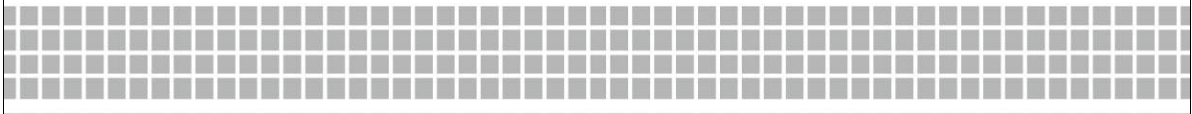


2012 年 5 月

## 八成上市开发企业量升价跌



执笔人：上海易居房地产研究院 吴晓君 电话：021-60868890



## 八成上市开发企业量升价跌

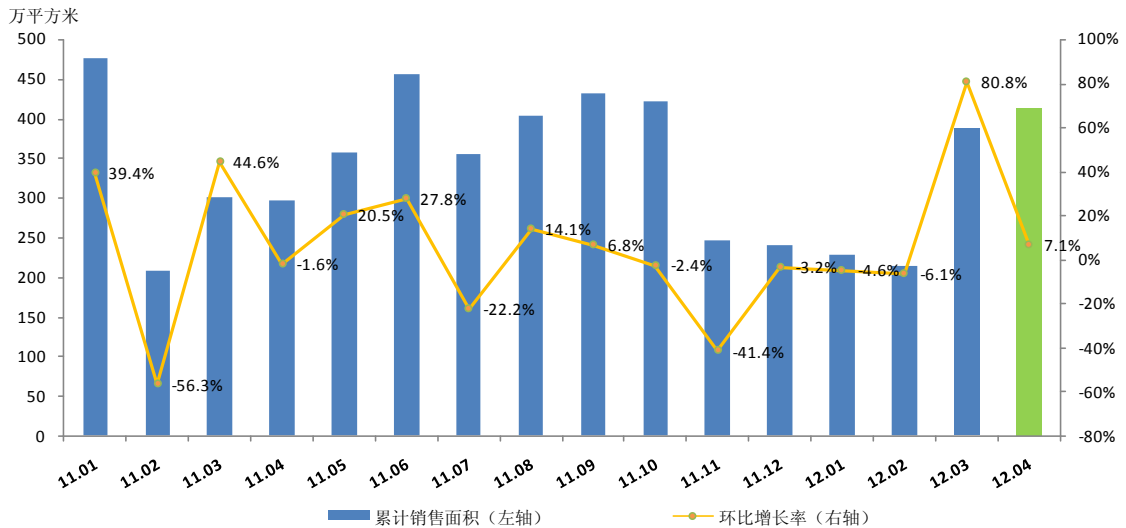
在房地产调控不断深入和持续的形势下，楼市陷入长期低迷期，限购城市成交量明显下滑，不少开发企业销售状况更是受到严重冲击，资金回笼不顺畅导致企业资金问题逐渐凸显，成为困扰企业发展的首要问题。为了进一步了解房地产开发企业的现状，本文选取了10个大型上市开发企业的进行详细分析，从其2012年4月份的销售面积、销售均价等各方面进行比较，分析当前开发企业的整体状况，同时选取了万科、绿城两个代表房企作为典型案例进行分析。

### 一、上市开发企业总体销售状况

#### （一）4月八成以上上市开发企业销售面积上升

2012年4月份，10个大型上市开发企业商品房共成交414.6万平方米，环比3月份增长7.1%，比去年同期大幅增长40.2%，同比增幅连续3个月扩大，本月扩大了18.4个百分点，4月份一线上市开发企业的成交量整体有所增长。但从环比数据来看，10大上市房企中有五成销售面积环比下降，主要是由于3月份楼市反弹力度过大，首次置业刚需集中入市所致，但首次置业刚需的数量有限，在限购的大背景下，4月楼市后劲不足，难以持续强劲的反弹。不过，总体看来，在4月全国多数一二线城市商品住宅成交出现环比下跌情况下，10大上市公司仍能保持环比正增长，说明他们的销售情况好于整体市场。

