

# 住宅类房地产企业融合数据要素的商业模式创新

刘吉超

(国家信息中心,北京 100045)

**摘要:**数据要素的融入将从增强房地产企业决策能力、打造房地产的精准营销体系、提升房地产运营管理水平不同方面提升传统房地产企业的经营管理水平。同时数据要素的融入也将重塑房地产企业商业模式,住宅地产可以从向社区电商转型、开发社区广告增值业务、建设运营社区能源互联网平台、从卖房子到卖服务和租房子转变等方式实现从住宅地产开发商到社区综合服务商的商业模式创新。

**关键词:**房地产;住宅地产;数据要素;大数据;商业模式

**【DOI】**10.12231/j.issn.1000-8772.2023.04.088

当前,以数据要素为核心的数字经济异军突起,成为引领产业转型、促进经济增长的重要力量,大数据逐渐成为重要的新型生产要素,数据要素的融入为房地产企业的差异化竞争创造了条件。

## 1 房地产业的特征

房地产行业属于第三产业,具有资金量大、回报率高、风险大、附加值高、产业关联性强等特点。同时,房地产既有满足居住的消费属性,也有金融产品的投资属性。

总体来看,房地产行业具有以下特点:一是资金投入大,开发周期长。房地产开发要求的投入资金大,对房地产开发企业的自有资金和融资能力的要求较高。房地产项目投资周期较长,单个项目的开发周期通常跨度3-5年,因此要求项目的前期论证必须全面谨慎。二是高风险高回报。对杠杆的广泛使用,是地产业经营与发展的共同特征。过去十多年来我国地产业对杠杆的过度利用,这种高杠杠操作在房价上涨的过程中会给地产商带来丰厚的投资回报,但是在房价调整中将给地产商带来巨大的风险。在推动地产业繁荣发展的同时,也埋下了我国宏观经济金融运行的巨大风险隐患。三是产业关联度高,带动性强。房地产行业的产业链长,与产业链上下游具有高度关联性。正是这种高度关联性,房地产行业对国民经济的发展具有重大促进作用。房地产和其他许多国民经济的行业之间都有着密切的关系,表现出很强的产业关联性,钢铁、水泥、木材、玻璃、塑料制品、家电等产业都与房地产业密切相关。四是受宏观调控政策影响大。住房作为百姓最基本的民生需求,其调控政策和价格波动对百姓的生产生活影响巨大。在经历了多年的高速发展后,房地产行业也成为受到宏观政策调控干预最为密集的行业之一,坚持房住不炒成为我国房地产政策的主基调。五是具有消费和投资双重属性。经过多年发展,房地产在我国居民资产中占据最高的比重,房子不仅是成为人民居住的依托,还成为资产保值增值的重要手段,成为重要的投资标的物。

## 2 房地产业发展模式亟须转型变革

经过20多年的房价持续上涨,当前房价已经远超居民工资水平和购买力,在人口红利逐渐消失的背景下,房价难以持续上涨。传统千篇一律的盖房卖房模式将使房地产企业陷入同质化竞争的境地,在房价快速上涨的黄金时代被掩盖的问题将在白银时代凸显出来。传统依靠简单的拿地盖房出售的房地产业的发展模式难以为继,未来能够生存下来的必然是那些管理精细化、具备差异化竞争优势、独特商业模式、创新能力强和实时满足客户需求的企业,大数据为房地产企业打造核心竞争力、创新商业模式提供了机遇,信息技术革命成为我国房地产市场的跨越式发展提供了契机。借助信息技术,实现使房地产开发从原来的粗放式经营逐渐走向决策机制的科学化、项目管理经济化、建设过程高效化,从而提高资源配置的集约化和经济效益。房地产企业只要把握好新一轮信息技术革命浪潮的机遇窗口,借助信息化技术不断优化经营管理,创新商业模式,调整经营战略,就能在行业转型升级的浪潮中创造属于自己的下一个黄金时代。

