

8 行业调查 Industry Surveys

楼市惊现“三年无理由 120%回购”

■ 徐健 报道

一场全新的房地产营销大战已经揭幕。

6月10日,德信地产联合凯银投资在温州推出“三年无理由 120%回购”购房保障计划,以在颓势中力挽狂澜。

在上海,万科重点楼盘之一的万科海上传奇,开始试水搜房金融的“天下贷”产品。这个产品的最大优势是给予最高 90 万元、最高 24 期无抵押信贷金融服务,并可享受银行基准贷款利率。总部位于杭州的绿城集团则将在全国范围内向每户老业主发放总额为 20 万元的购房卡,这批购房优惠总额有望达到 300 亿元。

据了解,温州德信地产和凯银投资本次联手推出的“购房保障计划”,是针对旗下湖滨 1 号、爱琴海岸和泊林公馆三个楼盘新房源联手开展,定向购房保障基金总共发行基金规模 2 亿元,额满即止。购房者新购房源后,满足凯银投资审核条件,即可享受 3 年后客户按照《商品房买卖合同》房屋总价的 120%无理由进行回购,且凯银投资承担所有过户税费。与此同时,德信控股集团为该计划提供全程的担保服务。

除开发商之外,传统电商平台也在为争取更多市场份额而提高自身的运营风险。

根据搜房网负责海上传奇项目的相关人士介绍,目前通过搜房网在海上传奇成交的房源,除了传统电商会给予的定金抵扣优惠、装修现金补贴等政策之外,搜房金融还会给予购房者最高 90 万元、最高 24 期无抵押信贷金融服务,并可享受银行基准贷款利率。

“我们给的这笔无抵押贷款只有一个条件,就是不能超过你的自有资金,例如你首付 100 万,自己只有 50 万,那我们也



只能贷给你 50 万,贷款上限是 90 万。”上述人士介绍。

今年 5 月中旬,北京珠江四季悦城已和搜房金融合作,高调推出过“零首付”计划。据悉,符合资格的购房者只需要缴纳部分定金,就可以获得由搜房提供的高额贷款,并由开发商负责贷款额的贴息,购房者在约定期限内对搜房提供的第三方信贷还款即可。

有机构分析师指出,德信地产和凯银资本此乃无奈之举,所要承担的风险不言而喻。而“天下贷”则是利用网络资源,集合民间资金通过线上线下联动,实现民间资本再整合。开发商在目前信贷紧缩的情况下,引进“天下贷”这类金融平台,能够给予购房者一定资金支持,刺激一些因贷款不足而犹豫不决的购房者达成交易。

“此类金融平台也存在一定的风险。一方面,由于资金来源于民间,资金总量不能确保,在贷款量比较大的情况下会出现资金紧张而无法及时放款的情况;另一方面,由于此类金融平台对借贷双方的审

核以及追款,缺乏强制且有效的措施,在遭遇信用危机时往往会不堪一击。”上述机构分析师指出。

“只是信用担保,不知道开发商和搜房内部具体如何操作。表面看似很有吸引力,但如果房价继续调整,很有可能会演变成一个小的次贷危机。”一位央企开发商道出了他的担忧。

汉字地产市场部亦认为,“天下贷”服务是电商对客户体验的一种延伸,对开发商也是一种跑量的方式。但其是否符合国家监管规范,有无关资质,还存在不少疑虑。

长三角这些营销方式,是在楼市下行预期愈发强烈的背景下出现的。

上海易居房地产研究院发布报告指出,截至 5 月底,受监测的 35 个城市新建商品住宅库存总量为 25570 万平方米,再创历史新高,一线城市上升最为明显。此外,35 个城市新建商品住宅存销比为 165 个月,存销比指标在继续恶化。

上海中原地产研究咨询部总监宋会雍表示,信贷的紧缩使得楼市的“金三”、“银

四”、“红五”均在寒流中度过,后期如无明显利好因素,楼市回暖的可能性并不大。

同策咨询研究总监王巍立表示,成交量明显下滑是从 5 月份开始,房企的反应节奏较慢,但促销项目数量呈现上升态势。就上海来说,新开项目的促销比例从传统的个位数已经扩大到 15%左右。

记者调查发现,价格战已不是主流,取而代之的是技术含量较高的营销策略。除了金融营销外,全民营销也正在传统营销领域风行。

据悉,绿城在今年 5 月间已开始酝酿购房卡发放活动。该计划刚披露出来的具体操作方式为,向每户绿城老业主发放一套总价 20 万元面值优居优享卡,包括已交付项目和在售项目的老业主,10 年以上的绿城业主可增发 1 套。该卡不记名,意味着绿城老业主可做转让。

