

房地产周评

房企积极寻求转型发展机遇

近来,房地产企业密集发布2023年年度业绩公告,并召开业绩沟通会。从中不难发现,尽管行业总体下行,多数房企营业收入下降,利润下滑,但随着房地产政策持续调整优化,房企正在激发内生动力,积极渡过难关,并努力寻找发展机遇。他们对房地产市场企稳回升及房地产行业未来发展仍有坚定信心。

从这些企业2023年全年营业收入和利润数据看,企业表现呈现分化态势,但收入利润下降更普遍。个别企业在行业调整中实现逆势上扬。而多数房企均面临销售难、资金难、交付难等多重难题,经营性收入和利润下降较为普遍。

面对一段时间以来的市场形势,政策持续发力,企业努力自救,多方合力积极化解房地产领域风险。各地和有关部门出台了促进房地产市场企稳回升的政策措施,随着这些举措的落地见效,一些城市销售有望继续呈现回升态势,有助于企业销售回款。同时,企业也通过房地产融资协调机制获得资金支持。近期,众多企业发布消息称,其房地产项目已被纳入房地产融资协调机制“白名单”,部分项目已开始对接融资需求。这将有助于推动保交付、提升项目可持续经营能力。与此同时,企业也积极自救,通过出售物业和资产、合作方股权互换等各种方式,盘活资金助力保交楼和企业持续经营。企业经营也有积极变化,在代建、商业

运营和服务等方面开展探索。房地产代建是由有开发需求的委托方发起,由拥有开发能力和建设经验的受托方(代建方)进行部分或全程参与融资、设计、开发、管理及服务,最终实现共同盈利的一种商业模式。由于代建具有轻资产、低杠杆等特点,成为房地产企业转型的重要方向。

目前,开拓代建业务的不乏一些知名房企,如华润、碧桂园、龙湖等,且近两年持续有企业开展代建业务。企业通过加入代建寻求第二增长曲线,或是将代建业务作为自救策略之一。从加入代建行列的企业性质看,民营房企占多数,这与民营房企近两年投资拿地减少有关,他们希望另辟蹊径获得收入和利润。尽管加入代建目前比较“流行”,但实际上想要做好代建,还需要企业持续提升产品力、品牌力,也十分考验企业的操盘、营销、项目管理、资源整合、综合业态开发等各方面能力,企业仍需苦练内功方能

胜出。

随着住宅销售稳定性受阻,不少企业开始高度重视商业物业运营及服务业务。2023年,一些企业商业运营板块实现了明显增长。如龙湖集团2023年运营及服务业务合计实现经营性收入248.8亿元,同比增长5.7%,运营及服务业务在核心权益净利润中的贡献占比达到60%以上,两大业务板块的持续健康发展,成为龙湖集团利润企稳、重回增长的重要引擎。正是因为运营及服务赛道上的布局,使企业有了新的成效和突破,成为抵御行业下行冲击的护城河。

应该看到,房地产市场调整的过程,是企业有序解决债务问题、重构稳健经营并探索新发展模式的过程。企业积极盘活存量资产,提升自身流动性,有助于其在逆境中成长。从长期看,企业坚持下去不仅有助于化解风险,增强自身经营能力,也有助于行业蜕变。

我国房地产市场需求仍很广阔,房企对未来仍充满信心。房地产是国民经济支柱产业,转型中的房企能够感受到:我国经济长期向好的趋势没有改变,回升向好的因素持续增强。

企业同样能够看到,行业企稳回升的力量正在积蓄。房地产调控政策不断调整优化,金融支持力度持续加大,各城市出台了一系列支持刚性住房需求和多样化改善性住房需求的政策,加大力度推进保障性住房、城中村改造等“三大工程”建设,刺激市场需求,提振市场信心。企业也能够认识到,人们对美好生活的向往不断提升,人均居住面积还有较大上升空间。目前城市住宅里有超过60%的房子尚未配备电梯,老旧小区改造特别是加装电梯的需求还很广阔。我国的城镇化进程仍在持续推进,新增住房需求依然存在。