## 3 房地产大数据的构成和影响

大数据(big data),或称巨量资料,指的是所涉及的数据量规模巨大到无法通过目前主流软件工具,在合理时间内达到提取、管理、处理并整理成为帮助企业经营决策更积极目的的资讯。

房地产大数据指的是与房地产企业在开发、建设、经营、管理和提供服务的过程中产生的、所涉及的数据量规模巨大的海量数据和资讯。房地产大数据可以被称为无处不在的“第三只眼”。房地产企业在住宅地产服务方面能获得的数据包括直接获得的数据和间接获得的数据,直接获得的数据包括业主和房屋基本信息数据、基本公共产品消费数据、物业服务数据等。通过集成其他渠道或间接获得的数据包括居民财产收入数据、居民购物和消费记录、居民社交数据、居民卫生健康大数据、上网和网购数据。

## 4 大数据时代的房地产:机遇与挑战并存

### 4.1 房地产大数据的机遇

数据已经渗透到每一个行业和业务职能领域,逐渐成为重要的生产因素,对于海量数据的运用将带来新一波生产率增长和商业机遇。

首先,大数据优化房地产企业的经营管理。借助大数据平台中数据信息,房地产企业可以建立起一个涵盖企业各方面的、系统化的、流畅的管理系统,保证人力、财务、所有内外资源的密切计划与迅捷调配,对房地产整个开发过程、各个项目建设开启循“数”管理的模式,不断推进企业资源的优化配置,提高运营效率和企业效益。其次,大数据提升房地产企业决策的科学化水平。大数据为房地产企业的科学决策提供了有力的工具,在大数据时代,许多房地产企业从工程立项、可行性研究、投资评价、投资决策到项目建设、产品营销等,各个过程决策都充分发挥大数据的作用,在数据与机器的支持下对行业发展情况分析并预测,发现企业商机和潜在的风险,使得企业的决策更加客观、精准、高效。最后,大数据给房地产业带来了新的盈利模式和盈利空间。大数据成为房地产企业创新商业模式的基本手段和方式。房地产市场的高速发展期在我国已经持续了十多年,伴随着房地产泡沫的出现和房地产价格与价值严重偏离、房价持续高涨,政府作为宏观经济的调控者,针对楼市的调控政策频繁推出,房地产行业风险逐步累积,同时随着人们生活水平的提高,越来越多的购房者追求的不仅仅是一套房子,而是一种新的生活方式和更高层次需求的满足,大数据为房地产商业的转型和模式创新提供了机遇。

### 4.2 大数据时代房地产面临的挑战

信息技术在给人们的工作和生活带来巨大便利的同时,也给房地产业带来了挑战。

第一,互联网使得人们生活方式和社会组织结构发生巨大改变,当前人们习惯于从网络获取信息,在网上交友;在网上进行购物,电子商务使得传统购物中心日益边缘化,受电子商务的快速发展影响,传统的购物中心日益被网上商城代替;网络使得社会组织结构发生变化。第二,智慧社区和智能家居对房企提出更高的要求,传统的简单盖房子和卖房子已经无法满足居民的生活需要。第三,新技术革命加快商业模式的演进更替。第四,人们的隐私保护与数据开发之间的矛盾更加凸显。大数据时代,居民一生中各个方面的行为都被记录下来,通过对这些数据和记录的分析,可以对每个人的特征和行为模式进行精准的画像。同时个人的行为能够在互联网上永久地保存。第五,大数据对企业技术能力提出了更高的要求,要建立并利用好房地产大数据库,需要庞大的数据支持,房地产业数据收集困难,且市场中数据噪声多,在获得的数据中也存在大量的虚假信息,从海量的信息中辨别出虚假信息,这对开发商信息识别能力提出了很高的要求。

## 5 住宅地产:转型做社区综合服务商

未来的商业模式应该是颠覆性地把原来固有的行业之间的资源壁垒全部废除和打碎,打碎的过程中谁会最早最快地完成这些资源的整合和驾驭,谁就具备了先发优势。在互联网时代,房地产已经不是简单的销售与租赁,而是围绕销售与租赁全方位的服务与体验,开发商在规划的初期就要将客户生活中衣、食、住、行中方方面面需求都要考虑在其中。

