ifenxi

爱分析 中国房地产科技行业报告

2019年9月





爱分析 中国房地产科技行业报告 2019年9月

报告编委

报告指导人

金建华 爱分析 创始人&CEO

张扬 爱分析 联合创始人&首席分析师

报告执笔人

黄勇 爱分析 高级分析师

外部专家(按姓氏笔划排序)

匡健锋 好租 联合创始人

张剑 纳什空间 创始人&CEO

项铭 CREAMS 创始人&CEO

崔健 打扮家 创始人&总裁

雷巧萍 云智易 创始人&CEO

特别鸣谢



报告摘要

房地产行业面临三大核心挑战

- 房地产行业步入存量时代。开发环节行业集中度快速提升,整体利润水平下降。企业需要从开发销售业务向资产运营和服务转型,核心能力要求转变为精细化运营。
- 房地产行业的需求端升级。房地产企业需要建立完善用户连接,实现用户需求洞察,从而提升产品和服务能力。
- 政策驱动下,房地产行业金融去杠杆趋势明显。房地产企业融资渠道缩紧,需要提升现金流管理能力、寻求创新型融资方式。

数字化转型助力企业应对挑战

- 在房地产开发环节,数字化助力企业降本增效,并助力企业补充从开发向运营和服务转型的核心能力;数字化转型路径分为信息化、在线化和智能化三个阶段。
- 在资产运营环节,资产运营商需要建立数字化的资产运营体系,通过数据赋能开发、招商、运营、服务等全流程,实现资产运营的降本增效和服务增值,提升资产回报水平,并助力资产的金融化。

未来展望: 5G 和建筑工业化

- 5G作为物联网新一代基础设施,基于其高带宽、低时延、高可靠等性能,将加速房地产 领域的万物互联和数字化,释放AloT相关应用的潜力,并解锁更多应用场景。
- 建筑工业化将显著提升建筑全生命周期的运营效率,也为房地产各产业链的数字化提供 更完善的底层基础。

目录

一. 房地产科技行业概览	8
二. 房地产行业的变革与挑战	11
三. 开发环节的数字化转型	19
四. 运营环节的数字化转型	26
五. 房地产科技未来展望	37
结语 结语	38
关于爱分析	39

CHAPTER O

房地产科技行业概览

1. 房地产科技行业概览

1.1 房地产科技的定义

伴随着市场环境与政策的变化,房地产行业面临一系列全新的变革。在这个过程中,房地产企业需要通过业务模式创新和能力重塑来更好地应对变革带来的挑战。

与此同时,云计算、物联网、大数据、人工智能等新技术的渗透,给房地产行业带来了诸多变革提升的机遇。

例如,信息化和云化提升房地产企业管理效率,并通过连接和数据沉淀赋能业务创新;数据作为新资源,助力业务洞察和智能决策;物联网实现了物理空间的数据采集,并与人工智能技术结合,通过智能服务提升运营效率和服务体验;AR/VR带来了VR看房等创新的信息交互方式。

以上述技术应用为支撑的数字化转型,是房地产企业应对挑战的关键举措。

房地产科技,是指云计算、物联网、大数据、人工智能等数字化技术在房地产开发、运营、流通、后服务等环节的应用。

1.2 房地产科技行业图谱

围绕着各种技术在房地产产业链各个环节的渗透形成的应用场景和产品形态,可以划分出如下的房地产科技行业图谱。

图 1: 房地产科技行业图谱



爱分析绘制

房地产产业链可以划分为开发、运营、流通和后服务四个环节。其中,房地产开发商、资产运营商等产业链主体也是主导房地产科技落地行业应用的主体。

在产业链各个环节,科技服务商推动技术应用落地,成为不同的应用场景和产品形态。例如,在开发环节,以 BIM 为代表的信息技术在推动数字建筑的成型,物联网、云计算、人工智能和机器人等技术在推动传统工地在施工和管理上的自动化和智能化。

本报告将重点讨论房地产开发和运营环节的科技应用和数字化转型。

CHAPTER O 2

房地产行业的变革与挑战

2. 房地产行业的变革与挑战

过去二十年,伴随着中国住房制度的市场化改革和城镇化的推进,房地产行业经历了高速增长的阶段,并培育出众多数千亿市值的以房地产开发为核心业务的房地产企业。

现阶段,房地产行业已经进入新的发展阶段。需求、供给、政策、技术等驱动因素的变革,正在改变房地产开发、运营、流通到后服务等产业链的各个环节,给产业链各主体带来全新的挑战。

2.1 房地产行业步入存量时代

伴随着城镇化进程的放缓,房地产增量开发的增速下滑,未来 10 年,房地产行业将处于步入存量化的换挡期。

城镇化是推动房地产增量需求的主要动力。伴随着中国城镇化进程进入中后期,城镇化率逐步放缓,城镇人口增速明显下滑。根据国家统计局数据,2018年我国城镇化率为59.58%,而城镇人口增速从2001年的4.7%下降到了2018年的2.2%。结合美国、日本等国际经验,城镇化率到达80%左右是较成熟的水平。因此,中国城镇化仍有10%~20%的提升空间。未来10年左右,新房开发和销售额将维持在高位,但增速会逐步放缓。

图 2: 城镇化进入尾声阶段, 增量开发增速放缓



数据来源:中国国家统计局

图 3: 城镇人口增速下滑



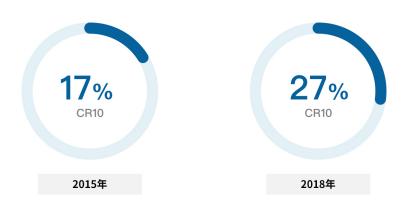
数据来源:中国国家统计局

对于房地产企业而言,房地产行业的存量化趋势带来了三方面的挑战。

第一,房地产开发行业集中度快速提升,大量开发商面临出局风险,业务转型变革压力巨大。 由于增量开发市场规模增速下滑,行业陷入存量竞争,而头部企业凭借在拿地、金融、开发等 方面的资源优势,业务规模仍在持续增长、挤压中小开发商的市场份额、拉动行业集中度快速 提升。

