

房企+IT 进入 2.0 时代

在这个房地产行业久违了的春天里,房企的“触网”行动进入了新的阶段。曾经红极一时的电商、众筹等常见玩法,已不再能够满足市场需求。房企们纷纷行动,转而开始和 IT 企业合作,探索新的发展模式。

市场变化促房企跨界合作

说到互联网+,事实上,大多数品牌房企都在之前或多或少做过一些涉及互联网或者是以互联网思维为噱头的营销项目。比如去年火过一阵子的“房产众筹”、“双 11”前后的房企电商大战等,多家房企采取了一系列互联网化的营销手段。不过,大多数业内人士认为,当时房企这么做,主要还是噱头居多,其最终目的还是卖房子。

不过,从目前来看,这一情况已经开始有了一些改变。一些品牌房企已经开始尝试着同 IT 企业探寻更多的合作。比如华远同 360、银泰同搜易贷、方兴和腾讯等,都已经宣布合作。

“对房地产业而言,政策环境、资源环境、市场需求、消费者价值理念和行为方式都发生了巨大的变化,这已经影响到房企的发展思路和竞争形态。”华远地产董事长孙誉晏公开表示,目前行业内和行业间的联合、跨界的合作正随着房地产行业的多元化发展和调整转型屡屡出现。

合作集中在定制家装

不过,就最近频频出现的“牵手”而言,房企同互联网之间的合作形式仍然集中在互联网金融以及定制家装这两大方面。

比如,在互联网金融方面已经进行过一次合作的京东金融与远洋地产,近日再度联手,推出的新产品中就含有为购房者提供长达 24 个月的首付分期服务。互联网家装领域则是当下的热点。华远和 360、华润和小米、方兴和腾讯在“牵手”时都宣布,将在家装方面为业主提供互联网化的服务。

不过也有业内人士认为,传统行业与互联网的融合并不应该是简单利用互联网技术的叠加。

360 公司董事长周鸿祎也认为:“单纯卖智能家居的生意是不存在的。对房地产公司来说,他们本身要找一些互联网化的产品,来建立互联网模式。而另一方面,即使是互联网公司也不能够光靠互联网,必须与传统行业结合,互为补充优势。”

瞄准年轻人群

“事实上,房企出现如今的变化主要还是因为客群发生了改变。”北京市房地产业协会秘书长陈志告诉记者,目前,客户已经开始转向 90 后一代,这一代人是伴随着互联网成长起来的一代,相对来说要更加崇尚个性,因此定制家装对他们还是有一定吸引力的。

华润·悦景湾项目负责人表示,基于项目的主要客群是小年轻,因此同小米爱空间合作,推出定制家装服务。北京紫石房地产开发有限公司营销部顾问陈冲也透露,他们旗下的朝北 8080 项目,也正在尝试完全的定制化服务,同样也是针对年轻人群目前的需求。

“我们的主要意向客户是在北京有自己的工作室,或有投资创业想法的,易创业易住。所以我们想尝试一下,从设计到装修到交房,全部实现以网络为平台的定制化服务。”陈冲还表示,之所以选择定制化家装服务主要原因还是在于这一点相对于互联网金融、智慧社区等概念来讲可操作性更强。“房地产以前是卖建筑后来是卖配套,现在是在卖生活方式。我们希望能够从这些软性配套方面来吸引消费者。”



华远地产+360 布局智能家居

在互联网+的大背景下,即使是曾被惯以“保守”之名的华远地产,也开始“触网”。奇虎 360 公司同华远的合作将在个人(老人手表)、家庭(智能路由器)、社区(免费安全的 WIFI)以及社区外部服务需求(智能远程服务)等 4 个层面展开。

此外,据华远地产董事长孙誉晏表示,华远地产与 360 的合作还在探索中,但绝不仅限于智能家居等硬件方面的合作,还将展开为购房者提供线上 APP 等软性需求服务的深度合作。

华润+小米、爱空间 推出定制家装

4 月 16 日,华润置地对外宣布,已“牵手”爱空间,推出了定制化 LOFT 产品——“华润盒子”。在合作模式上,具体来说,由华润提供房子,小米和爱空间去打造此房子,小米提供智能家居,爱空间负责具体装修、空间布局。

方兴+腾讯 探索智慧社区

方兴集团与腾讯集团正式宣布达成深度战略合作。未来,方兴集团旗下社区将全方面融入腾讯旗下包括 QQ、微信、会员、游戏、汽车全系列网络产品与技术。双方将就“智慧家”2+X 智慧住区建设的计划进行共同探索。

(据《新京报》)

