

zhì liào

知了

揭秘线上选房

近日,济南万达城开盘,线上选房30秒售罄,引发市民热议。近些年来,越来越多的开发商开盘时采用线上选房的方式,“几十秒售罄”的新闻也频频传出,营造出火爆和恐慌的气氛。记者调查发现,线上选房存在许多漏洞,容易被开发商和枪手所利用。

线上选房“猫腻”多

中介加价卖黄牛可代抢

本报记者 魏新丽
见习记者 赵夏晔
实习生 孙晓燕 胡丹阳

拿秒光当噱头 营造火爆氛围

但是,由于线上选房的特殊性,它比线下选房更便于营造火爆和恐慌的气氛。济南市民林媛(化名)是万达城的购房者,她向记者讲述了自己抢房的过程。“开盘当天早上6点,我就赶到网吧,希望网吧的网速可以增加抢到房的概率,网吧里还有不少跟我一样的抢房者。”林媛说。一到9点,抢房开始,她猛戳购房页面,却卡住了,一分钟后再次进入页面,发现剩余房源已经变成了0套。

“其实30秒选完的宣传有误导,它只表示购房者是在30秒内下了单,因为1到3月有很多人放假,这个楼盘已经积攒了好久的客户。”济南建设部门相关工作人员表示。据了解,万达城虽然开盘火爆,但是其蓄客周期很长,最终开盘之前累计收到客户1500组。“不管是30秒售罄还是5秒售罄,都很正常。”孟先生表示,因为选的房子提前锁定好,选的时候就是点击一下按钮而已,一秒钟可能都用不了,但是购房者往往很容易被30秒的数字吓到。

“因为是线上选房,你根本不知道到底有多少人是真的购房者,可能在线人数是2000人,但是很多可能就是托儿,是为了制造市场热度而来的。当然,线下开盘也可以找‘托儿’来烘托市场热度,只是线上进行得更容易一些。一看这么多人选房子,又会给客户制造一些恐慌。”孟先生说。



3月27日上午,济南万达城开盘,一网吧内聚集了不少购房者,准备线上“抢房”。受访者供图

房子真被抢光? 中介称有房子可转让

此外,线上选房也存在很多漏洞,容易被利用。此次济南万达城选房结束后,林媛本来已经灰心,但是很快就有销售人员联系到她,称手里有房子可以购买,但是需要全款。万达城开盘后,一名中介也在朋友圈表示,手头有名额,可以转让。“一些楼盘貌似开了600套,其实并没有真正让客户选到600套,可能只选了300套,剩下的300套则是自己留下了,换一种形式出售,比如通过中介或者其他渠道流向市场,加价出售。”一位房地产行业内部人士表示。

除了开发商内部有操作空间之外,线上选房还容易滋生灰色的交易链。万达城选房时,购房者吴先生就遇到了黄牛事件。“一个‘黄牛’找到我,说加价2000元,可以帮我选房。”吴先生说。

在线上选房背后,隐藏着“抢房”工作室的影子。记者登录淘宝网,输入关键词“选房”,就搜索出了很多有抢房选房字样的店铺,这些店铺都标有“抢房”“秒杀”“不中全额退款”等宣传语。

随后,记者挑选了一家名为“项臣定制旗舰店”的店铺进行询问,店铺页面显示,已有231人付款。该店客服告诉记者,济南的项目也是可以抢的,并且可以包成功。“开盘可以联系我们,收费为2200元。我们有专业的程序跟技术人员操作,可以秒杀。”该客服说。不仅如此,客服还保证能选到记者想要的楼层。

另外值得注意的是,请“枪

手”需提供手机号、身份证号码、小区名称等个人信息,且在确认交易之前需签订代抢选房协议。协议中规定甲方不得透露任何乙方信息,因任何原因未选中,乙方不收取任何费用。

线上选房系统 尚不好监管

“目前线上抢房是国家正在推广的选房方式,因为省时省力方便,而且相对公平公正。”济南建设部门相关工作人员表示。不过他也承认,由于其为新生事物,目前尚不好监管。

目前几乎每个开发商都有自己的线上选房系统,而各开发商运用的选房软件品牌不一,有的使用品牌开发商开发的系统,也有独立开发的。这些软件并没有统一的要求,也没有统一的平台监管,导致安全漏洞频发,暗箱操作也屡见不鲜。