按销售额数据口径统计, TOP10 房地产开发商的市占率从 2015 年的 17%快速增长到 2018 年的 27%。在行业集中度快速提升的过程中,中小房地产企业面临出局风险,需要寻求业务和商业 模式的转型变革。

图 4: 销售额 TOP10 房企市占率



数据来源:中国国家统计局 克尔瑞

第二,行业整体利润水平下滑,房地产企业的核心能力竞争从拿地等资源获取能力转变为精细 化运营能力。一方面,受土地供给和金融去杠杆等政策影响,拿地成本和融资成本呈上涨趋势; 另一方面,稳房价是政策调控核心导向,房价上涨趋势被抑制。两方面因素作用下,房地产开 发业务整体利润水平呈下滑趋势。

在行业利润率整体下滑的背景下,房地产企业的能力要求发生了变化。获取资源和快速周转的 模式无法保证稳定的利润表现,通过精细化运营来降本增效,日益成为关键的竞争要素和能力 要求。

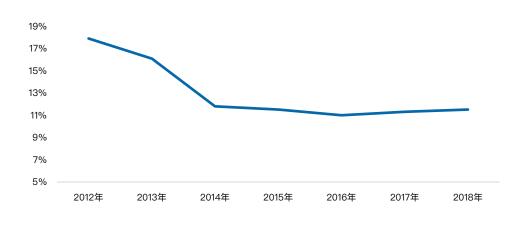


图 5: 房地产百强企业净利润率均值

数据来源:中国房地产 TOP10 研究组

第三,产业价值链整体从增量开发向存量资产运营转移,上游开发商企业需要从开发销售向资 产运营转型。长期来看,增量开发业务的市场空间将逐步缩减,而存量资产的规模和价值不断 积累,存量资产运营的价值将日益凸显。

参考房地产行业发展成熟的美国市场,市值处于第一梯队的房地产企业是商业地产运营商西蒙 地产(Simon ProPerty Group)、长租公寓运营商 EQR 等。因此,对于上游开发商企业而言, 必然需要将业务从开发销售延伸到资产运营环节。

此外,随着存量资产供给的不断积累,以办公地产为代表的资产也将逐步进入存量时代,带来 运营和去化压力的提升。

2.2 需求端全面升级

在需求端,城镇化进程的放缓带来的是对总体增量需求的的下滑。与此同时,房地产作为满足居住、办公、商业、产业等空间服务需求的载体,面临着需求端的全面升级。供需关系和人口结构的变化,是推动需求端升级的两大要素。

从供需关系来看,住宅和商业地产开发带来了供给端的积累,整体上解决了供给短缺的问题。 此外,居民收入水平提升,需求端逐渐从解决量层面的短缺问题转向追求服务品质的升级。

例如,在居住服务领域,一二线城市住房租赁市场迎来了升级。以自如为代表的长租公寓企业,作为机构化的住房租赁服务提供商出现。相比传统 C2C 模式下的个人供给,长租公寓企业对租赁住房进行装修改造,提升房源质量,并提供更完善的租后服务和权益保障。在此基础上,租金水平产生了显著溢价,房源规模持续扩张至近百万间。

从人口结构来看,作为"千禧一代"的80后、90后日益成为购房置业、办公等需求的主力人群。 他们是数字化原住民,行为习惯是互联网化的;且整体成长于物质更加充裕的时代,在衣、食 等消费领域经历着消费升级的体验,对房地产服务的需求也必然升级,包括对健康舒适、安全、 智能化等方面的需求增强;同时,呈现出需求快速迭代、个性化的特征。

例如,在办公地产领域,新一代人群中自由职业者、创新型组织的比例提升,产生了灵活办公的需求,共享办公业态应运而生。商业地产领域,顺应消费者日益升级的需求,盒马鲜生等新零售业态层出不穷,快速迭代。

需求端的升级,对于房地产企业是更加深层次的挑战。未来房地产企业的商业模式向运营和服务延伸的过程中,竞争必然回归到对单客经济的争夺,即如何提供更加贴近消费者需求的产品和服务。这要求房地产企业能够更好地触达消费者,洞察和理解消费者需求,并提升产品和服务能力。

然而,不管是开发商还是运营商,现阶段的业务流程中,整体缺乏对终端消费者的触点和连接,数字化能力不足,难以快速洞察和应对消费者需求的变化。例如,开发商在完成住宅开发后, 一般通过代理机构销售给业主,在整个业务流程中缺乏与业主的连接。

2.3 金融去杠杆

重资产属性的房地产,从开发到运营环节都具备很强的金融属性,对资金杠杆的依赖性强。受政策驱动,在宏观政策以金融去杠杆为长期导向的大背景下,房地产行业首当其冲。房地产企业的融资持续受到政策严格监管,融资渠道不断收紧,融资成本上升。

图 6: 2018 年以来部分金融监管政策梳理

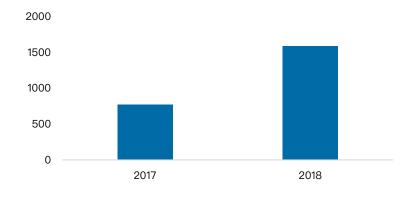
时间	颁布机构	政策文件
2018.01	银监会	《商业银行委托贷款管理办法》
	银监会	《中国银监会关于进一步深化整治银行业市场乱象的通知》
	上海银监局	《关于规范开展并购贷款业务的通知》
2018.04	央行、银保监会、 证监会、外管局	《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》
2019.05	银保监会	《关于开展"巩固治乱象成果促进合规建设"工作的通知》
2019.07	发改委	《关于对房地产企业发行外债申请备案登记有关要求的通知》

