22家房企2019年销售逾4.5万亿元

谨慎调低2020年增长目标

□本报记者 张玉洁 董添

截至1月6日中国证券报记者发稿时，22家内地及港股上市房企公布了2019年全年销售业绩，合计实现销售额4.53万亿元，同比增长19.5%，销售规模刷新历史纪录。展望2020年，多家房企人士及专家表示，销售增速或进一步放缓。

目前公布2019年业绩增速居前房企

企业	2019年全年销售金额（亿元人民币）	同比
万科A	6308.4	3.94%
中国恒大	6010.6	9%
融创中国	5562.1	21%
碧桂园	5522（为权益销售金额）	10%
世茂房地产	2600.7	48%
金地集团	2106	29.74%
旭辉控股	2006	32%
中南建设	1960.5	34%
中梁控股	1525	50.25%
融信中国	1413.17	15.94%

数据来源/上市公司公告 新华社图片 制图/苏振

部分2019年销售规模居前房企

证券代码	名称	预警类型	全年业绩预测摘要
600223.SH	鲁商发展	预增	净利润约29171万元~35653万元，同比增长80%~120%
002244.SZ	滨江集团	预增	净利润约158212万元~194722万元，同比增长30%~60%
000961.SZ	中南建设	预增	净利润预计同比增长50%
002968.SZ	新大正	略增	净利润约9500万元~10000万元，同比增长7.29%~13.46%

数据来源/Wind资讯

增速放缓

整体来看，房企2019年业绩分化明显，较2018年业绩增速超过50%频现的局面已经有很大不同。

从目前情况看，碧桂园、万科和中国恒大仍稳居房企销售第一梯队。其中，万科2019年全年累计实现合同销售金额6308.4亿元，同比增长3.94%，创万科单年销售额新高；中国恒大2019年全年累计实现合约销售金额约6010.6亿元，同比增长9%，全年合约销售面积约5846.3万平方米，合约销售均价为10281元/平方米。

碧桂园自2018年下半年以来仅公布权益销售数据。1月6日晚间，碧桂园披露了公司2019年12月的销售业绩。按照此前公司公布数据，可计算出2019年全年碧桂园权益销售金额为5522亿元，同比增长10%。第三方研究机构此前预计，碧桂园2019年全口径销售金额超过7000亿元。从第一梯队房企的销售数据看，龙头房企已经进入年销售规模超过6000亿元的时代。

尽管销售额创历史纪录，但万科和中国恒大的销售额同比增速已下降至个位数，碧桂园表现好于前述两家，达到10%。龙头房企整体销售额增速放缓明显。

中等规模的房企2019年表现较为突出，多家房企销售增速在20%以上。融创中国公告，2019年累计实现合同销售金额约5562.1亿元，同比增长21%。世茂房地产披露，全年实现销售收入2600.7亿元，同比增长48%。此外，在千亿规模的房企中，中梁地产、中南建设、旭辉以及滨江集团2019年销售收入同比增幅均超过30%。

从2019年度销售目标完成情况看，不少中型房企超额完成销售目标，佳兆业、世茂等企业完成率均在110%以上。

一些房企没有完成年度销售目标。原计划2019年进入千亿俱乐部的龙光地产，2019年销售金额为992亿元；同样希望在2019年实现千亿销售目标的首创，当年仅完成808.1亿元的销售业绩。

中原地产首席分析师张大伟指出，就销售业绩而言，2019年房地产市场依然刷新历史纪录，但取得这一成绩的背后是房企普遍加大了供应量，不少房企销售单价下降。部分企业采取价格调整等促销策略做大规模。整体看，2019年大部分房企业绩持平。

后市谨慎

细看2019年的销售数据，已经出现明显放缓迹象。

以融创中国为例，公司公布的2019年全口径合同销售收入为5562.1亿元，同比增长21%；其中，归属于公司的权益合同销售金额约3839.2亿元，同比增长17.67%。这意味着公司销售金额中约6成属于融创中国，剩余近4成来自合作伙伴。从目前情况看，房企联合拿地成为普遍现象。有房企人士指出，不排除相当部分的销售金额被重复计算，整体销售金额可能存在水分。

