

# 开发商借房产众筹融资揽客户 业内称或可降房价

证券时报记者 叶梦蝶

2014年,伴随着拍卖、抽奖等营销方式,房产众筹着实火热了一把,不少业内人士将此称为“营销式的房产众筹”。近期房产众筹2.0版已经出现——开发商在拿地之后就推出项目推出众筹,目的直指降低房价。

吉屋网联合创始人潘国栋说:“众筹建房可以削减建房的财务、宣传、运营、销售等多项成本,提前一年被项目锁定的意向客户,购房至少可以打85折。”据证券时报记者了解,以理财产品搭配购房优惠来锁定购房意向者的形式,已经有北京、深圳、天津等地的开发商在线上线下进行尝试。

## 2.0版房产众筹意在锁定客户

2014年10月,经过66轮竞拍,当代北辰联合体以12.6亿元公开竞拍下了北京顺义前进新村的一块地。当代北辰计划将其开发成“当代北辰COCO MOM A公寓项目”。和一般的房地产开发流程不一样,尽管还没有获得预售许可证,这个项目50年产权的384套公寓已在1月5日面向公众发起众筹,50人的众筹名额两天就已报满,认筹总金额达1340万元。

该项目预计开盘时间在2015年8月1日。根据当代置业旗下的无忧我房网列出的建设时间表,在接下来的6个月中,项目将依次完成设计、开工、开盘、竣工验收等工作。当代置业系2013年登陆港股的房地产公司,2014年合约销售额为73.5亿元。

根据无忧我房网网站的介绍,本次众筹项目分为10万元、20万元、30万元三档。众筹项目的持有期有6个月,到期后众筹参与者再决定是否买房。按照参与众筹的时间先后和认购金额多少,依次享有优先选房权,本金及收益转化为购房款等权益。即使最终放弃众筹买房优惠权不买,本金和收益也会一次性退回到参与者账户,并提供一定补贴。

除了当代置业,根据证券时报记者了解的信息,深圳宝能地产近期也在线下推出了一款购房宝产品,针对深圳宝能城和宝能公馆的意向客户,分别提供100万和200万的认购单位,并打出了年化9.5%的收益率,此外,其现金收益和购房优惠模式也和当代置业类似。

事实上,自众筹概念在国内兴起后,不少开发商都跃跃欲试。从P2P平台房宝宝,到电商平台平安集团旗下的平安好房、搜房网,再到远洋地产,各地房产众筹的消息不断。其中,京东金融在去年双十一推出的“1.1折购房”活动创下了房产众筹参与人数之最。不少业内人士认为,这类房地产众筹的模式还是起步阶段,无非为了投资理财和营销推广,只能称作房地产众筹1.0版。

## 一周投融资直击

### 母婴电商贝贝网获1亿美元C轮融资

1月22日,母婴电商贝贝网宣布完成1亿美元的C轮融资。本轮融资由今日资本、新天域资本领投,高榕资本、IDG资本等跟投,泰合资本担任财务顾问。据悉,本轮融资后,贝贝网的估值达到近10亿美元,成为迄今为止国内母婴电商行业融资金额最大且估值最高的公司。

贝贝网于2014年4月上线,之后相继获得IDG资本、高榕资本及原91无线CEO胡泽民等的投资。贝贝网采用品牌特卖的内购模式,每天精选数十个母婴品牌进行限时特卖。有着“风投女王”之称的今日资本创始人徐新表示:“今日资本最核心的投资标准就是,在品类的大潮来临之时,这个企业是不是能够做到行业第一。贝贝网无论从创始人的洞察力、远景规划能力还是团队的执行力上来看,都是行业第一的最有力竞争者。”

