



内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

二手房交易新模式能否终结“议价拉扯”

如果你卖掉一套房子，需要多长时间？

这个问题的答案并不确定。二手房交易本身是一个漫长且充满变数的过程，买卖双方的价格“拉锯战”成为常态。一套房子从挂牌到成交，平均需要好几个月的时间，业主担心“卖亏了”，买家害怕“买贵了”，经纪人在中间反复传话，为了些许差价能谈上一整天。这是当下许多二手房交易的真实写照。

中指研究院数据显示，2025年北京全市二手房成交周期为94天。2026年以来，北京二手房市场保持了较好的活跃度，交易节奏有所加快。在此背景下，一种名为“诚意卖”的新型交易模式悄然出现。自今年3月底启动试点以来，“诚意卖”已在北京完成数笔交易，其中不乏挂牌两年未果、上线几日即成交的案例。

这究竟是一种怎样的模式？它能否解决二手房交易的深层痛点？对普通消费者的房产交易有何实际意义？带着这些问题，记者对各相关方进行了采访。

从挂牌数月无果到3天成交

今年3月，北京链家在两个片区启动“诚意卖”试点，在1个多月的时间内帮助7组客户业主成交，从出价到签约平均仅需2小时。5月下旬，“诚意卖”又上线第三期60套房源，覆盖中关村、五道口、常营、定福庄、车公庄等区域。

家住华清嘉园小区的郭先生，是“诚意卖”第三期首单成交的业主。他的房子去年9月开始挂牌，因家人意见不一、定价偏高等原因，一直未能成交。今年4月正式上架展示后，两周内有看房但无诚意出价，邻居曾出价930万元，因低于预期他并未接受。

“后来经纪人小韩给我推荐了诚意卖，我当时就觉得这个模式好，愿意交保证金的买家才是真诚的，卖家也能拿出有竞争力的价格。”郭先生说。

在定价环节，郭先生与经纪人进行了长时间的讨论。双方的分歧点在于：成交底价与起始价的设置，郭先生担心起始价设低了会被买家当成底价，经纪人建议郭先生需结合市场行情着重梳理好成交底价，因为这是成交的核心要素。最终，郭先生将起始价设为960万元，提醒价970万元，心理底价最初设为990万元。

郭先生的房源于周五签协议，周六上午10点上线展示，周一中午即成交。一位买家线上出价达到970万元的提醒价，郭先生收到通知后，与经纪人沟通后决定将心理底价从990万元降至970万元，向买家发送成交确认函，买家一分钟内点击确认，整个过程不到三天。

“我之前卖过一套房子，中间有很多止损机会但因相互拉扯而错过。这次我不想再纠结一二十万元的差价了，遇到喜欢房子的买家不容易，快速成交更重要。”郭先生说。

负责郭先生房源的北京链家东王庄社区店经纪人韩颖异说，传统模式下他维护的房源平均成交周期在半年以上，而“诚意卖”把时间压缩到了几天。客户质量明显更高，以前很多看房是走马观花，现在来的都是真心想买的。

“客户之前看房，多次遇到业主反悔、隐瞒信息等问题。”北京链家五道口城铁店经纪人李雁佳服务的客户是一名大学教授，对“诚意卖”接受度很高。在使用过程中，客户心理价位高于起始价，但第一次出价偏低，第二次出价直接过线成交。“这种模式的好处是省去两头反复沟通、议价拉扯的烦恼，效率极高。”

告别“拉扯”回归交易本质

“之前经历过多家中介服务、有过两次线下谈判经历，耗时久不说，买家出价都达不到我的预期，整个过程效率很低。”业主郭先生对二手房传统交易模式的痛点深有体会，对讨价还价这个耗时耗力的过程非常反感。

北京房地产中介行业协会秘书长赵庆祥表示，传统房产经纪服务中，中介经纪人需要协调买卖双方开展多轮价格沟通，且交易存在一定的不确定性，这会直接导致交易周期拉长、效率低下。

合硕机构首席分析师郭毅认为，二手房交易的痛点集中在几个方面：部分买家并非真心购房，而是借线下交流探底价；在卖方市场下，业主可能因预期房价上涨而临时反悔；经纪人居间协调效率低，反复沟通加价、降价，过程耗时且不透明。

“过去靠线下带看，带看人数很多，但实际上真实想出价的人很少，或者出价的诚意度不够，所以交易周期很长。”郭毅说。

如今，“诚意卖”的出现，正试图用一套线上化、规则化、带有保证金机制的交易新形式，破解买卖双方都诟病的低效僵局。

新模式的核心逻辑并不复杂。贝壳诚意卖产品运营策略负责人管子君介绍，买卖双方经纪人的推荐下各缴纳5万元保证金，由持央行支付牌照的第三方机构全程托管。业主在线上设定三个价格：起始价（出价门槛）、提醒价（可洽谈线）和心理底价（自动成交线），后两项仅业主可见。规定期限内，买家在线上进行最多两次出价。一旦出价达到或超过业主设定的心理底价，系统自动按底价成交，先到先得；若达到提醒价但未到心理底价，由经纪人协助双方可进入洽谈环节。如果系统自动锁定交易后有一方违约，则违约方的保证金将作为违约金赔付给守约方；如果客户两次出价均未达心理底价或提醒价则服务自动解除，保证金原路退回。

