

明星“跳單”之後：房產中介收費模式再陷輿論旋渦

過高的收費容易導致交易頻率下降，不利于二手房流轉；過低的收費容易導致中介服務供給不足，無法滿足消費者換房服務需求，中介收費過高過低最終都會損害消費利益。

盡管自張杰、謝娜夫婦被霍姓經紀人曝出“跳單”已過去一周，但事件的影響仍在發酵。

2月7日，一名霍姓房產經紀人在網上發布消息稱，自己曾在2019年6月21日和22日兩次為張杰、謝娜夫婦帶看房源，後者以不喜歡該房為由不再購買。此後不久，霍某發現夫婦二人却私下聯系房東上海思和資產經營管理中心購買了該房源，以此避開大額中介費。

消息一出，迅速引發熱議。2月8日下午，謝娜、張杰通過上海蘭迪律師事務所發表聲明否認“跳單”。

此後，該事件幾經“反轉”。從“跳單”和“貨比三家”爭議，到爆料人被“限高”的身份，再到夫婦購房所用公司設立時間未滿當地購房要求年限的質疑，輿論裏充斥着不同聲音。

記者注意到，在這些聲音中對於中介收費模式的探討占據着較大比例。其中，有不少網友和媒體認為，“按照成交總價收取的高額中介費并不合理，有待商榷”；也有網友表示，“通過中介購房更有保障，且他人提供了服務收取佣金合情合理”；同時，亦有人提出全面取消中介等看法。

2月14日，記者就上述“跳單”事件和中介收費模式的爭論對中介行業從業者、專家及律師進行了採訪。

“跳單”之辯

根據霍某提供的信息，張杰、謝娜夫婦所購房產為上海思南公館東苑7號101室，出售方式為二手房，面積341.77平方米，竣工時間2010年，售價6200萬元，折合單價約18.14萬元。

2019年6月21日和22日，霍某先後兩次為張杰、謝娜帶看該處房產。最終，後者以不喜歡該房產為由表示不購買。到2020年夏天，霍某發現夫婦兩人購買了該房產。

霍某向媒體提供的一份2021年11月1日打印的上海市不動產登記簿顯示，該房產的權利人為重慶眉開眼笑文化傳媒有限公司(以下簡稱“眉開眼笑公司”)。記者通過企查查了解到，眉開眼笑公司屬於廣播、電視、電影和錄音製業類企業，成立於2019年10月，註冊資本300萬元，為小微企業，實控人為謝娜，持有該公司99%的股權。

此外，有網友稱，最終和謝娜、張杰完成交易的中介公司是上海永業房屋銷售有限公司，網簽價格為5920萬元，與此前霍某提供的6200萬元帶看價格相比，低了280萬元。“張杰、謝娜屬於‘貨比三家’而非‘跳單’。”

不過，有媒體指出上海永業房屋銷售有限公司和張杰夫婦所購房產原房東上海思和資產經營管理中心，同屬於上海永業企業(集團)有限公司名下。

如何判定“跳單”還是“貨比三家”？記者採訪了北京市漢華律師事務所律師齊正。

齊正告訴記者，“跳單”通常是指買賣雙方通過中介聯繫上後，跳開中介，自行成交或者通過其他中介公司代辦手續借此少付或不付佣金的行為。衡量是“跳單”還是“貨比三家”的關鍵，是看買方是否利用了該中介提供的信息、機會等條件。如果買方并未利用該中介公司提供的信息、機會等條件，而是利用其他公眾可以獲知的正當途徑獲得同一房源信息，則買方有權選擇報價低、服務好的中介促成買賣合同的成立，而不構成“跳單”違約。

“如果霍某確實有證據證明買賣雙方存在‘跳單’，而中介和買賣雙方簽訂了防‘跳單’條款，則中介可以選擇向違約方起訴，要求違約方支付違約金。在此事件中霍某表示過他沒有和謝娜張杰簽訂過合同，則雙方沒有相關書面約定，以我的經驗推測，他們之間很可能連防‘跳單’條款的口頭約定都沒有，無約定則無權利，即便起訴，霍某的訴求也不太可能獲得法院的支持。”齊正表示。

