

Dreaming · 志
DREAMING · 志



 隽明顾问
DREAMING CONSULTANT

2015 · 6月刊

[点击阅读往期](#)

官方微信，敬请关注



隽明顾问



目录

卷首语 EDITORIAL

联盟

公司 COMPANY

备半年之久的万达互联网金融终于落地开花，首次推出商业地产众筹从万达集团获悉，万达联合快钱公司联合打造万达互联网金融业务正式宣告落地，双方共同推出中国首个商业地产众筹项目“稳赚1号”。

要闻 NEWS

商业地产其实是一个进入门槛很高的产业。平均下来，全世界的房地产公司，只有2—3%的企业在做商业地产，在中国的比例就更少，少于1%。商业地产是一个复合型的产业，不是房地产行业，也不是商业行业，它包括地产、商业、投资、等，非常复杂。



资讯解读 FOCUS

“地产+互联网”的13种模式及2大瓶颈

标杆企业 MODEL ENTERPRISE

华夏幸福基于产业新城模式本身特有的开放性平台属性，公司未来将积极打开价值链，整合内外部资源，推动全方位、多形式的合作共赢，成就“以企业服务为核心”的平台型业务生态体系。

修·悟 MOVED

悦读 READ

职业机会 OPPORTUNITY

卷首语-联盟

“走吧，走吧，人总要学着自己长大……”这首歌曾承载过多少彷徨、失落的少年的心，即使是我也总喜欢装装老成听听李宗盛大哥的歌。年、月、日，每一刻都有着我们的脚步，在日新月异的变化中，有的人始终傲然一世，有的人总喜欢众志成城之势。我们在改变生活，生活又反向来影响个人习惯乃至企业的模式。不知不觉，我们与生活形成了联盟，与个人形成联盟、与团队形成联盟、与企业形成联盟……我们相信一句古话：“众人拾柴火焰高，众人能移万座山。”

2015年这几个月来，多多少少听闻了好些行业巨头携手并进的消息。赶集与58双方都试图深化房产、汽车等线下业务模式，两者合作亦有利于O2O方向上的布局；继快的、滴滴合体之后，他们又牵手北汽，开始在无人驾驶、新能源汽车、车联网、企业用车等四大领域进行探索；上个月，万万想不到，万科与万达两巨头也相亲相爱地走到了一起；九牧与小米牵手做起了智能家居平台；6月各大开发商齐聚打造中

国首个房地产众筹联盟……“房地产公司的合作和转型，大势所趋，但要寻找互补的合作伙伴。”这是潘石屹在微博上的一段言论。在第三次互联网浪潮对传统行业的冲击下，各个房企在寻找机会，跨界寻求互联网、金融等行业的合作。

没有那个帝皇能够单打独斗打下一片江山，没有将相的辅助，难以破天下；没有团队不需要辅助；没有企业不需要合作。不管是大合作还是小合作，联盟已势不可挡。有些已合作的、准备合作的、未合作的、离开的，也许会以意想不到的方式结盟。



暮生 (Zora) 2015.6.30
交流邮箱: zora@dreaming.cc



万达

万达实现轻资产转型 “稳赚1号” 向你借钱建万达广场

备半年之久的万达互联网金融终于落地开花，首次推出商业地产众筹，亮瞎市场的眼。

从万达集团获悉，万达联合快钱公司联合打造万达互联网金融业务正式宣告落地，双方共同推出中国首个商业地产众筹项目“稳赚1号”。

有市场人士指出，万达的这款“稳赚1号”是互联网金融创新的一种模式，用众筹的方式来发行，降低了投资门槛及消除规模限制，不过从收益和回报周期来看，能否有12%年化收益率仍需要市场考验。

诚然，王健林的对万达未来全面转型轻资产的设想正在不断实现，一个庞大的万达商业、金融帝国逐渐在建立。



金科

金科财富滚雪球 大股东减持声中的员工跟投计划

金科股份在公告中披露，跟投项目为2015年6月30日首次开盘销售的项目，跟投员工投资人将分为跟投人和自愿跟投人。除了区域、项目的相关负责人，其它与项目经营直接相关的正式员工也可参与跟投。

接近金科股份的人士对观点地产新媒体表示，推出员工跟投制度是将经营效益与员工个人收益直接挂钩，让公司与员工形成风险、收益共担的共同体。“总体而言，(这种制度)更多是朝好的方向走。”

而在市场看来，金科股份此番针对员工的激励举措，或许也是其庞大财富分红的又一动作。

龙湖

龙湖转型全产品线城市运营商 目标在沪开发7个天街

继龙湖虹桥天街后，龙湖在上海的第二个天街综合体，位于宝山的龙湖北城天街正式发布。在此次发布会上，龙湖地产上海总经理张泽林对外宣布，龙湖地产正在从一家专注开发低密度豪宅的开发商，转型成为一家开发全产品线的城市运营商。其中，商业地产的开发将是龙湖转型的重要一块。

此外，龙湖目标未来在上海开发7-8个天街综合体。预计到2017年年底，龙湖商业总计将持有21个开业商场，持有开业商场总面积将达到250万平方米。



远洋

远洋地产的剑术和盾法

- 1、第四步战略亮剑：全产业视角
- 2、住宅剑法：一道数学题
- 3、不动产剑法：租售结合
- 4、客户服务业剑法：鸡生蛋、蛋生鸡
- 5、地产基金剑法：左右逢源
- 6、盾术之一：背包人，让听得见炮火的人去做决策
- 7、盾术之二：“一片竹林”的故事

在“互联网+”时代，保守做法只是掩耳盗铃，惟一的救赎之路就是加快求变的步伐。求变不怕乱。李明说，不要怕乱，就怕不变，乱的是过去，变的是新的视野和新的高度。

绿城杭州御园项目重启 文物保护之争尘埃落定？

时隔四年后，备受关注的绿城杭州“南宋皇宫遗址”项目再次启动。

近日，杭州市规划局官网公示了一则有关杭政储出（2009）29号地块商品住宅项目的建设项目的批前公示规划，公示期起止日期为6月4日至6月13日，这意味着沉寂多时的绿城杭州“南宋皇宫遗址项目”将重新进入市场。

绿城杭州“南宋皇宫遗址”项目真实名称为“御园”项目，因紧邻南宋皇宫遗址，早在出让时就有学者认为，杭州御园的开发建设会对南宋皇宫遗址地下文物造成破坏。

6月18日，杭州园林文物局副局长卓军对记者表示，经过多年多个层面多位专家的考古研究认为，该项目所在位置不在保护区内，上述方案已经报请国家文物局批准，符合相关规划要求，“对项目进行了修改，可以开发建设。”“该项目由西子房产操盘”，6月18日，绿城内部人士对记者表示，由绿城负责设计和建造。





王健林的商业地产心得：后期管理是最大难点

商业地产其实是一个进入门槛很高的产业。平均下来，全世界的房地产公司，只有2—3%的企业在做商业地产，在中国的比例就更少，少于1%。商业地产是一个复合型的产业，不是房地产行业，也不是商业行业，它包括地产、商业、投资、等，非常复杂。下面谈谈商业地产的体会、心得。

- 一、解决资金：寻求低成本的、能长期使用的资金
- 二、找到人才：自我培养
- 三、只租不售：血的教训
- 四、做对程序：招商在前，建设再后
- 五、商业定位：地址、规模、主力店都做好基本就成功了
- 六、搞好设计：抓住四个关键点
- 七、商业物管：后期管理是最大难点
- 八、承受压力：至少要两年培育期

所以，想从事购物中心这个行业，一定要有足够的心理准备，一定要有承受压力的心理准备，做购物中心绝非轻松事。

华夏幸福40亿元非公开发行股票获证监会批复

6月24日，华夏幸福基业股份有限公司宣布，公司收到中国证券监督管理委员会于2015年6月18日核发的《中国证监会行政许可申请受理通知书》(151620号)，中国证监会依法对公司提交的《上市公司非公开发行股票》行政许可申请材料进行了审查，认为该申请材料齐全，符合法定形式，决定对该行政许可申请予以受理。

