

地产商被中介“绑架” “全民经纪人”被抵制 地产圈乱象你知道多少？

当房子成了快消品 究竟可以走多远？

三问珠海地产圈：

文/图 何叶舟

珠海又见“日光盘”？珠海楼市真这么疯狂吗？这背后有什么蹊跷？

4月以来，珠海楼市开始复苏，地产商着急回笼资金，中介“疯狂”带客看房，不少中介借机造势称楼市回暖，“买到就是赚到”。

有业内人士道出表象背后的真实：表面上看，楼市有回暖迹象，但是快速卖房的过程中只有销售并无经营，地产“营销”出现了分割，通过高刺激、高激励实现快速卖房，并不理性。

记者调查发现，近期楼市销售中出现不少反常的情况：房屋中介总对客户说，他们带客买房比客户自己去售楼部买更便宜。多了中间环节反而便宜了？

而开发商却叫苦连天，声称为完成销售业绩不得不被中介“绑架”。房地产开发商竟能被中介“绑架”？

最近，几大中介联手抵制各大开发商推出的“全民经纪人”。“全民经纪人”又是怎么回事？开发商与中介正面杠，他们之间有怎样的利益纠葛？今天我们一起拨开迷雾，带你看懂当前地产圈“公开的秘密”。



珠海楼市开始回暖，5月份再现“日光盘”

业内人士呼吁，珠海房地产营销应回归理性，“营”和“销”缺一不可



陈春鸣 画



有数据显示，4月份开始珠海楼市开始回暖

一问 地产商为何总说被中介“绑架”？

把新盘交给中介来卖，成交之后中介向开发商收取一些渠道费用即佣金，已经是地产业内常态。那么，中介在一般人眼中大部分应该是从事二手房交易，怎么也开始涉足新房领域了？

那我们先从目前房产销售的几个主要渠道说起。据业内人士介绍，目前房产销售主要有三个渠道，一是内场销售，一般是开发商自建团队，或者委托传统营销代理机构销售，但对外的营销主体都是开发商；二是“全民营销”，也是开发商为了降低营销成本采取的一种销售方式；三是渠道销售，营销主体是从事楼盘销售的营销代理中介机构，也是我们常说的原先从事二手房交易的中介机构，开始涉足一手新房代理，且销售份额在逐步加大，成为目前开发商销售主力军。“从全国新房渠道市场来看，2018年为主要分界点，2018年之前中介渠道只占比5%左右，只是起到锦上添花的作用。而随着销售难度加大，

客户越来越难找，2018年渠道成交占比达到15%左右，而2019年渠道销售占到所有开发商销售任务的50%，而未来渠道的占比只会越来越高。传统代理商也被迫从内场转为内外场结合（内场指代理商进驻开发商售楼处销售，外场指渠道）。为了抢占市场，不少代理公司、中介平台纷纷成立渠道公司。因此今年市场流行一句话“开发商受渠道绑架”。”该业内人士说。

于是，开发商为了快速卖房，便希望中介通过渠道多为自己的项目带客。“僧少粥多”，带客去哪呢？面对都想快速卖房的地产商，中介公司便有了选择权，谁给出了更高的渠道费或佣金，便给谁带去更多的客源。“为了快速回笼资金，完成卖房业绩，我们只能给到中介越来越多点数的渠道费。”一位地产公司营销人员无奈透露。

也许有人会问了，那地产商不用中介，自己卖房不可以吗？答案是，如果不计成本的话，当然可

以。“卖房需要人，自己养人，人多了成本自然就高了，人少了卖的速度就上不去。”一位地产公司营销人员表示，“我们以前就是用的中介渠道卖房，消化的速度比较快，拿回来的钱便可以继续去做其他项目，要让钱滚动起来，不能在一个项目上压太久，所谓“高周转”也就是指这个。既然只能靠中介，那我们就不被动了。”

