内地房地产周度观察

双十一×房产：擦出怎样火花？

专题研究：

此次天猫好房双十一活动会否改变传统的购房模式？对中介行业会否带来明显冲击？

天猫好房双十一更偏向购房优惠领取平台而非商品房成交平台，短期内对购房流程及中介行业模式影响有限。易居与众多开发商的良好关系使天猫好房具备明显的新房资源优势，天猫好房 2020 年双十一活动涉及房源达 80 万套，远大于 2019 年阿里和京东双十一合计上架的约 1.6 万套。如此次活动对新房销售有明显提振，该优势或将得到进一步巩固。此次活动的主要着力点在于客源端：**1）购房选择：**天猫好房此次上架了大规模在售新房楼盘供消费者选择，但具体房屋情况披露相对较少。**2）购房流程：**仅凭借房源优势优化了楼盘筛选流程，对购房全流程的优化幅度有限。**3）营销模式：**开展直播以介绍项目情况、秒杀特价房源等，能够迎合消费者逐渐养成的新购物习惯；线下渠道仍为营销重点，天猫好房借助房企售楼处满足线下体验需求。整体而言，天猫好房在新房资源方面的显著优势解决了线上平台房源充足度、真实度等痛点；在客户引入方面，短期补贴和抽奖活动能够带来一定关注度，但**并未使当前购房流程和房地产交易模式产生明显变化。**

展望未来，天猫好房或将以新房市场为入口重塑中介行业格局。本次天猫好房双十一活动的重点在于新房房源，或在一定程度上反映出天猫好房的发力方向更偏向新房而非存量房市场。新房的推出时间、价格安排等相对存量房更为可控，因而线上平台更能够根据开发商的推货安排做出相应营销，使新房更适合作为网上房产成交的标的。**本次虽双十一尚未达成房产的线上成交，但已凭借明显的新房资源优势接入极大规模的房源。**如天猫好房能够在未来配合开发商的推盘计划积极营销、并打通全套线上购房流程，参与天猫好房营销的开发商或将有望通过新的营销渠道迎来销售的提振；同时，天猫好房的新房资源优势将更为显著，或将为其他中介平台的新房房源引入带来一定压力。

数据要点：

截至 10 月 23 日，本周 42 个主要城市新房成交面积环比下降 6%，2020 年累计成交面积同比下降 1%。

截至 10 月 23 日，本周 13 个主要城市可售面积（库存）环比上升 1%；平均去化周期 11.0 个月，平均环比上升 8%。

截至 10 月 23 日，本周 15 个主要城市二手房交易建面环比上升 5%，2020 年累计交易面积同比下降 3%。

投资建议:

本周，住建部在提出“房地产市场已基本实现‘稳地价、稳房价、稳预期’目标”，肯定了当前行业的发展态势，同时再次重申“房住不炒”定位，行业基调仍维持稳定。北京等地再提强化商品房预售资金监管，或将进一步规范房企经营中的资金使用，助力行业的平稳健康发展。维持行业“强于大市”评级。

强于大市

(维持)

微信公众号

蔡鸿飞
分析师
+852 3958 4629
caihongfei@cwghl.com
SFC CE Ref: BPK 909

诸葛莲昕
分析师
+852 3958 4600
zhugelianxin@cwghl.com
SFC CE Ref: BPK 789

1. 双十一×房产：擦出怎样火花？

淘宝双十一预售已于 10 月 21 日开启，由阿里与易居合作成立的天猫好房首次参与到双十一活动中。此次天猫好房双十一活动会否改变传统的购房模式？对中介行业会否带来明显冲击？

1.1 天猫好房双十一对中介行业影响几何？

房源端具备资源优势，主要发力于客源端。易居与众多开发商的良好关系使天猫好房在此次能够较为顺利地对接新房房源，具备明显的新房资源优势。为促成成交，此次活动的主要着力点在于客源端，主要做法包含客源的吸引、购房流程的优化和营销模式的创新等方面。

1.1.1 房源：新房资源优势或进一步巩固，ETC 作用尚待观察

中介行业的核心资源为握有房源的开发商和经纪人。房产中介行业中，握有房源的开发商和经纪人拥有极强的流动性，能够相对自由地选择能够获得最大利益的平台。贝壳通过 ACN 模式使经纪人在购房多个流程中均能够获得相应收入，提升了经纪人共享房源的意愿，因而实现了大规模存量房资源的接入；易居的比较优势则更在于新房资源，从此次双十一的活动来看，天猫好房涉及商品均为开发商提供的新房房源。

新房更适合作为双十一活动标的，天猫好房资源优势显著。相对于经纪人，单个开发商即拥有大量房源，且开发商能够决定其房源价格，使新房更适合参与此类购房优惠活动。在此次双十一活动中，天猫好房的房源基本均为来自开发商的新房房源，体现出天猫好房新房资源的显著优势。拥有新房房源的开发商的诉求在于能将新房以尽可能低的销售成本成功出售，**如此次活动对新房销售有明显的积极作用，天猫好房在新房资源方面的优势或将得到进一步巩固。**

ETC 机制的作用尚未在此次活动中体现。天猫好房发布的不动产交易协作机制（ETC）将基于数字化、智能化的新产品构建多方参与、高效协作的开发平台，此次活动则更偏向于天猫好房凭借其新房资源优势进行的线上营销，ETC 的作用尚未有明显体现。在天猫好房后续的经营中，如 ETC 对促成交易有明显的积极作用、帮助开发商和经纪人将房源成功出售，则天猫好房亦将吸引更多的开发商和经纪人，而 ETC 将成为房源充足程度和天猫好房竞争力最有力的支撑。