5月4日，该公司宣布，为进一步改善债务结构、拓宽公司融资渠道、满足公司资金需求、降低公司融资成本，该公司拟面向合格投资者非公开发行公司债券，规模不超过40亿元(含40亿元)，可分期发行。

公告显示，华夏幸福的具体发行规模及发行期次安排提请股东大会授权董事会根据公司资金需求情况和发行时市场情况，在上述范围内确定。其中首期发行规模不超过人民币20亿元(含20亿元)。

另外，本次公司债券发行期限不超过5年，可以为单一期限品种，也可以是多种期限的混合品种。本次公司债券具体品种及期限构成提请股东大会授权董事会根据公司资金需求情况和发行时市场情况确定。其中首期发行债券期限不超过3年，分别为3年期不含权和3年期含权两个品种。



一线楼市“风继续吹” 用地极限逐渐推涨房价

刚刚经历了一轮“风雨洗礼”的A股投资者中，做出类似老徐的选择的恐怕不在少数。卖股买房，这为近期楼市，尤其是一线楼市的回暖再添一把火。

在多位业内人士看来，此次楼市回暖，与政策利好密不可分。“限购令”取消，降息，降准，多地公积金迎来调整，房贷优惠加大以及购房税收减免等多重政策利好，无疑提升了消费者的购房信心。

在“第七届中国产业园商务区发展论坛”上，中国房地产业协会副会长兼秘书长朱中一表示，当前的宏观经济形势和房地产关系非常密切。在政策利好影响下，4月份以来全国房地产市场形势出现了积极变化，4月一线城市和部分二线城市房价开始明显企稳回升。

不管北上广深的房价有多贵，居住有多难，空气有多糟糕，道路有多拥堵，还是有那么多人蜂拥而来。



欧阳捷预计，上述城市未来房地产销售会加快，进而促进去化速度加快；未来人口流入会有所减慢，但净流入趋势不会改变；尤其是一些土地供不应求的城市，还会带动中心城市地价上涨，进而带动周边房价上涨。



资讯解读

"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

核心提示：“地产+互联网”可以诞生什么？这个问题激动也困扰着所有人，互联网已深入改变地产行业开发策划、销售、后期服务等一切环节，而且这种改变还在持续中。本次分享收集的13种“互联网+地产”的模式，希望能抛砖引玉。

一、开发策划阶段

1.让产品本身拥有互联网思维：代表作品“you+青年公寓”

you+国际青年社区在短期内获得可观的盈利有难度，但它代表着一种新的思维，即注重未来的需求。未来年轻人的生活与互联网高度融合，他们在住房消费上投入可能较少，更愿意把金钱用于消费娱乐上。you+负责人刘昕强调，YOU+的目标只是22-32岁的人群，这一群体的用户需要什么产品，他们就去做什么产品，并把这种产品做到极致，这就是他理解的互

联网思维。比如，公寓开辟出更多的公共空间给大家交流娱乐，比如在房前屋后设置众多机关满足他们的个性需求。



"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

2. 众筹户型、资金、客户、土地、开发商等一切资源：代表企业“万通自由筑屋”

万通“自由筑屋”把主动权交给了用户：一切围绕用户的需求，重塑地产开发的流程，并搭建线上、线下的专业系统，帮助用户通过互联网实现地产定制化设计和订单化生产。

“自由筑屋”的基本模式是：通过自由筑屋线上平台为依托，让用户提前参与目标产品的设计互动和选择，达成一定的数量，则进行群体性的订单化生产。在目标地块和目标产品相对明确的情况下，可以充分实现细分人群的聚集，完成更加多样、更加社群化的群体定制产品。对于用户来说，可以更好地实现好的产品、合理的价格以及社群化居住的可能性。为了帮用户达成所需，自由筑屋提供包括基于大数据系统的线上互动定制平台、整合的线下开发服务系统资源、丰富的项目土地资源以及开放性的用户所需生活配套供应链资源。万通同时也在众筹开发商和土地。

万通众筹的阶段包括土地阶段众筹、产品定位阶段众筹、营销阶段众筹、运营阶段众筹。其中，土地阶段众筹实现购房用户参与股权投资；产品定位阶段众筹实现产品定制；营销阶段众筹实现寻找粉丝、规模销售；在招商运营阶段众筹，实现开发商作为GP成立有限合伙企业。

万通提出的模式包括了所有的众筹模式，但到底哪些阶段的众筹可以成功仍有待时间检验。

"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

3.3D虚拟施工+工程质量追踪系统：代表企业“龙湖”

在龙湖，手工画图人眼读图已经成为过去，龙湖的IT系统已更新至第四代。二维的平面图已经升级到3D虚拟搭建。

也正因为如此，龙湖在模块的搭建上更细化，别的开发商会以容积率来搭建，而龙湖会细致到道路景观、平面布局，甚至户型。类似檐口构造、门窗体系、墙体颜色等这些“零部件”，也都被固定下来形成可复制的标准，它们加起来有300多项，光是檐口的构造就有5种，对应着不同的建筑形态。

龙湖的系统可以虚拟施工，也就是各施工单位的入场顺序都可以确定下来，这保证了龙湖的工艺能被细化到惊人的程度。

2011年，龙湖上马了一套客户投诉及工程质量追踪系统。这个系统把所有的客户投诉收集归类，分为150多种。

然后，将这些信息追溯至土建工程师，并与人力资源系统打

通，纳入绩效考核系统——投诉与相关人员未来升迁、奖金挂钩。这150多种投诉还将最终追溯到承建标段的乙方——总包和专业分工方，再与成本系统打通，进入龙湖的战略分工方体系，直接影响“金牌战略分工方”的评选。排名后三分之一的工程分包方年度绩效考核不能得A，而“金牌战略分工方”则可以在龙湖未来的招标里比别人享受一定的优惠。如果分包方的质量持续排名靠末，则可能取消分包资格。对分包方来说，要想得到未来潜在的千万元利润，就应该在现在多花两百万元把事情做好。



"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

二、产品销售阶段

4. 众筹买房共享收益：代表产品房宝宝，代表企业“远洋地产”

这种模式只是众筹中很小的一部分，只是做的企业很多。

2014年中旬，P2P公司团贷网推出众筹买房产品“房宝宝”。“房宝宝”2014年6月首次上线，众筹目标是位于东莞的中信御园四期别墅。总共1400多万的众筹目标只用了22个小时达成，结束时年化约为40%，但房宝宝本身不承诺保本、保息。其模式相当于众人凑钱买别墅，关于是否售出或继续持有等问题则由众筹参与者共同投票。房屋产权属于第三方公司，与实际参与者形成委托协议约定代持的权利义务，由担保公司对第三方管理公司的行为进行担保。

之后，万科与搜房网先后发起了“房产众筹”活动，两家都提出了购房者最低投资1000元、最高年化40%的口号。平安好房网也推出了用户最低众筹额为100美元的众筹，参与者按季度领取“房租”收益，需持有2-3年后才可考虑出售房产。

远洋地产和京东金融的众筹界面，2014年11月12日显示参与人数近180000人，众筹金额达1200万。11日由于参与人数众多，众筹页面还瘫痪过一次。这次远洋地产“贡献”出的11套房源，原价最高的134.4万元，位于北京远洋新天地，原价最低的为24.8万元，位于秦皇岛远洋海世纪。远洋与京东的这次合作，双方都不会向对方付费，而是拿出各自的资源进行合作。

"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

5.全新经纪人角色：代表企业“房多多”“平安好房”

“房多多”已经是行业里最知名的O2O公司，它的概念是做交易式的、基于效果付费的地产电商。房多多鼓励房主将信息直接放到网络上，使房产经纪人变成一个提供线下服务的角色。另一方面，房多多说服万科、龙湖、保利等多家著名地产商将新盘放到平台上，让房产经纪人进行推广(也就是业内所说的“一、二手联动”)，房多多向



