



风向标

### 快手发力房产经纪业务 线上卖房再添互联网玩家？

■本报记者 谢若琳

5月7日，“快手成立房产业务中心，探索大宗线下交易业务”的消息不胫而走。对此，快手内部人士对《证券日报》记者表示，从2019年开始，快手房产垂类（快手理想家）就开始探索“房产主播促进新房交易”的新型房产经纪模式。

对此，艾媒咨询CEO张毅对《证券日报》记者表示，房地产的产业链很长，快手等互联网平台介入行业不会太深，主要集中在信息、交易两个方面，比如直播卖房、房产信息发布。对于此时切入房地产赛道的快手而言，缺少的并非是商业模式，而是持续输出高消费的用户。

#### 直播卖房引关注

“通过挖掘孵化房产主播，帮助主播提升专业及服务能力，形成依托直播、短视频获客，再带动成交的业务模式。底层基因是快手强互动、高黏性、有信任的社区特性，以及快手电商在后链路产研方向的能力。”上述快手内部人士进一步称，快手房产主播的成交率高于传统销售模式，买房的业主和房产主播之间有强信任关系。“信任关系”和“成交效率”是快手房产相比传统房产交易模式的优势。

数据显示，刚刚过去的“五一”假期，快手理想家联合房产主播在沧州、沈阳、天津等地发起了“五一购房节”活动，5天时间线上成交近40套新房，交易总额达3500万元。其中，沈阳成交17套，交易额超1700万。

快手研究院在新书《信任经济》中也着重描述了直播售房案例：一位名为王贝乐的房产经纪人，在过去两年（2020年至2021年）平均每年在快手平台销售1000套房，GMV（商品交易额）达到20亿元。

王贝乐表示，一方面，通过直播，获客的难度降低，获客数量增加，每天直播下播后，主动来联系的客户达到几十个，有时甚至上百个；另一方面，通过直播，可以更敏锐地捕捉市场变化，及时调整业务方向，获客更精准。

据悉，2022年，快手理想家计划在天津、沈阳、长春、沧州、郑州等18个城市和地区联动房产主播和优质开发商，探索房地产销售新业态。

#### 互联网售房是伪命题吗？

事实上，不少互联网平台都想切分卖房这块蛋糕。

早在2010年，淘宝就曾试水房产频道，尽管没有溅起多少浪花，但开启了互联网卖房的新思路；2014年，京东也开始试水房地产业务，三年后，其上线房产频道；2017年，苏宁上线房产频道；2020年，阿里和易居联手推出“天猫好房”，打出的口号是“让天下没有难卖的房子”。

同时，短视频平台也开始发力。2018年，基于今日头条房产频道，字节跳动成立房产信息平台“好房多”，2019年更名为“幸福里”，为用户提供房产信息资讯和促成房屋交易。2021年，幸福里收购北京麦田旗下一家房地产经纪公司，经营范围包括房地产经纪。

不可否认，互联网生态改变了传统销售模式，直播带货也备受年轻人追捧，但大部分互联网房产业务仍停留在“房产资讯”和“渠道引流”层面，尚未出现“互联网+房产”巨头。对于在线售房，直播能带来新变革吗？

透镜公司研究创始人况玉清对《证券日报》记者表示，房子不同于普通商品，有一定的资质标准，同时货源也不像普通商品一样通过供应链管理来解决。更重要的是，房子的超高货值决定了购房者无法轻易在线上下单，通常在购房前都需要去实地细看体验调查，因此直播只能作为补充手段，有限地解决前期找房的问题，而实地看房、交易等很多问题都解决不了。

但快手的野心不止于直播卖房。在2021年初快手“理想家创作者大会”上，快手家居负责人曾透露，快手理想家的未来，是要循序渐进地从“房产-家装-家居”展开，用“信任电商”建立壁垒。

易居研究院智库中心研究总监严跃进对《证券日报》记者表示，快手、抖音（字节跳动）入局后，以短视频、直播等形式售房，确实做到了互联网售房的差异化，基于娱乐的模式，吸引、促进了房地产的消费新需求。但房地产与普通零售存在区别，营销层面不能只停留在直播带货的套路中，需要更多地与线下互动。