展望2020年，多家机构对房地产市场全年增速预测较为谨慎，部分机构的预测比较悲观。

贝壳研究院预计，2020年新房销售额增速将向下。新房市场的支撑力度减弱，尤其是占据新房市场规模超过50%的三四线城市，整体交易量将下滑。

北京师范大学金融研究中心主任钟伟认为，楼市高位平台期可能已经形成。楼市将进入呈微弱个位数的年增长平台期。

同时，市场份额将加速向龙头企业集中。恒大董事局副主席兼总裁夏海钧此前表示，新房一年销售额将维持在15万亿元左右，向上不会有太大突破，下滑也会有12万亿、13万亿元左右。

夏海钧认为房地产市场存在“大饼理论”，而新房销售市场大饼已定，未来的市场空间不是由房地产增量市场的扩张带来，而是中小企业被兼并收购，从而实现大企业的扩张。预计五年后中国前十大的地产商大概占到全部销售额的40%。前三大地产商大概占20%左右，即3万亿元。

提质增效

2020年，房企将面临外部市场增速放缓和内部偿债压力增大的双重挑战。数据显示，2020年房企包括海外债券在内的债券偿还总规模为7493.9亿元，企业将面临一定的现金流考验。

事实上，房企设置2020年销售增长目标趋于谨慎，同时更加强调提质增效和高质量发展。

中国恒大2020年定下的销售目标为6500亿元，以2019年合约销售金额约为6010.6亿元计算，同比增幅为8.14%。

一些中型房企选择相对求稳。中国奥园集团董事会主席郭梓文在2020年新年致辞中表示，2020年要继续保持高质量可持续稳健发展，实现不低于20%的业绩增长。2019年，中国奥园业绩增速目标在25%左右。

金科股份目前尚未公告2019年全年销售规模。第三方研究机构认为，其2019年销售收入在1800亿元左右，同比增长约5成。公司设定的2020年销售目标为2000亿元。若以此推算，公司2020年销售同比增速目标在11%左右，降幅明显。

碧桂园、龙湖等多家龙头房企在2020年展望中并未公布具体销售目标，但是纷纷强调精细化管理和提质增效。碧桂园提出，2020年将推行全面预算管理和现金流管理，同时持续提升全周期综合竞争力，做到产品力、服务力和成本力的均衡发展。龙湖集团则表示，2020年龙湖集团将继续在地产开发之外，将商业运营、长租公寓、智慧服务作为主航道业务，在稳健增长之下保持多维航道的均衡发展。同时，将继续均衡地域，聚焦热点城市，坚持深耕城市群，在长三角、西部、环渤海、华中、华南五大区域保持均衡布局。秉承稳健策略，继续积极但又谨慎、精准地投资，在保持健康资产负债表的同时，保持适当的、相对较快的速度增长。

诸葛找房分析师王小嫱认为，房企调低销售增速目标，从侧面反映出房企对2020年市场的预期不完全乐观。调低增速目标，一方面可以减轻企业为冲刺业绩的压力，另一方面会有更多精力管控运营公司，不盲目冲刺业绩。

2019年土地出让市场量价齐升

□本报记者 董添 张玉洁

2019年全国土地市场回暖，土地出让量价齐升。机构数据显示，全国300个城市全年土地出让金额合计50294亿元，同比增长19%。其中，16个城市土地出让金额超过1000亿元。三亚、兰州、大连土地出让金额同比增长幅度均超过100%。2019年下半年以来，龙头房企率先“刹车”，四季度近三成房企未拿地。而国企表现相对积极，下半年积极参与热点城市的土地出让。

三四线楼市供地减少

分地区看，根据中指研究院发布的《2019年中国300城市土地交易情报》，一线城市土地供求量持续走高，土地出让总金额同比增长，成交均价同比下滑。其中，深圳地区土地出让总金额同比增长幅度超过50%。二线城市随着土拍政策不断完善，土地供应与成交面积同比上涨明显，土地出让总金额和成交均价同比均出现增长。但土地成交溢价率整体变化较小，土地市场总体保持稳定。三四线城市方面，供地面积同比减少，供求同比均出现下降态势，溢价率下滑。

分季度看，2019年一季度，全国土地供求量同比下滑，成交总金额和均价同比下降。其中，热点城市土地市场调控整体较严，土地市场趋冷；二季度市场回暖，土地市场迎来小阳春；进入三四季度，在房企融资趋严、热点城市加大土地市场调控力度的背景下，全国土地出让市场整体走低。

