

两年超二十座，龙湖商业进击 60 亿大关

2019 年 5 月 14 日

克而瑞研究中心

www.cricchina.com/research/

研究员/房玲、易天宇

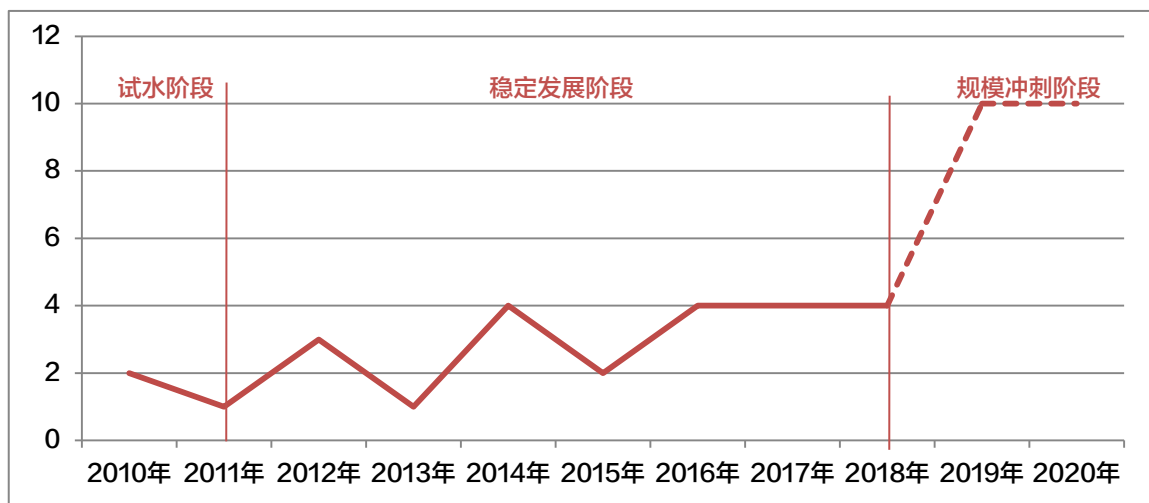
2019 年 5 月 7 日，龙湖商业公布了其未来发展新规划——今明两年将以平均每年新开业超过 10 家购物中心的速度持续发展，到 2020 年累计开业商场数量将超过 50 家。此次新规划的背后，究竟是基于何种战略考量？未来又将会为龙湖商业带来什么影响？

一、龙湖商业进入规模冲刺阶段

事实上，龙湖从 2000 年开始就已介入到了商业地产，并成立了商业管理部。2003 年，龙湖首个购物中心——重庆北城天街的开业运营，这也标志了龙湖正式迈入了商业运营领域。2011 年龙湖正式把商业提升到战略层面，发布了商业地产三大品牌线——天街、MOCO 家居生活馆和星悦荟，年底董事长吴亚军把商业地产作为集团的战略目标：“未来每年销售回款的 10% 将用于商业物业投资；每年开工量的 12% 作为商业项目留存”。在此阶段龙湖商场数目实现稳定增长，历年平均增长 2-3 座，并开启了异地复制，全国布局的道路。

此次龙湖商业再次提出了每年超 10 座商场的新规划，无疑又将龙湖的商业发展推向了一个崭新的阶段。在此阶段中，龙湖商业不仅将会实现开业商场数目、租金收入的快速增长；其品牌影响力也将达到新的高度。