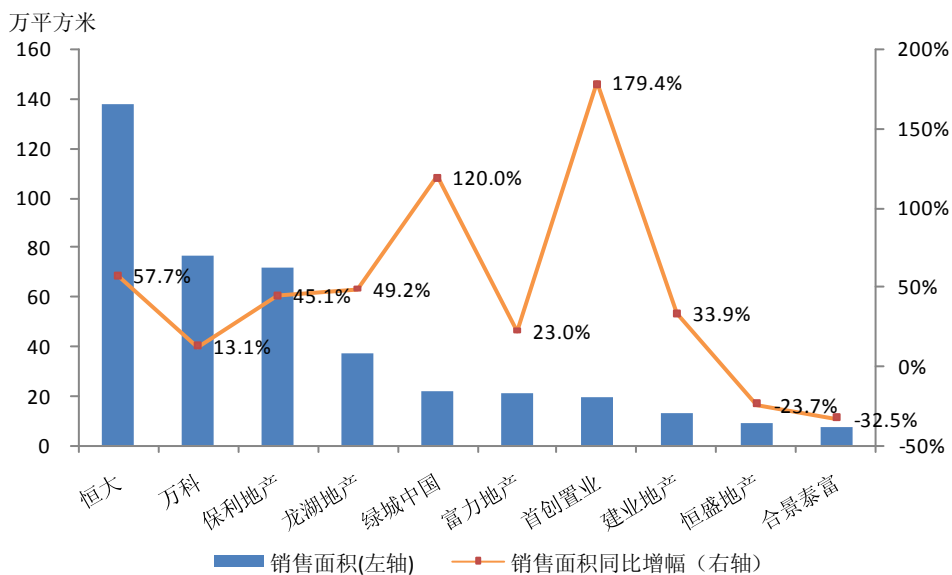
图1 2011年以来10大上市开发企业月度销售面积走势图



数据来源：各公司官方网站及简报

分企业来看：4月份，10家上市开发企业中有8家企业销售面积同比上升，其中首创置业销售面积涨幅最大，同比增长179.4%。同时绿城中国同比涨幅也连续两个月超过100%，为120.0%。只有个别上市开发企业销售面积同比下降，恒盛地产与合景泰富的同比跌幅分别为23.7%与32.5%。按销售面积排行来看，4月恒大地产销售面积超越万科排在第一位，为138.0万平方米，领跑企业销售榜单，其次是万科和保利地产。2011年11月开始，恒大地产销售面积已连续5个月远低于万科，本月恒大销售面积大幅反超，主要得益于降价促销和开拓刚需市场的战略。据统计，恒大地产三线城市项目自住比例为86%，投资仅占14%；首次置业比例为64%，二次及以上36%。可见，虽然受全国范围内大中城市限购、限贷政策的影响，但市场还是出现弱势下的复苏态势，一方面由于春节期间积压的购房刚性需求得以释放，使得开发商在4月的打折促销初见成效；另一方面由于年后多地政策微调，甚至有地方出台了个人购买成品住房进行奖励的政策，同时一些城市商业银行首套房利率出现了回归基准利率或打折的情况。