从出让土地性质分类看，2019年全国300城市合计推出住宅用地（含住宅用地及包含住宅用地的综合性用地）出让总额为42342亿元，同比增长23%；商办类用地出让总额为5108亿元，同比减少0.4%。住宅用地（含住宅用地及包含住宅用地的综合性用地）合计成交8799宗，同比增长6%，成交面积合计42557万平方米，同比增长7%；商办类用地合计成交4037宗，同比增长5%，成交面积合计达到10699万平方米，同比增长2%。住宅类用地（含住宅用地及包含住宅用地的综合性用地）成交楼面均价为4363元/平方米，同比增长16%；商办类用地成交楼面均价为2289元/平方米，同比下滑0.2%。

根据中指研究院监测的数据，三亚、兰州、大连三个城市2019年全年土地出让金额同比增长幅度均超过100%。其中，三亚市全年实现土地出让总额121.7亿元，同比增长553%，同比增长幅度位列全国第一。中原地产数据显示，全国50大城市2019年全年合计土地出让金额4.41万亿元，同比上涨19.3%。其中，16个城市土地出让金额超过1000亿元，杭州市土地成交总金额为2836亿元，位列第一；上海、广州、苏州紧随其后，分别为1992亿元、1864亿元和1850亿元。

金隅地产杭州分公司负责人对中国证券报记者表示，杭州2019年土地出让金额全国排名第一，但只有一半左右是住宅项目。住宅以每年10万套的速度稳步供应。

房企拿地回归理性

克而瑞数据显示，2019年，房企投资延续了2018年以来的谨慎态势，在融资逐渐收紧的大背景下，房企拿地逐步回归理性；但强者恒强的格局并未改变，规模优势叠加效应不断放大。2019年下半年以来，龙头房企率先“刹车”，四季度近3成房企未拿地，仅国企表现相对积极。销售TOP10房企的新增货值居40%以上，但同比下滑7个百分点，主要原因是龙头房企拿地较为谨慎。

国有房企凭借低资金成本优势，在一二线城市拿地较多。中国证券报记者了解到，为了加快资金周转，提高资金运作效率，在热点城市拿地后，这些企业一般选择以较短的时间入市。

据相关房企人士介绍，热点地区地价较高，土地成本整体较大。但热点城市相比三四线城市整体成交速度较快，拿地后从建设到销售再到交付，可以用更短的时间完成回款。

对于房企拿地趋势，中原地产首席分析师张大伟对中国证券报记者表示，预计未来房地产市场走势将出现分化，房企对非优质土地定价将持续下调。但对优质城市的优质土地，争抢态势将进一步激烈。一二线城市调控政策严格，但对于房企来说，为了加大销售额，依然会集中拿地。从趋势上看，三四线城市相对低迷，房地产企业会把更多资金投入到一二线城市，带动一二线城市土地市场持续升温。

稳定发展遏制投机

值得注意的是，部分土地出让市场过热的地区2019年遭遇较大调控。

以2019年全年土地出让金额位列全国前四位的苏州市为例，2019年全年苏州市合计土地出让金额1850亿元，同比增长33.72%。2019年上半年，苏州市因“地王”成交频现、土地成交量价齐高，土地成交总金额领跑全国多数城市。2019年5月前后，苏州市出台了一系列针对房地产市场的调控措施，给房地产市场降温。

部分一线城市近期频推不限价土地，被多位业内人士解读为放松限竞房土地出让模式。中原地产数据显示，从2020年1月2日开始，北京土地市场再次启动，合计等待出让的住宅用地合计15宗。其中，2宗为共有产权地块，2宗限竞房地块，11宗为不限价商品房住宅地块。

中原地产首席分析师张大伟表示，2019年楼市出现双向调控、松紧并进的态势。2020年房地产调控将坚持稳定的主题，遏制投机，保护真实居住。土地出让市场将以稳定为主。

多家上市公司掘金短视频业务

□本报记者 张兴旺

多家上市公司近日披露，依托抖音或快手等平台发展短视频业务。部分公司表示，短视频业务大幅增长。业内人士认为，短视频经济仍处于高速发展期，相关上市公司在短视频领域掘金须走差异化路线，避免一窝蜂地追逐热点。

市场规模快速增长

近期，网红经济概念股表现强势，短视频业务成为机构和投资者关注的热点。2019年12月31日，利欧股份接受高毅资产、光大证券、国泰君安等19家机构的调研，其短视频、MCN等业务成为机构关注重点。