因此，新房销售市场也变得越来越畸形。但这其中多少也透露出开发商的无奈，目前，随着渠道销售在开发商销售任务中的占比越来越大，开发商很难和渠道公司达成对等的谈判条件，最基本的逻辑是中介公司掌握着客户，掌握着资源，而开发商即使离开渠道付出同等的营销费用也很难获得这些客户和资源，所以目前来看，在这种不太对等的条件下，中介公司往往掌握着谈判的主动权。

据业内人士透露，如今地产商给到中介公司的渠道费点数已经偏离了正常值。“这样明显是

破坏了行业规则，正常来说中介的渠道费或佣金也就是3个百分点，现在有夸张的都去到8个点、10个点了，而正常房地产项目开发的利润也就是10个百分点左右，房地产企业本身利润就被侵蚀了。”该业内人士说，“做这个事情往往不是房地产老板本人，都是一些职业经理人或者营销负责人，从而也滋生了一些腐败现象。例如，今年6月份新浪财经曾报道，龙光集团于6月17日发布通报称，该公司佛山项目多名销售人员通过“飞单”操作，联合房产中介骗取佣金数百万元。”

这样看来，无论是为了卖房，还是个人或团队的利益，开发商都只能被中介“绑架”。

据了解，为了卖房，开发商被中介如此“绑架”在业内已是常态，但也不是所有开发商都心甘情愿一直处于被动地位，一直忍受利益被侵蚀之苦。所以，疫情之下，楼市停摆，助推了全民营销，一股“去中介化”之风在地产圈兴起。

为了挣脱中介的“绑架”，不少地产商们纷纷开始自建团队，开启“全民经纪人（又称‘全民营销’）”之路。其实全民营销在业内已施行多年，只是这一次“升级”后，有一部分人坐不住了。

据了解，在全国楼市慢慢恢复正常时，深圳地产圈因为一份联合声明炸开了锅。前段时间，深圳五大中介机构联合声明，坚决不接受任何“全民经纪人”等模式的分销项目合作或类似操作行为；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”行为等。公开抵制渐入热潮的“全民经纪人”模式。

当然，这一份声明截图也出现在了珠海一些地产中介的朋友圈内。

深圳五大中介机构联合发出声明的矛头所指——“全民经纪人”营销模式，据五大中介机构的解释，“全民经纪人”是指房地产开发商/发展商/渠道商不论执业资质发动一切不特定个人充当其“房产经纪人”，为其提供客户信息，并在成交后给予个人一定报酬的营销模式。

说到全民营销模式，我们先来看一下它的发展历程。

相关资料显示，2012年，绿城遭遇销售压力，宋卫平亲自挂帅上

阵，提出“全民营销”这一在当时标新立异的营销模式。彼时，宋卫平提出，改“坐销”为“行销”，一改往日客户找上门买房的模式，实施经纪人制度，提倡主动出击寻找潜在客户；二是借用社会上二手中介的经纪人，从中面试、挑选出两三百人的优秀人选，成为绿城的签约经纪人，帮绿城卖房，大大拓展销售渠道；此外，向全社会成员完全开放其房源，任何人带来客户，都可以拿到佣金。为了鼓励大家卖房，绿城还大幅提高销售提成。在全新的销售模式下，绿城在2012年上半年取得了约219.5亿元的销售业绩，也是“全民营销”模式下第一个“吃螃蟹”的房企。

在此之后，不少房企都有陆续喊出“全民经纪人”的口号，鼓励所有人为开发商推荐客户，但是由于房地产销售本身的较大，主要还是依靠线下，对中介产生的影响有限，所以当时的“全民经纪人”并未发展得火热。

随着房地产市场逐渐趋冷，回归理性，销售规模逐渐见顶，今年叠加疫情影响，无论是房企还是中介的日子都变得不好过，因此对于开发商来说，想通过全民营销来替代费用高昂的中介渠道，而中介则希望可以获得更多的佣金。矛盾由此产生。