1.1.2 客源：补贴营销吸引消费者，购房流程有待优化

天猫好房首次双十一或意在引流及培养消费者习惯。除提供充足的房源外，天猫好房本次亦通过优惠吸引消费者。从目前淘宝方面的宣传来看，宣传重点为福利和补贴：1）房屋使用权、居住权和租金收益的抽奖活动；2）此次活动的大规模和部分低折扣房源。而上述补贴的作用则在于：1）促使有购房需求而尚未决定买房时点的潜在购房者在此次促销中做出购房决策，对房企的销售回款带来一定改善。2）借助双十一的关注度提供一定噱头、为天猫好房这一年轻的平台吸引一定流量，并培养部分消费者在买房前到天猫好房查看是否有折扣的消费习惯。**相对于“上天猫买好房”的口号，本次活动更接近于“上天猫领购房优惠券”，能够作为吸引消费者、培养消费者习惯的方式。**

购房选择方面，天猫好房此次在楼盘基本信息整合方面表现良好，但具体房屋情况披露相对较少。如前所述，天猫好房此次上架了大规模在售新房房源，在楼盘基础信息整合方面表现良好。然而，当前上架的房源在信息展示页面仅包含少量项目图片，在一定程度上限制了购房者对项目实际情况的了解。相对贝壳等其他平台房产信息平台，当前天猫好房尚未提供 VR 看房等方式，亦未设置房贷计算器等便捷功能；相对阿里拍卖而言，天猫好房提供的项目信息多为项目整体效果图，而未涉及参与活动的具体房屋的情况。**当前天猫好房商品页面提供的商品房信息相对较少，潜在购房者或需通过人工客服或其他网站在线上实现对项目情况更全面的了解。**

图 1：天猫好房尚未设置 VR 看房等功能



数据来源：天猫好房网站，中达证券研究

图 2：贝壳房源信息及功能相对丰富



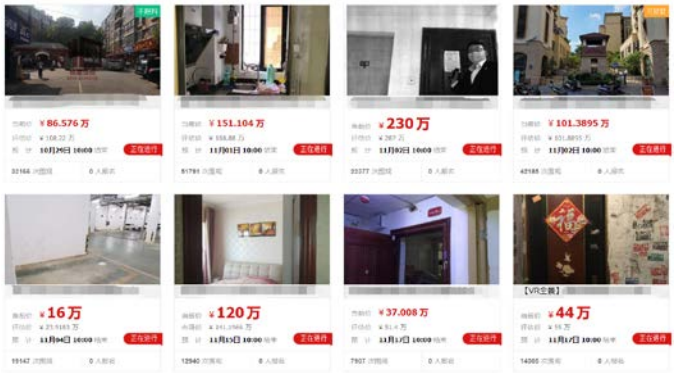
数据来源：贝壳网站，中达证券研究

图 3：天猫好房商品信息多为项目效果图



数据来源：天猫好房网站，中达证券研究

图 4：阿里拍卖对具体标的展示多为实拍图片



数据来源：阿里拍卖网站，中达证券研究

购房流程方面，天猫好房双十一仅通过在线上整合充足新房房源情况优化了选房流程，并未改变后续购房流程。

此次活动仅在一定程度上优化了购房前的选房流程。在 9 月下旬正式成立时，天猫好房提出“未来，买房就像逛天猫”的愿景，设想在买房前通过3D购技术创造网上3D看房体验、通过直播让购房者了解楼盘情况；买房后打通购房交易链路，在房企天猫旗舰店中完成后续购房流程。根据此次双十一的情况来看，天猫好房在双十一活动中提供了规模巨大的新房房源，使潜在购房者能够在单一平台了解相应区域在售楼盘的基本情况，并对楼盘进行筛选，优化了选房流程；但此次活动的具体项目信息中暂未布局3D看房等功能，购房交易亦需购房者在线下完成，对购房全流程的优化幅度较为有限。

阿里拍卖法拍房线上竞拍的实现或能够在未来为天猫好房带来一定支持。天猫好房如需实现“未来，买房就像逛天猫”的愿景、打造房产成交平台，尚有更多流程需要优化。实际上，阿里拍卖已实现线上成交，拥有完整且详细的竞拍流程：对于从查看标的情况到最后办理交割的全部流程、常见问题等，阿里拍卖在各标的页面中均有详细说明和解答，诸多流程亦附有视频教程；部分标的可直接在相应页面一键申请贷款，未提供贷款的，买家亦能够在先凑齐尾款支付、取得房产证后向银行申请贷款；大额尾款支付亦能够通过支付宝在线上实现。**法拍房与商品房交易虽存在诸多不同，但阿里在线上房产交易方面已具备一定经验和技术，或有望助力天猫好房在未来逐步打通线上购房全流程、打造房产线上成交平台。**

图 5：阿里拍卖法拍房线上购房流程较为完善



数据来源：阿里拍卖网站，中达证券研究

图 6：阿里拍卖法拍房在相应标的下设置详细操作相关问答



数据来源：阿里拍卖网站，中达证券研究

营销模式方面，天猫好房双十一在线上端信息整合及创新营销方面表现较好，但线下端的作用暂难以取代。

主播以房企营销人员为主。直播方面，目前开展的直播主要为：1）6 家拥有官方旗舰店的房企，相应项目营销人员通过直播介绍项目情况；2）乐居房产旗舰店邀请部分入驻房企的区域总经理等直播带货；3）谢娜、刘涛等直播带货、直播间秒杀等；4）天猫好房官方直播介绍购房注意事项等，并介绍部分折扣力度较大项目。**此次活动以直播方式进行营销，能够迎合消费者逐渐养成的新购物习惯，为商品房营销模式的创新。**

线下渠道仍为营销重点，天猫好房借助房企售楼处满足线下体验需求。此次双十一并未降低线下渠道的重要性，购房者仍需通过线下渠道实现住房购买；同时，线上难以满足消费者对房产的体验需求、个性化需求及房产的高价值带来的对实物的确认需求。由于此次天猫好房双十一涉及的商品房基本均为新房，因而售楼处仍承载了线下营销和后续购房流程的功能。即使天猫好房如阿里拍卖般将完整购房流程在线上打通，线下渠道或仍难以完全被取代。

