

郁亮：万科不仅保交付 还要保质量

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

2022年年初，万科企业股份有限公司(000002.SZ,以下简称“万科”)董事会主席郁亮向股东报告,2022年主要工作目标是“止跌企稳,稳中有升”。8月30日,万科交出“期中答卷”,以相关数据呼应了前述目标的推进。

上半年,万科收入2069.2亿元,同比增长23.8%;归属于上市公司股东的净利润122.2亿元,同比增长10.6%;经营性现金净流入82.9亿元,同比增长22.2%。

开发业务方面,万科实现销售金额2152.9亿元;经营服务业务全口径收入241.1亿元,同比增长30.6%。租赁住宅、物业服务、物流

销售额同比减少39.3%

上半年,万科实现11.5万套住宅的平稳交付,其中,35%的项目“交房即交证”,较2021年全年的比例提升10个百分点。

房地产市场下行背景之下,上半年,万科的销售金额同比减少39.3%,销售面积同比减少41.1%至1290.7万平方米。所销售产品中,住宅占比85%,商办占比9.6%,其他配套占比5.4%。

报告期内,公司房地产开发及相关配套业务收入1894.9亿元,分区域看,上海区域、南方区域占比较大,分别为33.65%、23.16%。上半年,公司房地产开发业务结算面积达1310.2万平方米,同比增长17.5%,实现结算收入1788.8亿元,同比增长23.9%,结算毛利率为21.9%(扣除税金及附加后为17.3%),结算均价为13652.8元/平方米。

合并报表范围内,万科已售未结合同面积为4326.8万平方米,已售未结合同金额为6672.7亿元。

投资和开竣工情况方面,万科在上半年开发业务新开工计容面积约1068.8万平方米,同比下降38.9%,完成年初计划的55.7%(2021年上半年为55.5%);开发业务竣工计容面积约1443.7万平方米,同比增长17.8%,完成年初计划的37%(2021年上半年为34.2%)。公司预计,全年竣工面积将与年初计划基本持平。

上半年,万科实现11.5万套住宅的平稳交付,其中,35%的项目“交房即交证”,较2021年全年的比

仓储、商业地产等业务也在报告期内实现不同程度的收入同比增长。

业绩会上,郁亮重申了其在今年6月股东大会上的判断,即从短期来看,市场已经筑底,但恢复是一个缓慢、温和的过程。其认为,“市场收缩过了头,反而会积蓄自发修复的功能。”

郁亮表示,“要相信居民追求美好生活、改善居住条件的力量”,他同时也看到,房地产调控的三大目标“稳地价、稳房价、稳预期”中的前两者已基本实现,但目前“稳预期”还存在较大的挑战。

回归到自身,谈及“保交付”热点问题,郁亮在业绩会上表示,“请客户放心,万科不仅是保证交付,还要保证质量。”

例提升10个百分点。

业绩会上,郁亮表示,公司邀请客户“共建家园”,让客户能够看见万科在建项目进展情况。今年,万科开始推进“交房即交证”工作。截至目前,约有70%的准业主在正式交付前都至少去过一次现场查看自己的房屋。

“只要有好的产品、好服务,哪怕短期内市场环境存在压力,也一定能熬过去。”郁亮认为。

对于下半年,郁亮表示,7、8月份的销售数据对比6月份出现了较为明显的落差,这其中是受疫情回补、销售本身具有季节性特点等短期因素的影响,但他认为,“住房的刚性需求仍然很强,这依然是个十亿量级的巨大市场,常做常有,常做常新。”

上半年,万科新获取项目19个,总规划计容建筑面积307.8万平方米,权益计容规划建筑面积213.1万平方米。项目总地价386.8亿元,权益地价总额约248.3亿元。投资金额中,一二线城市的占比为95.6%。

截至6月30日,公司在建项目总计容建筑面积约1亿平方米,权益计容建筑面积约6281.5万平方米;规划中项目总计容建筑面积约3715.4万平方米,权益计容建筑面积约2345.9万平方米。

经营服务收入增长30.6%

对于重建市场信心,郁亮称,相比短期政策,万科更关注与未来行业长期发展有关的政策。

房地产行业进入调整的这些年来,郁亮表示,目前“稳预期”仍存在较大的挑战,“预期”即是“信心”,对于重建市场信心,郁亮称,相比短期政策,万科更关注与未来行业长期发展有关的政策。

“房地产行业进入新的阶段,为城市提供的配套服务业务越来越丰富,新的业务发展起来了,也能给市场提供一定的支撑,但这些业务大多为保本微利的长周期业务,需要独立的政策制度。”郁亮表示。

近两年,万科从过去的以开发为主向开发、经营、服务并重转变,至此有了自己的“铁人三项”。上半年,万科的经营服务业务收入241.1亿元,同比增长30.6%。公司表示,经营服务类业务既面临挑战,也迎来发展机遇。

具体而言,物业服务方面,万物云上半年收入143.5亿元(含向万科提供服务的收入),同比增长38.2%,其中,社区空间居住消费服务收入80.8亿元,同比增长34.8%;商企和城市空间综合服务收入51.1亿元,同比增长39.7%;AIoT及BPaaS解决方案服务收入11.6亿元,同比增长59%。