这一模式的本质，是将传统线下的价格谈判搬到了线上，并用保证金机制为“诚意”背书。

贝壳业主服务项目负责人张弦表示，

“诚意卖”的研发初衷，是希望买卖双方互相释放诚意，提升交易确定性和效率，减少信息不对称，让交易回归理性决策，最终实现成交。

赵庆祥指出，这种新模式的核心是从人为的撮合议价拉锯，转向了买卖双方依托线上诚意报价与出价，达成价格共识的“一拍即合”。“一方面创新了成交价格发现机制，提高了议价效率和成交速度；另一方面构建了交易当事方的信任机制，从口头讨价还价到保证金兜底的刚性承诺，客观上增进了双方互信。”

增强确定性 实现多方共赢

“诚意卖”的出现，引发了一个行业内的讨论：线上化交易会替代经纪人的价值？

对此，多位受访者给出了相似的答案：不是替代，而是升级。

赵庆祥认为，新模式增强了交易的确定性，同时对房地产经纪人的专业性提出了新要求。“它会促进房地产经纪人从信息员升级为房地产咨询师，专长于房地产市场分析，成为委托人定价决策的参谋。同时，也会激发经纪同行的创新积极性。”

郭毅也持相同观点：“过去经纪人会帮助买卖双方谈判价格，是一个价格博弈的居间平衡者。诚意卖作为一个交易新选择出现后，经纪人会更多地辅助买家和卖家制定价格，提供市场信息参考，回归到真正专业的角色。”

张弦进一步解释：“过去很多经纪人以成交为导向，想方设法说服业主降价。现在我们希望经纪人成为业主的定价顾问，能够提供市场数据、定价策略、竞品分析，帮助业主设定合理的心理底价和提醒价。这对专业能力提出了更高要求。”

实际上，在这种新模式的交易流程中，经纪人的作用贯穿始终：售前判断业主和房源是否适合这一模式、提供定价建议；售中解释规则、辅助出价策略；售后复盘、推进后续交易。

北京链家五道口大区客户总监张剑鹏表示，起初经纪人对这种新模式并不是很重视，大多持观望态度。但随着一些成功案例的出现，逐渐改变他们的认知，开始主动联系客户推荐这种新模式。同时，为了更好地服务客户，也需要经纪人进一步提升自身专业能力。未来，大区也会定期组织交流与培训计划，赋能更多经纪人。

经纪人韩颖异深有感触：“以前两头沟通，耗费大量时间精力，谈价谈久了双方心理都会变化。现在有了新的线上模式，省了很多事，我们能把精力放在更专业的服务上。”

尽管目前“诚意卖”的试点规模有限，但其行业意义不容忽视。

郭毅认为，这一模式对行业的最大意义在于提升客户满意度。“过去大家诟病中介行业的就是价格和信息不透明，

这次打破了这种认知。同时推动经纪人去做更有价值的市场咨询，提升整个行业的专业口碑。”

赵庆祥保持审慎态度：“目前还处于试点阶段，还看不出什么影响。未来，随着大范围推行和发展，有望提升交易效率，缩短成交周期。”

从贝壳的战略层面看，“诚意卖”被定位为“以消费者为中心”改革的起点。张弦表示，这种新模式把决策权交还给消费者，将推动行业从“成交驱动”转向“服务驱动”，加速经纪人职业化、专业化进程，提升行业服务口碑。接下来，还会陆续推出“小区开放日”等一系列服务产品，共同服务消费者的购房决策。

并非“万能药”是多一种选项

新模式推出后，虽然市场成效显著，但并非适用于所有交易。

从试点成功案例的情况看，参与的业主和客户呈现一些共性：通常有过房产交易经验，对效率要求高，对新事物接受度高，更倾向于结果导向、追求确定性。

赵庆祥指出：“首先是匹配用户，卖家和买家对这种模式高度认同才可以，毕竟要5万块钱的保证金。其次，有些复杂交易不适用，比如共有人比较多的房屋、抵押权比较多的房屋等等。”

郭毅也认为，这种新模式适用的范围是产权清晰、标准化程度高、业主对价格敏感度可控的普通二手房。对于法拍房、核心位置豪宅、室内精装差异大的房子、产权特别复杂的房子，仍需要线下面对面谈判。

从贝壳方面的规划来看，“诚意卖”不是“万能药”，也并非要取代传统模式。张弦透露，预计只有部分房源适合这一模式。“它只是给消费者多了一项选择，而不是要替代所有交易方式。”

短期看，新模式的出现为特定人群提供高效、透明、确定性的交易选择，提升客户满意度；长期看，以消费者为中心，帮助买卖双方打消不确定性，提升决策质量，带动行业向专业服务转型。

“我们并不追求规模，而是希望通过在北京的试点，不断打磨和优化每一个细节，待时机成熟之后再推向全国。”张弦表示，“诚意卖”在之前基础上，覆盖更多区域房源，同时产品交易流程得到简化。例如，6月1日以后，买家在第三方监管账户存放的保证金，签约时可直接转为定金。

对于有意尝试新模式的消费者，郭毅建议，想快速成交，需给出客观、合理的价格。提升房屋本身条件同样重要。“它会吸引更多买家线下看房，房屋展示效果直接影响成交速度。”

“买家诚心买，卖家诚心卖，产品才能发挥作用。”郭先生认为，对于那些厌恶传统拉锯战、追求效率的买卖双方来说，这或许是一个值得尝试的新选择。

（据新华网 记者 / 王日晨）