

政策刺激难改楼市下调态势 70 城房价已连续三个月无上涨

编者按

在一系列宽松政策提振下,11 月份我国 70 个大中城市房价跌势稍有放缓,但整体下调态势未改。

根据国家统计局 18 日发布数据,11 月份 70 个大中城市中,新房价格环比下跌城市 67 个,较 10 月减少 2 个,降幅也在收窄。但仍无一城市上涨,9 月、10 月 70 城止涨状态延续。

相比新房,二手房价升温趋势较明显。环比上涨城市继续增加,由上月 2 个增至 6 个。其中,北上广深圳四大一线城市延续上月升温行情,除上海、广州与上月持平外,北京、深圳涨幅为 0.7%和 0.4%。

值得关注的是,受累于多月环比下跌,11 月份,新房、二手房价格同比下降城市仍在增加。新房达 68 个,这一数量创下 2010 年公布房价指数来的新高,仅厦门、郑州上涨。这也意味着,全国大部分大中城市可能遭遇房产价值缩水。

从整体看来,中原地产首席分析师张大伟指出,房价跌幅明显收窄,下调节奏正逐渐放缓。

究其原因,上海易居房地产研究

院研究员严跃进表示,央行救市政策释放积极效应,各城市去库存节奏加快,市场预期发生变动,房价环比下跌态势也受到一定遏制。

国家统计局城市司高级统计师刘建伟也分析,随着 10 月份以来各地信贷政策陆续调整,加之 11 月 21 日央行降息,政策叠加效应已对房地产销售产生积极影响。

据统计局数据测算,相比 10 月,11 月销售情况有明显好转,商品房住宅销售 11407 万平,为年内新高,环比涨幅达约 14.8%。

不过,政策红利在各线城市效力并不相同,房价回暖情况分化。11 月新房、二手房价格数据显示,北上广深及部分二线城市率先好转。严跃进分析,一线城市对政策反应更为明显,去库存速度在加快,库存已由高水平转变为低值。

对于未来房价走势,业内人士分析,预计年底、甚至 2015 年,“量增价稳”依然是市场整体特征,市场分化将持续。2015 年一季度房价有望明显企稳,但短期内大幅反弹已不可能。



市 场

难守利润率“红线” 今年超三成房企料将亏损

■ 刘力图 董映硕 报道

距离年底仅几天,尽管部分房企仍在最后努力进行业绩冲刺,但成绩单修改的余地已很小。

“从房企业绩完成情况以及已有的各项指标来看,今年房企整体的盈利能力都有所减弱,我们预计今年会有七成房企出现业绩下滑,超过三成企业亏损或续亏。”北京一房地产研究机构负责人陈如涵告诉记者。

日前,沪深两市共计 27 家上市房企公布了 2014 年年报业绩预告,其中 5 家房企宣布亏损。此外,剔除数据公布不全的房企后,净利润同比上升企业仅为 9 家,下滑企业达 8 家,房地产行业亏损面呈现逐步扩大的趋势。

超三成房企亏损?

根据业绩预告,5 家预亏房企尽管规模仅为中小房企,但亏损的金额并不少,与去年业绩相比出现“大跳水”。其中,荣丰控股预计年度亏损额可能高达 4500 万元。而金丰投资公布前三季度亏损 2.3 亿,而该公司去年同期盈利 265.16 万元。

多位业内人士分析,今年房企的整体盈利能力不容乐观,预计今年亏损房企比例会超过去年。

观 点

楼市走向遭多位地产大佬看衰

■ 马格 报道

即使是面对今年楼市的低迷态势,业内对于后市走向的争论也并未停止。近日,多位地产大佬发表楼市“悲观”预期,不仅感叹房地产地位不如从前,更称“日子一天不如一天,肯定是走下坡路。”

另一方面,随着政策利好下多地成交回升,明年成交、房价反弹的观点也不绝于耳。分析机构指出,楼市虽仍处于调整期,但已逐步企稳。华远集团原董事长任志强也预测,明年楼市将出现反弹。

谨慎派: 库存高企 多位大佬感叹日子不好过

近来,多位房企大佬针对楼市发表“悲观”言论。

冯仑用地方政府把互联网“小三”扶正、房地产下堂,来比喻当下中国房地产现状;SOHO 中国董事长潘石屹慨叹“房地产的日子确实是一天不如一天了,肯定是走下坡路”;万达集团董事长王健林则提醒“不要再抱有房地产再次高潮的幻想”;恒大地产集团总裁夏海钧认为,“今年甚至到明年,很多中小房企会面临一个更加困难的境地。”

