

北京严管长租公寓：预收租金不超3个月

北京对于长租公寓的监管趋严。2月2日,北京市住建委官网发布的《关于规范本市住房租赁企业经营活动的通知》(以下简称《通知》)提出,住房租赁企业向租客预收的租金数额不能超过3个月租金,同时,全面强化对分散式长租公寓企业经营活动的监管,防范住房租赁行业经营风险。其中,《通知》首次明确禁止“长收短付”,严控“租金贷”拨付对象,承租人申请的“租金贷”资金不得拨付给住房租赁企业,只能拨付给个人。据悉,新规将于2021年3月1日起正式实施。

租金贷只能拨付给个人

缺乏监管的“租金贷”和“资金池”此前曾导致长租公寓频现“爆雷”。从此次发布的《通知》内容来看,限制企业“资金池”是新规的核心内容。

一方面,限制住房租赁企业预收租金数额。《通知》中明确规定,向租客预收的租金数额不能超过3个月租金,同时收租客租金和支付给房东租金的周期必须匹配,明确禁止“长收短付”经营模式。

另一方面,严格控制“租金贷”拨付对象,银行业金融机构、小额贷款公司等机构不能将租客申请的“租金贷”资金拨付给住房租赁企业。也就是说,租客申请了住房租赁贷款,放贷机构可以把贷款发放给租客,也可以签订协议后直接发放给房东,但不能发放给住房租赁企业及其关联企业或利益相关方。

此外,新规提出北京要建立押金托管制,与租金相比押金数额相对较小,但伴随企业经营规模扩大,同样可以形成“小资金池”。对此《通知》也进行了规范,首先要求企业收取的押金数额不得超过1个月租金,其次收取押金后,必须通过北京房地产中介行业协会建立的专用账户托管,企业不能擅自挪用和挪用。

据了解,此前已经预收租金超过3个月的部分和存量“租金贷”,租赁企业要建立专户逐步化解;已经预收的押金,一并纳入行业协会托管,押金托管的具体方式和流程主管部门后续还会出台配套细则。

对此,北京市房地产法学会副会长兼秘

书长、首都经济贸易大学教授赵秀池表示,部分长租公寓企业通过“租金贷”“长收短付”等方式形成的“资金池”是导致当前企业“爆雷”的罪魁祸首。在租客端被过度金融化的情况下,一旦市场发生波动或企业经营管理不善,极易发生资金链断裂的情况,从而导致房东房客两端受损。

