



万科、碧桂园、万达纷纷力推房地产众筹 买房人到底能得什么便宜?

万达首推开发类房地产众筹 3000万“稳赚一号”南京遭疯抢

6月8日,由万达集团、快钱公司联手打造的万达互联网金融业务正式宣告落地。4天后,由双方共同推出的中国首个商业地产众筹项目“稳赚1号”正式上线,当天就全部售罄,这被视为万达在借此款产品向轻资产模式转化的一步。

事实上,从去年开始,众多互联网金融机构就在与多家开发商进行房地产众筹类的合作。而在今年的5月29日,中国平安旗下的平安好房联盟成立,这个联盟聚集了包括万科、绿地、碧桂园在内的数十家国内知名房企,一时间“众筹”风靡业界。

现代快报记者 杜磊
见习记者 赵雪

6月12日,万达推出首个众筹项目“稳赚1号”,募集资金投向各地万达广场的建设,投资人则将获得这些广场的收益权,享受商铺租金和物业增值的双重回报。据悉,该项目的投资起点为1000元,预期年化收益率6%,每年收益派发日派发。如3年后以REITs或者其他方式上市成功,预期年化收益率最高可达14%。如满7年后未能上市,则由万达回购,预期年化收益率为6%。项目增值收益在退出时一次性发放。

而“稳赚1号”在推出后一个小时就已经售罄。“我们员工都在抢着买,不少人还没买上”,万达的一位负责人告诉记者。据他透露,这些众筹资金用于在全国范围内建设5个万达广场,

“造5个万达广场的成本要50个亿,其中的45个亿由大的基金投入,另外5个亿则在全国16个主要城市进行推介”。

而南京就是这些城市之一。据南京万达公司的相关负责人介绍,南京获得了3000万的“稳赚1号”项目额度。“我们有客户在网上只抢到了10万的额度,后来又来售楼处抢了14万的额度”,据他透露,这次的众筹,员工的起购额度为1万元,万达业主为20万,外部客户则为50万,“有银行大咖一出手就是100万,几个大客户一出手就没什么额度了”。记者了解到,在南京,参与此次“稳赚1号”众筹的客户构成中,有一半为万达员工,一半为业主和外部客户。

此前众筹多以营销类产品为主 参与者可得买房优惠和少量收益

事实上,除了万达以外,众多品牌房企都在试水“众筹”。就在今年的5月29日,中国平安旗下的平安好房联盟成立,这个联盟聚集了包括万科、绿地、碧桂园在内的数十家国内知名房企。同一天,碧桂园集团宣布联合中国平安共同推出中国房地产行业首个开发众筹产品,在上海嘉定项目首先试水。

不同于万达的“稳赚一号”,碧桂园上海嘉定项目将以“一平方米”作为众筹单位,投资者可以购买,在楼盘建成后,就拥有了某一套楼房屋整体或者部分的权益。之后,投资者可以选择众筹权利转为产权、直接拥有该套住房,或者是委托开发商卖房后转成收益权。不过,当记者采访碧桂园集团品牌战略部相关负责人时发现,嘉定的众筹项目实际上还处在策划预热阶段,具体投资人如何参与其中,如何获利,整个项目如何执行将在本月底或下月初确定。

另一方面,在以平安好房为代表的众筹平台上,可以看到以往房地产众筹项目的基本模

式。其中,万科在去年推出的“平安&北部万科城”项目,在广州一次性推出216套众筹房源。所有众筹者可以享受低于市场价近13%的优惠购房权以及3%的预期年化收益率。该众筹项目的持有期为10个月。到期后,众筹参与者再决定是否置业。若置业,将根据其认购众筹资金的额度与时间排列,依次享有优先选房权。同样,正在众筹中的北京碧桂园九龙湾洋房也是推出20套房源作为众筹项目,预期可以享受最低88折购房资格以及5%的年化收益。

此外,去年11月份,远洋地产推出一项名为“11元筹首付”的众筹项目,具体的操作方式是,京东用户在网支付11元,将获得一套房三成首付款的抽取资格,当首付款募集满额后,远洋和京东即从所有支持用户中,抽出一名用户获得这笔首付款。