地产商收取佣金，经纪人获得激励。房产经纪人是房多多平台上相当核心的角色。

平安好房的特点在于全民皆可当经纪人。



"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

三、后期服务阶段

6.线上整合线下资源，后期服务改变物业形态：代表企业途家、万科、蓝光

途家网是中国领先的中高端度假公寓平台。途家的服务内容包括“管家”、“托管”、“交换入住”。途家管家服务并采用美国斯维登酒店管理体系，为异地不动产持有者提供入户管家服务；途家托管服务采用开放式托管服务合约，在不限制业主任何自住时间的前提下，将空余时间实现出租，最大限度地实现资产增值；交换入住服务为客户提供不动产分享体验的会员制服务，客户可用持有房产入住权置换途家分布全国的度假公寓入住权。

北京万科与途家网确立了合作关系，由万科开发的天洋万科·北戴河小镇特别打造一站式专属管家服务体系，推出空置房屋托管、行车景点票务代订等个性化增值服务。

地产开发商蓝光地产的新物业品牌“蓝途·COM国际青年公寓”也是和途家网联手，在物业服务上引入互联网思维，由此将中国服务式公寓带入O2O的全新时代。蓝途·COM青年将完全颠覆传统公寓理念，小区内免费WIFI全覆盖，每一个蓝途·COM青年年国际公寓都将设置公共活动空间，24小时便利店、洗衣房、桌球室、小型影院、咖啡厅、小酒吧、图书室等为住户服务的功能都将配备到位。

下载蓝途·COM的手机APP客户端，小区住户可以建立社交圈、跳蚤市场，英语好甚至可以在这里招学生。可以通过手机预约家政、订餐、超市送外卖。线上途家网可以预订房源，住户拥有蓝途专属的社交平台、社区电子商务平台。

"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

7.智慧办公、智慧园区，整合内外资源从中获利：代表企业绿地、瑞安地产

绿地智慧办公2.0升级版使用后，大厦的超级秘书可以提醒每天的日程，办公室的云桌面可以同步异地显示办公室桌面的全部资料，业主卡将可以全球联网并在各地车库自动感应、自动开启。通过写字楼的微信操作平台可以预约健身房、会议室以及处理一系列行政办公类事务，还可以通过微信下单商城的咖啡、预约瑜伽房的课程等，这些需求都可以在办公室里轻松完成。

瑞安地产建设的创智天地园区，给企业打造了“一站式服务平台”，通过对创新资源的整合，帮助企业扩大自己的创新合作网络，园区会为入驻企业提供齐全的功能配套，例如进行集中采购为企业节约成本。园区作为入驻企业和外界进行沟通的平台，也可以为园区内存在上下游关系的企业提供交易服务，从而对企业之间的资源完成整合，园区在这些交易中赚取部分差价，目前这种盈利模式已

经比较成熟。

另一种模式中，开发商能够利用自己的智慧办公系统，对入驻企业的经营情况进行大数据分析，可以为企业寻找合适的交易对象。新型服务式办公空间在为入驻企业提供灵活、智慧的办公空间的基础上，还可为有需求的入驻企业提供诸如金融服务等多元化的跨界服务支持。办公空间可以通过评估各家入驻企业的商业模式，从中选择最有潜力的企业进行投资。



"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

8.智能家居，提高产品附加值，平台用于后期经营：代表企业新城控股、华润

新城控股高级副总裁欧阳捷表示，随着地产由粗放向集约式转型，产品设计也逐渐由标准化向个性化转型，房企选择为旗下部分产品线配置智能家居以提高项目的含金量；更重要的是，随着移动互联网大潮的来临，手机取代电脑成为人们最常用的设备，以手机为遥控核心的智能家居系统迎合了这股潮流，需求获得极大释放。

华润置地下的华润万橡府项目，与小米联合打造智能家居体验中心；景瑞地产与海尔U-HOME智慧社区签署战略合作，拟推出整合海尔照明系统、空气净化器、安防套装等智能家居设备的别墅产品。

智能家居前期提高产品附加值只是开始。后期，这些安装在客户家中的平台在广告、大数据、O2O中的价值将进一步体现出来。

9.与智慧平台合作，双方粉丝流量互导：代表企业当代置业

这种模式和智能家居的区别在于先期有某些互动，后期有盈利模式。当代置业与乐视合作的智慧社区、智慧酒店、智慧体验中心，不是指简单的通过互联网推广、销售产品，其本质是双方粉丝的流量互导。

就在每个城市的体验中心建立一个智慧社区、智能家居体验区，这个区域既是城市体验馆，又是楼盘的营销动线中重要的环节，粉丝来体验时成为楼盘的客户，楼盘的客户也是潜在客户。建立在双方准确客群细分基础上的精准营销，费效比原高于传统模式。

智慧社区的生活方式将围绕的一个大屏（智能电视）+一个小屏（智能手机）来展开，绝大部分与业主衣、食、住、行、娱、教、医的相关需求都是以这两个终端传递出去，大屏侧重解决娱乐、教育、医疗等问题，小屏侧重解决社交、购物、餐饮等问题。

"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

10.互联网+增值服务+物业，引入服务商：代表企业乐生活、彩生活

彩生活通过互联网、智能化、自动化、改造升级，对传统物业管理内容进行改革，所有的业务都实现了E化，E缴费、E投诉、E评价，这些都已经通过互联网来实现。并由一个具体的服务的提供者转变成为一个产品和服务的平台，为业主的居家生活服务。把所有的这些服务都把它标准化，变成平台上的服务，把它转交给其它的供应商来提供，彩生活则只做平台。彩生活围绕家庭这个场景来提供服务，在线下把原来的管理处变成彩生活体验空间。

乐生活的模式有与彩生活类似的地方，但也有与彩生活不同的地方，它的供应商更加精选，服务更加精选，乐生活并不裁剪原来的保安保洁的人数，而是把他们的碎片时间集中起来，为O2O的最后一公里服务。其服务也并不完全都是为了盈利，比如团购皆为免费，只为提高粘性。



"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

11.自建云端，打造服务社区：代表企业龙湖

基于大数据的线上服务是“云”，而社区内的服务则是“端”，龙湖的“云”和“端”是同时进行建设的。龙湖的互联网云社区交互平台建设将分三个三年计划进行。第一阶段是硬件平台的探索，2014年前已经完成；第二阶段是软件平台的建设，2014年全面推动；第三阶段是平台功能完善，丰满业主云社区的体验功能。

“物业服务智能化系统平台”——龙湖社区生活APP，在2014年正式上线，标志着重庆首个物业领域的云端平台正式落地。社区生活APP具备日常支付功能，业主可实现水电气缴费；未来2、3年，业主可通过APP对所有龙湖的服务包括物业、家政等下达指令，并实现居家智能化等功能”。

而龙湖商业APP也将上线，初期可将龙湖17万商业会员纳入其中，实现导航、订单、消费、交易等功能，还可享受自动送货上门服务，通过此平台，还能对商家的经营服务行为实行智能分析，帮助商家发现问题，让商业经营更完善。举例来说，龙湖在时代天街引进漫咖啡、24小时书城等，让购物与体验结合；利用移动互联网技术，打造智能商圈系统；建立商户客流系统，以了解每家商户的进店客流数，协助商户诊断经营问题。

龙湖集团流程与信息管理部总经理万国锋说：“未来生活应该就是这样的，你手机一调出来就可以看到家里的情况，利用你的碎片时间更高效的提高你的生活水平。夏天通过智能系统回家可以先提前启动空调。社区有流动导航图，来客扫描就进入提示。自动车牌识别进入与车库导航提示系统，龙湖商家联盟成本价会员服务，社区安保智能识别系统，早上手机预订早餐生活中心递送进户。”

"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

四、大数据等线上资源挖掘

12.大数据本身产生价值：代表产品U元宝

发明人从广告收入模式产生灵感，认为人的关注度是有价值的，U元宝利用移动技术，统计消费者逛街到达某些特定位置的次数。是一款能给消费者外出逛街带来乐趣的奖励应用，在逛街时，即使没有消费也能获得U元奖励回馈，可以使用U元兑换成所喜欢的奢侈大牌商品或本地生活消费券，还可以抽取万元大奖。

13.大数据整合线上线下交易：代表企业上海容易网

上海容易网的CEO陈从容认为“大数据时代最大的区别是获取信息的成本不一样。也就是说，线下的人流量进入店面产生的消费，他离开了店，他的满意度是怎么样？如果我们去淘宝、京东可能有评价体系、购物痕迹和浏览痕迹等等，可以进行二次营销和推荐。但是，在线下互联网手段，当下的零售业当中，还没有这种手段。很多会员，