此外，业界普遍认为，房地产行业已由“白银时代”转为“青铜时代”。根据国家统计局数据，1月份至3月份我国商品房销售面积为31046万平方米，同比下降13.8%。

快手此时大举切入，是否为时已晚？对此，严跃进认为，目前互联网售房还处于初期探索阶段，尚未有头部企业脱颖而出，即便是地产行业增速放缓，对于新销售渠道而言也存在突围的机会。

# 外贸企业生存现状调查： 物流不畅成本激增 稳产业链仍需合力闯关

■本报记者 李春莲 李乔宇  
见习记者 李雯珊

近期，国内部分地区疫情反复，部分供应链环节阻滞，包括深圳、上海等在内的核心外贸城市的外贸企业再次迎来大考。

已经在外贸行业摸爬滚打十几年的韩女士向记者表示，“物流成本的增加稀释了公司大部分利润。”除了物流费用激增，运输时间的不确定性也困扰着诸多外贸企业。

大绿新能源方面告诉记者，以前从国内运输货物至美国海外仓一般需要25天，现在要50天至60天，时间上存在很大不确定性。机械设备企业广州亨克智能股份有限公司也面临着同样的挑战。公司相关负责人表示，像电阻焊机器这类大型机械设备，都是通过海运的方式运输至海外，但目前部分航线停航，货物出关时间变长，一般都要3周以上。

而受近期国内部分地区疫情反复等因素影响，相关外贸企业面临新的挑战。举例来看，受上海疫情影响，周边区域的生产、物流、仓储等受到影响；此前从上海港出口的货物部分改为从宁波港出口，导致宁波港出现拥堵情况。

“过不去也出不来。”在上海地区从事汽车配件出口的王先生向记者描述了宁波港的运输情况，集装箱停留时间延长，货物交付时间也因此推后。

大绿新能源方面表示，因为运输时间的不确定性，所以加大了备货数量。疫情前，海外仓的备货量一般是3个月的数量，目前大概是5个月的数量。加大备货数量就意味着运营成本与存货量的增加，稍有处理不到位都会给公司运营带来很大压力。

#### 运价上涨周期延长 外贸企业成本大幅上升

物流运输成本的增加成为当下外贸企业躲不开的挑战。

商务部国际贸易经济合作研究院副研究员田原对《证券日报》记者表示，一方面，运输及库存成本大幅上升导致企业利润受到侵蚀；另一方面，物流不畅导致出口订单违约率上升，也严重影响出口企业的接单效率。

“即便从最低位来看，海运价格也比之前上涨了30%至40%，巴西航线价格最高出现了10倍涨幅。”跨境电商平台晨晨国际CEO花广宇告诉《证券日报》记者，“以前从中国到巴西的标准箱价格为1100美元，运价上涨后，该航线一个标准箱的运价最高涨到14800美元。”

亚马逊家用新能源充电桩品类的头部卖家佛山大绿新能源有限公司（以下简称“大绿新能源”）负责人在接受《证券日报》记者采访时表示，“我们一般采取海运的方式将货物运至海外仓，但海运价格的上涨与时间的不确定性是公司这些年经营面临的巨大挑战。以往海运发货大概是7元/公斤，现在平均18元/公

斤，有时候还会碰到有钱也订不到发货柜的情况。”

空运情况亦不乐观。“我们的产品出口主要走空运，但今年空运费用上涨不少。另外，受疫情等因素影响，发货的人工成本大大增加。”上述在深圳从事网络终端产品出口的韩女士向记者表示，“物流成本的增加稀释了公司大部分利润。”

除了物流费用激增，运输时间的不确定性也困扰着诸多外贸企业。

大绿新能源方面告诉记者，以前从国内运输货物至美国海外仓一般需要25天，现在要50天至60天，时间上存在很大不确定性。

机械设备企业广州亨克智能股份有限公司也面临着同样的挑战。公司相关负责人表示，像电阻焊机器这类大型机械设备，都是通过海运的方式运输至海外，但目前部分航线停航，货物出关时间变长，一般都要3周以上。

