



楼市触网 买房人能得到什么？

“房地产+互联网”的概念再次刷屏朋友圈。短短数日,从正荣携手小米,到华远牵手奇虎 360,再到方兴求婚腾讯和远洋联姻京东,房企和互联网公司正互相掀起一轮又一轮“表白”狂潮。

为什么房企会纷纷选择和互联网企业合作? 购房人能够从中收获什么利益?

在业界分析人士看来,当下房企普遍焦虑的问题不是现金流、利润、周转率和资产收益率,而是业务是不是在一个可持续发展的道路上,与互联网的合作就是希望借此找到新的发展方向。而对于购房人来说,房企与互联网搭伴,也意味着将有可能以更低的价格淘到房源,并且在未来住上科幻概念的智慧社区,享受到互联网金融带来的低息贷款。

互联网正在成为传统房地产的升级工具

在当前的楼市中,只要有头有脸的开发商都在跨界寻找互联网企业合作。腾讯、小米、奇虎 360、京东、百度这几家大的互联网公司更是同时与多家房企确立了合作关系,而房地产商频频跨界互联网的背后,是房企对未来的无奈。高速增长楼市“黄金时

代”已渐行渐远,利润下滑、库存高涨成为新常态下,摆在房企眼前的是更加严酷的生存环境。

从规模竞争到同业竞争,房企都在以不同的方式去拓展生存空间,或“轻资产化”,或“抱团”,或谋求“多元化”。

此前,景瑞与 you+、正

荣集团和小米、中国奥园与腾讯先后宣布合作。而日前,方兴与腾讯、华远与奇虎 360、远洋牵手京东金融等,更多的房企在谋求与互联网的拥抱,在业内看来,除了要提高品牌的影响力外,这样的跨界牵手,最根本的还是要解决“去库存,

保增长”的现实问题。

这股势头很猛,但两者如何成功融合激起化学反应,尚待考验。北京高通智库分析师表示,在这场持久战中,无论“噱头”多么亮眼,真正对销量起决定性作用的还是产品本身,谁能为购房者带来更多附加值,谁便更长久。

搭伴互联网让房子更便宜吗?

无论是联姻互联网,还是学习互联网,开发商的本职工作还是卖房子。而购房人关心的也不是谁又与谁合作了,而是能否以更便宜的价格买到房子。

于是乎,更低的购房价格,就成了房企与互联网联姻后,对购房人最直接的诱惑。

6月1日上午10时,远洋地产与京东金融的二度合作再次上线,与去年双方的合作类似,再次推出房产众筹项目,上线京东众筹平台。据悉,其主要产品有两种,分别为白居易和装修白条。

据远洋地产负责人向记者介绍,白居易是可以让购房者实现首付分期的产品。具体来说,即通过白条+为购房者提供购房首付分期服务,首付款最长可分期24个月,首付分期比例可达15%,贷款上限为80万元;而装修白条则是指交房后,京东金融将为业主提供10万元的装修白条额度。

值得注意的是,远洋地产此次将为购房者承担6个月的分期利息,贴息额将达千万元级。此外,远洋地产还将拿出全国范围内的项目,共计168套房打折销售。

“6.18 折 秒 筹 168 套房”,上述远洋地产负责人向记者表示,参与众筹的购房人,可以在6月1日-6月17日按照相关活动规则进行互动,达到规则要求的就有机会争取抢购6.18折房源的资格。

这样的折扣看上去很美,铁板一块的房价在互联网的带动下,似乎有了松动的迹象。但在业内人士看来,房企与互联网的结合,能够突击式的促销,但还是难以实现大规模的让利出货。

联美集团总裁助理史明就对记者表示,互联网

与房企的合作,确实可以减少房企在宣传、推广甚至营销上的大量费用,这些节省的费用被用在回馈购房人上,就能够推出更具竞争力的价格。但不同于在网上销售的电子产品,房子的价格尤其是老项目后期的价格比较稳定,无论是传统的方式销售还是通过互联网销售,一旦价格出现过大的波动,都容易引发前期业主的不满,因此,除了没有定价的纯新盘和少量特价房,大多数购房人希望通过互联网买到便宜房,目前还是很难实现的。

产品升级要靠智慧社区?