就在近期,广东深圳和中山等地也接连有楼盘大打“全民营销”的口号,广招“合伙人”一同卖房,并提供最高 4 万元的佣金奖励。

通用汽车召回背后的监管黑洞

■ 王婧 报道

今年 2 月,美国通用汽车延迟十年召回存在致命点火开关缺陷的车辆令全球震惊。随后通用汽车和美国监管机构均迅速展开调查,找寻延迟召回背后的原因。通用汽车公司近日发布的内部报告显示,工程人员、调查部门和法律事务人员的疏忽和不称职行为导致这一安全问题数年间都未能得到重视。这一事件凸显的来自汽车制造商和相关部门的监管缺陷令人深思,也促使各方加快采取措施应对汽车安全领域面临的新挑战。

惊人的召回规模

由于安全气囊产品缺陷,通用汽车 6 月 6 日再次宣布四组车辆召回,共涉及全球范围逾 10 万辆汽车。至此,公司今年已宣布超过 30 起汽车召回行动,并增加了 30 多项产品调查,在全球汽车召回总量已经达到 1530 万辆,超过通用汽车 2013 年 971 万辆的全球汽车销量,并远超 2013 年在全球召回的 757 万辆汽车的总量。

通用汽车今年大规模的召回,始于年初点火开关缺陷事件。自今年 2 月开始,通用汽车在全球范围因点火开关问题召回超过 260 万辆汽车。由于点火开关存在缺陷,这些汽车可能出现动力转向和刹车系统突然失灵以及安全气囊无法打开等问题。

通用汽车表示,点火开关问题导致至少 35 起交通事故,超过 13 人在相关交通事故中死亡。美国国家公路交通安全局也表示,这一安全缺陷造成的最终死亡人数可能超过 13 人。

纷至沓来的压力

召回事件令今年 1 月才上任的通用汽车首席执行官玛丽·芭拉倍感压力。除了需要支出不菲的相关费用,通用汽车公司在政府救助时期赢得的“高品质、可信赖”的名誉也受到了前所未有的冲击,美国国会以及监管机构的调查纷至沓来,相关诉讼也在不断增加。

缺陷车辆丑闻后,通用汽车发起了更多召回,试图挽回受损的名誉。召回涉及的问题包括安全带老化问题、实际档位与显示不符、气囊启动隐患和起火隐患等。多起大规模召回行动令通用公司付出了巨额成本。

该公司上一季度用于汽车召回和维修的费用高达 13 亿美元,其中大部分与点火开关故障汽车召回有关。财报显示,通用今年第一季度净利润比去年同期下滑

85%,创下自该公司走出破产保护程序以来的最差季度业绩表现,第一季度,在北美市场上的运营利润下降至 557 亿美元。通用汽车称其已经花费了 7 亿美元来替换点火开关和汽缸,并花费了 6 亿美元用于其他召回项目。通用表示,预计本财年第二季度用于相关汽车召回的修理开支将高达 4 亿美元,其中过半将用于汽车维修。

通用公司上月还宣布与美国国家公路交通安全管理局达成协议,同意就未能及时回应汽车点火开关故障调查支付 3500 万美元罚款。这是美国历史上针对类似问题的最高罚款,也是法律规定的罚款上限。通用汽车还承诺,一旦 10 月 4 日完成维修的时间表发生任何变化都会向联邦交通管理部门通报。

此外,通用汽车已经受到与点火开关缺陷有关的起诉。除了事故中的伤亡者及其家属提起的诉讼,还有客户因点火开关缺陷致使其车辆贬值而提起的诉讼。分析预计,未来通用汽车需支付至少数十亿美元的相关赔偿和法律费用。

不过通用汽车的销量尚未因召回事件受到明显影响。通用汽车发布的数据显示,5 月份通用汽车销量达 28.4694 万辆,比去年同期增长 13%,创 7 年来月度最佳销售业绩。

安全监管如何失灵

点火开关缺陷在业内并不常见,但却足致命的。在通用汽车内部,人们将之称为“来自地狱的开关”。

更令人震惊的是,通用公司早在 2004 年就知道上述问题,但一直没有对相关车辆采取召回措施。

问题暴露后,美国监管机构迅速着手调查,通用汽车也展开了内部调查。

美国国家公路交通安全管理局 3 月列出了 107 个问题要求通用汽车作出回答,其中包括通用公司何时得知汽车故障以及具体获悉了什么内容,是否向其隐瞒信息,以及是否根据法律规定及时上报了信息。但一个月后,通用汽车仍然只能回答其中约三分之一的问题,这使该管理机构感到愤怒。为此,该机构对通用汽车实施了每日 7000 美元的罚款,直到其对提出的所有问题作出回答。最终,双方达成协议,通用同意就未能及时回应汽车点火开关故障调查支付 3500 万美元罚款。

通用汽车上周公布了长达 300 多页的内部检查报告。该报告由通用汽车公司的法律顾问 Jenner & Block 负责起草,在调查过程中查阅了 4100 万份文件,进行了

