集团速递

房企年报3月齐发 压力下创销量新高

3月中下旬，上市房企迎来了年报发布密集期。世茂、阳光城、合生创展等品牌房企纷纷召开业绩发布会。从年报可以看出,2012年仍是房地产市场的牛市:万科以1412.3亿元创下销售金额新高，中海以128亿元的净利润创下房企盈利新高，恒大则创下销售面积新高。怀着对2013年的期望,多家大型标杆房企上调了今年销售目标。

但在规模扩大、负债率降低的同时,行业的利润率持续下跌。中信泰富房产利润下滑6成 背负590亿元债务；恒盛地产去年销售109.3亿较其销售目标仍差16%,成为少数没有完成目标任务的房企之一。未来一年,房企将在调控与行业低利润的双重压力下前行。

与此同时，房企在开发模式上的创新力度加大。万科、世茂、朗诗等标杆房企大打“旅居模式”、“文化地产”“绿色科技”等创意牌;在城镇化的背景下，房企进一步加速全国布局,意味着开发模式也会有所创新。

合生高端布局收获战略红利

□地产评论员 李志华

上周四下午,合生创展(00754.HK)对外公布2012年度全年业绩。数据显示，合生创展2012年合约销售额达116.43亿元,较去年上升17%,营业收入达99亿元港元，较去年提升24%,其中29.83亿港元的净利润更是让合生饱收战略红利。

深耕核心区域价值

从2004年国内第一个销售过百亿的房企到2012年销售成绩116.43亿元。合生已经顺利走过战略转型准备期。聚焦最具价值的核心城市深耕,聚焦项目商业模型深耕成为公司发展最重要的战略部署。可以说,在聚焦核心价值和优质资产驱动的道路上,合生与香港旗舰地产商长江实业不谋而合:在保持适度销售规模下,环渤海、长三角和珠三角三大核心区域，在核心地段，追求在一定体量规模的项目上,进行价值深耕。

最新的年报数据显示，截止去年底，合生共3324万平方米的土地储备都位于广东、上海与北京三大区域。其中,在北京、上海、广州合计拥有50多个开发项目，土地储备约1800万平方米,领先全行业。

发力掘金一线城市群

早在去年底,花旗银行就在一份专门的报告中指出,合生是一线城市新建商品房供应短缺的最大受益者,2013年可售物业价值高达450–500亿元，未来两年销售额复合增长率高达30%,在地产股中成长性突出。

正是看到优质土地的战略重要性，在稳步推进住宅开发的同时，合生在同行中率先加大商业地产投资比重。合生已在上海、北京、广州、天津、杭州等核心地块，开发了超过70万平方米的写字楼，保有超过200万平方米的商业地产土地储备。

经过前几年的主动降速和调整准备,在集团成立21周年之际,合生将加快战略转型，从生产型的房地产公司过渡到投资管理公司，从国内公司过渡到国际化公司。从土地、资金等要素驱动型增长，转变为管理升级带来的内生性增长和资本运作的外延式扩张双引擎驱动。这也是长江实业等投资控股型公司曾经走过的路径。

合生创展集团董事局副主席张懿先生表示,“2012年,国家房地产市场调控体系日益完善,市场行为逐步规范,市场保障基本平稳。面对政府坚持宏观调控政策不动摇的市场环境，集团实现了稳步发展。于调整期,集团更加注重提升产品质量,增加产品附加值,稳步推进企业战略转型,以项目经营拓展市场,提升品牌价值,从而获取市场和社会的认可。”

世茂今年销售目标剑指550亿元

上周二，世茂房地产(HK000813)在香港公布2012年报。2012年,世茂房地产累计销售面积409万平方米,合约销售金额达人民币461亿元,创造世茂年度业绩新高。2012年确认收入为人民币286亿元，较2011年同期上升10.1%。

布局全国 业绩持续创新高

2012年，因应市场形势,世茂制订快速去化的销售策略,在上半年立刻取得显著成效。2012第一季度,世茂迅速实现70亿元签约销售额；此后,4–6月,销售业绩连攀新高。

以二三线城市为重点的提前全面战略布局成为世茂制胜先招。业绩来源看,2012年世茂全面开花，全国37个项目明星频出，如南京世茂外滩新城前十月即实现销售金额20亿元,杭州滨江世茂、福州世茂御龙湾业绩突破21亿;晋江世茂御龙湾更以全年销售金额36亿位列集团销冠。

资金改善 制定销售量优先策略

市场调控下,房企利润率普遍下滑,但2012年初,世茂将降低负债率作为重要目标,为此采取了严格措施,负债率半年降到68.3%,年底净负债率进一步降至55.9%。

世茂表示,“自2012年开始，本集团部份项目以优惠促销库存，以及在二三线城市项目的销售比重大幅增加,导致平均入账销售价格有所下调。”因此,2012年世茂平均入账销售价格从2011年每平方米人民币11786元下降至2012年每平方米人民币10251元,降低4.9%,利润率降低的普遍特征在世茂亦有体现,但其降幅远低于500强企业净利润18.64%的平均降幅。 (罗婕)