“新规针对这个问题,提出了一系列针对性很强的监管措施,将有效促进市场健康平稳发展,切实保护租赁各方当事人、特别是承租人的合法权益。”赵秀池说道。

押金不超过3个工作日退还

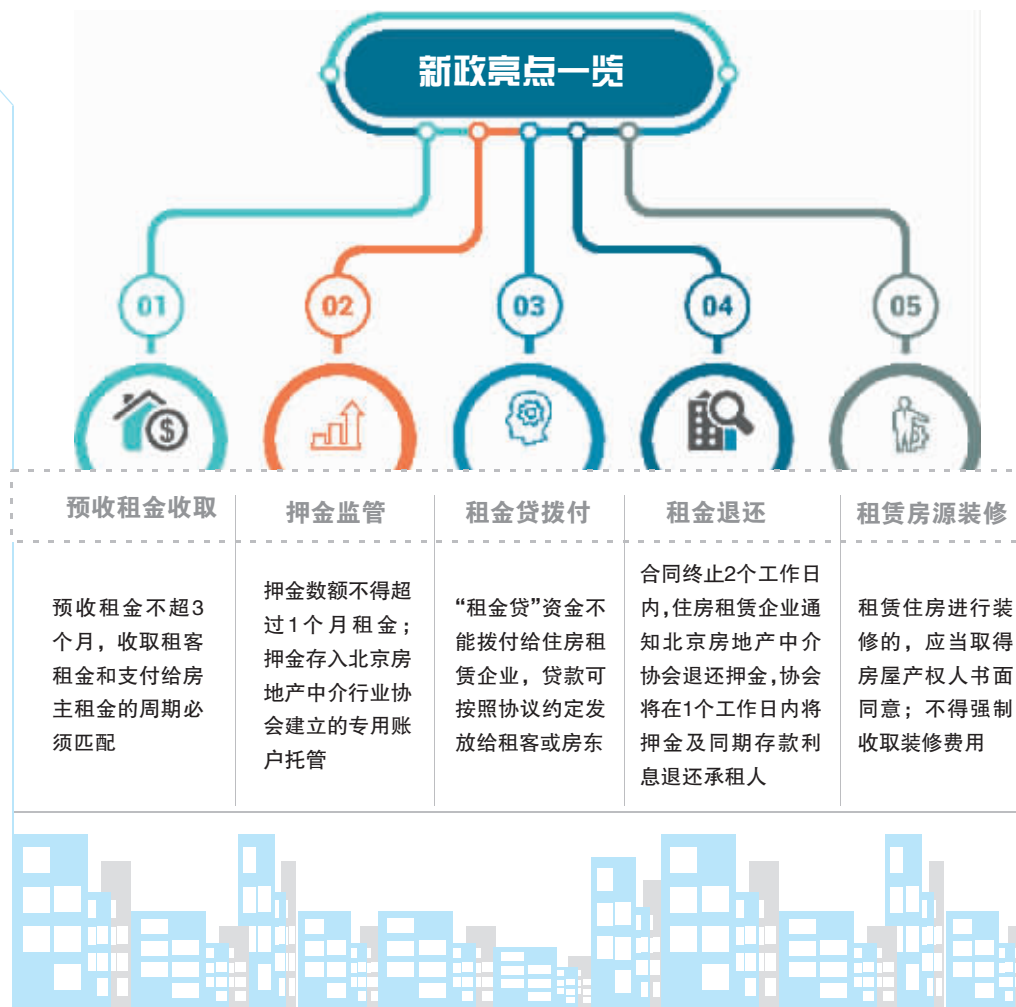
如何规范市场秩序、化解租赁纠纷,《通知》也开出了5个“药方”。其中,租客及房东关注的租赁合同签订、租赁住房装修、押金退换等问题,都特别明确。

具体来看,加强租赁合同管理,要求住房租赁企业使用住建部门和市场监管部门共同制定的住房租赁合同示范文本,这能让房东、租客、企业各方的权利义务关系更加清晰透明,避免因霸王条款、约定不明引发后续纠纷。

此外,进一步强调收房合同(租赁企业与房东签订的合同)和出房合同(住房租赁企业与租客签订的合同)都要在签订后3日内备案。

同时,《通知》细化了装修方面的规定,住房租赁企业出资对租赁住房进行装修的,应当取得房屋产权人书面同意;住房租赁企业提前解除合同的,应依据合同约定履行各方责任,不得强制收取装修费用。

《通知》明确了押金退还的期限和流程。可以说,押金纠纷是最为常见的租赁纠纷,对



此《通知》明确规定住房租赁企业应在合同终止2个工作日内通知北京房地产中介协会退还押金,协会将在1个工作日内将押金及同期存款利息退还承租人。

《通知》提出,北京房地产中介行业协会将建立住房租赁纠纷调解机制,为报送过开业信息并实行押金托管的住房企业提供纠纷调解服务,同时还定期公布住房租赁企业被投诉情况。在现有信访、投诉、诉讼等途径之外,为人民群众提供一种更加便捷、高效的矛盾纠纷化解渠道。

北京房地产中介行业协会会长李文杰指出,住房租赁领域矛盾纠纷多发、调处解决不畅也一直是困扰广大房东租客的一个难题。北京住房租赁行业经历了一个过热发展阶段,特别是经过近两年的租赁企业“爆雷”的洗礼后,政府部门开出药方对症下药,对北京

