

中介门店去哪：带看之外掘金社区最后100米

在带看尚未恢复的情况下，房地产线下渠道去哪，成为了继VR看房、直播卖房之外，中介们发力的另外一端。北京商报记者近日了解到，目前包括链家在内的多家房产中介已经开始筹谋或成功上线社区服务板块，除了加强与社区业主间的黏性进而反哺主营业务外，还为买卖之外的门店商业化蹚出了一条路。

疫情之下，各行各业的商业模式和运营理念都得到不同程度重塑，其中线上化进程的加速推进与社区最后100米的破局，成为众多商业服务企业后疫情时代布局的要点。疫情之外，服务行业也开始思考新的“增长点”，如何保障场景与需求的融合成为焦点。



买卖租赁之外

“今年前3个月，除了租赁的续签和前期在途的单子，门店几乎没有人。”北京朝阳区胜古家园附近一家房产中介门店的店长坦言，在复工前，虽然与一些潜在客户通过VR看房等方式进行交流，但作为大宗买卖的地产交易，“最后还是要到实地看看”成为所有买家必提的条件。

数据显示，3月，链家、我爱我家、麦田等头部中介机构的成交套数同比分别下滑62.1%、69.1%、64.3%。提前而至的春节叠加疫情阻挡的带看，成为了主要原因。

贝壳研究院此前发布的监测数据显

示，北京二手房买卖双方的成交周期在疫情期间最长达到129天和94天，均达到历史的高点。

贝壳找房董事长左晖在刚刚结束的新居住大会上透露，门店年GMV达5000万元是温饱线，年GMV1亿元以上为中产线。但目前平台上只有12%店面能达到中产标准，而温饱线的店面只有1/4，不到1万家。

市场的复苏需要时间，买卖之外，作为经纪机构“重资产”板块的线下门店究竟怎么办？

“贝壳4万家门店都离社区较近，之前以为会做与房地产相关的，后来在连接中，自然地与社区业主形成了互动，比如

存取包裹、打印等，于是推动了社区生活小程序的上线。”这是贝壳找房CEO彭永东的设想。

如此一来，贝壳40万经纪人就相当于编外记者、信息员，能够第一时间知道业主的所需所求，通过门店提供服务，提升门店价值。贝壳找房不再只是做生意的地方，而成了社区的标配，未来一定会有和家相关的终端出现，为社区业主提供更多服务。

人与人的生意

目前贝壳找房的社区服务小程序包含两大板块：社区运营官功能和社区服务

功能。

前者是链家选拔服务意识强的经纪人成为社区运营官，为社区居民提供专业的信息服务，连接平台与门店，辅助业务落地门店，成为平台、门店经纪人、服务提供方和社区居民的连接桥梁。

后者则是提供便民服务，例如社区代收点，主要是快递、商超（物美多点）、拼团等货品代收，自助服务含有免费云打印、微信上传、到店扫描二维码打印，可实现全程无接触。对于上述社区服务，链家方面也提出4项服务承诺：免费代收便民服务、个人信息严格保密、业主不便可送上门、物件损坏承诺赔偿。

以多点App为例，社区居民在通过多点App购买商品时，可将自提点设置到自己所在社区的链家门店服务站，下单后物品将统一打包配送至该门店，居民可在收到短信后前往提货。链家在门店内设置了无接触自提区，居民可提前与门店经纪人沟通后进行无接触提货，以避免外出购物可能产生的交叉感染。此外，如居民有行动不便等情况，也可以与经纪人协商，由经纪人送货进社区门口或方便取件的区域。

反哺主营业务

“中介服务的本质是人与人的交流，从自身利益出发，服务社区住户也是一个深入了解的过程。”合顺机构首席分析师郭毅认为，对于社区居民来说，他对于中介品牌的选择倾向，必然会有这样一个日积月累的过程，服务行业就是要在这一过程中体现自身的价值。对于中介机构来说，便民服

务短期是一个纯投入的过程，不管是人力还是物力，慢慢积累下来的“人气”才会反哺到主营业务上去。

围绕社区展开的业务，已经有了初步的人气；以北京为例，目前链家有超600家门店开展快递、超市商品代收业务，累计服务用户超过70万人次；云打印累计覆盖近900家门店，服务2万余人次，其中学龄儿童试题、作业占比45.2%，加上线下应急复印、打印次数，门店打印、复印服务累计服务5万余人次。

