

上半年

14家房企销售额上涨7.8%

□本报记者 张玉洁

截至7月4日,14家在港及内地上市的房地产企业公布了前6个月的销售情况。这些企业共计实现销售收入1.13万亿元,同比上涨7.8%,在2018年销售高基数的背景下实现销售额增长。不过,整体增速较2018年同期下降明显,且企业之间分化加剧。有信托公司人士对中国证券报记者表示,部分前期较为激进的信托公司受到银监“窗口指导”,要求不同程度地控制地产信托业务规模。下半年房企销售增长和融资压力或增加。

销售分化加剧

从目前情况看,在第一梯队“碧万恒”三家企业中,除碧桂园外,万科和中国恒大都已经公告了前6个月销售数据。

整体来看,增速均较去年明显放缓。其中,万科6月份实现合同销售面积489.3万平方米,合同销售金额663.9亿元,同比分别增长8.7%和1%;前6个月实现合同销售面积2150.1万平方米,合同销售金额3340亿元,同比分别增长5.6%和9.6%。中国恒大6月份的合约销售金额约为502.6亿元,较去年同期增长约0.4%;6月份的合约销售面积约为464.9万平方米,合约销售均价为每平方米10811元。中国恒大前6个月实现销售金额2818亿元,同比下降7.4%。

中小房企呈现增速各异态势。旭辉控股、禹州地产、合生创展和佳源国际前6个月销售额增速居前。其中,合生创展前6个月实现销售额103.69亿元,同比增长66.3%。旭辉控股、禹州地产和佳源国际上半年销售额同比增速分别为34%、32.47%和19%。

中原地产首席分析师张大伟对中国证券报记者表示,对比过去的数据,2019年前6个月房企销售业绩继续分化。2018年同期,很多房企销售额同比上涨超过50%,而2019年上半年大部分企业以平稳为主,有的企业涨幅明显放缓。整体看,第二季度部分城市楼市活跃度相比一季度有所降温。房企通常在6月份增加供应,以冲刺半年报业绩,预计7-8月淡季房企的销售压力将加大。从2019年以来的数据看,随着龙头房企销售的降温,中型房企竞争的局面将逐渐出现。

土地市场升温

销售增速放缓,但房企6月份“补货”热情仍然高涨,且拿地重点地区不约而同回归到一二线城市。中原地产研究中心统计数据显示,6月份土地市场继续高位运行,一二线热点城市卖地收入合计达3609亿元,同比上涨达52%,环比上涨幅度达14%。

6月,13个一二线城市单月卖地金额超过百亿元。这也是最近一年的高点。从具体城市看,杭州单月卖地309亿元,位居全国第一,南京、深圳、宁波和北京四个城市单月卖地收入均超过200亿元。

张大伟表示,6月一二线城市土地市场热度再起原因比较多。相比2018年过于严格的土地限制,最近几个月来,多地土地市场约束条件相对减少,一些城市的土地限价、土地保证金、土地配套保障房等方面都有所调整。在这种情况下,叠加部分城市的限价政策微调,使得开发商拿地积极性提高。从房企角度来看,房企需要补充土地储备。今年以来,整体资金面有所缓解,部分企业拿地积极性明显提高。有的企业战略布局增量加大,还有一些新上市的房企增加土地储备。从市场情况看,第二梯队房企抢地最为坚决。

房企人士指出,最近三四线城市楼市依然相对低迷。在这种情况下,房地产企业把更多资金投入到一二线城市。这是一二线城市土地市场升温的主要原因。同时,不少城市增加土地出让。不过,一旦土地市场过热,调控政策可能出台。

融资环境或收紧

今年以来,房企拿地积极性大增,融资环境较2018年明显改善是另一大原因,融资成本有所降低。在此背景下,未来融资环境是否会收紧备受关注。同策研究院监测的40家典型上市房企月度完成融资情况显示,经历了5月融资规模大跳水后,40家典型房企6月份完成融资规模触底反弹,共计完成融资金额折合人民币611.60亿元,环比上涨66.2%。

