

新华社记者 郑钧天

梁晓飞 周强

新冠肺炎疫情让今年年初的楼市进入“冷冻”状态。国家统计局3月16日发布数据显示,1至2月份,全国商品房销售面积同比下降39.9%,商品房销售额下降35.9%。

疫情之下,各地售楼处关闭,不少房企纷纷转战线上“自救”。据克而瑞研究中心统计,前200强房企中已有143家房企在线上“云卖房”。线上买房靠谱吗?线上卖房能替代线下销售吗?



## VR看房,直播卖房,房子也能网购

2月中旬以来,多家房企推出网上购房,提供网上VR看房、选房、购房等服务,并推出多重购买优惠、无理由退房等政策,一时间吸引了众多消费者,形成了热闹的房子“网购”市场。

“新华视点”记者发现,目前线上售房的模式主要有三种:一是一些大型房企自建的网上售楼处,比如恒大的“恒房通”、碧桂园的“凤凰云”、融创的“幸福通”等,所售房源覆盖全国全部在售项目。二是世茂、龙光等规模房企与房天下、乐居等第三方机构合建网络售房平台,通过线上销售吸引流量。三是售楼员化身主播,在抖音、快手等平台直播“带货”。

热闹的线上卖房效果如何?恒大日前宣布,在全面实施“网上卖房”后,该公司2月份共实现网上认购总套数99141套,优惠后房屋总价值1026.7亿元。但绝大多数房企线上认购惨淡,成交更是寥寥无几。如融创上海区域上线的100余个项目几无成交,碧桂园2月销售额同比下滑近50%。

记者发现,除恒大“恒房通”等少数平台可实现推荐、认购、成交、返佣等多个环节外,目前多数房企的线上卖房还是以项目展示、引流蓄客为目的。如保利、中海、正荣等房企开发的平台只有项目浏览、意向登记和与置业顾问对接等功能,尚不能进行线上认购和认购,主要是为了引流蓄客,打造全民经纪人体系。“带货”主播们通过带网友看房积累粉丝,然后通过建群、私聊等方式获取客源,推广项目。

一家平台的运营负责人告诉记者:“对于开发商来说,这种线上售楼处只是一种拓客渠道,通过展示项目吸引意向购房者,获得更多客户信息,再将其引流至线下。”

## 线上买房靠谱吗?

太原市民王先生近日通过VR实景图和网络直播看房后,参加了保利线上“秒杀”活动,购入了一套149平方米的住宅。“通过VR、直播等方式看房和线下看房区别不大,看到的都是实景,也能即时咨询项目情况和周边配套。”王先生说,“线下看房往往需要多处跑,线上看房还减少了跑腿次数。”

“VR等先进技术的支持,大幅增强了客户线上看房的真实感;推出线上卖房,也表明开发商开始探索改变与客户的沟通方式。”保利发展山西公司助理总经理敬甫表示。

但更多的购房者表示,尽管线上买房很便捷,但不实地参观样板间、亲身体验房子和周边环境,总感觉心里不踏实,“毕竟买房是笔大额支出。万一买错了,后悔了怎么办?”

记者采访发现,现阶段能成交

的“网购房”往往有幅度不等的优惠,此外还要有能消除购房者顾虑的配套政策。“从当前来看,线上售房认购率高的房企,最常见的是实行优惠折扣、保价期和无理由退房等组合营销策略。”易居企业集团CEO丁祖昱说。

不少购房者认为,增加一定期限的“无理由退房”配套条款最为重要。记者梳理发现,目前已有20余家房企推出“无理由退房”政策,从7天、15天、30天、60天、90天到180天不等,尤以恒大的规定最为宽松——交房之前都能退。

“买贵了,有效期内退差价;不想要了,可以无理由退。”克而瑞研究中心副总经理杨科伟认为,“保价+优惠+无理由退房”的系列配套政策,基本解决了线上买房的后顾之忧。

业内人士普遍认为,当下房地产行业转战线上主要是受疫情影响,是“非常时期的非常办法”,还处于起步和试水阶段。短期内,线上卖房不会替代线下销售,但会是线下销售的重要补充手段。

路劲地产副总裁符齐认为,房企线上营销平台虽然前期投入较大,但后期可大幅降低销售成本、节约人力。“线上售楼处结合了互联网技术优势,可基于大数据进行广告的精准投放,提升获客率。”

“线上售楼处相当于开启全民营销模式,可最大化调动包括员工、业主、合作伙伴乃至社会成员在内的所有潜在力量,迅速积累有效客户,促进销售成交。”宝华企业集团副总裁杨健表示,客户买房的各个环节和进度可在线上查看,效率高且利于管理信息化。“未来线上售楼处或将成为客户来源的主要渠道。”

“线上售房有利于房产销售去中介化。”宝龙集团副总裁华立冲认为,线上购房改变了开发商的获客方式。以恒大为例,每一个注册了“恒房通”的人都是潜在客户,交定金下单的可视为意向客户。

杨科伟认为,线上售房未来还可能改变目前房产营销行业劳动密集型的特点。“以前对着客户做讲解的销售员,变成了对着手机镜头做直播讲解的主播;以前在线下用沙盘、样板间做展示的空间,变成了VR的影像、3D的效果图。直播带看能力强的主播自然会集聚更多的客户资源,因此也不需要‘人海战术’。”

“线上销售平台是一种低成本培育潜在客户的方式。”杨健表示,随着各大房企均开通线上销售渠道,购房者的选择范围更广,企业、房源的对比更加快捷便利。在“无理由退房”保障下,购房者可以优中选优,体验感好的“品质型”产品更容易脱颖而出。

受访业内人士普遍认为,线上和线下销售并行将成趋势。“虽然线上营销对促成即时成交作用有限,但长期来看,融合线上线下营销,建立起‘线上推广—用户获取—案场到访—签约成交—售后维护’的销售链条,不失为一种可行的模式。”丁祖昱认为。

权宜之计还是未来趋势?



线上“自救”

新华社发 朱慧卿 作