

# 碧桂园,万科又合伙了? 房企 2.0 时代正在做实

房企合作如此频繁,郭毅认为,“房地产行业竞争进入第二阶段,第一阶段行业赚钱很容易,房企都各自为战,不需要在经营模式、发展战略上做什么改变。过了第一阶段,企业的利润下滑,必须谋求思变。”

■ 本报记者 李霖轶

继万科、万达正式确认战略合作关系后,同是千亿级房企的碧桂园突然发布“不扯蛋,周一见”的消息,在众多房企“强强联合成风潮”的现阶段,二“万”刚合作,碧桂园就有动作,难免让人浮想联翩。

据媒体报道称,早在5月12日,郁亮在上海和平安集团洽谈合作的内部会议上提到,万科正和碧桂园洽谈合作事宜。《中国企业报》记者联系到万科集团相关负责人,该负责人表示,“万科只是到碧桂园走访学习”。

## 他们要动的是“发展战略”的根

事实上,碧桂园的“周一见”只是向市场推行“碧桂园0号行动”的促销方案,该方案内容包括零首付和零契税及维修基金等,不难看出,碧桂园此次的“周一见”是赤裸裸的营销举动。在万科和碧桂园的合作可能上,亚豪机构市场总监郭毅表示,“碧桂园在二、三线城市有一定的土地储备,万科更多是在一、二线城市布局比较多,但是在经营模式上,两家没有什么区别,不能形成经营模式上的互补关系,总不能说看到碧桂园庞大的三线城市土地储备吧!其实都是压力。”

按照郭毅的分析,碧桂园和万科很难结成连理。但是值得一提的是,国有独资企业东莞实业投资控股集团有限公司五月中旬先后和万科集团、碧桂园正式签订了《战略合作框

架协议》。

相较于万科“单纯性”地走访碧桂园,老牌国企华远地产则“动真格”,在“网络情人节”5月20日与360牵手成功。在这个民政局爆满的日子,几乎是与华远地产同一时间,方兴地产和腾讯对外正式宣布合作关系,巧合的是,两家房企和互联网推出的新概念都是“智慧家”:360智能家居引入华远社区,而方兴与腾讯的合作则是选取一个项目地块,与腾讯智慧工程院共同设计开发一个智慧化小区。

房企合作如此频繁,郭毅认为,“房地产行业竞争进入第二阶段,第一阶段行业赚钱很容易,房企都各自为战,不需要在经营模式、发展战略上做什么改变。过了第一阶段,企业的利润下滑,必须谋求思变。”

## 是联合营销还是格局重造?

5月20日,华远和360的发布会上,素有“任大炮”之称的任志强直接提出,“谁的产品好,我们就和谁合作”,并没有估计彼时正在旁边的360董事长兼现场的“脱口秀主持人”周鸿祎。任志强所说的正是房企和第三方合作的本意:寻求新的利益增长点,为用户创造更多“附加值”。房地产和互联网的跨界合作一直没有停止,此前的小米和正荣,到现在的华远和360,郭毅认为,“相较于之前的恒大、碧桂园,华远、方兴、二万所做的并不仅仅是一个营销的环节,还是领域的扩展,产品的提

升,寻找新的利润来源,多元化整合资源。”

对于房地产企业与互联网合作,财经评论员严跃进更多地看到的是“轻资产模式”,他表示,“目前积极和互联网企业进行合作,就是一种轻资产的模式,这是降低运营成本、轻装上阵、发掘新的业务增长点的一个必要条件。当然,此类合作都是双向的,某种程度上也符合互联网企业对于房地产板块的革新的需求。”

但是,一位不愿具名的业内人士对此表示了质疑和担忧,“这些合作都是营销,二万的合作,即便是从联合拿地方面也不容易,万达的优势是靠商业可以便宜拿住宅用地,如果计算给万科,是按原价还是溢价?”郭毅对二万的合作则很是看好,“两家企业的合作绝不仅仅只是共同开发,万达更加看重的是万科在物业管理方面万科掌控客户的这种资源,双方都有一个更长远的目标,更有可能创造出新的商业模式。”对于房企的合作,市场上的声音更是褒贬不一,但可以肯定的是,不管是二万的合作,还是房企与互联网企业的联合,房企本身所做的产品会不断提高,如果智能化家居得到普及,用户的生活习惯将会被颠覆,住房品质或许得到跨越式提升。