从房企库存、投资增速、年度业绩等各项数据来看,房企日子确实不大好过。

“从前三季度已有的销售数据和房企营收指标来看,超过七成房企都采取了降价跑量的销售方式,但销售完成情况仍然不佳。”陈如涵告诉记者。

据克而瑞研究统计,中国房地产企业销售 TOP50 中,近六成房企的销售均价较上半年出现下滑。其中,销售均价降幅在 10%以内的房企有 26 家,占比一半以上。而降幅在 10%以上的企业有 6 家,涉及融创、金科、绿城等房企。

华南某上市房企战略发展部门一位管理人士分析,在应对 2014 年楼市的深度调整时,不少房企由于准备不足,导致不只出现业绩增长减速,甚至出现业绩骤降的局面。

中原地产首席分析师张大伟表示,虽然大部分企业在央行“9·30”房贷新政之后的销售情况明显好转,万科、恒大等企业表现优于市场,但大部分企业距离年初制定的销售目标依然差距很大。

“这尤其以中小规模企业最为典型,前几年过于集中布局一些市场需求不足的二三线城市或周边地区,且产品较为单一,一旦市场热度趋减,他们成了最先受影响的一批房企。”上述华南上市房企管理人士称。

不过,业内人士分析,在持续多年的房地产调控强压影响下,多家上市房企即使未达到亏损的红线,但受制于商品房开发项目

储备少和现金周转压力等因素,整体业绩也逐步逼近盈利警戒线。

同策咨询研究部总监张宏伟表示,尽管年底市场交易量有所回升,但中小房企仍然面临生存困境,原因在于银行“惜贷”的基本面并没有本质改变,中小房企的销售状况也没有出现明显好转,甚至还维持继续下滑的局面。

利润率持续下降

“据我们对房企的观察分析,近两年房企毛利率下滑速度非常快,大概每年下滑 3-5 个百分点,净利润率则每年下滑 1 个百分点,这样的下降速度在其他行业基本是没有的。”兰德咨询副总裁宋延庆告诉记者。

从今年的房企业绩来看,利润率下滑已经成为大势所趋。

统计数据显示,今年上半年,144 家上市房企实现净利润 319.72 亿元,同比下滑 7.86%。同时,144 家房企中,有 74 家公司的业绩出现下滑,占比超过 50%。

宋延庆表示,如果仅从利润率来判断,房地产早已告别高增长行业,而到 2015 年很有可能触及“10%红线”,这则意味着房地产行业甚至连中利行业都算不上了。

根据克而瑞机构统计数据,今年上半年 18 家主流房地产企业中有 11 家核心

净利润率出现下跌,其中 7 家净利润率已跌破 10%的红线。

一位房企人士在接受采访时表示,随着房地产市场交易量出现回升,在政策刺激下,房企业绩有望在明年二三季度开始复苏。但由于房企自身面临经营成本攀升等因素,且市场的观望情绪并未减弱,所以大部分人士对明年的“好日子”仍保持谨慎的态度。

北京华远浩利投资股份有限公司董事长任志强日前表示,“没有看到任何理由能阻止楼市下滑。”尽管随后他又改口称“不看衰中国楼市”,但他建议开发商做好长期准备,房地产在底部运行的时间最起码要持续到明年 9 月份。

“到明年二季度前,房企利润率难以改善,即使明年二季度销售量好转一些,但由于今年的业绩不好,房企明年的结算业绩也不会好。”张宏伟分析,由于去库存仍然是市场的主旋律,明年银行“惜贷”还会持续,开发商在制定销售业绩指标时会比较谨慎。

同时,房企自身仍需面对规模不可小觑的库存。Wind 数据显示,沪深 A 股 142 家上市房企三季度库存额达 2.31 万亿元,环比增长 5%,同比增长 21.5%。从绝对库存总额看,“招保万金”依然库存量最大,分别达到 3512 亿元、2750 亿元、943.5 亿元和 862 亿元,合计达 8068 亿元,占全市场的 35%。

看空”的鲜明对峙不同,业内对于后市看法虽仍然存在分歧,但争锋已渐趋缓和。潘石屹在感慨日子不好过的同时,也不忘加一句“但还是有机会。”任志强在继续看多楼市之前,也表示“库存压力巨大”、“开发商到位资金情况悲观”。

这意味着,房地产行业进入“新常态”正在成为业内共识。“居民住房普遍短缺、企业拿地开发就能赚钱的时代已经过去了。”中国房地产业协会名誉副会长朱中一在接受采访时如是说。

朱中一认为,房地产市场已步入“新常态”,面临着增速换挡、结构调整、政策完善以及品质提升等新形势,未来将不再是支柱产业。

中原地产首席分析师张大伟也指出,今后房地产将难以维持过去十年的高增长,市场分化成为长期趋势,差异化更加突出。

告别“暴涨式”黄金时代,房企大佬在谨慎看市的同时,也开始考虑转型应对。王健林表示,房地产进入了新常态,房企绝对不能再走传统的发展思路,要抓住最后 10 年的机会转型。

朱中一则认为,对于房企来说,未来更应该考虑的,是要客观分析市场供求关系变化,不能跟风。并且要在自身转型的同时,转变发展方式,如着力推进绿色建筑、住宅产业化等。

转 型

房地产众筹 不只是创新尝试

■ 李静颖 罗韬 报道

借着“双 11”全民购物节的狂欢,房地产众筹也跟着热闹了一把。随着远洋地产与京东金融联手的 11 套房源众筹尝试的“失败”,房地产众筹似乎又归于沉寂。

房地产众筹,是昙花一现的营销噱头,还是房地产行业变革的趋势性产物?

