

二手房市场成交回落 “金九”难现

孙鑫

8月,上海针对二手房贷款出台“三价就低”政策,叠加之前其它政策,沪上二手楼市成交持续走低。据中原地产数据显示,8月上海二手住宅仅成交1.8万套,延续了7月回调的态势,环比下降24.3%,同比下降39.6%,为2021年以来最大幅度的月度回调。

量价齐走低 成交进一步萎缩

多家机构监测的8月新房、二手房成交数据呈现回调态势。据某知名中介监控数据显示,8月份全市共成交二手房1.8万套,环比下降24%,同比下降40%,成交金额574亿元,环比下降30%,同比下降44%,套均总价318万元/套,环比和同比分别下降7%,成交均价38206元/平方米,环比下降8%,同比下降5%。此外,带看量环比下降5%,已连续3个月出现环比下跌,同样预示着成交量增长缺乏动力。但从新增客户量来看,环比依然有所增长,说明观望氛围持续。

值得注意的是,8月二手房成交均价出现今年以来首次明显的下降,环比下降8%,同比下降5%。成交均价绝对值3.8万元/平方米,已回调至2019年的月均成交水

平。这也是本轮调整的特点。在成交量进一步萎缩的同时,成交价格也出现明显回调。业内人士表示,在调控政策不断加码下,二手房市场短时间内难以回到年初“成交两旺”态势。

各环线成交均回调 刚需成交活跃

从均价环比来看,各环线均出现下跌。8月外环以内成交量的环比和同比下降显著,且越靠近市中心,同比下降越显著。内环以内的成交量绝对值已下降至不足2000套,几乎回到2018年的水平。从占比来看,外环间占比下降了2个百分点,郊环以外占比增加了3个百分点;从均价同比来看,外环以内同比依然保持正增长,外环以外则出现负增长,但内环以内同比增速收窄显著。从均价环比来看,各环线均出现下降。



/6-8月上海各环线成交套数,紫色为8月

从空间分布看,外围区域成交占比有所扩大。比如外环以外区域8月份成交占比为59.1%,比7月提升2.2个百分点,由于市中心房源总价高,对于支付能力要求也高,在预算有限的背景下,购房需求或进一步集中在外围刚需区域,主要集中在五个新城区域。从成交板块来看,8月板块销量TOP5分别为惠南、南桥新城、金山新城、嘉定主城区和青浦新城。可见,五个新城成当下楼市成交热点,很多刚需和刚改力量正逐步认可这些区域。

从成交结构来说,今年1-8月,90平方米以下的成交占比减少了1个百分点,90平方米以上的占比增加了1个百分点,改善型的占比较上半年的增长有所缓和。而从总价段来看,200万以下的占比减少了1个百分点,1000万以上的占比增加了1个百分点。

新增挂牌量持续减少 难现金九行情

8月二手房成交量从高点

万套回调至1.8万套左右,说明二手房市场明显降温。作为房东,客源减少后,对于价格的坚持度也会逐步下降。尤其是一些总价七、八百万以上的房源,看房人数明显减少,如果房东急于出售的话,不排除价格率先出现松动的可能。

据易居研究院智库中心研究总监严跃进表示,目前买卖双方心态是,房东对于政策的效应还在观望、在等待,而购房者也同样在持币观望,短期内难以入市。因此二手市场成交短期内还将持续萎缩态势,预计到第四季度,考虑到潜在购房需求依旧存在,成交量或将止跌回升。值得注意的是,鉴于买卖双方观望浓厚,买家基于二手房的贷款政策,导致增加首付比例,对于支付能力不强的买家影响很大,因此,不排除这部分需求转向新房市场或者干脆搁置购房计划。

展望9月,沪上二手房市场难现“金九”行情。从中原数据显示,7月后每周新增挂牌量出现减少,8月则进一步收缩。今年周度新增高峰大约在1.2万套左右,大部分时间在1.1万套左右,但进入7月后出现回落,8月挂牌则勉强站上8000套,持续下降的趋势已经明朗。

