

# 股权转让传闻背后：麦田房产价值几何？

本报记者 余燕明 北京报道

最近几年,传统的房产中介生意开始受到资本的瞩目。

在北京中介行业,继我爱我家(000560.SZ)曲线上市、贝壳找房(BEKE.N)赴美上市后,排名第三的北京麦田房产经纪有限公司(以下简称“麦田房产”)据称将与互联网巨头“联姻”。

日前,有市场消息称,互联网巨头旗下的房产业务平台幸福里拟收购麦田房产 20%的股权,相关手续正在办理,同时麦田房产将有部分高管调往幸福里。

## 捕获线下的“联姻”

不少集中涌入的资本都试图通过互联网轻资产模式对传统中介行业实现颠覆改造,但最后均告失败。

幸福里及其关联方,与麦田房产之间的“联姻”,从今年 9 月底开始已显露痕迹。

当时,一间名为“北京福旺房地产经纪有限公司”的中介企业发生了股权变更,北京金色麦田房产经纪有限公司将所持其全部股权转让予北京好房有幸信息技术有限公司,前者是麦田房产的全资附属企业,后者隶属于幸福里关联方。

根据北京福旺房地产经纪有限公司的司法纠纷记录,该公司实际开展过房屋买卖等中介业务,但外界无法知晓麦田房产向幸福里关联方出售该公司的确切目的。

毋庸置疑的是,如今在加快发展速度的幸福里,无法与广泛布局于线下社区的其他中小中介公司及经纪人割裂。

近期,幸福里方面对外确认,其已启动了融资计划,将引入外部战略股东,寻求独立发展。

据记者了解,在幸福里平台上,其开展的中介业务主要为新房、二手房买卖等交易服务,平台模式更近似 58 同城、安居客等房产信息平台,而不是拥有大量直营门店及强管控下加盟门店的贝壳找房。

《中国经营报》记者为此向麦田房产一位发言人核实上述市场传闻的真实性,其未正面确认,但表示公司近期将有官方信息对外发布。

据悉,麦田房产目前仅进驻了北京、福州、厦门 3 座城市,但它宣称将会进驻全国 100 座城市。

麦田房产起家于福州,它的老板缪寿建,跟幸福里背后的张一鸣是福建老乡。麦田房产在 2005 年进入北京,从此北京成为麦田房产开展中介业务的核心城市,并将公司总部设置于北京。

先后在资本市场兑现价值的大型中介公司——链家、我爱我家均诞

生于北京,早已进入存量房市场的北京,已经是国内二手房买卖、租赁等交易规模最大的城市之一。

幸福里切入房产中介赛道,但与贝壳找房、我爱我家等房产服务平台的发展模式相似,除了线上流量,它们更加依赖广泛布局线下社区的经纪品牌、中介门店与经纪人。同时具备线上流量、线下规模优势的贝壳找房、我爱我家等头部中介,选择独立且相对封闭地发展成为房产服务平台。在此行业背景下,意在开拓房产中介业务的幸福里,退而求其次与麦田房产等其他中小中介公司“联姻”,几乎就是不多的选择。

## 高昂的中介费率

麦田房产仅进驻了北京、福州、厦门 3 座城市。

由于幸福里对麦田房产的捆绑合作与收购传闻,麦田房产也开始受到外界关注。

但实际上,麦田房产与贝壳找房、我爱我家的规模体量、市场份额无法相提并论。

目前,麦田房产仅进驻了北京、福州、厦门 3 座城市。据麦田房产方面宣称,其在福州、厦门的市场份额稳居第一,在北京的市场份额跻身前三,历经 20 多年发展以后,已拥有 900 多家直营中介门店,1.4 万多名经纪人,年促成交易额超过 1000 亿元,并保持了每年 20%的发展增速,未来将进驻 100 座城市。

与之相比,到 2021 年上半年,我爱我家已进驻了全国 35 个城市,中介门店数量达到了 4500 家,含加盟门店的员工总数量约为 5.3 万人,根据我爱我家未来三年的增长目标,GTV(交易总额)将过万亿元。

贝壳找房的规模体量更是远超麦田房产。到 2021 年第三季度,贝壳找房连接的中介门店数量达到了 5.4 万家,经纪人数超过了 51.5 万名。2020 年,贝壳找房促成的 GTV(交易总额)接近 3.5 万亿元。

