

2021中国房地产企业品牌价值 50 强揭晓

50 强房企市场开拓节奏趋稳

孙鑫

2021中国房地产开发企业品牌价值 50 强(1-16)

昨天,《2021中国房地产企业品牌价值测评研究报告》及2021中国房地产开发企业品牌价值50强榜单出炉。报告显示,随着近年来我国经济发展从高速增长阶段进入高质量发展阶段,房地产行业竞争日益激烈,市场集中度不断提升,整体向集约化发展迈进,品牌之于企业的重要性更加凸显,品牌价值带来的溢价效应及成本优势受到诸多房企的重视。这是由中国房地产业协会指导、上海易居房地产研究院中国房地产测评中心联合发布的。

50强房企基本稳定
上市房企占比近八成

根据测评报告,榜单前三由中海、万科和碧桂园占据。中海继续位列榜首,品牌价值为751亿元,万科、碧桂园分别以669亿元和573亿元位列第二、第三位。保利发展、华润置地、龙湖、融创中国、招商蛇口、世茂和金地分列四到十位。报告显示,近几年50强品牌房企位次基本稳定,2021年50强榜单变动率为14%,20强榜单变动率为10%,10强榜单变动率为20%。

从50强品牌房企总部分布来看,华东、华南房企占比较大,分别为44%和34%。其次为华北,占比为14%,西南和华中房企占比未超10%,西北房企未入榜。相较于2020年,华东房企占比有所增加,其它区域占比均有所降低。10强品牌房企中,华南区域依旧占据最高份额,总计有7家,华北区域房企2家,华东区域房企1家。

从近5年50强品牌房企榜单来看,上市房企依旧占据主流位置,资本市场对房企发展起着正面促进作用。2021年,50强品牌房

排名	企业名称	品牌价值(亿元)
1	中海企业发展集团有限公司	751
2	万科企业股份有限公司	669
3	碧桂园控股有限公司	573
4	保利发展控股集团股份有限公司	493
5	华润置地有限公司	486
6	龙湖集团控股有限公司	436
7	融创中国控股有限公司	412
8	招商局蛇口工业区控股股份有限公司	397
9	世茂集团控股有限公司	382
10	金地(集团)股份有限公司	327
11	旭辉集团	301
12	新城控股集团股份有限公司	296
13	阳光城集团股份有限公司	282
14	广州富力地产股份有限公司	278
15	雅居乐集团控股有限公司	271
16	中国金茂控股集团有限公司	270

企中,上市房企占比约为80%,非上市房企占比约为20%。

品牌价值增速趋缓
第二梯队房企小幅扩容

从2017-2021年房地产企业品牌价值测评结果看,企业品牌价值总体呈现稳步增长的态势。数据显示,2021年50强和20强品牌房企的品牌价值均值均保持增长。其中,

50强品牌价值均值由2017年的149亿上升至2021年的251亿,年均复合增长率为10.99%。20强品牌价值均值由2017年的238亿上升至2021年的383亿元,年均复合增长率为9.98%。

从各梯队品牌价值区间分布来看,品牌价值在200亿以上的第一梯队房企数量为25家,占比50%,较上年下降2个百分点。品牌价值在100亿到200亿之间的第二梯队房企数量为25家,占比50%,较上年增加6

个百分点。

从近5年的情况看,进入品牌50强门槛不断抬高,品牌价值从2017年的54亿提升到2021年的113亿,增长约109.26%。品牌价值10强的门槛从201亿提升到327亿,增长约62.69%。报告还显示,从2017-2021年连续入榜企业的品牌价值测评结果来看,品牌价值总体有所增长。数据显示,2020-2021年连续入榜企业中,品牌价值实现正增长的房企占比89%。

品牌三度有所下降
房企市场开拓节奏趋稳

中国房地产测评中心连续两年通过消费者调研,从认知度、美誉度和忠诚度三个维度分析房企的品牌特征。总体来看,2021年,50强品牌房企的认知度、美誉度和忠诚度均出现不同程度的下降。

调研结果显示,50强品牌房企的认知度多数集中在25%-50%之间。10强品牌房企平均认知度为61.52%,较50强平均水平高出18.03个百分点,两者差距较2020年有所收窄。品牌美誉度方面,2021年56%的50强品牌房企美誉度在20%到40%之间,其中,美誉度在30%-40%的房企占比,较上年下降较多。10强品牌房企平均美誉度为37.93%,比50强平均水平略高3.43个百分点,差异并不明显。忠诚度方面,下降程度最大。其中,10强品牌房企平均忠诚度为17.14%,较50强平均水平高9.21个百分点。

另一方面,优质的品牌有助于企业的市场开拓。品牌房企凭借较强的资源获取能力,优势明显。截至2020年末,50强品牌房企总土储面积为7.48亿平方米,货值存量维持较高水平。从各梯队分布来看,10强品牌房企土储面积占比54%,保持较高话语权,强者恒强的趋势有望持续。

房租悄然上涨 供需失衡成主因

上半年以来,沪上租房客发现一个现象——租金正在悄悄上调了。尤其进入7月,各区的租客们陆续接到房东通知,9月起租金要上调。比如周浦康桥的二房要从3800元涨到5000元,宝山一房涨了400元,"张江高科的租金快赶上世纪大道的租金了"。

