碳中和将重塑房企核心竞争力

■ 文_黄俊鹏

实现“碳达峰、碳中和”目标，房地产业承担着天然使命。房地产业属于先导性产业，产业链很长，粗略统计涉及两千多个行业，一万多个产品，连接钢铁、水泥、玻璃、木材、家电、服务、运营、维修等产业，天然与碳排放有着不可分割的关系。“碳达峰、碳中和”其实由来已久，近两年来被国家高层多次提及，我们可以感受到国家对实现2060碳中和目标的决心。

作为一个先导产业，房地产也将在双碳目标实现的过程当中起到重要引领作用。更重要的是，在大势所趋下，碳中和也将重塑房地产企业的核心竞争力。本文从房地产项目开发流程着手，总结了企业参与双碳目标实现、提高企业竞争力的六个环节，希望给业界一些启发。

第一，资金获取环节。这是开发商非常关注的，目前如果有碳排放的理念，可以去发碳中和债，利率最低可达3.4%，通常在4.5%到5.5%之间。目前已有四川成都天府国际机场和苏高新科技园项目成功发行了碳中和债，合计金额10亿元人民币。2019年，符合ESG投资理念的各种基金加起来总额已经有1200多亿人民币。企业还可发行绿色债债券，国内发绿色债最多的是当代置业，像当代、旭辉、龙湖、阳光城都发了绿债，截至2020年12月，房地产企业累计发行了627亿人民币绿色债券，利率一般在7%到10%之间，虽然看起来很高，但是对企业来说可以借新债还旧债，增加企业的融资渠道。

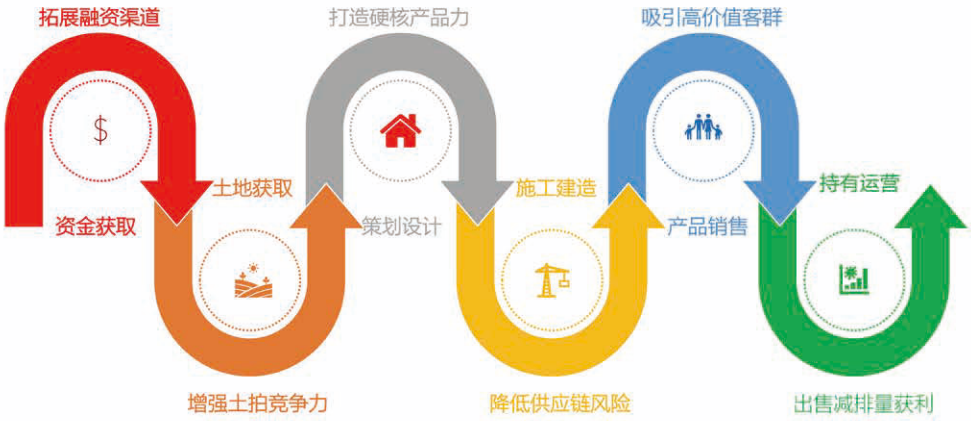
第二，土地获取环节。5月7日，在地产圈热议的土地招拍挂事件中，北京几块地推出了新的拍卖方式，即高标准商品住宅建设方案，这个高标准商品住宅其中就涵盖了绿色建筑、超低能耗建筑、装配式建筑、健康建筑。其中超低能耗建筑占20分，如果加上绿色、装配式建筑、健康，总权重能加到32%（总分200分）。如果房地产企业没有这样的技术积累，不懂什么叫超低能耗建筑，这个地块就最好别去拍了，没有优势。

目前以碳排放、碳配额的方式来设定评审标准会更接近事物的本质，未来可以根据房地产商的开发方案，政府设定一个配额，比如住宅的碳排放不能超过60公斤/平方米/年。相信未来随着碳中和目标的迫近，这个“紧箍咒”必将越来越严，大家对它的理解也会越来越深，像土拍环节将来就可能变成一个碳指标，这一个指标就够了。所以如果有人早期对碳管理、对自己企业的碳排放有清晰的理解，对整个供应链有合理的管理，将来在土拍环节就有一定的优势，这就是土地获取。

第三，产品力打造环节。产品力，成为众家追求的目标，但不难发现，大家对产品力的理解更多是停留在外观、立面设计、景观、园林、绿化层面，各家公司的产品在内核上并没有什么革新。虽然这些非常重要，都是消费者最关心的问题。但是如果从政府的角度来看，比如在北京的土拍要求里就很少提及。真正的核心指标是碳排放、是超低能耗，房地产企业怎样让产品更加低碳、更加绿色，才是最核心的，这也是碳中和时代建筑的本质。所以如何把装配式装修、装配式建造、把绿色技术融合到产品策划里面去，打造产品力，这才是高品质产品未来的特征。

第四，施工建造环节。主要是

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net



降低供应链的风险，以前这种风险可能更多的是一些环保风险，比如甲醛超标等等，未来会有一个所谓的隐含碳，碳配额超标的问题，所以在前期的规划设计当中，就应该有碳配额的管理，去降低供应链的一些环保的风险。

第五，高价值客群营销环节。从销售环节、绿色营销，现在房地产圈都有个共识，90后购房群体是主流。目前买房人群90后占了30%左右，有的是28%，有的是36%，而且比例会逐年增加。还有未来00后一代，00后一代今年也22岁了，马上大学毕业了，这一代人也会成为购房主要的群体。这个群体有什么特征呢？这些群体是互联网的原住民，他们是随着互联网成长起来的，是在物资非常充沛、富裕的时代成长起来的一代人，这代人的消费理念跟60后、70后肯定不一样，那时候大家还要节约、还要省，这一代人没有节省的概念。可能更多的是关注价值观，是以价值观为导向的购房群体。所以怎么引导这批人做购房决策，就不能简单用豪华设备去打动他们。因为他们更关注的是住宅产品是不是更绿色、足够环保、足够低碳。这个群体在购房的时候，低碳性能会成为决定性要素。

第六，持有运营环节。因为现在大量的商业物业，开发商主要是持有运营模式。但以前房地产行业不太重视物业管理，因为这个产业规模体量小，价值相对不高，但最近几年成了香饽饽了，因为物业管理不仅可以长期收物业费，其实也是未来物联网、智慧社区的端口。就商业物业、写字楼、商场、购物中心、酒店等这些物业而言，从碳资产的角度看，未来将会特别有价值。

中国有两个碳市场，一个是配额市场（强制市场），一个是自愿市场（抵消市场与中和市场）。目前配额市场是关闭状态，但是可以买，只是没有新的配额了，因为还有好多没有消化掉。6月份就会启动全国的碳市场，全国的碳市场启动以后，就诞生了新的机会，比如某些大型购物中心、商场，在建设过程当中，采用节能技术措施，可以把节能量去核正（CCER），就可以拿到自愿减排市场去销售。现在各个地方碳价不一样，大概20到40块钱之间，均价23元。有的地方便宜，有的地方贵，这个价格跟美国和欧盟相比非常便宜，因为中国才几十块钱，在欧洲是40欧元，在美国是50美金。

国外碳价非常昂贵，而国内碳价很低，减排成本不够高，就是中国很多企业没有减排的压力和动力的原因。中国某一天碳价格跟欧美看齐了，动力就会大幅提升。碳价上涨是可预期的，房地产开发企业需提前做好碳资产管理和规划，为将来做准备。

总之，房地产开发企业需要牢牢把控这六个环节，深入思考如何搭建碳资产管理体系，惟其如此，才能确保未来企业的核心竞争力打造。城

作者系北京柠檬树绿色建筑科技有限公司总经理

编辑：王玉洁

(C)1994-2022 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net