数据来源: 爱分析整理

对于房地产开发商和运营商,提升现金流管理能力和资金使用效率,寻求创新的融资渠道,是应对金融去杠杆趋势的必然选择。

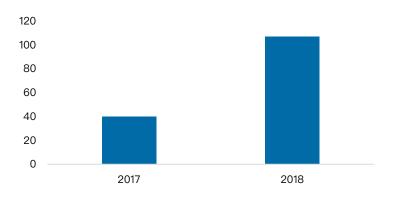
其中,存量资产的证券化是重要融资手段之一。例如,2019 年 6 月,纳什空间发行了联合办公 领域国内首单 ABS。但现阶段,REITs 等资产证券化创新金融工具尚不成熟。以房企 ABS 和房企长租公寓资产证券化产品为例,虽然发行规模显著增长,但资源主要集中在头部房企,融资仍然主要依赖于企业主体信用,资源仍集中在核心企业。如何通过运营能力的提升和资产表现的数据化来打通资产证券化路径,是整个行业需要解决的命题。

图 7: 百强房地产企业 ABS 发行规模(亿元)



数据来源:中国房地产 TOP10 研究组

图 8: 房企长租公寓资产证券化发行规模(亿元)



数据来源:克尔瑞

2.4 数字化转型助力应对挑战

综上所述,行业进入存量化阶段、需求端升级以及金融去杠杆等三大变革趋势,给房地产企业 带来了一系列挑战。

图 9: 变革趋势与挑战一览

变革趋势	挑战
存量化	行业集中度快速提升,竞争加剧,变革压力巨大。
	行业整体利润水平下滑,核心能力要求转变为精细化运营。
	如何从开发销售业务向资产运营和服务转型。
需求升级	建立用户连接,洞察用户需求,提升产品和服务能力。
金融去杠杆	提升现金流管理能力,寻求创新型融资方式。

数据来源: 爱分析整理

面对行业变革带来的上述挑战,房地产企业需要寻找新的业务增长动力,并积极推动业务创新, 以实现转型升级。积极拥抱新技术,推进数字化转型,是房地产企业重塑增长和业务转型的必 然选择。

能够率先把新技术应用到业务当中享受技术红利的企业,有机会打造竞争力优势,而落后者很 可能被淘汰。此外,错误的数字化转型路径会带来资源投入的浪费。因此,如何评估技术的应 用价值,选择合适的技术应用场景,成为房地产企业必须面对的问题。

接下来,我们将围绕房地产开发和资产运营两个环节,分析数字化转型的路径、价值以及典型 应用场景和实践案例。

CHAPTER O 3

开发环节的数字化转型

3. 开发环节的数字化转型

在房地产开发环节,一方面,由于开发业务已经进入存量竞争阶段,行业利润水平下滑,企业需要转变原有粗放的增长方式,通过数字化手段实现精细化运营,提升经营效率。

另一方面,长期来看,房地产开发企业需要从开发业务向存量资产运营和服务转型,数字化是实现这种业务转型的重要能力支撑。

3.1 数字化实现开发环节降本增效

面对开发业务利润率下滑的挑战,房地产企业依靠传统的资源获取和快速周转的模式,无法保证稳定的利润表现。通过数字化手段实现精细化经营从而降本增效,成为新的关键竞争力。

具体而言,与各个行业的数字化路径一致,房地产行业开发环节的数字化转型路径分为信息化、 在线化和智能化三个阶段。

图 10: 开发环节的数字化转型路径



爱分析绘制

首先,数字化的第一个阶段是内部管理的信息化。

在红利衰竭的市场环境下,企业的经营管理水平日益成为影响业绩表现的关键要素。随着业务 规模的增长以及市场风险因素的增加,传统的管理手段无法实现有效管控和快速反应。完善以 ERP 为基础的 IT 基础设施,实现内部管理的信息化,可以保证管理制度在企业内部各业务线和各层级的贯彻执行,并及时掌握市场和业务动态、规避市场风险。

尤其是对于大型房地产企业而言,在庞大的组织规模和复杂的业务体系下,采用信息化手段来 支撑企业的组织管控、内部协同、业务决策等环节是必不可少的。例如,总部需要通过信息化 系统快速了解某个分公司项目的成本投入和销售进展等数据,及时做出相关决策。

内部管理的信息化,包括人力、财务、OA 等后台管理模块,以及以项目管理为核心的业务管理模块,两者相互协同。在项目管理方面,通过对项目计划、成本、销售等流程的标准化和数据化管理,可以实现对项目进展和关键指标的精细化和实时监控,提升项目收益的可控性,管控好现金流。

最终,通过信息化可以实现内部管理的标准化、业务的规范化以及财务业务的一体化,提升企业经营管理水平。

以万科、保利、龙湖等头部房地产企业为代表,房地产行业的数字化转型从信息化开始不断推进。目前,大部分头部房地产企业已经完成了以 ERP 为核心的 IT 基础设施建设,信息化基础已相对成熟,下一步的重点在于功能和应用价值的升级。

数字化的第二个阶段是在线化。在信息化的基础上,实现业务场景的在线化,包括内部经营管理在线化,以及与终端客户和供应商的在线化连接和交互。在线化的价值在于通过在线连接的实时交互提升内外部协同效率,积累业务数据,并创新服务模式。

首先,在线化实现内部经营管理和外部业务场景的实时连接,数据反馈实时同步,提升内外部协同效率。例如,在智慧供应链体系下,企业与供应商实时在线连接,实现项目采购寻源、供需匹配、招投标及项目协同等流程的快速协同,提升采购效率和反应速度。