而受近期国内部分地区疫情反复等因素影响，相关外贸企业面临新的挑战。举例来看，受上海疫情影响，周边区域的生产、物流、仓储等受到影响；此前从上海港出口的货物部分改为从宁波港出口，导致宁波港出现拥堵情况。

“过不去也出不来。”在上海地区从事汽车配件出口的王先生向记者描述了宁波港的运输情况，集装箱停留时间延长，货物交付时间也因此推后。

大绿新能源方面表示，因为运输时间的不确定性，所以加大了备货数量。疫情前，海外仓的备货量一般是3个月的数量，目前大概是5个月的数量。加大备货数量就意味着运营成本与存货量的增加，稍有处理不到位都会给公司运营带来很大压力。

“海运成本上涨，是对跨境贸易的一次压力测试，或许仅有一半企业能熬下来。”花广宇坦言。

《2022年3月中国中小微外贸企业竞争力指数》报告显示，由于国内疫情多点频发引发的重点外贸城市物流仓储、集卡运输、港口运输短暂时承压，供应链效率表现相对低迷，平均发货时间由2021年11月份表现最好的29天延长至31天。

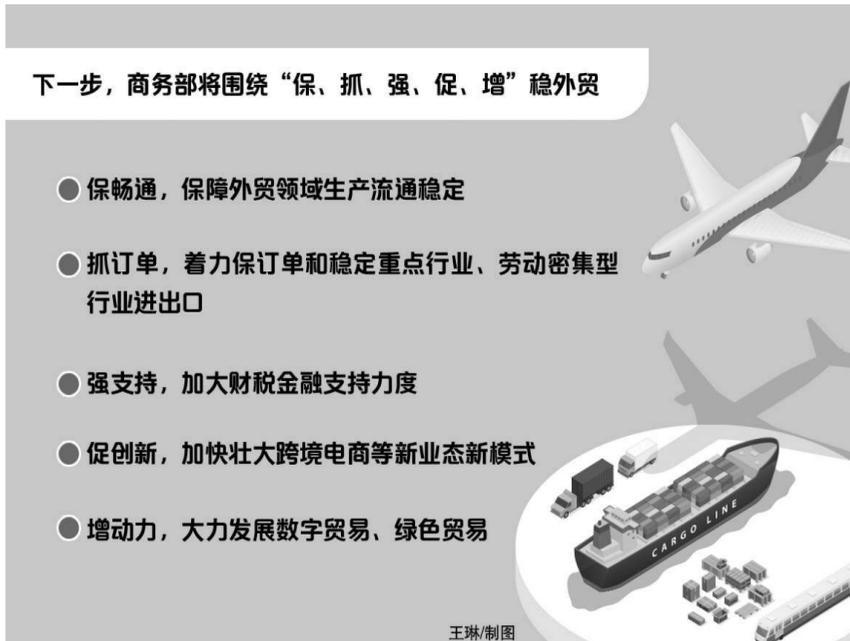
“在未来一段时间内，我国外贸企业面临的形势依然严峻，主要出口市场港口拥堵，集装箱周转期持续不畅，国际物流瓶颈制约依然存在，运价会在高位持续一段时间。”田原认为，“面对风险挑战，叠加2021年外贸基数较高，2022年我国外贸发展的压力突出，应多措并举稳定外贸。”

与此同时，一些外贸企业通过提升数字化能力，进一步加强组织内部协同和供应链管理。

“在没有办法飞到别的地方去验货，但长期等下去也不是办法，因此开始考虑通过照片、视频等方式验货。”前述上海地区出口商王先生提到。

韩女士也表示，目前正在加强线上获客能力，学习通过社交媒体获取流量。今年的目标就是希望能够“稳住”，坚持下来。

海路生物医疗海外项目总监王



王琳/制图

#### 下一步，商务部将围绕“保、抓、强、促、增”稳外贸

- 保畅通，保障外贸领域生产流通稳定
- 抓订单，着力保订单和稳定重点行业、劳动密集型行业进出口
- 强支持，加大财税金融支持力度
- 促创新，加快壮大跨境电商等新业态新模式
- 增动力，大力发展数字贸易、绿色贸易