郭毅称，可以看出，此次疫情催生房地产行业线下场景的扩容，这不单是企业自身业务的拓展，同时也加深了社区居民的认可。线上是量的积累，线下是客户精准度的把控，二者相辅相成才能形成一个正循环。线下场景服务的扩容，更多是让居民形成一个“习惯”，一个保持客户黏性的“习惯”。目前各中介机构都有庞大的线下门店，这部分是不可或缺的，它们依然是中介经纪人重要的基础作业和用户交互场景。

对于线下场景的认识，链家方面告诉北京商报记者，如果未来仅仅把门店定义为房产交易场所，它就是一个低频的、低温的使用空间，不会和周围的土壤发生更多关系，链家要探索的是让这些深入到社区门口的终端触点能够变得多样化，增加门店与社区之间的连接机会，通过增加使用频次和使用场景的维度，来提升品牌好感度。未来门店空间就是社区空间，它将容纳更多的便民服务场景，为社区居民提供线上线下一体化的服务模式。

北京商报记者 董亮 王寅浩/文并摄

坚持“三新战略” 华夏幸福营收破千亿

2019年年报披露季，华夏幸福（600340）交出了一份令投资者颇为满意的成绩单，公司2019年营收、净利双双大幅增长，其中营收更是迈入了千亿阵营。Wind数据显示，2011-2019年华夏幸福营收、净利均实现同比上涨，已连续九年。业绩大涨之下，华夏幸福的投资者也尽享分红红利，公司近五年现金分红占净利润的比例均不低于30%。2019年，华夏幸福喊出了“三新战略”的口号，在公司异地复制、发力新业务的加持下，公司2019年的收入结构也在不断优化。

营收突破千亿大关

近日，华夏幸福2019年年报正式出炉，公司在报告期内实现营业收入首度突破千亿大关。

财务数据显示，华夏幸福在2019年实现营业收入约为1052亿元，同比上涨25.55%；当期对应实现归属净利润约为146亿元，同比上涨24.4%。

据了解，在2019年初华夏幸福喊出了“三新战略”，在做大做强产业新城业务的同时，全力开拓新模式、新领域、新地域，在商业综合体、公共住房、康养、科学社区等商业地产领域取得突破，实现公司业务结构多元化。纵观华夏幸福近年来业绩表现，稳步上升。

Wind统计显示，2011-2019年华夏幸福实现营业收入、归属净利润均处于同比增长状态，已连续九年，这一业绩增势在整个A股市场也屈指可数。业绩大涨的同时，华夏幸福也不吝分红，据统计，公司近五年现金分红占净利润的比例均不低于30%，稳居行业领先地位。

以2019年来看，华夏幸福向全体股东每10股派发现金股利15元（含税）并以资本公积金每10股转增3股。截至2020年4月24日，华夏幸福总股本为30.13亿股，以此计算合计拟派发现金股利45.2亿元（含税），拟转增9.04亿股。

收入结构不断优化

随着产业新城业务在全国的复制，华夏幸福收入结构也在不断优化。

据了解，华夏幸福业务分为产业新城及相关业务和商业地产及相关业务两大板块，在保持环北京业务稳健

发展的基础上，公司继续加快异地复制的推进。其中华夏幸福环北京以外区域在公司整体业绩占比持续增长，产业发展服务业务快速推进，环北京以外区域的招商力度加大。

具体来看，2019年，华夏幸福环北京区域实现收入579.79亿元，同比增长0.49%；环北京以外区域实现收入467.19亿元，同比大幅增长81.74%，占公司主营业务营业收入的比例由上年同期的30.82%提升至44.62%；环北京以外区域销售额为828.09亿元，同比增长9.5%，占公司整体销售额比例从去年同期的46.5%提升至57.8%；销售面积比重由上年的54.2%提升至63.7%。

另外，华夏幸福环北京以外区域新增入园企业430家，新增签约投资额1618.73亿元，同比增长15.1%，占公司整体新增签约投资额比重达到82.8%。

业内专家指出，华夏幸福产业新城业务在全国复制，产业发展能力持续提升、产业服务收入占比显著提升，符合国家大力发展战略新兴产业的政策。更具增长潜力、可持续性更强的产业收入增加，说明公司收入结构进一步优化；另外，受到宏观调控的房地产收入比重进一步下降，公司整体抗风险能力将会更强。

加快贯彻“三新战略”

2019年华夏幸福加快贯彻新模式、新领域、新地域“三新战略”，布局商业地产及相关业务。

在新模式方面，华夏幸福在传统重资产模式的基础上，加速开拓轻资产模式，落地北京雨泽项目首个“轻资产”业务模式，开启与中国平安合作新篇章；在新领域方面，公司在传统产业新城主营业务领域外，积极探索并布局包括商业综合体、公共住房、康养、科学社区等相关领域。