除了营销方面,互联网对房企的另一个诱惑就是智慧社区的概念。58同城在周三刚刚与远洋新天地项目签约,为社区提供量身定制的社区APP,包括智能拼车、定制早餐、上门修车、厨师上门等智能化物业服务。

除此之外,华远地产和方兴地产也宣布将分别与360和腾讯携手,共同探索打造智慧社区,一个完全智能化的社区,像科幻电影一样,一切都可以远程遥控,希望以此实现住宅产品升级。

为什么房企要靠互联网帮助升级产品呢?最直接的原因就是当前住宅市场中同质化愈加严重。以往开发商在同质化竞争中,习惯靠更合理的户型或是更奢华的装修来吸引购房人。但如今,类似的手法已经被用到了极致。“装修都是一水的进口大牌,户型都是南北通透还附带赠送面积。”远洋新天地项目负责人刘禹辰就对记者表示,无论是刚需还是豪宅,产品的同质化已经非常严重,这就需要开发商寻找新的不同点。

于是乎,与互联网的合作,在一些房企看来,除了促进销售外,还能对产品本身带来提升,吸引购房人。

刘禹辰表示,58同城与远洋新天地的合作,将推出“创居时代”的概念,也是对产品的一次升级,希望利用互联网+的资源整合能力,创造出能够解决生活、办公、商铺、投资等全部房地产置业需求的产品。除了为生活提供智能化外,还将为社区底商招募提供线上商家资源,

无独有偶,方兴地产与腾讯的牵手同样主攻智慧

社区。据透露,未来方兴旗下社区将全方面融入腾讯旗下包括QQ、微信、游戏等网络产品与技术。

“类似远洋、方兴等房企引入互联网的思维,倒不是噱头,确实是对产品升级为智能家居的考虑,但是效果如何值得商榷。”房地产评论员严跃进表示,很多时候虽然互联网没有成本,但也不代表就能够带来黏性客户,目前房企应用互联网其实还是在第一阶段,即认为互联网是一个技术,而没有真正搭建平台。

互联网金融 给购房人小额贷款?

“销售和产品升级还只是房企与互联网合作的一部分。很多企业看中的是互联网金融的利益。”史明告诉记者,房地产作为资金密集型行业,通过与金融业结合,可获得更畅通的融资渠道。在房地产利润率面临下滑的背景下,金融业相对较高的盈利能力也将成为房企业务的重要补充。因此,不少房企开始了对互联网金融的布局。

不仅如此,对于购房人来说,互联网金融参与到房地产交易中,使得付款方式更加灵活了。尤其是一些由开发商设立的互联网金融公司,推出了针对购房的首付贷款、装修贷款,甚至尾款贷款等。这些贷款利率相比银行更低,贷款门槛也更低,方式也多种多样。像远洋与京东金融合作推出的分期付首付,并贴息买房,就是为了吸引既想炒股又想买房的购房人,让他们的资金更加灵活,不会一口气全被房子占用。

史明表示,在他看来,互联网金融与房地产的合作实际上就是小额贷款,不论是首付贷还是装修贷等,都是开发商为了刺激购房人买房而做的金融创新。

这种房企与互联网金融的合作在今年尤其明显,已经有多家房企以并购、参股投资等方式进入金融领域。据不完全统计,50强房地产企业中,已经有接近50%的企业通过各种方式进入互联网金融领域,资金投入超过200亿。万达、万科、绿地、远洋、保利地产等房企都将互联网金融作为转型或者业务的延伸方向。

绿地集团就在5月底成立了绿地金融服务信息有限公司,正式进军互联网金融领域。据悉,绿地金融服务信息有限公司的目标是平台交易量突破1000亿,注册用户突破300万,打通500个社区。无独有偶,泛海控股也从去年至今,先后进军证券、信托、保险、期货等领域,并积极布局互联网金融。

不过,业内人士认为,房企目前对互联网的布局,无论是营销还是产品升级,抑或是金融板块,大部分都还处于平台搭建初期,并没有实质性项目落地,很难预判房地产与互联网的合作能走多远。但双方合作的探索中,仍有许多针对购房人的利好推出,购房人可以在房企与互联网的合作中,找到最有利的买房方案。

(据北京青年报)

价格诱惑

科幻诱惑

金融诱惑