由此可见,大多数开展众筹的项目仍然是把优惠购房权作为众筹回报,也因此有业内人士认为这样的众筹模式更多是营销噱头。

专家提醒

目前众筹项目主要分为三大类 多为营销噱头,投资者需警惕风险

依据众筹目的的不同,有业内人士将现在市场上的众筹项目分为三大类别:营销型众筹、理财型众筹、众筹建房。其中,营销型房地产众筹的发起人通常为房地产公司,其目的主要是营销新建楼盘;理财型房地产众筹,即投资人以获得现金收益为主要目的而参与的房地产众筹项目;众筹建房是众筹者以建房为目的出资建房,最终达到个性化建房的目的,同时降低了房价。

对比市场上的众筹项目,南京林业大学城市与房地产研究中心主任孟祥远认为以众筹首付或者购房为目的的基本上都是将众筹作为营销噱头。对比

来看,万达这种众筹前置到建房前的模式更符合互联网思维。

“用公众的钱建设万达广场然后再卖给公众,这也符合万达对于轻资产的配置需求。另一方面,对于众筹者来说,‘稳赚1号’12%起的收益也不错,投资理财效应明显,但他也提醒并不是此类众筹产品都值得投资,如果企业在定位、开发或者经营上存在问题的话,可能后期无法兑现承诺的收益。”孟祥远表示。

缤纷楼市

朗诗布鲁克被动房 荣膺中国首个DGNB金质认证

2015年6月23—24日,第二届中国国际建筑科技大会及展览在北京举行。本次大会上,朗诗布鲁克被动房因其卓越的可持续性获德国可持续建筑委员会(DGNB)颁发的金质认证,成为中国首个获DGNB金质认证的项目。“DGNB的金质认证彰显出朗诗布鲁克在环境、经济、社会和文化功能及技术等所有建筑可持续性要求上所达到的高超质量水平。”DGNB表示。

据了解,DGNB是可持续建筑领域的中央知识和技术平台,为推动可持续建筑的发展,该非营利组织开发了旨在对环境友好、节约资源、经济有效并注重使用者舒适性的建筑物和城区进行认证的DGNB认证系统。DGNB代表了世界最高水平的第二代绿色建筑评估认证体系。本次大会上,DGNB还举行了其中国委员会的成立仪式,朗诗因其在可持续建筑领域的成就而成为创始会员之一。

布鲁克被动房得到DGNB极高评价:布鲁克被动房在创新、节能降耗和可持续性等方面所拥有的潜力,让普通的中国家庭也有机会直观地了解可持续建筑的诸多优势,并亲身体会到由此带来的优越居住质量。据参与本次大会的朗诗绿色地产CTO(首席技术官)谢远建介绍,布鲁克被动房由朗诗集团、德国被动房研究所和德国能源署等单位合作建设,其保温、遮阳、气密性等指标均严格按德国被动房标准打造,并解决了中国冬冷夏热地区的本土化难题,是中国首个获德国被动房研究所认证的大型被动房项目,也是中国首个同时按中国绿建三星、德国DGNB和美国LEED认证标准实施的项目。