或者普通消费者，不一定能够有机会把他的消费需求和消费的记录及时给线下的零售业。”

容易网曾帮助上海大粤城建立了线下的互动体系和手机端的互动，在他的店内有导购和游戏互动等等，人机的互动和多平的互动，使得传播本身的效果提升。



"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

容易网有一整套的体系进行统计，比如会员卡，手机的短信和二维码，都可以扫描到店的信息，比如停车券，我们就可以有多少会员过来了，停车的时间有多长，时间段是怎样的...在这样的信息中，对商家是非常有用的信息。容易网为上海的宏一广场做过导流，在圣诞节做的活动，整个人流有11%、23%的提升。

欧洲有一个资产管理公司开发了一个系统，使用手机的芯片记录，当你的客户进入商场的时候，进入哪个店都能记录起来，你在商场可以知道你买了什么东西，直接把资料送到运营管理方。明源君认为，这个技术如果能解决涉及隐私的法律问题合法化，将可以在打通线上线下数据方面发挥巨大作用。

五、两个短期内无法打通的瓶颈

1.建筑工业化远未实现

建筑工业化之所以重要，是因为目前还没有能进行地产全程代工的企业，因此也就很难出现自己不做产品生产、只聚拢资源的地产界的小米。而万科等企业自己实现的建筑工业化，在提高产品质量上很有成绩，但成本反比未全面工业化前略高。

建筑工业化真正的含义，并不是所有东西都在工厂里生产，毕竟构造柱等很多东西必须现场浇筑。建筑工业化真正的意义是全国的建筑标准统一、工程量的计算方法统一，这样，所有的事情都可以在数字上进行管理，地产开发商也不需要做那么严密的风险控制。

目前我国的建筑工业化推进艰难，各大企业各自为政，彼此之间的差别甚至成为一种限制手段，用来防止别人侵入自己“领地”。要推进建筑工业化，还得政府下大力气才行。

"地产+互联网"的13种模式及2大瓶颈

2.互联网的去中间化对地价税费几乎不产生作用

互联网打通一切，去掉中间环节，让所有交易晒在阳光下，许多服务都因此越来越便宜。但在地产成本中占比最高的地价、税费，并不会因为互联网而发生任何变化。因为每个城市土地出让方都只有一个，那就是当地政府。

之前，在部分城市，集体的经营用地被允许试点入市。但那只是一条很小的鲶鱼，远远不够。如果让每个城市的各个区都可以自行出让土地，那么竞争、对比就都有啦。类似方案还有很多，但估计短期内都很难实现。

最后，互联网是个放大镜，所有的好与不好都会被放大。地产人做好自己本来就擅长的事情，并努力将其与互联网相连接是对的，但如果重视网络超过自身的产品和服务就是舍本逐末。





标杆企业

标杆企业

华夏幸福

- 公司简介
- 发展历程
- 创始人介绍
- 组织架构
- 区域布局
- 主营业务
- 商业模式
- 发展目标
- 企业文化
- 人力资源

华夏幸福投资运营产业新城

与您共建幸福城市

让幸福发生

公司简介

华夏幸福基业股份有限公司（股票代码：600340）创立于1998年，是中国领先的产业新城运营商。



华夏幸福致力于成为全球产业新城的引领者，确立以产业新城为核心产品的业务模式。十几年来，华夏幸福依托市场化运作模式，成就新常态下创新驱动和新型城镇化的发展样本与价值理念。



目前，公司的事业版图主要布局于京津冀、长江经济带和沈阳都市圈，遍布北京、河北、上海、辽宁、江苏、浙江、四川等地，在全国20余个区域投资开发运营超过30个项目。

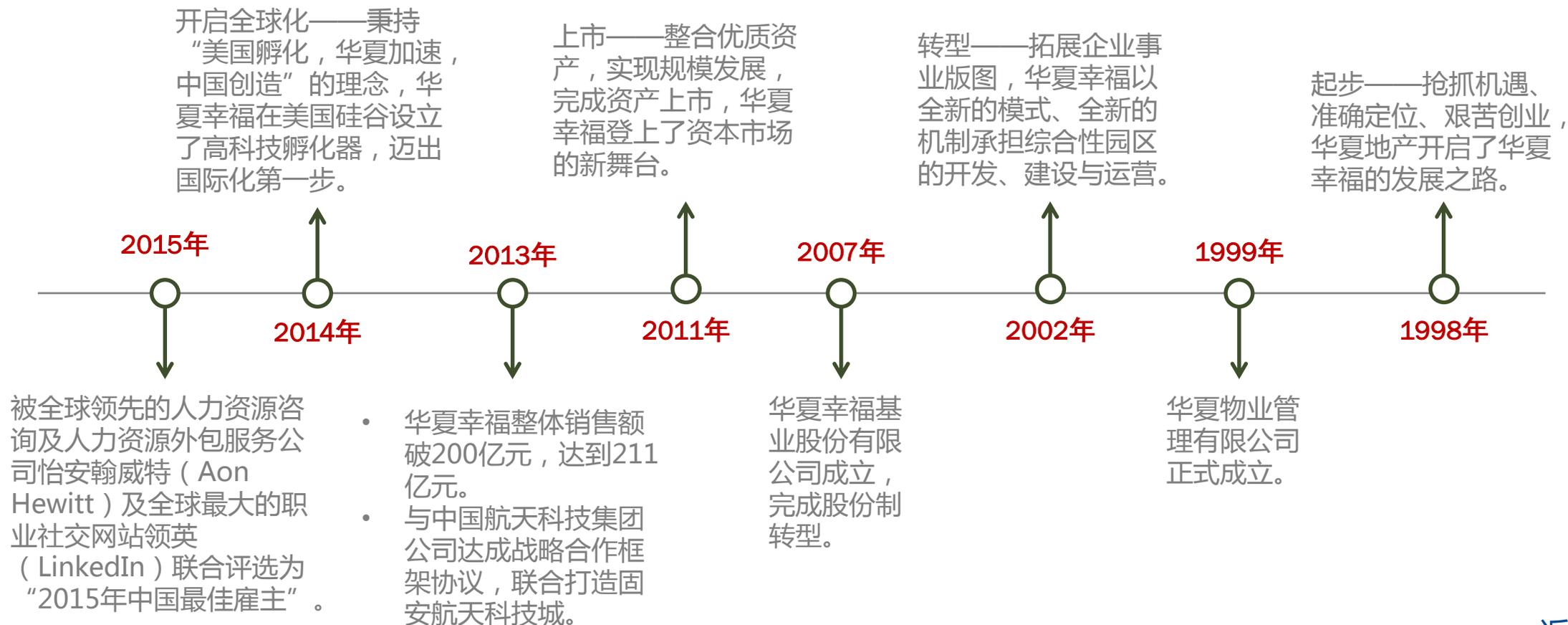


华夏幸福具有专业的团队及高效的组织体系。现有主营业务员工4000多名，平均年龄32岁，硕士及以上学历900余人，高管团队有多位来自世界500强企业。

基于产业新城模式本身特有的开放性平台属性，公司未来将积极打开价值链，整合内外部资源，推动全方位、多形式的合作共赢，成就“以企业服务为核心”的平台型业务生态体系。

[返回目录](#)

发展历程



[返回目录](#)

