

# 房地产“全民经纪人”： 营销创新还是破坏“行业生态”？



亲戚、朋友、路人……不管是谁，只要能拉来客户买房就有佣金拿。近来，部分开发商为提升营销效果采取“全民经纪人”模式引发争议。多家大型房地产中介企业对此公开抵制，认为该模式侵害了中介利益，可能引发走私单、利益纠纷、偷漏税等乱象。“全民经纪人”究竟属于房地产营销模式创新，还是破坏“行业生态”？“新华视点”记者进行了调查。

## 争议背后

一些业界人士认为，“全民经纪人”的兴起，一定程度上是房地产行业转型和互联网技术发展双重影响叠加的结果。

“全民经纪人”是否会引发楼市销售渠道“重构”？

中国综合开发研究院旅游与地产研究中心主任宋丁等人认为，房企减少对中介机构的依赖，通过直播、“全民经纪人”追求客户“增量”无可厚非；楼市销售渠道利益“再平衡”需要一段时间。

一位房地产业内人士表示，目前所谓“全民经纪人”模式，并不应该是职业行为。出现中介人员接单问题，说明“全民经纪人”获得的佣金比其从机构分到的佣金更有吸引力，是否需要自律规范、引导调整，业界还要推进形成共识。

“全民经纪人”是否存在一定法律风险？

“如果称之为‘全民卖房员’‘全民营销员’，可能更为合适。”有中介机构工作人员表示，“经纪人”概念包含了获客、居间、代理等全过程，远超“全民经纪人”的能力范围。

一家大型房企高管对记者表示，“全民经纪人”推荐客户后，房企自销团队会跟进后续流程，最后还是购房者与房企双方签订合同，理论上，“全民经纪人”并不在购房合同中担任某种角色。

移动互联网促房企“去通道化”，房地产经纪行业未来向何处去？

不少业界人士认为，尽管房企有减少对中介机构依赖的动力，但中介机构也有其专业优势，不过仍需在提升服务质量等方面多下功夫。

李宇嘉说，中介机构在二手房交易领域有不可替代的作用；在新房市场，尤其是一些三四线城市，从房地产项目建设开始，可能也需要具备专业知识的中介机构在项目规划、户型设计、材料选择、物业管理、片区协调等方面提供服务。同时，对于消费者来说，中介机构在防止房企“一房二卖”等问题上也能够提供一定背书作用。

“一些中介机构微信、小程序使用率很高，可以实现一定的流量转化。”李宇嘉认为，中介机构要加强专业能力建设，在与房企的博弈中体现不可替代的价值，促进行业高质量发展。

(据新华社深圳7月3日电)

## A “全民经纪人”抢了中介机构生意

近日，中原地产代理(深圳)有限公司、深圳链家房地产经纪有限公司等5家中介机构联合发布声明，言辞激烈地抵制开发商采取“全民经纪人”营销模式，称不接受这一模式的分销合作或类似操作行为。

所谓“全民经纪人”，是部分房企通过互联网App、小程

序等方式推出的营销模式，即发动一切不特定个人介绍潜在购房者，并在成交后给介绍人支付报酬。

“如果您买这个房子，可以让朋友参加我们的‘全民经纪人’。首次登记信息时，推介人写您朋友的名字，他可以领2万元推介费，但需要到税务局交一下税。”深圳“会展

湾·东城”项目营销中心销售人员说。

恒大旗下的“全民经纪人”App恒房通，目前用户数超过1000万，今年2月实现成交近10万套；碧桂园凤凰通，今年前2个月线上全民营销占销量的28.62%。

房地产商通过全民营销刺激了销售，但却引起中介机

构不满。在一些中介机构看来，“全民经纪人”不仅抢了其代理生意，还破坏了行业“生态环境”，带来管理问题。

中原地产代理(深圳)有限公司董事总经理郑叔伦说：“开发商在找中介机构合作的同时，又开展‘全民经纪人’模式，是变相诱惑中介机构员工利用公司资源接单。”

## B “蛋糕”之争

“全民经纪人”销售模式在房地产业不是新鲜事。此前，绿地集团在2012年就提出这一概念。随后，富力、万科等房企也看到商机，陆续推出类似模式，鼓励社会力量为开发商推荐客户。

房企推出“全民经纪人”挤压中介“蛋糕”，不少中介机构早有微词。而近来，房企对“全民经纪人”模式愈加倚重。

不少业内人士分析，在疫情等因素影响下，房地产市场

销售压力激增；与此同时，移动互联网技术进步带来了获客便利。不少房企为削减成本，自建销售渠道，比如线上直播卖房，用“全民经纪人”模式获客。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉说，从线下到线上，从传统销售渠道到全民营销，所谓“全民经纪人”，其实是开发商在移动互联网技术下开展的营销创新与产业链延伸。

一位大型房地产公司高

管对记者说，并没有哪条法律规定新房销售必须由中介来代理，我国2014年也取消了房地产经纪人员职业资格许可和认证。对企业来说，无论选择用自己的销售渠道还是与中介机构合作，都是依据成本收益、企业战略判断的市场行为。

记者采访了解到，中介机构代理项目一般收取1%至5%的佣金。不同房企与中介机构有不同程度的销售合作。总的来说，若项目好卖，

开发商和中介机构合作的意愿较低，可能会选择自销；若项目难卖，特别是在三四线城市销售楼盘，房企则更加依赖中介机构的渠道。

对房企来说，开启“全民经纪人”模式最重要的目的是降低获客成本。以深圳“会展湾·东城”项目为例，推荐一位客户并实现成交，“全民经纪人”的佣金是2万元；而如果与中介机构合作，即便按照1%的佣金算，也要4万至6万元。

## 寻亲启事

2016年12月16日晚22时左右，平顶山市东安路的杨红梅在东安路北段(木材公司专用铁路旁)捡到一女婴，现为该女婴寻找亲生父母或监护人。望该女婴的亲生父母或监护人自本公告之日起60天内与本人联系。联系电话13703756766。

2020年7月4日

## 叶县公安交警大队公告

以下车辆因交通违法被叶县公安交警大队予以暂扣，现予以公告。公告后3个月内仍不予认领的，叶县公安交警大队将对车辆进行处理。

序号	车辆类别	车辆识别代码	序号	车辆类别	车辆识别代码
1	红色豪爵 125(FU987)	LC6PCJB635001413	13	紫红珠峰125	LB7TJCM056F006943
2	红色精通	无	14	紫红太阳(TA366)	DY152FMH90342959
3	白色豪爵踏板(FX626)	LC6TCJEIX50043470	15	灰色雅马哈踏板(T9109)	LYMTGAC378A310840
4	棕色新感觉	IP52FMW435T0090	16	白色太阳踏板	LATTCAPY181257540
5	黑色豪爵(FY989)	LC6PCJK2150059992	17	紫红银翔(重庆)	无
6	红色钱江	LBPEJOF38B087364	18	黑色踏板(抖音)	2014L0200(8)3454
7	白色海王星(EB561)	F4D7-GU001520	19	白色FAST(凯赛)	LSZPEAMF7F22A7024
8	兰色铃木	LAELE3450AE009608	20	紫红嘉陵龙虎豹	无
9	棕色嘉陵(F3439)	JLIP50FMG-207A480055	21	红白色太阳(F9891)	无
10	紫红风驰	LC152FMHXD040749	22	白色本田踏板	WH150QME06F02199
11	黑色太阳	LY147FMF05072962	23	白色珠峰125踏板(豫DDZ791)	970883610
12	黑色豪爵悦星(T2771)	LC6TCJEI380096712			