

经纪人大数据

生存全景图

2020年12月



贝壳研究院

前言

致敬新居住服务者

西汉时期，祖侏的出现标志着以撮合交易为核心的中介群体诞生。穿越千年房地产经纪行业的价值是什么？后疫情时代，各行各业劳动者接受全新大考，中国接近180万的房地产经纪人是怎样的生存面貌？

房地产经纪行业的经济与社会价值日益重要，表现在以下三方面：

1) 房地产经纪行业产业贡献率提升，随着存量时代到来，产业价值链重构，从英美国家经验看，房地产租赁与经纪行业附加值占房地产行业比重超过70%，对GDP直接拉动率约8%；

2) 房地产经纪行业成为就业稳定器，从业人员增速高于物业与开发，疫情期间88%经纪公司未裁员，稳就业发挥重要价值；

3) 经纪人是家庭购房和租房过程中的护航者，70%消费者不了解房地产交易流程和风险点，需要经纪人协助。

贝壳研究院基于贝壳找房沉淀的经纪人大数据，深入全面展现新一代经纪人生存图景。当我们近距离观察房地产经纪人这一群体时，不难发现90后已成为中坚力量，具有未婚、男性为主、学历偏低等统计特征。此外，这一职业具有**长服务周期、远迁徙、异地就业、工作强度大的特点，高学历趋势加速。**

1.长服务周期：相比零售、外卖、家政保洁等数小时完成的服务，一套完整的房屋交易旅程从房源委托到房屋交割，将要经历约130天的成交周期，和平均50天的签约后交易服务，服务难度与专业性远高得多。

2.本省异地就业为主流，本地就业趋势加强：经纪人平均跨越**625km**就业，**异地就业率接近六成**，但**本地就业、本省就业比例不断提升**，其中高迁入指数城市为北京、上海、深圳、成都、郑州，迁出指数以北方城市为主，排名前五位城市为石家庄、哈尔滨、济南、郑州和沈阳市。

3.辛勤付出：经纪人平均周度工作时长60小时，每带看16次才能转化1次成交，每轮客户带看背后都是数十公里的距离。

前言

随着数字化平台崛起，数字化转型背景下，经纪人服务价值不可替代，经纪人不断强化社区属性。

经纪人服务密度仍有提升空间：2020年贝壳平台经纪人人均服务319户。

经纪人成为数字化新移民：调研群体中，接近50%的经纪人线上作业时间占据一半以上，实现全流程数字化作业与学习在线，累计发起超3300万次VR带看，人均VR带看超10次，线上学习时长周均1.5小时以上。



数字身份认证：30+数字维度打造贝壳信用分成为新一代经纪人的数字身份证，成为消费者与经纪人的筛选器，贝壳平台拥有信用分记录的经纪人超45万。

渐成社区专家：贝壳平台经纪人超四成社区服务次数超3次，依托于数字化技术提供，云打印、快递代收等高效便利的社区服务，其中线上入口完成社区服务的占比20%。

无法回避，中国房地产经纪行业背负“黑中介”20年有余，长期困囿于社会认可度低、收入不稳定等职业体验不足的问题，行业难以沉淀专业服务者，消费者满意度低。然而，行业正在告别旧时代，随着政府、协会、平台以及各参与方努力，民法典护航，监管完善，企业关怀，新一代经纪人以技术和专业武装，终身志业者比例超1/3，且职业推荐率超80%。同时消费者对于经纪人的印象大为改观，专业、热情、服务、责任、信赖成为新时代经纪人标签，经纪人的社会形象更正面。

4.时间的朋友：越沉淀收入越高，合作缩小收入方差。虽然相比快递、外卖行业，房产经纪人初期收入竞争力不足，但经纪人收入具有随工作年限显著增长的特点，是一个越沉淀收入越增长的职业。此外，以“单边比”、跨店成交作为合作指标，“单边比”的提升能够有效降低经纪人收入的基尼系数和分配方差。可以说，沉得下心、勤于耕耘、善于合作者方能胜出。

5.高学历趋势不可逆：尽管中国本科以上学历经纪人学历占比约20%，远低于律师、银行、会计等专业服务业的80%，但显著高于快递、外卖、餐饮等服务业，而更为重要的是，一线城市高学历经纪人比重由18%上升至28%，背后是消费者对优质服务的偏好、高学历经纪人成材率更高与业务学习能力高的综合选择。

随着数字化平台崛起，数字化转型背景下，经纪人服务价值不可替代，经纪人不断强化社区属性。



经纪人服务密度仍有提升空间：2020年贝壳平台经纪人人均服务319户。

经纪人成为数字化新移民：调研群体中，接近50%的经纪人线上作业时间占据一半以上，实现全流程数字化作业与学习在线，累计发起超3300万次VR带看，人均VR带看超10次，线上学习时长周均1.5小时以上。

数字身份认证：30+数字维度打造贝壳信用分成为新一代经纪人的数字身份证，成为消费者与经纪人的筛选器，贝壳平台拥有信用分记录的经纪人超45万。

渐成社区专家：贝壳平台经纪人超四成社区服务次数超3次，依托于数字化技术提供，云打印、快递代收等高效便利的社区服务，其中线上入口完成社区服务的占比20%。

无法回避，中国房地产经纪行业背负“黑中介”20年有余，长期困囿于社会认可度低、收入不稳定等职业体验不足的问题，行业难以沉淀专业服务者，消费者满意度低。然而，行业正在告别旧时代，随着政府、协会、平台以及各参与方努力，民法典护航，监管完善，企业关怀，新一代经纪人以技术和专业武装，终身志业者比例超1/3，且职业推荐率超80%。同时消费者对于经纪人的印象大为改观，专业、热情、服务、责任、信赖成为新时代经纪人标签，经纪人的社会形象更正面。

目录

前言 致敬新居住服务者	错误!未定义书签。
一、 引领新居住服务时代.....	5
1. 产业贡献率提升	6
2. 社会的就业稳定器.....	8
3. 交易风险的侦察者.....	10
二、新居住时代的护航者	12
1. 房地产经纪人基本画像.....	13
2. 房地产经纪人职业特征.....	22
三、新时代新特征	28
1. 数字化升级	29
2. 渐成社区专家.....	34
四、向旧时代宣战.....	36
1. 旧时代，经纪人生存艰难	37
2. 新居住时代，行业面貌转换.....	41

一、 引领新居住服务时代

核心观点

住房供需关系的根本性变革，消费能力的提升，城市群的流动，消费者居住服务需求的升级与分级，加快驱动我国新居住服务时代的到来。房地产经纪行业作为居住服务业的重要组成部分，具有三大经济和社会价值：首先，房地产价值链贡献比例逐渐提升；其次，就业吸纳能力提升，发会就业稳定器作用；最后，为数千万家庭的购房、安居乐业保驾护航。

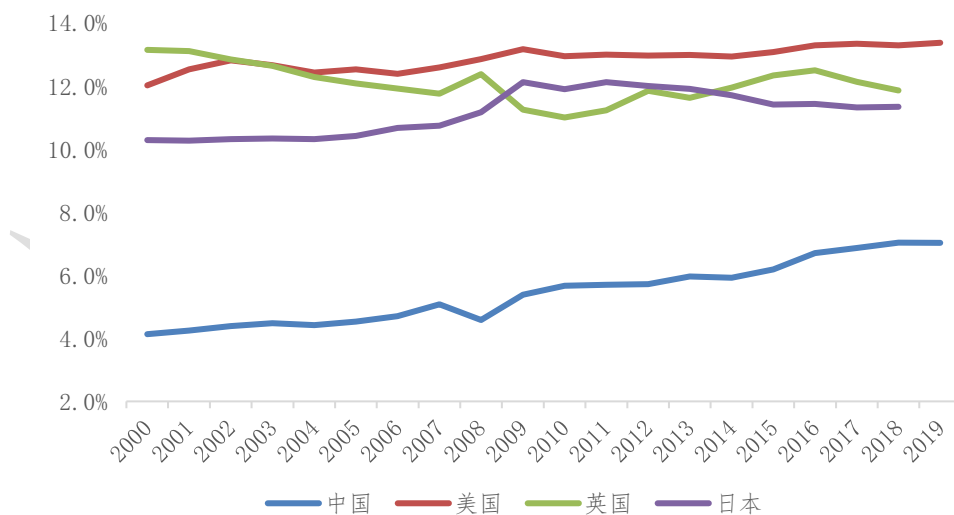
房地产经纪行业作为居住服务业的重要部分，具有重要的经济和社会价值，作为中国数千万家庭住生活的入口，是促进社会就业的稳定器，是中国数万亿房屋交易护航者，是撬动行业居住服务数字化升级的杠杆，将引领全新的居住服务时代到来。

1. 产业贡献率提升

房地产行业具有持续拉动经济增长的重要特征，国际经验来看，随着存量时代到来，房产经纪行业在产业价值链占比逐渐提升，产业贡献率提升。

2019年，中国房地产行业增加值为6.9万亿元，占GDP比重7%。纵向时间看，2000年以来，房地产行业占GDP比重由4.1%不断攀升，复合增长率为2.8%；横向对比看，英美日等国家房地产行业增加值占GDP比重普遍过11%。

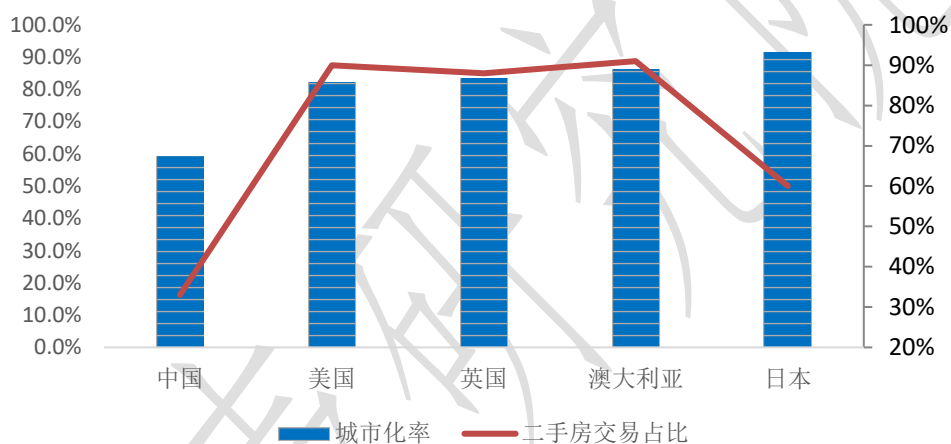
图：主要国家房地产行业占GDP比重比较



数据来源：wind，贝壳研究院整理

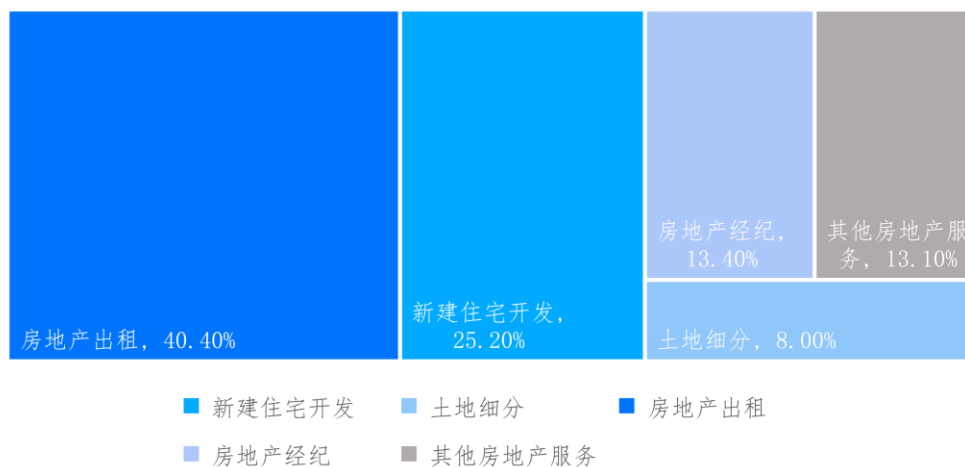
存量时代到来，房地产经纪行业在房地产行业的地位也逐渐提升，产业价值链将得以重构。以美国和英国为例，出租、交易服务为主的居住服务行业增加值占房地产业比重都接近 70%，房地产经纪行业分别占本国 GDP 比重约 9%与 8%。中国房产中介与物业服务业营业收入规模持续增长，2009-2018 年复合增长率约 22%，占房地产 GDP 比重由 10.9%增长至 19%。可以预计，随着二手房交易占比的提升、房地产行业价值链重构，房地产经纪行业对 GDP 贡献率也大幅提升。