集团创始人介绍



CFLD
华夏幸福基业

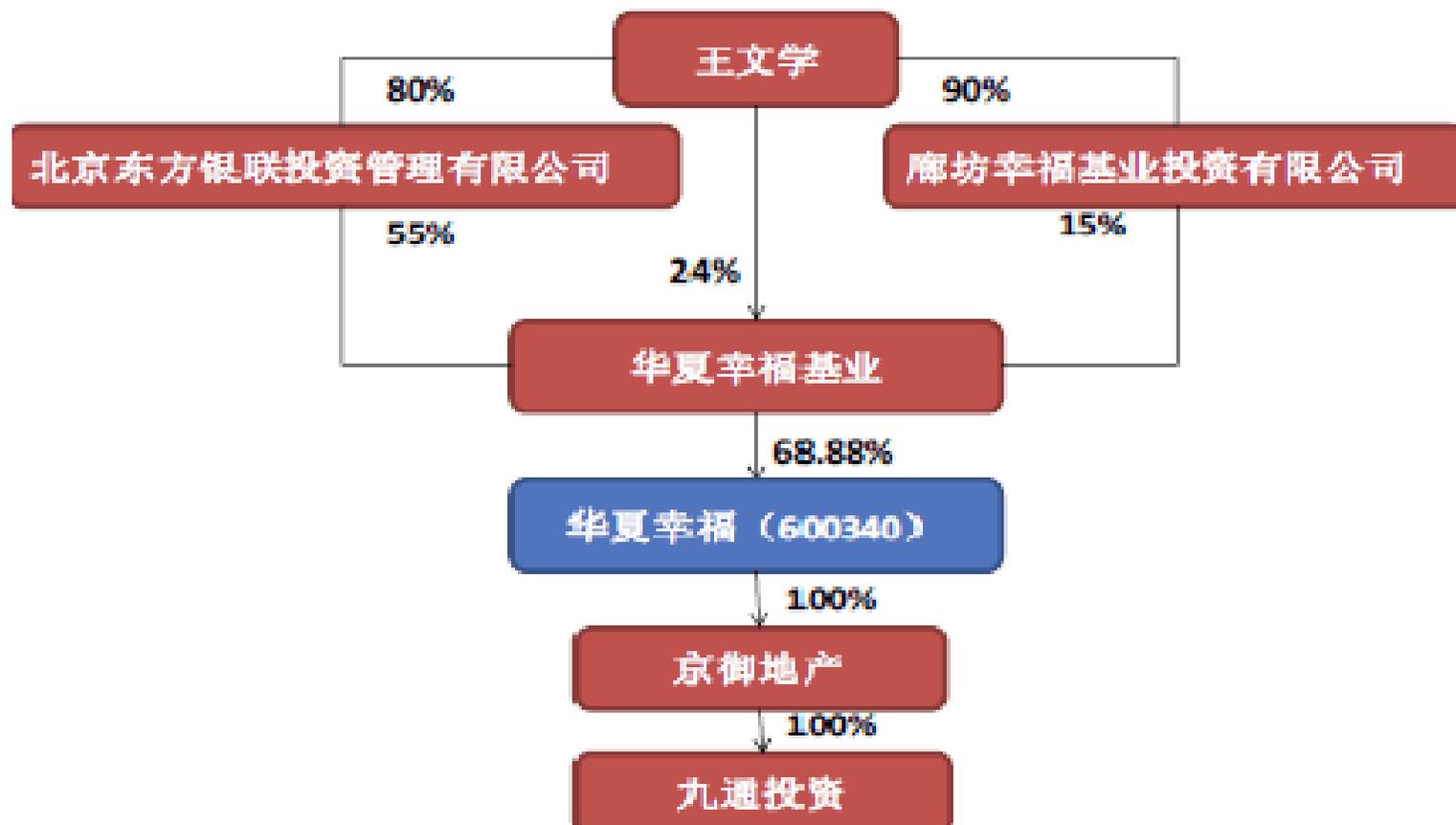


董事长 王文学

1967年5月出生。王文学于1998年创办华夏幸福基业股份有限公司，十六年，华夏幸福成长为推动中国县域经济发展的中坚力量，在产业新城领域居于领先地位。现任华夏幸福基业控股股份公司董事长、华夏幸福基业股份有限公司董事长兼总裁。

[返回目录](#)