郭毅补充道,“从长远来看,行业格局会有影响,但是我们现在看不到那么远,但是,巨无霸企业的产生肯定会引发行业新一轮的整合和兼并,房地产现在进入一个强者恒强的状态,未来这种趋势将会更明显。”

价值的服务,智能家居还可以建立与用户持续的联系,为挖掘更多商业模式提供可能。

随后致辞的孙誉晏表示,“我想下一步我一定要单独拿一个长的时间,我们要和周总很好地交流,我们期待他进一步后续的家居产品出来。”

在接受记者采访时,周鸿祎进一步指出,单纯卖智能家居的生意是不存在的,360现在卖智能家居都是按硬件成本价,但是对房地产公司来说,本身需要一些互联网化的产品来建立互联网模式,而且通过房产销售收入、物业管理费,完全可以补贴一定硬件的成本,将来双方的合作就有可能实现智能家居免费化。

周鸿祎还说,与华远合作之后,可以为360的智能硬件产品寻找一个很好的实践载体,双方可以共同进行智能家居产品的研发,最大程度地满足用户需求,华远的线下服务能力还可以解决智能家居的安装、维修等问题,解决互联网公司缺乏线下支撑的问题。

## 不确定性

据悉,合作双方还将“免费”送给华远用户2000套智能家居基本套装。



杨清语制图

## 商业明鉴



## 融创联姻绿城:一段不能忘却的“闹剧”

“兄弟情取代了公司正常流程,导致后续并购缺乏规范。在一个缺乏约束的情况下,任何一方都有动机撕毁协议。”

■ 本报记者 李霖轶

在房地产行业不得不提的一次合作是融创和绿城。2014年,绿城最终抛弃融创选择了中交集团,二易其主。

去年12月份,中交集团以总价约60.13亿港币收购宋卫平24.288%的绿城中国股份,进而使得中交集团与九龙仓并列成为绿城第一大股东。宋卫平和孙宏斌的“兄弟情谊”根本上已破裂。

上海易居房地产研究院研究员严跃进认为,这曾经的深厚兄弟情谊在严跃进看来正是融创绿城并购失败的原因之一,“兄弟情取代了公司正常流程,导致后续并购缺乏规范。在一个缺乏约束的情况下,任何一方都有动机撕毁协议。”

宋卫平曾在发布会上对媒体表示,“孙宏斌也可能意识到对于绿城二十年的基因,和他之间的合作可能不太容易融合,我相信这是一个原因。当然我也很高兴的听到他们会在产品品质和在客户服务里面做持续的改进。”

显然,让宋卫平难以接受的不仅仅是“兄弟”孙宏斌的狼性文化,表面上来看,即便在绿城资金链危急的紧要关头,宋卫平仍不同意“快消”,以此保全多年来绿城特有的“口碑”。

2014年上半年,绿城结转的净利润率不足6%,净资产收益率只有2.74%,因为盈利较差,绿城甚至在今年年中公布过盈利警告。根据相关媒体的报道,经过孙宏斌的大幅降价卖房,绿城的利润率再创新低,前10月的销售利润率已经不到5%。

从数据上来看,绿城的账单并不那么漂亮,但是,业内人士对《中国企业报》坦诚道,“绿城没有选择融创,根本原因是市场好了,相比之前,价值高了。”该业内人士所指的价值是土地储备等方面,这恰恰是年报数据上没有显现的部分。

据《中国企业报》获得的内部数据,绿城中国2014年在拿地方面,占地面积63.61万平方米,成交金额1147108万元,2013年的成交金额为774128万元。

融创和绿城的合作本身各取所需,虽然仍有部分合作,但孙宏斌和宋卫平之间的信任和兄弟情实则已不复存在。

严跃进表示,“并购双方对于交易规则缺乏学习,甚至对于谁先违规是毫无知觉的,完全没有按照港交所的交易规则办事,最后草率收场,成为行业的一个闹剧,也为后续其他房企的并购带来了深思。”

## “爱熊猫 爱绿地”绿茵点亮梦想激情舞动西南

■ 钱坤

近日,西南地区掀起了一场又一场“熊猫泡泡足球热”。自4月18日启动以来,“爱熊猫,爱绿地”2015年熊猫泡泡足球赛已持续近一个月,成都、南充的区域性分赛已圆满结束。接下来,大赛将在重庆、贵阳两地继续展开数轮淘汰赛,各个城市分别角逐出冠亚季军。