同策研究院数据显示,从融资方式来看,以公司债、信托贷款、开发贷为主的债权融资工具仍是房企的主要融资途径。其中,6月40家典型房企通过公司债共计融资176.55亿元,环比上涨84.21%。整体看,债务融资成本略有上涨。此外,今年以来,房企融资呈现出股权尤其是项目股权转让融资案例大幅增加的情况。以泰禾集团为例,连续三月不断出让项目公司股份。分析人士指出,在楼市仍处于严格调控的背景下,部分现金流存压力的企业或通过转卖项目减轻压力。

瑞银证券房地产行业分析师谌戈认为,目前房企融资环境并未发生明显变化,但不排除部分拿地较为激进的企业受到“窗口指导”。整体来看,市场不必对此过分担心。

谌戈表示,根据与数家上市房企的沟通情况,多数房企反映近期融资环境和政策未发生明显变化,且部分房企近期刚刚成功发行了债券、ABS等产品。针对拿到“地王”的公司,机构在融资时的要求往往有所提高。这一直是行业惯例,并非近期才出现。但有的公司认为,近期融资环境稍早前确实有所收紧,这或有助于土地市场降温,从而降低拿地成本,房企增厚利润率。

“黑天鹅”致股债双杀 新城控股大股东股票质押受关注

□本报记者 江钰铃 董添

新城控股紧急召开董事会,宣布王振华不再担任公司董事长,由公司总裁王晓松接任董事长。但这样的“切割”并未换来新城系的“止血”。7月4日,新城控股及王振华控股的两家港股公司新城发展控股以及新城悦服务在二级市场遭遇惨跌。截至收盘,新城控股全天封死跌停,股价报收38.42元/股,封单数达309.5万手。港股新城发展控股和新城悦服务股票价格分别下跌11.57%和13.41%。同时,新城控股旗下多只债券遭遇暴跌。

中国证券报记者当日走访了新城控股北京公司。在公司股债市场遭遇风暴的背景下,公司运营显得相对平静,业务洽谈也未停止。不过,多位金融、地产行业受访人士对中国证券报记者表示,此次新城控股遭遇的实控人“黑天鹅”事件,叠加公司大股东质押比例较高、债务高企以及市场对公司治理层面的担忧,将对上市公司造成不同程度的影响。

市值蒸发

7月4日,新城控股全天封死跌停,市值较前一日收盘市值蒸发约96亿元。业内人士分析,高达309.5万手的封单数,或意味着新城控股股价将继续下行。王振华实际控制的两家港股公司新城发展控股(1030.HK)和新城悦服务(1755.HK)股票价格分别下跌11.57%和13.41%,市值较前日收盘缩水55亿港元和7亿港元。同时,新城控股旗下多只债券遭遇暴跌。其中,“15新城01”全天最大跌幅为11.51%;“18新控05”盘中最大跌幅达13.46%。

与之形成对比的是,A股市场房地产行业当日表现亮眼。截至7月4日收盘,近百家A股房地产企业收报上涨,下跌和平盘家数合计不足40家,仅新城控股一家涨停。

在遭遇此次事件之前,市场对新城控股看多情绪明显。Wind数据显示,截至7月3日收盘,新城控股融资余额为19.14亿元,融券余额仅为1438万元。看多的融资资金明显多于看空的融券资金。值得注意的是,7月3日,公司融资余额达到近3个月的峰值。

首创证券指出,公司销售额持续高增长,大幅高于行业平均水平。2019年5月,公司实现合同销售金额247.59亿元,同比增长48.78%;销售面积203.27万平方米,同比增长49.89%;同比增速持续走高,大幅高于5月TOP50房企单月同比增长17.0%。华创证券认为,公司坚持快周转策略,凭借无周期拿地、优异成本控制能力及长三角强三四线城市布局三大特色,销售业绩突飞猛进。

