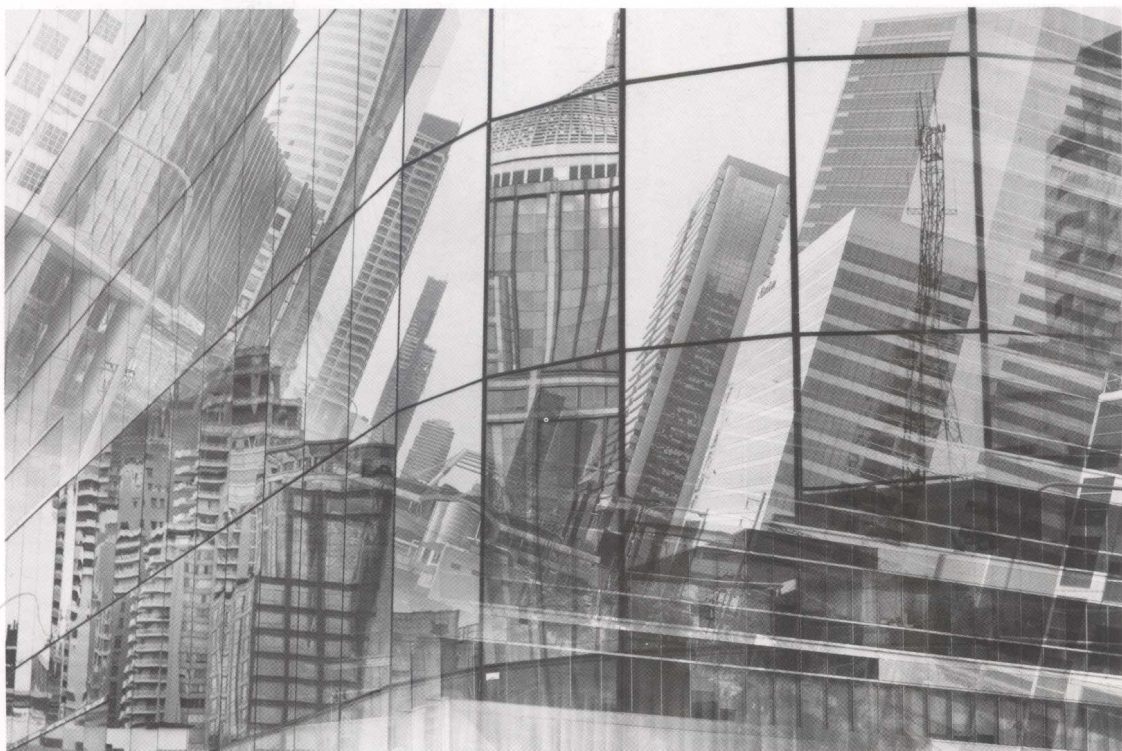


巴曙松 杨现领 著

房地产大转型的“互联网+”路径

Internet Plus Pathways to the Transformation of China's Property Sector



中国正在快速步入移动互联网时代，互联网对传统行业的冲击和重塑不可避免。房地产作为一个本地化、非标准化和极其复杂的行业也正在经历互联网的强势变革。未来十年，中国的房地产行业将逐步完成增量市场向存量市场的过渡，二手房将取代新房占据交易市场的主导地位。同时，住宅将回归居住属性本身，传统的开发方式面临转变。