短短一年多时间里，华夏幸福新业务已经迅速打开局面，摘牌武汉长江中心综合体项目，成为公司首个从拿地开始，涵盖开发建设、运营管理全周期的商业综合体项目。此外，华夏幸福还布局了深圳市坪山区碧岭顶等城市更新项目，成功被选定为城市更新前期服务商的项目8个，其中深圳6个、东莞2个，并继续大力拓展新项目。

新地域方面，华夏幸福2019年通过北京雨泽、武汉长江中心两大标杆项目进入北京及华中片区核心圈层，开启公司新业务在核心都市圈内的布局。在传统房地产进入“白银时代”和“房住不炒”的大环境下，华夏幸福聚焦核心都市圈的区域布局和产城融合的发展模式更加稳健、可靠。

税衣执甲逆行，旌鼓声响党旗扬

——朝阳区税务局助力打赢疫情防控攻坚战

山河今无恙，吾辈自担当。面对疫情来袭，朝阳区税务局积极响应市局和区委、区局党委战“疫”号召，全面启动“红色引擎”，广大党员、干部不忘初心，逆行出征，以勇气彰显大义，以行动诠释责任，以坚守护航发展，谱写了朝阳税务人的同心战“疫”壮丽诗篇。

军令似风雷，大爱如潮涌

严峻形势下，朝阳区税务局党委审时度势，第一时间发出战“疫”军令状，全局党员主动请战，用忠诚与大爱毅然奔赴这个没有硝烟的战场。援一线、守平安。累计901名党员脱产下沉至36个社区、57个执勤点开展联防联控；抽调干部加入机场防控专班，组织14名党员协助来广营乡开展机场转运工作；552人次利用休息时间参与“双报到”开展群防群治志愿服务，他们顶风冒雪为人民群众的平安健康筑起了一座座坚实堡垒。助复产、谋发展。选派20名干部组成楼宇服务队，支援商务楼宇防控，为企业安全有序复工复产贡献税务力量；通过微信公众号推送46篇“非接触”式办税指引，阅读量20余万次，打造“零接触”“轻接触”两级办税模式，最大限度提供安全、高效的办税环境；充分发挥税收数据优势，组织28个税务所为困难企业加强分类指导和靶向服务，帮助企业纾解困难。聚爱心、渡难关。组织开展自愿捐款，全局筹集捐款11万余元支援一线防控，选派6名青年干部志愿者参与无偿献血活动，广大党员、群众的拳拳爱心，进一步坚定了大家心手相连、共克时艰的必胜信念。

坚守一道门，身后一座城

“能够前往国家的第一道防线，守护北京的万家灯火，作为一名税务干部，我感到很骄傲，也很自豪。”面对党和人民的召唤，朝阳区税务局常营税务所最年轻的干部周沁方凭借出色的外语水平，临危受命，驰援机场一线。面对机场白加黑连轴转的工作状态，她以税务人专业高效严谨

的工作态度完成好运送餐食、协调住所、联系车辆等防控任务。新冠展集散点启用当天，从早到晚在忙完了所有进港旅客的转运任务后，凌晨3点又接到45名转机人员的安顿工作，她克服工作量大、身体劳顿等困难，始终坚守岗位，细致做好人员安置、信息核对、运送对接等每一环节的服务保障工作，以实际行动践行税务人的职责和使命。

待我尽己任，来日再回乡

朝阳区税务局第三税务所胡沁沁同志作为一名工作在北京、家在武汉的税务干部，在乡愁与大疫、小家与大局面前，她毅然选择留守北京。从节后第一个工作日起，便一直坚守在办税大厅一线，她主动承担咨询导税工作，对等候区的纳税人进行错峰引流，耐心回答问题，讲解最新优惠政策；利用休息时间，与同事们合力梳理最新的业务流程和资料清单，制成办税二维码方便企业使用，她用一个个有温度的举措为纳税人送去服务春风。在一次业务办理中，她遇见一家顶着资金压力和人员困难坚持扩大生产支援武汉的消毒产品生产企业，坚强的她终于忍不住自己的眼泪，感动地说：“谢谢你们这么努力地为武汉加油，我们一定为复工复产保驾护航，大家一同渡过难关。”她将适用疫情防控的一次性扣除等优惠政策为企业进行政策解析和对点辅导，确保纳税人应享尽享，减轻压力，更快恢复产能，顺畅生产经营。

星火成炬，春光满正开。面对疫情大考，朝阳区税务局坚持以扎实的工作、用心的服务、敬业的精神和奉献的情怀，在守护好广大人民群众生命安全的同时不断为经济社会发展贡献力量。