图2 2012年4月10大上市开发企业销售面积走势图

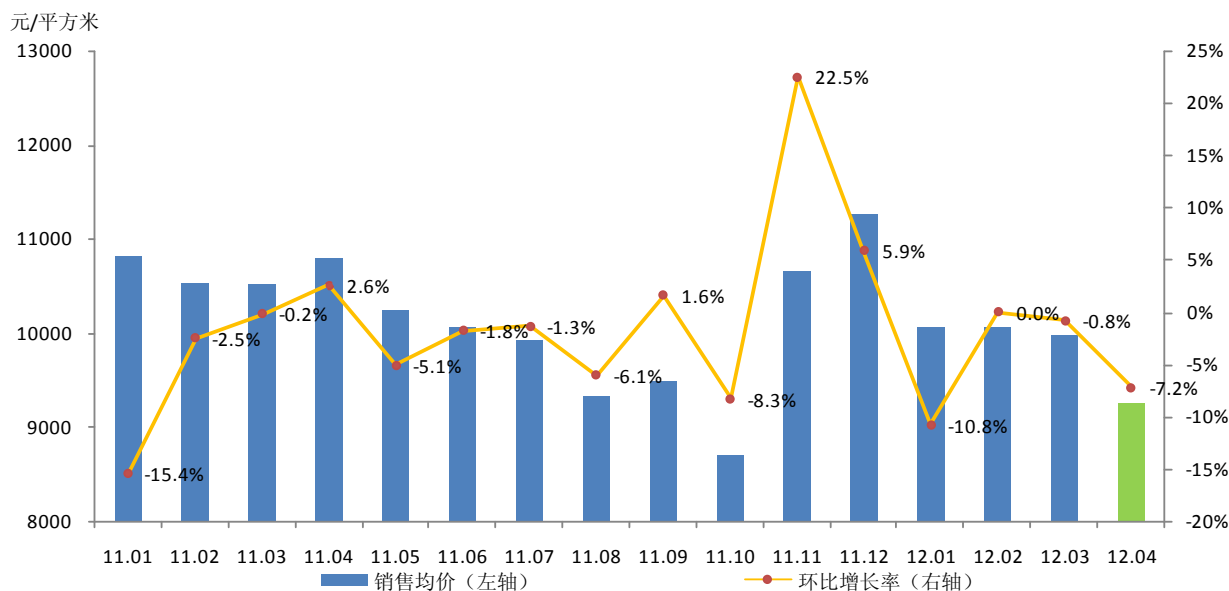


数据来源：各公司官方网站及简报

## (二) 4月八成以上上市开发企业销售均价下降

从月度销售均价来看，4月份10个大型上市开发企业商品房销售均价约为9252元/平方米，环比3月份下降了7.2%，比去年同期下降14.3%。由于4月份大部分企业打折促销力度比3月份有所加强，以价换量，拉低了当月的成交均价。

图3 2011年以来10大上市开发企业月度销售均价走势图

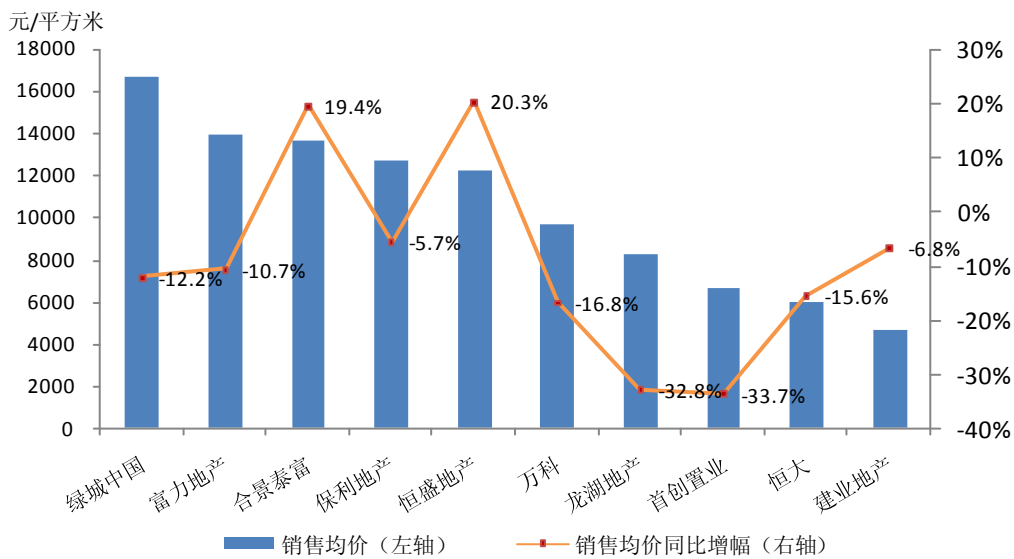


数据来源：各公司官方网站及简报

分企业来看，4月份10家上市开发企业中有8家销售均价同比下降，占大

多数，其中首创置业均价降幅连续两个月最大，本月同比降幅为 33.7%，其次是龙湖地产，降幅在 32.8%，其余 6 家上市开发企业降幅保持在 5%-16%。只有合景泰富与恒盛地产的销售均价同比增长，涨幅分别为 19.4%和 20.3%。在限购等政策持续的背景下影响下，“以价换量”仍是房企的主要销售策略，4 月份部分开发企业为了回笼资金，纷纷采取降价促销的策略，其中不乏这些领头上市房企。预计随着促销潮的继续深入，5 月份各大房企销售均价仍将继续下滑。

