

房地产销售渠道战“擦枪走火” “大妈”卖房为何遭中介联合抵制？

当买房不用找经纪人，社区里的“大妈”也能拿出APP推荐两三个楼盘时，有资质的中介机构有了强烈的危机感，怒而抗议。上周，深圳五大中介机构发布联合声明，抵制“全民经纪人”营销模式，称其破坏了行业市场的良好生态环境。分析人士指出，抵制背后，中介机构其实是在声讨开发商，担心他们自建销售渠道动了市场的“蛋糕”。

“网上卖房”点燃一把火

“全民经纪人”，是指地产开发商不论执业资质发动一切不特定个人充当其房产经纪人，提供客户信息，并在成交后付予个人一定报酬的营销模式。通俗点讲，就是如你我这样的普通人，也可以向亲朋好友推荐房子，只要对方成功买了房，你我就相当于做了房产经纪人，可以从开发商那拿到一笔提成。

“全民经纪人”的概念，最早出现于2012年。当时，房企绿城中国遭遇业绩下滑，创始人宋卫平提出“全民经纪人”，不仅将原本驻守在售楼处的销售人员赶出办公室，让其到社会上去寻找客户，还向全社会成员开放房源，任何人带来客户都可以拿到佣金。甚至，宋卫平给自己也下了指标，一句“欢迎大家来找我买房子”被媒体引用了很久。

2014年，碧桂园、万科、富力等品牌房企陆续喊出“全民经纪人”的口号，鼓励所有人为开发商

推荐客户。概念炒得火热时，也曾引起中介机构不满，但由于房地产销售主要依赖线下，市场随后几年也发展得很好，热度慢慢变淡。

直到今年，受到新冠肺炎疫情的影响，全国各地线下卖房活动全部暂停。2月，恒大通过旗下的恒房通平台，推出网上卖房，不仅给予购房优惠、允许无理由退房，更重要的一条就是兼职赚佣金。按照当时的规则，注册用户成功推荐朋友购买恒大的楼盘后，可获得10000元的推荐购房奖励和1%的佣金奖励。这犹如一把“火”，网上卖房的热情被点燃，开发商纷纷推广自家的线上营销平台，并号召全民加入经纪人的行列。

有监测数据显示，今年以来，200强房企中有143家房企重启或新推出线上售楼处，107家房企推出集团或区域自有平台线上售楼处，其中搭建小程序的就达到85家。

五大中介机构集体抵制

“姐，五环外的纯新盘您考虑么？”“哥，我这有一个特别好的楼盘推荐。”“高档新盘火爆销售中，独家折扣。”3月来，普通人收到的经纪人电话中，推荐新房的频率远高于二手房。中介机构赖以生存的核心资源就是买房人的大数据，通过将购房人引流到开发商，获取高额佣金提成。然而，当普通人也能在开发商的平台上兼职卖房，显然动了中介机构的“蛋糕”。

深圳中原、链家、Q房、乐有家和美联物业五大中介机构在联合声明中称，“全民经纪人”营销模式既不符合从事房地产经纪业务必须是专业房地产经纪人的要求，也不符合房地产经纪人必须

在具有独立法人资格的经纪机构执业的规定，导致行业内各种违法违规以及走私单现象泛滥，无法根本保证广大消费者的合法权益，也严重妨碍了房地产经纪业务市场的正常经营秩序，破坏了行业市场的良好生态环境。

他们宣布：坚决不接受任何“全民经纪人”等模式的分销合作或类似操作行为；坚决不参与任何开发商、发展商、渠道商发起的分销转介类“全民经纪人”违法违规营销模式；坚决不发布“全民经纪人”等违法违规营销模式下的分销转介项目任何形式的广告宣传；坚决打击公司经纪人个人以所谓“全民经纪人”营销模式的各种走私单行为。

开发商与中介机构的博弈

“房地产销售渠道之战终于擦枪走火，开发商自建渠道，动了中介机构‘奶酪’，终于开始引起中介公司的声讨。”房地产研究者苑承建公开评论称，现在开发项目利润越来越薄，看似不高的渠道费用已经成为一笔不小的成本，开发商自建渠道是大势所趋。

实际上，随着楼市从增量市场进入存量市场，中介机构在新房销售的作用变大，与开发商的议价权也在提高。北京某知名商住楼盘就曾向渠道商开出10%的佣金费率。“自建渠道自诞生起，开发商和中介机构就一直存在博弈，这次

