

消失的样板间

样板间新政落地三个月,已有开发商选择“躺平”。北京商报记者在近期走访调查中了解到,部分在新政施行节点前已做好样板间的项目,因预设样板间不符合现行新规要求,只能被迫拆除。按照样板间新政,8月16日起,北京新申请办理销售手续的商品房项目,对外展示的装饰装修标准和购房人收房时得到的实际标准必须一致,禁止样板间“货不对板”。同时,针对多户型项目,样板间新政还给出了“2+1”的要求——最少两个交付样板间,才能设置一个展示样板间。在成本、效率、规范等多重限制下,部分期房项目开始以“口述+PPT展示”的形式卖房。

卖房全靠PPT

据北京市住建委网站信息,石榴春和景明(备案名:春和景明嘉园)于10月26日获得预售许可证,项目6个楼栋共计132套房源,全盘获批预售。

记者走访发现,同其他楼盘销售推广的前期流程几乎一致,石榴春和景明案场销售在接待到访客户时,会对楼盘周边区位、沙盘、产品等信息进行全面介绍。不过,当记者问及能否去参观一下样板间,案场销售人员却面露难色:“目前,我们没有样板间。”

因为没有样板间,石榴春和景明项目当前的现场推介就变成了案场销售人员“口述+PPT展示”。图文并茂、长达数十页的PPT展示内容,既包含项目建成后的小区及房源效果图、实体样板间图,又包含精装修涉及的各项配件等内容,看房人如果不拿出15分钟左右的时间,基本上听不全。

“最早项目其实是有个180平方米户型的样板间,但是根据北京市商品房销售新政,180平方米户型的样板间就不能向外展示了,后面我们就进行了拆除。”销售人员口中的“新政”,指的是北京市住建委8月16日出台的《关于进一步规范新建商品住房销售行为的通知》。其中,对于样板间设置问题,《通知》明确要求“开发企业在预售商品住房时设置样板间的,项目有多个户型的,应设置主要户型(不少于两个)交付样板间。开发企业未设置交付样板间的,不得设置展示(宣传)

样板间”。

因此,有三种户型的石榴春和景明,取得预售证晚于新规施行时间,想要设置样板间,不但要满足“所得即所见”的展示标准,不能超标配置样板间,更需要按照新政设置最少两个交付样板间。

记者了解到,石榴春和景明项目主推改善型大平层产品,共规划三种户型:建面约155平方米三居及约180平方米、225平方米四居。其中,180平方米三居正是项目的主力户型,是开发商主推想要展示的。但在销售新规下,要展示精装修的主力户型,算上硬性要求的两个交付样板间,开发商至少要做三个样板间。

“整个售楼处才400多平方米,三个户型一比一展示基本就已经堆满了。”销售人员告诉北京商报记者,因为原本售楼处容纳不下,又暂时没有合适的地方再重建符合政策要求数量的样板间,因此开发商便将新政前建好的180平方米户型展示(宣传)样板间进行了拆除。

在做俩和不做之间

“住建委的要求是,要么就不做,要么就做两个。(没有样板间)我们其实也很难受。”石榴春和景明的案场销售表示,向看房人进行没有样板间的讲解,他们也觉得很“尴尬”。

地产分析师跃进向北京商报记者表示,尽管外界对展示样板间“货不对板、家具缩水”的吐槽颇多,

但大多数看房人仍将样板间作为确定产品适用性的重要参考项。对没有买房经验的看房人以及对住宅产品功能分区、空间尺度没有概念的客群,样板间是他们关于住宅居住感、装修效果的一个重要参照物。”

现实是,上千万的房子没有样板间,再有钱的购房者在“买不买”的抉择上也有顾虑。春和景明销售人员直言,没有样板间确实受到部分看房人的追问,从成交来看,一定程度上会影响到项目去化的效率及效果。

记者查询北京市住建委网站房地产交易信息获悉,截至11月10日,该项目共售28套,去化率为21.2%。

没有样板间卖得也不错的豪宅,在北京也曾出现。以开盘首日去化率接近70%的中海甲三号院为例,此前正是创下了京城豪宅项目“无样板间开盘”的先例。“靠图纸卖20亿”的豪宅,也成了该项目的一大标签。

在合硕机构首席分析师郭毅看来,从北京楼盘营销历程来看,越是高端项目,越重视营销场景的营造。没有样板间,光靠户型图就能卖掉的项目虽然存在,但这样的项目通常会出现在市场火热、客户基数大的刚需盘上;客户基数较少的高端盘,还是需要更多营销工具为项目提供价值支撑,来打动购房者。