上半年龙头房企业绩增长明显

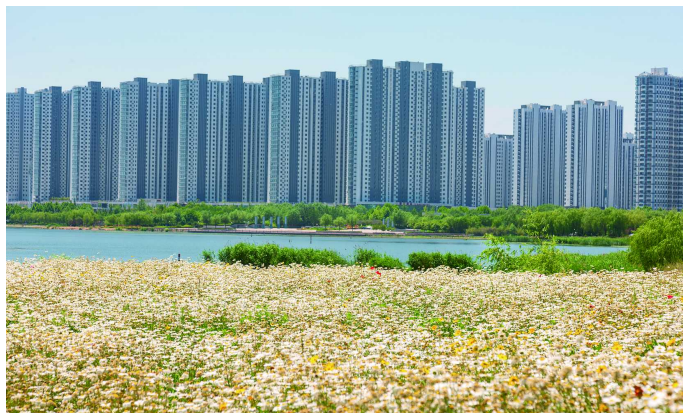
王璠

日前,多家上市房企发布半年度业绩报告,龙头房企业绩依然增长强劲,而中小房企净利润持续下滑。克而瑞报告显示,百强房企1-6月累计实现销售操盘金额61499.1亿元,同比增长36.7%,业绩规模显著提升。

中国金茂【上半年业绩同比增长27%,关键数据实现优质增长】上半年总计录得合同销售金额1301.5亿元,同比增长27%;半年营业收入284.56亿元,较去年同期增长135%,上半年实现所有者应占溢利为43.01亿元,同比增长14%;在财务表现上,中国金茂上半年杠杆比例下降至43%;回款达到了1229亿元,回款率高达94%;融资成本进一步下降至4.01%,其中外币债务融资成本低至2.33%。中国金茂半年报中,关键数据均实现了优质增长,在同行中位居前列。

万科地产【上半年业绩同比增长10.6%,上海区域贡献37.3%】上半年万科累计实现合同销售金额3544.3亿元,同比增长10.6%。上半年,万科在全国19个城市市场销售排名第一,在17个城市排名第二。分区域结构来看,业绩贡献最高的上海区域实现销售金额1322.2亿元,销售金额和面积占比分别达到了37.3%和30.5%。

碧桂园【上半年业绩同比增长14%，“行稳致远”高质量发展】上半年碧桂园连同其合营企业及联营公司累计实现归属于母公司股东权益的合同销售金额3030.9亿元,权益销售面积3451万平方米,分别同比增长14%和8%。自2018年下半年以来碧桂园践行“行稳致远”的战略,未来将持续保证供货、



/视觉中国

保障销售回款和现金流,以销定产。

融创中国【销售金额同比增长64.3%,稳居行业第四】上半年融创中国实现合同销售金额3207.6亿元,同比增长64.3%,头部优势进一步巩固;销售面积2194.5万平方米,同比增长56.4%,销售排名稳居行业第四。销售结构方面,贡献比重最高的为长三角区域,销售金额1141亿元,占比35.5%。下半年,融创中国预计总可售货值达6675亿元,其中长三角区域占比达29%。

中海地产【销售增长21%至2072亿元,未来五年保持两位数增长】上半年中海地产(含联合营公司)共实现合同销售金额为2072.1亿元,同比增长20.5%。从历年增速来看,2018、19年中海销售规模开始提速,同比增长分别为30%、25%;2020年中海销售增速有所放缓至12.5%。

金地集团【销售增速60%,上海单城销售破200亿】上半年实现合约销售额1628.3亿元,销售面积753.0万平方米,分别同比增长60.2%和55.3%。销售规模同比增长高于百强房企40%的平均水平,