对房企而言,谁能抓住机遇、转型发展,谁能为群众建设好房子、提供好服务,谁就能有市场、有发展。相信房地产企业能够在逆境中坚韧前行。



□ 本报记者 李和风



近日,在钦州铁路集装箱中心站,货车在排队转运集装箱。新华社记者 张爱林摄

交通运输部近日发布数据显示,前两月,我国客运、货运、港口吞吐量、铁路投资等交通运输行业多项统计指标实现正增长,交通经济发展积极向好,为经济社会平稳发展提供了有力支撑。

客运方面,前两月,我国公路人员流动量为108.67亿人次,同比增长10.3%。水路客运量为3861万人次,同比增长18.5%。城市客运量为165.43亿人次,同比增长22.6%,其中公共汽车客运量为60.18亿人次,同比增长23.9%;出租汽车客运量为58.04亿人次,同比增长16.3%;轨道交通客运量为47.09亿人次,同比增长29.5%。

货运方面,前两月,我国公路货运量为54.54亿吨,同比增长7.8%;水路货运量近14亿吨,同比增长10.2%。

港口吞吐量实现较快增长。前两月,我国港口货物吞吐量为26.15亿吨,同比增长8.1%;其中,集装箱吞吐量达到4951万标箱,同比增长12.1%。

值得一提的是,今年前两个月中欧班列继续保持较快增长势头,累计开行2928列,发送货物31.7万标箱。

中国国家铁路集团有限公司货运部负责人介绍,今年以来,国铁集团认真贯彻落实中央经济工作会议精神,坚持共商共建共享原则,充分发挥国内和国外协调机制作用,加强国际铁路合作,持续推动中欧班列高质量发展。

一是加强通道建设。探索开行经西安、重庆、义乌等至格鲁吉亚波季、阿塞拜疆巴库、土耳其伊斯坦布尔的南通道中欧(亚)班列,今年以来累计开行18列,进一步完善“畅通高效、海陆互联、多项延伸”的通道网络格局。二是加强运输组织。统筹调配机车、车辆、线路、场站资源,提升口岸通关能力和效率,西(阿拉山口、霍尔果斯)、中(二连浩特)、东(满洲里、绥芬河、同江)运量同比分别增长9%、19%、4%。三是提升服务品质。强化中欧班列运行全程盯控,确保安全畅通。全程时刻表中班列保持运行,今年以来累计开行45列,境内外运输时效得到可靠保障,受到广大客户的青睐。中欧班列门户网站高效运行,为全球客户提供多语种服务,持续提升便利化水平。中欧班列运量保持强劲增长,彰显了我国外贸稳中向好的态势,为服务区域经济发展、促进中欧贸易往来提供有力支撑。

在运输各项指标保持稳定的同时,今年以来,交通运输领域投资持续增长,拉动经济效果明显。据统计,今年前两月,全国铁路固定资产投资完成652亿元,同比增长9.5%,铁路建设优质高效推进,重点工程项目建设进展顺利,铁路现代化基础设施体系加快构建。

国铁集团相关部门负责人介绍,今年以来,国铁集团科学统筹建设资源,合理优化施工组织,强化安全质量控制,高质量推进铁路工程建设。重庆至昆明高铁、西安至重庆高铁等40个重点项目138个工点春节期间持续施工,其他项目节后立即复工复产,迅速形成攻坚态势。新疆维吾尔自治区将军庙至淖毛湖铁路开通运营,安徽省池州至黄山高铁启动联调联试,沪渝蓉沿江高铁合肥至武汉段、甘肃平凉至庆阳铁路、云南省文山至蒙自铁路开工建设,杭州至衢州铁路、上海至苏州至湖州铁路、广州至湛江高铁、杭州至温州高铁等在建项目重点控制性工程取得重要进展,为完成全年投资任务打下了良好基础。

该负责人指出,铁路建设投资保持高位运行,对区域经济社会发展具有明显的拉动作用。下一步,国铁集团将紧密围绕服务和支撑国家重大战略,突出提升路网整体功能和效益,优质高效推进铁路规划建设,为我国经济回升向好注入新动能。

