

租售端现变革风口 房企争相摆脱开发商模式

■ 本报记者 李霖轶

在望京SOHO附近,每一个工作日的上午,地铁站旁等候着一排排电力三轮车,土话称作“三蹦子”。这些“三蹦子”主要搭载望京SOHO的上班族,不到800米的路程最低10元起步,仅一个上午,“三蹦子”司机便可以获得500元左右的收入。

相对于望京SOHO带动起来的“三蹦子”产业,SOHO中国董事长潘石屹更喜欢聊SOHO中国的现金流,“SOHO中国目前的账面现金达到150亿元人民币,我们的负债率现在是全中国上市公司里面倒数第二名,是25%,中国任何招拍挂的地都可以拿得下,我们却没有拿。”潘石屹没有拿地,而是用账面现金推行了SOHO 3Q众包模式,首批8家3Q联盟代表包括赶集快租、优办、远行地产等。

与此同时,房地产P2P也将重点发力到租售端。一时间,房地产行业的风口集中在一系列的变革上。

转型:租金收入大幅上涨 受益于互联网化

潘石屹于2012年宣布的新模式在悄然稳步进行中,按照潘石屹当初的规划,企业从“开发—销售”转型到“开发—持有”新模式。2015年公司的盈利将主要来源于租金收入,到2017年,租金年收入将超过40亿元。SOHO中国2015年中期业绩报告显示,转型的主营业务在报告期内,租金收入约为4.39亿元,较2014年同期的1.64亿元,大幅上涨168%。

SOHO中国的另一转型拳头项目SOHO 3Q同时也在进行中,SOHO 3Q发展的时间并不长,今年的2月份刚面世。据SOHO中国的相关负责人介绍,“SOHO 3Q已经成为中国最大的共享空间,SOHO 3Q一直在探索房地产出租与互联网结合的新模式:从O2O预订下单,到无底价竞拍,到大客户定制,再到3Q众包模式,每一次新尝试都是对传统模式的颠覆和突破,为多元化的客户群体提供灵活便捷的服务。”

SOHO 3Q最初是以单个座位按天计价的短租业务,类似Wework的共享办公室,这让很多人想到前万科高级副总裁毛大庆的优客工场,虽然

电商时代 商业地产探路体验式消费

■ 本报记者 李霖轶

招商难、选址难、运营难,已经成为摆在商业地产商面前的三座大山。而电商市场的迅猛发展更令地产商们雪上加霜。

但是,据业内人士预测,2015年底,全国主要城市商业综合体存量面积将达到3.6亿平方米,2016年以后更将突破4.3亿平方米。即便商业地产长期困于“三难”,但房企仍以“飞蛾扑火”之势投资商业地产项目。

零售业比例下降, 餐饮娱乐加码

在众多热衷于商业的房企中,中粮无疑是“真爱粉”,且商业开发一路顺畅:大悦城开一家“火”一家。此前,中粮方面表示,计划用2—3年完成11家大悦城的打造,5年内交付20家大悦城。

中粮地产投资(北京)有限公司总经理隋强告诉《中国企业报》记者,“大悦城的特色就是不断的创新,这是大悦城发展的第一位要素,无论是大悦城推广,还是新、老大悦城的改善,都是重在创新,朝北大悦城的悦界便是创新,但未来大悦城的布局也



杨清语制图

同样是马拉松跑者的潘石屹、毛大庆默契十足地向“互联网”靠拢。

有趣的是,潘石屹日前推出3Q众包模式——鼓励所有个人和公司加入3Q销售网络,成为3Q伙伴和3Q联盟。

上述相关负责人介绍道,3Q众包模式鼓励所有个人和公司加入3Q销售网络,成为3Q伙伴和3Q联盟。借助互联网的力量,3Q伙伴/联盟通过手机端代客下单,客户支付成功后,合同租金金额的8%将返还3Q伙伴/联盟账户,佣金闪电到账。3Q众包的整个过程轻松快捷,拓展了社会化的更丰富的资源渠道,实现“人人都能赚租金”。

SOHO中国为此准备了1.6亿元的佣金。SOHO中国有了更美好的愿景:预计到2015年底,北京、上海两地的3Q工位将会突破10000个。2016年更会突破40000个。

似乎,新模式让潘石屹离开开发商的距离又远了些。曾经靠房地产发家的SOHO中国将如何蜕变成一家互联网公司呢?

