

借势“互联网+” 房地产业颠覆销售潜规则

■ 本报记者 陶海青

今年两会的政府工作报告提出,制定“互联网+”行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导互联网企业拓展国际市场。

目前,“互联网+”成为炙手可热的关键词。事实上,“互联网+”早已渗透到方方面面。房地产行业也置身其中,尤其对于开发商来说,躺着赚钱的时代一去不复返,在“新常态”下如何借势“互联网+”,突破传统的营销模式,将是一个长期的课题。

“如果一家中介公司还在想尽办法做策划做营销卖房,如果一个人还在四处托关系买优惠房子,就‘OUT’了。”浙江省杭萧钢构股份有限公司(以下简称杭萧钢构)董事长单银木在接受本报记者采访时说,开发商通过互联网卖房,使得住宅的每个细节都可以私人定制,由此进一步减少中间环节的销售成本。这也叫做借势“互联网+”,用“互联网思维”卖房子。

冲击传统房地产业

众所周知,传统的房地产销售模式是,有豪华售楼部、媒体狂轰滥炸做广告、代理公司各种派单招客、短信电话以及各种低效的暖场活动……

之后,开发商再把各种营销成本转嫁给购房者。

而“互联网+”模式对传统房地产行业来说,其冲击是巨大的,互联网思维就是颠覆传统卖房模式,开发商不做营销推广、不找代理公司、不做线下活动、不做营销行为,省下的费用来直接补贴给购房者。

通过实施“互联网+”模式,过去业主、开发商、售楼处之间的信息不对称不透明的现象将不复存在,并减少了中间交易环节、中介成本,这是对整个房地产销售模式的重新构筑,彻底颠覆传统售楼销售中的“不良潜规则”,让客户能买到性价比更高的房子,这是“互联网+”在房地产业中最大的价值。

“通过互联网降低成本,形成用户至上的极致体验,让购房者自己做主自己的房子。购房者拿到房屋钥匙,打开门,就跟自己在网上看的户型一致、装修一致,这就是我们未来想要达到的目标。”单银木如此表示。

触网营销成潮流

据介绍,钢结构具备“标准化、工业化”的产业DNA,住宅个性化线下定制已经成为现实。

“我们将为业主提供数十种户型、数十种整体厨房、卫浴设计方案,小到电视、床头柜选什么品牌,均可以在网络购物车中实现。”单银木表示,这一整套体系都被纳入杭萧钢构的住宅标准化体系中,如同快餐行业的产品和服务模式一样,顾客可以选择“套餐”,也可以选择“单品”,“菜单”将会全方位地考虑各类业主的实际需求。



然而,令人遗憾的是,线上私人定制钢结构住宅目前还没有投入使用。

但有一个利好消息是,方兴地产近日开发了一种新型的互联网卖房玩法,力推“房到付款”,即购房者通过淘宝网支付首付后,首付款将被冻结在余额宝中。在正式交房前或者首付后的3个月,首付款产生的余额宝收益仍然归购房者所有,相当于边买房边赚钱。

还有一组利好数据显示,2014年,中国网络购物市场交易规模达到2.8万亿元,增长48.7%。随着移动购物市场的飞速发展,典型电商企业向三四线城市甚至农村市场的扩张及国际化战略的布局,未来几年,中国网络购

物市场仍将保持27%左右的复合增长率。

“由此可见,房地产和互联网的结合潜力非常大。对于传统房地产企业来说,触网营销已成潮流,触网营销不仅给房地产开发商带来了客流,也带来了销售额猛增,这在业界已是共识。”单银木说,虽然目前“互联网+”主要突破点是销售环节,是低迷期促进销售的一种营销手段,但未来,互联网或许将给房地产业带来最深刻的变革。

商业观察

蒙牛迎合互联网思维 推出壹清定制冰淇淋品牌

分羹千亿元蛋糕

据中国冰淇淋市场研究中心发布的报告显示,预计2015年国内冰淇淋年销售额将达到1100亿元。越来越多的消费者更愿意为自己的口福埋单,冰淇淋产品定价开始迈入“10元”市场。同时,国产冰淇淋的崛起或将结束国外品牌垄断高端市场的时代。

