

“好梦一日游”团队让追梦者实现梦想的《甲方乙方》开创了中国贺岁片的先河。联想到房地产行业,原本不存在营销这一专业术语,只是随着行业的发展进步,销售向专业化方向演变就成了营销。这一年,这个充满智慧的战场,出现了很多标新立异的策划。

晚报记者 王亚平

## 2008 出彩的 “甲方乙方”

### 镜头一 玩转低首付

**台词:**今年,多家开发商开始在首付上做文章,采用首付分期或者低首付的方法,降低购房者的购房门槛,也助项目跑赢楼市。

**画外音:**低首付战略之所以被广为应用,皆因其市场反响强,甚至把区域里没有钱买房的都带动起来了,不过大部分均是推行一小段时间,也是阶段营销战术。

### 镜头二 会员招募

**台词:**开发商相继推出“某某会”邀您加入,实际以相应的回馈积累客户。持有此卡可以通过自己到访和推荐客户到访、购房来积分,积分达到一定额度,可以到主办方换取相应奖品。

**画外音:**该营销模式相当于会员就是项目的“编外置业顾问”。这是楼市低迷期开发商的应市之作,既得到市民的青睐与钟情,也增加项目人气,加快销售。

### 镜头三 名人助阵

**台词:**6月15日,具有“中国职业经理第一人”之誉的微软中国终身荣誉总裁唐骏现身郑州,参加“上海绿地集团VIP俱乐部名家讲堂——商务论坛”活动。随后,正弘请来了国学大师文怀沙、东方今典请来了经济学家巴曙松、鑫苑请来了青春偶像王珞丹、新长城邀来了评论家水皮、温哥华开设了“枫华大讲堂”,就在本月13日,国基·家天下开盘,歌坛爱侣任静、付笛声夫妇现场演唱。

**画外音:**地产商与名人“联姻”已不鲜见,有名人助阵,房地产项目似乎多了文化气质与厚重底蕴,名人的出现也达到强化事物、扩大影响的效应。

### 镜头四 美女增色

**台词:**今年初,来自全球60个国家和地区的国际旅游小姐齐聚中原花市,参加由花博园实业有限公司承办的“桃花、碧水、绿西湖、中原城日游”启动仪式。

**画外音:**因为有着较强的亲和力和感染力,美女经济在传播过程中一向效果良好,成为各行业企业竞相争取的传播载体,美女如云带来的眼球效应实在令人神往。

### 镜头五 加油奥运

**台词:**4月11日至13日,隆福国际携手2008奥运福娃,将大型奇幻童话剧《福娃》演出活动全面展现在郑州人民面前。6月7日,主题为“加油中国——全民奥运体验”的竞技游戏系列活动启动。

**画外音:**今年北京奥运会开幕之前,一些电视节目和开发商均借奥运名气举办文化娱乐活动,为奥运加油,引起了消费者的情感共鸣。

### 镜头六 降价补差

**台词:**10月16日,汉飞·金沙国际项目以3980元每平方米起价,推出“购房保值计划”,公司承诺若项目整体均价下降,则对差额部分进行补偿,并将此全部写入合同,全力保障客户的购买行为。

**画外音:**以承诺“招徕”购房者,消除了市民对房价下降预期的担忧,该营销战术也被业界模仿和学习,的确促进了项目销售。

### 镜头七 安全置业

**台词:**11月13日,怡丰·新都汇首次旗帜鲜明地提出“安全置业”概念,并提出安全置业的六大保障。

**画外音:**安全置业的提出给购房者提供了一个购房的新思路 and 选择标准,也是开发商迈向“诚信”服务的一大步,有利于较早实现房地产行业的信息对称,也是企业长久经营之策。

### 镜头八 阳光裸售

**台词:**8月16日,名门国际举办“价格听证会”,推出4580元每平方米的均价之后,郑州市开始步入民生、阳光销售的轨道。

**画外音:**今年的地产行情衍生出诸多新鲜名词,诚信和公开、透明再次被提及,或许也只有如开发商所言以接近成本价的价格出售,才能让购房者放心行动。

### 镜头九 琢玉行动

**台词:**作为河南地产的领头羊,建业地产总有着颇为先见之明的举措,例如,为抵御地产“寒冬”的“671百日风暴”。建业内部称其为“671百日风暴”,即对现有“产品和服务”进行精雕细琢,又称“建业琢玉行动”。

**画外音:**没有消费者的信任就谈不上品牌及其资源,建业集团每一步的发展总被业界剖析和学习,此次“建业式过冬”也为行业提供可借鉴的运营实践。

### 镜头十 展会之变

**台词:**细细数来,今年展会之多远超以往,似乎从年初到入冬不曾停歇,展会为消费者提供零距离接触品质项目的机会。

**画外音:**展会是一个行业形象集体展示的平台,也是老百姓深入了解行业的契机,它对行业的推动作用不可替代,从中可以洞悉行业的细微动向。

屈指算来,地产业发展多年来,从来没有哪个年份如今年一样,营销花样不断翻新,且大多战术摆脱表层的技巧方面,扎实练功投入到深层次的理念与模式探索。

年初,中原地产业低迷乍现,大多数开发企业按兵不动,信心充足,静观其变,只有少数企业推出特价房、买房送汽车(抽奖)等小幅优惠。年中,暗降变明降,开发商巧打心理战,相继推出购房承诺、降价补差、无理由退房等现身楼市,消除了市民对房价下降预期的担忧。年底,在多次业内聚会中,开发商热议成本购房,历经一次不知道还会持续多久的深度调整,购房者与房地产从业者抛却曾经的疯狂,谨慎前行。

现金为王,在眼下的市场行情下,谁有充足的资金流,谁才有可能赢得先机。放低姿态的开发商,比以往任何时候都诚恳,已经颇为专业的营销团队也不再想法“忽悠”老百姓,对于行业未来我们才敢寄予更多期许。

记者手记

王亚平