据悉,此次融资的1亿美元将主要投入到消费者体验升级、中小品牌扶持



房产众筹出现2.0版,在拿地之后就马上进行众筹,锁定客户,认购较火爆

房产众筹可以砍掉开发商的融资和营销成本,所以开发商很热衷

借道理财产品,搭配购房优惠的模式正成为房产众筹2.0版的雏形

翟超/制图

## 开发商试水房产众筹

众筹网总裁孙宏生表示,现在市面上看到的房产众筹大多是营销推广的手段,用户一人出一点钱,再通过抽奖、拍卖的形式来得房子。而现在新的模式和新重点在于建房,即先找目标用户群,再根据他们的需求设计房子,开发出目标用户群所需要的房子,这种方式可以使资金提前回流到开发商,并建设出低于市场价格的优质房源。

相比于此前“远洋&京东金融”两例众筹买房,业内人士认为,上述新模式可以提前锁定有购房意向的客户,真正促进买房交易的机会,而不再是拿一两套房子出来做噱头。

据悉,地产龙头万科在去年也曲线试水了房产众筹2.0版。去年9月,万科联合平安集团推出一款“平安万科购房宝”理财产品,最低5万起,期限从3个月到1年不等,首期面向上海地区万客会成员发行。这款购房宝搭配了上海万科的四个主推楼盘,若购买理财产品最终决定购房,则可享受专门的购房优惠。

而据证券时报记者了解,这种以理财产品搭配购房优惠来锁定购房意向者的形式,已经有几家开发商在线下复制尝试。潘国栋表示:“房价的构成由土地款、资金成本和营销成本等构成,资金成本最低占到房价的15%,所以提前一年回流资金至少可以给购房者打85折,开发商的利润并不受影响。而营销这部分成本也令开

发商头痛,获得一位到访客户大约要付出一两千成本,卖一套房子的营销成本则可能高达上万。”

潘国栋认为,房产众筹由于提前帮开发商找到了目标客户,并且拿到了众筹的钱,相当于将交易提前了6至12个月。这样开发商就不用再去向银行信托借钱了,也不用再到处刷广告,开发商可以很清楚地测算出成本,因此部分融资成本和营销成本可以砍掉。

而平安好房网总裁庄诺也于近期对媒体表示,2015年,平安好房或将在上海和北京试点股权众筹建房。同时他提出,必须在开发商已经拿到地的前提下才能通过股权众筹建房,因为地价占总房款的比例最高,如果地价确定不下来,最终成本很难确定。庄诺认为,通过众筹削减成本,最终房价可能降至开发商销售同等地段房子的七折。

潘国栋认为,未来房产众筹会规模化出现,在楼市下行的情况下,开发商相当于从甲方变成了乙方,房地产代理商的日子更是不好过,所以更多的开发商会积极尝试通过众筹去库存。

## 借道理财产品

孙宏生则认为,目前参与各种类型房产众筹的开发商不少,可以看出开发商对于房产众筹是持积极态度的。当然,监管层面的态度是参与者考虑最多的。

房产众筹自诞生以来,就背负着

非法集资的争议,同时和预售制之间的冲突也是绕不开的话题。预售制即正在开发的房屋需要在证件齐全的前提下,才能预先出售给购房者。然而,房产众筹却相当于将销售环节前置,先找到客户进行筹资,然后拿地,或者开工建设。

借道信托或资管计划,成为开发商规避上述法律法规冲突的选择。目前的众筹建房模式可以分割成两个产品,前半段筹资属于理财形式的房产融资,后半段属于购房,众筹用户既是投资人也是最终消费者。”孙宏生说,通过这种形式,众筹建房可以避免和预售制发生冲突。

上述当代置业的众筹项目也是走了理财产品的通道。根据项目介绍,众筹投资人的钱实际上进入了基金子公司的资管产品,系工银瑞信投资管理有限公司发行的“悦MOMA”专项资产管理计划。该计划投向为债权、银行存款、场外货币基金及理财基金等。

除了提前锁定客户,房产电商和众筹网站预备通过“定制”将众筹的概念诠释得更彻底。当代置业的项目将推出在线定制频道,让众筹投资人通过资金介入成为房产项目开发的参与者,对楼盘、社区和物业提出定制建议,包括户型、邻居、商业、室内设计、设置配套等维度。