本版编辑 吉亚娇 美编 夏祎

交通

本报记者

齐慧

产业聚焦

家装换新撬动万亿元市场

日前,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新的行动方案》,提出推动家装消费品换新,从政策层面为推进更多高质量耐用的家装家居产品进入居民生活提供了支持。

目前,家装领域换新需求有多大?面临哪些难点?如何推动家装换新更好落地?对此,记者进行了采访。

万亿元市场待挖掘

“没想到这么省事,小改造却极大提升了生活舒适度。”前不久,家住北京市朝阳区的杜女士给家里定做了一套适老化箭牌浴室柜,方便她80多岁的母亲坐在轮椅上也可以使用。从下单、测量、设计、拆旧、施工到交付,这次局部装修耗时不到1个月,花了3万多元。

像杜女士一样想通过旧房装修或局部改造提升居住品质的家庭不在少数,但施工周期长、无法边装边住、旧家具不好处理、家装企业鱼龙混杂等现实问题又让很多人对家装换新望而却步。

中国建筑装饰协会住宅装饰装修和部品产业分会的数据显示,2023年,家装行业总产值约为2.77万亿元,其中消费者的局部装修需求超过35%。

“家装换新市场规模近万亿元。”中国建筑装饰协会住宅装饰装修和部品产业分会秘书长胡亚南告诉记者,根据协会测算,当前城市家庭住房中,约有2.7亿套住宅房龄在20年以上,有较为强烈的翻新、改装需求。

广东省商业经济学会会长王先庆认为,我国现在正处于扩大内需的战略关键期,房地产市场快速扩张的时代已经过去,而家装换新是一个系统性工程,此时推出推动家装换新方案,可以起到更有序引导和扩大内需的作用,既有利于经济发展,又能切实改善民生。

近年来,家装消费趋势从产品需求向生活方式需求转化,消费者不再满足于单纯的家居产品、家装服务,而是希望获得成套化的家庭生活方式解决方案。

随着5G、人工智能等技术进入日常生活,以及人们的环保意识不断提高,消费者对智能化、绿色化家装产品的需求也随之增长。

“根据我们的研究,‘90后’‘00后’等年轻群体更关注家居产品的智能化,而有孩子的家庭会更关注家居产品的环保性能。”奥维云网副总裁兼地产家居大数据事业部总经理李影说。

人口老龄化也在一定程度上为家装换新、旧房改造打开了市场。统计数据显示,2023年我国60岁以上老年人口达2.97亿人,占全国总人口的21.1%,迈入中度老龄化社会。去年,住房和城乡建设部城市建设司编制了《城市居家适老化改造指导手册》,针对城市老年人居家适老化改造需求,在通用性改造、入户空间、起居(室)厅、卧室、卫生间、厨房、阳台7个方面形成了47项改造要点。

换新容易弃旧难

虽然旧房改造、家装换新有市场,但实际操作起来却面临诸多困难。

从消费端来看,换掉的家具怎么处理、暂时不需要换的旧家具存放在哪里、装修期间住在何处、装修的资金是否充足、担心遇到不靠谱的工长或者装修公司等,都是可能阻碍家装换新真正落地的难题。

“目前,由于很多家具回收拆解废料残值相对较低,社会化的大型平台型企业参与回收的意愿不足。”红星美凯龙家居集团执行总裁兼大运营中心总经理朱家桂表示。然而,消费者又不具备自行处理大件家具的能力,大件的拖旧可能会成为换新的掣肘。

在清华大学环境学院固体废物控制与资源化研究所所长刘建国教授看来,家具“以旧换新”行动难以落地主要有三方面原因。一是当前我国尚未建立起成熟的垃圾处理付费机制,消费者在观念上难以接受需要付费处理大件家具。二是大件垃圾暂存点、回收网点、拆解中心等公益属性没有得到认可,在用地规划等方面没有保障。三是大多数二手家具再生价值不高,无法进入二手市场,而拆解、分类、回收等环节都过度依赖政府补贴,政府财政压力过大。