传统行业拥抱线上销售平台，线上房产成交尚需方案优化和技术支持。双十一活动已开展数年，而天猫好房正式成立至今仅一月有余，为房地产拥抱线上销售平台的首次大规模尝试。从本次活动的策划情况来看，天猫好房在新房房源方面的确具备显著优势。阿里平台能否将其具备的巨大流量成功引入房产成交领域则仍有待观察：短期补贴和抽奖活动能够带来一定关注度，由“上天猫领购房优惠券”到“上天猫买好房”的迭代则更需线上购房流程的方案优化和技术支持。

表 1：天猫好房双十一能够解决部分线上购房痛点

对象	内容	痛点	天猫好房双十一做法	是否解决
房源	房源获取	新房房源（对应开发商）	与众多房企合作；如此次活动对新房销售有明显的积极作用，天猫好房在新房资源方面的优势或将得到进一步巩固	✔
		存量房源（对应经纪人）	未涉及存量房，ETC 模式待观察	×
客源	可供选择的房源	充足房源选择	引入大量房企项目	✔
		真实房源	与房企直接合作	✔
		购房优惠	提供购房折扣	✔
		具体房屋的详细信息	未设置 VR 看房等功能，仅提供楼盘基本情况	×
	购房流程	线上完成购房全流程	仅一定程度上优化了选房流程	×
	营销模式	吸引客源	提供直播等创新渠道，通过抽奖等吸引客源	✔
		线下体验需求	售楼处承担线下营销功能	✔

数据来源：天猫好房网站，中达证券研究

展望未来，天猫好房或将以新房市场为入口重塑中介行业格局。本次天猫好房双十一活动的重点在于新房房源，或在一定程度上反映出天猫好房的发力方向更偏向新房而非存量房市场。新房的推出时间、价格安排等相对存量房更为可控，因而线上平台更能够根据开发商的推货安排做出相应营销、新房亦更适合作为网上房产成交的标的。本次双十一尚未达成线上成交，但已凭借明显的新房资源优势接入极大规模的房源。如天猫好房能够在未来配合开发商的推盘计划做出适当营销、并打通全套线上购房流程，参与天猫好房营销的开发商或将有望通过新的营销渠道迎来销售的提振；同时，天猫好房的新房资源优势将更为显著，或将为其他中介平台的新房房源引入带来一定压力。

1.2 天猫好房双十一活动规模及规则梳理

活动规模：涉及新房数量约 80 万套，为首次线上大规模商品房营销活动。2020 年 9 月，阿里与易居联合成立天猫好房后，淘宝 APP 的天猫好房页面已由以法拍房为主改为以新房为主。2019 年阿里、京东等虽亦在双十一时推出房产活动，但规模相对较小（2019 年双十一阿里投放特价房源上万套、京东约 6000 套，合计逾 16000 套），且阿里 2019 年的特价房源中相当一部分为法拍房。根据天猫好房官方微博的数据，在 2020 年 10 月 22 日至 2020 年 11 月 11 日，天猫好房涉及的房源达 80 万套，**整体规模远大于以往。**

多家开发商直接参与，优惠包含购房折扣及家居家电礼品等。房企主要以公司官方旗舰店、于乐居房产旗舰店及易楼官方旗舰店上架房源三种方式参与活动。根据天猫好房页面，截至 2020 年 10 月 25 日，碧桂园、中南置地、保利发展、佳兆业集团、宝能地产及世茂集团 6 家房企开设了公司官方旗舰店，提供购房总价抵扣券、折扣券及诚意金等商品；万科、恒大、融创等逾 78 家房企于乐居房产旗舰店上架了房源，商品为购房优惠券。易楼官方旗舰店亦包含众多房源，主要提供购房后的现金消费红包、现金及家居家电抽奖等商品。

表 2：天猫好房双十一活动涉及多家店铺，商品内容不一

活动店铺	涉及房企	商品内容
房企官方旗舰店	碧桂园、中南置地、保利发展、佳兆业集团、宝能地产、世茂集团	购房优惠券、购房诚意金
乐居房产旗舰店	万科、恒大、融创等逾 78 家	购房优惠券
易楼官方旗舰店	多家房企	购房后获取现金消费红包、现金及家居抽奖等

数据来源：天猫好房网站，中达证券研究

天猫好房购房模式：线上购买购房优惠券，线下购房时抵扣购房款，不涉及线上住房成交。天猫好房当前商品主要为**购房优惠券**（如以 11.11 元购买购房优惠券后，在售楼处购买符合活动条件的商品房时，出示该优惠券可抵扣一定金额或享受一定折扣）及**购房诚意金**（如以11.11元锁定房源）。商品房并非直接通过天猫好房平台成交，而是为购房者在售楼处购房时带来一定便利及优惠，**此次天猫好房的双十一活动更偏向购房优惠领取平台，而非商品房成交平台。**

购房优惠券为此次双十一主要商品。在 6 家房企官方旗舰店及乐居房产旗舰店均有购房电子优惠券，主要形式为：1）以 11.11 元购买相应项目的优惠券后，直接抵扣一定金额的购房总价。2）以秒杀形式支付诚意金，锁定特定低折扣房源，房源主要来自 6 家拥有直营店铺的房企；折扣以为备案价基础计算的折扣，**购房者或需与线下售楼处的折扣（如有）进行对比后再做出购房决策。**

部分项目折扣力度较大。各项目的折扣力度有所不同，大部分项目优惠金额超万元，部分项目甚至达到10万元以上。另外，中南置地旗舰店亦有上架购房99折券，涉及项目众多，截至 2020 年 10 月 24 日晚已有逾 400 人付款。使用规则方面，各店铺的购房总价优惠均需在线下售楼处购房后进行核销，与案场优惠的叠加使用亦需以具体项目案场公布为准。**购房者或仍需于售楼处确认购买线上优惠券能否与线下活动叠加、是否较直接于线下购买相应房屋更优惠。**