就在7月18日,万科分拆万物云境外上市的方案获得中国证监会核准。业绩会上,郁亮表示,

“把安全放在第一位”

对万科而言,郁亮认为,安全只是底线要求,公司在规模和债务方面一直比较克制,所以在经营层面有一定的安全边际。

今年年初,郁亮向股东报告的“八字”工作目标,在上半年已取得一定成绩,能不能继续走下去,还取决于背后的能力有没有提升,“肌肉有没有长起来”。

郁亮表示,在当前的外部环境,万科也有压力,部分经营指标表现不尽如人意,但万科“一直努力保持身体机能的基本平衡与健康,保持不断跑下去的状态,始终把安全放在第一位,且对未来的止跌企稳、稳中有升抱持信心”。

对万科而言,郁亮认为,安全只是底线要求,公司在规模和债



万科2022中期业绩会。

本报资料室/图

分拆物业上市,不是“卖猪仔”,即不是为了好价钱而把它卖掉,而是希望通过上市能使其获得更大的发展空间。

据万科董事会秘书朱旭透露,下半年,万物云旗下的万物云城加速拓展,计划到2022年末累计落地100个城市服务项目。

物流仓储服务方面,上半年,万科收入18.6亿元,同比增长39.1%,其中高标库营业收入10.4亿元,同比增长13%;冷库营业收入8.2亿元,同比增长94.7%。报告期内,万纬物流新

获取5个项目。截至6月30日,万纬物流在全国47个城市运营管理157个项目,可租赁建筑面积1164万平方米。

另一方面,万科的租赁住宅业务在上半年新获取10个项目,涉及深圳、广州、厦门、佛山等7个城市,房间数9674间。截至6月30日,泊寓共运营管理房屋20.99万间,累计开业16.95万间。报告期内,该项业务收入14.8亿元,同比增长12.3%。

朱旭称,租赁住宅业务下半年的工作方向是保持运营效率的

行业领先地位,实现经营利润增速大于收入规模增速,到2023年实现成本法下(即扣除折旧摊销后的)会计报表盈利。

商业开发与运营方面,上半年万科该项业务收入40.1亿元,同比增长10.4%。其中,印力集团管理的商业项目营收27.5亿元,同比增长12.2%。朱旭披露,2020年开业的上海南翔印象城MEGA及2021年开业的温州印象城MEGA、杭州奥体印象城等项目的首年NOI(投资回报率)均超过6%。

房地产数字化进行时

本报记者 陈靖斌 广州报道

今年4月份以来,行业政策松绑趋势明显,各行各业叠加数字经济浪潮。与此同时,房地产企业借着数字化的浪潮,迎来了新的发展机遇。

2022年初,住房和城乡建设部印发了《“十四五”建筑业发展规划》,其中提出的发展目标包括建筑工业化、数字化、智能化水平大幅提升,建造方式绿色转型成效显著,加速建筑业由大向强转变,为形成强大国内市场、构建新发展格局提供有力支撑。

《中国经营报》记者了解到,在地产逐步拥抱数字化的浪潮中,碧桂园、龙湖集团以及海伦堡等多家房企已积极加码数字化建设,通过数字化赋能以提质增效。

在中国房地产数据研究院院长陈晟看来,房地产行业逐步推行数字化转型,在房地产发展面临的新发展模式、新动能的情况下,将会带来积极的作用。“对房地产行业来说,会从房地产研究、房地产销售、房地产金融,包括房地产社区应用、物业等方面产生比较积极的作用,这个将是数字化带来实质性的好处。”陈晟表示。

地产拥抱数字化

随着地产存量时代到来,传统的高周转模式难以维系,在监管政策、内部运营、外部竞争、品质生活和新技术的共同驱动下,传统房地产企业纷纷开启数字化转型进程。

记者了解到,碧桂园、龙湖以及海伦堡等多家房企,也已逐步进入数字化的新阶段。而对于整个房地产行业而言,数字化转型也呈现信息化、数据化和智能化并存的局面。

从营销创新角度,碧桂园借助数字化打造线上服务平台——凤凰云,打通线上购房各个环节,延伸线上购房的服务边界。

“凤凰云”是碧桂园官方直营购房平台,打造碧桂园24小时线上售楼部,为客户提供线上选房、看房、认购、收楼等全周期服务。在

地产数字化任重道远

多家房企已陆续开启数字化转型,地产数字化也是大势所趋,在数字化转型资深专家蔡建军看来,其背后的缘由,是受到政策、疫情以及产业周期的影响,房地产行业从高速发展逐步转向平稳发展阶段,房地产企业的发展模式将发生改变。

“规模化高增长的模式难以持续,转而进入存量经营阶段,降本、增效、提质也提上日程。很多企业纷纷加大数字化投入,希望通过数字化手段来提升运营力、服务力与创新能力。”蔡建军告诉记者。