“全民营销”模式实际上打破中介行业的规则与生态平衡，背后很容易诱发“走私单”现象，这也是五大中介机构联合抵制的主要原因之一。据业内人士解释，如今地产商们倡导的“全民营销”不仅仅是企业内部所有员工的全民营销，更是指所有人，就是每一个人无论从事什么职业，都可以在地产商那里注册成为一名经纪人，只要介绍客户买房成功，便可拿到一定点数的佣金。“一般这个佣金在1-2个百分点左右，而这对于一些手上本身就资源的人来说就非常具有吸引力，比如说一些中介公司的员工，他们正在正常在中介公司介绍成功一个客户买房，地产商给到中介的佣金是3到5个点，但是真正拿到中介员工手里的就没有这么多，中介公司要收取平台费用，还要对员工进行一些绩效考核，拿到是很不容易的。所以，这些中介的员工便会把自己手里的客户资源直接引入开发商的平台，从而轻松拿到更多佣金，被称之为“走私单”。

随着“全民经纪人”成交的比例越来越大，市场上原本属于中介公司的既得利益被大幅度侵蚀了，于是中介公司坐不住了。

那么，中介渠道一度“挟客户以令诸侯”的时代是否会就此终结？

二问 “全民经纪人”究竟动了谁的蛋糕？

三问 两种销售方式水火不容，如何可持续发展？

对于水火不容的全民营销与中介渠道，哪个更适合市场，哪种方式可以带来房地产市场的健康可持续发展？

一位地产营销人员表示，站在开发商的角度，肯定还是要义无反顾地推进“全民经纪人”的模式，不会因为中介的抵制而放弃；相反，看到中介的抵制如此激烈，说明这样的模式对于中介渠道是有巨大杀伤力而且是有用的，一旦放弃，意味着开发商将对中介渠道失去制衡，这样的结果，也是开发商最不愿意看到的。

一位从事地产行业多年的业内人士认为，健康的房地产营销市场，“营”与“销”缺一不可。目前的房地产营销市场，只有销，没有营，是不可持续的，如同吃了速效药，终究还是要回归更理性的方式。“回归就是回归更规范、更合理、更长期主义，回归到一个行业本身应该去做的这些事情。”

该业内人士指出，一个行业就需要一个行业的规则，大家共同遵守“游戏规则”才能可持续发展。

在这场对峙中，中介公司认为开发商启用的“全民经纪人”没有房地产从业资格，对行业不够了解，但其在内地，从事房地产经纪是不需要考取相关证件的，所以开发商这种做法，本身不存在违法，本质上和发展商的客带客、老带新是一回事。所以，本质上中介公司是没有抵制的理由。那么，从情理上呢？“其实这个问题我们之前也给不少开发商建议过，如果确定要启用中介渠道，就不要同时去启用‘全民经纪人’，不要又当裁判员又当运动员，否则就没有遵照商业本身的逻辑，无法让大家共同创造价值。如果商业逻辑的本质不是激发所有人的积极性去共同创造价值的，那就失去了商业的本真，以及他的底层逻辑，那就导致了现在的局面，大家都在厮杀。所以才会有五大中介公司联合抵制开发商用‘全民经纪人’。为什么他们要抵制？因为利益受损。他们觉得被开发商招之即来挥之即去，需要

的时候就叫过来，不需要了就一脚踢开，用了他们渠道，最后还拐骗了他们的员工。”该业内人士说。

过高的渠道费用，导致开发商利益被侵蚀，也滋生了不少腐败问题；过度铺开的全民营销挤占了中介公司的生存空间，也让房地产营销变成了一场不可持续的“全民狂欢”，那么，“狂欢”之后呢？

对此，业内人士呼吁，房地产市场应该回归到一个正常的、理性的营销体系，要有“营”又有“销”，而不是一味强调“销”，不是谁有客户就至上。作为开发商，应该思考如何运用好各个合作方分阶段的角色扮演，整合好资源，创造社会效益和经济效益。作为代理商，应该回归到营销的本质，从项目定位之初即做好市场调研和客户摸底，过程中做好开发商“好帮手”，多做未雨绸缪的事。房地产销售归根结底，应该要回归到团队协作，好好经营，才能好好销售。



珠海因环境和空气宜人，吸引了不少全国购房者