全口径销售额行业排名上升至第10位。前6月的目标完成率为58%,2021年可售货值约4600亿元。

中小房企净利润亏损明显

从公告来看,今年上半年中小房企净利润亏损,业绩下降幅度较大。截至目前,净利润亏损额度最高的是泰禾集团。日前该集团发布2021年半年度业绩预告,预计归属上市公司股东的净利润亏损在8.5亿-11.5亿元,2020年同期亏损15.8亿元。基本每股收益预计亏损0.3415元-0.4621元。泰禾集团表示,报告期内亏损与2020年同期相比有所下降,主要原因是公司对各类费用和固定成本进行严格管控,在节约开支方面有所成效。

美好置业发布报告称,上半年净利润录得约-2.90亿至-4.10亿元。主要其装配式建筑业务尚未达到相应的规模,报告期产生经营亏损2亿元;受房地产开发周期影响,上半年房地产项目结算面积、结算收入较少,造成公司报告期业绩亏损。

物业服务成新利润增长点

受房地产市场调控的持续加码,房企拿地成本大幅上涨,利润空间受到挤压,利润率下滑,微利已成为行业大趋势。因此,发展非主流行业成为房企下一个命题。据克而瑞统计,在2020年,共有18家物业服务企业登陆资本市场,超过以往任何一年。2021年至今,又有多家企业成功上市。截至目前,上市企业总量达到54家。而上市热情依然高涨。单月来看,7月共有6家企业成功登陆资本市场。据悉,2021年至今物业板块市值一度突破8000亿元,其中部分物业服务上市企业市值一度反超或接近其关联地产公司。

从上市房企发布的半年度业绩报告发现,物业服务已成为房企新的利润增长点。8月3日,碧桂园服务发布盈利预告。公告显示,预计上半年公司未经审核合并收入、税前利润、期内净利润及股东应占利润,同比均录得超过50%的增长。该增长主要是由于集团物业管理在管面积的增加与社区增值服务、非业主增值服务及城市服务业务收入的综合上升导致。据了解,去年上半年,公司的收入、税前利润、期内净利润及股东应占利润,分别约为62.71亿元、18.14亿元、13.35亿元以及13.15亿元。

此外,万科践行“城乡建设和生活服务商”战略,多元业务板块发展稳步推进。其中,物业服务万物云实现收入103.8亿元,同比增长33.3%;租赁住宅泊寓累计运营管理房源19.2万间,间天出租率达95%;商业开发与运营板块实现收入36.3亿元,整体出租率92.3%。

龙光·天境国际生活馆启幕

近日,龙光·天境国际生活馆启幕。作为龙光首入沪上之作,此次生活馆的开放引入龙光“国际范 极致家”的高端人居匠造理念,以现代美学建筑迭新杨浦城市界面,打造集国际前沿艺术与居住为一体的健康生活方式。在产品营造中,龙光·天境沿袭品牌高端人居匠造精髓,联袂天华建筑设计团队与安琦道尔景观设计团队,精研高端建筑取材原则,以彩釉玻璃、香槟色铝板等,打造全球视野下的国际都市范本;在园林景观的设计中,充分尊重滨江土地价值,打造半开放式会客厅园林,以一条乐活跑道链接7大全龄生活场景。恢弘礼仪入户门庭,尽显滨江高端人居格调;精彩邻里会客厅、摩卡社交艺术吧台,打造更具交流性的社区;分龄童梦乐园、成人活力健身场景、适老康体空间满足了不同年龄段所需。

金地丰盛道示范区将开放

作为金地在松江大学城的最新力作,金地丰盛道预计四季度入市,将推建面约90-124平方米的高层和约136-158平方米的叠墅。从外立面到景观设计,审美都高度在线,而且很注重社交元素,契合年轻业主对“精致生活”的需求,升级板块人居体验。外立面采用了大量玻璃元素,并用精致金属勾勒。既增加了通透感,颜值又更时尚。

户型上,更注重实用功能,以约99平方米的户型为例,经典的三开间朝南、动静分离,客餐厅连接阳台,整个活动区比较连贯,空间利用率高。