

个人可线上自主挂牌房源 房产中介将被大量取代吗



近日,浙江杭州一项新举措在全国二手房市场和房地产中介行业引起广泛关注:由杭州市住房保障和房产管理局主管的杭州市二手房交易监管服务平台推出“个人自主挂牌房源”功能,为杭州二手房自主交易提供了更加规范、安全、便捷、完善的线上官方新渠道。

这一举措将对二手房交易市场乃至整个住房市场产生什么影响?中介的“饭碗”还端得稳吗?

买卖双方可以直接洽谈

记者登录杭州市二手房交易监管服务平台并以个人真实信息成功注册了账号。经检索后发现,截至今年8月底,仅在杭州市主城区范围内,该平台就有超800套个人自主挂牌房源。卖方经过平台实名认证,房屋的地段、面积、社区情况、户型图、实景照片以及卖方联系方式等信息一目了然,使买卖双方能够越过“中间商赚差价”环节实现看房、询价等功能。

对平台新功能的上线,购房者和有购房意愿的潜在购房者大多持乐观态度。

“官方二手房交易平台有了个人房源,对买卖双方都是利好。我对此双手支持。”山西小伙王昊两年前从北京某公司离职,来到杭州工作。为和女朋友完

婚,他开始研究本地二手房市场,准备购买一套婚房。

王昊介绍,自己是北方人,也在北方完成大学学业。“人生地不熟,对本地楼市不了解。有心找中介,佣金昂贵不说,又怕被忽悠。有了这个平台,买卖双方可以直接洽谈,避免‘中间商赚差价’。同时,房源由政府部门发布,购房者更放心,也可以将遇到虚假房源的风险降到最低。”

作为卖方,家住杭州市余杭区的孟伟由于工作变动搬到了其他城市居住。一方面,他把自家房源挂上了市里的平台;另一方面,他也同时委托了几家中介机构代理这套住房的销售业务。“两边挂牌价一样,毕竟佣金由买方支付。”孟伟承认,他并未对买卖双方直接洽商寄予太高期待,“这个功能比较新,还是要两

条腿走路。但总体上,尝试更多渠道有好处,可以避免中介一家垄断。”

买卖双方受益了,中介行业眼下受到的冲击却不小。

部分业内人士认为,如果类似的二手房交易平台变得更为普遍,房地产中介行业将面临巨大的影响。

传统中介目前仍是主体

政府运营的二手房交易平台发展壮大,会动摇中介的“饭碗”吗?

记者发现,杭州二手房交易监管服务平台的个人自主挂牌房源功能尚属新生事物,该平台上的绝大多数房源仍属于委托经纪挂牌房源。平台数据显示,

截至8月底,我爱我家、链家这两家国内房地产中介行业的头部企业占据了平台经纪机构挂牌房源数量的前两位,分别超过17万套和12万套,优势地位仍难以撼动。

“个人在政府直接管理的二手房交易平台挂牌房源,未必就会取代中介机构的地位。”高军是杭州市萧山区一家房地产经纪机构连锁门店负责人。在他看来,平台的发展对房地产中介行业并无太大负面影响。

高军分析,从目前数量比例来看,个人自主挂牌房源尚难以对委托经纪挂牌房源构成竞争。此外,由于二手房市场上买卖双方缺乏对市场信息的全面了解,需要房产中介从业人员的专业知识,来自经纪机构的服务仍然具有相当明显的不可替代性。

业内人士认为,这一新风向将对房产中介行业及机构造成深远影响。“个人自主挂牌房源会对机构房源产生一种‘鲶鱼效应’,该型房源的增加有望倒逼中介行业改善服务,充分发挥比较优势,促进行业良性发展。”高军说。

未来有望形成示范效应

杭州的新举措能否推广到其他城市和住房租赁市场?许多人对此抱有期待。

王凡研究生毕业后到成都

工作,他希望杭州的新举措能尽快推广到包括成都在内的其他城市。“同为二线城市,成都二手房价格上涨是比较快的。如果能从房源上下工夫,解决垄断和信息不对称等问题,楼市调控效果会更好,也能够实实在在把成交价压下来。”王凡说。

业内人士分析,从一线城市到二三线城市,不论二手房交易还是住房租赁行业,部分中介人员利用信息不对称赚取高额佣金的现象并不少见。政府出手打造联通买卖双方的信息平台,将对二手房交易市场和房屋中介行业产生良性规范效果。

“以杭州相关举措为例,它通过实名认证、线上洽谈等形式提升平台信息透明度,直击二手房市场痛点,推动了市场的良性竞争。从长远来看,也有利于更好落实‘房住不炒’,促进二手房市场住宅价格运行在合理区间。”首都经济贸易大学教授、北京市房地产法学会副会长赵秀池说。

赵秀池认为,杭州的举措有望对其他城市的二手房交易和房屋租赁市场形成示范传导效应。“随着类似互联网平台功能日益健全、市场信息化水平不断提高,住房市场的发展将呈现去中介化的特征。政府提供相关信息平台让个人可以直接挂牌房源,不是要取消中介,而是将扮演重要角色,助力解决信息不对称和市场垄断等问题。”