图：2019 年主要国家城市化率水平与二手房交易占比



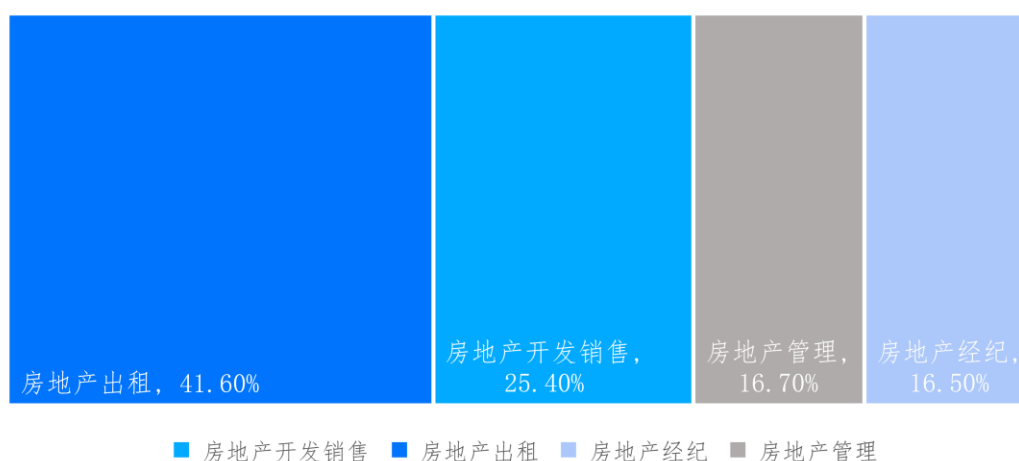
数据来源：各国统计局，贝壳研究院整理

图：2012 年美国房地产行业价值链



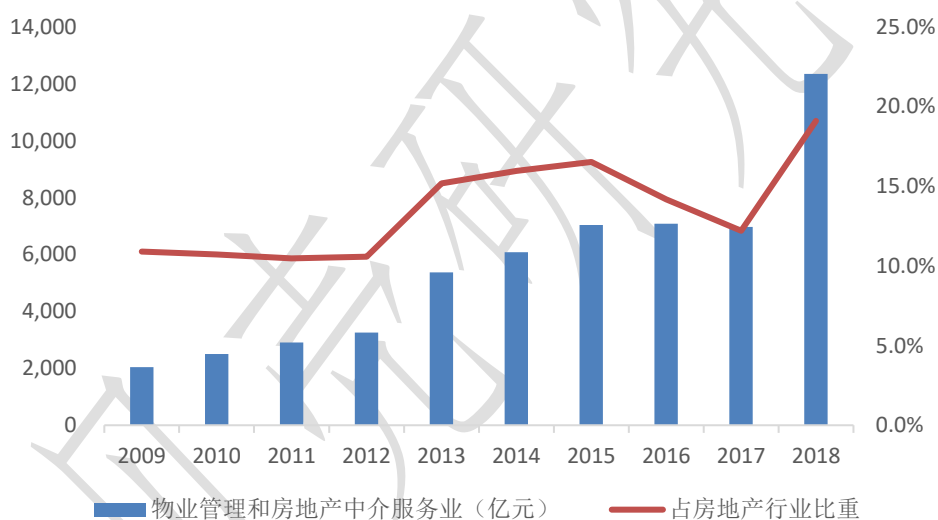
数据来源：美国统计局，贝壳研究院整理

图：2007 年英国房地产行业价值链



数据来源：英国统计局，贝壳研究院整理

图：中国房地产中介物业管理收入规模与占房地产比重

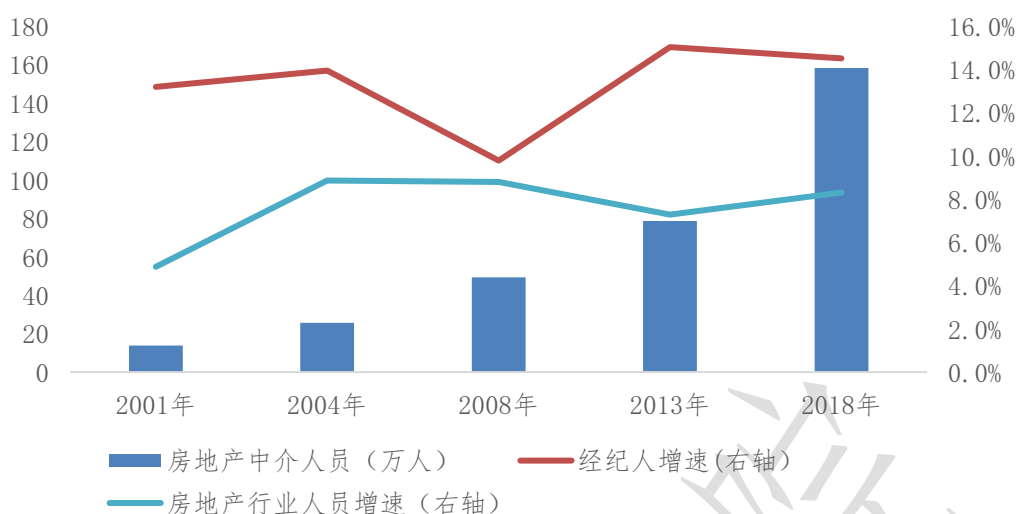


数据来源：wind，贝壳研究院整理

2. 社会的就业稳定器

“保民生、稳就业”，房地产经纪行业正在成为服务业新就业池。根据全国经济普查，2001-2018 年间，经纪人数在房地产服务业中增速最快，复合增长率达 15.4%，高于房地产开发的 5%，跨行业相比，依然高于居民服务业的 7%以及互联网与软件服务的 14%。

图：房地产经纪行业从业人员数及其增长率

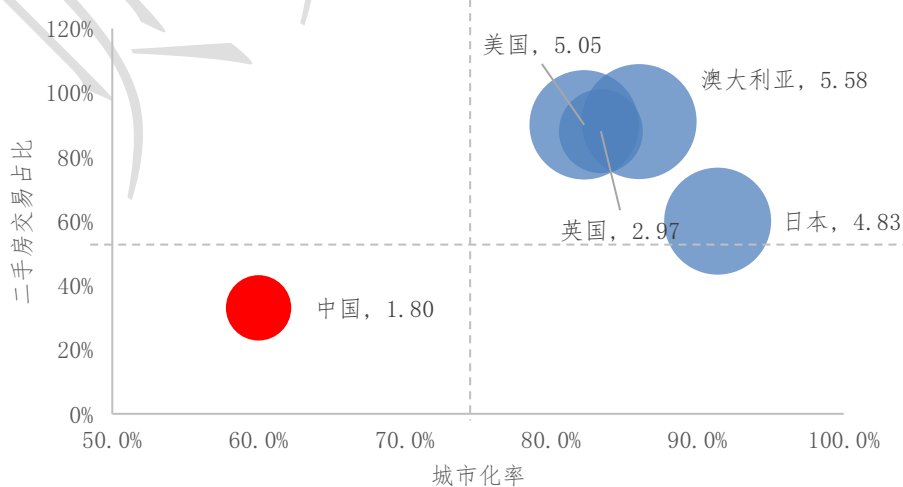


数据来源：中国国家统计局，贝壳研究院

根据贝壳研究院与中房经联调研数据，2020年，房地产经纪公司超8成未关店裁员，而贝壳平台累计新入职超25万人，为15万大学生解决了就业问题。

尽管中国拥有全球最庞大的房地产经纪人群体，但中国房地产经纪服务密度显然不足。国际经验看，每1000城市人口中需要经纪人服务的数量稳定在一个区间值，我们称之为千人覆盖率。中国城镇居民千人覆盖率为1.8‰，远低于日美澳的4‰。

图：2019年全球主要国家城市化率、二手房交易占比以及经纪人千人覆盖率(‰)



数据来源：NAR，各国国家统计局，贝壳研究院整理

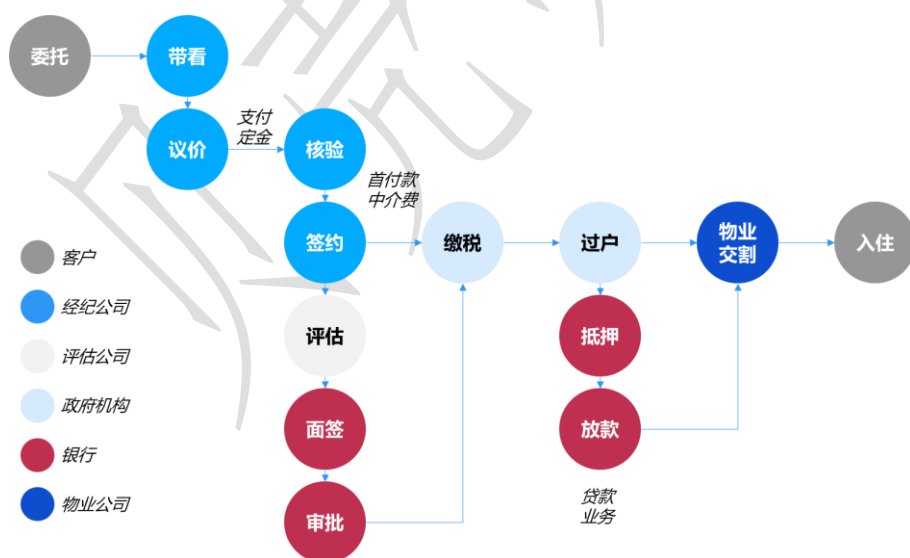
注：日本存量房交易量占比为三大都市圈数据，气泡大小显示为城镇化率水平

3. 交易风险的侦察者

房屋信息个性化强、筛选难度大，流程复杂、时间长、参与方众多，而且风险具有隐蔽性，消费者难以凭一己之力完成全部交易。这样就决定了在复杂的房屋交易过程中，无论科技如何发展，都无法完全消弭购房者面临的信息成本与搜索成本、决策成本与议价成本、安全与信任成本。与此相对应，经纪人必须通过专业知识和专业服务，为消费者的购房决策保驾护航。

根据贝壳研究院数据，二手房交易活跃的重点城市，房屋成交周期已超3个月，签约至完成交易平均时长40天以上，交易环节普遍在20个以上。加之各城市购房政策差异较大，购房资质、首付款、税费、公积金贷款要求不同。此外，商业贷款中，全国4000家银行贷款条件、贷款产品各不同，而且LPR每月进行调整，消费者学习难度大、成本高。

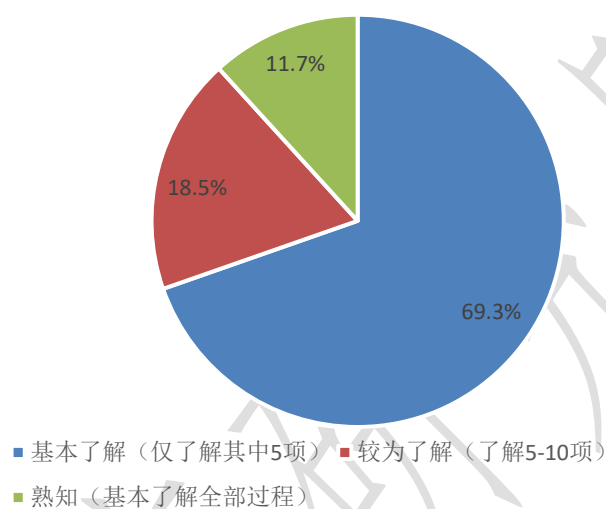
图：中国二手房交易流程简图



数据来源：贝壳研究院整理

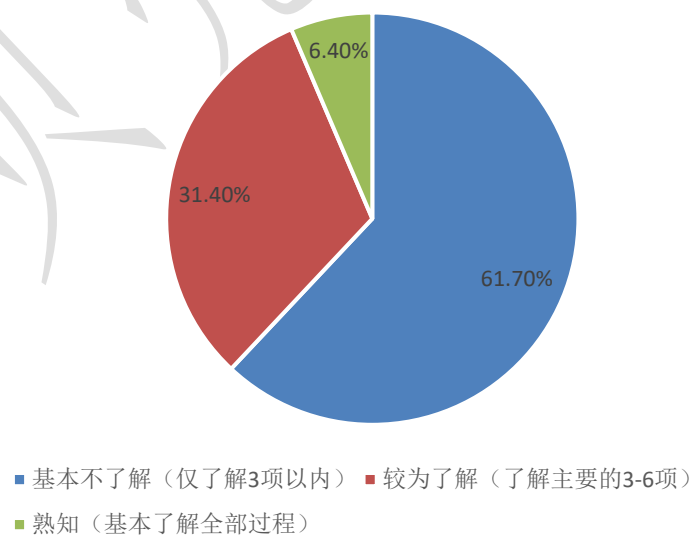
面对如此复杂的大额交易，中国国家市场监督管理总局主管的《中国质量万里行》杂志社于2019年发起了二手房交易环节资金存管现状的调查问卷，表明近七成消费者不了解买卖房屋流程，超六成不了解交易过程中的风险，近1/4消费者在遭遇过二手房交易纠纷，其中遭遇损失(定金或房款)的达到16%。

图：消费者对于二手房交易环节的熟悉



数据来源：《中国质量万里行》，贝壳研究院整理

图：二手房交易风险了解情况



数据来源：《中国质量万里行》，贝壳研究院整理

二、新居住时代的护航者

核心观点

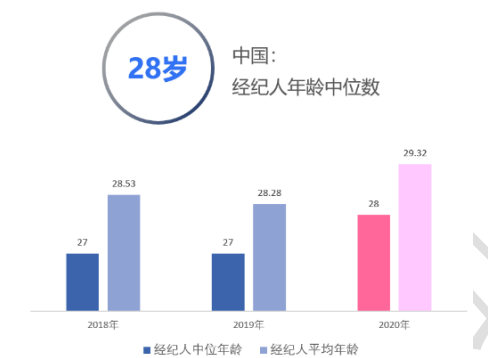
1. 房地产经纪人基本画像：年轻未婚为主，学历与收入双低，异地就业率高，女性业绩更佳。具体而言，90后已成为经纪人的中坚力量，未婚群体过半；从业人员学历整体偏低，但高学历经纪人成为趋势；同省异地就业是主流，但“本地就业”趋势逐年凸显；女性经纪人业绩高于男性，但受年龄增长影响显著。
2. 房地产经纪人的职业特征：服务周期变长，经纪人由拼勤奋到拼专业与服务，合作意识不断增强，但工作强度较大。具体而言，单个客户平均服务周期长达3个月，经纪人专业要求不断提升；经纪人合作意识增强，平均每笔交易参与人数不断增加，工作强度大，转化率低，16次带看仅能转化1次成交。

1. 房地产经纪人基本画像

(1) 90后已成为经纪人的中坚力量，未婚群体过半

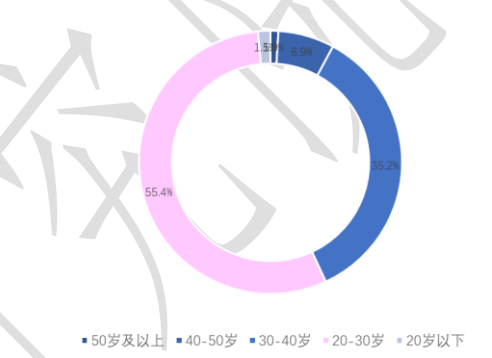
年轻、未婚是中国经纪人核心关键词。2020年¹贝壳平台经纪人年龄中位数28岁，平均年龄29岁；90后人群是主要力量，占比过半。而20岁以下人群作为新成长起来的一代正迎头赶上，逐渐进入房地产经纪行业。