表 3：天猫好房双十一主要购房总价优惠规则一览

购房总价优惠	优惠规则	活动时间
房企官方直营店及乐居房产旗舰店特价房	指定房源限定价格优惠，于售楼处购房后核销	具体项目活动时间不同
乐居房产旗舰店购房优惠券	• 前往案场购买指定房源时展示购房优惠券，享受项目总价优惠 **• 通常不可与其他案场优惠叠加使用**	具体项目有效期不同
中南 99 折优惠券	• 指定房源在案场公示房屋原价基础上享受 99 折购房优惠，与旗舰店内其他优惠活动不可叠加使用；**与案场优惠或可叠加，以案场公示活动规则为准** • 签订商品房买卖合同后，经线下案场核销确认使用	• 折扣券购买时间：2020-10-21——10-31 • 折扣券有效期：2020-10-21——11-11

数据来源：天猫好房网站，中达证券研究

购房诚意金涉及的项目更为热门，诚意金金额差异或反映营销意图差异。诚意金能够为部分有购房意向但没有充足时间亲临售楼处的购房者提前锁定房源，当前仅 6 家拥有官方旗舰店的房企提供此商品。不同房企及项目的线上诚意金不同，如碧桂园官方旗舰店的项目诚意金多为11.11元，中南置地项目的诚意金则多为 1111 元。更高的诚意金可能带来购房意愿更高的潜在购房者，可能使相应单位售出的成功率更高；较低的诚意金虽可能使成功率有所下降，但可能捕

捉更多的潜在购房者，即使相应单位未能售出，线下营销团队亦可能将潜在购房者引导至该楼盘的其他单位或其他楼盘促成成交。

其他活动：抽奖及秒杀营造话题度。此次双十一活动的抽奖主要包括 1 套武汉中南拂晓城公寓“终身”使用权、保利发展及碧桂园指定项目的 1 年居住权、佳兆业集团指定项目的 1 年租金收益等，**为本次活动的一大噱头，亦为天猫好房、天猫发言人、阿里巴巴等官方微博进行天猫好房双十一活动宣传的主要内容之一。**就抽奖内容而言，“终身居住权”实际包含该房屋 36 年的使用权，可装修，可自住或转租并收取租金，贴近其宣传的“今年双 11 天猫送你一套房”；“1 年居住权”的限制较大，不可转租及装修；“1 年租金收益”类似于小额彩票，中奖用户将直接获取一笔与相应房屋一年租金金额相当的现金。

此外，易楼官方旗舰店的商品主要为抽奖机会，涉及内容包含家居、家电及现金补贴等。与提供购房优惠券的乐居房产旗舰店相比，易楼官方旗舰店热度相对较低、粉丝数较少（截至 2020 年 10 月 24 日晚，二者的粉丝数分别约 4.5 万和 1.2 万），商品类别为主要原因。

表 4：天猫好房双十一主要其他活动一览

内容	名额	获取方式	活动时间	备注
武汉中南拂晓城公寓“终身”使用权	1	抽奖	2020-10-21 0：00 起获取抽签码 2020-10-31 21：00 系统开奖	• 可**使用至 2057 年 3 月 20 日，可居住、转租** • 中签人需自行承担房屋转让税费、装修及使用产生的费用 • 房屋状况与室内装修、家电等按现状交付
保利发展、碧桂园指定项目 1 年居住权	14	抽奖、直播间秒杀	2020-10-22——2020-11-11	**• 不得转租、装修或改变物业用途、拆改损坏房屋主体结构等** • 需缴纳 5000 元物业使用保证金，使用期间产生费用由用户承担 • 房屋状况与室内装修、家电等以实际交付为准
佳兆业集团指定项目的 1 年租金收益	5	抽奖、直播间秒杀	2020-10-22——2020-10-31	• 中奖用户将**获得一笔现金**，金额相当于相应房屋一年租金收益（不以市场实际行情进行调整）的税后金额 • 中奖用户不享有该房屋的任何物权、债权
家居、家电、现金补贴	-	于易楼官方旗舰店购买礼品券	2020-10-20——2020-11-11	成功购房后，工作人员将联系中奖用户进行后续奖品核销发放等操作指导

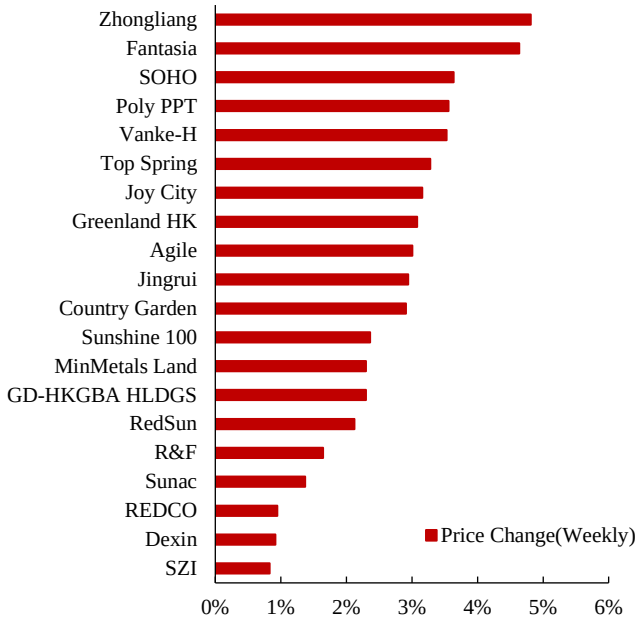
数据来源：天猫好房网站，中达证券研究

2.行业表现

2.1 地产开发行业表现

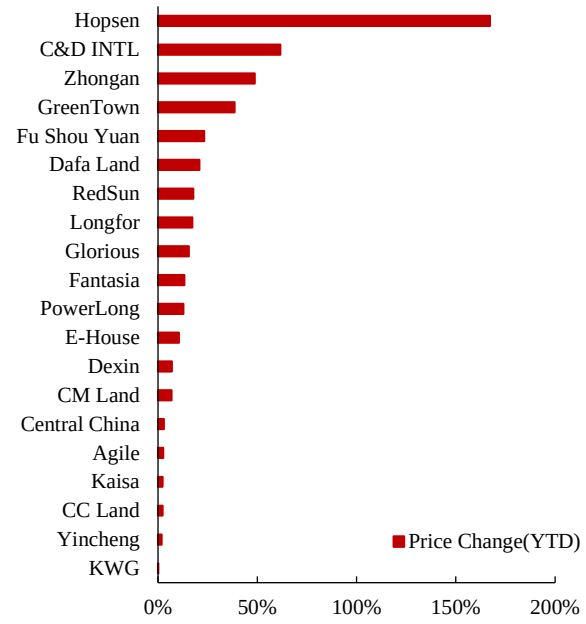
本周，中梁控股、花样年控股、SOHO 中国涨幅居前。合生创展集团、建发国际集团、众安集团年初至今涨幅居前。