图：历年龙湖商业新增开业商场数量



数据来源：企业官网、CRIC 整理

二、规模增长助力 2020 年 60 亿租金

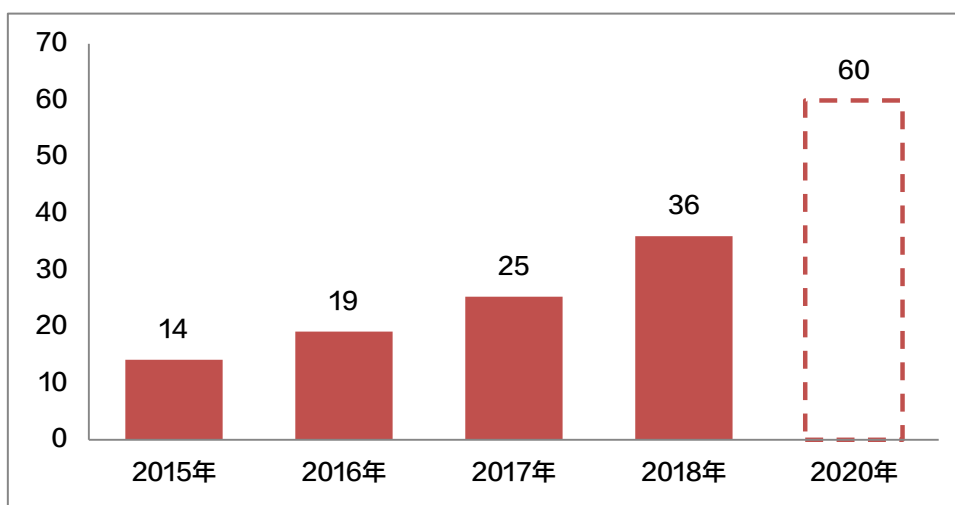
龙湖之所以此时选择加大商业拓展力度，这既是在大背景政策调控下的被动防守，也是在企业多元化战略上的主动出击。近年来，我国房地产市场迎来了新一轮调控，房企在融资、投资和销售等各方面都面临了不同的挑战，此外随着行业集中度的不断提升和增量市场行业天花板的逐步逼近，房企竞争也越发激烈，如何挖掘存量市场的价值成为了房企的新命题。

从一方面来看，商业地产作为龙湖的四大主航道业务，加大商业地产的布局力度，同样也符合于龙湖四轮驱动的多元战略需要，能够为企业带来稳定可观的租金收入，降低运营风险。此外，随着龙湖十多年来在商业板块上的不断尝试，组织架构及运营体系逐步成熟，并积累了一定的商业资源，这也为之后的加速发展提供了有力支撑。

截止 2018 年，龙湖商业共拥有已开业商场 29 座，建筑面积 295.75 万平方米，同比增长 15%。据年报中已确定 2020 年前将开业的 20 座商场来看，新开业的商场建面将达到 195.1 万平米。截止 2020 年，龙湖开业商场的建筑面积预计将达到 490 万平米，相比 2018 年大幅增长 66%。

规模的增长将势必带动租金收入的提升，在 2018 年的全年业绩会上龙湖再次表示 2020 年商业收入将超 60 亿。目前 2018 年龙湖商场的租金收入为 36 亿元，若按照规模至少 66% 的增长率，在租金水平自然增长的情况下，60 亿租金目标实现难度不大。