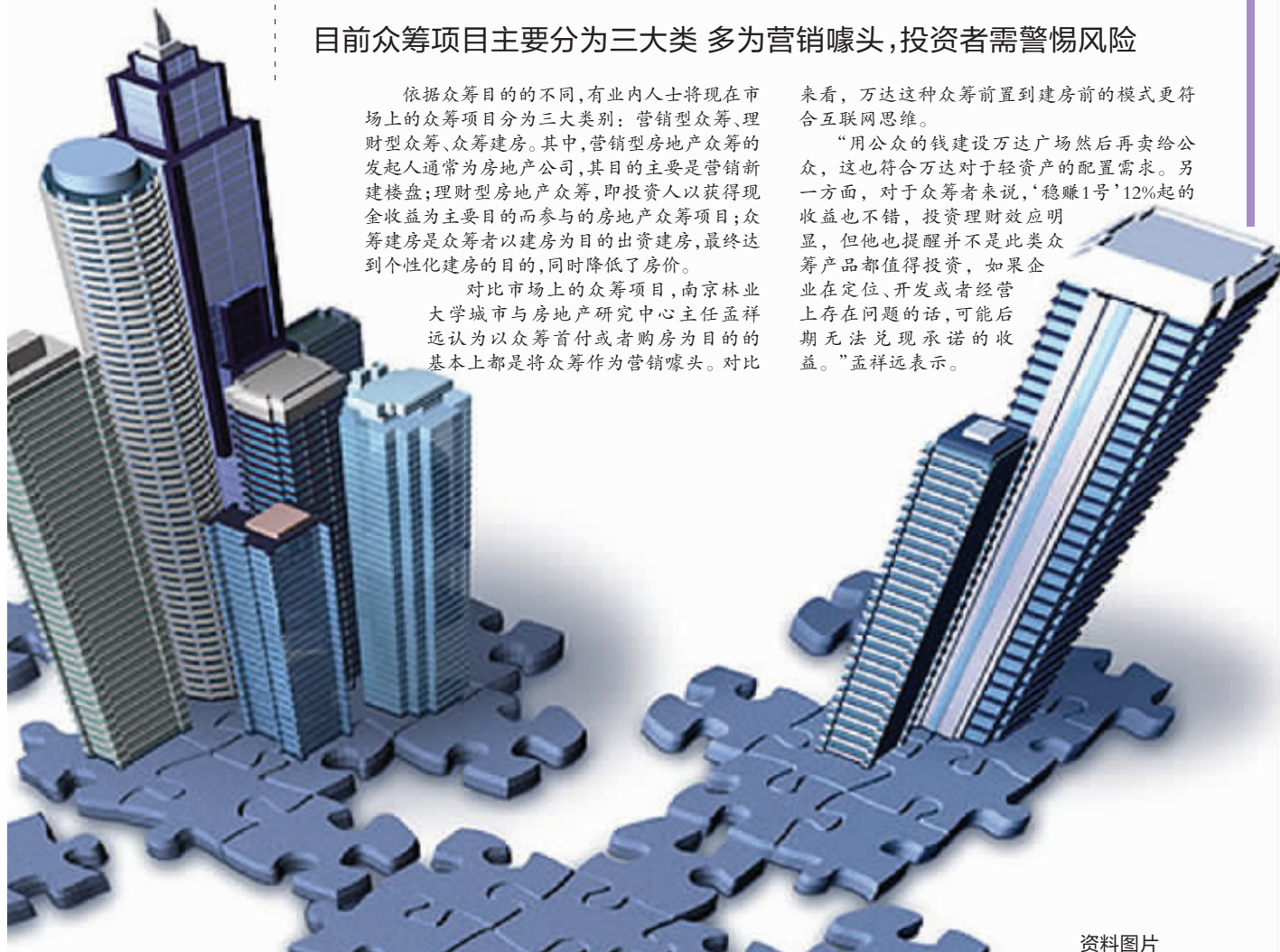
布鲁克优异的保温性能、气密性及新风机高效的热回收,使得其与传统住宅相比能节省70%—80%的能源,这也为因能源过度消耗而陷入环境困局的中国指出一条极具价值的突围之道。据谢远建介绍,朗诗今年开始把被动式建筑运用到开发的住宅项目上,让最先进的可持续建筑理念和技术真正惠及民生。(威海芳)

恒大足球和文化产业 双双申请上市

7月2日,恒大地产(HK.3333)相继发布公告,旗下广州恒大淘宝足球俱乐部股份有限公司、恒大文化产业集团股份有限公司已向全国中小企业股份转让系统(简称“新三板”)递交挂牌申请,并皆于7月1日获得受理函。据记者了解,恒大足球、恒大文化双双从恒大地产分拆上市,作为独立的上市公司,实现独立运营、自负盈亏,有利于恒大地产专注核心业务,增强盈利能力;恒大则加快轻资产化进程。

恒大公告显示,广州恒大淘宝足球俱乐部是目前中国最为成功、最具影响力的职业足球俱乐部,拥有并运营亚洲范围内顶尖水平的职业足球队及相应预备队和梯队。近5年囊括亚冠、中超、足协杯、超级杯各项赛事共8个冠军。恒大文化旗下院线公司依托恒大集团中国第一的布局规模,已规划批复的已建成、在建及准备建设的影城共171个、银幕1182块。业内人士表示,恒大足球、恒大文化上市是中国足球与文化界的里程碑式事件,将分别成为“亚洲足球第一股”与“中国综合型文化产业第一股”。

恒大在资本市场动作频频,健康产业率先借壳新传媒(HK.0708)在港上市,联手腾讯入主香港上市公司马斯葛(HK.0136),此次又分拆足球、文化两产业挂牌上市,至此恒大旗下包括旗舰企业恒大地产(HK.3333)在内将拥有5家境内外上市公司。业内人士预测,恒大旗下矿泉水、粮油、乳业等产业也有望相继上市,将共同构成庞大的“恒大系”上市公司集群。(威海芳)



资料图片