尽管麦田房产与贝壳找房、我爱我家的规模体量难以相提并论,但它在北京开展二手房买卖收取的中介费率毫不逊于这两家头部中介公司,最高可达 2.7%。

早在 2013 年,北京市住建委印发《北京市房地产经纪管理办法》之前向公众公开征求意见,当时征集反馈意见当中市民最不满中介费过高,“2.2%的居间费率”成为众矢之的,市民要



有市场消息称,房产业务平台幸福里拟收购麦田房产 20%的股权。 本报资料室/图

求调整中介佣金的收取方式及标准。

麦田房产一位人士在电话中向记者介绍,在北京,目前公司对二手房买卖向买家收取的 2.7%的中介费率里,包含麦田房产收取总房款 2.2%的居间服务费,另外还包含一家名为“金诚丰房产咨询服务(平潭)有限公司北京分公司”(以下简称“金诚丰北京分公司”)收取的总房款 0.5%的交易保障服务费。

麦田房产这位人士进一步介绍,金诚丰北京分公司提供的交易保障服务包括协助办理房屋抵押登记注销手续、协助办理房屋评估按揭贷款申请手续、跟进审批进度、协助办理资金托管手续、协助办理房屋缴税及权属转移登记手续等。

“金诚丰北京分公司是麦田房产的合作公司,因为国家出台了相关规定,居间服务与后期交易保障不能是同一家企业。”麦田房产这位人士告诉记者。

不过,记者查询获悉,金诚丰北京分公司就是由麦田房产全资持股,并不属于独立第三方的合作公司。

北京市房地产中介行业协会一位人士告诉记者,根据住建部出台的《房地产经纪管理办

法》相关规定,区分了居间服务与提供代办贷款、代办房地产登记等其他服务,房地产经纪机构应告知消费者其他服务的内容和收费标准,且不得与居间服务混合标价、捆绑标价。

另据记者查询了解,缪寿建除了持有麦田房产绝大多数股权以外,还出资设立了福建金诚丰房地产担保有限公司(以下简称“福建金诚丰”)及其北京分公司,它们构成麦田房产的关联企业并为其创收。

麦田房产的多位从业人士告诉记者,福建金诚丰及其北京分公司开展业务包括为一些业主向小贷公司申请赎楼解抵押贷款时提供融资担保。但记者了解到,福建金诚丰及北京分公司并不拥有融资性担保牌照,其经营范围不得从事融资性担保业务。

其中,在福州,麦田房产一位从业人士告诉记者,若业主通过福建金诚丰进行房产解抵押,将要向其支付解抵押贷款金额的 0.6%~1.5%的费用。

《中国经营报》记者为此向麦田房产方面求证了解金诚丰北京分公司、福建金诚丰及其北京分公司开展的赎楼贷款担保业务的合规情况,但没有得到回应。

# 产品力打造品牌内核 美的置业稳中求进

2021 年房地产市场瞬息万变,房企开始调整自身的发展节奏顺势而为。从长期而言,房企想要谋求稳健发展,与其提升产品力密不可分。以美的置业为切入点,探究其区域深耕以及城市升级的战略,如何围绕“智慧地产”标签,多维度锻造产品力以及核心竞争力。

## 产品力成为“内生性”增长动力

随着住宅居住属性的回归,竞品质时代正式开启,企业自身活力、产品力、创新力和竞争力的塑造正成为房企可持续发展的重要标准。不论是回归住宅属性的政策趋势,还是消费升级带来的对居住环境要求的提升所形成的效应,房企的产品力已经越来越成为房企竞争发力的关键点。

## 标杆产品回归市场需求

美的置业在追求品质生活的道路上已稳健深耕 17 年,如今,正打造着居住标准的专业智慧。而承载全新智慧健康产品理念及 13 个维度的标准升级,推出了“璟睿”“君兰”“云筑”“未来”四大产品系列,并形成以“智慧健康”为核心、以客户需求和特性为外沿的产品图谱。

位于重庆的金科美的原上(渝住建委 2021 预字第 1683 号),是美的置业“云筑系”代表作之一。据悉,进入重庆,美的置业希望项目设计可以遵循它独特的山水印记,在整体格局上把经典比例与现代技艺和谐统一,试图营造一种别样的园林意境,给业主带来与众不同的现代园林体验。