其次,在线化的业务场景天然是数据化的,可以实时沉淀业务交互数据。信息化阶段,各个系统数据和业务链各环节数据是割裂的,与前端业务的关联性不足,数据的价值得不到最大化利用。在线化打破这种割裂关系,使得业务数据可以实时积累。

此外 ,在线化也是一种服务模式创新。随着购物、餐饮、出行等领域在线化平台服务商崛起和成熟, C 端客户行为习惯早已完成了在线化的转变,这种趋势统一渗透到房地产领域。为了顺应终端客户需求和行为模式的变化,实现与终端客户的在线化触达和服务,必须要进行服务的在线化。

房地产销售环节是与 C 端客户产生直接交互的节点。在智慧案场的场景,售楼处的在线化可以 实现与客户的线上触达,通过 APP、小程序等移动端支撑线上开盘等场景,满足客户的在线化 需求;通过对接银行等购房相关配套外部服务商系统,可以在案场更好地服务客户,缩减从客 户看房到交易的转化流程,提升销售转化率;通过对接二手房经纪人,实现销售渠道的拓展, 提升去化速度。

最后,基于信息化和在线化的数据沉淀,数字化将进入第三个阶段——智能化。智能化的核心 是数据驱动业务决策。

信息化和在线化,是实现数据驱动的业务监测和洞察,但主要还是由人根据经验做决策,数据 是辅助的参考。在数字化较为成熟的阶段,随着内部业务数据的积累、外部数据的接入以及数 据量的增长,将进入数据驱动决策的智能化阶段。

例如,在拿地和项目定位阶段,传统方式依赖人的经验,在搜集项目相关外部数据的基础上做 决策。而基于数字化系统积累的历史项目投资、产品定位设计、成本和销售数据,辅以地理信 息数据、人口数据、市场行情等外部数据,可以建立一套智能的项目投资和产品定位决策模型。 在项目投资等决策时,输入项目相关数据、由机器根据数据模型直接给出最终的投资决策、避 免依靠经验决策的不确定性风险。

在营销环节,以客户数据为核心的数据积累将改变营销业务流程,实现智能营销。传统业务流 程下,营销、销售、物业服务等客户触达环节是割裂的,案场、广告、中介机构等各销售渠道 也缺乏数据整合,无法建立统一的客户画像。

数字化转型下,基于各业务系统和渠道场景的信息化和在线化,可以建立统一的客户数据运营 平台、通过挖掘客户数据价值建立客户画像和触达渠道以支撑精准营销,提升客户体验。

整体而言,目前房地产开发环节的数字化应用还处于在线化的起步阶段,距离智能化的应用还 有相当长的一段距离。

3.2 数字化助力开发向运营和服务转型

由于增量开发业务的长期增长空间有限、房地产开发企业需要寻找新的业务增长点、而存量资 产运营代表了未来趋势。基于开发业务在资产等方面的积累,房地产开发企业进行业务转型的 核心方向,是从开发销售向存量资产的持有、运营转型,实现基业长青。

从服务客户的角度出发、房地产开发企业的业务转型、需要从单一的开发和销售向客户全生命 周期服务升级,提升单客价值。

在房地产开发和销售的业务模式下,房产交易完成之后,客户生命周期即基本结束,后续的家 装家居、物业服务、社区服务、资产管理等需求,则由下游分散的服务商提供。随着开发销售 业务增长空间的缩减和盈利能力的下滑,延长客户生命周期、提供更多服务成为重要的业务增 长点。

对于房地产开发企业,要实现从开发销售向存量资产持有运营和客户全生命周期服务转型,推 进数字化转型是必要支撑。

一方面,从业务角度,存量资产运营与开发销售业务的能力模型不同。存量资产运营需要补充 精细化运营能力,而业务的数字化是实现精细化运营的关键。

另一方面,从产品和服务角度,要实现对客户全生命周期的服务,就必须与客户建立更紧密的 连接,从而实现有效的客户洞察,这是一个客户数字化的过程。具体而言,客户数字化是指通 过建立与客户的数字化触点,沉淀客户数据,并提供数字化的产品和服务体验。

例如,万科的数据中台就把客户洞察和个性化服务作为重要应用场景之一,通过多个业务系统 和多业态的大量数据的沉淀,以及数据模型的构建,实现"千人千面"的个性化服务。

打扮家家装 BIM 系统助力开发商个性化精装业务

打扮家定位于装企的互联网基础设施服务提供商,通过 BIM 系统驱动设计管理环节数字 化,实现效果图、施工图、精准算量一体化,解决家装行业的交付时效和施工质量问题,并为装修公司降低管理成本。同时,打扮家利用智慧设计、智慧交付、智慧运维三大平台,为全国各大装修公司、家装平台提供房屋全生命周期的解决方案。

在存量化趋势下,伴随着住宅商品房精装化以及业主端的个性化需求的增长,个性化定制精装业务成为开发商尝试延伸到后服务领域的重要业务。然而,虽然地产商开展个性化精装业务在批量化获客和集中设计方面有明显优势,但也面临缺乏需求洞察、规模不经济、设计繁重、用户个性化不足、交付质量难以控制等诸多难点。

在需求洞察上,传统地产商由于缺乏有效的"前中后"一体化数字系统,未能做到装修档案的数字化,导致缺少完整的系统化的客户数据,难以对分散的需求进行预测和产品开发,造成规模不经济,也无法提供全生命周期服务。在设计上,传统地产商采用先AutoCAD 二维设计后 3ds Max 三维表现的形式,设计师绘图任务十分繁重,并且平、立、剖面图之间及其与三维模型之间并不联动关联,某一图纸的变动将导致其它图纸的手动修改甚至重绘,往往会出现各种图纸表达互不相符的现象,修改费时费力且难以精准,而精装修的设计窗口期十分狭窄,设计师难以完成千人千面的设计,无法体现每一位用户的特性。在交付上,海量集中式工地与有限工人资源存在矛盾,材料、人工多环节的协同难以调度,材料与人工的计划难以完美匹配,质量以人为主难以控制。

