

“人脸识别”在这一两年被开发商广泛使用在售楼部，除了因为疫情特殊时期的防控措施外，背后还隐藏着一个秘密，那就是开发商和中介分销渠道动辄上亿元的利益之争。

随着房地产调控政策收紧，一些地方楼市降温，部分楼盘销售困难，开发商为尽快回款，不得不让出部分自己的利益，“割肉”引入中介分销渠道，开启“分销模式”。尤其是市场不好的项目，渠道分销占比会超过50%甚至更多。随着渠道分销趋涨，面对渠道商的攻城略地，开发商眼见巨额利润被分走，又不得不上马“房地产渠道风控”项目——人脸识别，以严格区分客户来源，判断某个购房者是什么类型、是谁的客户，佣金应该发给谁。

在这种骑虎难下的态势下，一场销售利益暗战拉开了帷幕。

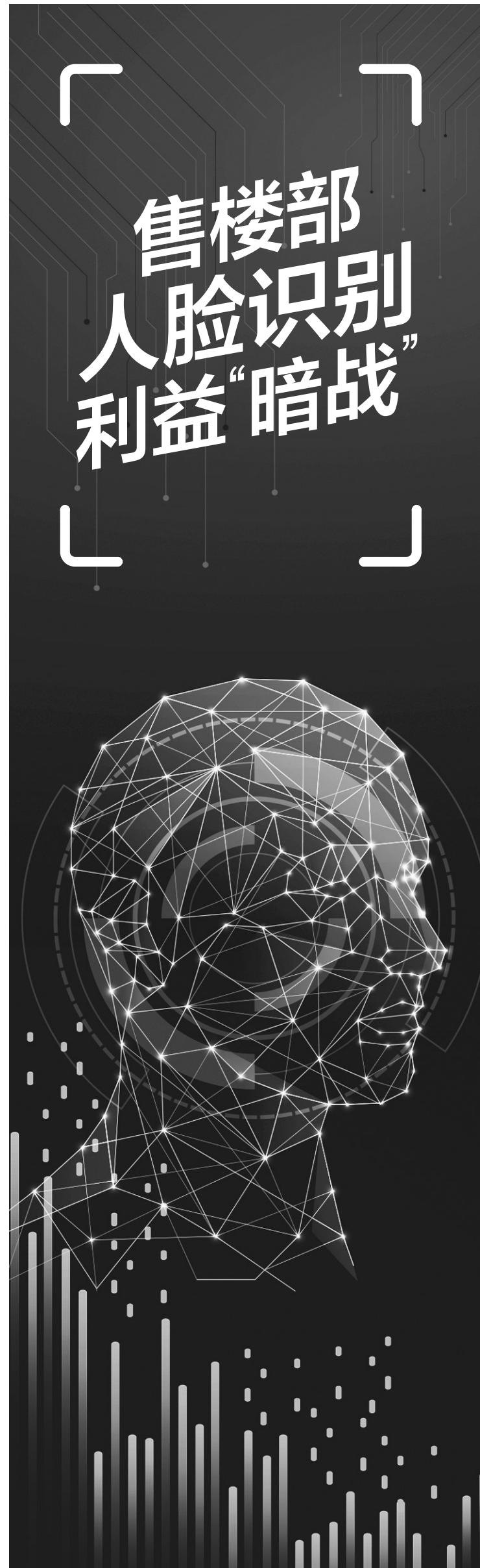
房地产销售渠道发生变化

据业内人士透露，项目售楼处的客户类型一般分为正常客户、老带新客户、看广告过来的客户、中介渠道商带来的客户，前3种客户基本可归属于自然到访客户，开发商销售人员自行接待。销售人员每谈成一笔生意，提成只占总房款的3%至5%。而最后一种客户归属中介渠道商，由渠道商带客看房，若最终能成交，开发商要支付购房款的3%至5%作为佣金。这两者之间的差距堪称“天壤之别”。

不同的佣金体系，让开发商、案场销售、中介、客户等多个主体的利益掺杂在一起，导致“混战”不断。比如，在案场销售监管不严的情况下，由于高额的佣金差，开发商的销售团队会把一些自然访客经过洗盘，变成渠道客户，然后里应外合，赚取不太规范的“渠道费”，这就是业内所说的“内导外”，也就是俗称的“飞单”。客户之所以愿意配合，是因为会得到折扣返点。此外，不同中介之间抢客现象层出不穷，甚至会出现恶性竞争等行为。