图 4 2012 年 4 月 10 大上市开发企业销售均价走势图



数据来源：各公司官方网站及简报

## 二、典型上市房地产公司销售状况分析

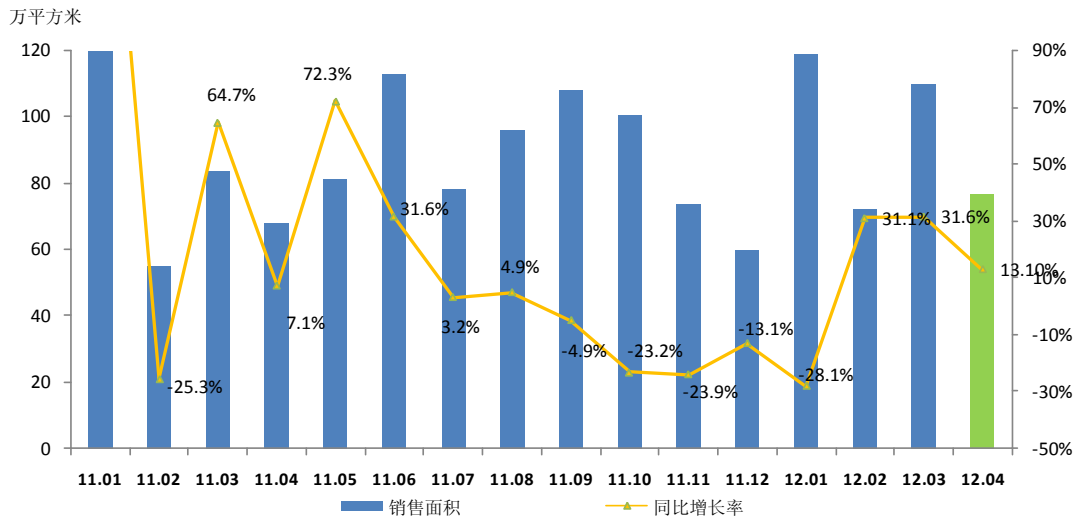
### （一）万科企业

万科企业以中小户型、装修房为主，面向普通自住购房者，销售情况明显好于市场整体。今年 1-4 月份，万科累计销售面积为 377.6 万平方米，同比增长 1.6%；销售金额 385 亿元，比 2011 年同期降低了 11.3%；1-4 月成交均价为 10195 元/平方米，同比下跌 12.7%。可见万科 1-4 月的累计销售业绩呈现量升价跌的态势。

4 月份，万科实现销售面积 76.7 万平方米，环比 3 月份下降 30.2%，比 2011 年同期上升了 13.1%，增幅缩小了 18.5 个百分点；实现销售额是 74.4 亿元，比

3 月份大幅下降 35.4%，比 2011 年同期下降 5.8%。销售面积和销售金额出现双双环比大幅下降，究其原因一方面受清明小长假的影响；另一方面与 3 月份业绩大增也存在直接关系。据万科管理层透露，万科 4 月推盘计划比 3 月推盘量少 30%，因此 4 月认购量低于 3 月份也属正常情况。