组织架构

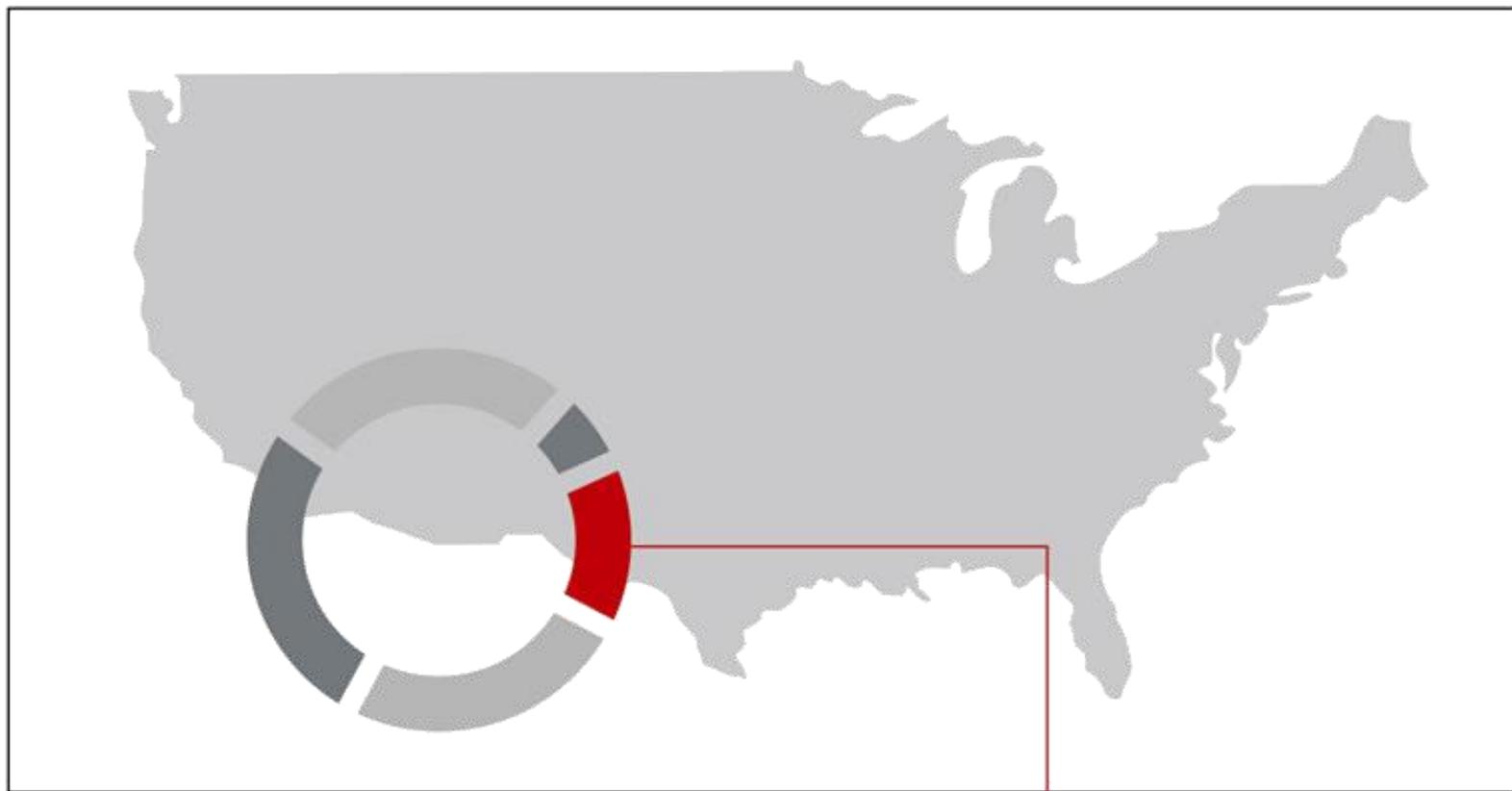


区域布局



返回目录

区域布局



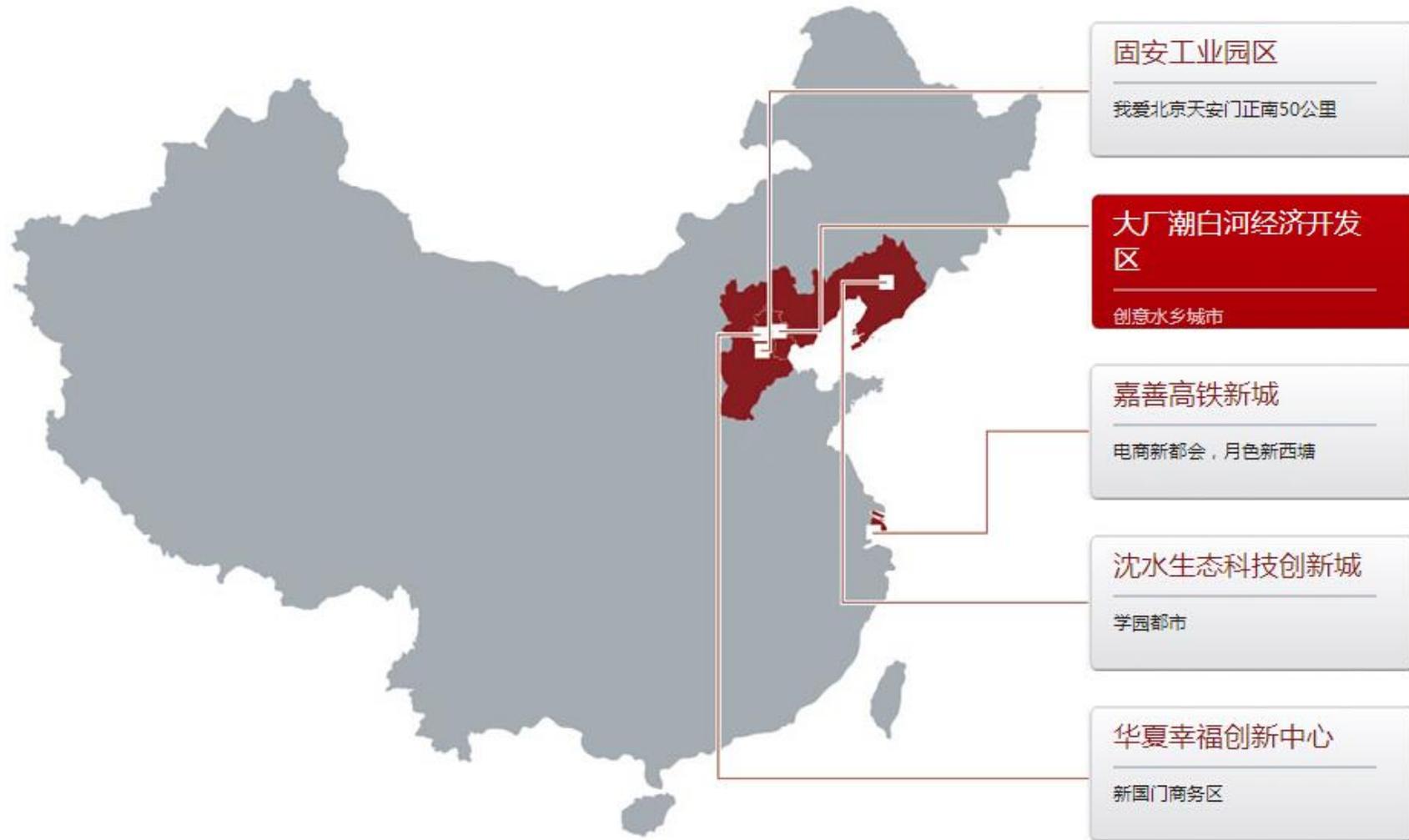
美国加利福尼亚州硅谷

CFLD Capital

华夏幸福硅谷高科技孵化器

[返回目录](#)

区域布局-实践案例



[返回目录](#)

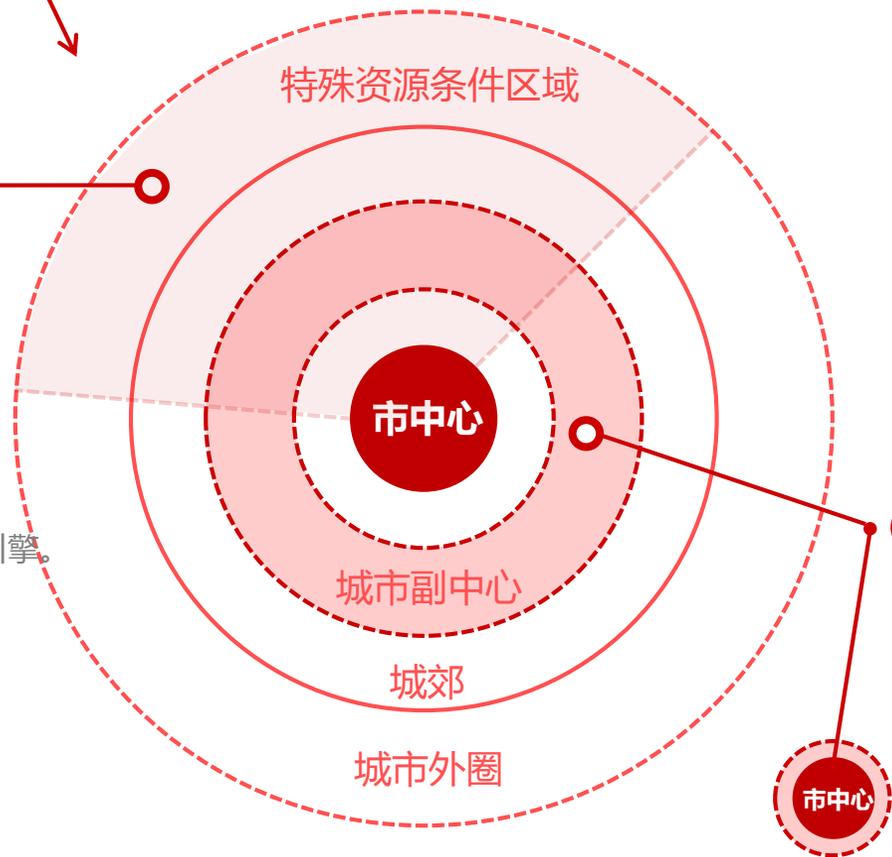
标杆企业

主营业务

“经济发展、社会和谐、人民幸福”的产业新城

产业新城 A

在城市主城区之外，以产业为先导，以城市为依托，建设产业高度聚集，城市功能完善，生态环境优美的新城，是推动地方产业转型升级的动力引擎。



园区开发

务囊括对开发区域进行前期规划、基础设施投资建设与管理、市政公用设施建设与管理、土地整理、产业发展服务（招商引资服务）、物业管理、厂房建设租赁等，并形成了综合园区、主题园区、总部公园和产业港四大产品体系。

房地产开发

目前已形成华夏系列、孔雀城、大卫城和兰亭系列四大系列产品，开工量竣工量以及销售收入在2010年和2011年实现大幅度上升。

B 创新中心

在一线城市副中心或中小城市核心区，以现代服务业和生产性服务业为核心，具有完善的城市生活功能配套的总部产业商务办公区域。

[返回目录](#)

在多年的发展中，华夏幸福形成了“园区孵化+房地产开发”的独特模式。

1、通过“园区孵化”快速实现园区建设。

与传统的园区开发不同，园区基本属于地方政府而不是华夏幸福。华夏幸福同政府签订排他性的“园区孵化”协议，根据托管分成协议，在托管年限之内完成规划、建设、招商和后期维护工作，政府通过收税和卖地赚取收益，并分期支付公司一级开发的成本。“园区孵化”模式一方面可以在前期政府零投入的情况下，顺利实现园区的正常开业和运作，契合地方政府的诉求。另一方面，开发商省去园区土地购路成本，直接用于园区建设，两项结合的最大效应的是短期内实现园区快速建设，给开发商和地方经济带来双赢结果。

2、通过“园区孵化”获得低成本土地储备和园区收益。

随着园区的逐步成熟，入园企业数量及投资将不断增加，土地价值和政府财政收入提升，华夏幸福名义上获得入园企业落地投资额一定比例返还的产业服务收入，实际运作中政府通过税收收入补偿和住宅土