图 7：中梁控股、花样年控股、SOHO 中国本周涨幅居前



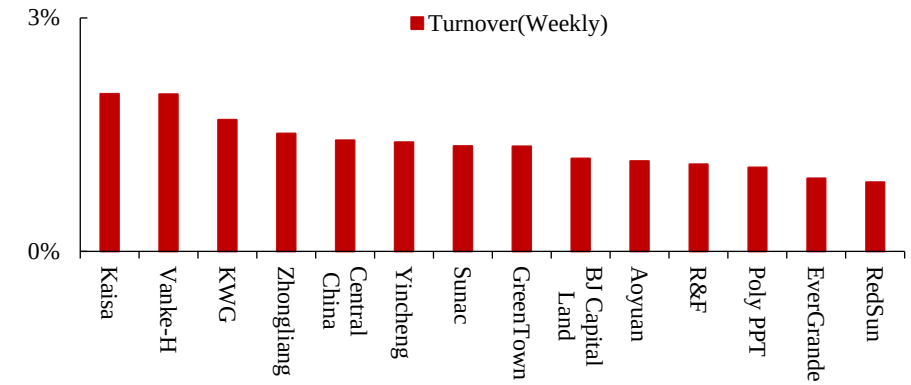
数据来源：Wind，中达证券研究

图 8：合生创展集团、建发国际集团、众安集团年初至今涨幅居前



数据来源：Wind，中达证券研究

图 9：佳兆业集团、万科企业、合景泰富集团本周换手率居前

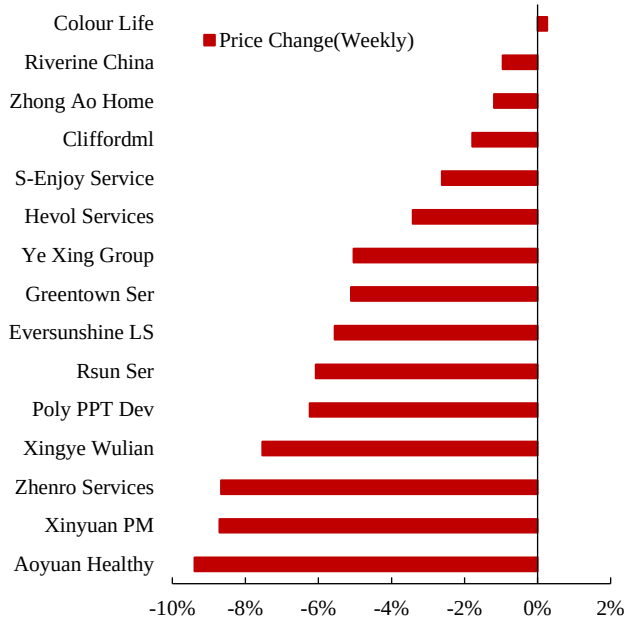


数据来源：Wind，中达证券研究

2.2 物业管理行业表现

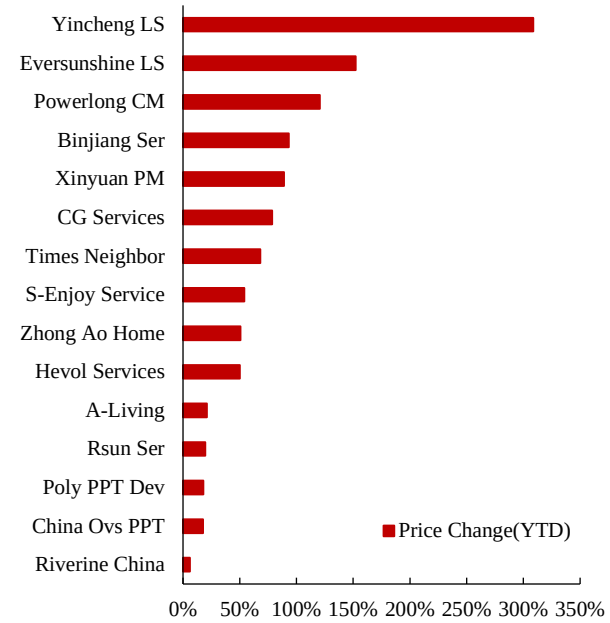
本周，彩生活涨幅居前。银城生活服务、永升生活服务、宝龙商业年初至今涨幅居前。

图 10：彩生活本周涨幅居前



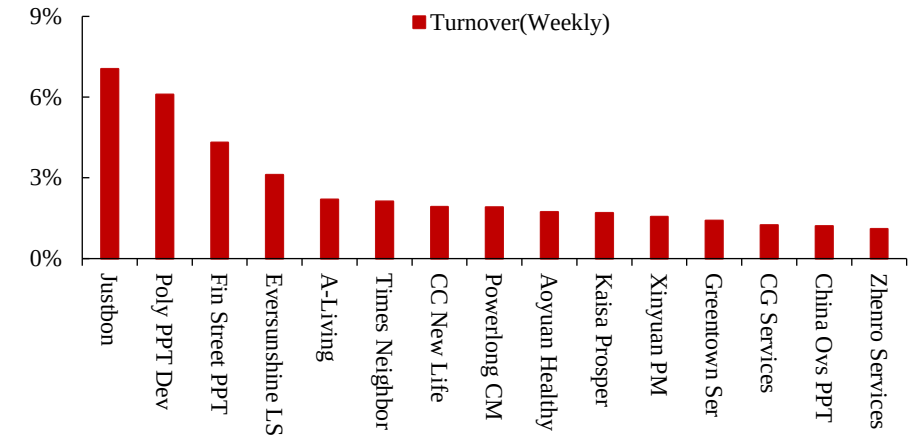
数据来源：Wind，中达证券研究

图 11：银城生活服务、永升生活服务、宝龙商业年初至今涨幅居前



数据来源：Wind，中达证券研究

图 12：蓝光嘉宝服务、保利物业、金融街物业本周换手率居前



数据来源：Wind，中达证券研究

3.主要城市成交表现

3.1 新房成交数据

表 5：主要城市交易量情况，本周新房成交环比下降

城市 / 区域	过去7日			过去30日			本月截至 10-23			本年截至 10-23	
	平方米	环比	同比	千平方米	环比	同比	千平方米	环比	同比	千平方米	同比
北京	153,484	35%	30%	611	-43%	24%	300	-60%	-30%	5,617	-2%
上海	364,700	9%	49%	1,393	-21%	52%	916	-29%	36%	10,673	-4%
广州	-	-	-	885	-29%	7%	102	-89%	-76%	7,492	3%
深圳	135,983	24%	114%	379	-22%	64%	300	-27%	72%	3,196	14%
一线城市	**654,167**	**17%**	**13%**	**3,267**	**-28%**	**32%**	**1,618**	**-53%**	**-5%**	**26,977**	**0%**
二线城市	**2,737,183**	**-7%**	**-4%**	**10,198**	**-16%**	**-6%**	**6,902**	**-25%**	**-12%**	**95,392**	**-1%**
三线城市	**3,271,235**	**-10%**	**35%**	**11,788**	**6%**	**19%**	**8,559**	**4%**	**18%**	**93,391**	**-1%**
北京	153,484	35%	30%	611	-43%	24%	300	-60%	-30%	5,617	-2%
青岛	393,486	4%	10%	1,356	-9%	0%	907	-18%	-2%	12,069	7%
济南	361,129	33%	52%	1,027	13%	23%	733	11%	25%	8,794	9%
东营	112,198	-16%	202%	317	-14%	183%	265	-1%	159%	3,602	153%
环渤海	**1,020,296**	**13%**	**36%**	**3,311**	**-14%**	**18%**	**2,205**	**-21%**	**8%**	**30,083**	**13%**
上海	364,700	9%	49%	1,393	-21%	52%	916	-29%	36%	10,673	-4%
南京	211,176	-29%	-17%	852	17%	-18%	695	17%	-9%	7,547	15%
杭州	177,304	-40%	24%	574	-21%	-2%	528	-17%	31%	6,891	11%
苏州	195,945	-13%	-6%	846	-8%	-5%	512	-27%	-15%	9,005	10%
无锡	79,500	70%	-52%	392	-36%	-37%	265	-20%	-9%	4,703	-23%
扬州	84,382	-19%	63%	243	-18%	61%	220	-20%	64%	2,035	11%
江阴	-	-	-	222	-36%	-33%	53	-75%	-81%	2,321	-6%
温州	218,198	-22%	0%	1,220	24%	24%	807	9%	15%	9,711	-4%
金华	53,323	-12%	14%	179	-13%	-6%	142	3%	6%	1,872	22%
常州	44,611	245%	-38%	124	-54%	-51%	60	-64%	-73%	2,351	-42%
淮安	123,510	-30%	16%	434	6%	10%	347	12%	16%	3,635	-11%
连云港	144,776	-37%	-6%	609	-11%	-5%	469	-11%	2%	5,243	-4%