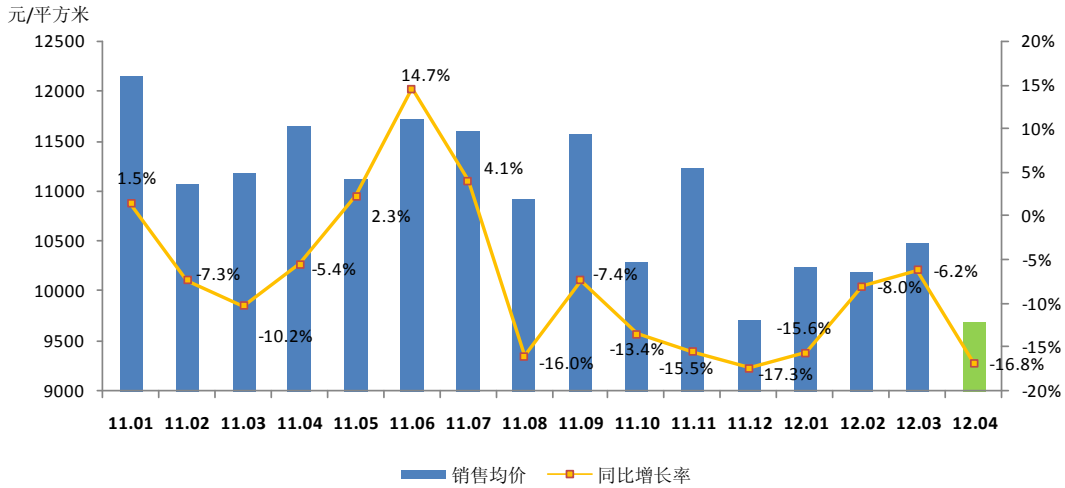
图 5 2011 年以来万科企业月度销售面积走势图



数据来源：万科各月份销售简报

销售均价是 9700 元/平方米，比 3 月份下降 7.5%，比 2011 年同期下降 16.8%，降幅比 3 月份扩大了 10 个百分点。这是万科单月销售均价一年多来第二次跌破万元大关，并创下一年以来的新低。除了 2011 年 12 月份出现当月销售均价为每平方米 9716 元以外，万科单月销售均价自 2011 年以来鲜有低于每平方米万元的价格，基本在每平方米 10000 元至 13500 元之间徘徊。将中小户型的普通住宅作为公司的主流产品定位，是销售均价出现下降的主要原因之一。万科董事长秘书谭华杰先生上月曾表明，目前万科销售的产品中 144 平方米以下中小户型普通住房占比已超过 90%，比 2011 年全年的 88% 提高了 2 个百分点。

图 6 2011 年以来万科企业月度销售均价走势图



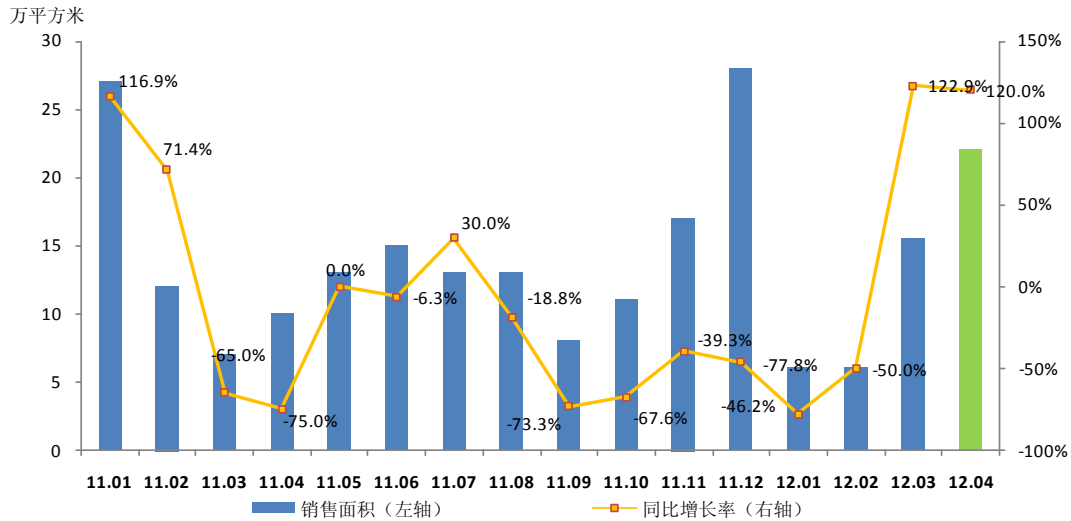
数据来源：万科各月份销售简报

## (二) 绿城中国

绿城中国专注于开发高品质物业，是 10 家大型上市开发企业中销售均价最高的企业，进入 2012 年以后年初累计销售业绩持续不佳。2012 年 1-4 月，绿城累计完成销售面积 49.6 万平方米，同比下降 11.4%；累计销售金额为 103.9 亿元，同比下降 3.8%，同比降幅连续 3 个月收窄。