地增值补偿的方式，使华夏幸福持续以较低成本获得土地储备，并分享园区收益。其中，住宅土地增值是政府土地增值补偿的前提，是华夏幸福模式运作的关键要素。

3、“园区孵化”和“地产开发”协同促进。

华夏幸福园区业务与房地产开发形成协同效应，利用区域开发带动房地产开发的区域影响力和城市配套，利用房地产开发提升区域开发投资环境，并弥补园区业务的现金流支出。

4、“地产开发”定位清晰，快速实现资金回笼。

华夏幸福低成本获得的土地储备均选择具有位路优势或自然景观优势的资源，公司产品主打性价比，客户定位于满足在京工作人员低总价实现居住面积和居住环境的需求。目前购房人群85-90%为北京客群（园区企业客群不足10%），清晰的定位使公司能够在园区业务早期阶段即能通过房地产销售，快速回笼资金。

[返回目录](#)

商业模式-盈利模式

华夏幸福综合毛利率达到41.93%，同时公司园区收益具有现金流稳定和长期性收益特征。从收入结构来看，2011年华夏幸福的园区运营收入占45%，园区住宅开发占50%，其他商业服务收入占5%。公司的收入来源主要有三部分：土地整理与基建、招商引资和园区住宅销售。

- 1、土地整理与基建：按照审计后所产生费用与政府110%结算。
- 2、招商引资：当地政府以落地投资额的45%进行返还，综合毛利率达到40-50%，净利率在25%左右。
- 3、地产销售：通过产业新城模式低价获取土地，地产销售净利率维持在15-20%之间。

[返回目录](#)

聚焦于区域拓展的战略布局，确定“加速聚焦大北京、加速做大环上海”的增长策略。

华夏幸福的园区开发运营并不是单纯的开发完就走，而是在一个区域深耕数年，通过产业的打造和升级，让区域价值达到最大化，让区域经济能够循环再生，不以对资源的穷尽开发为发展方向，而是保证实现区域环境的良性循环和产业与城市的融合发展，最终打造出一个个的“幸福城市”。

[返回目录](#)

企业文化



使命

打造产业新城 建设幸福城市
使所开发的区域经济发展、社会和
谐、人民幸福。



愿景

成为全球产业新城的引领者。

[返回目录](#)

企业文化

核心价值观

正直

- 我们只做正确的事情
- 我们对待彼此坦诚而且简单直接
- 我们的行动都从公司的长远利益出发
- 我们决策和评估风险时都要以数据为基础、并整合直觉和逻辑

卓越

- 我们吸引招聘一流人才
- 激励高绩效工作表现
- 我们为优秀员工提供广阔发展平台
- 我们在自己负责的领域独挡一面
- 我们力争成为业界最好

激情

- 我们积极求胜
- 我们决心在最重要的事情上做到最好
- 我们对现状始终保持健康的质疑和不满足
- 我们有强烈的愿望不断提高并最终在市场上取得巨大成功

创新

- 创新是我们成功的基石
- 对标业界的最好做法也是创新
- 我们珍视个体差异并将差异转化为创新的机会
- 我们挑战传统、不断优化我们商业模式和工作方式

共赢

- 共赢基于值得信赖的承诺、质量和结果
- 共赢建立在健全机制和合理质疑的基础上
- 我们对双赢的追求将公司与利益相关各方凝聚在一起
- 我们与同事、客户、供应商、政府和大学共同成长、共同繁荣

[返回目录](#)

1. 聚焦理想 德行为先

我们聚焦有“理想”并以“卓越”要求自己，以梦想为光，以力行铺路，相信自己能照亮一个城市或区域的人；我们珍视“全球视野、基层经验”以包容的心态广纳不同性格、不同背景的精英；

我们基于核心价值观与能力素质模型，严格选拔德才兼备的人才。

2. 挖掘潜力 培养才干

我们注重吸纳人才，更注重华夏幸福人的自我超越、高速增长；

定期实施人才评估，根据员工自身潜力进行定向培养，并将优秀人才配置到合适岗位；

我们通过公开透明的绩效考核、晋升机制，以及多元职

业发展通道，为人才提供快速成长机会和广阔事业舞台；我们通过有挑战的工作内容、实践磨砺、学院教育、使命赋予、导师引领全程、全方位助力员工的自我超越及高速增长。我们相信：员工的卓越程度，决定企业未来的成就极限。

3. 激情活力 幸福共赢

我们给予员工富有市场竞争力的薪酬回报和全面福利关爱；为员工创造健康、积极文化氛围和工作环境，保持激情与活力；

在华夏幸福，员工的定义，是华夏幸福的事业伙伴，是企业利益的共享人。员工全力以赴地迎接事业挑战，与此同时，我们必须让员工后顾之忧。我们相信，只有赢得员工的心才能赢得客户的心。

[返回目录](#)

华夏幸福的理想人选：

有“理想”、并以“卓越”要求自己，以梦想为光，以力行铺路，相信自己能照亮一个城市或区域。

人才素质模型



追求卓越

用高标准设定目标
计划、监控并有效实现
不断主动优化
考虑危机、风险

激情领导

以身作则，传递组织文化，建立信任
设定团队目标、原则，并赢得认同
将团队目标转化为具体任务
授权、辅导和激励团队成员

资源整合

准确、快速获取所需资源
统筹与优化资源
合理分配、最大化使用资源
积极协作并化解冲突

清晰思考

捕捉模糊、复杂事物的实质
用简单语言描述复杂事物
区分多任务的轻重缓急
全局、长远地解决问题

正直坦诚

遵守法律规范与职业道德
坦率表达
言行一致
坚持立场

客户增值

努力了解客户
满足客户需求
主动改进客户服务
引领和创造客户需求

[返回目录](#)

标杆企业

不断超越自我，机遇+培养双引擎助推

我们注重吸纳人才，更注重华夏幸福员工的自我超越、高速成长；

实践磨砺、使命赋予、导师引领、学院教育.....

华夏幸福践行70%-20%-10%的培养原则，最有效地提升员工能力与职场价值；

我们相信：员工的卓越程度，决定企业未来的成就极限。

职业成长

华夏幸福重用德才兼备的人才，鼓励员工拥有高度的自主权，规划自己的职业生涯，通过提供灵活、多元的发展平台，保障每一个华夏幸福人的才尽其用。

人力资源-职业成长

人才成长与发展的70%-20%-10%培养原则



工作安排70%

- 岗位锻炼，轮岗，兼职工作，项目经验
- 鼓励多样化经验的导向



学习他人20%

- 上级，导师，楷模
- 教练式辅导



培训10%

- 通用能力培训
- 专业力培训
- 领导力培训

[返回目录](#)



修·悟

团队管理如何“钩心”？如何避免“斗角”？

所谓心灵的挂钩，就是人与人之间为了彼此共同的利益和目标，彼此理解和包容，心往一处想，劲往一处使。真正的团队一定是“我们>我”，这个大于，就是大家可以把团队的利益放在第一位，用小我来服从大我，用大我来统帅小我。

五根手指聚在一起，讨论谁是真正的老大。

大拇指骄傲地率先发言，说：“五根手指中，我排第一而且最粗大，人们在称赞最好的或是表现杰出的时候，都是竖起大拇指，所以老大非我莫属。”

食指不以为然，急着辩解：“我才是最大的，要知道夹菜时，没有我支撑着，根本夹不了菜，而且食指大动，才能大快朵颐。另外，人类在指示方向时，必须靠我。”

中指不屑地说：“五指我最修长，如鹤立鸡群，而且我居最中间的位置，大家众星捧月，这不就是老大的证明吗？”

无名指不甘示弱，理直气壮主张：“三位也未免太自大，世上最珍贵的珠宝，只有套在我身上，才能相得益彰。因此我才配称老大。”

小指在一旁，只是静默不语。四指惊异地一起问道：“喂，你怎么不谈谈你的看法，难道你还想当老大？”

“各位都有显赫的地位，我人微言轻。只是当人类在合十礼拜时，唯有我是最靠近真理与对方的。”



在团队中，类似五指争功这样钩心斗角的现象可谓是司空见惯。这是一种典型的螃蟹文化：当螃蟹放到不高的水池里时，单个螃蟹可能凭着自己的本事爬出来，但是如果好几个螃蟹，它们就会叠罗汉，总有一个在上边，一个在下边，这时底下的那个就不干了，拼命爬出来，并且开始拉上面螃蟹的腿，结果谁也爬不高。