“爱熊猫·爱绿地”熊猫泡泡足球大赛是由绿地集团西南事业部主办,都江堰市旅游局协办,电子科技大学承办。据了解,“泡泡足球”是一个由大气囊包裹着身体,可以让运动员在球场上尽情碰撞、跳动和翻滚的足球运动,极好地结合了娱乐和运动。活动将国家一级保护动物——大熊猫作为元素加入到泡泡足球中,充分展现了绿地集团西南事业部从公益出发举办的社会公益活动。

在4月18日至5月24日期间,大赛将于每个周末激情展开,并面向公众开放。想要看既萌又激烈的熊猫泡泡足球的市民,可前去比赛现场感受不一样的精彩。具体比赛信息可关注“绿地集团西南事业部”官方微信。

据主办方介绍,5月30日,“爱熊猫·爱绿地”熊猫泡泡足球大赛决赛将在成都如期举办。届时,成都、重庆、贵阳、南充四地冠军队伍将集中在一起,展开激烈角逐,最终决出城市总冠军。城市总冠军队成员将获得“熊猫绿爱大使”荣誉称号,与绿地集团西南事业部一同,为保护大熊猫尽心尽力。魏群、姚夏等四川本土球星将热情参与。

在大赛启动的同时,绿地集团西南事业部发布了其公益品牌——“绿·爱”。绿地集团西南事业部副总经理金健介绍,“绿·爱”公益品牌将围绕“绿地,让生活更美好”的宗旨,探索人、建筑、环境之间的关联和互动,尤其关注生态环境、历史文化保护、青年创业等政府和社会公众关心的领域。而“绿·爱”公益品牌与绿地集团公益品牌“绿地心计划”一脉相承,充分体现了绿地西南的公益基因。

据了解,熊猫泡泡足球大赛自启动至今,受到了社会各界广泛的关注与支持。作为本次大赛主办方,绿地集团西南事业部希望通过该活动号召公众保护大熊猫,进而关注生态家园建设。

■ 本报记者 郭奎涛

360公司董事长周鸿祎一直琢磨的硬件免费即将迎来落地的可能。

在日前与华远地产战略合作签约仪式现场,周鸿祎接受《中国企业报》记者采访时表示,未来有可能为业主提供免费的智能家居硬件产品,这部分成本可以从物业费、服务费的分成中来弥补,同时也可以帮助华远地产在商业模式上改房子的一次销售为持续的服务营收。

坐在旁边的华远地产董事长孙誉晏点头称是,但是没有接过话题继续聊下去。

## 缺失服务

近两年,做免费发家的360正在面临一种比较尴尬的局面,收费的产品正在越来越多,特别是智能硬件方面,免费一直是纸上谈兵。

究其原因,周鸿祎在谈及免费模式时也表示,硬件免费,需要依靠后续的服务来初现营收。但是,360在后续服务上的主要业务即是网络安全,而这早已被定调为免费并成为360的一个标志,重新收费显然是不可能的。

有分析人士认为,360在后续服务还有一个方向则是大数据基础上的衍生服务,这却要面临着侵犯用户

隐私的可能,特别是时不时有声音指责该公司暗中收集用户信息,进一步绑住了360在这方面拓展业务的手脚。

唯一在向硬件免费上靠近的是乐视,依靠乐视生态在影视、体育等内容方面的服务和营收能力,乐视手机已经提出了买五年会员送手机的口号。是否可行仍值得检验,这家公司限定了享受这项优惠的名额,也足以见得其谨慎态度。

不过,周鸿祎一直挂在嘴边的说法是,“割别人的肉回馈用户”,比如说通过成本价策略拉低市场整个价格。还有一种方式则是,通过与具有后续服务能力企业合作,从合作伙伴那里“割肉”来实现360产品的免费。

近日,他似乎找到了这样的合作伙伴,华远地产。

## 结盟华远

根据双方的合作协议,360与华远将联合打造国内首个智慧社区,为华远地产安装360智能家居套装,从长沙开始落地,随后扩展至全国。

现场,周鸿祎没经过与华远负责人的沟通,就谈起了智能家居产品免费的可能性。首先,智能家居成本相比房产营收不过九牛一毛,免费可以增加用户的忠诚度;而且作为一项有