

《疫情影响下的新媒体行业、房企行业的影响与机遇》

主讲：宋柏允

【课程背景】

2020年一场突如其来的疫情，不止对健康有影响，甚至是对各行业都有更为深远的影响。

可以预见的是，疫情之后，互联网企业更加深入到人们的日常。同时，相当一部分房地产企业在2020年的目标是“活下去”，也不可能绕开互联网的影响。网红带货，已经不再局限于口红，已经在“带房”。

【课程收益】

- 分析房地产行业面对的情况
- 梳理近些年来新媒体行业的发展
- 根据现有的成功案例，预判未来房企+新媒体的发展趋势

【课程特色】 案例，深入浅出听得懂；科学，背后理论讲得明；实战，学之能用定方向；展望，以史为鉴看未来

【课程对象】 相关需求者

【课程时间】 3小时

【课程大纲】

一、2020房地产市场趋势与变革是什么？

1、新冠肺炎影响

- 需求：疫情下楼市成交遇冷，各线城市同环比齐降
- 库存：库存总量环比下降
- SARS 回顾：对行业有两个月扰动
- 行业影响：龙头及优质房企机大于危

2、开放与新基建利好商业地产

- 写字楼：金融开放带来利好，需求增长
- 科技园区和数据中心：2020年5G将推动人工智能、区块链、云计算加速发展，预计创造350万个就业
- 商业地产的未来：差异化并存、资产资本化

案例：各地特色小镇、洛杉矶与纽约对比

3、新模式对传统的冲击

- 蛋壳公寓生死局：口碑雪上加霜，资金岌岌可危——对房地产投资收益的冲击
- 房多多能否死里逃生：房地产经纪人的护城河——对房地产投资流动性的冲击

4、购房者悄然改变

- “弃房断供”重现江湖
- 预售制开始动摇

4、房地产未来的变化

- 城市规划：控制城市规模、发展城市群、践行健康城市
- 建筑设计：重视逼仄空间设计，重视楼距、楼体平面设计
- 卫生间管道设计：从被忽略到被重视的家庭卫生设计重点
- 智能化设施需求增加：智能社区、智能家居、智能办公等
- 新房、二手房交易根据物业的优劣，价格分化更明显

案例：城市半径三十公里、非典时期的香港淘大花园

二、房地产企业（开发商）的现状与未来？

1、房企土全景图

- 124家上市房企，财务数据对比解读
- 头部企业动向
案例：恒大逆市突围，世茂福晟并购案

2、房企土地储备

- 现状：拿地放缓、头部不急
- 布局：从下沉三四线到回归一二线
- 质量：毛利率短期整体下行，管控将决定盈利差异
- 管控：三四线退潮叠加 ROE 考量

3、房企销售体系

- 现状：销售增速稳中有降
- 布局：地产跟着人口走，人口跟着产业走，产业跟着特色走
- 质量：调控加码，“稳地价、稳房价”
- 策略：可拓展区域或城市减少，凸显区域深耕重要

三、从新媒体的发展脉络看，未来新媒体与房地产的发展趋势？

1、细数新媒体发展脉络

- 自媒体生态：头部集中、85后是主力军、原创内容最受广告主青睐
- 图文：微信公众号，辛苦码字一整天，阅读数量十百间
- 短视频：百度、字节跳动、阿里，
- 传统媒体的反击：蓝海变红海？
- 移动营销与社群经济：曾经有过辉煌
案例：薇娅“带房”、罗永浩登录抖音

2、绝大多数人忽略的最核心问题

- “跟风”耗费了新媒体从业者大量的时间精力
- 回归最核心的问题：价值交换
案例：日析20分的失败、网上卖课的得与失
- 重看薇娅“带房”
- 未来的蓝海：现在很多人没意识到的事情——“分析报告”
案例：华尔街之狼的玩法做营销