图：经纪人年龄均值及中位数



数据来源：贝壳研究院

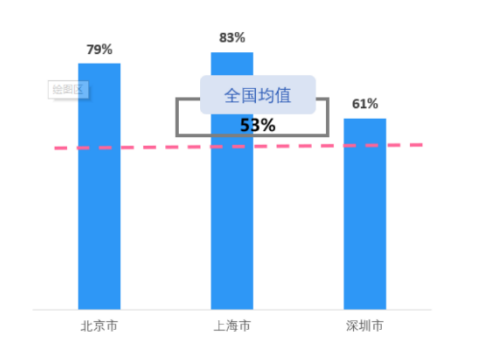
图：2020年经纪人年龄分布



数据来源：贝壳研究院

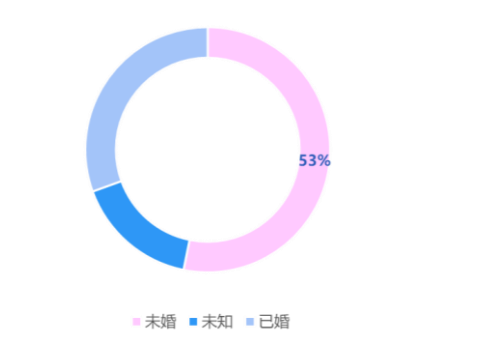
过半经纪人未婚，一线城市未婚比例更高。2020年，全国未婚经纪人占比超五成；一线城市未婚经纪人占比远超全国平均值，其中上海市最高，占比超八成。

图：一线城市未婚经纪人占比



数据来源：贝壳研究院

图：2020年全国经纪人婚姻状况

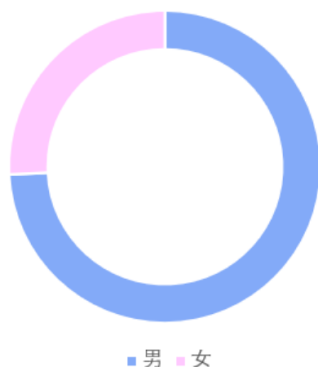


数据来源：贝壳研究院

¹ 除文中注明，本文经纪人使用数据均为2018年4月-2020年6月，贝壳平台在职经纪人数据。

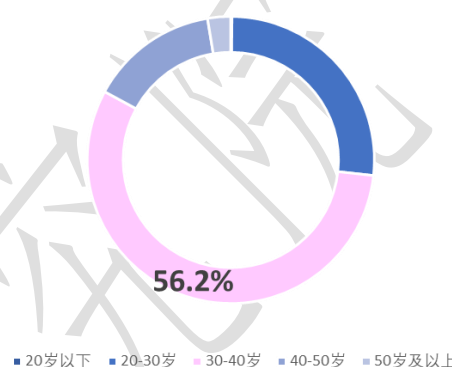
店东群体更为年长，资历更为成熟。相较于经纪人而言，店东年龄普遍偏大，近六成店东为 80 后，另有约 17% 的店东年龄为 40 岁以上。大多数店东曾是经纪人，在业绩、资历、人际关系和社会资源积累到一定程度后转为做店东。

图：店东性别结构



数据来源：贝壳研究院

图：店东年龄结构



数据来源：贝壳研究院

(2) 从业人员学历整体偏低，但高学历经纪人成为趋势

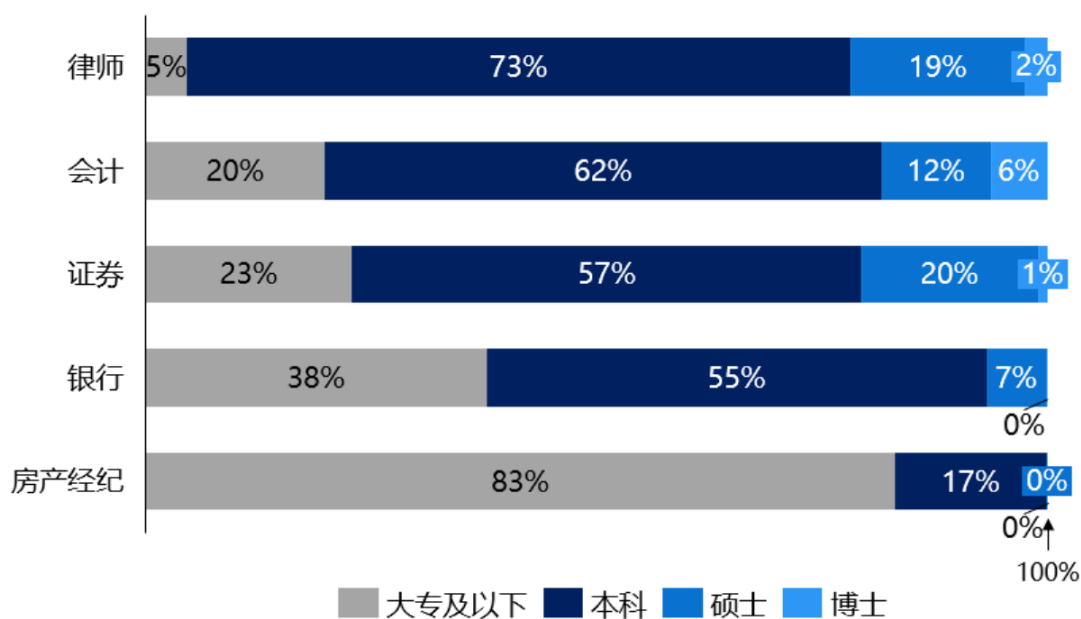
中国房产经纪行业的学历水平远远落后于其他专业性服务业，但高于传统服务业。公开数据显示，律师本科及以上学历占比高达 95%，会计、证券、银行业本科及以上学历均超过 60%，本科学历已经成为行业入职基础门槛。根据贝壳平台经纪人调研发现，大专及以下学历经纪人成为行业的主力，占比约八成，学历水平远不及其他专业性行业。不过，同传统服务业相比，房地产经纪人本科及以上学历占比近 17%，与保险经纪人相当（20%）²左右，远高于外卖骑手（4%）³和传统餐饮服务者（0.3%）⁴。

² 数据来源：同花顺财经，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1633111940957295853&wfr=spider&for=pc>

³ 数据来源：美团研究院

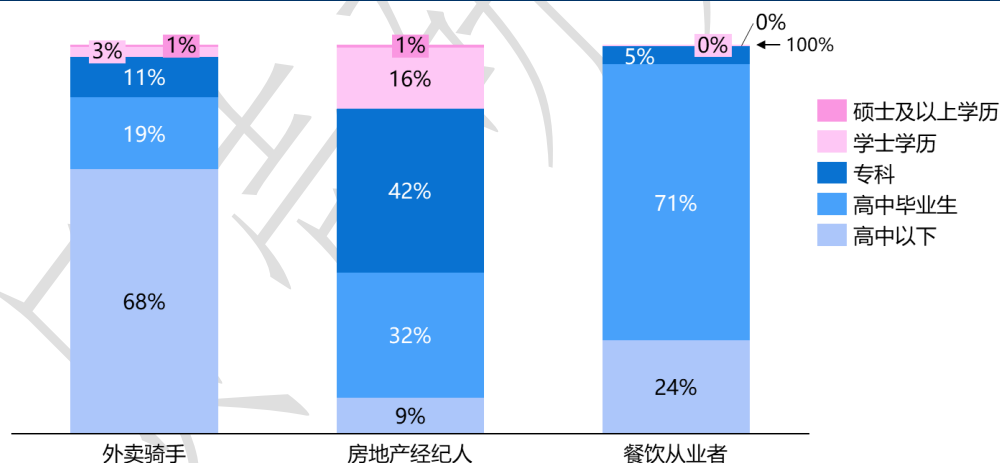
⁴ 数据来源：公开报道与网络资料，<http://www.cy8.com.cn/cydt/108995>

图：不同专业性服务行业学历水平对比⁵



资料来源：司法部、《中国金融年鉴》、中华会计网校，贝壳研究院整理，贝壳研究院

图：房地产经纪业与传统服务业学历水平对比

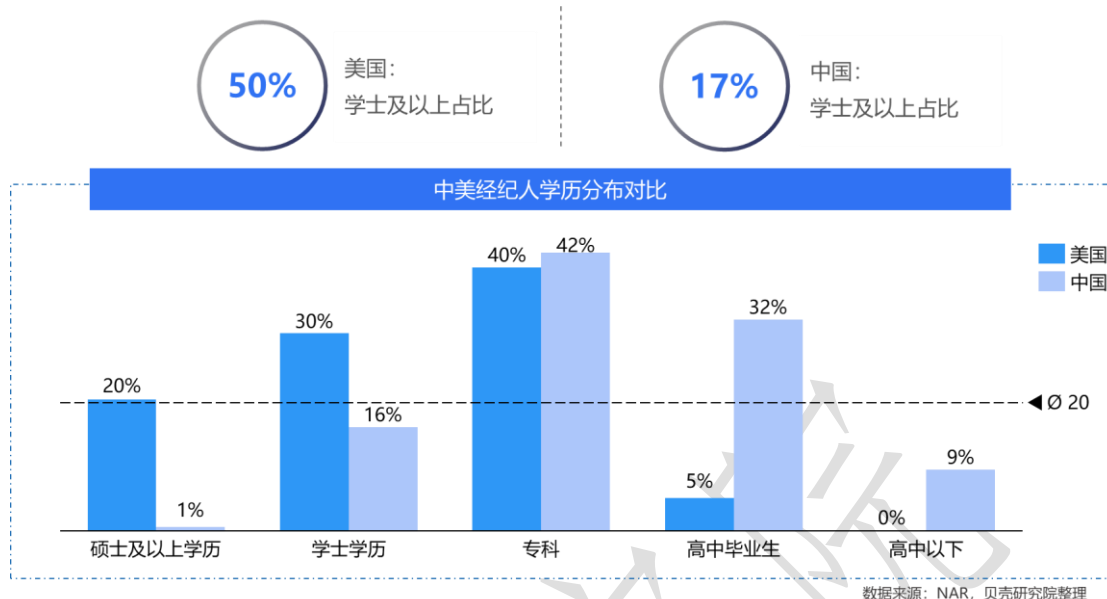


资料来源：美团研究院，《餐饮业服务人员人力资源管理分析及对策》，贝壳研究院整理

中国经纪行业的学历水平亦远低于发展成熟的美国。据 NAR 数据显示，美国房地产经纪人中本科及以上学历占比约为五成，而中国本科及以上学历占比则不足两成。

⁵ 银行从业人员学历分布为中、农、工、建、交、邮储六大银行人员统计数据，证券行业数据来自大象 IPO 调研统计

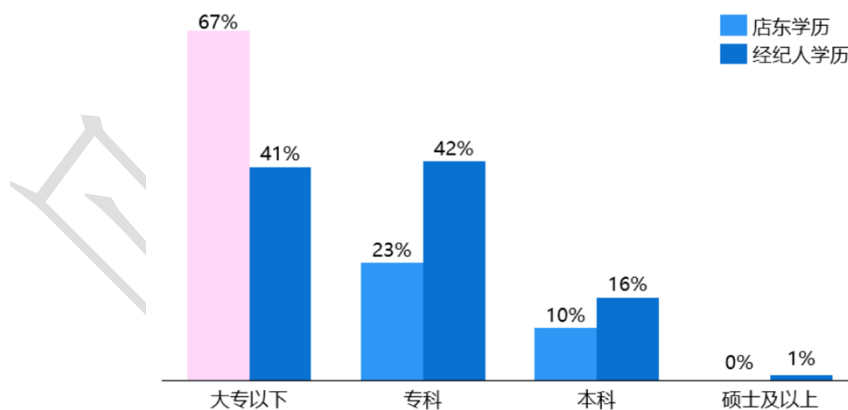
图：中美房地产经纪从业人员学历构成



资料来源：NAR, 贝壳研究院

此外，店东群体的学历显著低于经纪人。大多数店东的入行时间更早，平均受教育程度较低。数据显示，近七成店东的学历在大专以下，本科以上仅为一成。

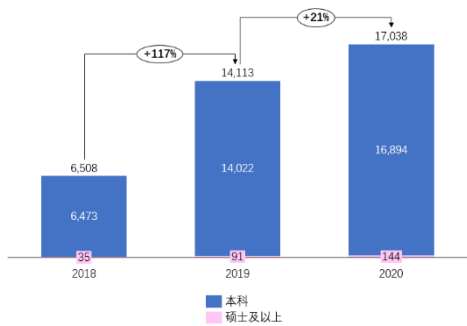
图：店东和经纪人的学历构成



资料来源：贝壳研究院

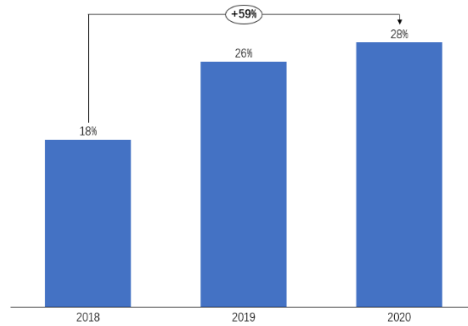
高学历经纪人占比逐年提升。2020年，一线城市中，每10个经纪人约有3个高学历经纪人，其中毕业于985、211名校的经纪人占高学历经纪人比重7.3%，不乏来自浙江大学、上海交大等顶级名校的经纪人。

图：一线城市高学历经纪人绝对值及增速



数据来源：贝壳研究院

图：一线城市高学历经纪人占比



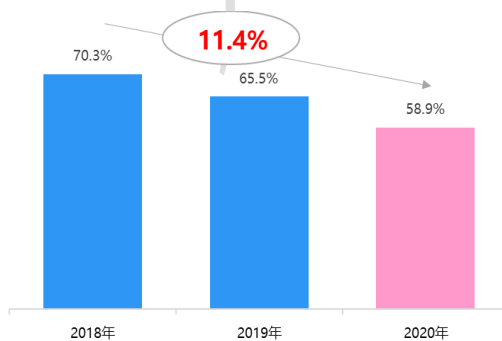
数据来源：贝壳研究院

行业学历门槛在近年不断提升。消费者角度看，消费者对服务者品质期待和要求越来越高；行业角度看，高学历经纪人的优质率、成材率更高，且优质人才在投入一定资源后不断增值；业务角度看，行业对专业度的要求也不断提升，高学历经纪人对于数字化新趋势的接受程度更高，理解和学习新工具的能力更强。

