

加速去化房企忙促销 现房销售成亮点

本报记者 蒋翰林 广州报道

已连续两年缺席的“金九”，今年开局仍成色不足。据中指院监测，9月前两周，重点

促销战

不同于往年的纯拼折扣力度，如今楼盘会根据当下购房者心理和需求，定制出差异化促销方法。

9月，广州各个楼盘开始铆足干劲积极揽客，以各种创新的促销方式带动销售。特价房依然是市场常见的促销方式，不过不同于往年的纯拼折扣力度，如今楼盘会根据当下购房者心理和需求，定制出差异化促销方法。

日前，广州某国资房企推出了“30天无理由退房”活动，海报上尤为突出“买房选国企，安家更安心”的字样。根据该房企的宣传，自8月18日至10月31日，客户购买其在广州区域指定楼盘，签署认购书同时加签1份无理由退房确认书，即可在规定时间内退房。

9月，广州某楼盘推出了“交楼前零月供”，根据宣传海报，还

城市商品住宅成交面积同比降幅仍较大。国家统计局9月16日公布的数据显示，8月中国大中城市成交量、成交价等核心指标同比均出现回落。

随着市场竞争日趋激烈，房企积极参与“金九”促销活动。《中国经营报》记者走访发现，楼盘促销方式五花八门，根据市场需求推出了不同的营销创新点。

据广州中地行统计，广州9月26个项目有动作，其中18个全新项目开盘。房地产市场研究专家邓浩志分析认为，

今年下半年有两个重要的销售节点，第一轮是“金九”加上国庆7天，第二轮是12月中的年终冲刺。

“以价换量”

为了加快回款，部分房企“以价换量”实现项目去化，在利润率面临下行压力的行业趋势下加剧了毛利率下降程度。

房企们“以价换量”也给盈利带来了不小压力。下半年，房企的销售压力普遍偏大，近期公布的半年报中，多数房企销售目标完成率不足四成。为了加快回款，部分房企“以价换量”实现项目去化。

克而瑞表示，近年来，受行业整体影响，房企加速“缩表”，资产减值计提现象普遍，这在一定程度拉低了净利润水平，甚至成为部分企业亏损的主要原因，影响不容忽视。从资产减值计提构成来看，存货跌价损失占大头。

克而瑞发布的数据显示，8月，TOP100房企的销售操盘金额环比基本持平，同比降幅为30.9%，同比降幅较7月略有收窄；累计前8个月，百强房企的

同比降幅仍保持在47.4%的较高水平。

为了最大程度地获客，房企近来也普遍在营销上加大费用，这在一定程度上也影响着资金回笼和利润。从克而瑞监测的情况来看，房企的销售费用中品牌宣传及推广费、分销及代理佣金是大头。自2019年突破千亿以来，重点上市房企的销售费用一直处较高水平，2021年增长18%至1557亿元。

克而瑞对此建议，在营销推广创新方面，房企可以自建销售渠道，获得更多议价权。自建渠道的搭建主要是四种方式，包括建立“销拓一体”或“直销团队”、搭建全营销平台、自建或整合中小中介、线上旗舰店、直播揽客等。自

建渠道一方面帮助企业降低对渠道的依赖，另一方面也获得了更多的议价权，从而降低营销成本。

与此同时，广州土拍市场也在进一步调动房企参拍的积极性。近日，广州第三批集中供地正式挂牌上线，共出让20宗地，起拍总价538亿元。无论从宗地数量、计容总建面，还是从起拍金额上来看，广州本轮集中供地为近四轮土拍的新高。

值得留意的是，本次在出让规则上已全面取消竞自持环节，从土地端向开发商让利。据了解，“竞自持”是指当报价达到最高限制地价后，竞买方式转为竞企业自持商品住房建筑面积，该部分面积不可作为商品住宅出售，这通常会增加房企的拿地、运营成本。



广州金融城某在建楼盘。

蒋翰林/摄影

万物云上市“蝶变”

