



贝壳副总裁、西南区域总经理都谋富

寄语：

纸媒时代，铸造都市报样本
融媒时代，引领智媒前行
变的是新闻载体
不变的是华西精神
三十年砥砺前行，三十年守正创新。
愿百年品牌路，未来有大成。

——贝壳找房



贝壳找房APP。受访者供图

对话都谋富：深耕美好居住， 看贝壳在成都的乐业与安居

谈成都市场：

卓越的城市名片
让成都楼市“韧劲十足”

自2018年开始，在成都，“贝壳找房APP”逐渐成为房产消费市场备受信任的找房工具。大面积应用打破时空限制的VR看房技术、倡导多个合作品牌推出真房源等服务承诺、打造线上交易系统……这些具有行业开创性意义的居住服务品质提升举措，正是贝壳在成都迅速积累消费者广泛认可的原因。

2022年即掌舵贝壳西南区域的都谋富，是标准的行业老兵。2005年他人职北京链家，先后在北京、上海、南京等城市负责业务管理。一线出身的敏锐体感，加上业务管理近20年的宏观经验，让他对成都楼市的发展和现状、贝壳在成都的迅速发展等话题，有着不一样的感受和判断。

在都谋富看来，贝壳在成都的良好发展态势，背后有两大深层次原因：一方面，成都良好的营商环境，为贝壳这样的新兴企业提供了坚实的发展基础；另一方面，成都打造了卓越的城市名片，对外来人才有着巨大的吸引力，加上城市原本的人口基数、巨大的居住需求，让成都楼市韧劲十足。虽然近几年楼市整体调整波动，但成都楼市基本保持稳健发展，这也为贝壳的房产交易业务提供了土壤。

“成都作为西部地区的经济、教育、科技和文化中心，吸引了大量的人才流入，这也为房产消费需求提供了持续的动力。”都谋富表示，年轻人对成都的认同感很强，这一点或许是其他城市难以比拟的，尤其是“9·26”新政以后，政策的促进，进一步释放了这部分人的购房需求，无论是新房端还是二手端，都让成都走在全国前列。

此外，成都楼市的产品普遍具有竞争力，好的产品催生好的市场，这在一定程度上保证了成都楼市的韧劲。

“产品力、得房率、光厅入户，这些配置成都应该是全国领先。”都谋富坦言，成都新房的产品力，仅光厅入户成标配这一项，就跑赢了绝大多数城市。“可以说，成都的房产市场积极顺应了市场供需关系的变化，正引领从住得到住得好的普遍实践，并不断满足市民的多样化品质住房需求。”

谈公司发展：

提品效、建生态
打造一站式品质居住服务平台

众所周知，传统二手房交易存在房源真假莫辨、服务质量芜杂、同行恶性竞争等诸多痛点，而贝壳入市后，则通过ACN规则（经纪人合作网络规则）的制定、楼盘字典的共享等一次次革新，打破了品牌门店间的合作壁垒，根除了假房源问题，引领了行业服务品质整体向上。

都谋富介绍，基于平台的ACN网络（经纪人合作网络），平台将传统行业的同行相争局面向“竞合”引导，“ACN合作网络，通过服务流程标准化、模块化，能让门店间的房客源高效共享，从而提升整体房产交易效率，这也是我们常说的合作提效大于技能提效，这一方面会惠及消费者，另一方面，也惠及我们的合作门店和经纪人。”

打通单品牌、单店合作容易，但打通多品牌、多门店合作难，要维持十多个合作品牌、超千家门店合作的良性生态，更是难上加难。入蓉6年，贝壳在成都链接了链家、德佑、富房等多个房产经纪品牌，面对数以千计的合作品牌门店，数以万计的经纪人，贝壳又是如何管好平台生态，维护良性作业环境的？都谋富给出了解答。

“作为产业互联网企业，我们对合作门店很难强



▲贝壳“擦亮社区”计划。受访者供图

管控。维护良性生态，我们主要做的就是规则建设和文化牵引两方面。”都谋富说，平台ACN规则的细致严谨，是平台生态治理的基础，能在很大程度上维持平台的良性生态。而在文化牵引方面，贝壳基于区域共治理事会，围绕作业机制、公平透明、服务承诺、业务助力、荣誉体系五个方向，开展针对支持店东的重点工作，提升店东对平台的满意度，营造竞优、向上的合作氛围。同时在机制上，贝壳面向店东推行“门店积分制”，回馈在平台上时间久、业绩好、守底线、业务上探索创新的门店，帮助店东获得更好的收益，在平台上实现长期更好的发展，进而服务好终端消费者。此外，贝壳还有很专业的品质、监察团队和体系，也会保证平台合作品牌和门店的合规作业，平台的生态向优。

据了解，除开传统房产经纪业务，贝壳在成都居住领域的探索和革新，已经深入到整装、租房和贝好家三大领域。2023年，贝壳升级“一体三翼”战略，其中，“一体”指的房产经纪业务，“三翼”则代表了整装、租房和贝好家三大板块。作为业务核心城市，一体三翼业务很快在成都全面铺开，并取得了亮眼的成绩。仅在产品供给方面，贝壳目前二手展示房源就已超18万套，省心租房源超7万套，圣都提供21个家居品牌，超6万个SKU的家装家居产品，贝好家成都公司则在2024年9月竞得成都锦江区金融城三期H12地块，验证数据开发新模式。

“面向更多的居住服务场景、服务需求，我们希望以用户服务品质为核心，从技术、产品、服务、保障等方面全面构建、夯实品质服务体系、不断迭代服务能力，让用户从‘买到房’升级到‘住得好’，支持促进居住消费健康发展。”都谋富说，通过多居住消费场景的探索，贝壳旨在着力构建消费者一站式新居住服务平台。

谈公益引领：

倡导合作门店扎根社区
践行“公益向善”的力量

进入成都6年，除了引领行业向上，贝壳还通过倡导门店积极开展社区公益，引领门店公益向善。

都谋富介绍，贝壳一直与社区有着密不可分的联系，以链接社区、服务社区为出发点，能够充分发挥贝壳合作新经纪品牌门店多、分布广、紧靠社区的优势，在公益事业上不断投入、不断创新。

“为了和社区居民建立深厚的信任关系，我们一直鼓励经纪人投入社区公益，不仅依托门店提供免费复印打印、应急充电饮水等社区便民服务，更持续开展‘大地美容’‘高考服务站’‘我来教您用手机’等活动。”都谋富说。

而从2023年8月起，贝壳还新增了社区公益项目，开始在成都各社区推广“擦亮社区”计划，倡导门店经纪人利用工作闲暇为社区居民免费擦玻璃。据统计，截至2024年11月底，贝壳“擦亮社区”计划已有421个门店参与，共服务了28288个家庭。

“在我们的持续倡导下，我们有越来越多的合作门店开始具备这个意识。社区公益的开展，是让我们扎根社区、服务好社区的有效方式。”都谋富表示，未来，贝壳将通过不断探索创新服务模式，深耕社区服务领域，将更多温暖与便利带给每一位社区居民，让社区更美好。

(韩钦清 毛茂沙)