(3) “同省异地”就业为主流，经纪人平均跨越 625km 就业

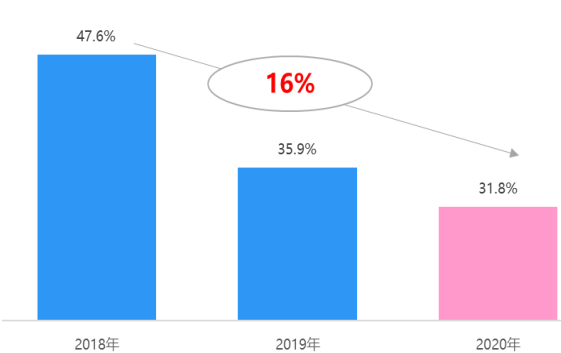
同省异地为贝壳经纪人就业主流，但三四线本地就业为主，且本地就业趋势在加强。截至 2020 年 12 月，约六成经纪人异地就业，约七成经纪人选择本省就业。2018 至 2020 年之间，经纪人本地就业占比、同省就业占比分别增加 11%、16%。此外，一二线城市异地就业占比更高，三四线城市本地就业为主。

图：异地就业⁶占比



数据来源：贝壳研究院

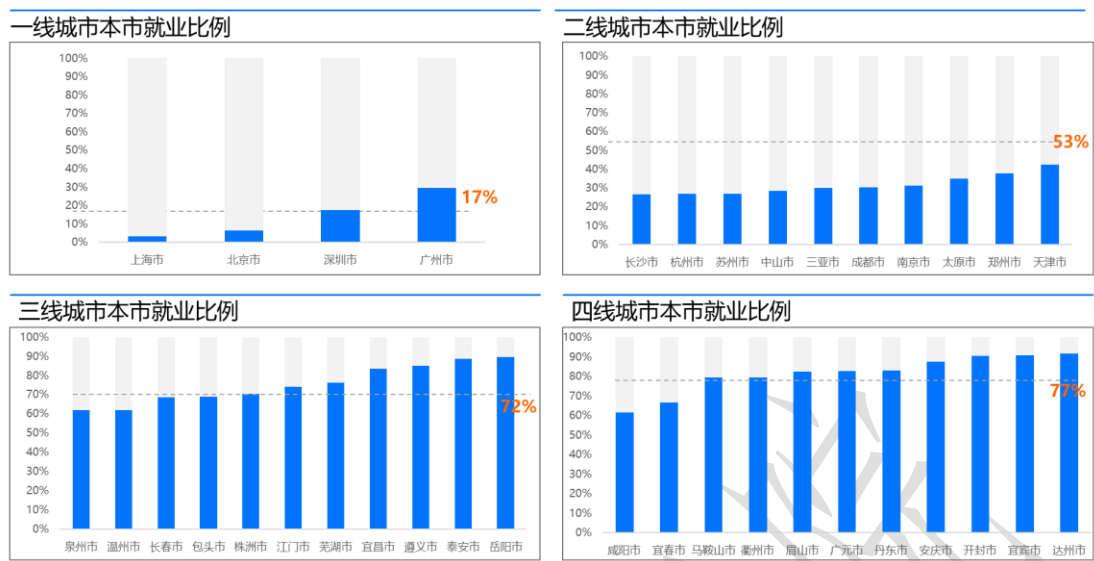
图：跨省就业⁷占比



数据来源：贝壳研究院

⁶ 异地就业占比：在非户籍城市工作的经纪人占比

图：不同城市本地、异地就业比例



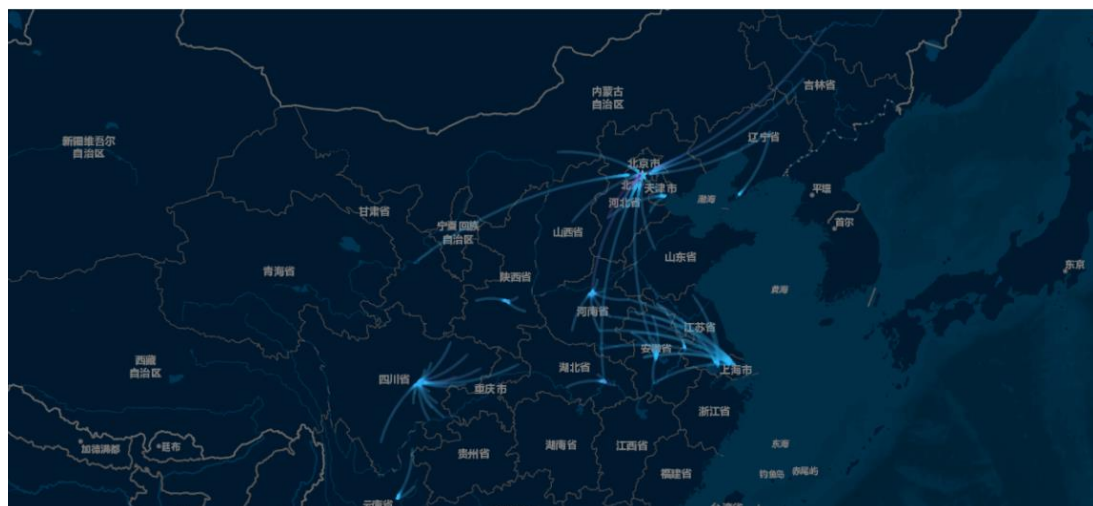
数据来源：贝壳研究院

经纪人平均就业迁移距离也随之下降，由 2018 年 887km 下降至 625km，接近郑州到北京距离或福州到上海的距离。

(4) 迁入城市集中在一线城市，迁出城市中部、北部城市为主

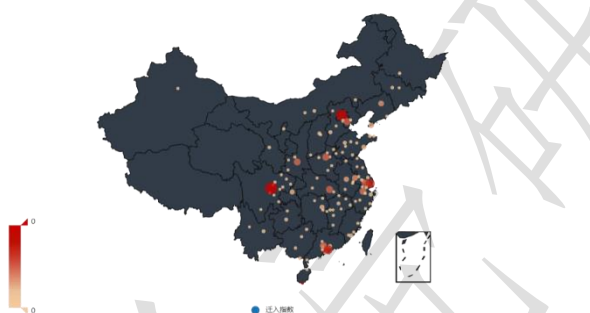
一线城市及中西部核心城市对周边城市经纪人吸引能力强。迁入指数有明显的集中特点，集中在北京、上海、深圳这三个一线城市以及中西部流动人口密集的核心城市成都和郑州，经纪人迁入指数高；迁出指数相对分散，在石家庄、哈尔滨、济南和沈阳市等北方省会城市，经纪人迁出指数较高。值得注意的是，郑州市的迁入和迁出指数双高。

图：经纪人热门迁徙路线图



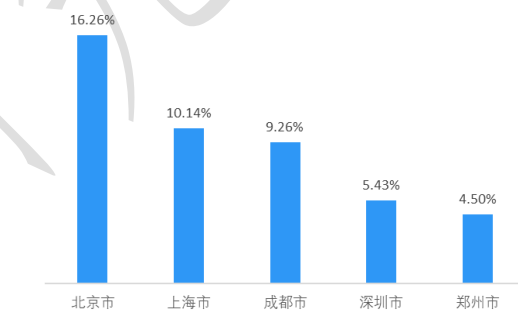
资料来源：贝壳研究院

图：2020年经纪人迁入的热门城市



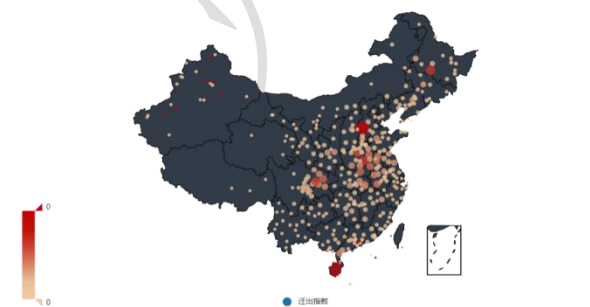
数据来源：贝壳研究院

图：2020年迁入指数⁸Top5城



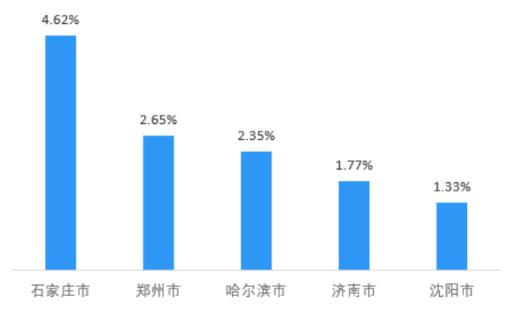
数据来源：贝壳研究院

图：2020年经纪人迁出的热门城市



数据来源：贝壳研究院

图：2020年迁出指数⁹Top5城



数据来源：贝壳研究院

⁸ 迁入指数：从异地城市迁入到工作城市的比例分布
⁹ 迁出指数：从户籍城市迁出的经纪人比例分布

(5) 经纪人越成长收入越高，收入差距有所缩小

房地产经纪人是一个越成长越沉淀的职业。贝壳平台的经纪人，收入呈现出随着从业年限的增加的趋势。

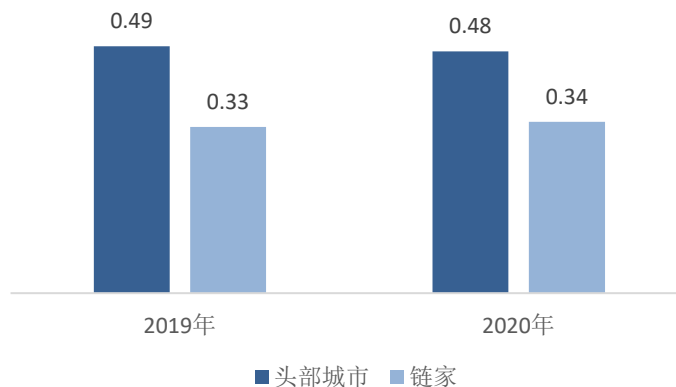
图：不同学历的从业年限与收入的关系



资料来源：贝壳研究院

经纪人收入方差依然较大，但呈现逐年下降趋势。以基尼系数¹⁰刻画经纪人收入分配差距，根据行业调研数据，2020年，中国头部城市经纪人二手业绩收入基尼系数为0.49，相比2019年略有下降。但链家经纪人基尼系数相对更为合理，约为0.34。

图：2019-2020年主要城市和链家二手业绩基尼系数



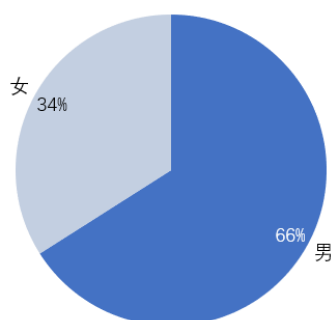
资料来源：国家统计局，行业调研，贝壳研究院测算

¹⁰ 基尼系数：国际上通用的、用以衡量一个国家或地区居民收入差距的常用指标，位于0-1之间。国际惯例，0.3-0.4视为收入相对合理；0.4-0.5视为收入差距较大。