“整体而言,春和景明项目确实在楼盘位置、户型设计方面存在一些优势。没有样板间,不见得会卖得很差;但有出彩的样板间,项目可能会卖得更好。”郭毅认为,对于豪宅的销售,单纯靠PPT卖房子,在营销层面还是会存在一定难度。

无奈的“躺平”

面对客观存在的增设样板间难题,包括石榴春和景明在内的开发商,真的是“躺平”了吗?有业内人士向北京商报记者表示,这更像是北京市商品房销售新政要求之下,开发商不得不做出的取舍。

“如果石榴春和景明项目重新考虑售楼处选址,用更空间来设置符合政策要求数量的样板间,楼盘营销成本一下就会上去。限价之下,卖出更高利润已不可能,那拿着PPT卖房”这一选择也就不难理解了。”上述业内人士如是说道。

值得一提的是,知情人士透露,基于项目利润的考量,石榴春和景明项目当前正计划加紧销售,争取用速度跑赢成本,力求早日清盘;内部目标为两个月清盘。

加紧销售与“卖高溢价产品计划落空”似乎有着很大关系。据石榴春和景明销售人员透露,项目此前内部计划是“拟定销售均价8万元/平方米,目标去化一年”,但报批价格未获房管部门批准,卖高溢价的路子就走不通了。据北京住建委网站信息,石榴春和景明6个获批预售楼栋的最高拟售均价为71437.81元/平方米。

除了审批价格,整体地块属性复杂,配建安置房比商品房还多,也是对项目利润把控的一大考验。据石榴春和景明的地块出让条件,该项目楼面单价16062.17元/平方米,规划建筑面积约77172平方米,须建设地上建筑规模5万平方米的定向安置房,占该地块住宅部分的近65%,这部分安置房由通州区政府指定单位按22000元/平方米的价格统一组织回购、分配等事宜。除此之外,可面向普通购房者正常销售的纯商品房体量较小,据市住建委预售信息,准许销售面积仅23881.78平方米。

“受政府受限影响,项目卖不出溢价,就只能靠速度来节约成本。原本8万元/平方米计划卖一年,但目前均价7万元左右卖一年肯定是要赔钱的,毕竟售楼处一开,每天就是好几万流出去。目前这个在售价格,项目肯定要快走快销模式了。”上述案场销售人员说道。

北京商报记者 卢扬 荣蕾

破题房地产交易“最后一公里” 北京链家上线“随心签”服务

不买房的人生是不完整的人生,对于大多数人来说,购房毫无疑问是人生的头等大事。但不可否认,从前期看房到最终交房,每一个买房人都要经历时间成本的考验。相比看房、签约、房款交付等环节可以通过周末或线上完成,商贷面签因为要去协调银行,只能在周中线下办理。因此,面签成为诸多环节中让买卖双方头疼的一环。

传统面签环节流程长、排队久、手续多……在快节奏的都市生活中,时间只能拼凑出来。为此,北京链家在行业内率先推出“随心签”服务,将原指定商贷面签地点改为客户、业主在工作时间内随心选择面签地点,多场景交易减少买卖双方的时间及出行成本,提升交易服务效率与体验。

打破时空限制 从交易大厅到公司楼下

贴心服务需要细节把握,这样才能为客户带去更好的购房体验。北京链家能在行业内率先开启“随心签”模式,也是源于其多年对市场的需求感知。据链家研究院数据显示,2018年至2021年10月,经北京链家成交的二手房交易单中,商贷单量占比逐年上升,已从21.9%上升至34.9%,基本上超过1/3。

在越来越多家庭选择商贷交易的背景下,传统面签模式则面临诸多痛点。北京等一线城市的综合出行成本一直遥遥领先,这里面有金钱成本,也有时间成本。而且面签环节也不是一个人能完成的,需要三方达成一致,买方、卖方以及银行方面,如何“完美”协调同步,也并不是一个简单的过程。

除此之外,商贷线下办理节点较多,如果遇到交易市场比较旺盛的季节,长时间的排队也是一种“煎熬”。请假一天可能不够用,请假两天领导不给批,这对时间宝贵的职场人而言,是“财”与“力”的消耗。

基于对消费者需求的感知,北京链家此次推出的“随心签”服务,采用线上、线下相结合的面签方式,交易双方可以随心选择,增强了面签的灵活性。

线下“随心签”服务将原来指定商贷面签地点改为客户、业主随心选择面签地点,交易双方可在交易中心、链家门店、住所、公司附近等场所实现面签,多场景交易减少了买卖双方的时间及出行成本,全面提升客户的交易服务效率与体验。