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

日前，万科企业股份有限公司(000002.SZ, 2202.HK，以下简称“万科”)分拆万物云空

间科技股份有限公司(2602.HK，以下简称“万物云”)在香港联交所上市，正式登陆港股市场。

《中国经营报》记者获悉，9

月29日，万物云董事长朱保全本人并未参与敲钟，而是由6位员工启动万物云新的篇章，包括万物云深圳战区前介专家杨鑫、万物梁行总部产品技术

负责人兼超高层首席陈惠荣、万科物业荔景大厦项目管家谢燕玉等。

敲钟当日，万科方面表示，“万物云的分拆上市，是一个全

新的起点。我们并不在意上市时点的估值高低，更在意它未来的长期表现。”

根据公告，此次万物云全球发售共1.167亿股，发行价格

以49.35港元/股计算，募集资金约为56亿港元。中指研究院分析指出，这是今年到目前为止，行业内规模最大的IPO案例。

“差市场结交真朋友”

万物云的7位基石投资者共认购4383.4万股，投资总额为21.63亿港元。

从通过聆讯到完成招股，万科分拆万物云的上市进程走完了最后一步。至此，物业管理行业上市公司再添一员。

根据克而瑞数据统计，今年上半年上市物企营收排行榜中，万物云位居第二，仅次于碧桂园服务控股有限公司(6098.HK)，且与第三名拉开近70亿元的差距。万物云以“龙头”之姿，登陆了资本市场。

并未参与敲锣的朱保全在万物云的微信公众号写下感言称，“万物云始于万科，兴于万科物业，耀于万物梁行，汇于万物云城。金字招牌的背后，得益于万科地产对好产品、好服务的重视，感恩于万物云全体同仁的思变与实干。”

万科董事会主席郁亮则表示，“这次万物云上市，获得很多投资者的支持，其中包括一些长线价值投资人。站在新起点上的万物云，将会获得更大的发展空间。感谢选择万物云的投资者，相信万物云团队会全力以赴，时间会证明万物云的价值。”

事实上，在万物云上市敲锣之前，其向外界披露的基石投资阵容同样引人注目。彼时，朱保全在其微信朋友圈写下“差市场结交真朋友”8个字。

根据招股书，万物云的7位基石投资者共认购4383.4万股，投资

总额为21.63亿港元，占此次募资总额的37.56%。上述基石投资者包括中国诚通旗下中国国有企业混合所有制改革基金及中国诚通投资、淡马锡、瑞银资管、润晖投资、高瓴旗下HHLR基金、YHG投资、Athos资本等。其中，润晖投资、HHLR基金及YHG投资，也是华润万象生活有限公司(1209.HK，以下简称“华润万象生活”)彼时IPO的基石投资人。

IPG中国首席经济学家柏文喜表示，万物云的平稳上市有助于改善物业板块的基本面，提升板块质量与信心，并加强市场对物业板块的关注。

此次万物云全球发售共1.167亿股，占其总发行股本的10%。其中，香港公开发售股数占比10%，国际发售股数占比90%。

不过，万物云公开发售的股份出现认购不足的现象。根据发售价及配发结果公告，在港发售方面，万物云共接获4681份有效申请，认购合共953万股香港发售股份，仅相当于可供认购香港发售股份总数的约0.82倍。

由于公开认购不足，万物云启动重新分配程序，合共214万股未认购股份已重新分配至国际发售。值得注意的是，国际发售方

面，万物云获超额认购。

中信建投证券认为，全球发售完后的万物云市值约为575.98亿港元(不考虑超额配股权的行使)，市值也将位居行业第二，仅次于华润万象生活。万物云的上市，将使得万科物业服务业务估值的显性化。

根据公开信息统计，今年以来，香港市场IPO申请229单中未成功发行上市的达183单，失败率达80%。新股融资超1亿美元的16单中，有7单出现首日破发。

整体市场低迷下，万物云“逆市而上”淡看估值。万物云表示，公司经营战略不会以捕捉资本市场窗口为主要考虑因素。

9月29日，万物云上市首日出现开盘破发。当天，郁亮表示，“1993年万科发行B股，正好碰上市场最高点，七年之后B股股价才回到当初的发行价，一大批投资者被套在其中，那七年的压力和煎熬，让我们记忆深刻。因此我们并不在意上市时点的估值高低，更在意它未来的长期表现。”