绍兴	32,186	-45%	-28%	167	-38%	-14%	151	-33%	24%	2,056	10%
镇江	128,363	-33%	-9%	578	-25%	-12%	386	-30%	-16%	5,021	-21%
嘉兴	137,655	35%	58%	323	-7%	22%	289	19%	25%	2,688	19%
芜湖	76,024	-39%	60%	338	12%	143%	266	10%	143%	1,900	18%
盐城	119,758	23%	56%	346	-20%	20%	217	-25%	6%	3,012	3%
舟山	38,465	-51%	161%	160	46%	111%	130	98%	192%	1,112	18%
池州	27,131	77%	-41%	57	10%	-51%	50	36%	-52%	675	-37%
宁波	176,868	-12%	44%	774	-3%	65%	544	-14%	48%	6,598	7%
长三角	**2,433,875**	**-18%**	**4%**	**9,832**	**-11%**	**7%**	**7,049**	**-14%**	**7%**	**89,048**	**-2%**
广州	-	-	-	885	-29%	7%	102	-89%	-76%	7,492	3%
深圳	135,983	24%	114%	379	-22%	64%	300	-27%	72%	3,196	14%
福州	51,145	-12%	-16%	288	-44%	20%	140	-67%	-21%	2,140	-4%
东莞	205,341	13%	51%	768	9%	55%	456	-2%	71%	5,394	28%
泉州	215,244	271%	202%	464	51%	71%	379	50%	83%	2,376	-16%
莆田	37,484	-58%	-5%	191	65%	-5%	156	116%	0%	1,333	-23%
惠州	117,838	-13%	108%	431	61%	85%	286	40%	69%	2,377	8%
韶关	34,478	-55%	9%	195	27%	43%	143	31%	32%	1,431	11%
佛山	377,674	-7%	121%	1,326	11%	48%	952	3%	66%	9,831	-10%
江门	36,507	-20%	40%	152	17%	38%	99	5%	26%	1,094	20%
珠三角及南部其它城市	**1,211,695**	**4%**	**50%**	**5,078**	**-1%**	**39%**	**3,014**	**-23%**	**29%**	**36,663**	**0%**
泰安	76,611	-33%	56%	348	-9%	49%	266	-7%	52%	2,130	1%
北部	**76,611**	**-33%**	**56%**	**348**	**-9%**	**49%**	**266**	**-7%**	**52%**	**2,130**	**1%**
武汉	667,789	-13%	11%	2,227	8%	-4%	1,678	8%	-9%	13,319	-27%
岳阳	40,682	-53%	-40%	239	37%	-13%	172	40%	-13%	1,887	12%
宝鸡	93,486	-3%	26%	288	-13%	-8%	250	5%	5%	2,731	10%
赣州	299,919	5%	30%	880	25%	-6%	626	15%	-13%	6,737	-8%
中部	**1,101,876**	**-11%**	**13%**	**3,634**	**11%**	**-5%**	**2,726**	**11%**	**-9%**	**24,675**	**-17%**
成都	452,182	69%	3%	1,413	-35%	-13%	720	-60%	-38%	17,535	13%
柳州	239,604	-8%	82%	928	49%	39%	643	57%	38%	5,438	7%
南宁	126,445	-39%	-64%	708	-47%	-43%	457	-54%	-56%	10,191	-11%
西部	**818,232**	**11%**	**-12%**	**3,048**	**-26%**	**-13%**	**1,820**	**-43%**	**-32%**	**33,163**	**4%**
总计	**6,662,585**	**-6%**	**14%**	**25,252**	**-9%**	**9%**	**17,079**	**-18%**	**2%**	**215,760**	**-1%**
上升城市数目		**14**	**28**		**18**	**23**		**20**	**25**		**25**
下降城市数目		**26**	**12**		**24**	**19**		**22**	**17**		**17**

