

# 中国房地产 企业月报

10月刊  
2015年

CRIC 研究中心





## 【企业分析】

### 【合约销售：延续“金九”市场热度，“银十”火爆持续】

表 1：2015 年 10 月 20 家监测企业销售业绩统计表

单位：亿元，万平方米，元/平方米

企业名称	2015 年 10 销售业绩			金额环比	金额同比	2015 年 1-10 月累计销售业绩			金额同比
	销售额	销售量	实现均价			销售额	销售量	实现均价	
恒大地产	258	328	7861	130%	185%	1545	2007	7700	44%
万科地产	237	187	12620	-3%	7%	2041	1627	12544	19%
绿地集团	226	228	9911	-32%	13%	1610	1585	10158	5%
万达集团	139	103	13525	6%	61%	1068	1112	9606	21%
碧桂园	130	203	6407	-2%	20%	976	1513	6450	6%
保利地产	108	84	12864	-8%	-28%	1206	942	12807	13%
中海地产	101	85	11784	-19%	-5%	1086	940	11552	15%
华润置地	70	66	10617	1%	-24%	705	588	12000	33%
世茂房地产	70	58	12117	-1%	3%	538	447	12056	-6%
融创中国	62	27	22889	68%	-24%	502	232	21675	-4%
龙湖地产	60	48	12579	12%	-3%	415	339	12246	8%
绿城中国	56	32	17460	2%	-65%	510	280	18210	-20%
富力地产	54	35	15586	17%	9%	393	318	12372	-14%
金地集团	54	47	11563	-17%	21%	444	334	13295	35%
招商地产	50	19	26215	-46%	71%	426	254	16753	21%
新城控股	39	43	9106	-5%	24%	240	263	9141	29%
中信地产	36	72	4917	-17%	118%	181	180	10067	3%
雅居乐	30	32	9348	1%	-41%	326	367	8895	-3%
远洋地产	25	38	6436	-25%	-65%	245	192	12781	-19%
保利置业	20	15	13423	-23%	-9%	248	211	11781	25%
<b>合计</b>	<b>1823</b>	<b>1750</b>	<b>10418</b>	<b>-2%</b>	<b>5%</b>	<b>14707</b>	<b>13728</b>	<b>10713</b>	<b>12%</b>

数据来源：CRIC中国房地产决策咨询系统

备注：数据来源于 CRIC 监测，与企业公布存在差异

#### 核心观点：

1、“银十”楼市火热，9 月份总体销售额环比上升 28%，本月继续环比上升 15%，同比上升 3%略好于去年同期。

2、本月，恒大销售金额环比增长 130%，同比达到 185%，业绩涨幅明显，提前完成了年度目标。其中，恒大全国项目大量推盘且全面涨价，加上楼市回暖等因素，使本月销售猛增。