孙宏生透露,众筹网将上线垂直的房产众筹频道,后期逐步建立独立平台,未来的线上投资者社区将由众筹平台和开发商一起运营,实现个人定制,比如说酒店式公寓,或者别墅这样的产品,都较容易实现定制化。但刚需类的普通住宅,私人定制需求其实是比较弱的。”

上述2.39亿元借款仅用于获得虎扑体育股权。预计该等股权交易完成后,泉晟投资将持有虎扑体育股权比例不低于15%,成为其第二大股东。同时,泉晟投资的还款方式只能采取“将其持有的虎扑体育股权全部转让给盛翔投资或其指定的人”。

根据计划,贵人鸟将与虎扑体育深入合作,首先双方拟合作成立体育产业基金,基金目标规模20亿。

### 小K智能插座获4000万元A轮融资

一向低调的“控客科技”近日对外宣布公司完成4000万元A轮融资,公司估值4亿元,投资方为厚持资本。联合创始人林立对外表示,本轮融资将用于新产品开发和技术升级,提升用户体验并希望藉此吸引更多优秀人才加入。

厚持资本为国家物联网产业引导基金,积极投资于移动互联网和智能产品领域,此次成功融资是双方紧密合作的结晶。

(杨晨 整理)

## 展酷O2O:探索三种盈利模式 打造展会的“天猫商城”

证券时报记者 杨晨

2014年被称为O2O(线上到线下)的元年,O2O概念开始无孔不入深入我们的生活。和时下主流的消费类O2O不同(如餐饮、美容美发等),资深媒体人赵洋选择了展会O2O这一比较生僻的领域进行创业,此前,他在互联网媒体圈工作了15年,曾任和讯网华南分公司总经理数年。

近日,赵洋在接受证券时报记者专访时表示:“按照我个人的从业经历,最对口的应该选择互联网金融行业创业,但考虑到相关领域的竞争者太多且项目雷同,我放弃了这个想法。选择展会O2O创业源于个人经历的触发,过去参加过各种展会,发现这个行业的服务和交易流程非常繁重,用互联网行业的语言来说,就是用户没有任何体验。”个人的亲身经历启发了赵洋的创业灵感,我在寻找互联网创业项目时有两个标准,第一,该行业有巨大的市场空间,且竞争还没有饱和。第二,这个市场的参与企业要足够多,处于小而分散的状态,那么作为互联网平台才有巨大的整合空间。”

根据商务部的相关数据,2013年中国会展经济直接产值达3870亿元,同比劲升10.6%,尽管2014年数据尚未出炉,但突破4000亿元已经没有悬念。赵洋表示,目前展会市场每年有约4000亿的市场规模,而且中国每年大概有展会7000场,产业链上的供应商有十几万家,这些现实情况都显示展会行业非常适合做互联网O2O平台。

我们在去年5月份启动了展酷的O2O项目,目前我们的平台已聚集了3000多场次的展会。”赵洋表示,展酷将线上线下的会展资源进行整合,对个人观众来说,通过展酷APP(应用程序)可以一键索票,然后扫码进场,节约了用户的时间;对于参展者来说,可以比较容易地找到对自己有价值的展会,并且能够通过该平台比较简单高效地完成整个参展的流程,此外,参展方还可以通过APP预订展位,并且通过平台还能获得一定的优惠。

打开展酷的官网,会发现其页面非常类似美团之类的团购网站,不过每一条的商品信息变成了展会信息。赵洋表示,就像团购网站一样,主展商来展酷做套餐服务,展酷平台负责为展会引流客人,但主展商也要给予用户一定的优惠才有吸引力,由于平台有引流和资源优势,所以具备一定的议价能力。目前在展酷上索票或预定展位等服务都是免费的,因为作为展会O2O的平台,如果不够一定规模的用户就开始收费,会伤害到用户的体验。现阶段我们还处于以信息聚合为主提供服务的阶段,第二阶段才会考虑商业化试运行。”赵洋说。

## 上海成立200亿元 国企混改促进基金

证券时报记者 杨丽花

昨天,中国信达携手上海国有资产经营有限公司,在上海发起成立信达国鑫国企混合所有制改革(上海)促进基金。该基金的总规模达200亿元,旨在为国企改革提供稳定而强有力的资金支持。