350 次面谈。报告称,通用汽车并没有试图掩盖点火开关缺陷,但在处理持续的车辆点火开关缺陷问题时存在“不称职行为和疏忽大意”。

通用汽车的内部报告详述了工程、法律和公共事务部门在长达 11 年的时间里,是如何一直未将这一点火开关缺陷视为严重安全问题的。

这一点火开关产品在上世纪 90 年代末开始研发,能够降低成本和改善性能,但研发初期一直不能令人满意。2002 年,点火开关的设计者、通用汽车工程师迪乔治在进行数次改进后将这一开关投入生产和使用。

2004 年,开始有驾驶者向通用汽车报告,这种点火开关在行驶中容易更换档位,使汽车发动机突然停止工作。但从一开始这一问题就被忽视。尽管报告这一问题的驾驶者数量上升到数十人,通用汽车的工程师、调查人员和法律事务人员仍然认为这只是一个“消费者满意度”问题。在安全会议上,工作人员只是习惯性地认定这一问题需要处理,但最终却未做处理。报告指出,未将这一问题认定为安全问题,严重影响了及时重视和解决问题。

据路透社报道,2005 年 6 月,有一位记者在试驾时发现,驾驶雪佛兰科宝时膝盖碰撞钥匙环后,汽车发动机在行驶中突然停止工作。那时,通用汽车的一位公关人员只是回应说,这一问题不存在安全隐患。但这位记者随后仍在其任职的报纸上发表了批评文章。作为对报道的回应,通用汽车的安全调查部门试图重现这一故障,并于 2005 年 6 月 28 日作出结论,这一缺陷造成的安全隐患有限,不需要进一步的监察。

2004 至 2006 年间,尽管报告的数量增加,通用汽车的工作人员仍未重视这一问题,也没有发现该缺陷引发事故后安全气囊可能无法工作。

而 2005 年至 2007 年间,采用这种点火开关装置的通用汽车紧凑型车的销量却一直在上升,达到 20 万辆。

2007 年,一名巡警在调查一起涉及两名未成年女孩丧生的雪佛兰科宝车祸时,将点火开关换挡导致出现车祸和安全气囊无法正常工作联系在一起,并发送了电子版文件给通用汽车。但直到 2014 年进行内部调查时,通用汽车的安全人员才注意到这份文件。

同样是在 2007 年,通用汽车的一名工程师将点火开关换挡与安全气囊无法正常工作相联系,并发现 2007 年后不再有来自驾驶者的相关报告,因此曾怀疑点火开关装置的设计被人改动过。事实上,他是对的。

2006 年,迪乔治同意对该装置的设计进行更改,但未改变零件编号,这导致数年间通用汽车的调查部门难以了解这一零件原来存在的缺陷。尽管迪乔治并没有明确告知其他通用汽车同事这一改动,但有资料显示,其他部门的一些工程师实际上知晓这一改动但并未做处理。

后来,通用汽车的一位工程师布莱恩·斯托弗曾展开一项长达两年半的针对点火开关的内部调查,该调查直到 2013 年底才结束。那时通用汽车才真正发现这一点火开关装置的设计曾被改动。随后直到 2014 年 2 月,通用汽车才进行相关召回。

在点火开关缺陷车辆的延迟召回事件中,除了通用汽车遭到批评,美国监管机构的监管漏洞也受到指责。

美国众议院能源与商务委员会对通用汽车和美国高速公路管理局进行了严厉批评。委员会成员认为通用公司对汽车故障及召回滞后的相关回应无法令人满意,并认为高速公路管理局没有根据已掌握的信息对问题车辆进行调查是失职行为。共和党议员蒂姆·墨菲说,危险信号早已出现,但通用汽车和美国高速公路管理局在这件事上沟通失灵,而结果是致命的。

事故调查仍将继续

芭拉在报告公布后宣布,已解雇了 15 名相关管理人员,并将成立一个基金来赔偿受害者。这 5 名人员包括法律和工程事务人员,其中包括点火开关的设计者雷蒙德·迪乔治。芭拉表示,被解雇的人员存在失误和不称职行为,还另有一些职员也存在疏忽,未能负起责任且没有意识到调查致命事故原因的紧迫性,并通知管理高层。

不过,通用的这份报告也试图为通用汽车高层免责。报告认为芭拉,直接对芭拉汇报的执行官、董事会董事以及通用汽车前首席执行官丹·埃克森在去年 12 月之前对点火开关缺陷引起的死亡案例并不知情。这一为管理高层开脱责任的行为招致了尖锐批评。有律师认为,如果不对管理高层追究责任,就无法真正改变其存在缺陷的企业文化。因缺陷而遇难的死者家属表示,希望司法部能够进行更深入的调查,追究严重渎职者的刑事责任。