在信息化的浪潮下,传统住宅地产升级的重要方向是向社区综合服务商转型,社区综合配套服务商涵盖社区物业、家政、工作、娱乐、医疗、教育等领域的服务,涵盖日常生活中的吃穿住行,包括每个人日常消费的柴米油盐酱醋茶,教育、医疗、娱乐、养老、旅游等,解决好社区每个人面临的这些问题,是社区服务商要解决的重要事情。大数据时代迫切要求房地产商收集数据,并通过数据分析寻找新的商机,发现新的盈利模式,扩大盈利空间。随着人们生活水平的提高,越来越多的购房者追求的不仅仅是一套房子,而是一种新的生活方式和更高层次需求的满足。住宅地产商业模式的创新主要包括五个方面:

### 5.1 向社区电商转型

通过信息化手段,将社区和住宅楼打造成一个远程数字化购物体验中心,让社区居民足不出户,就可以身临其境地体验逛商场、超市的感觉,同时在家完成下单、支付、收货和后期评价。

实现社区电商载体包括:一是将家里的墙面变成智能的数字化屏幕,居民可以实现搜寻商品、查看商品、试穿衣服等购物体验。二是在小区楼道内安装大屏幕电视,除了可以实现商品的搜寻、对比查看、体验等功能外,还能根据客户的需求特点进行个性化的推送。三是通过社区 App 完成商品的搜寻、下单、支付、收货确认和售后评价。

大数据在其中的应用在于通过搜集客户房地产、水电煤气费缴记录、购买零售商品、工作情况、纳税申报、有线电视收看、网上浏览记录、通信记录、报纸与杂志订阅、车辆档案等信息和数据,数据来源除了物业数据之外,还可以集成电商、公用事业、银行等方面的数据,判断居民消费需求,实时跟踪和动态分析居民的生活需求,向居民进行针对性的、个性化的推荐。满足社区业主日常生活柴米油盐酱醋茶,满足小区业主日常生活各方面的需求。整合社区微商圈并设置电商最后一公里入口,将客户消费在小区内截流下来。

对于电商的运行方式,在房地产终端客户数量足够大的情况下,可以自己建立仓库和物流;在终端客户数量不够大的情况下,可以考虑与大型电商合作或者建立地产电商联盟,实现规模经济效益。

### 5.2 开发社区广告增值业务

(1)通过社区大屏幕、电梯楼宇电视向社区居民推送

广告。通过对居民生活习惯的搜集、分析业主需求,进行有针对性的广告推送。

(2)通过社区论坛,进行广告投放。主要是关于社区餐饮、送水、维修、美容美发等一些生活服务广告。

(3)通过社区 App 终端,进行广告推送。

(4)通过提供免费 WiFi 服务的同时提供广告服务。

融合大数据技术的广告与传统的广告的差异在于其利用物业服务数据,通过对社区居民日常生活需求、行为的实时搜集,向用户推送个性化的广告服务,实现广告因人而异、因时而异、精准推送。

### 5.3 从卖房子到卖服务的商业模式转型

房地产企业向服务化转型,不仅仅靠卖房子赚钱,而是靠其他软性服务比如网络社区服务、社区商圈、广告等服务挣钱。

房地产企业可以提供的服务包括:

(1)家政服务。为居民家庭提供保姆、护理、保洁、物流配送、家庭管理等方面全方位的服务体系,实现家庭事务管理的个性化、专业化、市场化。

(2)装修服务,运行维护。全生命周期实时运维和动态支持。

(3)健身娱乐。将社区打造成家庭健身、娱乐场所、电影院。

(4)通过社区 App 和社区论坛整合信息服务,提供邻里社交平台,社区社交网联谊,二手交易,拼车,家政推荐,代缴水电煤及物业费,代收快递,提供邻里对话、小区 BBS 平台,整合社区商圈资源,动态更新社区服务和商业资讯,为小区生活提供更多便利。打造小区入口。做信息整合,收取中介费和服务费。