数据来源：各地房管局，中达证券研究；注：数据截至 2020/10/23；注：广州、江阴本周数据缺失

表 6：主要城市新房库存与去化周期情况，本周主要城市平均去化周期约 11.0 个月

城市	可售面积(千平方米)	环比	同比	去化周期(月)	上期	环比	同比
北京	12,336	1%	30%	20.2	15.7	29%	5%
上海	7,313	-2%	-8%	5.3	4.8	9%	-39%
广州	8,979	0%	18%	10.2	7.0	44%	10%
深圳	2,514	3%	10%	6.6	6.6	0%	-33%
一线城市		**0%**	**12%**	**10.6**	**8.5**	**21%**	**-14%**
杭州	4,179	-2%	41%	7.3	8.8	-17%	43%
南京	6,966	7%	50%	8.2	8.2	0%	84%
苏州	7,886	7%	52%	9.3	8.5	10%	60%
福州	6,239	-1%	85%	21.7	15.8	37%	53%
江阴	4,668	0%	21%	21.0	16.0	31%	82%
温州	11,503	1%	23%	9.4	8.9	6%	-1%
泉州	7,145	1%	9%	15.4	23.1	-33%	-36%
宁波	2,442	-4%	-16%	3.2	3.4	-7%	-49%
东营	1,727	3%	12%	5.5	5.7	-4%	-61%
平均		**1%**	**25%**	**11.0**	**10.2**	**8%**	**9%**

数据来源：各地房管局，中达证券研究；注：数据截至 2020/10/23；平均环比及平均同比为各城市变动平均值

3.2 二手房成交及价格数据

表 7：主要城市二手房成交量情况，金华本年至今涨幅较大

城市	过去7日 平方米	环比	同比	过去30日 千平方米	环比	同比	本月至今 千平方米	环比	同比	本年至今 千平方米	同比
北京	380,553	33%	68%	1,162	-24%	40%	711	-37%	34%	11,147	11%
深圳	153,180	7%	-11%	489	-39%	-14%	314	-48%	-27%	6,865	47%
杭州	179,176	35%	129%	448	-24%	50%	336	-22%	63%	4,548	15%
南京	230,368	-5%	9%	796	-21%	14%	504	-34%	-3%	8,001	36%
成都	97,281	57%	-49%	267	-34%	-63%	159	-48%	-69%	3,953	-55%
青岛	121,835	-6%	17%	402	-27%	14%	272	-35%	6%	4,297	18%
无锡	112,923	-16%	-19%	402	-41%	-25%	271	-31%	-30%	5,102	2%
苏州	142,036	6%	-26%	437	-20%	-34%	289	-30%	-42%	4,670	-45%
厦门	91,256	10%	60%	236	-27%	23%	174	-29%	27%	2,699	-12%
扬州	28,239	-10%	45%	94	-14%	10%	65	-23%	6%	875	-2%
岳阳	14,228	-19%	-18%	53	-27%	-20%	35	-38%	-26%	548	-11%
南宁	40,224	-12%	-60%	171	-43%	-47%	99	-57%	-62%	2,146	-16%
佛山	165,832	-16%	107%	620	-17%	61%	410	-29%	52%	4,988	3%
金华	49,115	-28%	64%	184	-16%	34%	126	-20%	16%	2,071	69%
江门	17,106	-20%	134%	67	-20%	-40%	42	-35%	162%	664	-14%
总计	**1,823,353**	**5%**	**12%**	**5,828**	**-27%**	**-2%**	**3,807**	**-35%**	**-10%**	**62,575**	**-3%**
上升城市数目		**6**	**9**		**0**	**8**		**0**	**8**		**8**
下降城市数目		**9**	**6**		**15**	**7**		**15**	**7**		**7**

数据来源：各地房管局，中达证券研究；注：数据截至 2020/10/23

4.重要政策及动态

4.1 本周重要行业政策与新闻

表 8：本周要闻：住建部表示房地产市场已基本实现“稳地价、稳房价、稳预期”目标

日期	地区/部门	简述
2020-10-19	深圳	自然资源部副部长庄少勤：在国务院新闻办公室新闻发布会上指出，本次实施方案赋予深圳市更大的土地审批自主权。但放权实际上放的是改革的权，不是扩张的权。是为改革提供更大的改革空间，而不是城市建设的规模。
2020-10-20	宅基地	农民的宅基地使用权可以依法由城镇户籍的子女继承并办理不动产登记。
2020-10-21	北京	北京市陆续启动住房限购政策执行、商品房预售资金监管、住房租赁合同备案等三个专项检查。
2020-10-21	合肥	增加租赁住房有效供应，支持非住宅改建；落实税收优惠政策，个人出租自有住房可免税等。
2020-10-22	住建部	住房发展向住有所居目标大步迈进，房地产市场已基本实现“稳地价、稳房价、稳预期”目标。未来要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度，不断完善住房市场体系和住房保障体系，推动居民住房条件显著改善。