在这种趋势下，互联网到底可以为房地产行业带来哪些改变？哪些企业将在这一进程中受益？互联网公司 and 传统公司如何参与这一进程？



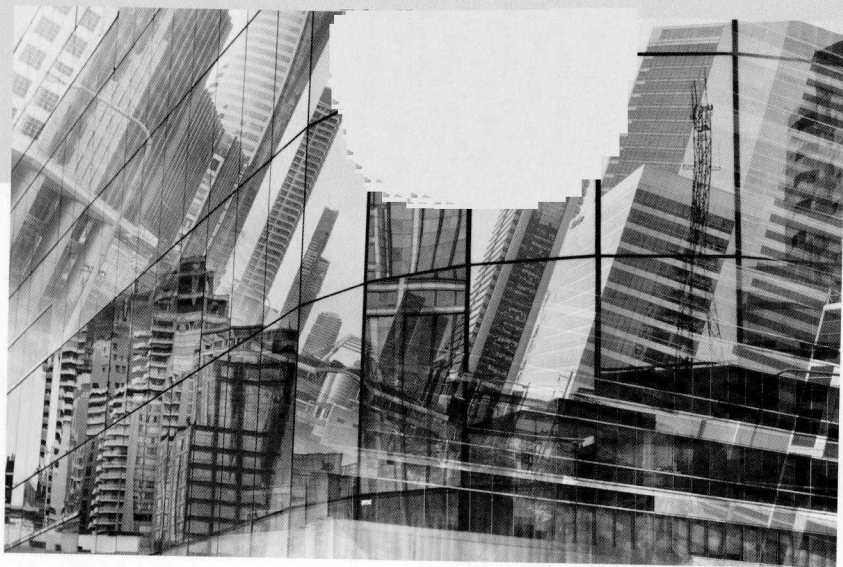
厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

巴曙松 杨现领 著

房地产大转型的“互联网+”路径

Internet Plus Pathways to
the Transformation of China's Property Sector



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

房地产大转型的“互联网+”路径/巴曙松,杨现领著. —厦门:厦门大学出版社, 2015.7

ISBN 978-7-5615-5648-1

I. ①房… II. ①巴…②杨… III. ①互联网络-应用-房地产企业-企业管理-研究-中国 IV. ①F299.233.3-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 170232 号



官方合作网络销售商:



厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

总编办电话:0592-2182177 传真:0592-2181406

营销中心电话:0592-2184458 传真:0592-2181365

网址: <http://www.xmupress.com>

邮箱: xmup@xmupress.com

厦门集大印刷厂印刷

2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

开本:720×1000 1/16 印张:17.5 插页:3

字数:250 千字 印数:1~6 000 册

定价:36.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

序

迎接互联网与存量房的“黄金时代”

窗外的香港，高楼林立。

身处房地产行业高度发达的香港，回望中国整个房地产市场的发展，在“互联网+”成为不同产业转型发展的重要突破方向之一时，房地产行业将出现哪些显著的趋势性变化？

从现状看，中国的房地产市场正在发生激烈的变化与重组。根据一系列数据分析，新房市场主导的阶段迈入二手房市场趋势性上升的存量房时代，这是一个基础性变化。从互联网角度看，移动时代的来临意味着互联网对传统行业的改造从标准化商品过渡到非标准化服务，移动互联网对房地产服务的改造则刚刚开始，真正的裂变尚未出现。在这两个趋势的叠加下，我们预计会看到房地产市场游戏规则的重建，表现为旧秩序的逐步退场和新秩序的曙光初现。那么，我们将面临一个什么样的未来？这是我们试图在本书中探讨的主题。当然，本书中的所有观点仅代表作者个人作为一个研究人员的看法，不代表任何

房地产大转型的“互联网+”路径

机构的意见和看法。

一、互联网改变房地产的时代已经来临

这个全新时代的来临是基于三个标志性事件：

其一，中国由新房市场主导的阶段迈入二手房市场趋势性上升的存量房时代，这是一个基础性变化。

其二，中国移动互联网用户超过 PC 用户，移动互联时代的来临意味着互联网对传统行业的改造从标准化商品过渡到非标准化服务，互联网从虚拟世界进入现实世界，开始提供线下真实生活场景中的各种服务。在这个大趋势之下，移动互联网对房地产服务的改造则刚刚开始，真正的裂变尚未出现。

其三，行业规则的重建。2014 年以来，我们已经看到不同商业模式之间的界限开始变得模糊，泾渭分明的鸿沟不复存在，房地产开发企业开始向互联网转型，传统经纪公司也越来越互联网化，互联网公司越来越经纪公司化，媒体公司越来越电商化，彼此之间相互渗透，原本定位不同、差异明显的玩家突然出现在同一个战壕中，竞争更加激烈。

二、存量房时代的来临意味着什么？

从国际对比来看，美国、英国、法国、澳大利亚已经是二手房主导的市场，这四个国家二手房成交分别是新房成交的 9 倍、8.1 倍、1.9 倍、3.5 倍。尽管日本二手房只有新房的 0.6 倍，但