“冰淇淋在欧美是餐后甜品,类似于必需品,但在国内仅起到防暑降温的作用,季节性很强,消费量较小,特别是三、四线以下地区市场空白很大,所以说国内冰淇淋消费前景广阔。”乳业高级研究员宋亮称。

壹清食品总经理卢建军在蒙牛集团有15年的工作经验,此次应集团发展需求创建壹清品牌。他认为:“互联网时代的消费需求更加碎片化,先进技术的市场化和大数据时代的信息洪流,让我们对消费者碎片化需求的深入挖掘成为可能。未来,个体消费者需要什么样的产品,可能通过一台手机我们就能了解。这种了解,让我们有充分的理由为消费者创造出他所需要的产品,这才是互联网思维的精髓。”

按照卢建军的理解,不同区域、不同族群、不同心理状态的消费者对产品需求有着本质的区别,3.0时代标准化造就了遍布全球的同一种产品,你在墨尔本吃到的冰淇淋和在北京吃到的完全一样,而4.0时代放大了所有个体的需求。冰淇淋的“定制”,意味着

冰淇淋行业内首次出现了以细分消费群体和消费需求为导向的产品,针对性更强,目标更精准。

据壹清工作人员介绍,除了产品外包装会体现每支冰淇淋的个性以外,最重要的是从口感上会根据消费者所在区域、族群等属性来制作出适合他们口味的产品。

为经销商背书

经营食品消费企业,与经销商建立良好的合作关系成为关键。蒙牛集团香港IPO之初,时任董事会主席牛根生将公司股份大部分份额给予合作伙伴邓九强,由此可见,让经销商获利也是“蒙牛人”一直秉持的经营理念。

记者获悉,此次壹清也代理其品牌产品的经销商们提供丰厚的优惠,包括解决样板市场经销伙伴资金问题,即根据情况为渠道商提供一定金额的贷款,以及优先的市场保护。同时,在产品推广期间,协助经销商与知名团购网站进行合作,举行团购促销活动等。

“近期,我们还会推出更多定制化产品来满足市场需求。这些产品将由公司与合作伙伴、消费者一起完成。”壹清工作人员表示。

公司动态

大连首家环保企业在上海Q板挂牌上市

■ 兰慧娟

近日,伴随着锣声的敲响,在上海股权托管交易中心中小企业股权报价系统(简称Q板)挂牌仪式上,大连康帕仕环境科技有限公司(以下简称康帕仕)正式在Q板挂牌上市。这是大连首家以室内环境治理为核心的环保型企业,很受上海股交中心青睐。在不到一个月的时间,便完成了Q板的成功挂牌,标志着康帕仕公司与资本市场成功对接。

康帕仕公司董事长华帅表示,公司成功登陆Q板为企业迈向资本市场奠定了坚实基础,今后企业将在做大自身的同时,不断促进室内环境治理行业的变革。作为一家年轻的环保科技公司,他们抢抓历史机遇,在大连室内环保行业率先敲开资本市场大门,进入了上海股交中心平台,不但得到国家、政府及公众的认同,进一步提升了企业公信力,也预示着康帕仕正式在资本市场的风浪中扬帆起航。

作为大连室内环境治理行业的领导品

牌,康帕仕公司是以技术研发为先导,以室内环境检测、监测、防治、治理、环保产品等为主打的新型环保产业公司。康帕仕与中国科学院、大连理工大学等高校保持长期的产学研合作,拥有完全的自主知识产权,自己开发、研制、销售和提供技术服务与产品销售,致力于打造中国室内环境治理与环保系列产品的多元化行业典范企业。

康帕仕公司成立于2012年6月,注册资金1000万元人民币,主要从事室内(住宅楼、医院、学校、办公楼、酒店、宾馆、商场、娱乐场所、专卖店等)、车内环境检测治理的科技研发与实施操作,对有害气体(甲醛,苯,氨,TVOC等)、细菌传染疾病、水质、电磁辐射、空气质量、综合环境质量等进行多项检测、监测,并运用世界领先技术纳米银杀菌、紫外线射线杀菌消毒、臭氧制造、循环过滤清洁空气、水质过滤处理、温湿度适宜调节等提供专业的健康整改,在健康、舒适、安全的环境下工作与生活。