另一方面，在霍某公開的資料中，上海思南公館東苑7號101室已于2019年12月14日正式完成網簽。

根據上海2018年發布的《關於規範企業購買商品住房的暫行規定》，企業在上海市購買商品住房必須同時符合以下條件：1. 企業

設立年限已滿5年；2. 企業在上海市累計繳納稅款金額已達100萬元人民幣；3. 企業職工人數10名及以上，且按照規定在該企業繳納社保和公積金滿5年。企業近年繳納稅款金額滿500萬元以上的，購房時不受上述企業設立年限和員工人數等條件的限制。

成立於2019年10月的眉開眼笑公司，在成立後的2個月就完成了房屋過戶同樣引發大眾猜想。

2月14日，記者就上述事由致電眉開眼笑公司預留電話，無人接聽。

對此，齊正認為，眉開眼笑公司是否違反了購房規定，關鍵是看這家公司進行交易過戶時有沒有向房產交易主管部門如實提交材料，如果該公司進行過戶時沒有向房產交易主管部門提交虛假材料，則沒有違規。

漩渦中的中介費

“跳單”事件的真相尚無定論，網友們的關注重點也開始偏移，關於中介費的討論熱度不減。

有網友認為，現在房價較高，很多購房者購房壓力較大，在二手房交易環節額外增加的中介費是一種巨大的負擔。另一方面，有些房產中介可能利用其渠道優勢壟斷二手房買賣信息，這也增加了“跳單”發生的頻率。

在張杰、謝娜夫婦“跳單”話題熱搜中，有網友算了一筆賬，夫婦兩所購房產如果按照原價6200萬元成交，根據中介普遍抽取成交價2%的費用作為佣金算，他們將向該中介公司支付近120萬元。

霍某在接受媒體採訪時也表示，雖然當時還沒有談到中介費問題，但按照慣例，買家1%加賣家1%，合計佣金將近120萬元。

實際上，中介費的收取問題一直備受爭議。在類似的話題討論中，有人表示，“通過中介購房更有保障，且他人提供了服務，祇要是合法合規的收取佣金就沒問題”；也有人認為，“中介祇是提供了信息交換和帶看的服務，就能收取如此高的費用太不合理”，甚至有人提出應全面取消中介等看法。

記者採訪多家品牌中介時發現，目前市場上中介費的收取在房屋成交總價的1%-3%區間，也有

中介公司規定了封頂金額。不同地區中介費的收取模式也存在差異。在北京，房屋中介費由買方承擔；在上海，中介費則由買賣雙方共同承擔。

採訪中，有某品牌中介上海分公司的工作人員向記者表示，“對於佣金問題我們很敏感，不方便透露具體數據。”

某專注於豪宅交易的北京品牌中介公司工作人員則表示，“定的中介費是成交價的2.7%，會有相應的折扣，具體折扣要看成交情況。如果所有的事情都談好了，就剩佣金折扣了，也不會讓佣金成為簽約的障礙。”

就中介收費標準問題，易居克而瑞部門副總經理廖萌在接受記者採訪時表示，市場上交易的物業價格越來越高，中介收費隨之水漲船高。但從服務來說，一套總價5000萬元的房產和總價500萬元的同業態房產，中介提供的服務區別不大，收取的費用却存在10倍差距，顯然不太合理。從行業情況來看，很多實體產業(中小)一年努力運營的情況下產值或許還不及中介佣金。

對於市場上認為未來中介將取消的聲音，廖萌則表示，市場對中介行業還是有需求的，但一刀切的收費標準已不適合當前市場，按標的價格分段收費應該是一個發展方向。同時，加強維護中介行業的合法權益也應該取得全社會共識。