(5)结合餐饮业,将住宅打造成家庭餐馆。

(6)结合教育业打造家庭教室。

(7)结合医疗行业,打造家庭诊所,实现健康医疗的个性化服务。

利用大数据,房地产企业能够促进社区配套服务的智能演进和完善,房地产企业可以根据小区业主的年龄、教育背景、工作和生活的需求,完善小区的配套,向业主提供全生命周期全方位的服务支持。基于用户实时需求、覆盖用户全生命周期的社区配套服务的演进历程:一是在新建住宅社区,可以提供房屋装修安装服务;二是对于成长型社区,可以着重强化社区交友、社区托管等服务;三是对于成熟住宅社区,可以提供强化社区教育、家政服务;四是对于老龄化社区,可以强化社区养老、医疗健康等方面的服务。

### 5.4 建设运营社区能源互联网平台

建立社区太阳能光伏发电系统,将每一栋建筑变成一座小型发电站,将发出来的电提供给居民使用,房地产商按照业主所省下的电费按比例收费。通过搭建能源互联网平台,创造新价值来实现房地产的增值。可再生能源

的转变、分散式生产、储存(以氢的形式)、通过能源互联网实现分配和零排放的交通方式,构成了新经济模式的五个支柱。在给居民供电的同时,实时跟踪发电端和用电端的信息,匹配供需双方,搜集居民的生活数据,如什么时候使用了什么电器。在动态跟踪居民生活轨迹的基础上,分析居民的需求,为居民推送一些产品和服务。建立运营能源互联网已经具备现实技术基础和政策可行性,国家电网针对光伏发电放开接入,国家已经将天然气、生物质能、风能、地热能、资源综合利用发电等所有类型的分布式发电方式纳入并网范围。

### 5.5 从卖房子转变为租房子转型

要实现房地产企业从卖房子到租房子的转变,要求房地产企业有雄厚的资金实力,能够取得较高比例和长期的融资支持。大数据和信息技术的发展为破解管理和投融资问题提供了机遇,一方面,通过大数据和信息化手段增加项目监管的透明性,减少信息不对称性,降低投融资风险,将社会闲散资金汇聚起来,建立投融资平台;另一方面,通过大数据完善项目的管理,解决委托代理的难题,通过对项目运作的实时跟踪,让广大投资者能够实施监控到项目运作人的一举一动,决定聘用还是更换项目实际运作人,对项目管理者保持监督和约束作用。

在投融资方面,金融机构可以通过大数据和信息化手段实施跟踪房地产企业的经营管理状况,破解信息不对称,降低投融资风险,通过互联网金融、众筹、房地产投资信托和产业基金等投资机构解决融资问题。搭建房地产投融资平台,在有效监管和控制风险的基础上,实现房地产项目的证券化,投资主体的大众化,经营管理的专业化。

在管理运营方面,用信息化手段再造业务流程、提高效率,降低成本,创新营销、服务、支付、评价模式,提供更加个性化的服务,优化配置市场资源,实现从卖房子到租房子商业模式的转变,促进地产增值和企业盈利。

## 6 结束语

当前,房地产已经走过了价格快速上涨的黄金时期,行业供需结构发生了很大的改变。新一代信息技术的深入应用为我国房地产市场的跨越式发展提供了契机,海量数据的运用将带来新一波生产率增长和商业机遇,同时也带来了行业变革和洗牌的挑战。

### 参考文献

- [1]刘吉超.我国数据要素市场培育的实践探索:成效、问题与应对建议[J].价格理论与实践,2021(12):18-22.
- [2]向剑雪.重庆市城镇化与房地产业协调发展研究[D].重庆:重庆大学,2013.
- [3]刘昱,张玉娟.大数据时代:房地产业的机遇与挑战[J].河南商业高等专科学校学报,2013,26(6):20-22.

作者简介:刘吉超(1985-),男,汉族,北京人,研究生,工程师,研究方向:国家信息中心,数字经济方向。