(6) 男性比例高，但女性经纪人业绩更高

男性经纪人占比高：贝壳经纪人中，男性占比近七成。

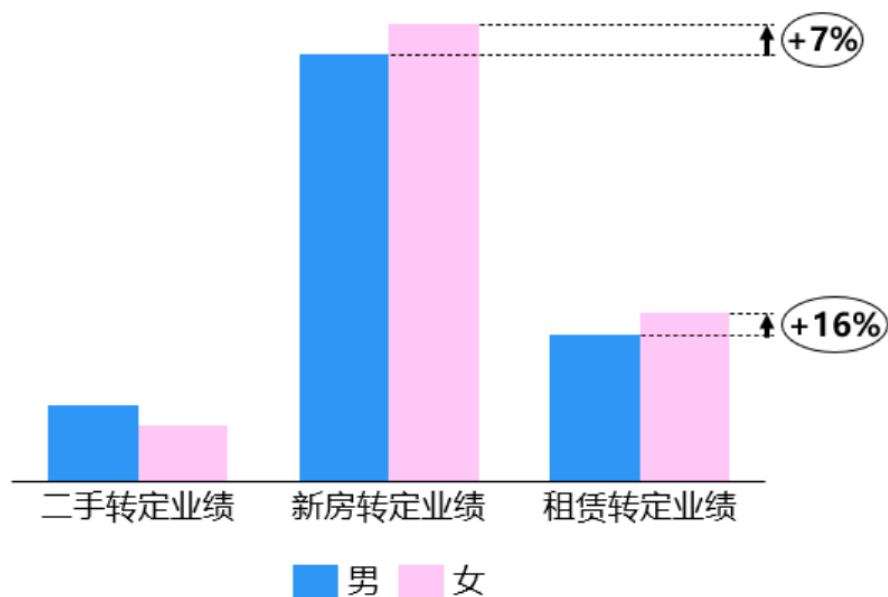
图：2020 年贝壳经纪人性别结构



资料来源：国家统计局，贝壳研究院

女性经纪人平均业绩高于男性，但区分业务结构看，女性二手转定¹¹业绩略低于男性，但新房转定和租赁转定业绩均高于男性。

图：不同性别的业务转定业绩对比

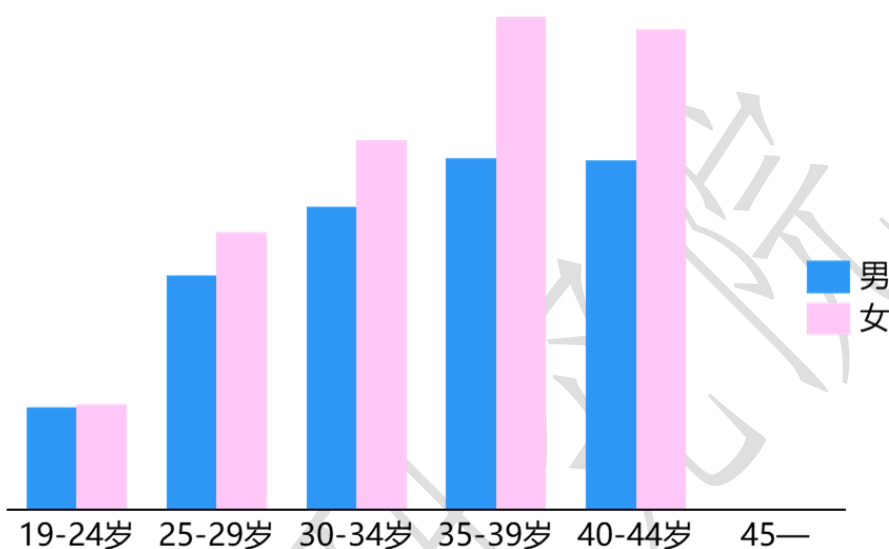


资料来源：贝壳研究院

¹¹ 注：转定业绩指的是从交定金转成交的实收业绩

年龄段看，随着年龄增长，女性业绩优势有所扩大。但女性在 39 岁后业绩出现下降，而男性的平均业绩几乎不变。女性的最佳年龄是 35-39 岁，期间业绩最高。

图：不同性别及年龄的二手转定业绩对比



资料来源：贝壳研究院

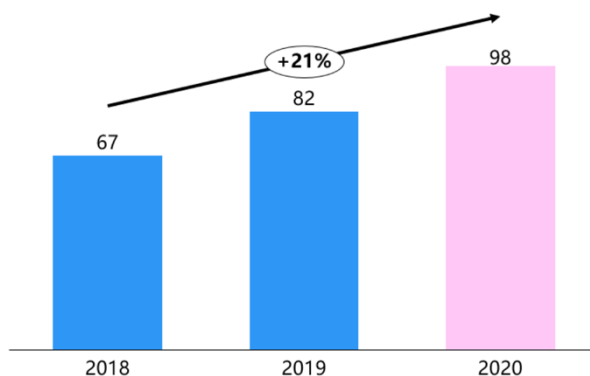
2. 房地产经纪人职业特征

贝壳平台经纪人职业关键词：服务周期长，沉得下心、勤于耕耘、善于合作者方能胜出。

(1) 服务周期：长至半年，专业能力要求不断提升

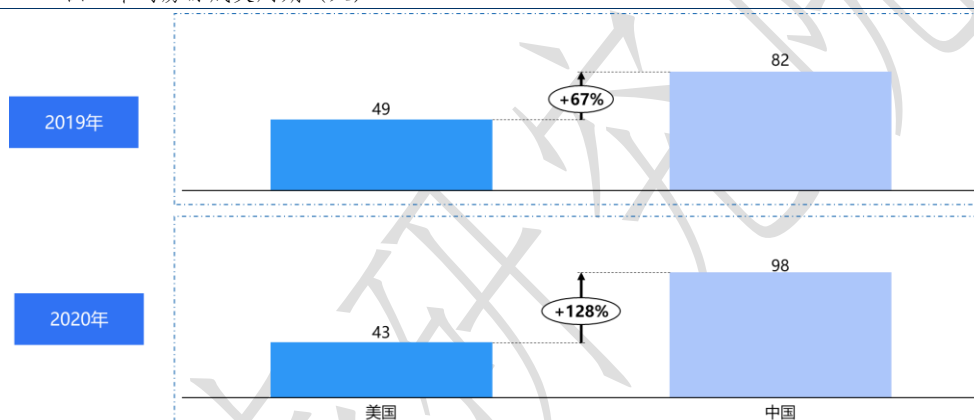
服务周期变长，经纪人由拼勤奋到拼专业与服务。服务周期包括房源成交周期和成交后至物业交割两部分。一方面，随着房地产市场逐步进入存量时代，市场成交不断放缓，房源成交周期变长，2020 年房源平均成交周期为 98 天，较 2018 年增长 21%；另一方面，由于房屋交易的完整服务周期还涉及交易后过户交割等诸多流程，通常需要 50 天左右的时间才能完成。因此经纪人这一职业具有长服务周期的特点，服务周期往往长达半年左右，对专业性的要求也随之不断提升。

图：平均房源成交周期（天）



资料来源：贝壳研究院

图：平均房源成交周期（天）



资料来源：NAR, 贝壳研究院

(2) 工作强度：每周工作 6 天，每带看 16 次才能转化 1 次成交

2020 年经纪人平均每周工作 6 天。在经纪人数大于 5 万的城市中，上海市、重庆市和成都市的工作强度居前三。根据人均带看次数评出的最勤劳的十大城市中，哈尔滨、汉中市和海口市名列前三。其中哈尔滨人均带看次数为 155 次，为全国经纪行业中“最勤劳城市”。

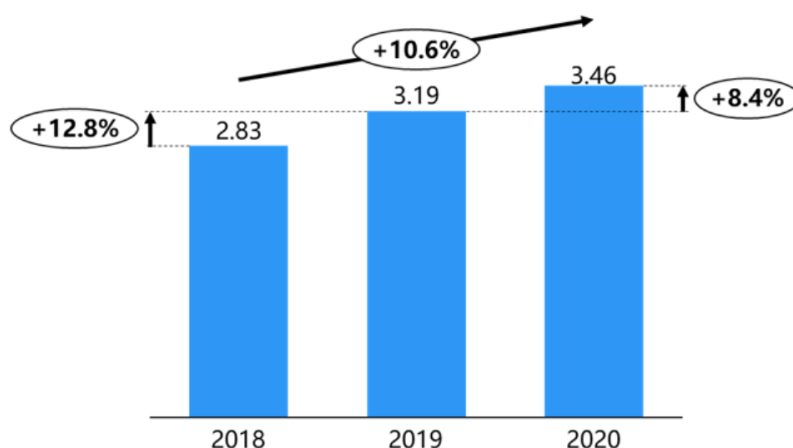
带看次数以外，更重要的是带看转化率低，每一套房屋的成交背后是经纪人平均 16 次的带看。而经纪人的 1 次带看往往需要大量的准备，对客户进行邀约，熟悉房源信息、跨店带看还需要配看人沟通、借钥匙等环节，甚至往往需要自己试看好几个楼盘。

(3) 合作氛围：经纪人合作意识增强，跨品牌成交超七成

首先，房地产交易的复杂要求经纪人根据自身特性在内部形成专业化的分工，通常需要 3 个以上经纪人合作才能完成一笔交易。其次，通过新人经纪人承担简单基础工作，可以提升经纪人的保留率，通过合作可缩小经纪人的收入方差；再次，合作能够使消费者享受更专业的服务。

2018-2020 年间，贝壳经纪人二手交易单平均参与经纪人数提升显著。二手单边比（平均每笔交易参与经纪人数）从 2018 年的 2.83 提升至 2020 年的 3.46，3 年 CAGR 为 10.6%。数据表明，单边比城市越高，收入差距越小。以单边比¹²作为合作指标，不难发现单边比越高的城市，基尼系数更小的趋势。

图： 单边比-二手业务

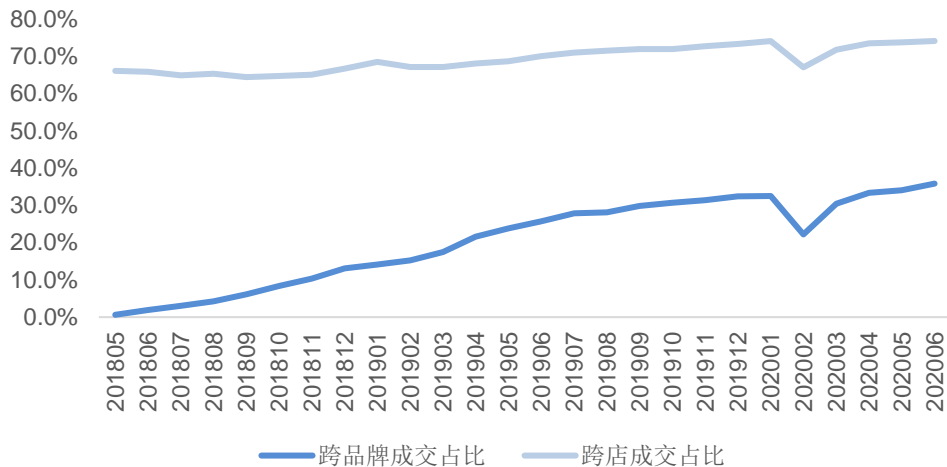


资料来源：贝壳研究院

2020 年 6 月，贝壳经纪人跨店成交占比约 34.5%；跨品牌成交占比超七成。

¹² 单边比指每笔房产交易中参与的经纪人数，这是由 ACN（Agent Cooperate Network）专业分工、角色分边使得每笔二手房交易需要多个经纪人参与完成。

图：2018年4月-2020年6月跨店/跨品牌成交占比

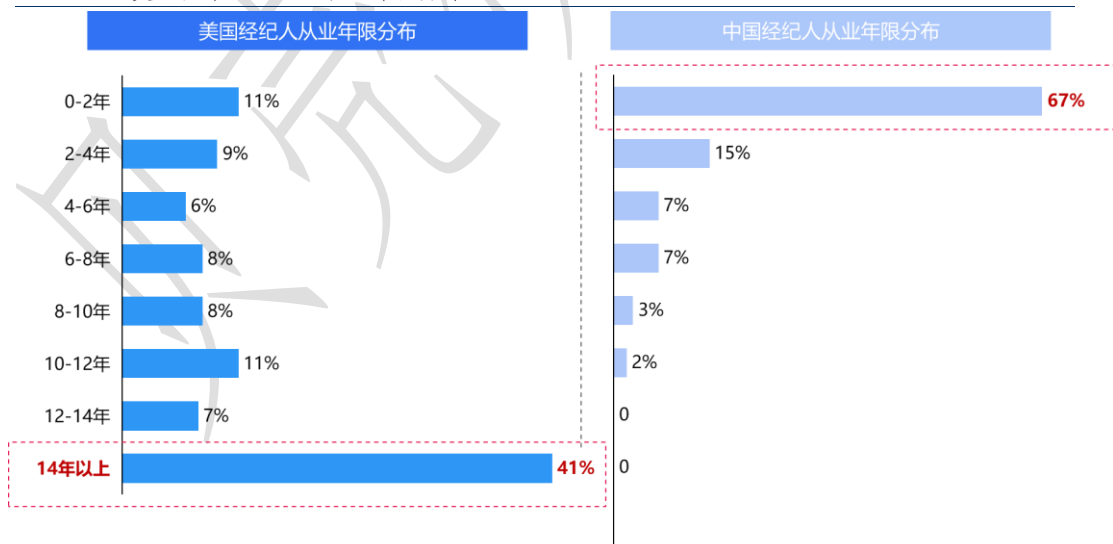


数据来源：贝壳研究院

(4) 专业度：在职年限偏短，职业化偏低，专业水平不断提升

中国经纪行业人才沉淀能力较弱。在房地产经纪行业发展成熟的美国，经纪人中从业 14 年以上的占比四成；而中国经纪人以 0-2 年新人为主，占比近七成。

图：美国及中国经纪人从业年限分布



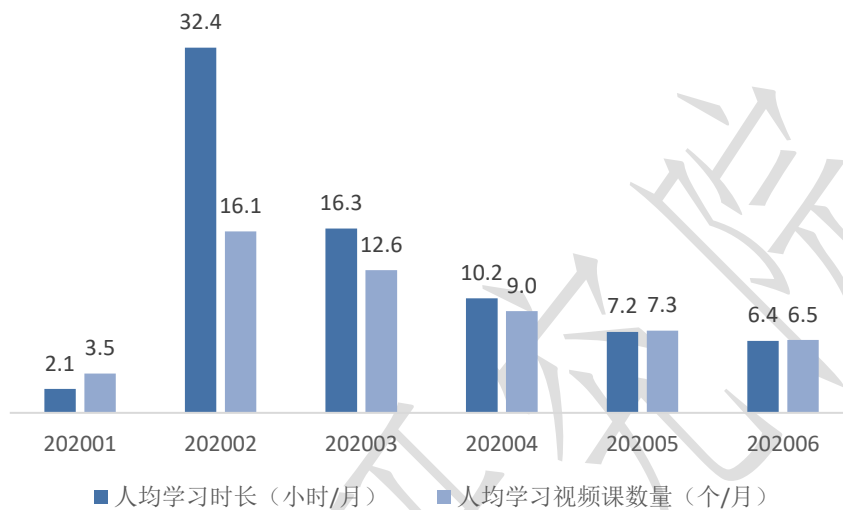
资料来源：NAR,贝壳研究院

注：中国 10 年以上从业年限占比 < 1%

为提升经纪人的专业度与职业化，一方面，经纪人自主学习热情提升，2020 年，线上教育渗透率提升，人均在线学习 12 小时/月其中二月份最高，为 32 小

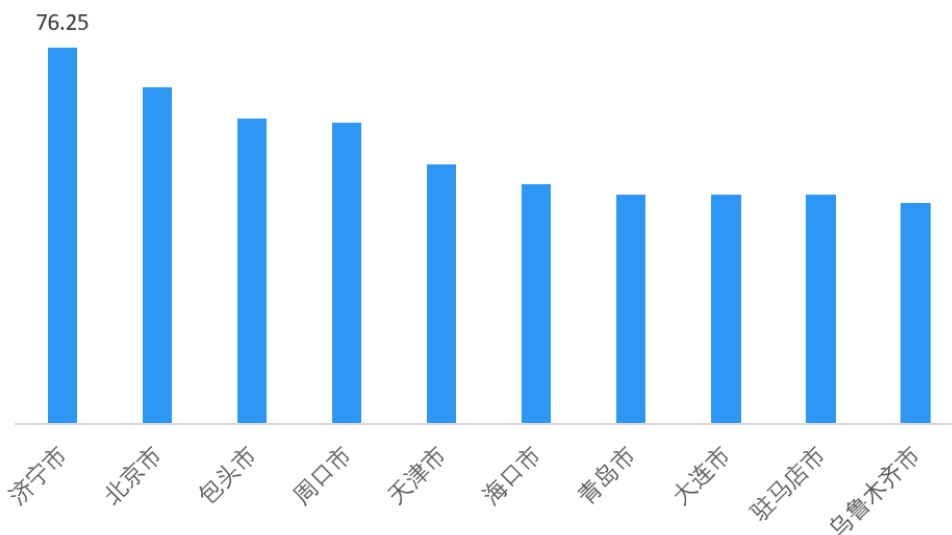
时，且人均学习视频课数量达 16 个。另一方面，贝壳平台每年将对经纪人定期专业考试提升专业知识水平，2019 年，根据贝壳搏学分评出的“最好学的十大城市”中，济宁市、北京市和包头市名列前三，总体而言，二线城市经纪人更好学。