对潘石屹来说,SOHO 3Q面临三个问题,“第一个是市场的问题。第二个问题就是准备多少房子。第三就是管理的问题。销售的问题和管理的问题一定要基于互联网,离开互联网做不了。”

不会仅仅只是简单地复制悦界。”

隋强所提到的悦界是朝阳大悦城的自我重构——将项目北侧5、6层的高位停车场重新改造,打造为将商业与自然、艺术与消费相互交融的主题街区,官方的定义是,“不只是购物需求释放的地方,而是一个兼具主题、话题和人文关怀的生活空间”。

这也正是隋强所提到的大悦城发展的另外一个重要因素:体验,“创新和体验是最重要的两个点,怎样才能做到体验感不一样,做到不同于其他商场,这很重要。”隋强强调,体验也是实体店可以对抗电商的关键。龙湖、宝龙、越秀、红星美凯龙、首开商业等多家大型开发商旗下商场将餐饮、娱乐、文化等体验式业态大幅增加,以此使得商场的人流量和营业额均获得正增长,与此同时,较低的零售业态比例成为这些项目的共同特征。

电商与购物中心 融合发展

与万达、凯德等众多商业巨头相比,身披全球最大的住宅开发企业华丽外衣的万科集团选择进入商业地产的决定无疑是需要勇气的。

多元化发展:房地产 P2P重点发力租售端

去年以来,房屋中介、电商、P2P(个人与个人之间的小额借贷交易)、支付平台都开始打造房地产P2P产品。今年第三季度,多家房产类P2P交易额出现大幅增长。目前房地产P2P已步入多元化发展阶段,产品集中于租售端。

目前,业内还缺乏对房地产P2P全行业的数据报告。从已披露信息的公司来看,今年第三季度交易额迅速攀升。搜狐旗下“搜易贷”的数据显示,今年第三季度交易额近20亿元,较第二季度增长72.7%。自去年上线以来,平台累计投资额突破39亿元,累计投资笔数107万。

地产中介链家旗下的“链家理财”发展同样迅速。截至今年9月底,用户数量共有27.3万人,累计成交额达93.7亿元,其中第三季度成交额35.2亿元。

盈灿集团副总裁、网贷之家CEO石鹏峰表示,从产品类别分,房地产P2P可以分为个人贷款和企业贷款两类,大部分产品都是针对房屋租赁环节的融资。在个人贷款领域,主要分为个人购房贷款、个人租房贷款以及专门以房屋为抵押物的贷款;企业贷款主要集

中于商业地产的运营资金信贷。

电商企业也觊觎房地产P2P行业。今年,京东金融分别携手房产中介“链家”、租房平台“丁丁租房”先后推出“自如白条”和“丁丁白条”两种租房分期付款P2P产品,使用产品的租户可按月分期付款,解决了租房需预付多月房租的“痛点”。

还有一些平台兼做个人贷款和企业贷款的房地产类P2P。以去年9月上线的搜易贷为例,作为较早打造房地产P2P的平台,搜易贷产品涵盖个人和企业贷款,包括首付贷、赎楼贷、换房贷、房屋抵押贷、商业地产保理等。

值得一提的是,房地产P2P的触角逐步伸向商业地产,相关项目一般都用于地产运营方面的融资,而非前期的拿地、开发。

石鹏峰表示,房地产P2P的特征是借贷资金量较大,因此风控的重要性更加凸显。记者了解到,各平台加强风控主要从几个方面入手——对借款企业资质进行审核、设立风险保障金、银行托管资金。

石鹏峰认为,目前房地产类P2P呈现多元化发展趋势,与房租相关的P2P产品市场潜力值得关注,随着社会信用体系的不断完善,租房类信贷模式可以得到更快更好的发展。

(本文部分内容来自新华社记者王曉洁)

拉动线上的成交。”

他的看法与住建部住房政策专家委员会副主任顾云昌不谋而合。顾云昌表示,“商业地产面临很大的风险,有严重过剩、同质化、泡沫化、被电商的边缘化等各式各样的问题。所以商业地产要做好,不能依靠传统的方式来做,必须要有创新。”

战略



京津“双城”联动 房企加快布局天津

■ 本报记者 李霖轶

在京津冀协同发展的背景之下,天津楼市受到越来越多的关注。相比较于北京,天津楼市的发展空间无疑是巨大的,尤其是京津冀一体化为契机的经济格局正在形成,北京、天津“双城”联动更是使得房企在战略层面上布局天津,其中不乏万通、万科、合生等巨头企业的身影。

数据显示,2015年上半年,天津房地产市场销售额在10亿元以上的房企共14家,其中融创、天房、首创、金融街、富力、万科,在津销售额均超过20亿元,其上半年销售总额市场占比达26%。融创中国以44.5亿元销售金额拔得头筹,天房集团以33.2亿元销售金额排名第二。

借力京津冀一体化,城郊结合部成发展要地

早在今年9月,华远地产公告称,与阳光新业地产全资子公司北京瑞菱阳光商业管理有限公司签订协议,收购两个项目公司51%股权。收购完成后,华远地产将持有两个项目公司天津阳菱光辉房地产开发有限公司和天津菱阳光房地产开发有限公司100%股权。

