



当阿里与易居联手，中国楼市的鲑鱼来了？

房地产市场正在快速数字化，未来 10 年数字化会成为房地产行业的“血液”。

□ 撰稿 | 王 婧

2020 年 9 月 16 日，可能是一个载入中国楼市大事记的重要日子——这一天，阿里巴巴旗下的天猫在杭州举办的 2020 中国房地产数字化峰会上宣布：正式成立房产部门，推出“天猫好房”平台，至少 3 年不赚钱，收入全补贴购房者。

与此同时，阿里与易居联合发布不动产交易协作机制（ETC），以此促进房产行业的数字化升级。“不动产交易协作机制不收差价，只收取交易佣金的百分之几作为数字服务费，希望开发商和二手房经纪公司都加入进来。”易居董事局主席周忻将合作机制形容为就像走高速公路的 ETC 闸口一样。

此外，天猫还将和易居一起，打通整个看房、购房的全链路，为开发商定制专门的房产旗舰店，一起打造“智能售楼处”，让消费者可以在线上完成从看房、定金认购到金融服务的全过程。

阿里和易居描绘的美好愿景，在当下的中国楼市会实现吗？

为什么要在线卖房？

周忻介绍称，当下开发商在房产营销中经常遇到直客触达难、营销成本高、被单一垄断渠道绑架和对交易流程无法监控等问题；而渠道经纪商在房产交易中也实时面临着房源信息把控难、缺乏有效客源、恶性竞争严重、交易流程繁复、交易成本高企等问题。



60 多家房企的董事长或者总裁到场支持天猫好房成立。

事实上，在“房住不炒”的背景下，加之今年受疫情冲击，渠道一度成为房地产开发商“卡脖”所在。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。

CRIC(克而瑞)2 月份数据显示，全国两百强企业中，已经有 143 家房企重启或新推出了线上售楼处，其中 TOP50 以内的房企均设有线上售楼处，TOP100 以内房企发起线上售楼处的超过九成达 92 家，TOP100 到 TOP200 之间有 51 家，力度不及百强但比例也已过半。

在如今的大环境下，数字化成为各大房企必须要探索和发展的一大方向。在此次 2020 中国房地产数字化峰会上，百强房企中有 60 多家房企的董事长或者总裁到场支持。“过去房地产比较好赚钱，大家就没有这么大的压力。为什么今天大佬们都来了呢？因为房子不好卖了。”阳光城集团执行董事长朱荣斌