对此,开发商也在升级选房系统,以便减少漏洞。“我们的线上选房系统为了保证购房者公平公正地选到房子,在选房确认界面首次加入了极验智能验证环节。针对客户的网络环境智能验证,弹出滑动验证码(对于网络异常客户会弹出文字验证码),解决了市面上选房软件外挂繁多的现象。”济南一知名开发商的负责人介绍。

虽然如此,想杜绝黄牛“枪手”仍然十分困难,而开发商的暗箱操作,更是缺乏监管。“希望政府能够出台相关的政策,对这一现象进行监管,让购房者能够公正、公平地选到心仪的房子。”林媛说。

bianjikuai ping

编辑快评

堵住选房猫腻 监管不能缺位

□王健伟

参加网上购房的购房者,不少人都经历过这样的场面:为了网速快点,趴在网吧电脑前,瞪大了眼睛等着抢房,可是等到开盘时,却因为“手慢无”,而气得捶胸顿足。不仅徒劳无功,更是伤心费神。

实际上,他们之所以抢不到房,并不是因为网上选房这种方式本身,也不是因为网速慢、网速慢,而是这背后有开发商和黄牛在玩猫腻。他们想营造恐慌氛围,开盘后再拿出来加价卖。普通的购房者想要抢到房子,不得不花钱找黄牛抢房。网上选房的这些“猫腻”,让开发商赚得盆满钵满,让黄牛也占尽了便宜,唯一吃亏的就是这些辛苦攒钱的购房者。

实际上,问题的根源还在于卖房者和买房者二者之间的信息不对称,真正的房源信息和买房者所知道的购房信息根本不是一码事。但是,因为没有第三方监管,为网上选房的这些猫腻提供了方便。

想要堵住这些“猫腻”,监管就不能缺位。有关部门应该正视网上选房存在的这些问题,尽快制定、出台和实施相应规章,以制度堵住漏洞,用规则约束开发商的行为,将网上选房这一互联网时代新的选房方式尽快纳入公平、法制的轨道。

“杀熟”从实体店搬到了电商上

专家:大数据“杀熟”是社会问题

本报记者 范佳
实习生 马卓仪

同样的出发点和目的地,用滴滴打车价格却不一样。最近,由滴滴报价问题引发的大数据“杀熟”话题引起关注。这让人联想到2000年亚马逊差别定价最终以失败告终。有关专家认为,大数据“杀熟”并不是技术问题,而是一种社会问题。

在购买服务或产品时,消费者一般认为老客户、VIP会员应该相对获得更便宜的价格,然而真相未必像消费者认

为的那样。不少网友也吐槽,在交通、酒店、电影、电商等网络平台上,购买同样的网络服务或商品时,VIP用户竟然比普通用户、新用户要贵。

而山东省计算中心的相关专家则认为,大数据“杀熟”的背后是商家的精准营销策略。就好比人们去商店买东西,店主记住这些顾客,对不同顾客实施不同销售策略,直到这个顾客和其他顾客进行交流,发现不同顾客价格不同,才会再和老板协商价格。如今,实体店的“杀熟”搬到了电商上,电商

“杀熟”就像传统商家“杀熟”的机器版。

山东财经大学管理科学与工程学院教授刘培德表示,这一现象其实存在已久。2000年亚马逊的差别定价失败案例是刘培德课上常用到的。亚马逊在2000年9月中旬开始了著名的差别定价实验。亚马逊选择了68种DVD碟片进行动态定价实验,根据潜在客户的人口统计资料,在亚马逊的购物历史、上网行为以及上网使用的软件系统确定报价水平。比如,名为《泰特斯》

的碟片对新顾客的报价是22.74美元,而对那些对碟片表现出兴趣的老顾客的报价则为26.24美元。部分顾客付出了比其他顾客更高的价格,亚马逊提高了销售的毛利率。然而还不到一个月,就有细心的顾客发现了其中的秘密。消息在网络上迅速传播,有人甚至公开表示绝不在亚马逊上买任何东西。

“从商业运营来讲,这类行为属于一种价格歧视,是违反市场规律的。”刘培德说,一般来讲,企业的盈利主要靠

顾客的充足购买,老顾客是营收的主要渠道,针对新顾客实施优惠,从长远来讲是得不偿失的。这种情况不仅老客户知道会气愤,新客户也不愿成为老客户。

技术是把“双刃剑”。不少专家认为,大数据“杀熟”从技术上来说很好实现,可以说不是技术问题,而是社会问题。齐鲁工业大学信息学院教授马寅说,在大数据的使用上,政府的监管人员也要加强对新技术的了解,进而加强监管力度。