图：贝壳人均学习时长和学习视频课数量



资料来源：贝壳研究院

图：2019 年搏学分前十大城市



资料来源：贝壳研究院

(5) 服便利度：人均服务 319 户

经纪人的服务便利度仍有提升空间。全国来看，贝壳经纪人人均服务超半个楼盘，人均服务 319 户，以 3 口之家计算，人均服务超千人；店均服务楼盘量 6.8 个，店均服务 3587 户。

图： 经纪人人均服务楼盘量和人均服务户数



资料来源：贝壳研究院

图： 店均服务楼盘量和店均服务户数



资料来源：贝壳研究院

三、新时代新特征

核心观点

- 在数字化新时代，经纪人具备数字化新移民、数字化身份证、社区助手三大特征。
- **数字化新移民**：经纪人越来越重视数字化技术，对于数字作业产品的学习意愿显著增强，对于线上工具提效的具象感知也在不断增强。
- **数字化身份证**：经纪人的专业能力、服务品质和职业操守通过“数字化身份证”逐步实现可量化、可评价、可对比、可追溯的积累。
- **社区专家**：经纪人正逐渐成为主要的社区服务者，兼具“助手”和“公民”两大特质。经纪人通过参与社区公共活动、公益活动等，为社区提供价值，从而保持与社区业主的良好连接，成为“情感”意义上的社区公民。

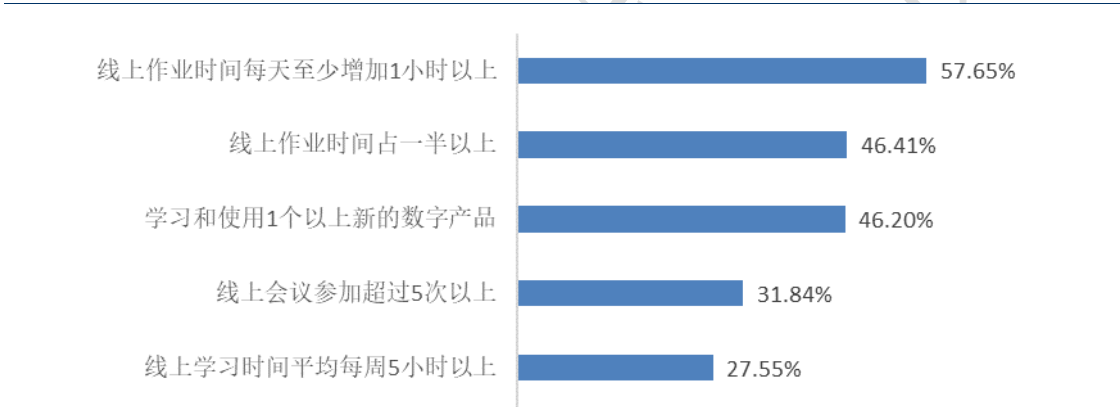
1. 数字化升级

在消费互联网时期，消费者率先完成数字化移民，而产业互联网的崛起，数字化技术加快对供给端改革，新一代经纪人加速实现数字新移民。以 VR 带看、线上贷款签约和 AI 助手上线为里程碑，标志着房地产经纪行业进入数字智能化时代，经纪人数字化升级趋势更显著。

(1) 经纪人越来越重视数字化技术

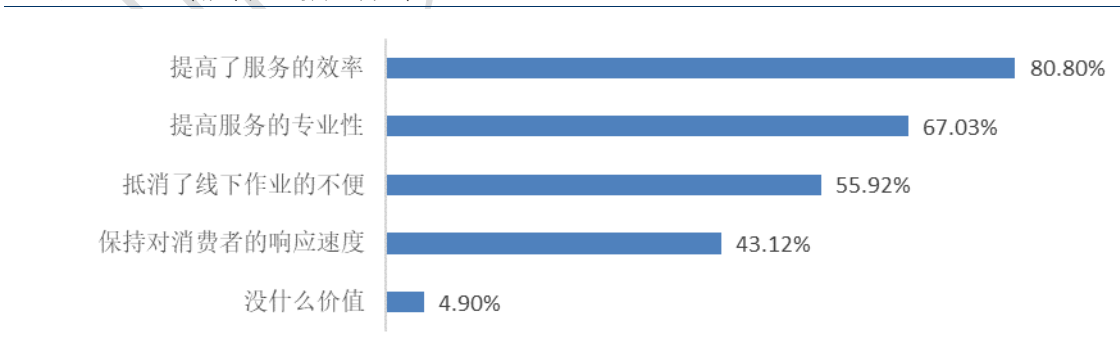
根据贝壳研究院调研数据，接近 50%的经纪人线上作业时间占据一半以上，并且超 80%经纪人高度认可数字化技术提升对于效率和专业性的提升。

图：经纪人作业方式的变化



资料来源：中房经联，新经纪品牌联盟，贝壳研究院

图：经纪人对数字产品价值的认可



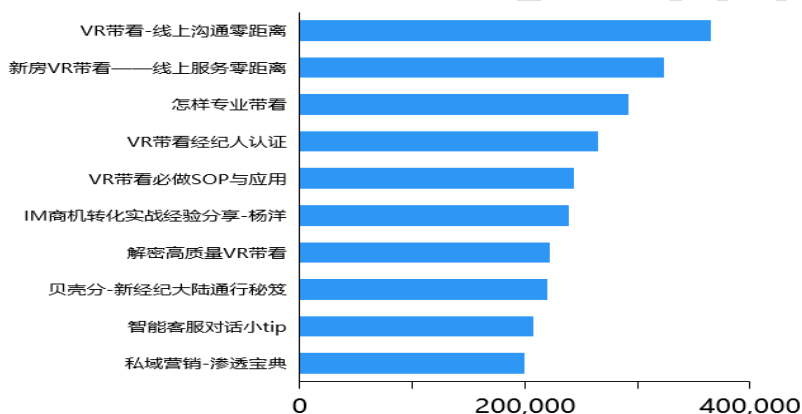
资料来源：中房经联，新经纪品牌联盟，贝壳研究院

(2) 线上办公使用有所普及，数字化工具课程受欢迎

房地产经纪行业的在线办公渗透率加速提升。仅 2020 年 2 月期间，贝壳找房协助房地产经纪公司开展累计 5 万次线上会议。此后不断推动行业培训教育的线上化，共开放 5000 多门课程。

在线学习内容中，数字化工具课程备受欢迎，如“大咖直播说 VR”这一课程的观看人数居首位，遥遥领先于其它课程；在观看人数最多的前 10 条课程直播内容中，一半的以 VR 为主题。

图：观看人数最多的课程直播 top10 (人次)



资料来源：贝壳研究院

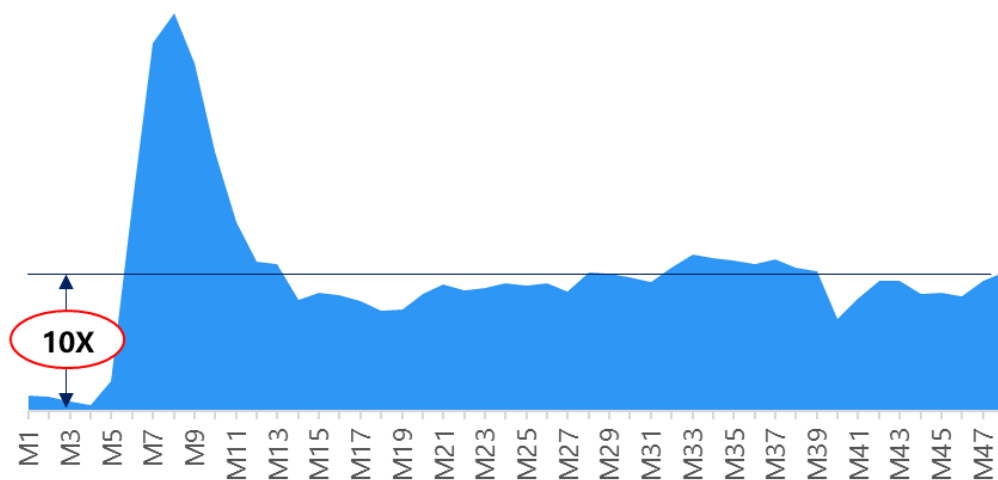
(3) 经纪人对线上工具提效的具象感知不断增强

咨询、带看、签约等环节均有了不同程度数字化作业能力的提升。在线上商机响应方面，IM（即时信息）成为客户沟通、获得委托、乃至成交的重要渠道。2020 年，经纪人 IM1 分钟内响应率从 67% 上升至 75%，增速 10%；IM 会话次数从 5 百万次提升至 1 千万，近乎翻倍，IM 会话数平均每天达 48 万。总体而言，IM 商机量总量上涨 220%。

VR 看房和 AI 讲房技术实现的线上带看。贝壳研究院数据显示，2020 年上半年贝壳平台上的经纪人和消费者，共同发起了超过 3300 万次 VR 带看，人均

VR 累计带看 10 次。

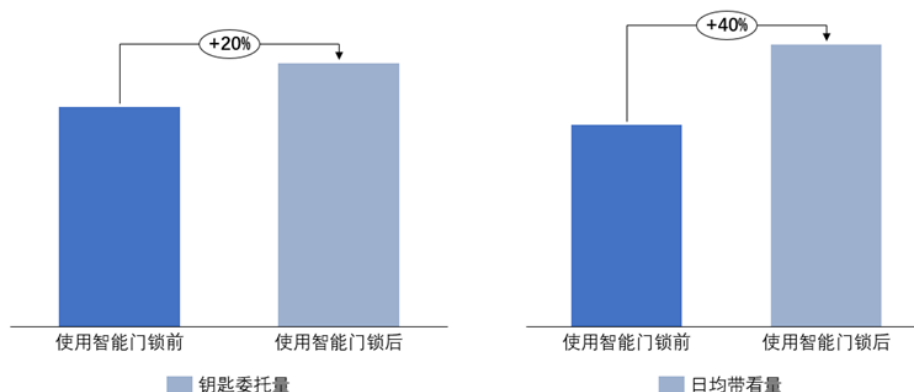
图：2020 年 1 月-11 月 VR 带看量



资料来源：贝壳研究院

在线下带看借钥匙环节，截至 2019 年底，贝壳平台使用智能门锁的经纪人拿到的房源钥匙委托量高于未使用智能门锁的经纪人近 20%，且日均带看量高出约 40%。使用智能门锁的经纪人将大幅节约过往到门店拿钥匙、提前预约各方的时间，只需使用手机即能开锁，节约经纪人重复性、琐碎、机械式的钥匙预约、取钥匙等工作时间，作业效率得到显著的、普遍的、无差别的提升。

图：使用智能门锁前后的钥匙委托量变化和日均带看量变化



资料来源：贝壳研究院

在管理方面，贝壳通过经营者看板这一数字化工具赋能店东进行科技化管理。经营者看板通过线上沉淀的大量业务数据，建立起全面细致的业务指标，而店东借力科学化运营指标，能迅速发现业务的短板，有助于管理效率的提升。店东利用数字化工具对经纪人进行“强链接”，据贝壳数据显示，2020年5月份经营者看板活跃率超50%。

总体而言，贝壳借助数字化技术实现经纪人各个作业环节的线上化，助力店东实现管理线上化，加速颠覆传统作业模式，大幅提升了从业者的作业效率。

(4) 数字化身份证

数字新时代，经纪人的诸多线下行为在智能技术的收集和处理下沉淀为线上数据，经纪人的专业能力、服务品质和职业操守通过“数字化身份证”，建立新大陆的“数字通行证”。

贝壳找房打造的“贝壳分”的信用体系，从专业能力、信誉评价、行业影响力、合作程度、平台参与度等五个维度形成经纪人的综合能力建模评分。信用分体系的推出，是希望通过多元化评估经纪人的能力和素质，为那些为用户好的服务者提供更多的权益。贝壳分依托大数据计算及评价体系，为消费者与平台服务者、平台服务者彼此之间的信任机制提供数字化解决方案，构建信任、共享、合作、共赢的生态环境。

图：贝壳分信用体系

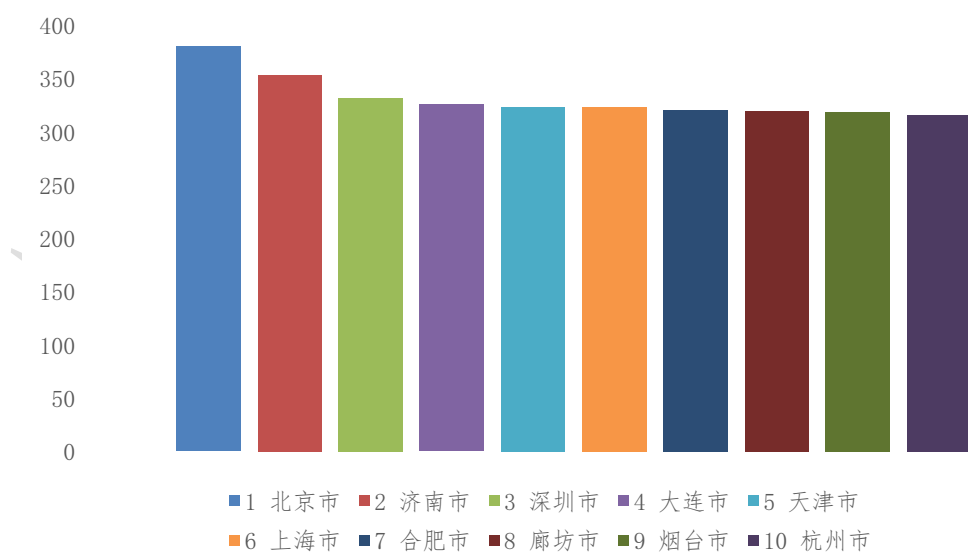


资料来源：贝壳研究院

贝壳分覆盖度不断扩大，截至2020年11月，超45万经纪人拥有贝壳分¹³。

2020年11月，全国贝壳分排名前三城市：北京、济南和深圳。

图：贝壳分排名前10城市



数据来源：贝壳研究院

经纪人普遍认可并重视贝壳分。近八成经纪人认为自己对贝壳分较为了解，主要原因在于未来数字化身份证将作为经纪人专业能力与服务水平的评价，是经纪人获取新用户的信任的背书。