利欧股份称，数字营销行业整体增速放缓，主要增长点在短视频和直播方面。短视频是数字营销领域的热点，2019年已经突破了千亿元的指标。分析人士认为，用户注意力流向短视频领域，短视频时代已经到来。根据QuestMobile报告，2019年6月短视频APP月活用户数达到8.2亿，同比增速为32%，在移动互联网的渗透率达72%；月均使用时长超过22小时，同比增长8.6%。短视频成为泛娱乐移动互联网领域唯一正增长的行业。

从目前情况看，抖音和快手两大短视频平台处于行业领跑位置。招商银行研究院认为，短视频行业当前呈现“两超多强”格局。抖音、快手是行业龙头，第二梯队包括西瓜、火山、微视，其余是第三梯队。据抖音发布的报告，截至2020年1月5日，抖音日活跃用户数突破4亿。

“短视频平台战争已经结束，依托平台做内容还有机会。”一位关注短视频行业的投资人对中国证券报记者表示。

“抖音和快手是大平台，相关上市公司依托短视频平台发展内容生产、打造网红、营销带货等上下游产业。”关注短视频领域的华南理工大学新闻与传播学院助理研究员张陆园对中国证券报记者说，“短视频现在是风口所在，市场空间很大，蛋糕大了，都要来分。”

据艾瑞咨询数据显示，2018年短视频行业市场规模达467.1亿元，同比增长744.7%，主要是头部短视频平台开放广告变现所带动；预计2020年短视频市场收入将达到2110.3亿元。

短视频业务亮点纷呈

对于上市公司依托抖音和快手平台发展短视频业务的情况，一位关注短视频领域的券商分析师对中国证券报记者表示，这两年抖音、快手广告业务增长很快，相关上市公司依托两大平台在短视频领域掘金，包括最近市场关注的网红带货。

广发证券指出，当前快手的商业化手段主要可以分为直播打赏、广告和直播带货三类。短视频巨大流量红利的释放，意味着“品牌主→（代运营公司）→内容平台代理方/内容平台方→MCN/主播”这一产业链条将普遍受益。

利欧股份表示，近两年是短视频的红利期，公司抓住短视频领域的机会，业务量实现快速增长，未来将继续在快手和抖音上发力。

2019年12月24日，星期六接受机构调研时表示，2019年3月，公司通过重大资产重组把遥望网络并入公司合并报表范围。2018年，遥望网络基于腾讯生态圈流量的营销业务规模进一步扩大。同时，遥望针对抖音、快手、淘宝直播等短视频/直播流量，链接明星、达人与品牌电商开展短视频与直播形态的社交电商服务业务。目前，该业务处于快速发展阶段。

广发证券认为，随着短视频平台的品类扩张，预计行业仍有更大的发展潜力。

2020年1月2日，蓝色光标在深交所互动易平台上表示，公司2019年短视频收入相比2018年增长近10倍，未来2-3年仍然会有50%至100%的增速。公司持续看好短视频业务，该板块业务将是未来蓝色光标第二条过百亿（元）的业务线。

麦达数字2020年1月4日在深交所互动易上表示，子公司业务涉及为客户提供使用短视频带货等相关服务。

走差异化路线

关注短视频领域的券商分析师对中国证券报记者表示，目前短视频经济仍处于高速发展期。长期看，相关上市公司依托短视频平台发展业务要关注流量的运营能力和对头部KOL的依赖问题。

张陆园认为，目前短视频领域乱象不少，低俗庸俗媚俗内容不时涌现，相关机构正在加强监管，各大短视频平台应增强自律意识和自我治理能力。相关公司依托平台发展短视频业务要走差异化路线，避免一窝蜂地追逐热点，找到自己的优势领域深耕细作。

祥源文化表示，近年来公司积极探索新媒体业务，探索布局短视频，希望能够充分利用公司动漫IP资源，进行视频内容版权合作，促进公司动漫IP受众用户增多变广，提升动漫多元变现渠道。

中国证券报记者注意到，有的公司在短视频领域布局海外直播业务。利欧股份称，公司在海外市场也有涉猎，从2019年三季度开始布局海外直播，尝试与跨境电商合作。蓝色光标表示，公司已经建立自己的工具化平台，并在多年前就开始寻找海外本土网红进行营销传播，成立专门的团队挖掘海外网红，根据客户的不同需求，寻找维度相符的海外网红促进传播。