招股书显示，万科是万物云最大的客户。2021年，来自万科产生的收入占万物云总收入的16.1%。截至最后实际可行日期，万科及其各全资附属公司拥有权益并有权行使公司共约62.89%的投票权。

推进“万物云街道”模式

“万物云街道”模式是此次募集资金的重点投向。

事实上，对于万物云的分拆上市，万科也曾在招股书中表示：一是在独立平台上实现对万物云的投资价值机会；二是使万物云建立独立的融资平台；三是吸引战略投资者；四是更为集中地发展、战略规划并更好地分配资源；五是提升万物云的声誉，更好地实现价值；六是提高万物云运营及财务透明度。

朱保全透露，此次IPO融资，公司将把其中大部分资金用于“蝶城”战略的智慧物业建设，以回馈客户。通过空间里数字化基础设施的搭建与连接，重塑空间效率，让服务历久弥新。

万物云上市当天，万科方面表示，“祝贺万物云实现了‘不以传统物业公司上市’的目标，成为覆盖‘社区、商企、城市’的服务商。”郁亮的寄语则是“希望万物云不要因为走向资本市场而忘记‘好服务’的初心，希望万物云一如既往高质量发展”。

经过多年探索发展，万物云将其自身定位为“空间科技服务商”，服务范围从单一的物业服务扩展到社区、商企和城市空间，并发展了不同的垂直

领域业务。目前，其主要业务包括社区空间居住消费服务、商企和城市空间综合服务、AIoT(人工智能网络)及BPaaS(业务流程及服务)解决方案服务三大板块。

2019年~2021年，万物云的收入分别为139.27亿元、181.45亿元、237.05亿元，净利润分别为10.4亿元、15.19亿元、17.14亿元。今年上半年，万物云营收143.5亿元，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%，占比为56.3%；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%。

根据招股书，此次IPO，万物云拟将35%的募集资金用于在选定街道发展公司的聚焦战略，以及为在全国范围内推行“万物云街道”模式提供资金；约25%将用于投入公司AIoT及BPaaS解决方案的开发；约20%用于收购增值服务提供商，以及万物云行业上下游供应链的服务提供商以孵化万物云生态系统；约10%将用于吸纳及培养人才；约10%将用于营运资金及

精准营销

专家指出，差异化的定价政策，可以达到精准营销、加速去化，既能提高销售规模，还能稳定市场预期。

踩在“金九银十”节点，市场上传出了广州新房限价政策松动的消息。9月14日，多名房产中介向记者发来消息，称广州一手房备案价不再控制在上下浮动6%以内，而是往上可以上浮10%，往下可以下调20%。

对此，广州12345政府服务热线工作人员告诉记者，“目前广州住建局没有出台放松新房限价的文件，相关信息应以官网为准。”

今年2月份，广州豪宅的限价便已有所松绑。彼时广州市住房和城乡建设局对外回复称，广州一直以来都实施严格的价格指导，但各楼盘备案价根据周边楼盘情况进行通盘考虑，并实施动态价格指导，没有按价格专门去设置一个红线，每个楼盘每个时期备案价会有所波动。

广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉分析指出，“一房一价”本质上是限制房价上涨，引导开发商合理定价，适应市场情绪旺盛、涨价预期强烈时的市场形态。

他指出，目前市场形势发生了很大变化。一方面是高价改善盘卖的好，甚至供不应求；另一方面是低价刚需盘去化难，因此需要实时调整限价。部分盘可以实时涨价，部分盘可以降价促销。差异化的定价策略，针对不同购买力，可以达到精准营销，加速去化，既能扩大销售规模，还能稳定市场预期，也能降低普通购房者的购房门槛。

中原统计数据显示，8月广州住宅新批供应达到8125套(87.53万平米)，供应面积与7月基本持平，保持年内相对高位。而成交方面，8月新房网签6125宗，环比下跌3%，比去年同期成交下跌9%。

克而瑞预测，即便供应放量增长，成交也难显著反弹。一方面，随着市场下行趋势不断强化，传统销售旺季也难出现大幅上涨行情；另一方面，市场信心不足，较难扭转市场下行预期。