Wind数据显示,截至7月4日,新城控股共有13项股权质押尚未到期。其中,11项质押方来自富域发展集团有限公司,两项来自

“黑天鹅”致股债双杀



视觉中国图片

报问询函,对相关事项提出质疑。上交所指出,2018年度新城控股的利润构成中,投资性房地产公允价值变动收益、财务报表范围变动的投资收益占比比较大。同时,较高的资本化利息支出比重、较低的预期信用损失率和新会计准则的采用,也是公司利润同比增长的主要原因。要求新城控股披露相关事项予以补充。

会否抽贷

此次“黑天鹅”事件如果导致新城控股股价继续下跌,或累及大股东质押的公司股票。

中登数据显示,截至2019年6月28日,新城控股质押股份数量合计7.71亿股;大股东累计质押数占持股比例的51.25%,质押股份市值合计307.1亿元,质押股份占总市值比重的34.18%。

Wind数据显示,截至7月4日,新城控股共有13项股权质押尚未到期。其中,11项质押方来自富域发展集团有限公司,两项来自

常州德润咨询管理有限公司。这两家公司均受王振华控制。其中,富域发展集团有限公司有两笔股权质押疑似平仓价均在30元/股以上。

这意味着如果新城控股股价再下跌20%,部分大股东质押股份可能面临强平的风险。值得注意的是,从近几日大宗交易情况来看,从7月1日警方控制王振华以来,公司发生多笔巨额折价大宗交易股份转让。

金融机构是否抽贷备受市场关注。7月4日,一些与新城控股有业务往来的金融机构传出消息,可能对相关风险进行排查。

从银行授信来看,根据新城控股披露的年报数据,截至2018年年末,公司获得的银行给予集团授信总额度合计为1085.6亿元,尚未使用授信额度为836.17亿元。公司可以在上述授信总额度内开展融资,以支持业务发展。

7月4日,银行资深人士对中国证券报记者表示,作为公司实际控制人、董事长,王振华的行为以及面临的后果可能对公司王振华公开表示,力争全年合同销售额达2700亿元,与2018年相比增长约22.17%。

2019年以来,新城控股积极储备土地资源。根据新城控股最新发布的5月份经营简报,2019年1-5月公司累计合同销售金额约928.69亿元,比上年同期增长38.17%;累计销售面积约796.16万平方米,比上年同期增长47.75%。5月份,在河南、山东、江苏、天津等地新增20余块土地。多位地产观察人士对中国证券报记者表示,此次王振华因“个人原因”退出新城系,少东家王晓松能否应对好“黑天鹅”事件对新城带来的后续影响仍值得观察。

天安新材进军整体装修领域

□本报记者 万宇

天安新材成立19年来,从生产传统的PVC(聚氯乙烯)装饰材料起步,后进入环保高端装饰材料和环保汽车内饰饰面材料领域。如今,天安新材开启第三次转型,进军整体装修,朝着成为全球领先的环保艺术空间综合服务商的愿景前行。

天安新材董事长吴启超近期接受中国证券报记者专访时透露,天安新材第三次转型已初显成效,整体装修已经在美容机构、酒店等多个场景中得到成功应用,高颜值、高效率、高品质、低成本得到客户好评。同时,公司开发出了智能设计师平台,未来将把自身的制造业基因和产业互联网相结合,致力于成为装修行业的颠覆者和引领者。

第三次转型

汽车行业产销量下滑让把环保汽车内饰饰面材料作为主业之一的天安新材的业绩上承受了一定压力。但对于公司未来发展,吴启超并不担心。经过前两年的准备,天安新材在第三次转型——进军整体装修领域已经初具成效。

吴启超表示,天安新材二次转型进入汽车行业。汽车行业是一个高度工业化和自动化的行业,一台车在很短的时间内便可以组装完成。汽车产业供应链具备集约、高效、协作和标准等特点。作为汽车产业链中的一环,天安新材进入环保汽车内饰饰面材料领域后,受到汽车产业的启发,看到了模块化装修的市场机会。“使用汽车环保技术和工业管理,能否用很短的时间将一套房子或商业空间装修好?如果能够做到,这可以满足客户在环保、时间、颜值、成本等方面的需求。”吴启超说。

