

搜房网断臂尚能饭否

互联网家装业务模式由“重”转“轻”、悄然上调二手房电商收费率……诸多重大战略调整在搜房网发布去年四季度财报前后落地,而业界普遍认为,转型一年间盈利转亏,业绩持续走低成就了搜房网壮士断腕的决心,但是转型阵痛的时间节点以及近期战略调整的最终效果却未可知。



财务压力陡增

搜房网去年四季度及年度财报显示,当季总营收为3.007亿美元,同比增长35%,净亏损为3880万美元,同比转亏,去年同期为净利润8250万美元。去年搜房网总营收为8.835亿美元,较上年增长25.7%,去年全年运营亏损为3450万美元,上年运营利润则为3.095亿美元,财报显示,去年归属于搜房网股东的净亏损为1520万美元,该数据在上年为净利润2.532亿美元。

事实上,从去年初搜房网转型以来,这家老牌在线房产的净利润数据就开始持续下行。公开信息显示,去年二、三季度搜房网净利润分别为1616万美元和140万美元,后者同比下跌97.7%,而在2014年财年搜房网净利润数据虽然同比下滑15.2%,但亦达到2.532亿美元,且四个季度均实现盈利。

虽然搜房网的净利润数据并不乐观,但是受利于电商服务和金融服务业务的增长,去年搜房网总营收较上年增长了1.806亿美元,其中电商服务营收为4.748亿美元,较上年增长94.3%,金融服务营收为2960万美元,较上年增长了814.2%。较总

营收增长更甚的是营收成本,财报显示,去年搜房网营收成本为5.554亿美元,较上年增长281.1%,增长主要原因是新电商模式的推动以及员工成本增长等。此外,在去年3.62亿美元的运营支出中,销售支出为2.366亿美元,较上年增长60%,增长主要原因为新电商模式、广告和促销开支增长以及员工成本增加。

改旗易帜自救

从数据上看,去年搜房网由盈转亏的直接原因就是公司由媒介向电商模式的转型。巧合的是,几乎与财报公布的同时,业界风传“搜房网全面退出互联网家装业务”,对此,搜房网市场部人士向北京商报记者解释,“搜房网并没有退出家装市场,而是由‘重’变‘轻’的家装互联网化,平台会吸纳第三方装修公司资源,根据用户个性化需求提供派单服务”。

对此,易观智库分析师陈俊涛坦承:“模式的变化将会引发交易架构和成本的变化,从自营改为平台以后扩张速度会更快。”在他看来,目前房产类网站向家装转型是趋势,各家要考虑的首先是怎么活下来。另有分析人士直言,平台模式将

减少搜房网在员工成本上的压力,这对财报业绩是利好,但是该模式相对于自营模式而言在风控方面会相对弱势。

除转换家装业务打法之外,搜房网在二手房业务上也做出调整。据搜房网介绍,从3月1日起,二手房电商在全国统一执行“0.5%佣金+0.5%保障服务费”的收费标准,之前这一标准为“0.5%佣金+0.2%保障服务费”,对于搜房网二手房相关负责人对媒体“1%不是终点”的表态,搜房网公关部并未正面回应,仅表示“短期内没有涨价计划”。

虽然目前搜房网已对转型业务做出调整,但是陈俊涛认为,短期内是否在财务数据上有所改观尚不好预测,“可能说搜房网现在做出调整是亡羊补牢不算太晚”,他如是说。北京商报记者发现,截至上周五美股收盘搜房网股价为5.93美元,而一年前该公司股价为6.14美元,6月上旬一度冲高至9.11美元,此后即在6.5美元左右徘徊。

不过,较股价、净利润、营收成本与销售支出等相比,对于搜房网而言更愿意强调的是去年电商业务326.03亿美元交易额数据。

北京商报记者 魏蔚

· 资讯 ·

腾讯2亿砸向自媒体

北京商报讯(记者 魏蔚)日前,腾讯公布了酝酿已久的“芒种计划”,正式推出企鹅媒体平台,微信、QQ、腾讯新闻、天天快报四大平台将全面打通。腾讯表示,不仅会给予自媒体内容发布的矩阵渠道,还将通过算法增加其流量和收入。

企鹅媒体平台将和微信公众平台及QQ渠道双向打通,开启移动互联网客户端新时代,用户对内容的关注能够转化为真实的粉丝,同时,更加全面的用户数据展现,也让自媒体更好地实现用户管理、社群运营及粉丝互动。腾讯承诺入驻自媒体将会得到内容页广告收入的100%分成,同时,优质的自媒体将会被推介给腾讯现有的广告主。在维护自媒体原创能力方面,腾讯会建立原创孵化器,还会给生产优质内容的资深自媒体以2亿元的资金补贴。

烘焙O2O香送逆市扩张

北京商报讯(记者 张绪旺 姜红)O2O时下并不好过,但作为国内首家以面包制作配送为主营的电商公司,香送近日发布了新一代伴手礼产品——鲜花饼。新品鲜花饼不仅是一款有情怀并且能与大自然相结合的产品,更是一款战略性新品,意味着香送由以往面包为主的单一化产品形态,向多元化多场景纵深的产品布局发展。

资本造就的O2O喧嚣正在回归理性,竞争不在于补贴,而在于产品和服务。香送数据显示,平均日单量高达5000单,复购率达到40%,月均订单增长率为90%,是普通电商的6—10倍。谈及扩张原因,香送联合创始人王磊介绍:“作为互联网O2O烘焙企业,香送与传统烘焙企业不同之处在于一直坚持以用户决策为创新方向,以用户需求为研发标准。我们的用户80%都是女性,我们很欣喜地发现,这些用户对我们简直形成了依赖,她们购买我们的面包后,还愿意分享给亲朋好友,所以我们开始研发伴手礼产品。”

