服务引擎致胜。

但不变的是创新,低创新商业模式下的激烈竞争才叫作内卷,房企要尝试摆脱联想的贸工技路线,选择华为这条正确而艰难的研发之路,以长期主义站上马拉松赛道,淬炼永续经营能力,成为居民美好生活的服务商,助力城市换新颜!