数据来源：Wind，政府网站，中达证券研究

4.2 本周重点公司新闻及公告

表 9：本周公司动态：碧桂园获授 81.3 亿港元及 4.5 亿美元双币定期贷款融资；中国恒大赎回附属公司发行的 2020 年到期约 15.7 亿美元 11%优先票据

日期	对象	简述
2020-10-21	碧桂园	与多家金融机构及中国银行（香港）有限公司订立融资协议，机构同意向公司提供 4 年期约 81.3 亿港元与 4.5 亿美元连同超额贷款权双币定期贷款融资，将用于为 2016 年约 37.9 亿港元与 10.1 亿美元双币定期贷款进行再融资等。
2020-10-21	招商蛇口	发行 240 天 15 亿元 2.65%超短期融资券“20 招商蛇口 SCP008”。
2020-10-21	招商积余	中诚信国际信用评级有限责任公司将公司主体信用等级由 AA 调升至 AA+。
2020-10-22	绿城中国	发行 2025 年到期 3 亿美元 4.7%优先票据。
2020-10-22	中梁控股	发行 2022 年到期 2 亿美元 9.5%优先票据。
2020-10-22	中骏集团控股	发行 2025 年到期 5 亿美元 7.0%优先票据。
2020-10-22	绿地控股	境外全资子公司绿地全球于 10 月 21 日完成发行 2.5 亿美元 6.75%美元债券。
2020-10-23	中国恒大	公司赎回附属公司发行的 2020 年到期约 15.7 亿美元 11%优先票据。
2020-10-23	时代中国控股	发行额外 2025 年到期 2.5 亿美元 6.75%优先票据，并将其与 2025 年到期 3 亿美元 6.75%优先票据合并为单一系列。
2020-10-23	宝龙地产	发行 2025 年到期 2 亿美元 5.95%优先票据。
2020-10-23	中骏集团控股	公司赎回 2021 年到期 8.75%优先票据，余下未赎回票据总额 5.0 亿美元。

数据来源：Wind，公司公告，中达证券研究

风险提示：

1.行业调控及融资政策或存在一定不确定性，影响上市公司销售业绩；

2.宏观经济波动可能对行业内企业经营造成一定影响；

3.疫情控制具有不确定性。

分析师声明

主要负责撰写本研究报告全部或部分内容的分析师在此声明：
（1）本研究报告所表述的任何观点均精准地反映了该分析师个人对标的公司及其股票的看法；
（2）该分析师所得报酬的任何组成部分无论在过去、现在及将来均不会直接或间接地与研究报告所表述的具体建议或观点或我司投资银行部相联系；
（3）该分析师未直接或间接地受我司投资银行部授意或向我司投资银行部报告；
（4）标的公司不处于证监会操守准则16.5(g)定义的安静期内；
（5）该分析师未于本研究报告涉及的上市公司任高级职员；
（6）该分析师及/或其助理与本研究报告涉及的上市公司无利益关系。

评级说明

报告中涉及的评级以报告发布后12个月内市场表现为比较标准，A股市场以沪深300指数为基准，港股市场以恒生指数为基准。
1）股票评级：
买入——相对同期相关证券市场代表性指数涨幅20%以上；
增持——相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于5%～20%之间；
持有——相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%～5%之间；
卖出——相对同期相关证券市场代表性指数跌幅10%以上。
2）行业评级：
强于大市——相对同期相关证券市场代表性指数涨幅10%以上；
中性——相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%～10%之间；
弱于大市——相对同期相关证券市场代表性指数跌幅10%以上。

免责声明

中达证券投资有限公司与本报告所涵盖的公司或有业务往来。因此，投资者应该意识到公司可能存在利益冲突，这可能会影响报告的客观性。投资者在做出投资决策时，应仅将本报告视为参考因素之一。

本研究报告所提供的任何资料仅供参考，并不考虑任何特定接受者的投资目标、财务状况或风险承受能力，也不构成任何招标或买卖任何证券或任何其他金融工具的要约。本报告并未经香港证监会审核。投资有风险，在签订任何投资合同之前，个人应在必要时做出判断或寻求专业意见。

本报告所载资料来自中达证券投资有限公司认为可靠的来源，但在本报告所载材料的准确性、完整性或可靠性方面，中达证券投资有限公司不提供任何明示或暗示的表述或保证。所有与价格相关的信息均为指导性信息，本报告中提到的投资价值和来自这些信息的收入可能会波动。本报告所载资料随时可能有所改变，中达证券投资有限公司不承诺就该等更改发出通知。

过往业绩不能代表未来表现，未来回报不可保证，并可能发生本金的损失。中达证券投资有限公司及其附属公司、高级职员、董事和雇员可能不时买卖本报告中提到的证券、认股权证、期货、期权、衍生产品或其他金融工具。

在任何情况下，本报告中的信息或意见均不构成对任何人的投资建议。中达证券投资有限公司或中达证券投资有限公司的任何其他成员在任何情况下均不对依赖本报告内容发生的任何第三方的作为或不作为造成的任何直接、间接、后果或附带损失承担责任。

本报告不会发送或打算发送给任何处于此种发送、公布、提供或使用将违反任何法律、条例、规则或其他登记或执照要求的任何地方、国家或其他管辖范围内的个人或实体使用。

本报告在香港只向专业投资者（定义见《证券及期货条例》（香港法律第 571 章）及在香港颁布的任何法规）以及不违反香港证券法的情况下分发。

未经中达证券投资有限公司事先书面授权，任何人不得为任何目的复制、发送或出版本报告。中达证券保留所有权利。