据不完全统计，一个项目一年有10%至30%的客流被渠道商拦截。一般而言，渠道商会把佣金的百分之六七十给与之“里应外合”的员工，剩下的才是自己的收入。为了解决这些问题，售楼处的人脸识别等风控服务就应运而生。如果购房者是首次去售楼处看房，当迈进售楼处大门时，自己的脸就会被“无感”记录下来，被认定为“自然到访”客户，那就不可以享受渠道的团购优惠。一家品牌房企营销负责人表示，这两年大型开发商都开始用人脸识别系统，只要进了售楼处，就做人脸识别比对，以此来判定客户来源，从而防止“飞单”和重复计算客户的来访渠道。该人士透露，每个项目售楼处安装一个“人脸识别”系统，年费用在8万元至10万元。假设一套总价100万元的房子，渠道商佣金在2万元/套至4万元/套，有的项目甚至给到5万元/套，开发商只要一年查出几次“飞单”，就可以挽回损失。

记者与多家房企营销负责人交流，他们认为，3%至5%的销售成本对营销利润侵蚀过高，但这不会是常态，未来这个局面一定会扭转过来。比如，开发商今年开始尝试线上营销，让客户与案场之间产生直接关联，将来可能会以互联网手段验证客户类型，即采用线上判客等。



不得不依赖的渠道

巫家坝片区的一开发商笑言，假设区域新开4个楼盘，3家跟中介渠道合作，1家不合作，那么，这家开发商则容易陷入被动。中介渠道像一副枷锁，如果不用，销售成绩上不去，用了就等于饮鸩止渴，进入恶性循环。他认为，造成渠道商竞争泛滥的局面有两个原因：第一个是客户更信任渠道商，当一个区域有十几个项目同时开盘，客户就会产生选择困难症，此时开发商就会依赖渠道商的营销；第二个原因是开发商自身团队的能力太弱，对渠道商产生依赖。

尽管人脸识别系统让判客趋于精准，但并没有真正解决开发商与渠道之间的问题。记者得知，目前除了少数销售火爆的楼盘不需跟中介渠道合作外，绝大部分城市的新开楼盘，通过渠道商带客占比已超过50%，个别楼盘甚至高达70%至80%。链家去年末曾给出一组数据：新房市场交易规模将从15万亿元缩减到12万亿元甚至更小，但中介公司在新房交易中的占比却可能会超过50%。

渠道商之于市场拓客日益强势的地位，使得渠道费也水涨船高，部分城市渠道佣金点数已超越了以往的3%，上探至5%，甚至超过10%，渠道垄断的质疑声也越来越多。

但是，以二手房中介为主的渠道商，拥有大量的店面、经纪人以及客户资源，相对来说带来的客户较为精准，客户转化和楼盘成交量都较高。所以，尽管开发商把中介渠道看作是吞噬地产利润的“黑洞”，但又无法真正脱离它。尤其是近几年，随着房地产调控政策收紧，一些地方楼市降温，部分楼盘销售困难，开发商为尽快回款，对中介渠道的依赖度只能不断增加。

渠道佣金不断水涨船高

而在中介渠道商看来，自己拥有的客户资源就是财富，怎么可能拱手相让，赚取利润那是必须的。

新亚地产一房屋中介告诉记者：“我们给他们带客户，肯定是要拿提成的。”一般而言，由中介带领首次看房完成签单，对于消费者而言有较大优惠，有时差距甚至达十几万元。“这个优惠差距实际是我们让出的部分自己的提成，因为有了优惠，客户才愿意买房。”

一位提供“房地产渠道风控”服务的业内人士介绍，近年来，房地产行业对分销渠道依赖不断加重，渠道佣金不断水涨船高，“飞单”现象层出不穷。之所以会出现“内单外挂”等现象，是因为渠道佣金已经是内场置业顾问的10倍左右，甚至更多。

业内声音

做好产品和营销创新才是“本源”

开发商引入人脸识别系统进行判客，虽是为了减少与中介渠道的“混战”，但看房者被动接受人脸识别信息录入，隐私泄露引起了全社会的关注。毕竟，包括人脸、虹膜、指纹在内的生物特征，具有唯一性，一旦相关信息被泄露，可能造成难以预料的安全隐患。不少法律工作者都指出，售楼处安装人脸识别系统，对客户进行无感拍摄，涉嫌侵犯客户的隐私权。《民法典》规定，收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。

对此，目前已有多地向楼盘的人脸识别系统出手。相关报道显示，11月底，江苏省南京市住房和城乡建设局紧急通知，要求楼盘售楼处未经别人同意，不得拍摄来访人员的面部信息。这一消息也得到南京多家开发商的证实，其售楼处均接到当地相关部门电话通知，要求拆除现有的人脸识别系统。这是公开报道的首个对售楼处人脸识别进行规范的地方楼市。之后，江苏省徐州市住建局也向部分新开楼盘和续销楼盘项目发出口头通知，要求售楼处不得使用人脸识别系统。

业内人士分析，售楼处人脸识别系统的规范肯定大势所趋，但对开发商来说，销售方面的风控动作只是“旁支”，做好产品和营销创新、解决渠道依赖之痛，才是真正的“本源”。

本报记者 阿芳