3、展望年末最后两月，经过“金九银十”回暖之后，部分房企业绩完成可喜，甚至已有房企提前完成了目标。如此，房企可强化入市节奏，积极退货，冲刺年终销售指标。

### 【企业拿地：单价创年内新高，碧桂园首次进京】

表 2：2015 年 10 月 20 家监测企业新增土地统计表

单位：万平方米、亿元、元/平方米

排名	企业名称	2015 年 10 月新增土地					2014 年月均新增土地		
		建筑 面积	成交 总价	平均 楼面价	建筑面 积环比	成交总 价环比	建筑 面积	成交 总价	平均 楼板价
1	恒大地产	184.30	59.23	3214	-	-	29.34	11.78	4016
2	万科地产	144.40	123.71	8567	10%	-6%	96.01	42.67	4444
3	碧桂园	79.55	65.31	8211	-63%	-70%	73.47	7.34	1000
4	保利地产	65.58	70.03	10678	-75%	-67%	103.03	35.76	3471
5	新城控股	31.69	32.68	10312	-31%	-29%	37.4	9.96	2662
6	金地集团	29.84	12.36	4143	-25%	-69%	22.1	11.91	5388
7	万达集团	19.70	2.03	1029	-88%	-99%	164.00	20.50	1250
8	龙湖地产	12.19	14.25	11686	-82%	-79%	22.29	17.21	7720
9	绿城中国	7.72	16.25	21049	1549%	3370%	27.81	17.75	6385
10	华润置地	3.71	4.69	12616	-	-	41.84	19.74	4717
-	绿地集团	0.00	0.00	-	-100%	-100%	126.19	31.69	2511
-	中海地产	0.00	0.00	-	-100%	-100%	118.31	54.47	4604
-	招商地产	0.00	0.00	-	-100%	-100%	56.8	27.5	4841
-	远洋地产	0.00	0.00	-	-	-	49.75	22.59	4540
-	世茂房地产	0.00	0.00	-	-100%	-100%	43.91	11.03	2511
-	融创中国	0.00	0.00	-	-	-	27.48	23.42	8520
-	保利置业	0.00	0.00	-	-	-	14.34	7.21	5026
-	富力地产	0.00	0.00	-	-100%	-100%	9.02	1.45	1609
-	雅居乐	0.00	0.00	-	-100%	-100%	7.45	0.89	1191
-	中信地产	0.00	0.00	-	-100%	-100%	4.14	1.03	2486
<b>总计</b>		<b>578.68</b>	<b>400.53</b>	<b>6922</b>	<b>-59%</b>	<b>-49%</b>	<b>1074.68</b>	<b>375.9</b>	<b>3498</b>

备注：数据来源于 CRIC 监测，与企业公布存在差异。

数据来源：CRIC 中国房地产决策咨询系统

#### 核心观点：

1、10 月，20 家房企拿地量价较上月大幅下跌，楼板价依然继续上升，20 家房企平均楼板价为 6922 元/平米，创下今年以来单月成交楼板价最高纪录。究其原因，房企战略偏向一二线重点城市，但相应的土地供应越来越有限，致使成交楼板价只升不降。

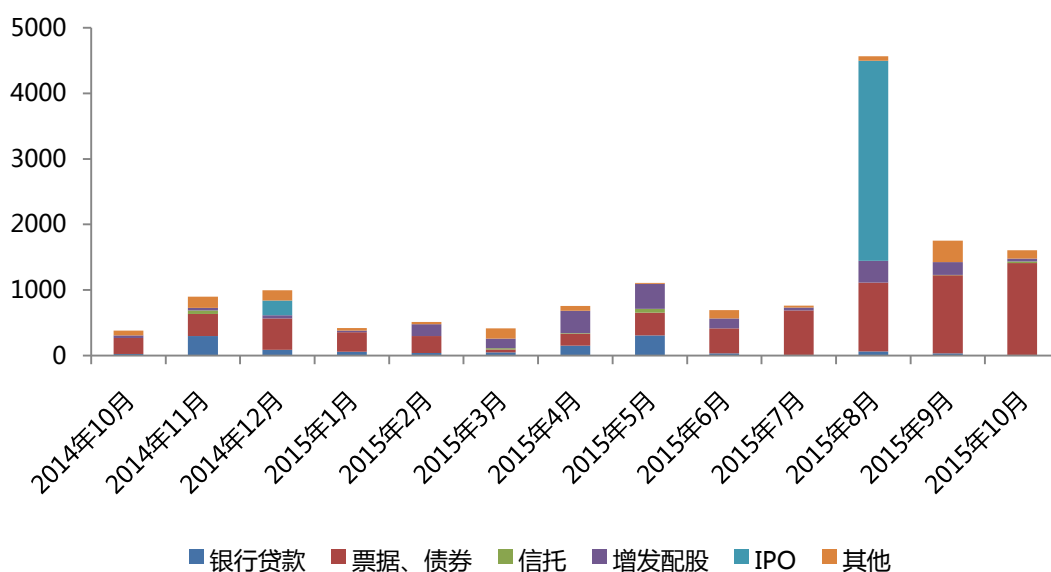
2、本月多数拿地房企平均楼板价在 8000 元/平米以上。从单个企业来看，碧桂园最为