据克而瑞发布的《2021年1-6月上海租赁市场月度报告》显示,上半年上海租房市场整体呈上升状态,外环内各区普遍上涨了300-500元。部分区域已经连续上涨了7个月。业内人士表示,挂牌量减少,需求量增加导致的供需不平衡,成为本轮租金上调的主要原因。



/视觉中国

租赁房源挂牌量减少
毕业季需求激增

7月,克而瑞数据统计,上海14区租金全部同比上涨,环比上涨了4.4%,同比上涨2%。具体来看各区域,奉贤涨幅最低,上涨8%,徐汇、虹口涨幅超过20%,静安、青浦上涨15%,浦东上涨11.8%。业内人士表示,今年全市租金已累计上涨10.8%。

从产品类型上看,7月涨幅最大的为高端住宅,以古北壹号为例,近日挂出的一套房源租金为25万/月;从长租公寓来看,自如等租金较去年有了明显涨幅,而供应量却比去年同期要少很多;从酒店式公寓来看,如果是新开酒店式公寓,由于装修标准高,环境好,起始租金定价就比之前同板块的高,以泗泾某大型租赁公寓为例,开出价格比周边400米外的其它公寓定价高出40%;从老式住宅来看,一房、二房涨幅较多,三、四房涨幅较小,小户型的稀缺性可见一斑。

业内人士表示,上海今年房租悄然上涨的

根本原因还是供需失衡。2021年第二季度上海挂牌出租房源为11万套,而两年前,2019年二季度挂牌出租房源为17.3万套,两年间挂牌出租房源减少了36%。此外,需求端却持续增加,3-4月返工潮来临,春节后租金迎来季节性上涨,而6-7月毕业季,毕业生找工作找租房,也是常规租赁旺季,租金上涨是正常趋势,加之疫情后很多海归选择回国就业,需求量增大。另外由于近期购房市场的强监管,一些刚需客户因为贷款政策的变化,不得不继续租房,新老租房需求叠加,租金水涨船高。

自如等8家企业
承诺年底前不涨租金

每年9月、10月是租房旺季。为稳定住房租赁市场,数据显示,2021年8月,全国8个核心城市平均租金为71.4元/平方米/月,环比微降2.3%,但相较于2020年同期仍有22%的涨幅。相关部门已注意到部分热点城市房租上涨情况,并出台了相关措施。8月31日,住建部发布《关于在实施城市更新行动中防止大

拆大建问题的通知》,明确提出城市住房租金年度涨幅不超过5%。近期,上海、北京、深圳、武汉等地均出台政策稳定住房租赁市场。

9月18日,上海市房地产经纪行业协会官方微信发文称,当日,在上海市房地产经纪行业协会组织下,自如、建信、相寓、唐巢、魔方、领寓、安歇、闲猫、链家、中原、我爱我家、太平洋等12家企业代表签署承诺书。12家租赁企业、经纪机构做出六项承诺,并向全行业发出倡议。租赁企业的承诺内容包括不哄抬租金、不虚假宣传、不克扣租金、不恶意竞争、不强制服务、不推诿扯皮;经纪机构的承诺内容包括不哄抬租金、不虚假宣传、不赚取差价、不隐瞒欺诈、不参与群租、不推诿扯皮。

为稳定上海住房租赁市场,自如、建信、魔方、相寓等8家租赁企业明确承诺,今年年底前挂牌出租房源不涨租金。在上海租赁市场,有少数职业二房东,通过低价收房源、高价出租,赚取租金差价,给一些租客的生活带来了负面影响。企业联手发出倡议,整顿违规现象,对于沪上租赁行业健康长远发展将带来积极影像。

万科业务有机共生协同发展

日前,万科旗下德英乐教育25周年沉浸式艺术展开幕式在万科上生·新所举行。作为万科在上海的教育品牌,万科集团的多元业务持续为德英乐教育提供着优渥且丰富的生长土壤:住宅、商业、冰雪度假、城市更新。德英乐与万科旗下的多个板块合作,链接国内外顶尖学习资源,致力于为孩子们打造无围墙的学校、无边界的课堂,让学生在真实的世界中更好地开拓视野,激发潜能,获得成长。在中秋假期,上生·新所被德英乐打造成了一个沉浸式的城市剧场。6只德英乐猫头鹰IP形象坐落在园区内,现场的小朋友和大朋友们争先与其合照。

数据中心投资总额有望创新高

近日,CBRE世邦魏理仕最新发布《2021上半年亚太区数据中心趋势报告》显示,今年上半年亚太区数据中心直接投资交易额达18亿美元,其中,中国内地数据中心直接投资规模约56.4亿元人民币,位列亚太区各市场首位。伴随全球数字化进程加速,亚太区数据中心投资近两年快速增长。在2020年亚太区数据中心投资额创下5年新高的基础上,2021年前六个月投资规模已达去年全年的80%。考虑到下半年内还将有几单相关大宗交易陆续完成,世邦魏理仕预计今年的亚太区数据中心投资总额将超越去年,创下历史新高。世邦魏理仕今年的中国投资者意向调查结果显示,57%的投资者将数据中心视为其首选另类资产。