行业委员会与XTTransfer近期联合发布的《2022年3月中小微企业出口贸易(B2B)指数报告》显示，今年一季度，我国中小微外贸企业实现了“开局稳”，呈现出较强的竞争力。“我们一方面不断深化网络渠道建设，另一方面不断增强产品和方案竞争力。”王文明告诉《证券日报》记者，公司同样面临着物流成本上涨等挑战，但通过整合产业链资源、提高经营效率等，保证了对用户需求的快速响应和订单的及时交付。

“一些挑战也有可能成为新的机会。”王文明表示，受疫情因素影响，海外渠道的多样化、销售网络的成熟度以及产品品类的覆盖面都决定了企业外贸业务的韧性。

“针对运费上涨的情况，在不影响产品质量的情况下，公司通过优化尺寸结构、提高整体空间利用率等方式，达到节省整体包装空间的效果，这样也能够减少产品的个体重量，在产品装入运输柜时省下一定费用；同时选择与同行拼货入柜，达到规模效应节省成本，平均每公斤节省约2元。”

4月22日，国家税务总局等十部门发布通知，从进一步加大对企政策支持力度、进一步提升退税办理便利程度、进一步优化出口企业营商环境等三方面入手，提出15条措施。

5月5日召开的国常会强调，要着力保订单和稳定重点行业、劳动密集型行业进出口。保障外贸领域生产流通稳定，确定重点外贸企业等名录并在生产、物流、用工方面予以保障。同时，要有力有序疏通海空港等集疏运，提高作业和通关效

率。用好航空货运运力，保障重要零部件、装备和产品运输。查处外贸货价价格违法行为。

面对全球需求趋弱、外贸增长压力较大的情况，盛秋平表示，我国外贸发展挑战与机遇并存。从挑战看，国际经济复苏脆弱乏力，主要经济体货币政策收缩通胀加剧，产业链供应链不畅，原材料价格高企，企业经营压力上升。从机遇看，我国外贸产业基础雄厚，长期向好的基本面没有改变。

在此背景下，下一步应如何更好的稳外贸？对此，盛秋平表示，商务部将重点做好五方面工作。一是保畅通，保障外贸领域生产流通稳定，“一企一策”解决重点外贸企业实际困难。二是抓订单，着力保订单和稳定重点行业、劳动密集型行业进出口，支持中小微企业参加境外展会，指导企业用好自贸协定，用足用好出口信用保险政策。三是强支持，加大财税金融支持力度，加大对中小微外贸企业信贷投放，推动扩大保单融资规模，提升外贸企业应对汇率风险能力，积极稳妥推进人民币跨境贸易结算。四是促创新，鼓励运用新技术新模式，加快壮大跨境电商等新业态新模式。发挥好贸博会等展会平台作用，培育服务贸易新增长点。五是增动力，推动外贸转型升级基地高质量发展，大力发展数字贸易、绿色贸易。发挥大型骨干外贸企业带动作用，推动中小型企业走“专精特新”道路。鼓励发展同线同标同质产品，推动内外贸一体化。

事实上，今年以来，相关部门一直不断出台措施，助力外贸企业渡过难关。

5月5日召开的国常会强调，要着力保订单和稳定重点行业、劳动密集型行业进出口。保障外贸领域生产流通稳定，确定重点外贸企业等名录并在生产、物流、用工方面予以保障。同时，要有力有序疏通海空港等集疏运，提高作业和通关效

率。用好航空货运运力，保障重要零部件、装备和产品运输。查处外贸货价价格违法行为。

面对全球需求趋弱、外贸增长压力较大的情况，盛秋平表示，我国外贸发展挑战与机遇并存。从挑战看，国际经济复苏脆弱乏力，主要经济体货币政策收缩通胀加剧，产业链供应链不畅，原材料价格高企，企业经营压力上升。从机遇看，我国外贸产业基础雄厚，长期向好的基本面没有改变。