住房租赁行业和租赁市场未来的发展具有重要意义。

“住房租赁是老百姓,特别是中低收入群体最基本的安居方式,关系社会安定和谐,是年轻人安身立命的根基和安居乐业的希望。安居才能乐业;租住稳才能‘社会安’。”李文杰表示,北京房地产中介行业协会作为行业自律组织,高度关注住房租赁市场秩序规范和租赁纠纷化解的问题,并将继续在促进行业自律经营方面发挥积极作用。

专业化规模化企业可享政策包

值得一提的是,从《通知》内容来看,在规范企业经营活动之外,大力发展住房租赁市场的政策基调没有变,新规对培育和激励住房租赁行业发展的方向进行了明确表

态:北京将继续支持专业化、规模化住房租赁企业持有房屋并依法出租,符合条件的住房租赁企业可以按规定享受税收、金融等优惠政策。

北京大学教授、博士生导师、房地产法研究中心主任楼建波指出,近些年,住房租赁行业在政策东风与市场需求的驱动下,经历了一个非常快速的发展过程,在这个过程中市场也暴露出不少新情况、新问题。此次北京出台的新规是在行业经历快速发展、企业探索试错、市场波动以及总结经验做法后,提出了一系列非常具有针对性的监管措施,可以说为长租公寓行业发展指明方向、为住房租赁企业今后的经营行为划出了边界,这也与前不久中央经济工作会议提出的“规范发展长租房市场”的要求高度契合。”

楼建波表示,新规突出长租公寓发展要合法、规范、专业,决不能理解为把长租公寓“一棒子打死”,住房租赁企业是加大租赁住房供应,大力发展住房租赁市场的重要组成部分,所以北京还是坚决支持专业化、规模化住房租赁企业持有房屋并依法出租,一系列税收、金融等优惠政策大礼包,正在赶来的路上。

“近年来各地长租公寓‘爆雷’事件频发,究其原因,多为抢占市场,扩大规模,采取高进低出‘长收短付’、租金贷款等违规行为盲目扩张,导致其经营难以为继。”就近年来长租公寓“爆雷”事件频发的原因,北京市住房和城乡建设委员会有关负责人指出,共性问题有以下几个方面:一是以互联网思维主导经营,通过烧钱、冲量、包装上市方式实现套利,经营模式风险高。二是长期依赖于股权融资,靠股东“输血”维持经营。资本在租赁市场等民生领域“跑马圈地”的同时,又千方百计规避社会责任。三是通过银行租金分期贷款变相融资,直接形成“资金池”,走上高杠杆疯狂扩张之路,并转嫁风险,使社会被动买单、政府被迫接盘。

上述有关负责人表示,北京市多措并举贯彻落实“租购并举”国家战略,大力培育和发展住房租赁市场,支持和鼓励长租企业规范、稳健经营,对以圈钱为目的大搞金融化、资本化,向老百姓“割韭菜”的邪路歪招,北京市将会坚决叫停、主动引爆”。

北京商报记者 卢扬 荣蕾 马娟

63亿最大春节红包! 企业为何如此“下血本”

金额一加再加

两年前,抖音、快手、微视3家短视频企业为春节档共砸下17亿元,而20亿元、21亿元、22亿元是今年抖音、快手、百度分别投入的红包总额,今年春节红包大战的门槛高了不少。不过,常年观察互联网行业的第三方人士并不感到惊讶,易观分析新媒体行业分析师马世聪在提到63亿元总额时直言:“金额还好”。文渊智库创始人王超对于金额水涨船高的解释是:“市场上热钱多了。”

按计划,百度原准备为2021年春节红包活动投入10亿元,可是在1月29日百度App升级后,最新版本App上出现“分22亿元”字样。北京商报记者从百度相关人士处了解到:“百度好运中国年活动项目自2020年9月开始筹备,今年活动的整体时长更长,活动数量也更多,活动福利总金额追加到22亿元”。

