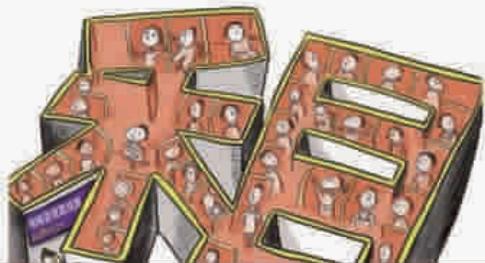


新民楼市

本报专刊部主编 2016年6月2日 星期四 责任编辑:夏菁岑 视觉设计:薛冬银 编辑邮箱:xiaqc@xmwb.com.cn

“不买房一代”悄然形成

开发商试水租赁市场



长租公寓快速崛起

华泰证券研报资料显示,中国存量房近25%空置率产生的房源正流向租赁市场。未来房地产行业将进入细分时代,开发商将在公寓运营、服务式办公等新领域加大投入,成为新的盈利点。而伴随着限购政策的进一步加强,买卖市场的供不应求,加上群租整治的挤出效应,房屋租赁市场需求走势强劲。 文/马晓晨

“地王”15%面积自持不可售

泗泾地王热潮未过,浦东新区周浦地块再掀高潮,央企大鳄保利地产以54.5亿元的高价竞得周浦镇西社区地块,再度刷新了上周泗泾每平方米6万元的保本价地王纪录。这一楼板价已超过目前地块周边在售项目,被形容为“面粉比面包贵”。

除了创下历史新高的楼板价,该地块还是上海首个购租并举实验地块。出让条件中明确规定15%面积自持70年不可出售,5%的面积作为保障房无偿移交给政府,这意味着可售商品住宅面积仅80%。不能有三层以下的联排和别墅产品。且自持的住宅面积不能境内转让,不能成立独立的商业公司,不能做商业,不能办小产证。对此,新城控股高层人士认为,设定自持面积实际上变相抬高了企业资金实力的门槛,减少房企间的竞争,降低地价上涨预期。另一方面,通过增加市场租赁引导租房而不是买房。对于房企来说,销售收入的下降会导致现金流下滑,这对房企的资金实力和住房租赁运营能力都是考验。

同策咨询研究部总监张宏伟认为,与打造高端的“酒店式公寓”相比,把这15%的自持面积看作是对上海“代理经租”政策的实践更为合理。业界人士预测,保利极有可能将打造长租公寓产品,配合政策导向和市场需求。

长租公寓前景看好

据《中国流动人口发展报告》统计显示,中国流动人口规模2013年已达到2.36亿,72%的流动人口通过租房居住,其中一半为80后,即接近8800万租房青年。北上广等六省市的流动人口占全国流动人口的85.9%,特大城市人口聚集态势加强。中国社科院《社会蓝皮书》指出,2015年我国高校毕业生总数将持续增加,达到740万,应届毕业生的增长为大城市提供了强大的租房需求。

《赶集网租房报告》指出,目前租房市场消费者近70%是85后,近50%是90后。研究结果表明这类人群希望提高生活重量,但不愿意做房奴,部分有可能成为“不买房一代”,在消费升级的背景下,长租公寓前景看好。

但目前我们传统租赁市场对比欧美发达国家尚有较大差距,无论是房东端还是租客端都面临各种问题:对房客而言,如面临虚假房源、找房费时、交接困难等问题;对房东而言,则是租期稳定性差、难以管理、保洁标准难以维持等问题。由于传统租房市场存在诸多痛点,消费者寻求更好租房体验,资本市场的助推以及国家政策面的推动,在人口持续流入而房价持续涨高的一二线城市,长租公寓市场正快速崛起。

运营成本高回报周期长

长租公寓从模式上分为“集中式”和“分布式”。集中式运用较为传统的商业地产运作模式,对独栋楼宇进行包租,由于资金投入较大,多分布在近郊。you+公寓、自如、魔方等都属于集中式公寓。以you+为代表,通过出让租金收益权实现资产证券化,将租金产生的现金流变成固定收益产品,募集资金用于后续项目开发。

另一种分布式公寓模式相对单一,通过对房租的包租运营,为消费者提供良好的居住体验,解决白领、蓝领等刚需客户的居住需

求。链家自如如是分布式公寓的典型代表,拥有丰富产品线,如今已达到一定规模。分布式公寓为分散的房东提供了“租赁整体解决方案”,房东既是供给方,也是需求方。房东签下托管合约之后,公寓运营方对托管房屋进行一定的标准化装修,再从空间和时间上进行拆分并出租给用户。

长租公寓大多提供线上看房服务,多数能达到租客心理预期,一定程度上杜绝了“假房源”。硬装软装统一标准化装修,降低了房屋整体装修和维修成本。针对不同房型、租期的租客进行有效管理,实行酒店管理模式,为租客提供保洁等高附加值服务。另外,租金也

较为灵活,不同于传统租赁市场的“押一付三”,部分长租公寓针对年轻租客推出了“押一付一”,或支持信用卡付款,大大缓解了租客的一次性投入成本。

长租公寓操作的模式,运营成本要求较高,资金回收周期较长,但房屋租赁良好的现金流、未来衍生收入和市场发展空间等优势,使该行业存在巨大的市场潜力,未来有望出现品牌化的长租公寓巨头。

开发商纷纷试水

新加坡凯德是较早从事长租公寓业务的房企之一,旗下长租公寓雅诗阁有三条产品线:雅诗阁、馨乐庭以及盛捷,雅诗阁主要面向高端人群,馨乐庭、盛捷则应对中低端需求,整体租金起点较高。雅诗阁采用轻资产模式,依托信托进行项目的收购,目前租金收入稳高速增长。

2015年8月,万科集团总裁郁亮在万科业绩发布会上介绍,万科的出租公寓已经建立了“万科驿”和“万科派”两个品牌。其中,“万科驿”作为万科租赁性公寓主要的推广品牌,定位面向城市新移民。目前,万科已经落地的长租公寓项目有广州万科驿、厦门万科驿、重庆万科驿、上海万科驿等10余个。首个上海万科驿公寓位于嘉定安亭,预计今年12月31日开业。

据悉,万科经营长租公寓目的主要有两方面,一是为住宅销售储备客户,对“准业主”进行品牌输出;二是作为营销手段,提供“试用”功能,通过长租公寓赢得购房者。作为国内地产开发商龙头企业,万科具备雄厚的资金储备和丰富的开发经验,能够降低物业获取成本。同时,万科在客户研究、物业管理以及品牌推广方面具有较大优势,发展租赁公寓也是万科从传统开发商转型为城市配套服务商的重大尝试。

嘉华的“尚臻”是全新推出的服务式公寓品牌,面向旅居上海,具有国际化背景的家庭客户。目前入驻租户大部分来自于全球500强企业,尚臻租金每月约为6万元人民币左右。嘉华在去年3月将静安项目中的113套房源设计为服务型公寓对外出租,徐汇项目也保留了120套可出租房源。嘉华中国市场销售部总经理杨景辉表示,嘉华希望增加物业出租比例以此获得稳定的租金增长。

对此业内人士分析认为,长租公寓行业机会和风险并存。由于前期投入资金巨大,回报周期较长,对于企业而言需要有较强的资本运筹能力。至于回报率,与物业销售相比,尚属微利行业。