利益平衡

“二手房交易主要由供給和需求共同決定，中介收費對供求影響非常小，在供給和需求沒有發生明顯變化的情況下，二手房交易不會出現明顯變化。”就中介費對於房屋交易的影響，一位不願具名的中介領域資深研究員告訴記者。

他介紹，不同總價的二手房交易對應的服務是有差異的，尤其是一線城市高總價房屋由於涉及資產配置、大量的稅費、較大的交易風險、複雜的產權轉移過程和繁瑣的交易手續，需要極強的專業性，因此高總價房屋中介服務角色更多的體現為物業顧問。當前不同城市高總價的房屋中介費收取并沒有一個統一標準，一般祇有極少

數中介能高效、順利的完成高總價房屋的交易，比如北京鏈家規定中介費封頂50萬元，其他比較知名的高端二手房中介如世邦魏理仕、仲量聯行、高力國際、第一太平戴維斯、戴德梁行收費標準則不確定，由中介與消費者協商約定。

在二手房交易中，買方、中介和賣方的利益應該如何平衡？

該研究員表示，二手房交易要兼顧買方、賣方和中介的利益，中介的作用是以提供專業的服務，降低買賣雙方的交易成本，主要包括降低買賣雙方尋找合適交易對象的時間成本、降低交易過程的風險、提高交易的效率等，同時收取與服務相匹配的中介費。中介是二手房交易的潤滑劑，中介市場運行的狀態對二手房交易市場具有重要影響。一個運行良好的中介市場，一定是買方、賣方和中介三方合作共贏的市場，包括中介與買賣方的委托代理權責關係清晰，中介市場有序競爭，行業協會發揮自律作用，最終實現二手房市場的良性循環。

面對高總價，中介如何收費才更合理？

該研究員認為，由於高總價二手房交易涉及大量的稅費計算、較大的交易風險、複雜的產權轉移過程和繁瑣的交易手續，需要很強的專業知識輔助才能順利完成交易，保障買賣雙方的合法權益，中介在交易過程中的作用極為關鍵。合理的收費應堅持市場定價、行業自律和政府監督相結合，因為收費過高或過低，都不利於行業的良性發展。過高的收費容易導致交易頻率下降，不利於二手房流轉；過低的收費容易導致中介服務供給不足，無法滿足消費者換房服務需求，中介收費過高過低最終都會損害消費利益。

“合理的收費應當是市場自由競爭、消費者與中介充分協商，行業協會在價格形成和收費方式上提高自律，以及政府保障消費者對中介收費的知情權和自由選擇權，確保明碼標價，公平交易。其中階梯收費、彈性收費都是可選擇的收費方式和手段。”

冰墩墩為何能防黃牛？主要靠三個“法寶”

冰墩墩能比較有效地防住黃牛，主要靠三個“法寶”：法律先行、表態及時、供應給力。可以說，消費者對“人均冰墩墩”的信心，來源於對中國制造的堅定信心。這不僅是“冰墩墩”防黃牛的底氣，更是中國10多億消費者和1.5億市場主體的底氣。

本周，北京冬奧會吉祥物“冰墩墩”在奧林匹克官方旗艦店開啓新一輪預售。以最受歡迎的玩偶為例，每小時500祇，持續秒空。

爆紅、稀缺、搶購……多麼熟悉的場景，之前熱炒的玲娜貝兒、肯德基泡泡瑪特盲盒都曾經歷過，可有一點大不相同——“冰墩墩”沒有大規模的黃牛倒賣，在閑魚、得物等二手交易平臺上都搜不到相關信息。據說線下有高價代購，畢竟接觸的人少，沒能成氣候。這些天裏，絕大多數消費者還是在喊

着“一墩難求”，等着官方補貨。

這可有點怪。玲娜貝兒也好，肯德基泡泡瑪特盲盒也好，畢竟祇在少部分年輕人中吃香；“冰墩墩”可是萌到了億萬人的心坎上，還自帶民族自豪感光環，按理說市場需求更大、炒作點更多，黃牛怎麼願意坐失良機呢？