图 11: 打扮家 BIM 级装修 SaaS 平台规划

	装修业务系统		核心系统
BIM设计平台	BBC工程平台	数字运维平台	ERP
客户DIY产品 BIM集中设计 AI设计引擎	排期计划 智能人工调度 智能材料调度	数据化装修档案 需求智能预测	ВІ
需求收集引擎	自化物料则及		财务
用户端	CRM		人力
	全屋3	D数字档案	

数据来源: 打扮家 爱分析

针对这些难点、打扮家为开发商背景的家装企业输出以 BIM 级装修 SaaS 平台为核心的 智慧家装解决方案,贯穿家装过程中设计、交付、运维等各个环节,实现全流程的家装 数字化管理服务。

BIM 系统不再是一个单纯的几何绘图工具,而是建立在构件之上的信息化模型,其内置 强大的构件库可以随时调用,为用户设计提供个性化体验,将用户脑中所想实时反映到 设计当中, 达到所想即所见。

BIM 系统实现了效果设计、施工出图、算量报价这些环节的相互联动,还涵盖了装修中 大量的标准化和逻辑化需求,提升了设计师的工作效率,将设计师从大量重复繁杂的绘 图工作中解放出来,更好的关注用户需求,让千人千面的个性化设计成为可能。

在算量环节, BIM 系统将整个施工过程拆解到最小可计量的级别, 实现算量统计的数字 化和精准化。系统对细节的关注,保证所出算量在实际施工中可直接落地交付,无增项 无漏项、避免装企人力物力的浪费、实现设计即交付、所见即所得。

在交付环节,基于 BIM 系统可以实现施工标准化与透明化。通过设计环节与供应链、施 工环节的数据打通,系统可以实现智慧化的交付管理,加强对对项目细节和进度的把控, 可以提升项目管控效率。

在此过程中,系统将积累大量用户交易的真实数据,据此可以进行设计方案和产品组合 推荐,优化装企的供应链结构。装企还可以通过家装 BIM 系统沉淀的设计方案和关键材 料使用年限等客户数据,建立全屋 3D 数字档案,为客户后续的物业服务打下坚实基础。

利用 BIM 系统, 地产商通过个性化精装修业务可以把客户服务周期延长到数十年, 将低 频低黏性的单次服务变为高频高黏性的持续服务。

CHAPTER O 4

运营环节的数字化转型

4. 运营环节的数字化转型

存量化趋势下,资产运营的价值日益凸显。伴随着消费升级和产业升级,公寓、酒店、写字楼、购物中心、产业园等空间资产作为消费和产业的载体和线下流量入口,将承载日益丰富的内涵。如何让资产以更高效的方式运营,让空间更加满足各类用户主体的需求,从而实现资产价值的最大化,是资产运营环节的核心命题。

随着存量资产运营环节竞争的加剧,各类专业化的资产运营机构将应运而生,资产运营能力将不断走向精细化。数字化是构建未来资产运营体系的核心。

4.1 构建数字化资产运营体系

数字化的资产运营体系,是以数据为核心的运营。通过对实体空间物理数据、周边数据、用户数据等相关数据的全方位采集,构建实体空间的虚拟化数字孪生体,最终通过数据赋能于资产运营的全流程,实现资产运营的降本增效和服务创新。

图 12 数字化资产运营体系



爱分析绘制

资产数据的采集,是构建数字化运营体系的基础,资产数据的采集方式主要分为两类。

首先,需要通过资产管理 SaaS,实现资产管理的数字化。资产管理 SaaS 对接资产基础物理数据、物业设施数据、招商数据、租约数据、用户数据等数据,进行统一的信息化、在线化管理。此外,也可以整合楼宇原有的设备设施管理系统的数据,包括能源管理、访客管理、停车系统等楼宇子系统。资产管理 SaaS 作为统一的管理入口,实现基础数据的整合。

其次,资产运营的对象是实体空间,伴随着物联网、人工智能等技术的发展和融合,AloT 智能终端对实体空间数据的采集能力大幅增强,成为资产数据采集的重要补充手段。摄像头、智能门禁、温湿度传感器、楼宇设备传感器等智能终端,一方面作为智能设备向用户提供智慧办公、智能家居等智能化服务,另一方面也是数据采集的触点。

例如,商业地产的摄像头原本主要用于安防监控场景。与计算机视觉技术结合后,升级为具备 客流统计功能的智能摄像头,可以通过人脸识别等算法,统计商业地产空间内的客流量、客流 热力图分布、性别和年龄特征分布等重要数据。

在上述两类数据的基础上,结合与资产相关联的周边城市配套、人口分布、业态分布、市场行情数据等外部数据,可以构建起资产运营的数据平台,将资产静态物理数据和动态运行数据以及用户数据统一汇集在一个平台上。再结合数字建筑技术,将这些数据与资产的数字化模型相结合,可以为资产构建一个虚拟化的数字孪生体,在数字世界模拟资产运营的状况。

最终,数字化的资产运营体系通过数据赋能资产运营的开发、招商、运营、服务等全流程,实现资产运营的降本增效和服务增值,提升资产回报水平,并助力资产运营的金融化。

CREAMS 打造数字化商业不动产资产管理体系

CREAMS 致力于打造一套基于互联网技术的商业不动产资产管理体系,助力物业持有者 和专业运营机构实现资产管理模式升级,提升资产价值。目前已推出 CREAMS (基于合 同生命周期的资产管理系统)、LikeCRM(基于客户成交生命周期的招商管理系统)两 大产品。