首都圈和近畿圈的二手房市场活跃度远远高出全国水平,分别达3倍和1.9倍。

再看中国,2013年,尽管全国层面二手房与新房成交占比只有35%左右,但是一线城市和个别二线城市二手房已经超过新房。从二手房市场集中度来看,据测算,2013年中国二手房成交面积的16%集中在一线城市,成交金额的39%集中在一线城市。

尽管目前大部分城市二手房成交尚未处于主导,但是考虑到已经足够庞大的商品房存量、较高的城镇家庭住房自有率,以及人口流动趋势的加速,二手房市场的全面爆发是大势所趋。

那么,存量房时代的来临意味着什么呢?

1. 市场供需双方的力量更加均衡

在新房主导市场供给的阶段,由于拿地、设计、施工等诸多环节涉及的周期较长,往往需要3年甚至更久,因此,新房供给往往滞后于需求的变化,无法与需求同步调整,导致需求弹性远远大于供给弹性导致供给端的开发商在产业链上拥有绝对的话语权。一个自然结果是消费者和代理商处于弱势,前者表现为房价上涨,后者表现为代理费率下降。

然而,在二手房主导市场供给的阶段,供给与需求都十分分散,没有谁可以垄断供应,因此,供给弹性与需求弹性将更为一致。在这种情况下,如果不出现大的宏观周期和金融周期的冲

房地产大转型的“互联网+”路径

击,房价就很难出现趋势性上涨或下跌,房价的调整将更加频繁,更加短期,但波幅更小且双向波动,也正是基于此,消费者更需要关注频繁变化的市场信息。此外,存量房时代的住房需求多以自住为主,且集中在老旧中心城区,基于自住的需求必然会更加关注房屋地理信息、通勤信息和邻里信息,这时房子是一个家,不是钢筋水泥,不是投资品,所以房屋交易的信息密集性和复杂属性才会由此产生。而且,自住并不一定直接购买,租房和买房之间的替代性在这个阶段也才会产生。考虑到租房周期更短,信息交互的次数更多,对信息需求进一步上升。

2. 大型交易撮合平台的诞生是必然结果

交易平台的诞生必须具备的前提条件就是交易双方力量相对均衡且足够分散。随着新房市场逐步过渡到买方市场,开发商的力量趋弱,消费者力量趋强,这为新房交易平台的产生提供了条件,这也是许多新房电商平台崛起的大背景。在存量房市场,基于买卖双方更加分散的特点,则会出现更大的交易平台。

第一,在新房市场,2014年之前,并未出现真正意义上的交易平台,当时,媒体电商是普遍形式,其核心属性是媒体,货币化模式是广告,互联网公司不过是开发商的广告平台。

然而,在2014年,由于市场相对低迷,去化周期和购房周期延长,传统的代理公司无法有效拓客,传统的媒体广告效果也十分有限,自然来客越来越少。在这种市场情况下,才催生了一、

二手联动的渠道整合平台,同时由于团购费的机制创新解决了传统代理无法解决的快速结佣问题,这些平台迅速增长。

第二,在二手房市场,目前同样没有出现真正的交易平台,PC时代的媒体公司为二手房公司或经纪人提供端口服务,但仍未真正切入交易,或者说对交易的掌控力远远不够。传统中介公司虽然参与交易,但是仍然没有完成从公司向平台的转换。考虑到二手房市场的复杂性和经纪人不可或缺这一特点,大致判断平台的崛起必然是一个从轻到重,再从重到轻的双重演变过程。可以预计,未来2~3年一定会出现一个或几个大型的区域性二手房交易平台,它不仅提供信息、撮合交易,而且还会提供以交易为中心的延伸服务等。

最后,简单推测,未来几年的市场中将会有一场新房交易平台与二手房交易平台的竞争,因为站在消费者角度看,房子是没有新旧之分的,至于未来到底是新房平台打败二手房平台,还是二手房平台打败新房平台,需要进一步观察。