典型，平均楼板价高达 8211 元/平米，环比上升 329%。这主要是企业再度“进城”攻地，联合金茂以总价 51.8 亿元夺得北京丰台区四合庄两块地，楼板价最高达 29753 元/平米，直接拉升了单月成交均价。

3、总体来看，本月房企整体拿地投入可用一个“豪”来概括，主要集中于一些经济发达、市场较好的重点城市发力，且竞争激烈，高溢价地块频频出现。我们认为，房企对优质地块的追求，热情还是很足的。

### 【企业融资：房企融资小幅回落，海外融资后劲不足】

图 1：2014 年 10 月-2015 年 10 月 108 家监测企业融资额统计图



数据来源：CRIC中国房地产决策咨询系统

#### 核心观点：

1、10 月融资总量为 1604.2 亿元，环比下降 8.5%，除了票据、债券占比有小幅上升之外，其他融资方式募集的资金量均有了显著下降。在期限方面，以 5-7 年中长期债务为主流，平均融资成本维持在 5%左右。

2、具体来看，公司债依旧是房企较为偏爱的融资方式，本月表现较为突出的当属恒大和绿地，恒大的 200 亿 5 年期公司债已发行完成，而绿地也高调宣布拟发行 200 亿元公司债用于日常营运。房企频频发债除了意图以低息债改善现有债务结构之外，也为后期开发运营做好了足够的资金储备。

3、就海外融资而言，10 月持续下降，融资总量仅有 31.2 亿，国内债市的一片大好使得海外融资的吸引力在逐步下降，只要政策层面保持宽松，海外融资总量下降的趋势在短期内将不会得到改变。

## 【营销策略：升级社区服务强化客户粘性，金融创新加速项目回款】

表 3：2015 年 10 月 108 家监测企业亮点营销情况表

营销主题	企业名称	城市	活动时间	内容
社区服务	融创中国	上海	10 月 17 日	融创上海发布了 ONE 生活服务体系，并宣布进军社区服务领域，据悉，ONE 生活主要分为美食、运动、便利、社交和社区营造五大体系。
金融产品	中国金茂	/	10 月 12 日	推出“金茂宝”不仅对认购金茂宝的投资者给予了 99 折起的购房优惠，还给出了 8.88% 的预期平均年化收益率。
	恒大地产	北京	10 月 20 日	恒大与搜易贷推“恒大购房宝”，针对北京大兴自住型商品房恒大翡翠华庭优选购房人群进行的应收购房款保理业务，8 个月收益率 8%，总金额为 3 亿元。

数据来源：CRIC 中国房地产决策咨询系统

### 核心观点：

1、相比 9 月，10 月项目总体让利进一步收窄，9 折以上优惠当道，恒大甚至提出涨价。体现在营销创新层面，房企愈加重视社区服务，同时“宝宝”类金融产品再掀营销卖点。

2、进军社区服务领域，融创构建生活服务体系改善社区管理、增加客户粘性。从服务内容来看，覆盖美食、运动、便利、社交和社区营造，满足日常生活所需，实现社区生活闭环，提升产品附加值，强化客户认可度。

3、推短期高收益金融产品，房企借理财属性加速项目资金回笼。金茂推出“金茂宝”、期限仅 3 个月，年化收益率达 8.88%，并有额外购房优惠，意在推动房源去化，恒大上线“购房宝”，创新金融模式，以应收购房款做担保，给予投资人 8 个月 8% 理财收益，提前锁定项目回款。

## 【人事变动：中海高层离巢成常态，范逸汀加盟旭辉主导高端产品】

表 4：2015 年 10 月 108 家监测企业人事变动列表

时间	企业名称	变动人员	变动情况	原职位	现职位	变动分析
2015-10-20	中海地产	范逸汀	辞任	原中海地产助理总裁、副总建筑师	旭辉集团副总裁	加盟后，范逸汀将负责全集团设计管理及产品线提升与打造，接下来将主导旭辉首条高端产品线“铂悦系”的设计规划和打造

2015-10-26	中海地产	郭勇	辞任	执行董事	/	集团内部分工调整
2015-10-26	中海地产	阚洪波	辞任	执行董事	/	集团内部分工调整
2015-10-26	万达集团	曲德君	调任	万达商业地产执行董事、总裁	万达金融集团总裁兼万达网络金融有限公司董事长	集团内部优质资源向金融业务倾斜的一个表现