螃蟹文化形成的原因

1团队的掌舵人自身没有“阳光心理”。

没有为团队建设一个透明的利益机制和激励机制。俗话说：上梁不正下梁歪，领导心思下属猜。团队文化的源点在团队的“团长”身上，有什么样的团长就会有怎样的团队文化。如果团长自身就不够光明磊落，任人唯亲、喜欢阿谀奉承，贪图小恩小惠，就会给小人和庸人当道广开大门。

2企业高层之间不团结。

企业高层之间的关系决定了一个团队乃至一个企业的生命力。如果高层之间面和心不和，或者高层之间经常发生内讧，那么，身后的员工必然会“画线站队”。如果发生这种情况，团队中的“人

斗”和“斗人”将会成为主线和主题，而至于真正的经营、管理以及企业文化，也就自然无从谈起。

3团队中的“非组织性行为”占据了团队人际关系的主流。

所谓“非组织性行为”是指在团队中跨越部门之间形成的一种私下的紧密关系。比如人力资源部的A与业务部的B以及与董事会的C可能在私下里就是一组“铁三角”关系。因为这种私下的亲近关系，在工作中往往会滋生超越企业文化和原则的工作利益关系。这种非组织性的“小团体”会为巩固自己的地位，他们对贤能者进行排挤、打压、迫害，使整个团队里只存在差于自己及听自己话的人。激励机制与企业文化落后或不健全，使贤能者被同化而缺乏改革进取意识。

6团队的评价标准缺少公平、透明和瑕疵。

一个团队，正如手掌的“五指”，只有团结在“手掌”上的时候，才是一个有机的整体，才能形成真正的拳头，各有各的价值和贡献。而如果在论功行赏的时候，这种评价体系缺少公平和透明，无疑会引发“五指”争功。

建立阳光下的共同目标和利益机制。

在唐僧师徒四人的取经团队中，尽管唐僧对孙悟空多有误解，尽管孙悟空常有不受管束之举，尽管猪八戒贪吃好色又贪睡，尽管沙僧只是在莫名其妙的挑重担，然而，他们的心却是紧紧的“钩连”在一起的。为什么呢？因为他们有共同的目标：取经成佛，普度众生。阳光下的共同目标和利益机制，就是“心灵之钩”，可以让团队成员之间的心紧紧挂靠在一起。

建立团队之间的情感纽带。

团队之间，共同的利益和目标是重要的，但是，光有目标和利益却是不够的。人是感情动物。所谓“通情达理”，“通情”是“达理”的基础和纽带。为利而为，熙熙攘攘；为情而为，穷尽其方；为利和情而为，效命沙场。

建立科学的绩效评价体系。

所谓科学的绩效考核体系，有如下几个特点：兼顾长远与眼下，既有长远战略又有现实计划；兼顾目标与指标，目标体现战略意图，指标用来考核衡量；兼顾显性业绩与基础绩效，基础绩效是瓜秧，显性业绩是果实；兼顾各个岗位和部门，横向到边，纵向到底；兼顾个人能力和团队协作，一个优秀的人才，不仅拥有出色的个人能力，还应该有良好的团队关系和群众基础。

无论什么行业，无论技术含量多高，无论多大的团队，人与人的关系始终是第一位的，团队协作永远大于个人的力量。而让这种团队力量真正凝聚到一点的，是“钩心”而不“斗角”。



悦 读



本书看点

这是社会思想的一部里程碑式著作，可与亚当·史密斯的《国富论》和西格蒙德·弗洛伊德的《梦的解析》相媲美。

——纳西姆·尼古拉斯·塔勒布，《黑天鹅》作者

人类究竟有多理性？——思考，快与慢

在书中，卡尼曼会带领我们体验一次思维的终极之旅。他认为，我们的大脑有快与慢两种作决定的方式。常用的无意识的“系统1”依赖情感、记忆和经验迅速作出判断，它见闻广博，使我们能够迅速对眼前的情况作出反应。但系统1也很容易上当，它固守“眼见即为事实”的原则，任由损失厌恶和乐观偏见之类的错觉引导我们作出错误的选择。有意识的“系统2”通过调动注意力来分析和解决问题，并作出决定，它比较慢，不容易出错，但它很懒惰，经常走捷径，直接采纳系统1的直觉型判断结果。

为了使读者真切体会到系统1和系统2这两个主角的特点，卡尼曼介绍了很多经典有趣的行为实验，指出我们在什么情况下可以相信自己的直觉，什么时候不能相信；指导我们如何在商场、职场和个人生活中作出更好的选择，以及如何运用不同技巧来避免那些常常使我们陷入麻烦的思维失误。

丹尼尔·卡尼曼

丹尼尔·卡尼曼是位格外令人兴致盎然的思想家。作为一名心理学家，他因其与阿莫斯·特沃斯基在决策制定上的研究而荣获了2002年度的诺贝尔经济学奖。

下面是美国哈佛大学心理学教授史蒂文·平克对他及《思考，快与慢》的评价：

“丹尼尔·卡尼曼是历史上最有影响力的心理学家之一，也必然是现今在世的最重要的心理学家。他在揭示人类思维的显著特征方面很有天赋，多数研究成果成为了经典的教材和引用频率很高的至理名言。他的研究打开了社会心理学、认知科学、对理性与幸福的研究，以及他和他的合作者阿莫斯·特沃斯基共同推动的行为经济学的新局面。《思考，快与慢》的问世是个重磅事件。”





职业机会

职业机会

隽明七月重点岗位（更多职位信息请登录隽明官方网站 www.dreaming.cc 查阅）

- 大型投资控股集团(金融) —金融副总裁 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3061.html
- 大型投资控股集团(金融) —集团客服总监 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3060.html
- 大型投资控股集团(金融) —建筑装饰部总监 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3059.html
- 大型投资控股集团(金融) —互联网金融事业部总裁 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3058.html
- 大型投资控股集团(金融) —公益基金事业部筹备负责人 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3057.html
- 大型投资控股集团(金融) —第三方支付事业部部长 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3056.html
- 大型投资控股集团(金融) —集团财务总监 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3055.html
- 大型投资控股集团(金融) —众筹事业部筹备负责人 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3054.html
- 大型投资控股集团(金融) —招商加盟中心总裁 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3053.html
- 大型投资控股集团(金融) —网络金融学院事业部筹备负责人 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3052.html
- 大型投资控股集团(金融) —投资总监 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3051.html
- 大型投资控股集团(金融) —投融资中心总监 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3050.html
- 大型投资控股集团(金融) —旅游度假事业部总裁 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3049.html



职业机会

隽明七月重点岗位（更多职位信息请登录隽明官方网站 www.dreaming.cc 查阅）

国内知名上市地产公司(地产) —项目营销副总 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3026.html

国内知名上市地产公司(地产) —商业项目设计经理 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3021.html

浙江某置业有限公司(地产) —财务总监 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3004.html

杭州某品牌物业公司(地产) —物业副总 www.dreaming.cc/?cn-p-d-2986.html

浙江知名房地产公司(地产) —集团营销副总 www.dreaming.cc/?cn-p-d-2923.html

知名物业管理集团公司(地产) —采购部经理 www.dreaming.cc/?cn-p-d-2905.html

知名物业管理集团公司(地产) —APP运营经理 www.dreaming.cc/?cn-p-d-2822.html

浙江某房地产开发集团(地产) —集团企划总监 www.dreaming.cc/?cn-p-d-2706.html

浙江某品牌房地产公司(地产) —项目营销副总监 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3044.html

南京某地产开发公司(地产) —营销副总 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3036.html

杭州某互联网公司(互联网) —产品经理 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3033.html

杭州某互联网公司(互联网) —车辆抵押贷款业务部总经理 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3063.html

杭州某互联网公司(互联网) —二手车商库存融资业务部总经理 www.dreaming.cc/?cn-p-d-3062.html



www.dreaming.cc



非学无以广才，非志无以成学

Dreaming · 志

因隽明才识有限，若文章观点有偏颇之处，欢迎各位批评指正。部分摘自网络及援引自他处的文章，期刊中会注明出处，旨在学习分享，不周之处，原创作者可与隽明联系。我们期待各位对期刊内容与形式提出宝贵建议，以让《Dreaming·志》走得更远，更久。