爱佑汇推出互联网+殡葬服务

北京商报讯(记者 魏蔚)泰康人寿旗下全资子公司爱佑汇日前披露了互联网思维的殡葬服务。爱佑汇能干什么呢?根据它的简介,主要提供“殡、葬、祭、品等一站式服务,包括殡仪服务、陵园墓地服务及在线告别式、二维码扫墓、生前契约保险、遗嘱订立、风水堪舆、基因保存、愿望清单、画像雕塑等产品服务”。

虽然殡葬业在大多数人看来是在服务逝者,但是根据爱佑汇的说法,这确是从生前就开始做的生意。其主要的商业模式也是“寿险”模式,只不过为寿险附加了“殡葬服务”的服务属性,保险受益者可以选择接受保险金,也可以选择接受服务。除此之外,爱佑汇也可以从殡葬服务本身来收费,比如说举办在线葬礼、骨灰盛放、远程悼念等等。爱佑汇大多会采取同服务提供商进行合作的方式,比如和殡仪馆合作举办葬礼、和陵园方合作购买墓地等等。另外,爱佑汇本身也提供一些个性化的丧葬形式,比如壁葬和直升机撒葬等。

朝阳地税局采取多项措施保障二手房缴税需求

朝阳地税局“想纳税人之所想,急纳税人之所急”,采取多项措施,切实保障纳税人二手房缴税需求。

从3月7日起,朝阳地税局第六税务所将增加网上预约量30个、现场办理量15个,提升约15%的办理能力。据悉,增加的办理量将全部通过“早上晚下中午少休”,延长办公时间办理完成;同时,朝阳地税局将密切监控网签量变化,随时采取新措施进一步增大办理量。为了节省办税时间,纳税人可以网上预约办理缴税时间(网址: <http://chaoyang.tax861.gov.cn/>),没有网上预约到缴税号的纳税人可以在第六税务所23号预约窗口和临时设立预约窗口进行现场预约。

根据朝阳区建委数据,今年以来朝阳区日均网签量为304份。目前朝阳地税局第六税务所和其他办税点共26个窗口办理缴税业务,每天办理量达到400份以上,完全能够满足纳税人二手房缴税需求。

为保护纳税人的合法权益,维护正常的缴税秩序,朝阳地税局将会同公安机关对“倒号”行为进行严厉打击;同时,提醒广大纳税人如果有人向您销售二手房缴税预约号,请您拨打公安机关电话110进行举报。

马化腾：以移动互联网提升医疗民生服务

继去年全国两会提出有关“互联网+”的建议后,全国人大代表、腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾今年全国两会又带来五个建议,直指互联网医疗、分享经济、数字内容产业、互联网生态安全和“互联网+”落地措施五大民生“痛点”。

马化腾建议建立分级诊疗并通过互联网技术打破“信息孤岛”,指出实现分级诊疗的一个重要条件是患者信息共享。只有让医务人员及时了解患者的健康、诊疗、用药情况,全程跟踪病人的健康信息,为患者提供连续的整合医疗服务,才能实现基层首诊、双向转诊、上下联动的分级诊疗体系,最终实现社会医疗服务效率提升。

而实际上,腾讯在互联网医疗领域早有布局,近两年,腾讯先后投资了近百家公司,其中互联网医疗公司就有10多家,包括丁香园、挂号网、卓健、医联等。通过这些公司各自的优势差异,构建了一个将医院、医生、患者三者紧密连接,从线上到线下的医疗闭合平台。

除外部投资公司,腾讯内部也持续加大了在互联网医疗领域的探索和投入。早在2015年初,腾讯移动互联网事业群(MIG)下“梦工厂”孵化器便推出了一款名为“糖大夫”的智能血糖仪硬件,并围绕糖尿病管理开始搭建慢性病管理服务平台,相继与贵州百灵、丁香园、众安保险等产业链合作伙伴达成合作。

糖大夫血糖仪已经使得慢性病医疗服务的诸多环节与糖尿病人建立起良好的连接,同时依托于移动互联网和大数据技术所打造的新型慢性病管理平台也逐渐成型。

去年底,腾讯糖大夫与丁香园、众安保险联合推出了糖大夫2.0。糖大夫智能血糖仪作为智能终端连接了丁香园的在线即时诊疗和健康管理服务。同时,糖大夫基于患者的大数据管理,与众安保险共同推出针对患者的康复激励保险服务。

在基础医疗资源紧缺,患者又亟须个性化医疗服务的现状下,糖大夫慢性病管理平台通过大数据分析把优质医疗资源精准匹配给糖尿

病人,围绕患者建立起包括医生、家属和病友的共同看护体系,节省了医患双方的时间和精力,提升了诊疗效率,即使是贫困地区的患者也能享受到经济、及时和全面的个性化医疗服务。

目前,腾讯已逐步完成了连接医院、医生和患者的布局,并通过大数据技术打造健康管理平台,实施疾病预防和分级诊疗计划。去年腾讯副总裁丁珂也在各个场合提及大数据能力在糖大夫智能医疗平台搭建中的作用,以及“连接”一词。

在今年的建议中,马化腾特别提到打破医院“信息孤岛”就要充分利用移动互联网技术建立并完善个人电子健康档案制度,实现相关信息的可得性和互联互通。在医保支付、处方电子化等流程环节,马化腾也均有提议。

接近腾讯医疗业务团队的人士透露,一个名为“腾爱医生”的项目也早已在内部孵化,未来可能定位于提升医生和患者的就医效率,连接优质医疗服务资源构建一个开放的诊疗服务平台。