4 月份，绿城实现销售面积 22 万平方米，环比 3 月上升 41.0%，同比上升 120%，增幅缩小 2.9 个百分点，连续两个月同比增幅在 100%以上；实现销售金额 36.7 亿元，比 2 月份上涨了 17.6%，比 2011 年同期上涨 93.2%；从上月开始，绿城推出了全新的商业模式：一方面，将自己原先的销售人员赶出案场，将其放到一个宏大的社会空间中去找寻客户；另一方面，借用社会上原先的二手中介的经纪人，从中面试、挑选出两三百人的优秀人选，成为绿城的签约经纪人，帮绿城卖房子。

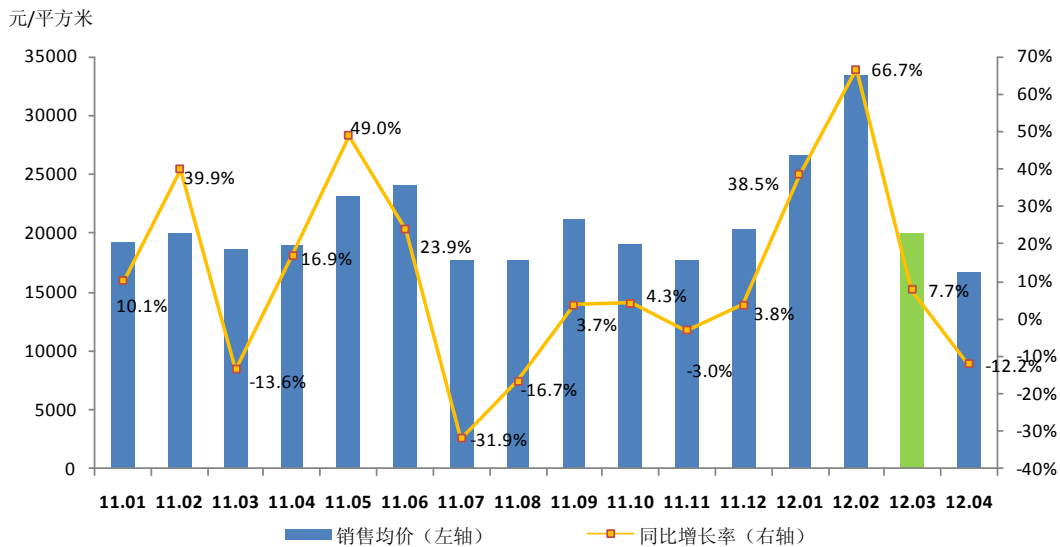
图 7 2011 年以来绿城中国月度销售面积走势图



数据来源：绿城各月份销售简报

销售均价约合 16682 元/平方米，比 3 月份下降 16.6%，比 2011 年同期下降 12.2%。降价的刺激加上销售模式的变革，预计在在一定程度上会对绿城 2012 年销售业绩有较大帮助。

图 8 2011 年以来绿城中国月度销售均价走势图



数据来源：绿城各月份销售简报



---

## 竭诚为您提供房地产咨询和研究服务

上海易居房地产研究院是全国著名的一流房地产专业研究机构，致力于推动产学研一体化的发展，具有理论结合实践的强大研究能力。在政策趋势研究、产业发展研究、市场趋势研究、区域发展规划研究、企业战略研究、重大项目研究等领域具有领先于业内的核心优势。经常性的为各级政府相关部门、行业协会组织、房地产开发企业、金融机构等提供各种咨询和课题研究服务。希望能有机会为贵单位提供服务，与您一起洞察和分析房地产大政、大局、大势。

---

## 联系方式

地址：上海市广延路 383 号文武大楼 527 室

邮编：200072

电话：021-60868892

传真：021-60868811

邮箱：co.research@ehousechina.com

网址：<http://www.yiju.org>

---

## 免责声明

本报告的信息均来源于公开资料，本机构对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。我们已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考。本报告版权仅为本机构所有，未经许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为上海易居房地产研究院，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。