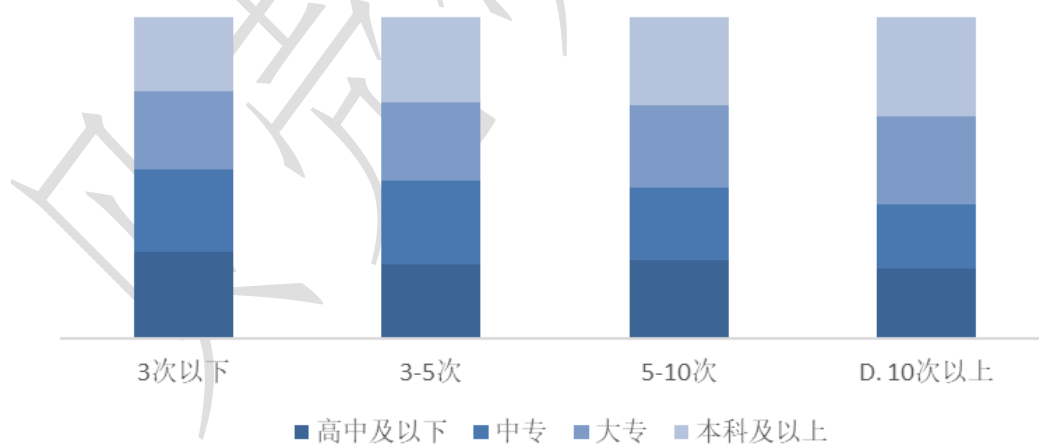
¹³ 新入职经纪人与新房经纪人尚未覆盖，因此拥有贝壳分经纪人数量低于全平台连接经纪人数量。

2. 渐成社区专家

优秀经纪人往往是社区专家，且兼具社区公民与社区助手的特质，积极承担社区服务者的角色。贝壳的数字社区服务解决方案以经纪人和门店为依托，经纪人转型为社区助手，通过参与社区公共活动、公益活动等，为社区提供价值，从而保持与社区业主的良好连接，成为“情感”意义上的社区公民。

截至 2019 年 12 月 31 日，在全国 29 城近 8000 家链家门店内外，经纪人共计服务社区居民超千万人次，积极参与社区共建。据贝壳研究院调查数据显示，约四成贝壳平台经纪人参与过 3 次以上社区服务，近 10% 经纪人参与 10 次以上社区服务。而且高学历经纪人参加社区服务的意愿更强、频次更多。本科及以上学历经纪人参与 10 次以上社区服务的占比近 10%。

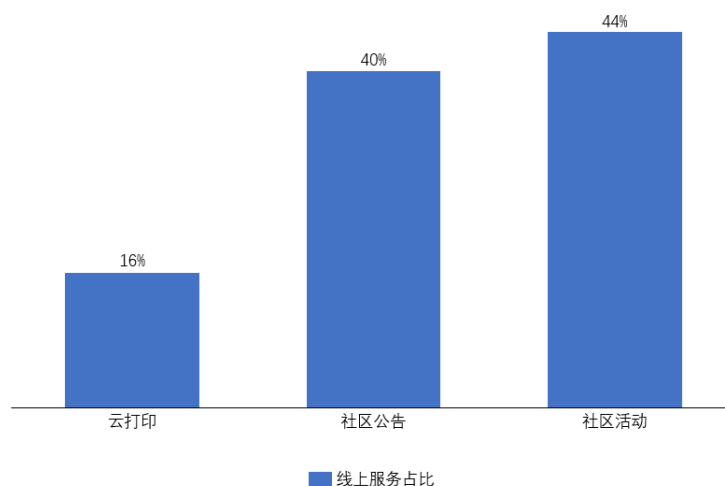
图：不同学历经纪人参与社区服务的频次



资料来源：贝壳研究院

此外，贝壳经纪人借助数字化技术，提供快递代收、云打印等服务，更高效、更便利服务门店周边业主。自 2020 年 3 月贝壳平台上线社区服务小程序以来，累计服务人次 194 万，线上服务占比 20%。

图： 2020 年 3-6 月贝壳平台北京社区服务线上占比



资料来源：贝壳研究院

2020 年 12 月 22 日，中共北京市委、北京市人民政府授予北京链家房产经纪人李黎明 2020 年北京市劳动模范。这是房产经纪人首次获得该殊荣。这与李黎明扎实的专业能力、爱岗敬业分不开，更是对平日里融入社区的肯定。李黎明热爱社区、关心邻里，多次开展公益培训班，向社区里老年人耐心讲解使用手机、防电信和金融诈骗，还积极组织、参加社区联欢、给社区帮忙、代送快递、慰问老人等活动，获得社区居民的充分信任。

四、向旧时代宣战

核心观点

1.旧时代痛点丛生：职业体验差是经纪人高流失的核心原因，背后是以社会形象、工作压力大、收入保障等多重因素的影响，本质上是经纪人长期以来未被作为增值资产进行价值投资。

2.经纪人主权觉醒：随着越来越多的品牌和店东意识到经纪人是行业核心资产，经纪人主权意识觉醒，职业体验的需求越来越高，经纪人通过自身的努力获得消费者的认可，社会形象不断改善，组织也给予他们成就感与荣誉，最终获得职业成就感和职业信心。

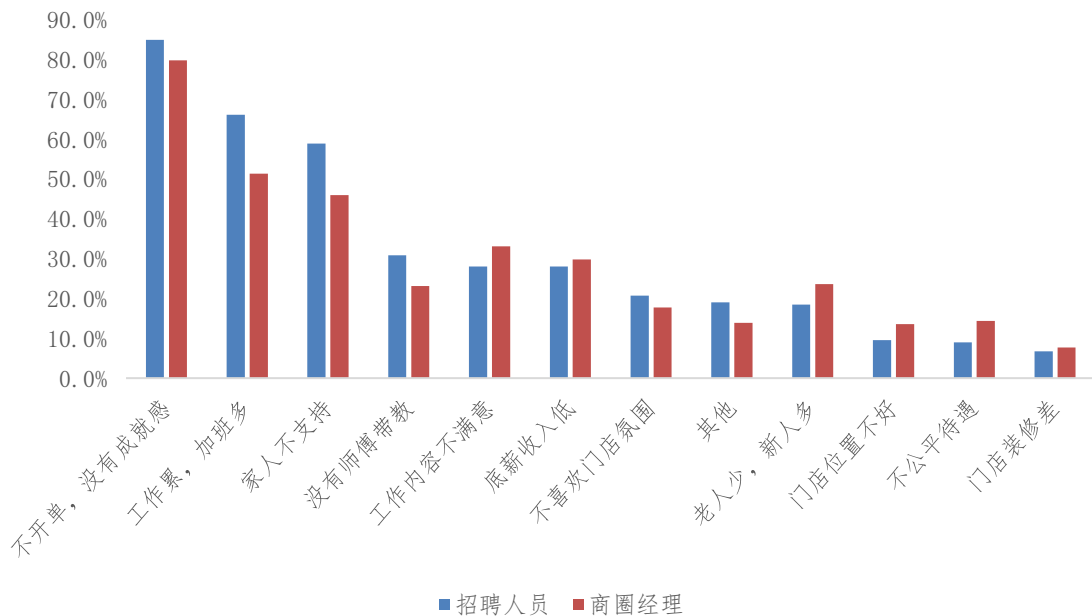
1. 旧时代，经纪人生存艰难

以人为本、将经纪人作为核心资产进行价值投资的理念长期未得到真正实践。因此，行业长期面临经纪人流失率高、职业化程度较低、职业价值认可度和社会认可度低的痛点。

(1) 职业体验差是影响经纪人长期职业投入的关键要素

于新入职经纪人而言，长期不开单、工作辛劳、家人不支持是工作不满意的重要原因，占比均超过 50% 以上，而当中每一个要素都可构成职业体验的要素。

图：新入职经纪人工作中不满意因素



数据来源：贝壳研究院

何为职业体验？一般而言，职业体验是从业者收入、组织文化、个人成长等综合因素的表述。基于房地产经纪人职业特性，职业体验可拆解为收入、成长、门店氛围、荣誉与保障 5 大因素。其中，经纪人成长中，师傅经验的教授的影响最大，因此门店带教角色不可忽视，而门店氛围、个人荣誉与职业保障也十分重要。

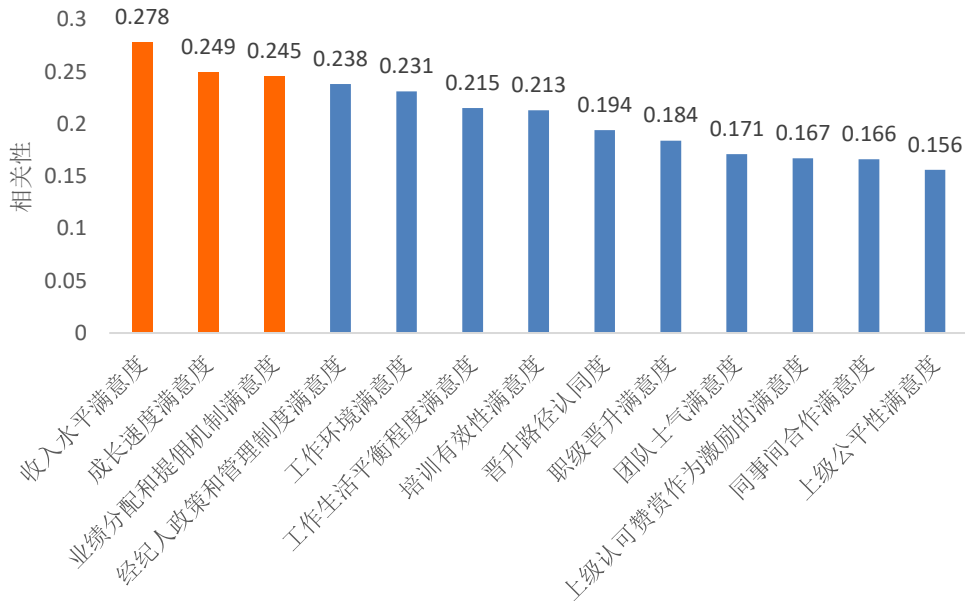
图：职业体验影响因素归类



资料来源：贝壳研究院

实证表明，收入满意度、成长速度满意度与业绩分配满意度是影响经纪人离职的重要因素，即收入、成长、合作是影响影响经纪人长期发展的重要因素，而工作环境、工作时长与生活的平衡、培训的满意度也是相关性在 0.2 以上的重要因素。这也意味着未来，经纪公司与门店需从经纪人的收入保障、带教和培养、团队和跨店合作、人员管理和工作环境改善实现经纪人职业体验与保留率的提升。

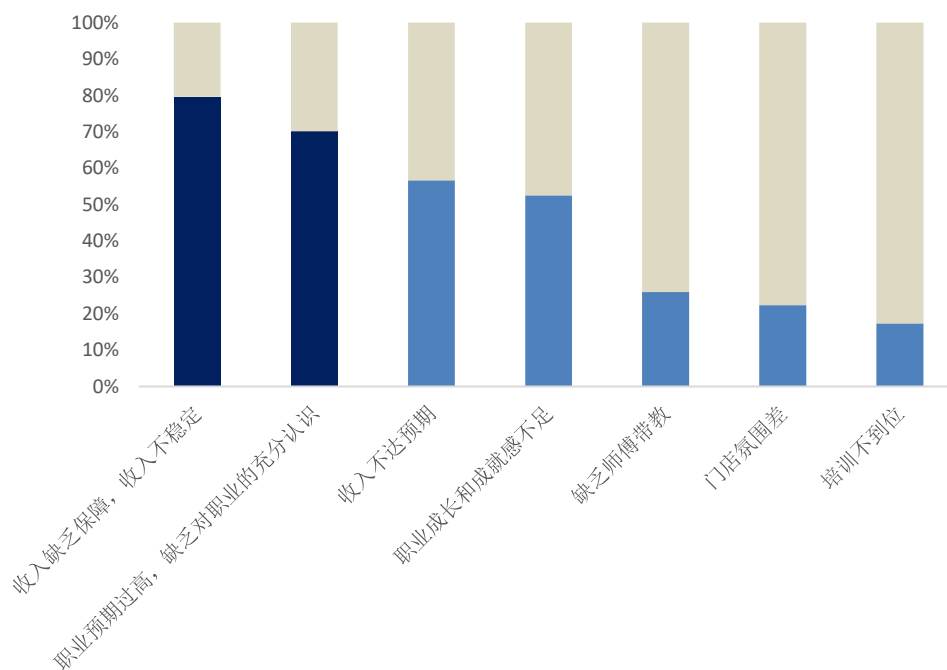
图：影响经纪人离职的因素相关性分析



资料来源：贝壳研究院

根据贝壳研究院调研，超 80%的经纪人认为大学生经纪人将成为行业发展的长期趋势之一，而对于第一份工作为经纪人的大学生经纪人群体，职业成长的痛点与其他群体非常相近，但在收入不稳定、缺乏保障以及职业预期过高与其他群体形成较大的差异度。因此在招聘大学生的过程中，合理引导职业预期与提供必要的收入保障必不可少，这是吸引、保留大学生经纪人的预先手段。其次通过 ACN 合作规则使得新人能够参与获得职业前辈指导以及实践，从而收获职业成长与成就感。