华远在天津的开发项目在津南区,是天津小有名气的城郊结合部,但如今津南区已被纳入京津冀协同发展的大战略里。天津市津南区区委副书记、区长赵仲华表示,“天津以市内六区为发展点,而津南区作为京津冀协同的组成部分,是作为一个辅城来发展的。”

对于天津市来讲,京津冀协同发展的战略只是其中一个发展机遇,此外,还有滨海新区的发展、“一带一路”、自贸区的发展,包括科技创新发展等。

社科院城乡建设经济系主任、中国房地产业协会名誉副会长陈淮表示,“在京津冀协同发展中,北京和天津都承载着重要的历史任务,所涉范围甚广,在此背景下,津南板块迎来了前所未有的发展契机,未来必定是一个最具发展活力的区域。”

此外,天津市在城市面貌、绿化环境、市政基建、生活配套等各方面都将全方位发力,在基础配套方面,津南区目前三甲医院有三个。赵仲华告诉《中国企业报》记者,“学校里包括中小学义务教育,85%以上是外来务工人员的子弟,我们还是有很大吸引力的,那么怎么样更好地留住人才,甚至是高端人才等大量的人力资源,我想我们还有很多的文章要做。”

华远、首创等开发商抢滩“津南”

据悉,华远·波士顿的定位是津南核心区的高端城市综合体,业态较为多元,包括住宅、公寓、商业、办公等,是项目公司于2012年底获得的一个项目,规模50万平方米,位于通达天津市区和滨海新区的天津大道南侧,项目距离市区3.5公里,西侧是双港镇,东南侧是目前正在建设的津南大学城。值得一提的是,今年8月份华远才进入到这个项目公司。

同时,在津冀广泛布局的首创置业业绩更是抢眼。今年1到4月,公司实现签约面积72.4万平方米,同比上升77.9%,签约金额约73.2亿元,同比上升83.1%。其中,天津首创签约金额占总额的33%,超过北京27%的占比。8月6日,首创集团附属的天津兴泰吉丰置业有限公司以4.31亿元的底价购得津南区辛庄镇的一宗宅地,折合楼面价2918元/平方米。

今年3月份,首创置业副总经理樊涛曾表示,天津首创全年销售目标已确定为80亿元,约占首创全年目标350亿元的1/4。

孙誉晏透露,“如何将1+N战略在天津华远·波士顿项目落地,是我们正在考虑并且会快速落实的重要工作。今后华远还会加强与政府部门的沟通,在天津继续加大我们的规模化发展步伐。”

在京津冀的协同发展大潮中,越来越多的开发商“拥抱”津冀,在这块尚未“耕耘”的区域蕴藏着较大的开发空间,房企纷纷悄然发力、落子,争食这块京津冀大蛋糕。

奇瑞再获“最值得尊敬自主品牌”大奖

9月8日,腾讯汽车《中国新实力——腾讯汽车2015 TTA自主品牌盛典》在北京正式拉开帷幕。本届盛典由腾讯汽车主办,中国品牌汽车联盟、寰球汽车传媒、汽车人传媒协办。在此次盛典上,奇瑞汽车凭借在创新发展和探索中国品牌发展路径等领域的突出表现,获得了评委会一致好评,获得本届盛典“最值得尊敬自主品牌”大奖。

评委会在给奇瑞的颁奖词中写道:“在企业转型的过程中,奇瑞克服种种困难,历经四年磨砺,如今的奇瑞收获颇丰,不仅建立起了一套V字型正向开发体系,同时创新打造的观致模式,也为自主品牌在品质打造等领域提供了诸多宝贵经验,奇瑞人的努力、创新和勇气受到尊敬!”

本次腾讯汽车2015 TTA自主品牌盛典,既探讨了在经济渐进式下行压力下,以及在互联网+这种颠覆性的新模式下,中国自主品牌汽车所面临的挑战,并探讨了自主品牌车企们进行战略联盟的可能性。与此同时,本次盛典还首次发布了百万用户数据自主大报告,集合千万腾讯网友的声音为自主品牌点赞,汇总千万车主与15位资深专家评审的意见,评选出包括最值得尊敬自主品牌及自主品牌创新奖最在內的25项大奖。此外,本届盛典还首次发布了《自主品牌汽车行业白皮书》和《自主品牌汽车北京共识》。

奇瑞汽车董事长兼总经理尹同跃先生在颁奖仪式上表示,这个奖项是对奇瑞坚持自主创新和品牌建设等方面所做出努力的肯定和鼓励,也是鞭策和责任。在今后的发展中,我们将始终秉承“创新奇瑞 让你更精彩”的企业使命,让“你”——我们的用户、我们的合作伙伴、我们所在的城市、我国的汽车工业以及我们的员工更加精彩。