此外,蔡建军还指出,数字化后的相对比较传统房企,数据会成为

疫情持续反复的背景下,凤凰云为客户提供无接触式的远程线上购房服务。相关负责人介绍。官方数据统计,2021年凤凰云平均月活达230万,全年近7成的客户通过凤凰云小程序或凤凰云ASM自助机办理认购手续,线上认购为客户提供了极大的购房便利。

近日,龙湖集团的数字化智慧营造品牌“龙湖龙智造”,也正式对外发布。

“龙湖龙智造建构了自主知识产权的LFC龙湖BIM数据标准、10万+数字资产库、BIM数字设计系统、BIM云平台、智慧驾驶舱、未来城市数字孪生等行业领先的数字科技体系,并以此为未来城市提供虚拟建造、实体智造、BIM在线协同、智慧驾驶舱等全链条数字化赋

能,实现项目管理在线化、数字化,提高业务协同与管理效率。”龙湖集团相关负责人介绍。

此外,龙湖龙智造依托空间数据网格(MSD)、智慧运营平台(IOC)、社区服务平台(NSM)等数字化产品,通过模型全周期管理、CIM全要素管理、物联感知、增强现实引擎、空间大数据等数据融合系统,串联线上线下的人、空间、服务,为智慧城市运营提供数字化赋能。

以杭州杭腾未来社区为例,龙湖龙智造设计了未来邻里、教育、健康、创业、建筑、交通、低碳、服务和治理等九大场景,打造更智慧的建筑、更亲近的邻里、更温暖的服务、更高效的治理,让杭腾未来社区成为未来人居新标杆。

基于数字化的赋能,释放一些新的需求。比如说首先形成房地产的数字底座,让房地产对数据的控制率逐步清晰,这对房地产行业的投资判断带来非常积极的引导作用。其次,数字化应用本身,包括元宇宙的赋能手段,也会对房地产行业带来新的体验模式。

“所以房地产的数字化不是简单建一个模型,而是强调它的深度融合,虚实结合。在数字化集合后,找出相应的问题,同时影响现实决策。不同的产品生产也是基于数据化汇总后,找出它的需求要点,进行相关匹配,而不仅仅是一张数字地图。”陈晟认为。

对于房地产数字化的瓶颈和难点,陈晟指出,“现在仅仅是在建造过程中的一个底图建设,我们没有反向形成数据汇总,进而影响到现实生活。比如说,我们的空置率到底怎么样,哪些地方有足够多的房子,供过于求,不需要建造了,哪些地方供不应求,而且需要什么类型的住宅,什么类型的商业匹配等。”

另外陈晟还指出,房地产行业是真实的社区载体,那么也应该通过数据化的赋能,把这个社区的运营变成比建造更重要的一个环节。蔡建军则认为,房地产要在战

略上统一认知;其次是投入上,房地产一般体量较大,数字化的投入必然不少,而且数字化的见效也需要一个过程,这时候要有足够的资源和资金投入;最后就是人才,要建立房企的数字化队伍。

“实际的情况是业务部门在为业绩发愁和奔波,无暇顾及数字化,而IT部门想推动又缺少抓手;传统房企有大量的销售人员、工程人员,缺少数字化人才,而其他行业的数字化人才对于房地产业务又不够熟悉。所以这时候如何快速培养复合型人才,这些都是地产数字化过程中要面临的挑战。”蔡建军表示。

“连接本身产生数据,数据本身又进一步通过数据运营,数据分析推动业务的发展,最后大量数据的积累可以进一步应用到大数据分析

和人工智能,推动整个产业或业务流程的进一步自动化和智能化。”海伦堡相关负责人告诉记者。

2020年初,线下营销方式受到较大影响,海伦堡经过快速调整,迅速推出贴近市场的政策,启动了线上立体化销售模式。在全国启动线上售楼部“海房宝”等一

系列具体措施,同时还通过短视频平台吸引流量,结合项目线上沉浸式直播等形式,以数字化应用助力营销实现突围。

而这只是海伦堡数字化应用的一个缩影。实际上,早在2019年初,海伦堡便迈出数字化转型步伐,成立数字化专项小组,提出数字化战略蓝图“5543”体系,以五条产品线、五大技术平台、四个基础架构、三套支撑体系推进数字化系统的搭建和运行,并提出公司数字化转型“业务线上化”“经营数字化”“企业智能化”三步走规划。

“企业智能化”三步走规划。海伦堡以战略蓝图引领数字化的开发落地,积极开展业务系统线上化、拉通流程与数据,整合数据资源,推进数据指导经营,不断夯实数字化基础整合数据资源。

“连接本身产生数据,数据本身又进一步通过数据运营,数据分析推动业务的发展,最后大量数据的积累可以进一步应用到大数据分析

和人工智能,推动整个产业或业务流程的进一步自动化和智能化。”海伦堡相关负责人告诉记者。

2020年初,线下营销方式受到较大影响,海伦堡经过快速调整,迅速推出贴近市场的政策,启动了线上立体化销售模式。在全国启动线上售楼部“海房宝”等一

系列具体措施,同时还通过短视频平台吸引流量,结合项目线上沉浸式直播等形式,以数字化应用助力营销实现突围。