2月2日是百度“好运中国年”活动的第一天,用户可参与集卡活动瓜分5亿元奖金,也可参与红包活动再分钱。百度将于2月11日(除夕)20点开奖,用户有机会分5亿元以及牛运大礼。1月29日,快手也开始了春节红包互动,喊出“上快手,一起分21亿”的口号。

相比百度和快手,抖音的预热更早,在1月21日版本升级时,就把“分20亿”的字样加在了App最新版图标上。抖音今年春节还有个重量级身份,那就是“2021年春晚独家红包互动合作伙伴”。

每年互联网企业都扎堆春节撒钱,且额度越来越高,这笔生意到底值不值?马世聪直

2015年至今,春节红包都是互联网企业的开年第一战,变化的只有屡创新高的金额。2月2日是百度启动春节红包活动的第一天,至此,抖音、快手、百度全部入局春节档,分别投入20亿元、21亿元、22亿元。

之所以强调这三家企业,不仅因为它们今年春节红包大战最积极的互联网企业,还因为这3家近三年来均拿下过春晚独家网络互动权,且从战略方向看,抖音、快手、百度当下都侧重于内容,尤其是泛视频类内容。移动支付格局稳定后,加入春节大战的互联网企业不只为普及自家支付工具、刺激老用户、吸引新用户。对于即将IPO的快手、身陷二次上市传闻的百度,以及筹备上市的抖音而言,也有拔高品牌认知度的诉求。

言:“不管从进攻还是防御角度来看,春晚都是非常重要的营销场景,是一个流量巨大、影响巨大且十分稀缺的场景。但从往年红包营销来看,20亿元的红包只是开始,后续是否有丰富的服务场景去接住红包带来的增量用户,并将其转化为存量更是关键,这也是最终判断20亿元花得值不值的”。

泛视频当主角

用户留存是红包大战后的重点,迫在眉睫的是如何用有趣的玩法吸引用户。相比春节红包玩法,近几年来大同小异,无外乎是分

现金、分礼品,形式包括但不限于定时发红包、组队发红包等。

一番操作下来,往往除夕之前用户的热情就会被点燃。根据七麦数据预测的App下载量,百度苹果版的下载量在1月30日上涨至9.29万,较上一日多了近1万。同样的时间区间内,快手苹果版下载量约9.99万,较上一日增长1.1万。

其实,快手、抖音、百度并不是今年春节红包的全部参赛选手,支付宝集五福活动已在2月1日上线,微信群红包功能新增专属红包选项,且红包封面可选视频号内容。

不过,自从支付宝和微信告别红包大战



视频号内容(暂只支持1分钟内的视频素材),点击封面故事,还可以直接跳转到视频号。

不只是为了支付

“当年微信和支付宝争夺春节档是为了移动支付,现在支付也是互联网企业在春节档投入大手笔的直接原因。拥有自己的支付工具,就不用受制于人,打通流量变现的闭环后,还可以衍生出更多新业务,比如直播卖货、打赏、金融业务等。”比达咨询分析师李清涛说。

但此一时彼一时,当下的春节红包大战不只是为了支付。从红包的属性和抖音这次公布的玩法来看,支付推广和社交属性的提升应该是此次抖音的重点。”马世聪以抖音为例表态。

相比之下,快手对社交、电商的渴望更强烈。北京商报记者登录快手发现:“集福气中国牛,集齐分2亿”是今年快手为用户设计的集卡活动,在飞行棋小游戏中获得福气卡是用户集卡的重要来源。获得红包后的用户可以邀请好友助力,获得奖金翻倍的机会。飞行棋给予的牛币也可以兑换新年福袋,快手达人发的福袋中包括电商优惠券等礼品。

电商是快手的主要营收来源,社交则是提高用户黏性的重要方式。百度则希望借春节红包活动,把百度系产品串联起来。

百度相关人士向北京商报记者介绍:“今年整个好运中国年活动相较于以往有非常大的不同,除了集卡和红包活动之外,还加入了百度电商、百度健康、百度智能小程序等多条业务线,活动将从2月1日持续至2月28日”。

北京商报记者 魏蔚