◎链接

展望2013

世茂表示,预期2013年房地产市场将会进入新一轮调整周期，因此已提前布局。

在土地储备方面,世茂连续出手,增加土地资源储备,于海南文昌、上海、福州闽侯、武汉蔡甸、南京及南通、宁波、杭州及济南等地增加住宅土地达255万平方米，新增土地平均楼面地价约为每平方米人民币4382元。今年代表性项目上海“纳米魔幻城”正式亮相即推升市场热度,将与大连御龙海湾、晋江御龙湾等主力项目共同推动旅游地产板块业绩新高,加速推动“旅居模式”。

据悉,2013年世茂销售目标剑指550亿元,而在成功实现全面变革后,将确定持续增长基调。

宝龙地产 (HK.1238) 连续8年获评中国房地产百强企业

上周五上午,由国务院发展研究中心企业研究所、清华大学房地产研究所和中国指数研究院三家单位联合举办的“2013年中国房地产百强测评”在北京钓鱼台国宾馆发布结果。作为中国首家商业地产上市公司的宝龙地产(HK.1238)连续第八年获评百强企业,获得“2013年度中国房地产百强企业”第37名、“2013年中国房地产百强之星”、“2012–2013中国房地产年度社会责任感企业”、“2013中国商业地产优秀企业”，同时董事局主席许健康先生获得“2013中国房地产百强企业家”称号。

今年举办的“2013第十届中国房地产百强企业研究成果发布会暨第十届中国房地产百强企业家峰会”再次汇聚全国知名地产开发公司。活动以“优化经营、稳步进取”为主题,发掘行业中综合实力强、成长潜力大、经营稳健的优秀房地产企业群体,鼓励企业在积极优化布局、优化产品、优化管理的基础上,实现业绩与效益的稳步提升，持续引领行业发展的新格局。

在2012年,宝龙地产根据市场状况确立了“稳健经营、精益求精”的经营方针,地产开发以“技术管理、工程质量、成本控制、产品升级”为主线,商业经营以“提升价值、打造品牌”为方针,通过一年的发展沉淀,使企业管理更加明晰,产品质量再次提升,经营显著进步,企业发展继续前进。

据悉，今年宝龙的销售目标锁定为80亿元，宝龙集团总裁许华芳在近日的业绩会上表示,未来,宝龙将继续根据每个城市发展的需求，打造适应该城市的优质产品。 (谢会永)

朗诗集团 首度荣膺“中国房地产百强”

上周五,第十届中国房地产百强企业研究成果发布会在北京钓鱼台国宾馆举行,经过专业的分析和评比,2013年房企百强名单正式出炉。其中,朗诗集团以稳健的增长业绩和持续的绿色创新能力首度进入该榜,朗诗集团股份有限公司首次进入百强排名,凭借2012年优秀的经营业绩,位居68名。并获得竞争激烈的“运营效率TOP10强”的第8位。

据悉,朗诗集团是国内最早确定了绿色地产的差异化战略的企业,并迅速成为国内绿色地产的领跑者,至2012年,朗诗已累计开发楼盘共30余个，为10万人提供了舒适、健康、节能的绿色住宅产品及提供完善的物业服务。

2012年,朗诗集团发布深绿战略,宣布将从一家专业化的地产公司逐步转型成为以绿色建筑科技能力为核心,集绿建技术服务、绿色地产开发、绿色养老服务和绿色金融服务于一体的纵向多元化的绿色集团公司。

据朗诗集团高层透露:“到2013年底,朗诗计划在建项目会扩展到40个，全年销售目标计划110亿元,土地投资80个亿。朗诗通过适合市场需求的高品质产品让更多人拥有绿色住宅,登陆百亿平台将成为朗诗成长路途上的又一次跨越。” (欧阳禹平)

阳光城 入围房企百强“营效率10强”排名第二

3月22日,由中国房地产研究会、中国房地产业协会联合中国房地产测评中心推出的“2013年中国房地产开发企业500强测评成果”发布会在京举行。阳光城集团跻身“2013中国房地产百强企业”，并在“运营效率10强”榜中排名第二。

凭借“高周转”的运营策略,2012年度阳光城集团销售收获亮眼业绩，全年认购额突破百亿,同比2011年底增长逾150%。阳光城集团凭借其销售金额和市值双双翻倍的靓丽成绩，成为房地产行业和资本市场受瞩目的“成长之星”。

据悉,自2012年至今,阳光城集团接连在上海、福州、西安、厦门、兰州、太原拿下十余幅地块，土地储备总建筑面积达到600万平方米。今年,阳光城集团在福州、西安、厦门区域持续开发销售的基础上,将新增上海、兰州、太原三个区域多个项目的销售。同时,未来,福建、上海、西安等城市将成为阳光城集团重点关注的区域。

今年，阳光城集团在加快项目销售及现金回笼的稳健基础上，还将继续运用灵活的融资策略不断提高资金储备和改善运用效率,降低资金使用成本,提高企业资产周转效率,加速企业高周转发展。 (顾琲琲)