巴曙松

2015年6月于香港

目录

第一章 中国步入存量房时代 / 1

二手房市场爆发的条件 / 3

中国的二手房市场如何崛起? / 8

二手房市场的潜在空间有多大? / 10

第二章 美国线下传统的百年演变 / 17

房屋交易的特征 / 19

经纪人的功能 / 20

房屋交易的过程 / 22

美国线下传统的百年演变 / 27

MLS 如何整合经纪行业的产业链? / 35

MLS 体系下的经典问题 / 41

第三章 互联网到底改变了什么? / 47

信息媒介变迁的驱动力 / 50

互联网到底改变了什么? / 53

互联网颠覆了谁? / 64

房地产大转型的“互联网+”路径

未来的方向:让用户更聪明 / 68

第四章 国际比较:“不可能三角定律” / 77

房地产经纪行业的三大难题 / 79

房地产经纪行业的“不可能三角定律” / 81

中国版“不可能三角定律” / 85

中国能否破解“不可能三角定律”? / 88

中国如何破解“不可能三角定律”? / 90

第五章 为什么互联网在中国的影响更大? / 95

第六章 Zillow:美国房地产在线媒体巨头 / 105

美国最大的房地产在线信息平台 / 108

Zillow 如何重构经纪行业的产业链? / 115

Zillow 未来的成长空间有多大? / 125

第七章 Redfin:发展中的垂直电商模型 / 133

Redfin:美国经纪行业的真正颠覆者 / 139

Redfin 的比较优势何在? / 145

Redfin 的发展为何相对缓慢? / 148

为何 Redfin 的发展将驶入快车道? / 151

为什么中国版 Redfin 一定会大行其道? / 152

经纪公司向 E2E 电商转型的可能性有多大? / 156

在线媒体向 E2E 电商转型的可能性有多大? / 157

第八章 房产媒体的衰落和转型 / 159

PC时代:房地产门户网站的崛起 / 161

Move:全球和全美第一家房地产门户网站 / 167

Move:坠落的明星股 / 173

中国的房地产媒体如何转型? / 178

中国房地产在线巨头崛起的路径 / 181

第九章 传统经纪公司如何转型? / 185

曾经的链家:一个基于IT系统的经纪公司 / 187

未来的链家:一个基于互联网的、数据驱动型经纪人

平台 / 197

第十章 分享和创客时代是否已到来? / 205

Airbnb:房屋分享经济的标杆 / 208

Wework:联合办公的标杆 / 211

第十一章 如何构建房产数据的生态圈? / 217

用户对房屋数据的需求在变化 / 220

何谓新型估值服务? / 221

传统评估需求提升工具系统的应用 / 224

未来房地产估值的方向是什么? / 226

如何搭建多来源、多维度的数据生态? / 228

互联网+估价=? / 230

房地产大转型的“互联网+”路径

第十二章 青年长租公寓——一个新风口 / 233

长租公寓行业的历史 / 238

长租公寓行业的产业链全貌 / 241

长租公寓行业的目标市场 / 242

集中式公寓 / 245

分布式公寓 / 248

集中式 VS 分布式 / 254

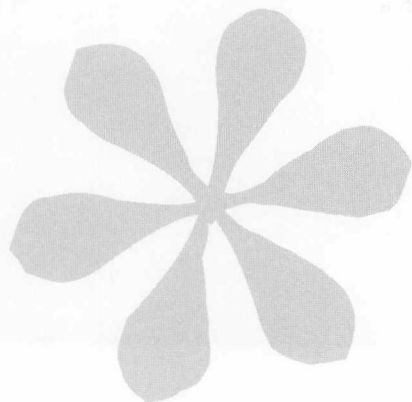
长租公寓:潜在的问题和可能的出路 / 257

长租公寓:几个长期趋势 / 260

从 EQR 观察中国青年公寓行业的未来 / 261