## 最高检曝光典型“挂单骗佣”案 直指险企内控及新人激励等管理漏洞

■本报记者 苏向晨

近日，最高人民检察院披露《检察机关依法办理民营企业职务侵占犯罪典型案例》（以下简称《典型案例》）。其中一起骗佣案件引发行业关注，该案直指险企内控及新人激励等管理制度存在漏洞。

何为“挂单骗佣”？上海市静安区人民检察院第三检察部检察官刘伯嵩将该类案件的作案流程归纳如下：不法分子非法获取投保人信息——诱骗客户重新购买保单——勾结保险公司内部人员——将保单挂在新业务员名下——骗取保险公司新业务员补贴。

缘何出现“挂单骗佣”案？中国精算师协会创会会员、资深精算师徐昱琛等业内人士在接受《证券日报》记者采访时表示，主要原因有三：一是险企内控制度不完善，包括销售人员身份审核不严、投保人信息管理制度不完善、新人激励机制有漏洞等；二是保险代理人素质良莠不齐；三是投保人保险专业知

识欠缺。

#### 三团伙涉案保单金额 超1000万元

《典型案例》披露了“挂单骗佣”案细节：徐某乙是某险企上海分公司（以下简称“S公司”）现代部业务总监，2020年4月份至6月份，徐某乙指使张某某（现代部业务主任）等人收集并控制S公司新进保险业务员账号。随后，徐某乙与徐某甲合谋，由徐某甲、朱某某利用从他人处购买的包含保单号、保险险种、保单金额、客户姓名、身份证号码、家庭住址、电话号码等内容的1万余条保单信息，冒充S公司员工联系投保人，以“产品升级”等为名，诱骗投保人将原保单退保后购买新保单，将新保单“挂单”在新进保险业务员账号下，获取S公司支付给新进业务员的新人训练津贴、增员奖等额外奖励184.8万余元。

无独有偶，据最高检披露，刘某某、徐某丙等其他2个团伙也以相同

手段针对S公司进行犯罪活动。这3个团伙共骗取S公司新进业务人员津贴800余万元，犯罪活动造成S公司大量保单退保、投保人投诉，严重影响正常经营活动，直接涉及保单3000余张、保单金额1000余万元，使部分投保人保单权益遭受侵害。

险企为何会被骗取佣金？对此，最高检指出，办案中发现保险公司存在未严格审核保险销售人员身份、投保人信息未加密等问题。

弘毅保险咨询服务有限公司负责人寇文通对记者表示，险企对营销员管理不严格，营销员准入门槛过低，也为“挂单骗佣”提供了便利。

一位不愿具名的长期从事保险合规业务的律师事务所合伙人告诉记者，目前国内寿险公司对新人普遍设置了新人津贴、育成奖、增员奖等。骗佣主要针对新人训练津贴、增员奖，险企对新人的激励费用较高也是险企被骗取佣金的重要原因之一，与此同时，“挂单骗佣”也与当下增员大背景、行业处于低迷期有关。

对新人的管理一直是行业难题，

若险企对新人的激励费用较高则可能会出现营销员流失的现象，因此，找到平衡点并不容易。新华保险原董事长万峰认为，“队伍扩张容易，管理难，难就难在要有管理人员对新人进行有效管理。招来的新人没人管理，也就不可能形成销售能力。”

除上述因素外，“挂单骗佣”的重要一环是投保人的配合，即不法分子需说服投保人“退保投新”，因此，投保人保险专业知识欠缺、不了解退保风险也为“挂单骗佣”埋下了隐患。

#### 推动行业共治 杜绝骗佣现象

在业内人士看来，只有多方合力才能杜绝“挂单骗佣”现象。

刘伯嵩认为，预防上述违法现象需多方合力。一是健全落实投保人信息管理制度。二是强化业务账号管理和从业人员身份审核。三是加强投保人身份情况核验。四是加强从业人员业绩真实性审核。五是规