图：历年龙湖商场租金收入情况（单位：亿元）

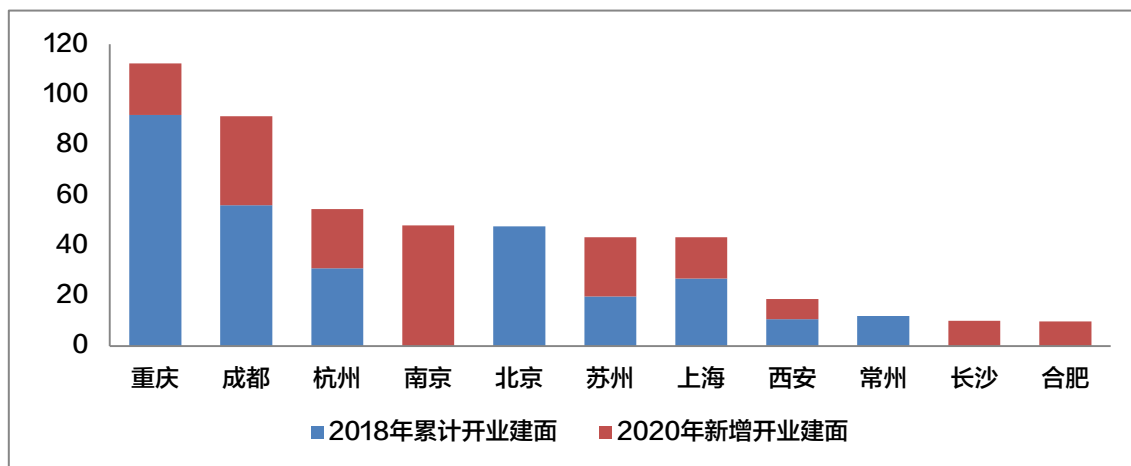


数据来源：企业官网、CRIC 整理

三、城市布局兼顾深耕与拓展

从未来两年龙湖新开业商场的城市布局情况来看，既有在当前城市的深耕布局，也有在新城市上的积极拓展。以成都为例，截止 2018 年底龙湖已于成都拥有天街 5 座，未来两年内还将在成都陆续开业 3 座天街及 1 座星悦荟，从而成为成都自持商业体量最多、布局最完善的城市运营商之一。通过深耕布局，龙湖不仅能够抢占市场份额，同时还能有效提升品牌影响力。

图：2018 及 2020 年龙湖新开业商场城市布局情况（单位：万平米）



数据来源：企业官网、CRIC 整理

此外在新拓展的城市中，南京的新开业建面达到了 47.99 万平米，新增建面在各城市中最高。未来两年，南京将陆续开业六合天街、龙湾天街、江北天街、河西天街共四个项目，将分别定位“梦享家”、“恋时光”、“漾生活”、“轻主张”四个主题，并在 IP 中引入当地文化，如秦淮河、茉莉花等等。通过差异化的主题定位，以及当地元素的运用，龙湖能够提升其商业品牌在新拓展城市中的接受度，并更大程度地吸引潜在客群，实现租金回报。

表：南京各龙湖天街项目定位情况

名称	龙湾天街	六合天街	江北天街	河西天街
建筑面积 (万平米)	11.4	11	14.3	11.2
预计开业 时间	2020 年	2019 年	2020 年	2020 年
主题定位	“其乐融融，全家乐享”，构建一站式家庭欢聚空间	“六合·恋时光”，根植于茉莉花文化	新主张，漾生活”，致力于成为江北新区商业新力量	“轻主张，街欢享”，打造首个新城市减压空间
设计理念	依托秦淮河文化，以“方舟寻宝”为空间 IP	将六合源生茉莉花 IP 融入建筑	以“山”为 IP，“有氧有生活，有样有态度”的绿	通过“园中国”的构想，独创四季乐园、童话唱园、秘

			色生态城市开放空间。	密花园、园中游园、梦幻花园五重解压乐园 IP
--	--	--	------------	------------------------

数据来源：企业官网、CRIC 整理

整体来看，此次龙湖商业发展的提速，再次印证了龙湖对于四轮驱动协同发展的雄心与决心。但在商业规模加速提升的同时，龙湖仍需警惕过快商业发展对于企业现金的占用，尤其是在融资环境不断收紧的当下，在加大商业投资布局的同时，更要保证企业的财务健康。2018 年底龙湖已开业商场的权益建面占比为 93%，未来两年新增开业商场的权益建面占比为 82%，下降了近 10 个百分点。在**项目操盘的前提下**，未来龙湖可继续通过合作的方式，进一步降低企业的财务负担。此外龙湖还可以积极尝试商业物业的**资产证券化**，从而为企业带来更多流动资金。

免责声明

数据、观点等引用请注明“由易居·克而瑞研究中心提供”。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

克而瑞，易居（中国）企业集团旗下品牌。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。

>>>关于研究中心

研究中心，易居●克而瑞的专业研发部门，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 7 年发布中国房地产企业销售排行榜，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。