第一章

中国步入存量房时代



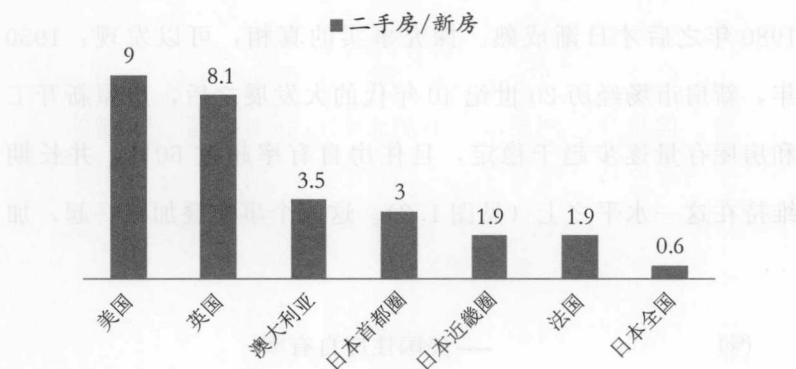
导读

◇ 未来十年，中国的房地产行业将会完成增量市场向存量市场的过渡，二手房将取代新房占据交易市场的主导地位。从国际对比来看，二手房的全面崛起也是必然趋势。

◇ 尽管目前大部分城市二手房成交尚未处于主导，但是考虑到已经足够庞大的商品房存量、较高的城镇家庭住房自有率和人口流动趋势的加速，二手房市场的全面爆发是大势所趋。

◇ 美国二手房市场之所以如此庞大，每年有 500 万套左右的交易量，在很大程度上是因为美国的房屋结构以独栋别墅为主，在大多数情况下，这些房屋能够满足人们改善住房的需求。相比较而言，日本二手房市场之所以相对迟缓，部分原因是日本的存量房屋质量较差，面积较小，无法满足增量需求。

未来十年，中国的房地产行业将会完成增量市场向存量市场的过渡，二手房将取代新房占据交易市场的主导地位。从国际对比来看，二手房的全面崛起也是必然趋势。美国、英国、法国、澳大利亚已经是二手房主导的市场，这四个国家二手房成交分别是新房成交的9倍、8.1倍、1.9倍、3.5倍。尽管日本二手房只有新房的0.6倍，但首都圈和近畿圈的二手房市场活跃度远远高出全国水平，分别达3倍和1.9倍（见图1.1）。



资料来源：作者

图 1.1 不同国家二手房与新房成交对比

二手房市场爆发的条件

那么，一个自然的问题便是：二手房爆发的条件和时点是什么？为何不同国家的二手房市场发展程度存在明显的差异？

房地产大转型的“互联网+”路径

这里的答案在于三个方面：

第一，业主自有房屋的存量规模，它决定多少房子可以流通。这是一个前提条件，只有房屋自有率达到一定水平，业主自有的房屋存量足够大，才能为二手房的出售和出租市场提供支撑。这里，美国和英国二手房市场的鲜明对照可以提供参考。

从美国经验来看，尽管 1880 年之后美国的经纪行业已经萌芽，但是直到 1950 年才开始真正意义上的蓬勃发展，于 1980 年之后才日渐成熟。探究事实的真相，可以发现：1950 年，新房市场经历 20 世纪 40 年代的大发展之后，房屋新开工和房屋存量逐步趋于稳定，且住房自有率超过 60%，并长期维持在这一水平之上（见图 1.2）。这三个事实叠加在一起，加



资料来源：尼尔·弗格森著，高诚译，货币崛起（第 2 版），中信出版

社，2012；作者

图 1.2 美国住房自有率

之美国 20 世纪 50 年代之后的大规模郊区化和人口流动浪潮，导致美国存量房屋的流通率开始大幅上升，二手房市场逐步取代新房市场成为主导性力量，二手房交易占比长期保持在 80% 以上，从而直接驱动了经纪行业从小变大的快速成长过程。

作为一个对照，英国二手房市场则崛起于 20 世纪 80 年代，这里的内在原因是英国的房屋自有率一直偏低，直到 20 世纪 80 年代之后，才上升到 60% 以上（见图 1.3）。深层次的研究发现，与美国相比，英国政府历史上对住房市场的干预程度极深，曾经超过 50% 的房屋由政府提供，英国家庭的房屋自有率上升的速度极其缓慢，也就不太可能形成一个房屋流通的二手房市场。从数据上看，1959—1964 年间，英国约 1/3 的房屋是市政委员会所建，直到 1971 年，英国业主自住的房屋还不到 50%。直到 1983 年，撒切尔领导的更加激进的保守党推动住房制度改革，把议会的房屋廉价出售给 150 万工人家



资料来源：英国统计局，作者

图 1.3 英国住房自有率变化