告别传统的交易大厅;“随心签”场所可以是公司楼下的路边食堂、小区边上的快餐店、孩子学校附近的咖啡馆……对于腿脚不便利的老人,得到允许后还可以提供上门服务。

聚焦客业便捷 再次引领行业变革

相对于传统房产交易中复杂繁冗的流程;“随心签”流程简单奏效,通过提醒、预选、沟通、确认、办理五个高效环节构建了整个面签的服务闭环。

在评估环节,客户可以根据自身的实际情况,选择通过线上还是线下模式进行面签,如选择线下模式,则填写期望面签时间和地点,交易管家接到需求后会进行核实和确认,确认无误后,交易管家将通过系统向客户推送消息进行面签确认,最后交易管家将与银行客户经理在客户指定的时间和地点进行面签办理。

据悉,目前线下“随心签”已覆盖北京12个行政区,获得22家合作银行分行的全力支持。截至目前,161家合作银行支行、600多位客户经理可以支持该项业务办理,链家150多位专业交易管家保障服务质

量。值得关注的是,“随心签”交易管家团队均经过长达9个月的专业培训,从业五年以上的交易管家占比55%。

从客户评价来看,“随心签”服务试行以来受到了很多客户的认可。北京链家小南庄门店一位70岁高龄业主腿脚不方便,知道“随心签”以后,中午来到小南庄店面签,少走了很多路,他感觉这项服务给自己带来很多便利。类似这样的案例不在少数。

业内人士对“随心签”也普遍看好。北京市消费者协会秘书长杨晓军表示,“随心签”服务从消费者的痛点、难点出发,充分考虑消费者的感受和体验,让消费者在房产交易过程中获得增值服务。同时杨晓军也呼吁经营者学习借鉴该模式,为消费者提供更多便捷,让消费者们的感受和体验越来越好。

北京房地产中介行业协会副秘书长李俊良则表示,“作为房地产中介行业组织,我们也一直在和企业一起推动交易便利化,为交易双方提供更好的服务。北京链家是行业头部企业,一直在为行业进步付出努力。今天,北京链家会同银行等机构,在行业内率先推出‘随心签’服务将会极大提升交易服务效率与体验”。

服务行业整体的升级趋势已十分明晰,消费者对

于品质的追求与日俱增,面对服务方式和需求变化的正面挑战,更加需要推动行业变革力量的出现。

链家20年 坚持做难而正确的事

坚持做难而正确的事,这是链家创始人左晖对外强调最多的一句话。北京链家以此为纲领,不断丰富完善安心服务承诺,为消费者保驾护航。2004年,北京链家率先提出“透明交易,签三方约,不吃差价”的阳光操作模式;2008年,率先建立楼盘字典;2012年,提出全渠道真房源;2014年提出资金监管;2020年,推出“免电话营销”服务承诺。

时至今日,北京链家迎来成立20周年,此时推出“随心签”,也有着极具特殊的意义。

从“不吃差价”到倡导“真房源”,再到如今的“随心签”,北京链家一直在以创新和服务赢得消费者的认可。20年来,北京链家将“客户至上、诚实可信、团队协作、拼搏进取”的核心价值观落到实处,为提升消费者购房安全保障和服务体验不断努力。

长期以来,北京链家不断扩充安心服务承诺,并针对不同交易场景的安心服务承诺进行了多项优化创新,让服务承诺覆盖更加细分。至今,北京链家已推出覆盖二手、租赁和新房三大业务领域的18大安心服务承诺,包含“交易不成、佣金全退”“不吃差价、吃一赔十”“电话营销、扰一赔百”等,全方位保障消费者的房产交易。

据统计,截至2021年10月,北京链家安心服务承诺累计退赔垫付23761笔,退赔金额共计10.35亿元。北京链家用“真金白银”兑现了对消费者的承诺,将“客户至上”落到实处。

创新房产交易模式的根本前提是把服务做好,用高品质服务打好根基才能实现自身和行业发展的正循环。

正如北京链家总经理李峰岩所说的那样,仅仅满足客户的一般需求是远远不够的,更重要的是要带来超预期的体验;在为客户提供产品和服务的过程中,其实也是一个传递企业文化和价值观的过程,因为有了价值文化的传递,在整个服务体验中产品服务将不再同质化,而是被打上了企业的独特烙印,这也使得我们与客户之间建立了精神层面的链接。”