上周的通用内部调查报告发布后,美国国会预计很快宣布展开新一轮听证。美国参议院消费者保护委员会的主席克萊尔·麦卡斯基尔表示,将在今年夏天召开一场有关通用汽车为何延迟召回的听证会。她说“我不会让通用汽车的领导层或者联邦监管者逃脱应为这些悲剧承担的责任。受到影响的家庭需要看到其承担责任。”

影视公司“触网”成风 华策向互联网公司抛橄榄枝

■ 陈妍妍 报道

在第 20 届上海电视节期间,影视公司与互联网的深度“联姻”成为焦点话题。前者拥有内容,后者拥有数据、入口,二者“联姻”,可谓取长补短,互相拥抱。

6 月 10 日上午,SMG 东方卫视中心宣布与阿里巴巴数字娱乐事业群达成战略合作。据悉,双方的合作涉及娱乐宝项目、视频节目内容、天猫东方卫视旗舰店、游戏开发、联合技术开发等五个板块,涉及新媒体领域等方面。这在中国的电视行业,甚至在互联网行业都属首例。

随后,在 6 月 11 日上午举行的视频网站与影视产业的第二次“握手”分论坛上,华策影视总经理赵依芳透露,华策一定会与互联网公司合作,但合作的形式可以是多样化的。腾讯副总裁、腾讯在线视频部总经理孙忠怀也表示,投资和收购影视公司并不重要,更重要的是如何理顺商业模式。如果单纯建立好合作就可以达到目的,则未必需要进行复杂的收购行为。

电视台频道优势日渐消失

在回答记者提问时,东方卫视总监李勇坦言,之所以能促成此次合作,与去年以来上海文广集团的改革不无关系。他表示:“从去年到今年年初以来,上海文广集团做了很多改革,未来还会在内部进行深度调整和机制调整,跟阿里的合作也基于这样的大背景,我们要开门办电视,寻找新的合作伙伴。”

李勇指出,互联网对传统产业的颠覆表现在“去中心”、“去中介”两方面,这意味着,电视台传统的自认为权威的制作模式需要向观众放开,同时,传统的频道优势将日渐消失。“在这样的形式下,我们要做的就是把内容做到极致,同时深度拥抱互联网。”

如何做到优质的内容?赵依芳不无感慨地说,作为内容制作方,每一次的变革实际上都是一次自我提升的过程。“电视剧产业受政策影响非常大,自民营公司拿到电视剧制作准生证以来,经历了三次大的政策变动。第一次是引进剧退出黄金档政策,第二次是公安剧退出黄金档政策,第三次是明年开始实施的一剧两星政策。但前两次的经验告诉我们,我们不怕颠覆,临时的政策变动会敦促电视剧制作水平进一步提升。”

对电视台而言,互联网的优势在于用户数据。李勇略显无奈地表示:“我们和阿里的共同点是,每天晚上有很多人在上淘宝,也有许多人守在电视机前看节目,但不同的是,阿里清楚地知道今天晚上上淘宝的人是谁、在哪儿、做什么动作,这些数据都是可以追踪到的,且可以利用这些数据增加用户粘性。而电视台最大的问题是后台没有数据库。”

内容盈利模式需拓展

易凯资本有限公司创始人兼首席执行官王冉告诉记者:“现在大的文化娱乐产业还是处于初级发展阶段,未来的盈利模式一定是多样化的。例如,今天的影视剧收入可能更多表现在票房、版权、广告上,未来客厅付费、内容直接转化成零售也都会是非常大的一块收入。”

这一观点也是业内人士普遍认同的。以成熟的好莱坞市场为例,其电影的票房收入只占影片所有收入的 30%左右,版权、衍生产品等收入占绝大部分。而在国内,电影票房的收入占比高达 90%。收入来源单一成为一大弊端。

电视节目收入亦是如此,以往,电视台的盈利模式是用内容换取收视率、广告,偶尔会有衍生产品。李勇介绍说:“与阿里合作了以后,将拓宽衍生产品收入,包括游戏、电商等,如果彼此的用户数据打通了,会拥有很多明确的用户,相信今后还会有其他商业模式。”

在拓宽商业模式的同时,还加强了互动性,增强用户体验。“其实这种做法现在已经有了雏形,做法就是用个电视屏以外的第二屏。例如,用户在看电视时可以通过第二屏的触发来互动,触发的方式可以是二维码扫描、语音输入等,触发了以后,用户可以在第二屏上做相关的任何他感兴趣的行为,如了解更多信息,看其他配套的节目,消费内容等。”

今后,东方卫视还将把节目的制作流程打开,甚至让粉丝来做节目的宣传片,选秀节目唱什么歌、明星出场穿什么衣服等,都可以由粉丝来决定。李勇透露,目前东方卫视正在梳理这个全流程,以前都是电视台自己来决定,现在是把决定权、参与权都交给粉丝。