“通过两年的前期准备,我们在整体装修方面见到了效果。”他介绍,不久前,广东一家知名连锁美容机构分店便采用了天安新材的整体装修方案。设计、安装、材料等都由天安新材提供,具体安装过程由供应链体系内的装修公司完成。此次装修得到了该美容机构的高度评价,装修时间由原预计的70天-90天,缩短到30天便完成。而且美容院很多房间没有窗户,装修完工的当天进行检测,房间里甲醛测试完全符合标准,环保方面完全达到了装修完就可以入住的要求。得到该美容机构的认可后,天安新材又成功取得其另外两家分店的装修订单。



本报资料图片

精益求精

吴启超指出,天安新材之所以有底气成为传统装修模式的颠覆者,主要因为公司在环保高端装饰材料和环保汽车内饰饰面材料领域多年的积累,形成了较强的产品力。公司组建了“广东省聚合物工程技术研究开发中心”和“省级研究开发院”,具有较强的高分子新材料研究开发能力。自主研发的环保高端PP膜以及TPO汽车仪表盘、门板等产品打破了外企的技术垄断,填补了国内该产业的空白,是国内唯一能生产高端环保汽车内饰材料的民营上市公司。

尤其是在环保方面,由于汽车空间狭小,且要面对高温等各种复杂的条件,对环保提出了极高要求。这倒逼公司在环保方面精益求精,公司从原材料采购到生产工艺、品质控制等环节严格执行环保质量标准。一方面,公司严格遵循汽车内饰饰面材料对气味等级、VOC(有害挥

发性有机化合物)含量等环保性能的严苛环保标准;另一方面,公司成功将开发汽车内饰面料形成的技术标准嫁接到家装饰面材料产品上,达到改善家装饰面材料的气味等级、VOC含量等环保性能的效果。同时,公司开发的水性油墨环保饰面材料、PP(聚丙烯)环保饰面材料,VOC含量远低于排放标准及市场同类产品。

凭借优良的产品性能及环保特点,吴启超对天安新材未来在整体装修领域充满信心。“装修完就入住完全没问题。公司第一个整体家装的客户是我的父母,我父母的房子就是使用我们公司的材料和装修方案来装修,装完后他们马上就搬进去住了。”

吴启超介绍,公司设立了完备的检测中心、实验室,配备了国际先进的实验及检测用仪器设备。目前,公司正在筹备申报CNAS实验室,实验室水平和行业认可度将得到进一步提升。未来,天安新材在整体装修上使用的材料都要通过实验室的严格检测,确保环保达标。

打造产业互联网

要做行业的颠覆者,只有产品力和硬核技术还不够。随着互联网数字经济的快速发展,中国的互联网科技在很多方面已经处于世界领先地位。吴启超认为,在互联网时

代,公司要充分利用产业互联网的力量,结合公司的制造业基因,通过控股子公司天安集成成为消费者提供一站式全空间模块化整装解决方案,着力将天安集成打造成一家产业互联网公司,实现先进制造业和现代服务业的完美融合。

吴启超表示,天安集成开发了一款智能设计师平台,这个平台具有云平台远程交互、实时渲染、材质自由修改替换、实时预算等特点。具体来说,平台里已经建好模块,设计师进行设计时,直接使用系统中的模块来设计,平面图、效果图、施工图等可以很快生成。设计完成后,该平台可以将安装时所需要用到的材料分拆到天安新材的供应链体系。这些产品都是天安新材最核心的产品,材料用的都是天安新材最新、品质最高的材料。安装过程也实现了模块化的安装,利用这个平台可以轻松实现“三高一低”——高颜值、高效率、高品质、低成本。

他透露,这个平台已经完成内部测试,预计近期将正式发布。“装修行业在很多人看来是一个传统行业,这个行业差不多20年没有变化。这就是机会。”公司将通过“软硬结合”,把握整体装修蓝海市场,努力成为行业的引领者。