据人民日报海外版

跟5岁女童学化“纯欲蜜桃妆”—— 儿童美妆博主风潮该“刹一刹”了

教化妆、代体验、防踩坑,一些靠谱的美妆博主是不少爱美人士的心头好,也受到诸多美妆品牌的青睐。然而,这股美妆风过早地刮向了孩子。社交媒体平台上出现了一批打着“全网最小美妆博主”“跟着萌娃学化妆”等噱头的少儿“网红”。

值得注意的是,背后的成年人赚得盆满钵满,表演和观看的未成年人却可能因过早接触物欲世界而三观迷失。此外,专家指出,引导少儿进行美妆产品代言,并拍摄上传视频涉嫌违法。

稚嫩的脸庞 成人的模样

爱美之心,人皆有之,但当6岁的女儿提出“想要美妆套装,化优雅美妆”时,山西太原市居民秦女士十分意外。一番询问过后,秦女士发现,在幼儿园中,少儿美妆博主颇受欢迎。小朋友争相购买少儿“网红”推荐的美妆产品,带着口红、眼影等一起玩耍,还有的热衷模仿,拍摄“美美的”美妆视频。

记者搜索发现,在小红书、B站、好看视频、快手等社交媒体平台上,少儿化妆的图文视频不在少数,有的发布在少儿美妆博主的主页上,还有的在成人博主的主页中穿插发布。

“刚过完5岁生日,化个纯

欲蜜桃妆”“精致女孩都应该用,我都用了8瓶了”……短视频中,香甜音乐背景下,身穿露肩装的少儿“网红”卷出成熟的发型,娴熟地化上一层粉底和眼影,对着镜头嘟嘴眨眼,用清脆的娃娃音熟练介绍化妆品,引导网友购买,俨然一副出入社交场合的大人模样。

“商家和平台为了经济利益忽视价值取向。”在山西省运城市当幼师的刘婷说,想变美、想被很多人喜欢是小朋友的共性,商家和平台利用了这一点,助推美妆穿搭风潮在儿童中流行起来。

“少儿美妆博主受捧的背后是近年来快速发展的儿童美妆产业。”广东省化妆品学会常务副秘书长、暨南大学生命科学技术学院教授刘忠说。有电商平台发布数据显示,2020年国内儿童彩妆销售额同比增长了300%。“85后”妈妈成为主动给孩子购买化妆品的主力军。

过早化妆、当博主 实在“坑”娃

营造人设,打造少儿美妆博主,不仅“坑”了自家娃,也“坑”了别家娃。

——儿童易沉迷其中,滋生攀比心理。有家长观察到,为了推销产品,少儿美妆博主常说



“幼儿园小朋友都在用”“快让妈妈给你购买吧”,对儿童激励作用明显,“一旦听到,转脸就让我购买产品”,或者跟同学比着买。

北京志霖律师事务所副主任赵占领认为,美妆产业细分领域众多,若将注意力投入其中,会耗费大量精力,侵占儿童的学习、户外活动等时间。且社交媒体具有一定的成瘾性设计,儿童过早接触美妆、“网红”等,容易沉迷其中,还会引起同伴间的效仿,引发攀比。

——化妆品使用低龄化、泛化倾向明显,不合格儿童彩妆产品盛行。多位受访专家指出,目前儿童彩妆的使用存在泛化倾向。广州中医药大学第一附属医院皮肤科美容科主任医师丁慧说,儿童彩妆产品并不是大众类产品,它是为艺术类、演员模特等

方向的孩子设计的,供他们在特殊场合短暂使用,但目前少儿美妆博主等的宣传并没有交代这一点,只是一味推荐购买。

此外,儿童化妆品市场存在诸多乱象,家长若无甄别能力,很容易买到不合格产品。彩妆研发师、美妆博主王芳观察到,市面上很多所谓的儿童彩妆声称专为儿童开发设计、无毒无害,实际上把产品包装成儿童玩具进行销售。还有的厂家在送检、备案时只显示“化妆品”,删去“儿童”等字眼,规避有关部门对化妆品的严格检查。

——部分视频内容传递软色情信息和容貌焦虑。记者观察到,一些少儿美妆博主所说所写的“心机”“绿茶”等内容呈现成人化趋势,甚至包含“纯欲”“斩男”等软色情词汇。“这些内容被

小孩子说出来,又被小孩子看到,影响太恶劣了。”秦女士说。

中国政法大学传播法研究中心副主任、中消协专家委员会专家朱巍认为,美妆风潮低龄化也意味着物化女性、容貌焦虑等倾向过早地传递到儿童身上。

儿童代言美妆产品 涉嫌违法

受访专家和业内人士认为,儿童代言美妆产品行为涉嫌违法,应整改下架违法内容,加强平台监管。朱巍指出,广告法明确规定,不得利用不满10周岁的未成年人作为广告代言人。在针对未成年人的大众传播媒体上,不得发布医疗、药品、化妆品、美容广告以及不利于未成年人身心健康的网络游戏广告等。有关平台应尽快下架违法视频,整改相关板块,对存在违法行为的家长、审查不严的平台依法追责和教育。

专家建议加强对监护人的宣传教育,改进学校美育工作。北京师范大学法学院教授刘德良说,监护人应该更加慎重,不可为短期利益,让儿童过早接触成人世界。幼儿园和学校也应重视美育,培养青少年鉴赏美创造美的能力。

据新华社太原9月14日电