据了解,国企混合所有制改革(上海)促进基金成立后,将依托上海国资系统和上海信达的资源网络,围绕混改主题,推动国有企业和国有资本对接,立足上海并辐射全国。国企混改促进基金的投资策略包括协助国有上市公司建立并购基金,配合杠杆融资收购标的企业控股权。或通

## 去年中国并购市场交易额破纪录

证券时报记者 杨晨

得益于改革的红利和兼并重组政策的支撑,2014年中国并购市场再次呈现爆发性增长,交易数量与金额双双冲破历史纪录。

清科研究中心最新数据显示,2014年中国并购市场共完成交易1929起,较2013年的1232起增长56.6%;披露金额的并购案例总计

息。赵洋表示,就像团购网站一样,主展商来展酷做套餐服务,展酷平台负责为展会引流客人,但主展商也要给予用户一定的优惠才有吸引力,由于平台有引流和资源优势,所以具备一定的议价能力。目前在展酷上索票或预定展位等服务都是免费的,因为作为展会O2O的平台,如果不够一定规模的用户就开始收费,会伤害到用户的体验。现阶段我们还处于以信息聚合为主提供服务的阶段,第二阶段才会考虑商业化试运行。”赵洋说。

和很多其他互联网项目不同的是,展酷O2O一开始就有比较清晰的盈利模式。赵洋表示,展酷是在原有比较大的商业体量(会展经济)上去做一种互联网的解决方案,所以一开始展酷的收费主体就会比较明确,比如我们为谁服务,挣谁的钱,挣得哪一块的钱。在赵洋的设计中,下一步的盈利模式有三种。第一,展酷通过其平台效应,对主展商收取一定的广告费。展酷在做的事情相当于在打造展会行业的天猫商城,主展商来到展酷入驻,展酷将客流引导给他们,等于帮助他们带来了有效用户,展酷可以通过精准广告的方式向主展商收取一定的广告费。第二,分销的交易佣金。当有参展商通过展酷预定了展位,相当于展酷成为主展商的一个销售渠道,可以根据交易内容收取一定的佣金。第三,产业链的交易佣金。比如企业在预定展位时,从预定到开展到展会结束,整个流程都有清晰的时间轴,企业预定展位的时候,展酷就能很清楚知道它预定的展会在哪里,例如一个广州的客户预定深圳的高交会,需要设计和搭建展位,如果去找外地的供应商成本太高,展酷可以把深圳的相关供应商推荐给它,如果推荐成功,可以收取会员费用或交易佣金。

经过前期的验证,说明展会O2O对客户是有价值的,目前入驻展酷的展会有3000多场次,我们准备在今年3月份启动商业化试运行,探索目前设定的三种盈利模式的可行性。目前我们的商业化产品已经开始在构架。”赵洋说,此前15年互联网改变了人的行为和生活习惯,未来互联网将主要改造我们的产业。

过认购国有上市公司的增发股份,为前者提供资金收购标的资产以实现市值增长。此外,基金还计划为上市公司的员工持股计划提供资金支持,以获取定向增发准入资格,享受资本市场对于员工持股企业的估值溢价。

信达国鑫基金发起人,一个是国内四大资产管理公司之一的中国信达,另一个是上海国有资产经营有限公司,系上海国际集团全资子公司。上海国际集团是上海市确定的两大国资流动平台之一。根据规划,上海在国企改革中将逐步完善“国资委负责监管、平台公司负责资本运作、企业集团负责日常经营”的工作格局。

1815起,涉及交易金额共1184.90亿美元,同比增长27.1%;平均并购金额为6528.35万美元。

其中,互联网行业为2014年度当之无愧的黑马,并购案例数从2013年的第13位跃升至2014年的第6位,主要得益于移动互联网并购市场的活跃。2014年互联网行业共完成并购案例125起,同比上升184.1%,涉及并购金额86.48亿美元,比2013年的27.51亿美元暴涨214.4%。