“出圈”的“冰墩墩”之所以能比較有效地防住黃牛，主要靠三條：第一，法律先行，有淨化市場環境的依據；第二，表態及時，有維護市場秩序的意願；第三，供應給力，有平穩市場供求的能力。

根據我國《奧林匹克標志保護條例》，銷售含有奧林匹克標志的商品必須取得權利人許可，否則視為侵權，由市場監管部門進行處罰。除此之外，我國的商標法、著

作權法、廣告法以及反不正當競爭法等法律法規都對奧林匹克知識產權有着完善的保護。可以說，“冰墩墩”既穿着晶瑩剔透的外殼，也披着嚴密無形的知識產權“防護罩”。

最關鍵的是，閑魚等平臺依據《條例》設置了上架禁令，黃牛就算搶到了“冰墩墩”等相關商品，也無法通過網絡進行交易，這就極大地削弱了他們線上轉賣商品獲取暴利的可能性。對極少數線下黃牛，監管部門高度關注、嚴厲打擊。近日，北京東城公安對3名倒賣“冰墩墩”的違法行為人依法作出行政處罰。全國多地市場監管部門也提醒，消費者如果發現黃牛炒作“冰墩墩”，可撥打12315熱線或向當地市場監管部門舉報。總之，黃牛炒

作“冰墩墩”涉嫌違法，敢伸手就要挨罰。

消費者能安心等待“夢中情墩”，也得益於官方及時表態，穩住了市場預期。北京冬奧會在2月4日晚間開幕，5日出現搶購“冰墩墩”的苗頭，當日奧林匹克官方旗艦店即發文提示已對熱門商品實行限購，并表示正全力協調備貨，呼吁消費者切勿從黃牛手中高價購買特許商品，不要相信價格炒作。此後，北京冬奧組委又多次釋放全力組織生產、有序補貨銷售的信號，還表示“冰墩墩”將至少銷售到今年6月。這些表態安撫了急于搶購的消費者——國家都答應補貨了，咱還有什麼可擔心的呢？

相比之下，此前某些熱銷商品的生產商、經銷商沒有及時、足量

地給消費者吃“定心丸”，反而有意無意地給黃牛留下炒作空間。看來，黃牛不是管不住，還是在於監管是否有效。

消費者對“人均冰墩墩”的信心，還來源於對中國制造的堅定信心。“冰墩墩”兩三年前就開售了，一直不溫不火，所以開幕前奧組委沒有安排太多訂單。冬奧會開幕後，人們對冰墩墩的購買熱情瞬間爆發，又恰逢工人春節休假，才導致補貨不及時。不過，以中國強大的供應能力和製造能力，當工廠全力開工生產，“人均冰墩墩”不難實現。據媒體報道，10萬祇毛絨版“冰墩墩”和18萬祇新春款“冰墩墩”已經在路上了。借用最近流行的那句話，“你可以永遠相信中國制造”。這不僅是“冰墩墩”防黃牛的底氣，更是中國10多億消費者和1.5億市場主體的底氣。



Yue(Jill)Zhou
NMLS#281400
Sr.Loan Officer
571-432-5811(C)
yzhou@marionmortgage.com



Jia Yu
NMLS # 2017104
loan officer
571-207-5811(C)
jia@marionmortgage.com



Mark Shankle
NMLS #1047216
loan officer
703-424-0750 (C)



Triet Le
NMLS #2094471
loan officer
571-249-3321(C)



Ha Chu
Processor
540-208-8006(C)

美林貸款

Marion Mortgage LLC

誠實敬業 經驗豐富 顧客至上

Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682
地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121
http://www.marionmortgage.com

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only
民宅(包括FHA貸款)、商業、土地及建築貸款

MC-2854 NMLS ID #176854
MB 11096 www.nmlsconsumeraccess.org



黃捷 博士
President
Jayie (Jenni) Rowe
571-934-8000(C)
jrowe@marionmortgage.com