

在近日结束的观点博鳌论坛上,贝壳找房首席经济学家、贝壳研究院院长杨现领称:
“经纪行业经过十几年的发展与进化,正加快进入‘新经纪时代’,其核心特点是用户主权、信息真实、分工合作、平台驱动。”
“不可否认,中介行业原有的生态环境已经受到破坏。”中原集团主席兼总裁施永青坦言,此前市场中更多是“夫妻店”式的小中介,市场开拓资金来自于实际盈利。当互联网瞄向中介领域后,行业原有的模式已发生变化。

新经纪生态下的“三国杀”

1 “真房源”推动行业服务升级

长期以来,中介行业存在以虚假房源吸引购房人、个人信息被泄露等问题。

在互联网时代,免费或低成本交易深入人心,只要真正能解决用户需求、符合用户期待的产品或服务,总能令消费者心满意足地为之买单。在零售、出行、外卖等领域,互联网正打破传统边界,提供更加方便快捷、真实有效的服务。这一东风,正刮向几乎在原地禁锢了十几年的中介行业。

“消费者在交易过程中的主动权增加,对信息和服务的理性识别能力增强,优质服务可获得更多的溢价。”在杨现领看来,新经济时代的核心是服务客户,服务的核心是提供“真房源”。做不到信息真实、诚信服务,将被消费者快速抛弃。

“房源的真实性低,其背后的逻辑是缺乏公开的一套核验系统。”对此,58集团高级副总裁叶兵呼吁整个行业建立一套公库系统,共同推进真房源的建设。

针对虚假信息这个房地产行业的痛点,叶兵表示,需要与多方共同推进整个行业的虚假信息治理和真房源体系建设,推进整个全行业经纪人信誉体系建设,推行人库和房库建设,掌握房源、房东的相关基础信息。

叶兵对真房源体系和经纪人信誉体系建设持乐观态度,但表示还有很长一段路要走,这就需要多方共同努力。“希望能够建立一套公库系统,未来将服务于全行业甚至全社会。”叶兵说。

2 赋能经纪人重构中介生态

除购房人对服务需求逐步提高外,在新经纪时代,经纪人与企业、品牌之间的关系正在发生改变。事实上,过去总站在消费者、品牌公司的角度去思考中介行业,反而忽视了从事这个庞大行业的最基本、最底部的中介经纪人。

贝壳找房平台今年2月上线,主攻领域有二手房买卖、租房、新房销售、装修和社区服务等。它以共享真实房源信息与链家管理模式为特色,吸引经纪人与经纪公司入驻。目前,链家、德佑、第一房屋等中介品牌都已入驻,而入驻其租房板块的长租公寓更是多达4200家。

“从产业趋势看,本质是经纪人在购买公司服务,谁为经纪人提供价值,谁才有价值。某种程度上,只有公司成为经纪人的服务方、合伙人或

者投资人,整个行业的底层组织生态以及相应的激励方式才能发生根本的变化。”杨现领称,激励取代惩罚成为主流的管理方式,让经纪人最大限度地发挥出创造性。

在杨现领看来,传统时代的行业顽疾正受到互联网的冲击和挑战,以用户为主导、信息真实透明、分工且协作的行业新格局将在互联网时代得以重塑,“经纪人彼此之间由竞争走向合作,经纪人与消费者之间从成交为王向服务为王转变。”

3 资本让行业更“浮躁”

如果说服务与商业模式的创新重新定义了整个行业,资本则作为催化剂推动了行业变革。

在近40年的房地产中介行业生涯中,施永青说他看到了这个行业沧海桑田式的变化,从原本“两个兄弟、一部车、一个电话”就可创业、逐鹿中原,到如今动辄投入数十亿元资金。“他们拿社会上的资源去投资,一开始不需要赚钱,一下子就能铺开1000多家店面,我们用了很久才做到500家。行业现在变得很浮躁,小中介的生存空间更小,没有机会做线上业务。”

当问到中原地产的上市问题时,施永青回答得很干脆:“我其实不太想上市,不太习惯用人家的钱,用自己的钱即使亏损了压力也不大。另外,我也不想把上市的价钱定得太高,我想便宜一点,但是投资银行不赞成。”

实际上,施永青重掌中原地产后,业绩有了明显增长,2017年,集团成交金额超1.1万亿港元,跨地域分店总数逾2600间。然而,借助资本的力量,截至贝壳找房成立之前,链家已覆盖了32个国内城市,员工15万名,其中一线经纪人超过13万名,拥有8000家直营店。

不过,施永青并不看好如今的链家。在接受其他媒体采访时,施永青就分析称,链家推出德佑搞加盟,又上线贝壳找房,一定程度上反映出其资金链开始出现紧张。“原有的框架模式成本太高了,不开门店的话,优势没法体现,开门店的话,成本太高,无法获得好的盈利”。

4 平台时代意味着寡头游戏?

“中介行业的生态被破坏,规模大的中介公司很期待平台的出现。”施永青称欢迎平台,不欢迎一家独大,希望出现有竞争、有制衡的局面。

今年6月中旬,58集团发起了一场全行业真房源誓约大会,聚集了我爱我家、中原地产、21世

纪不动产中国等国内房地产服务企业。我爱我家董事长兼CEO谢勇在大会上表示,房产经纪公司需要真正的平台,如果一家自称是平台的企业既做线上、又做线下,既当裁判员、又当运动员,这在商业伦理和操作逻辑上绝对不能被接受。

在叶兵看来,平台的核心在于开放。作为服务经纪公司、经纪人和用户的信息发布平台,不介入经纪公司的经营,仍然保持经纪公司的经营主体性和独立性。

“58信息发布平台未来可以有更多的服务,一方面开放IT系统、房源数据库,另一方面开放整个平台系统,让更多商家、培训公司、律师行、金融公司能够入驻这个平台。”叶兵表示,所有企业共享整个行业的所有资源,这样效率最大、成本最低,有利于行业健康有序发展。

“平台的关键还是对用户好,在经纪行业尤其如此。我们希望通过规则的建立、平台的赋能,让消费者是因为喜欢而选择经纪人,而不是因为其他原因。这样,用户用脚投票,这才是多平台时代的本质逻辑。”杨现领回应称,平台不是唯一的,未来会很多元,既有传统的房源分发平台,也有新兴的服务平台;既有全国性平台,也有区域性平台,这个格局不会改变。房产交易是一个本地化的生意,一定会存在本地化平台。由于服务与角色相对复杂,各个平台都会保留一定的市场份额。

相关链接

试水代理制 抬高行业门槛

中国房地产经纪行业已经发展了20多年,至今仍存在不少问题,大多数客户认为中介费用过高。在美国等西方发达国家,客户在购买二手房时,并不需要交纳中介费,中介费由卖方承担。而在国内,这部分费用则由购房者承担。近日,豪宅网宣布,自2018年8月起正式推出“不收取方中介费”的“卖方代理”创新业务模式,中介费向卖方收取,佣金为2%。此外,豪宅网将经纪人定位为“代理人”,而不再是简单意义上的信息中介,经纪人将成为估价、营销、谈判和交易流程服务的专家。

豪宅网CEO刘军称,希望通过这次自主创新,铲除影响行业多年的顽疾,带动广大经纪同行一起主动变革,让行业回归应有的服务本质和专业精神。

(据《北京晚报》)