为了让产品脱颖而出,金科美的原上进行了专项的研究设计。根据场地定制产品,增加梯户比,增加景观面,创造完美的端厅视野;叠院产品进行定制研究,从传统 2 户叠院到多户叠院,控面积段的同时通过层层退台的设计增加了高赠送;针对容积率 2.0 地块,根据市场客户调研,增加梯户比,创造了重庆市面上 T4 洋房产品。

此外,购房新生态的崛起,也为产品的设计以及智慧社区、家庭带来了新的课题。伴随着 95、00 后等消费群体的到来,地产行业转型年轻化正成为一个新趋势。

近年来,不少房企开始探讨年轻化升级命题,从企业品牌、产品设计、营销层面等多维度向年轻消费群体靠拢。

而作为美的置业另一标杆项目的南京美的山语熙府【苏(2020)宁栖不动产权第 0048874 号】,亦让产品力更具“温度”。近日,该项目还成功入选 2021 年全国十大品质作品。

据了解,该项目位置附近有一个 600 年前的古窑。本着保护性

今年 8 月,美的置业为进一步了解年轻用户需求并实践落地,率先推出了行业内真正由年轻业主全程深度参与的“新生代用户改善计划”,深度地聚焦“新生代”——听年轻人的声音,看年轻人的视角,理解年轻人的需求,从而引发行业内外诸多的关注与思考。

建设原则,窗口由不同寻常的结构形态进行加固,不去扰动原有标高下的一分一毫,原址上拔地而起一抹形态优美的山坡,为后续展示中心设计带来了机遇和挑战。美的置业不仅希望保留历史的痕迹,还能让居者感受到来自往昔的温度。

除了年轻化品牌探索,优质的、符合在地文化的理想居所,不仅意味着更快的去化,同时也是获得市场溢价的驱动力所在。尤其是今年以来,一些热门城市开始以竞品质,代替竞价,决定土地拍卖的最终归属,产品的“高品质”摆在了房企长期竞争的重要高度。

此外,该项目把架空层作为小区人行归家动线的温馨节点,柔和地串联住宅与公园、社区与城市。各种功能在此高度集约,物业亦可高效管理。取快递、社区登记、物业保修本来是生活琐碎的事件,因为建筑空间与景色的丰富性,而变为了一次游园的享受。



## 产品研发构建“技术护城河”

对于房地产而言,企业自身产品力、创新力和竞争力的重塑,正在引领行业进入高质量发展阶段。

对美的置业而言,产品端也针对外部环境适应进化,并凭借研发技术逐步构建具备行业竞争优势的“技术护城河”。

在回归居住本质基础上,美的置业立足新科技时代,依托“美的智慧自研平台+制造业基因+结合前装”的核心优势,保持“智慧健康”赛道领先地位,做实产品核心竞争力,持续提升品牌溢价和口碑。

今年,美的置业推进的智慧健康光配方、空气配方、水配方、声音配方,成为把智慧场景从同质化推进到差异化的代表性案例。此外,公司和美的集团合作研发的以嵌入式干衣机为核心的家政模块,解决客户痛点的同时,也是发挥企业的制造业基因建立技术护城河的举措。

不仅如此,“碳中和”背景下,美的置业相继推出多项低碳建筑 and 新技术,2021 年推动其昆明首个 BREAM 标准绿色低碳标杆项目,美的北京路 9 号(云字 2021 第 1908 号)。截至目前,美的置业全国已经有 5 个装配式构件生产基地。

同时,美的置业孵化“睿住班邸”装配式内装技术系统,推动家装产业的绿色转型,2020 年“睿住班邸”打造了集成厨房 SMC 柜体,并应用公寓项目批量交付中。

据了解,上半年公司在相关产业板块累计投入超 10 亿元;整体研发投入超 1 亿元,软件著作权累计 48 项,并获得 CMMI 5 级软件能力高成熟度认证和知识产权管理体系认证。

美的置业在区域深耕城市升级战略支撑下,实现了资源的集约化管理,充分发挥品牌的溢价效应。让产品力成为“内生式”增长动力之一,以品牌力和服务力筑起了企业良性发展的护城河。 广告