只是博弈的声音被放大了。”一位品牌房企营销负责人告诉记者。

“‘全民经纪人’模式多年前就已推出，在今年楼市降温的大环境下，此类模式或会继续强化。”地产分析师严跃进认为，移动互联网技术的发展和互联网营销氛围的营造，更多人愿意加入这个行列，赚取高佣金。实质上，“全民经纪人”模式是开发商打破渠道垄断的一个突破口，中介机构抵制的是开发商自建营销渠道。“当然，是否废除这个模式需要慎重探讨。”他表示。

（北京日报）

百城住宅库存维持高位盘整 楼市供求进入快速恢复期

近月来，房地产市场稳步复苏，市场成交热度不减。在供求相互作用之下，百城住宅库存继续维持高位区间。克而瑞地产研究中心近日公布的最新监测数据显示，截至今年5月，百城商品住宅库存量达到了56871万平方米，与4月大体持平，同比则增长12%。

2020年初，因为疫情“黑天鹅”事件影响，房地产市场加速下行调整，交易持续低迷。百城库存规模一度增长，迎来新一轮周期变换。克而瑞方面的数据显示，百城住宅整体库存自2019年11月以来一直处于5.5—5.6亿平方米的高位波动。这与2019年三季度楼市调控持续发酵，销售转冷的市场行情变化基本一致。

从5月份库存规模来看，一线城市因当月推盘量大幅增加，商品住宅库存量同环比齐增，环比微增1%，同比上涨15%；二三线库存量增势相对平缓，与上月基本持平，同比涨幅也不及一线显著。

四个一线城市当中，上海5月库存量同环比齐跌，主要源于市场成交集中爆发，月内商品住宅成交量创该城市两年来新高。广州整体供求维持均衡，月内库存变动不大，同环比增幅基本都在5%以内。北京由于供应大幅增加，当月供求比高达1.43，带动了库存量的进一步增长，同环比涨幅在一线城市中居首，达到了24%。深圳则

因供应持续偏低，库存面积环比呈小幅微跌，不过仍高于去年同期。

二线城市整体供求平稳，环比而言，各城市库存总量涨跌参半，呼和浩特、南京等城市跌幅显著，均超过10%；同比来看，近七成城市库存处在上升通道，太原、兰州、南宁、济南等同比增幅超50%。三四线库存量环比持平，同比小幅上行，城市间分化较为明显。

从库存去化周期来看，5月份百城住宅库存同比增长12%，去化周期收窄至15个月。其中，一线库存量高位维持，同环比齐增，去化周期达到了18个月；二三线库存量基本与上月持平，去化周期较上月有了稳步收窄。

克而瑞地产研究中心分析人士认为，综合来看，因为国内疫情已经得到有效控制，楼市供求正在进入快速恢复期，当前百城住宅库存总量保持稳定，但是相较于去年还是有了显著增长，后期去库存压力依旧巨大。

该分析人士进一步指出，随着房企中期业绩冲刺在即，市场的供应规模将出现大幅增长，前期被抑制的需求也将迎来集中释放。热点城市库存规模仍将保持稳中有增态势，库存消化周期有望小幅回落；而针对部分供过于求的城市，库存风险也将逐步累积，市场去化压力将进一步加剧。

（经济参考报）

无锡康贝佳口腔端午节活动精彩纷呈

端午节是我国民间承传几千年的重要风俗。从挂艾草、插菖蒲、佩香囊到赛龙舟、吃肉粽、饮米酒，无不寄托着人们祈求健康平安的愿望。值此，无锡康贝佳口腔围绕助力健康与荣巷社区开展“党建引领克时艰，端午民俗克时疫”防疫抗疫特别活动及端午假日期间种植牙个性化特惠活动等等。

据介绍，康贝佳口腔为保证各项活动节日期间顺利开展，现场有体温检测等防护保障措施。现场为市民提供免费口腔检查；医务人员与社区居民互动宣讲口腔健康，从而使“重视自身口腔卫生保健是保证胃肠消化系统健康的重要环节”的理念深入人心。同时，端午假日期间康贝佳口腔推出种植牙个性化特惠活动，让更多的市民在节日里享受到定制专属个性化服务。

（小贝）