事实上,传统房地产企业对众筹模式觊觎已久。不少地产企业早已开始各种方式的尝试。除了远洋地产,保利地产则在此之前就已推出第一个众筹房地产项目保利东江首府。

保利地产的众筹尝试更像是结合了营销和与金融相结合的商业模式创新的一种探索。保利东江首府在上个月曾拿出一套特价房进行公开竞拍,拍卖后高于众筹金额的部分将以分红的形式分给此前的众筹参与者。这套特价房的众筹总额为 126 万元,相当于该房源在市场价的基础上打了 6.2 折,参与者只需投资 1000 元即可获得特价房的竞拍权以及众筹收益的回报权,预期最低收益可达 10%,上线当天即完成销售目标。

房产电商也以天然的互联网优势试水众筹模式。

搜房“首届房产双十一购房节”创下成交 43.69 亿的惊人纪录,总订单数达 4202 个,全国近百万购房者在线关注一北京、上海等一线城市稳定领跑成交榜,广州御金沙、北京嘉都等热门楼盘订单持续领先,而万科、保利等品牌房企成为最大赢家。

“我们采取 5 折起拍的形式,每个人都可以投一些资金参与众筹,其中超过 5 折部分分红按比例分给投资者,这个收益还是非常好的。”搜房网网络平台事业部总经理赵永昉告诉记者,“对于买房的人买到了便宜的房子,对于参与众筹的人获得了利润,对于开发商而言有更好的传播价值。”

在赵永昉看来,现在只是一个起步,通过互联网、金融、房地产三者结合会是未来的一种营销手段,而这种营销模式的创新化和商业模式探索也是未来的一种趋势。

事实上,房地产企业在应对互联网浪潮所带来的变革可谓动足了脑筋。包括万科、远洋、龙湖等知名开发商均选择牵手包括房贷网、平安好房、搜房网、京东等互联网平台推出房产众筹,试图在一片暗淡的房地产行业杀出一条新路。

“互联网趋势已不可阻挡,我们也在摸着石头过河,这次众筹是我们其中的一次尝试,我们会根据这次情况总结经验,以此来更好地调整和把控每个环节。”保利内部人士告诉记者。

据了解,目前国内房企运作的房地产众筹的模式以实体房屋居多,比如一套销售价格约为 100 万元的房屋,众筹规模为 60 万元,众筹起始价格为 1000 元。当众筹金额达到 60 万元以后,众筹者可获得竞拍该房源的资格,随后房地产商会将这套房源放在第三方的网络平台上进行拍卖,价高者得,最终成交金额超过 60 万元的部分将以投资收益的形式给到未能拍得房屋的众筹者。

“之所以被购房者热捧,关键是其推出了折扣力度大的房源,所以购房者容易心动。加上购房者也愿意尝试一些新的营销模式,而且基本都是通过移动互联网的技术来操作的,所以认可程度比较高。”上海易居房地产研究院研究员严跃进告诉记者,“今年房地产低迷的过程中,恰是移动互联网盛行的时候。所以,无论从去库存还是节约营销成本的角度考虑,都会尝试此类创新。”

同策咨询研究部总监张宏伟告诉记者,现阶段更多的通过互联网参与众筹的人士还是把着眼点放在投资本身,他们会把这类众筹的收益与其他的理财产品做比较,看中的还是其短期的投资回报,对于带动房企的实质性销售的影响还是比较有限的。

房地产众筹的鼻祖是在美国成立于 2013 年 3 月的 Realty Mogul 和成立于 2013 年 6 月的 Realty Shares,它们率先将众筹模式植入房地产领域。其中 Realty Mogul 运营一年会员通过该平台投资的房地产项目总价值已超过 1 亿美元。

据记者了解,真正意义上的房产众筹需要开发商在立项之初提前锁定购房人,并用购房人的众筹资金来建房。按照这样的标准,目前既有的众筹模式尚停留在以众筹之名卖房或是投资理财的阶段。

严跃进表示,本质上说在市场低迷的格局下,众筹是房企主动通过营销创新来夺取市场份额的做法,但这是以房产折扣作为代价所创造的一种噱头的营销创新。现在来看,这是否昙花一现的创新模式还值得观察,毕竟目前政策层面还是空白,不排除未来出台一些新的监管政策。