



新北京楼市周刊

Estate Weekly



地产周刊订阅号

B1-B4

2019.1.31

总第730期 今日4版 每周四出版
新闻热线 64101886
主编 齐琳 执行主编 董家声

补课互联网 我爱我家谋变

继拟收购中环互联筹划广布局、接连人事变动调整定位外,又开始在房地产科技应用与互联网转型上发力。2019年开年以来,我爱我家先后于1月7日以及1月24日与微软、中国移动达成战略合作,这被外界视为其互联网转型、重谋行业位次的信号。



加码VR

我爱我家对外的最新增资动作,剑指VR看房。

1月24日晚间,我爱我家发布公告,公司拟以现金方式出资1777.7778万元用于对上海亦我信息技术有限公司(以下简称“上海亦我”)进行增资,本次增资完成后,上海亦我的注册资本由12.037万元增加至13.3744万元,我爱我家取得其9.9997%的股权。我爱我家称,通过增资入股上海亦我,有利于加强我爱我家在VR看房领域的布局,促进公司体系内的房源快速实现VR展示,促进公司主营业务的快速发展,促进公司战略目标的实现。

吸引我爱我家砸下重金的,是上海亦我手持的核心业务项目——“123看房”。

公告显示,作为一家从事室内3D实景建模和远程看房的专业化公司,上海亦我成立于2014年3月27日,其“123看房”是全球首批通过机器视觉、机器学习实现低成本3D建模的技术提供商,通过将人工智能领域的前沿科技应用于房地产领域,实现在新房和二手房领域的海量3D实景建模与远程看房。北京商报记者了解到,凭借“123看房”在行业内的VR制作优势,上海亦我曾先后获得房产服务平台“同策房产”、58集团互联网房产信息服务品牌“安居客”的投资,并聚焦了行业内一众房地产相关企业的关注目光。

我爱我家的投资逻辑似乎不难理

解。当前市面上包括贝壳找房、安居客、房天下以及中原地产在内的四大中介平台均已入局VR看房,尽管其看房App对于VR展示房源的表现形式呈现差异,但是各家抢滩布局的热情均十分高涨。

我爱我家公告中对于上海亦我的具体描述,也足见其背后思量。根据公告,上海亦我经营业务包括VR看房业务,其VR看房技术具有三大特点:一是拍摄迅速、成本低,更适用于二手房交易较多的公司使用;二是家居家装VR,通过“123看房”的独家拍摄技术及3D建模技术,可以实现快速量房、精确量房,并对接3D的虚拟装饰效果,帮助房地产行业从家装市场变现流量;三是智慧城市,通过VR技术,实现消防远程监控可视化、智能家居控制可视化,以及虚拟商铺和整体数据。

关于VR看房,我爱我家瞄准的不只是当下,更是未来。我爱我家于公告中直言:“鉴于上海亦我与本公司在资源与业务方面有较好的互补性,未来在VR看房上存在战略契合点,有广阔的业务合作空间”。

不过有业内人士指出,作为一项科技领域的新兴技术,VR虽然可以在房地产中介发挥远超预期的功效,但要想真正实现“改变行业”的大目标,软硬件层面上依旧有许多有待提高的发展空间。

跨界合作

在宣布增资上海亦我、旨在通过其

核心业务“123看房”加强自身VR布局的同时,一场来自我爱我家这个传统房地产中介机构与移动通信运营商的“跨界牵手”,也于同一日赋予了更多内容。

1月24日晚间,我爱我家对外宣布与中国移动通信集团北京有限公司(以下简称“中国移动北京公司”)签署战略合作框架协议。在行业人士看来,这意味着我爱我家在上市之后,全面走向数字化之路的转型意图已经十分明显。

根据公告,中国移动北京公司将为我爱我家提供优质的通信基础服务,其中包括为我爱我家员工手机号码提供通信服务,以及企业彩印、视频彩铃、中间号码隐藏等企业内部的运营服务。同时,中国移动北京公司将为我爱我家提供包括互联网专线和数字传输专线等服务在内的优质专线服务,以及IDC和移动云服务。

此外,中国移动北京公司还将依据我爱我家的需求,为我爱我家提供智慧门店以及智能家居等服务。据了解,基于我爱我家旗下相寓租房高端品牌公寓的定位,中国移动可以提供光纤到户的企业宽带及家庭宽带,以及智能安防、互联网电视和大视频服务等成套的智能家居解决方案,并实现远程监控水表电表的数据,帮助简化退租流程的同时还可以提供住户缴费提示、异常状态报警、费用清算等服务。

合硕机构首席分析师郭毅表示,从我爱我家与中国移动北京公司的战略

合作框架协议内容来看,对于我爱我家而言,二者间的合作一是基于降低运营成本的考量,此外,如果中国移动能够在数据端上实现对中介门店及持有房源的智慧化管理和服务,或将对我爱我家整体服务水平的提升和管理半径的加大有所帮助。

“不过,上述合作对于我爱我家本身的服务水平和技术能力的提升,并没有什么本质作用。”郭毅如是补充道。

转型提速

中国楼市迈入“租购并举”存量房时代之下,如何更好地匹配存量房租赁、买卖需求以及提供更优质的服务,越来越多地被外界提及,这一问题也亟须包括老牌经纪公司、互联网中介和创业公司在内的中介行业从业企业作答。在此背景下,我爱我家正试图以转型来“接招”。

资料显示,当前我爱我家集团旗下拥有我爱我家、相寓、昆百大、伟业顾问、汇金行、伟嘉安捷、我爱我家海外等多个专业品牌,服务包括二手房经纪、新房开发与代理、住宅及商业资产管理、投资金融、海外业务等。国内业务覆盖北京、上海、杭州等国内17个大型城市,国际业务覆盖美国、加拿大、澳大利亚等50余个国家和地区。

然而,相对多元化的产品以及较大范围的业务布局并没有给我爱我家足够的安全感,在中介行业平台化新秀接连涌现且日渐壮大的当下,不管是出于自发亦或是行业倒逼的变革,老牌中介公司的自我革新已然势在必行。众多资料也显示,我爱我家近来已在转型上开始提速。

转型冲击之下,首当其冲的是我爱我家高管一行迎来变阵。1月8日媒体报道,北京我爱我家原总经理高晓辉晋升为副总裁,北京我爱我家仍由高晓辉管理;控股公司将成立区域运营中心,高晓辉将分管除杭州、苏州、南京之外的城市公司运营。此外,北京我爱我家原副总经理、相寓总经理刘洋被任命为上海我爱我家总经理,相寓总经理职务仍然不变。而实际上,自2018年5月开始,我爱我家的人事变动便已接连不断:2018年5月18日,我爱我家监事、监事会主席顾俊辞职;6月6日,总裁助理窦岩离职;8月18日,副总裁、我爱我家研究院院长胡景晖卸任;8月21日,副总裁兼首席CIO(首席信息官)曹晓航也提交了辞职申请。

(下转B2版)