据了解,康帕仕公司在上海Q板上市后,实际上已经迈进了全国综合性的金融服务平台,在展示企业风采、市场拓展、提升企业品牌形象、拉近投资者关系、提高规范化运营程度、促进企业健康发展的基础上,可进行债权融资、信用贷款、股权质押贷款、定向增发,实现融资和股权交易,并为下一步

实现新三板或主板上市奠定了基础。这个资本市场为解决中小企业融资难、融资贵的问题,提供了新的渠道。

上市公司

财经动态

证监会审核南北车合并 北车董事长拟任新董事长

因证监会开始审核南北车的合并重组事项,中国南车和中国北车近日双双宣布停牌。同日,两家公司召开董事会,并于当晚公布了两家公司2014年财报,并公开了合并后的中国中车股份有限公司(下称中国中车)新一任董事会和监事会候选人名单。

按照名单所公开的信息,南北车现一二把手均入主新公司董事会,虽然公告并未透露4人的具体职务,记者从有关渠道获悉,现任中国北车董事长崔殿国和中国北车总裁奚国华有可能将分别出任中国中车董事长和总裁,中国南车现任董事长郑昌泓和总裁刘化龙有可能将出任该公司执行董事。

该渠道消息称,在国务院国资委同时强力推进的南北车两家央企集团合并后的新集团中,崔殿国或将担纲董事长,郑昌泓和刘化龙可能出任党委书记和总经理。

证监会发布信息称,中国南车吸收合并申请将于4月3日上会。

私家课启动 幸福家庭美好生活征集活动

日前,国内首家定位幸福家庭生活方式的移动互联网服务平台——私家课正式启动“幸福家庭、美好生活难忘瞬间”征集活动。该活动旨在通过分享和用心交流每个家庭的幸福时光,让心回归家庭,和最重要的人一起创造和分享美好生活。

该活动首先将通过“私家课”微信公众号和线下渠道向所有热爱生活,享受幸福的“家”人征集最令你难忘的幸福家庭瞬间。只要你说出你的幸福瞬间的故事,故事内容既可以亲子互动,美好的生活,也可以夫妻互助,家人团聚……同时,发送你认为最幸福的家庭合影至“私家课”微信平台,就可参与成功。活动主办方将通过专家评选和广大网友互动投票,挑选出十佳幸福家庭的瞬间,并将于国际家庭日(5月15日)公布。

私家课创始人蒋莉介绍说,中国约有4亿个家庭,家庭是社会最基本的细胞。私家课定位幸福家庭生活方式的移动互联网服务平台,通过移动手机应用及微信公众号的形式向用户提供优质生活相关的文章、课程、商品与服务,为大家寻觅到生活中最独特最用心的生活方式,帮助每一个人成为美好家庭的创造者。同时,私家课通过线下服务推出包括私厨、烘焙、手工、亲子、医疗健康、餐桌礼仪等一系列的“幸福家庭生活方式课堂”等活动,将一股充满爱的正能量传递到每个家庭中和每个人心里,以营造积极健康的社会风尚。

易世达大股东易主 杭州光恒昱接盘

易世达近日发布公告称,公司控股股东新余新力科技术工程有限公司(以下简称新余新力科)将所持的易方达21.88%的股权转让给杭州光恒昱股权投资合伙企业(有限合伙)(以下简称杭州光恒昱)。

公告显示,新余新力科已与杭州光恒昱签订了股份转让协议,新余新力科将其持有的易世达股份中的2582万股以20元/股的价格协议转让给杭州光恒昱。

股份转让完成后,杭州光恒昱将持有易世达21.88%的股权,交易价格为5.16亿元。股权转让款来源于光恒昱投资的合伙人缴付出资及自有资金,光恒昱投资最迟应在股份完成过户之日后7个工作日内向新力科支付全部股份转让款。

此次股份转让后,易世达的实际控制人将变更为刘振东,新余新力科将仅持有181.29万股易世达股票,持股比例也将从23.42%下降为1.54%。光恒昱投资是一家私募股权投资基金,专注于光伏及新能源方面的行业资源整合。

(本报综合报道)