数据来源：企业公告，CRIC中国房地产决策咨询系统

### 核心观点：

1、从 108 家监测企业的人事变动情况来看，本月变动数量较 9 月大幅下降。从累计数量来看，今年首 10 月的数量远超去年同期的水平。

2、继 9 月底曲咏海辞职后，本月中海的高层又出现多项人事变动。而中海人员流失已被业内视为常态，主因与其国企体制有很大关系。在 2015 年 3 月的香港中海媒体春茗会上，高层也以“中海一系列人事变动和国企体制所能给予的薪酬不及民企有关”作出回应。

3、近两年来，旭辉频频引入万科、龙湖等龙头房企高管，此次聘用范逸汀更是进一步强化了人才建设。鉴于企业欲开拓高端产品，作为中海设计核心人物，范逸汀的加盟将有力推进并实现旭辉产品升级的目标。

### 【战略动态：万科、景瑞推定制化服务，阳光城涉足长租公寓】

表 5：2015 年 10 月 108 家监测企业战略动态列表

战略	企业名称	主要内容	具体事件
产品定制	万科&红星美凯龙	红星美凯龙万科战略合作，升级一站式消费链条	10月17日，在万科&红星美凯龙战略合作发布会现场的万科北宸之光，红星美凯龙现场就为北宸之光推出10套个性化定制样板房及一系列个性化家居软装定制方案。
	景瑞地产	颠覆产业定制新模式 景瑞杭州首推“自由家”产品系	10月17日，景瑞全新产品系“自由家”在杭州发布，提出将定制装修定义为未来重要产品战略。此外，景瑞介绍了以“精装+定制”为概念的ePLUS体系。在该体系中，用户不仅可以选择家的所在地，还可以选户型、装修风格、景观，甚至于邻居都可以在考虑范围之内。
合作 (长租公寓)	阳光城	阳光城魔米公寓联袂寓见战略合作发	10月19日，阳光城·MODO和寓见公寓达成战略合作协议，以房产轻资产运营作为共同的发展策略。

		布会盛大召开	寓见和阳光城·MODO 的多元化合作方式,将带动人流量,激活周边商圈。
拆分	建发股份	建发股份拆分,新成立房产平台或通过 IPO 上市	10月8日,建发股份被剥离后的房地产资产经过合并重组后,有望再次单独上市。据了解,建发分拆上市的核心方案为:将建发房产、联发集团等五家房产公司的股份,从建发股份归到一家新成立的名为“建发发展”的新公司旗下。据建发披露的数据,新成立的房产平台公司——建发发展的资产总额有望达到700亿元之巨。
互联网众包模式	SOHO 中国	SOHO 3Q 启用互联网众包模式	10月14日,SOHO 中国宣布 SOHO 3Q 正式开启互联网众包模式,赶集快租、优办、远行地产等首批8家企业加入3Q联盟,SOHO 中国为该模式准备了1.6亿元佣金。众包模式,是指一个公司或机构把过去由员工执行的工作任务,以自由自愿的形式外包给非特定的(而且通常是大型的)大众网络的做法模式。

数据来源:企业公告, CRIC中国房地产决策咨询系统

### 核心观点:

1、从本月重点的战略动态来看,一类以万科、景瑞为代表的房企推出定制化产品,以互联网思维贴合用户需求,另一类以阳光城为代表的房企涉足长租公寓,轻资产运营下推动营销。

2、房企推出产品定制化,一方面,打造产品差异化,有力推动项目去化,另一方面,是积极利用互联网思维的体现,着重关注于用户需求和体验度的提升。定制化服务将有望成为行业的新趋势,但是房企如何协调成本将是首要问题。

3、鉴于看好年轻市场,阳光城魔米公寓与寓见合作长租公寓项目,一来符合当下房企轻资产运营的战略要求,稳定租金带来可观现金流,二来盘活存量房,有助项目的营销推广推动去化。