截至 2019 年 6 月, CREAMS 已服务 10,823 栋楼宇, 总体面积超过 18,870 万平方米, 年租金规模达 1,592 亿元,合作客户包括中粮集团、中信集团、龙湖集团、重庆高科等 知名企业。过去三年已获得晨兴资本、硅谷银行、迭代资本等机构的加持,最新一轮融 资也将于本月完成。

资产类型 CREAMS 招商管理 和控管理 写字楼 租客管理 营销推广 产业园区 合同管理 客户管理 联合办公 SaaS 收付款 中介管理 综合体 资产评估 团队管理 专业市场 数据舱 跑盘工具 商业街

图 13: CREAMS 的资产管理产品矩阵

数据来源: CREAMS 爱分析

经过20多年的发展,国内的商办市场已进入存量时代,但专业化管理才刚起步。一方面, 传统资产管理模式在手段上普遍依赖人,大多数使用 Excel 等工具对包括租约、租金、 物业费、客户资料等相关数据进行记录和管理,存在出错率高、效率低、绩效反馈滞后 等问题。另一方面,资产运营的数据口径缺乏统一的行业标准,难以对资产运营表现进 行全方位的监测和评估,资产数据不清晰,风险预警缺失,不利于商办资产的交易和金 融化。

随着经济进入下行周期、商办不动产需求萎缩、加之每年近千万方的新增项目入市、空 置率出现快速上升,资管方在去库存、降本增效等方面的压力进一步增加。在这样的背 景下,资管方通过信息化系统和智能化设备等数字化手段提升运营效率的需求更加迫切。

CREAMS 作为商业不动产存量资产管理工具,基于租赁合同生命周期的管理,打造租客 管理、合同管理、收付款、资产评估、数据舱五大功能板块,能够帮助资管方实现租管 一体化、楼宇剖面直观查看、资产收益数据可视化以及大数据分析资产状况等功能,实 现楼宇资产管理的信息化、进而构建资产管理的数字化底层基础、实现资产管理的标准 化和智能化。

例如,数据舱板块包含资源、租赁、租客分析三大数据模块,以图表形式清晰直观地展 现、帮助资管者进行项目资源的经营分析、为制定招商策略、招商计划、运营规划提供 有力数据支持。

在资产管理数字化的基础上,CREAMS 推出了面向商办地产招商的专业管理工具 LikeCRM.

随着商办地产存量化趋势日益凸显,去化压力增强。而传统的招商模式,在房源数据更 新、项目招商信息发布与展示、市场推广、中介渠道对接、客户数据管理与维护、销售 团队管理等方面都处干较为粗放的状态。

LikeCRM 基于招商管理的日常运营需求,围绕客户成交的生命周期,对客户信息及数据、 合作中介及经纪人、租赁顾问日常的工作以及竞品跑盘情况等进行在线统筹管理、帮助 管理者精细化招商工作安排,最大化提升招商效率。

同时,系统提供具有数据追踪的营销推广功能,帮助招商团队通过微信小程序等方式一 键分享项目信息,并实时记录用户浏览动作等数据,同步反馈生成数据报表,实时跟踪 营销效果。

作为专注于商业不动产领域的资产管理 SaaS 服务商,CREAMS 基于 4,000 多个项目资 管人的使用反馈打造专业的资产管理工具、平均 15 天进行一次产品迭代、完善用户体验。

未来,CREAMS 希望成为国内商办领域最专业的第三方数据平台,为资产持有者、专业 运营机构和金融服务商提供最专业的资产评估服务及在线运营指导。

4.2 数字化重塑资产开发流程

在资产运营的项目开发环节,资产运营方都需要对资产价值进行合理评估,并结合资产物理状况等属性、周边配套和潜在客户需求等数据,确定合理的资产用途、产品定位、设计风格等。 这是保证项目开发完成后的资产运营水平和价值提升的前置条件。

传统解决方案一般依靠五大行等专业机构的专家顾问经验,通过定制化的项目咨询模式,辅以数月的项目信息采集、抽样客户调研等方式补充相关支撑数据,最终给出决策方案。如今,专业的数据服务商正在日益发挥重要的价值,重塑资产开发的决策等流程。

美国商业地产数据服务商 CoStar

CoStar 是美国最大的商业房地产数据服务商和研究公司,目前市值超过 200 亿美元。经过 30 多年的发展,CoStar 建立了全美最大的商业地产数据库,监测超过 88 亿平方米商业地产建筑,涵盖办公楼、零售、工业、多户住宅、商业用地、综合用途和酒店等资产类别,记录了资产从建设、出租、出售到拆除的每一次状态变化。

CoStar 的研究团队通过现场勘察、公开资料整理、新闻监控、电话、电子邮件、互联网信息抓取及外部数据采购等方式,追踪资产的位置信息、建筑特征、空间和单元可用性、税收评估、所有权、销售和租赁可比性等数据,服务于业主、运营商、业主、租户、投资人、评估师、金融机构和政府监管机构等客户。CoStar 可以帮助业务和运营商在项目开发环节更快捷、全面地掌握相关数据,制定更科学合理的决策。

例如,商办地产服务平台好租推出商办数据服务平台"晓楼",基于办公选址业务积累的真实房源数据和交易数据,服务于商办地产的选址、开发、产品定位、运营策略等环节的智能决策。

在中国市场,商办地产等领域的数据服务还在起步阶段。一方面,资产运营领域还处于信息化、 在线化的起步阶段,相关数据基础还不成熟。另一方面,存量资产运营本身也在专业化的起步 阶段,存量资产的市场化、金融化的机制尚在培育中,从业者的决策流程对数据的需求还不强 烈。

此外,在存量资产改造环节,inDeco 领筑智造、唐吉诃德等新兴专业服务商利用数字化管理系统、AI 辅助设计、BIM 等技术,提升了办公空间、商业连锁等存量资产改造的标准化和工程化水平。

