

杭州拿地开挂，万科画风突变为哪般？

2015 年 10 月 27 日

CRIC 研究中心

www.cricchina.com/research/

研究员/朱一鸣，王青青

近来，各地土拍会上万科出现频繁，尤其是在杭州，万科拿地有如开挂，9 月、10 月先后拿下 7 幅地块，另外上海、沈阳、成都、天津等地也均有地块入手，其中还不乏高溢价地块。向来低调拿地、专注“捡漏”的万科为何突然出手阔绰，究竟又是在打什么算盘？

30 天 53 万方宅地，全城全方位布局

9 月 11 日可谓这波杭州万科拿地热潮的开端，位于市中心的文晖单元、彭埠单元宅地先后被高溢价拿下，随后 9 月底又连续抄底余杭海创园、良渚街道以及萧山开发区三宗地块，10 月 10 日再夺未来科技城宅地及大江东物流用地。前后短短一个月时间，杭州万科累计斩获 53.2 万平方米住宅类用地，耗资 45.3 亿元。

图：2015.9.11-2015.10.10 杭州万科拿地位置示意图



资料来源：研究中心整理

不难发现，杭州万科此番可谓布局全城，地块跨越市中心和郊区，不仅有深耕区域，还有新进板块。从拿地分布及定位，我们可以大致判断出杭州万科的战略布局思路。高溢价竞得市中心地块表达了其丰富产品线的强烈意图，文晖单元和彭埠单元两幅地块未来将定位为中高端改善型项目。但是，文晖地块一来是万科首次布局的区域，客群相对陌生，二来 18074 元/平方米的楼板价高于周边首开、天阳等新盘的售价，未来运营存在一定的风险。为了规避风险，杭州万科仍将重心放在刚需型产品上，良渚街道等另外 4 幅宅

CRIC 研究中心 2015 版

E-mail: research2@cric.com

电话：021-60867863

1/4

地均远离市区，定位刚需以满足庞大的刚需群体，并多数立足深耕区域，如城西和良渚板块，利用区域认可度和品牌效应来保证未来销售。

表：2015.9.11-2015.10.10 杭州万科拿地明细

成交时间	区域	地块位置	属性	建筑面积(万平方米)	成交总价(亿元)	楼面地价(元/平方米)	溢价率(%)
2015/09/11	下城区	文晖单元	住宅	6.12	11.06	18074	36%
2015/09/22	江干区	彭埠单元	住宅	9.51	12.00	12623	26%
2015/09/24	余杭区	海创园	住宅	4.47	2.61	5840	0%
2015/09/25	余杭区	良渚街道	商住	8.43	5.06	6000	0%
2015/09/25	萧山区	开发区市北西单元	住宅	14.39	7.35	5107	0%
2015/10/10	余杭区	未来科技城	住宅	10.32	7.22	7002	0%
合计				53.24	45.31	8510	

注：万科还于 10 月 10 日拿下一宗大江东物流地块

数据来源：CRIC

楼市向好、新帅上任，主客观因素双管齐下

杭州万科破天荒改变拿地风格，拿地规模激增。我们认为，这是由于多方面因素共同推动的。

客观角度来讲，杭州万科此番如此大刀阔斧，根本原因在于杭州房地产市场表现优异。杭州城市人口吸附能力强，楼市需求基础稳固，同时还是典型的政策敏感型城市。因而，从去年下半年救市政策不断出台开始，杭州住宅市场逐渐由库存高压、供需严重失衡进入市场持续回暖、供需均衡的正常轨道。根据 CRIC 监测数据统计，今年以来杭州商品住宅成交量一路小跑上涨，自 4 月开始单月成交量均超百万平方米，至第三季度末累计成交 880 万平方米，同比涨幅达 71%，领先一众城市。同时，从万科 2014 年年报中可以获悉，2014 年年末在杭仅 7 个项目有储备，共计 147 万平方米，其中良渚文化村项目占到 6 成，其他项目体量均不大。2015 年计划开工 49 万平方米，计划竣工面积 45 万平方米，未来供应略显不足。因而在**市场基本面好、未来供应不足的情况下，杭州万科积极拿地补仓成为自然之举。**

主观角度来看，年初杭州万科换帅，新帅李崑走马上任，手上可调配的资源相当充裕，新帅意志可能是杭州大规模拿地的重要因素。2014 年杭州商品房销售金额前三甲依次为绿城、万科、滨江，成交金额分别为 133 亿元、122 亿元和 89 亿元。万科与销冠绿城差距并不大，新官上任的李崑在保持百亿业绩规模的基础上有意冲击杭州销冠，因而选择主动出击，一改往日低调拿地风格，全面扩张规模。同时，万科在杭产品基本着眼刚需，利润率偏低。反观绿城、滨江，这两家房企改善型产品居多，正好迎合越来越多的中高端需求。因而万科力求填补产品空白，借改善产品之力改善利润率、提升竞争力，这也就成为其在主城区大手笔拿地的根本原因。说到底，都是为了业绩。

今年万科布局力度明显加大，布局范围涉及全部城市能级，囊括全部经济大区。典型的如在太原新增 9 幅地块，建筑面积 165 万平方米，在东莞新增 8 幅地块 157 万平方米，在上海新增 4 幅地块 133 万平方米。万科积极寻求业务转型的同时却在扩张传统业务规模，看似相悖，实则相辅相成。万科转型声势浩大，业务铺开面广，不光有集团对外公布的五大转型业务，还有家装、环保等产业的投入。然而新业务的前期投入大，需要占用资金量多，而初期的经营性现金流很难反哺业务发展，这时候还得需要用传统业务进行支持和弥补，或许这也就成为继续扩张传统业务规模的逻辑所在。只有继续做大传统业务，强化传统业务优势，万科的转型之路才能走得更远、更无后顾之忧。

免责声明

数据、观点等引用请注明“由 CRIC 研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

关于克而瑞信息集团 (CRIC)

克而瑞信息集团，隶属于易居（中国）控股有限公司。作为中国最大的房地产信息综合服务商，以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞信息集团拥有中国房地产最大的信息数据库，构筑中国房地产上下游企业（包括开发商、供应商、服务商、投资商）和从业者信息的桥梁，形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台，为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

关于 CRIC 研究中心

CRIC 研究中心是易居旗下克而瑞信息集团的专业研发部门，组建十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止，已经连续五年发布中国房地产企业销售 TOP50 排行榜，引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域；还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份，规模已万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。