从供给端来看,胡亚南认为,局部装修、以旧换新工程量大,且集中在老旧小区、房龄较长的房屋,所以施工难度较高,局装供应链不好整合,客单值相对较低,家装企业的利润率会受到一定挑战。

同时,对大部分家居企业来说,提供大规模的以旧换新服务,并处理好换下的家具并非易事。“这需要在管理、运营、物流、规范性环保拆旧等方面付出较高的经营成本。单个企业很难独立支撑,建立起大规模完善的以旧换新体系,唯有社会力量的广泛参与,才有可能取得突破。”朱家桂说。

此外,尽管家装市场规模巨大,但其市场集中度相对较低。根据公开数据,中国家装市场的CR50(前50强企业的市场份额)仅为1.2%,表明市场仍由众多中小型企业占据主导地位。在此背景下,消费者如何选择专业、靠谱、性价比高的家装公司,也是需要思考的问题。

打通上下游链条

一个完整的家装换新项目,包括拖旧、拆解、回收、换新等环节,不仅涉及消费和服务,也涉及物流快速、二手流通、再生利用等领域。因此,想要打通换新链条,需要家装行业上下游企业的全力合作。

现在,已经有不少家装企业洞察到了市场上的换新需求,聚焦局部改造和整屋翻新,推出符合消费者期待的智能化、适老化改造项目。箭牌卫浴的全卫设计翻新改造服务包含测量、拆旧、回收、换新全部环节;



近期,红星美凯龙北京东五环商场开展“以旧换新”进社区活动。(资料图片)

立邦推出“涂装”“刷新”等空间服务方案;恒洁卫浴推出“闪装2.0三小时全卫焕新”服务等。

除此之外,平台企业也在为畅通以旧换新而努力。消费者在红星美凯龙官方小程序上申请“以旧换新”置换项目,平台不仅可以提供上门拖旧回收服务,还可以根据旧家居产品的残值给予顾客一些换新权益。“去年‘3·15’活动期间,我们单个商场回收了近100张床垫。”红星美凯龙北京营发中心副总经理兼北四环商场总经理高玲说。

闲鱼作为一个目前拥有5亿户注册用户的闲置物交易平台,也支持大件家具、家电的回收服务。为提高用户旧物回收的积极性,闲鱼设置了积分商城,参与回收服务的用户可以获得积分,兑换平台提供的家政、食品等权益。同时,闲鱼聚焦家电、手机等消费品,与天猫等电商平台开展以旧换新合作,在原来“先收旧、再换新”二次上门方式基础上,增加“一次上门”完成收旧换新的新模式,提高服务效率,满足用户需求。

许多受访企业和专家也提到了期待政府出台更加详细、可落地的实施方案,以拉动居民消费意愿,为企业“以旧换新”服务提供指引,助力循环经济。

以“回收”环节为例,刘建国建议,要形成“社区暂存点—街道中转站—区县拆解中心”三级回收网络,落实生产者责任延伸制度,通过宣传科普培养消费者“为处理旧物付费”的观念,鼓励生产者和使用者承担起回收处理的责任。同时,政府做好用地和相关项目审批保障,助力家具以旧换新形成较为成熟的换新商业模式。“这不仅有利于绿色环保,还是社会文明程度提升的一个表现。”刘建国说。

在家装换新的施工环节,旧物存放和居民暂时的居住需求也需要考虑到。胡亚南建议,利用小区闲置物业,为有意进行二次



装修的消费者提供存放旧家具的场所;同时可以和小区周边的一些快捷酒店达成某种协议,给予消费者一定程度的优惠,满足装修期间的暂时需求。

“从国家层面推出以旧换新政策,除了能够拉动经济、提升家庭居住水平,还能有效带动上游家居家电消费。这对行业企业而言是一个利好信号,消费者也能从中切实获利。”中国社会科学院财经战略研究院住房大数据项目组组长邹琳华表示。