4.3 数字化赋能招租、运营和服务

在数字化的资产运营体系下,基于资产数据和用户数据的分析和挖掘,资产运营商可以提升用 户洞察和精细化运营能力,从而提升招租和运营管理效率,拓展以空间为入口的增值服务。

在招租环节,以资产管理 SaaS 为主体的数字化系统可以在用户洞察、渠道对接等方面赋能。资 产管理 SaaS 实现了租约的数字化管理,可以实时反映物业出租状态,指导招商出租部门提前制 定招租计划,例如与租户提前沟通续租等。基于对租户数据的动态分析,招商管理可以更加精 细化。

例如,通过智能门禁数据可以洞察租户的团队规模变化情况,访问量持续提升可能存在扩租需 求,而访问量持续下滑的租户可能面临风险,从而提前沟通续租、扩租或对退租提前预警。

此外,通过将出租状态与房产中介、房产信息平台进行在线化对接,招商信息分发效率和实时 性大幅度提升。例如,长租公寓领域,大型品牌公寓具备品牌和规模优势,可以进行通过品牌 和获客投放获取流量,而中小公寓缺少线上流量。通过部署公寓管理 SaaS 进行租约管理和房源 的上下架,中小公寓运营商可以通过公寓管理 SaaS 平台把真实房源信息实时对接到 58、贝壳 找房、闲鱼等流量平台上,拓展获客渠道。

在运营方面,数字化手段不断推动物业管理等环节的降本增效。例如,越来越多的建筑楼宇通 过部署智能化系统来监测和提升空调系统、灯光系统等设备和系统的运行效率,节约能耗,打 造绿色建筑。长租公寓领域,通过智能门锁、智能门禁、智能电表等智能硬件,可以实现线下 带看环节的无人化,大幅减少日常运营人员的数量。

服务增值,是数字化资产运营体系为资产带来增量价值的体现。空间作为服务入口的价值,需 要通过数字化手段来放大。

一方面,数字化加持的智慧办公、智慧酒店、智慧公寓等智能业态、为用户带来服务和体验的 升级, 进而带来租金的溢价, 提升资产本身的价值。

另一方面,数字化资产运营体系可以基于数据做到更好的用户连接和洞察,从而有能力为用户 提供更多增值服务、实现收入增值。以长租公寓运营商自如为例、自如提供住房租赁服务建立 与租客的联系,再通过在线签约、在线缴费、智能设备管理等方式引导租客在 APP 上建立连接, 进而在线上场景拓展社交、保洁搬家等生活服务和家居生活电商等服务。同样,以 WeWork 为 代表的新一代办公空间运营商同样以"空间即服务"的逻辑,在构建与用户的数字化连接的基础 上不断延伸其他企业和个人服务。

科技助力纳什空间的精细化运营与智能服务

纳什空间是一家以空间为入口、以科技驱动的企业办公综合服务平台,基于"超级工作室" 和联合办公空间,为中小企业提供一站式办公解决方案和配套企业服务。截至目前,纳 什空间的资产运营规模已超过100万平米,入驻企业超过26,000家,服务20万人。

在办公空间运营和服务过程中, 纳什空间自建智能化运营管理系统提升资产运营效率, 并基于数字化的运营体系,结合大数据与 AI 能力,为入驻企业提供智能化的办公服务和 企业服务。纳什空间的科技赋能体系主要包括纳米核心业务系统、智能办公服务系统和 企业大数据平台三部分。



图 14: 纳米核心业务系统实现空间运营管理的线上化

数据来源: 纳什空间 爱分析

纳米系统作为纳什空间的核心业务系统,实现空间运营管理的线上化。围绕房源、员工 和入驻企业间的资产管理、员工管理、企业服务和办公空间匹配等业务流程交互,都通 过纳米系统支撑流程的线上化,从而实现基于数据对人、房、价进行精细化管理,全方 位提升运营效率。基于纳米系统积累的 100 万+办公房源信息、10 万+企业选址匹配和历 史成交记录, 可以提供精准高效的房源匹配。

此外,纳米系统沉淀了租约、入驻企业等数据,实现了资产运营状况的数据化和透明化, 便于对接资金方。2019 年 6 月,纳什空间成功发行了联合办公行业的首单 ABS,发行规 模2亿元。

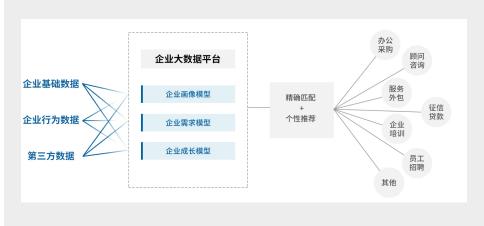
图 15: 纳什空间智能办公服务系统



数据来源: 纳什空间 爱分析

智能办公服务系统,是基于纳什空间 APP 线上入口以及 IoT 智能办公硬件系统,为入驻 企业提供智能门禁、智能会议、云打印、智能网络等智能化服务,提升办公效率和体验。 其中,纳什空间 APP 集成了智能办公、空间管理、创业服务等功能。以智能门禁等办公 服务为入口,实现了企业用户与纳什空间 APP 的初步连接,形成了后续数据积累和智能 服务的基础。

图 16: 纳什空间企业大数据平台



数据来源: 纳什空间 爱分析

在企业服务层面,纳什空间为企业提供办公采购、顾问咨询、服务外包等增值服务。企 业大数据平台,支撑了企业需求的洞察和服务的精准匹配。

纳什空间以实体办公空间为入口,通过纳米系统、APP 和智能办公服务系统积累了大量 企业基础数据和行为数据。纳什空间 APP 作为统一线上入口, 积累了 10 万+个人会员, 1万+家企业会员,500万次线上互动数据,20,000人次企业服务数据。再结合第三方数 据,进行企业画像模型、企业需求模型、企业成长模型等建模,通过大数据分析与智能 推荐算法,提升企业服务匹配精度与撮合效率。

