

链家究竟是建设者还是破坏者?

于上海,于这座城市,2015年无法不注意到上海链家的一抹绿。这一年,上海链家门店如雨后的春笋,增加到1200家,几乎覆盖上海各个板块。这一年,上海链家将经纪人底薪整体提高,建立100%真房源系统,提出“五大服务承诺”,推出“五大金融”产品,做公益,开放全部门店提供便民服务,以情怀拉近社区邻里的距离。这一年,链家以近乎汹涌的发展态势,成为上海规模超大的房地产经纪公司。检索“2015·链家”关键词在网上会出现365,000结果。有人评论链家很牛,是唯一有可能实现万亿级房产O2O平台的企业。也有人说链家步子很大,折射出房地产最丑陋的事实。众说纷纭的背后,真实的链家究竟是建设者还是破坏者?



互联网冲击

如果这一年一定要为上海链家找一个核心关键词那应该是“改变”。而这份改变又是围绕“客户体验”这样一个核心在进行。不可否认,改变的初衷是一份来自“互联网”的危机感。互联网中介在今年大肆的进军房地产市场,核心诉求就是切入买方市场,其中不少以低佣金吸引客户,试图通过这种方式来扩大买家的话语权,从而颠覆房地产中介市场。但很快,链家用了几个月的时间就快速的占据了二手房市场,用的核心诉求是:迅速扩张门店,以主营楼盘的方式抢占市场获得房源。其实这背后折射的是一个残酷的现实:房地产市场就是卖方市场——哪里有好房子,客户就去了哪里。

上海房地产经纪行业是个充分竞争的市场,一直以来单一房产经纪公司的市场占有率从未突破15%。2015年3月,链家来到上海,以合并当地中介公司的形式迅速进入上海,并提出打造房产万亿级O2O大平台愿景。很快链家的广告如排山倒海之势,覆盖上海电视、广播、电视,它们出现在重要的地铁线,公交线,各大办公楼宇,小区的道杆,甚至是电梯的防水垫上。最重要的是链家的门店开始出现在上海的大街小巷,同一条街出现3、4家门店的情况并不为奇。通过“人海战术”链家在极短的时间内,拥有了上海极多的房子。目前,上海链家门店数超过1200家,市场占有率超过20%。

尽管是以近乎野蛮的方式,但“上海链家”全新品牌确实证明了“存在感”。从这个层面上而言,链家是上海经纪行业的破坏者,它将互联网中介与传统中介之争,转向第三种可能,拥有房地产全产业链的O2O之争。



中介行业开始“较真”

让你成长的并非痛苦,而是对痛苦的思考。“互联网浪潮推动房产销售模式改变,房产O2O领域的竞争最终聚焦到服务上。谁能拥有更多的客户,并为客户提供更多、更好、更有价值的服务,谁就能站得稳、走得远。”链家董事长左晖曾公开说。

随着房地产市场的发展,以及互联网时代的到来,越来越多的企业会进入到这个行业。行业越发展,如信息不对称、高佣金这样的痛点会逐一得到解决。随着房价越来越高,最终经纪行业PK

随着房价不断攀升,“交易安全,服务专业”越来越受到客户重视,同时自互联网进入中介行业,“烧钱”思维也随之而来。在此基础上,针对交易的风险上海链家提出房屋欠费由上海链家先行垫付;签前房屋遭查封损失由上海链家先行垫付;客户通过链家购买到“凶宅”,最高原价回购;同时为客户提供免费资金监管,如有损失上海链家先行赔付;以及链家网100%真房源,“假一赔百”等五大承诺,这是行业首推的具有明确“退赔标准”的承诺。

在租赁市场中链家旗下品牌自如房产,也是业内唯一一家推出“三天不满意

开始更注重软实力

值得一提的是,在房产销售之外的软实力方面,房产经纪行业亦做了大量探索。10月,爱屋吉屋引领千名“中国大妈”在北京大跳广场舞,将触

的还在于服务与交易安全保障。

在过去一年多的时间里,中介行业在服务附加值上做了非常多的尝试,如中原启动“e+”系列金融产品的全线发布,上海链家更是动作频频,几乎以两个月就更新一项的速度发布最新的服务项目。目前已建立链家网真房源系统、链家代理、自如资产、丁丁租房、链家金融、五大承诺、德佑豪宅等七大产品,在华东区域逐渐形成一个覆盖资产管理、交易管理和金融管理服务的房产全产业链O2O生态圈。

“产生意向→到互联网媒体上去寻找房源线索→线下经纪公司去委托→通过经纪人带看→成交时寻求风险规避的避免举措→找银行做Escrow资金监管→首付不够时去做抵押贷款→尾款不足时寻求银行按揭→采买建材→装修装饰……”在这长长链条的每一个节点,每

一个都会成为客户通往链家的入口。这些表象的背后,是链家经营思路的巨变——链家希望改变房产中介的定位,把房产交易复杂链条的各个环节整合在一起,构建一个O2O平台,成为“住”的入口。

而这个理想帝国的基础是“真房源”,然后是如何通过互联网平台来展现房源的信息以及如何让房源信息和客户的需求更为匹配。2015年12月,上海链家发布全民打击假房源活动。据上海链家提供的最新数据显示,12月21日至12月27日之间,上海链家共接到虚假房源举报1814例,经核实,其中无效举报等情况1300余套,100余套待提供凭证,实际赔付431套,占链家网整个房源量的0.5%。

从此或可见,中介行业开始从信息不对称,进入开始“较真”的时代。

钱砸出来的竞争力

成为核心竞争力,尽管它是用钱砸出来的。但你砸,链家砸了,链家就拥有了竞争力。

纵观2015年,中介行业在经纪人的“薪资”方面砸钱的力度也不小。今年年初,爱屋吉屋以互联网中介的形象,将经纪人底薪提高到6000元左右。随后3月底,上海链家则将经纪人底薪提高到5000元,加上提成经纪人的平均工资超过万元。对此,上海链家的解释为:“大幅提薪主要是想让地产经纪工作成为一份高品质的工作,打破人们对行业的固有观念,让它成为人们尊重的行业。”

全额退款、租金月付”的租赁代理服务公司,以及链家旗下的丁丁租房承诺客户0佣金租房。

链家掷金亿元为房屋交易中1%的风险买单,但对客户而言,这就是100%的保障。在房产经纪行业中还未有其他企业做出相似承诺时,它就会

手伸进购房决策群体。11月,上海链家1200家门店,全面向市民开放,提供“便民服务”,为每一位市民在必要时,提供应急的包括复印、打印、电话、纯净水供应、厕所、代缴水电煤等帮助。

不仅如此,“公益”也日渐成为中介塑造新形象的新选择,自2012年以来,四年间上海链家坚持实施西藏来古村支教计划,支援西藏希望工程小学建设,助力西藏大学生圆梦未来、关

注自闭症儿童等。

12月,第八届中国企业社会责任榜将“责任产品奖”授予上海链家。这是8年来,上海房地产经纪行业企业首次获得这个奖项。颁奖词中提到:“房产经纪行业正在向‘富有责任和担当’的正面形象转变,行业单一企业对社会的影响力也在日益突出……”

或许时至今日,房产中介形象真的已经跨出了改变的第一步。