图：大学生群体职业痛点



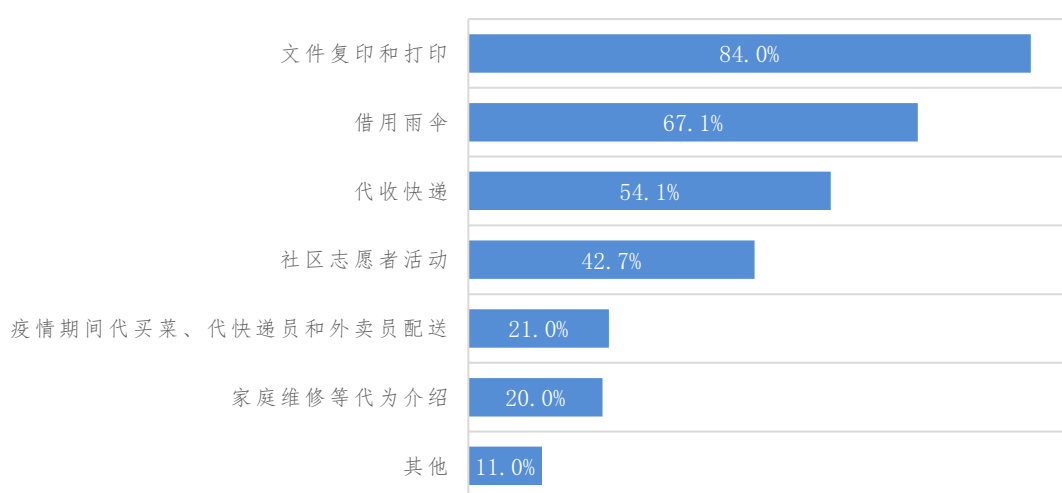
资料来源：贝壳研究院

(2) 经纪人社区活动仍停留形象进社区的弱连接

根据贝壳研究院调研数据显示，超过 40%的经纪人认为获取业主信任是职业成长中的一个重要难点，其中快递、外卖、餐饮服务者转型而来经纪人中，这一比例接近 50%。由此可见，走进社区、融入社区获取业主信任是经纪人工作中的一项长期任务。

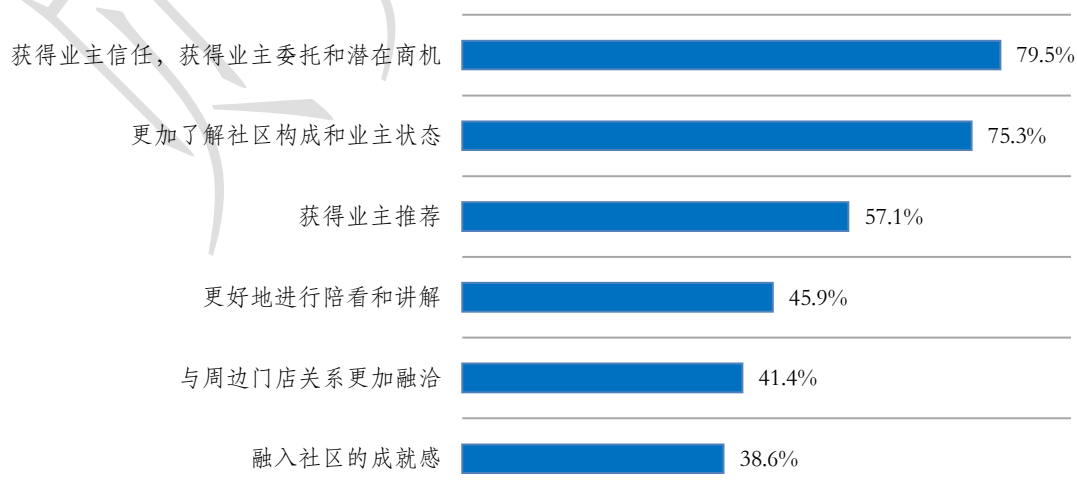
当然，绝大部分经纪人认识到社区服务的重要性，也都或多或少的通过各类活动走进社区、融入社区。根据贝壳研究院相关数据，经纪人主要通过文件复印和打印、借用雨伞以及代收快递等社区便民服务，比例分别在 84%、67.1%以及 54.1%。此外，超 50%的经纪人从中获得业主的信任、更加了解社区构成乃至获得业主的推荐。

图：经纪人参与社区活动的主要方式



资料来源：贝壳研究院

图：经纪人参与社区收益内容



资料来源：贝壳研究院

但不可忽视的是，当前经纪人主流采用的社区便民服务大多停留在品牌和门店层面而非经纪人本身，即社区便民服务产生的是与社区的弱连接，仅通过此类活动实现经纪人形象进入社区。

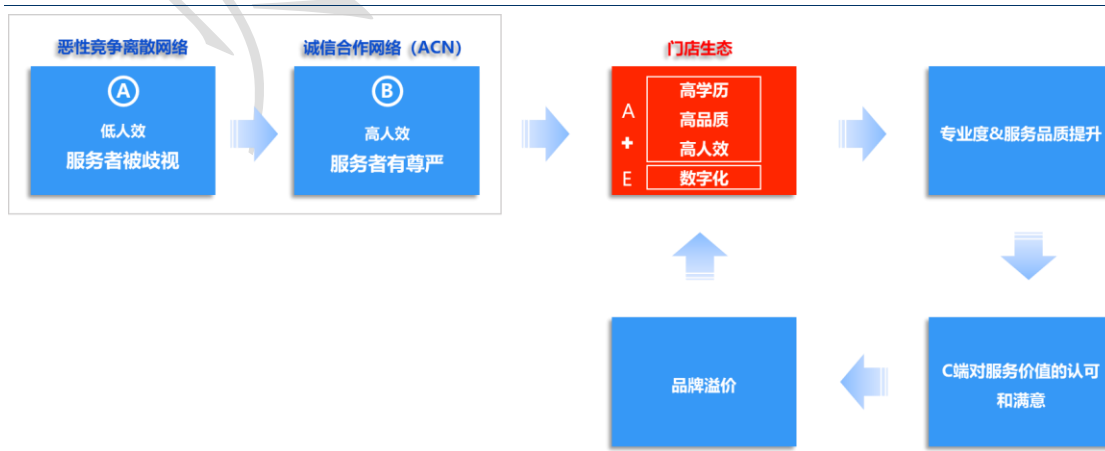
一般认为，成为社区专家需要经历 3 个阶段：第一阶段，形象进社区，通过便民服务增加品牌形象/个人形象的曝光度，让业主认识到“你的存在”；第二阶段，口碑进社区，通过持续的社区服务不断沉淀老客户，建立个人口碑和形象；第三阶段，经纪人成为社区业主或社区决策顾问，为社区业主集体决策提供支持。

所以说，融入社区没有捷径可走，社区专家从来都不是速成的，无论门店和经纪人，融入社区的前提一定是足够长时间的社区精耕，而具体操作中可通过社区便民服务先产生弱连接，而通过持续的专业服务建立真正社区品牌，进而成为社区最具影响力的专家，获得持续的“推荐”与“复购”。

2. 新居住时代，行业面貌转换

在诸多痛点之下，以诚信的合作网络为基础，通过平台与新一代经纪人努力，建设高学历、高品质、高人效的门店生态，不断提升行业专业性、职业性和服务品质，推动新居住时代到来。

图：

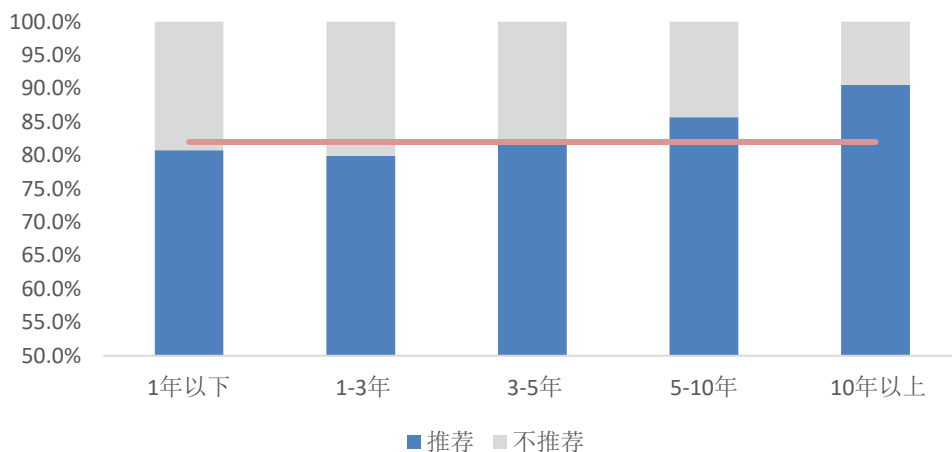


资料来源：贝壳研究院

(1) 自我认同，职业信心不断增强，超三成愿意将经纪人作为终身职业

根据贝壳研究院调研，当前，经纪人这一职业的推荐率高达 82%，而且从业年限越长，推荐率越高。

图：经纪人向他人推荐经纪人职业的分布

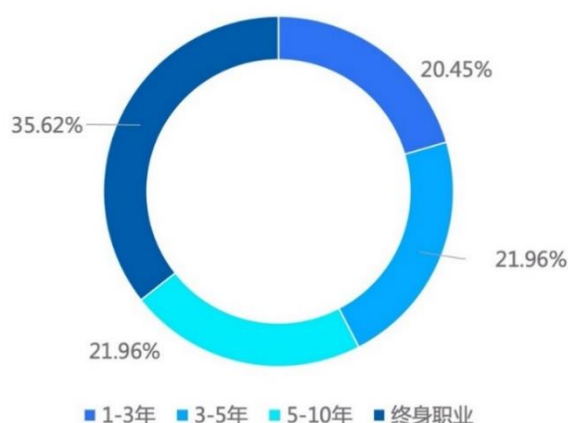


资料来源：贝壳研究院

此外，未来职业规划中，超三成愿意将经纪人作为终身职业，约六成经纪人可坚持 5 年以上，而且从业年限越长，越愿意将经纪人作为长期或者终身事业，从业年限 10 年以上经纪人中，超 77%愿意将经纪人作为其长期事业。

志业感来自对于行业前景坚定的信心与职业进步和成就感，近九成经纪人相信行业会越来越好且有更大的增长空间，而综合职场能力的提升、专业知识的积累以及客户认可的成就感不断激励着经纪人，青年经纪人更看好职业的吸引力；数字化赋能已成为经纪人共识，94%的经纪人认可数字化给行业带来的变革，同时约 70%经纪人认为服务者价值不可替代。

图：受访经纪人职业规划分布



资料来源：贝壳研究院

(2) 企业认同与关怀，增强经纪人的行业认同感

贝壳找房、链家为代表平台与企业，通过经纪人价值标杆评选、经纪人亲情活动以及互助金等系列活动关爱经纪人群体，不断增强经纪人这一群体的职业和行业认同感。此外，自 2019 年 3 月起，贝壳平台每季度进行“客户至上、诚实守信、拼搏进取、合作共赢”价值观标杆案例人物的投票评选，截至 2020 年 3 月 31 日，累计产生标杆榜样人物 1840 人。

经纪人普遍未有购买商业保险的意识，在重大的疾病和自然灾害面前，经纪人家庭往往显得无力。自 2008 年 10 月，链家开始建立互助金机制，向符合条件经纪人发放疾病、灾害互助金。而贝壳找房成立后，也将这一举措向平台推广，倡导更多的经纪品牌建立“仲益互助金”机制，目前已有 91 城市、20 家房地产经纪品牌建立互助金制度。

2020 年 11 月 11 日，贝壳找房将“仲益互助计划”将全面升级，与原互助金方案相比，累计救助额上限由 20 万增至 200 万，会员全家共同享受保障。截至 2020 年 11 月 30 日，累计发放超 1.3 万人次，累计发放金额超 2.4 亿元。

图：互助金发展概览



资料来源：贝壳研究院

(3) 社会认同，经纪人形象更正面更正能量

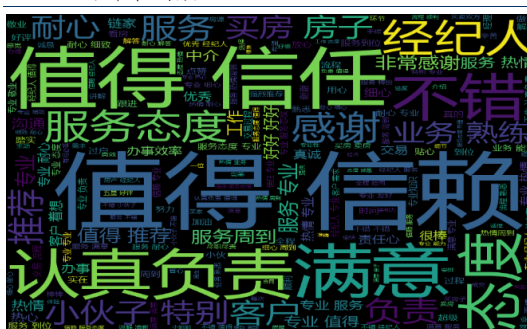
长期以来，传统经纪人被欺骗、黑心、吃差价等标签所定义，使得众多从业者在选择经纪人这一职业前都敬而远之，而随着行业的自我进化，“白中介”崛起，经纪人逐渐获得社区的认同，职业形象也更正面和正能量。

根据贝壳找房不同服务环节客户点评的词频分析，经纪人专业化、职业化趋势在加速。所有环节来看，专业、热情、服务是客户评价的最热门的词汇，专业被提及次数超 100 万次；分环节来看，带看环节基本上与总体一致，但在签约、业主面访环节，除专业、服务以外，信赖、值得、负责是热门的词汇，可见随着经纪人专业能力和服务能力的提升，经纪人在客户中的陈旧形象已逐渐褪去，赢得消费者的信任与满意度。

图：所有环节词频云图



图：签约环节词频云图



数据来源：贝壳研究院

此外，电视剧《安家》的播出，通过一个个生动活泼的角色和贴近现实的故事演绎了经纪人工作内容、工作难点和不易。根据百度指数，在 2020 年 2 月-4 月《安家》播出时段，有关于经纪人搜索和资讯整体分别环比 11%与 35%。

(4) 政策护航，民法典禁止“跳单”，行业监管不断完善

长期以来，消费者为节省佣金费用，绕开房地产经纪人私自与业主交易的跳单屡见不鲜，这既是对交易风险的漠视，也是消费者对经纪服务认识不足的体现，更是对经纪人合法权益的侵害。随着 2020 年两会通过《民法典》，其中第 965 条规定“委托人在接受中介人的服务后，利用中介人提供的交易机会或者媒介服务，绕开中介人直接订立合同的，应当向中介人支付报酬。”这一规定将从关乎家庭民事行为的基础立法中，让经纪人合法权益得到保护，而且将有助于减少行业的低费率的恶性竞争，让经纪人更加专注于品质服务，让消费者“物有所值”。

尽管《民法典》这一条款实现了对经纪人合法权益的保护，但向前追问一层，民法典尚未解决行业更深次的行业服务水平不足、消费者满意度较低的核心痛点，背后在于行业立法的不完善，房地产交易各主体责任权利不清晰、经纪人无执照准入、经纪人违法成本低等行业立法的不足。

随着各地政府监管力度的趋严，房地产主管部门正积极利用数字化技术，提高网签备案和产权核验的及时性，加强经纪人员和经纪机构备案、黑白名单等信用管理，以及基于产业互联网平台建立的“数字身份证”、ACN 合作网络等方式，加强平台经纪人和经纪机构的管理。政府、行业、平台、品牌以及经纪人各方力量正共同努力向旧时代宣战，迎接更加专业化、职业化和数字化的新时代，启动消费者高满意度、经纪人高留存率与收入增长的正循环。