基于科技赋能的运营和服务能力,是办公服务行业的长期竞争力。从科技赋能业务、赋 能空间到智能化企业服务,纳什空间将在科技能力方面持续投入和打磨。

4.4 数字化助力资产运营金融化

资产运营的规模化离不开资金的支持,在金融去杠杆的大背景下,对接资产证券化等创新融资 通道是未来趋势,其前提条件主要有两方面。一是资产运营商需要具备专业的运营能力,实现 资产价值。二是资产运营状况需要可被量化和风险可被监管,以便对接资金方。在这两方面, 数字化的资产运营体系都可以提供助力。

首先,如上所述,数字化可以为资产运营方提供多方面的赋能。其次,在数字化的资产运营体 系下,与资产运营表现密切相关的租约数据、用户数据等是实时在线、可量化的,全面反映资 产运营状况, 可以满足穿透性的监管需求。

例如,商业地产的资产价值与客流量状况密切相关,基于 AloT 的客流统计系统可以精准统计量 化这一指标。长租公寓管理 SaaS 实现了租约的数字化,并可以通过对接智能电表、智能门锁等 硬件数据实时掌握公寓运营状况和租客情况,为对接金融机构发行租金分期产品提供风控支持。

CHAPTER OS

房地产科技未来展望

5. 房地产科技未来展望

现阶段,云计算、物联网、大数据、人工智能、AR/VR 等技术是房地产科技应用落地过程中的主要技术基础。其中,云计算和物联网,以及物联网与人工智能融合的 AloT,不断完善房地产行业的数据基础设施和上层应用,技术在不断走向融合。

整体而言,房地产 SaaS、智慧地产、数字建筑等各个产业链环节的技术应用,正处在落地的早期阶段,应用成熟度还有待提升。

同时,展望未来,还有哪些新兴技术将进一步推动房地产行业的数字化变革?

5.1 5G 加速空间万物互联

5G 作为物联网新一代基础设施,基于其高带宽、低时延、高可靠等性能,将加速房地产领域的 万物互联和数字化,释放 AloT 相关应用的潜力,并解锁更多应用场景。

例如,在开发环节的智慧工地场景,建筑机器人、高清视频工地巡检、AR/VR等,将在5G性能的支撑下具备更强的落地价值。

资产运营环节,5G 赋能下的智能传感器、智能家居等终端设备,将具备更强大的功能和更高的通讯效率,推动智慧家庭、智慧办公、智慧楼宇、智慧社区乃至智慧城市的应用走向深入,进一步发挥互联和数据的价值。

迎接 5G 时代到来的过程中,在房地产开发和存量改造方面,为了满足 5G 基站等基础设施的需求和网络覆盖特征,建筑空间设计乃至城市布局的规则都将产生相应的变化。

5.2 建筑工业化重塑基础流程

尽管数字化技术正在房地产产业链各个环节不断落地应用,但在基础的地产开发和存量资产更 新的建筑施工环节,工艺技术仍处于较为传统的阶段,对人力依赖较重,限制了产业效率升级。

随着政策的推动和技术的成熟,装配式装修、装配式建筑、BIM 等建筑工业化技术的应用落地正在稳步推进当中,尤其是内装工业化领域,越来越多企业投身其中。

建筑工业化带来的构配件生产的工业化、建筑设计的标准化信息化以及施工的工业化,将显著提升建筑全生命周期的运营效率,也为各业务链条的数字化提供更完善的底层基础。

结语

作为国民经济支柱性产业,房地产行业的体量巨大。目前,房地产行业已经处于增量开发的顶 峰阶段,在走向存量化的过程中,产业链价值正在发生根本性的变化。

可以预见的是,未来的房地产行业将走向资产运营和空间服务的时代,企业核心能力模型产生 重大变化。不同于高速狂奔的增量开发时代,在房地产的精细化运营和服务时代,技术和数据 将发挥极为重要的价值。

目前,房地产行业的数字化转型还处于早期,未来五到十年也是重要的机会窗口期。开发商、 资产运营商等产业链主体,需要数字化置于核心战略地位,探索自身的数字化转型路径。

关于爱分析

爱分析 ifenxi 是一家专注于科技创新领域的研究机构,通过判断技术应用及行业发展趋势,以公司价值研究为内核,服务于企业决策者和机构投资者。爱分析重点关注技术和数据创新,以及由此带来的商业模式、行业与市场以及产业链变革机会,覆盖领域包括金融、企业服务、教育、汽车、零售、房产、医疗及工业等。

截至当前,爱分析已调研以上领域优质企业超过 2500 家,涵盖一、二级市场,并撰写超过百份榜单及行业报告,系统积累了各行业及公司研究方法和评价体系,建立起了广泛、专业的影响力。同时,爱分析已服务众多客户,包括各行业标杆公司、上市公司及主流一二级机构投资者。

法律声明

此报告为爱分析制作,报告中文字、图片、表格著作权为爱分析所有,部分文字、图片、表格 采集于公开信息,著作权为原著者所有。未经爱分析事先书面明文批准,任何组织和个人不得 更改或以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容及其复印本予任何其它人。

此报告所载资料的来源及观点的出处皆被爱分析认为可靠,但爱分析不能担保其准确性或完整 性,报告中的信息或所表达观点不构成投资建议,报告内容仅供参考。爱分析不对因使用此报 告的材料而引致的损失而负上任何责任,除非法律法规有明确规定。客户并不能仅依靠此报告 而取代行使独立判断。

北京爱分析科技有限公司 2019 版权所有。保留一切权利。

如欲了解更多爱分析精彩洞见,请关注我们的微信公众号



@爱分析科技有限公司 2019 版权所有

ifenxi

专业,洞见未来!