

网的商品房： 房售创新还是企业“作秀”？

□据 新华社

房子也能“网购”了。近期，知名房企 SOHO 中国拿出商铺在网络出售并顺利成交。此外，有电子商务网站准备尝试更大规模的网络售房。

在“史上最严调控”不断推进的背景下，网的商品房，是房企“作秀”还是交易方式的创新？房产销售电子商务前景如何？记者进行了调查。

房产交易“触网”

今年4月，知名房企、中介机构和电子商务公司纷纷进入网上房产交易市场，并先后推出商铺和住宅在网上竞拍。

4月23日，SOHO 中国拿出两套商铺，和某网站合作进行“竞拍”。据介绍，此次网上商铺拍卖采用无底价方式进行，并分别设定最高限价封顶，从提交资料到拍卖结束整个过程均在网上进行。

经过37轮竞价，“朝阳门SOHO二期-122 商铺”以720万元的价格被网友“aiju_0619”一口价“竞得”，成交单价为79893元每平方米，比市场价高约1个百分点。另一套商铺以1202万元的价格被网友“guo188”拿下。

此前，淘宝地产与一房产中介合作的房产电子商务平台已经上线。淘宝房产媒体经理葛瑞超说，希望通过分析市场反应决定未来的推广和营销方向。

“我们的目标客户是二三十岁的白领，特别是喜欢网上购物的那群人。”葛瑞超说，淘宝地产下一步的工作是接触更多开发商，共同开创新型房地产市场。

SOHO 中国的电子商务网站。
(新华社发)



“创新”还是“作秀”？

对“网的商品房”现象，业内人士和网友众说纷纭。有观点认为，这是对房地产传统销售方式的一种创新，甚至可以说是在调控背景下楼市销售“独辟蹊径”。

潘石屹认为，目前的房地产交易中最大的问题就是“信息不透明”，存在“不创造价值，只靠垄断信息来赚钱”的中介和中间环节。

“通过网上竞买的方式，将买房信息透明化，让购房者自己决定房价，减少中间代理环节，这是房地产销售模式的创新。”潘石屹说。葛瑞超在接受记者采访时也表示，淘宝地产平台的推出旨在让消费者有更多比较和选择。

还有人士认为，“网上卖房”的兴起与房地产调控有一定关系。在严厉调控下，房地产市场观望气氛浓厚，成交量明显萎缩，

如何拓宽营销渠道已成为房企面临的重要问题。

另有观点认为，“网的商品房”是一种博取市场“眼球”的行为。网友“老茶根儿”说，进行拍卖的量非常有限，开发商的目的只是进行项目推广，提高知名度。

一从事房地产销售多年的人士告诉记者，高调网上卖房，其实只是完成一个价格确定的环节，只是一种营销策略；此外，每次拍卖的量都很少，房产价格自然因此抬升，楼盘整体价格也会上涨。

上海市商业经济研究中心主任齐晓斋认为，单纯的网上购房是不现实的，“购买房产有很多决定因素，户型、建筑风格、周边环境等都影响着房屋的价值，这些必须要到现场看才能了解清楚”。

房产销售 离电子商务有多远？

“网的商品房”引出的另一个话题却颇有探讨价值：房产销售离电子商务有多远？网购房屋的时机是否已经成熟？

新浪网对1300多名网友的问卷调查显示，63.1%的网友能接受网上购房，不到1/4的受访者表示无法接受。

至少从目前来看，市场对“网的商品房”总体还处于“围观”状态。SOHO 中国的网上拍卖虽然广受网民关注，但实际上报名参加竞拍的仅有400多人，而其中真正交纳保证金的只有不到1/5。至于淘宝地产，从上线至今，只有31人尝试网上订房，其中完成订房交纳5000元订金的，更是只有一名来自杭州的买家。

中国电子商务研究协会分析师方盈芝表示，对于车与房，消费者注重自己的直接感受，只有投资者才会轻易在网上下单。

齐晓斋认为，网购住宅还要考虑限购政策和税率的变化等，签订合同和交易过程比较繁琐，仅依靠网上交易无法完成。

就线上线下价差问题，淘宝地产的葛瑞超坦言，要房地产商明确提出网上价格在市面价基础上打折有一定的困难，这样会对传统的销售渠道造成压力。“我们目前还是采用以活动带项目的方式，比如通过网上买房赠送服务，或者是专门推出一些适合年轻群体的总价比较低的房源。通过有一定时间或者范围限制性的优惠，将线上和线下的消费者区分开来。”葛瑞超说。

潘石屹认为，房地产行业利用电子技术和网络技术还比较滞后。过去几年，成交量和房价的暴涨，使这个行业没有利用新技术改造行业和企业的动力。如果要在网上充分公布房子的各种信息，需要从设计开始电子化。随着房地产行业新技术的应用，这将一步步地完善起来。

洛阳社区
我们的家园

洛阳社区 洛阳人的网上家园

时事

文学

休闲

BBS

教育

户外

娱乐

BBS LYD.COM.CN

广纳言论、开放包容的大型网络互动交流平台

注册人数超过**30万** 日均页面点击量超过**6万**