

元年力量

二〇一一年中原地产年度发展报告系列报道

微博卖房

全民定价

跨界整合

电商营销

购房基金

溢价回购

网络售楼

国内市场经济体系的建立,只有短短的十几年时间,并没有发展到成熟、完善的秩序化市场时代。很多经济学家看不懂国内股市、车市、房市等“政策市”,是因为他们没有办法用正常的学理研究,来解释中国尚不完善的市场经济体制,也就是说,西方经济学中长期总结出来的市场经济理论,还不能完全适用于当前的中国市场实际。所以,国内的房地产营销行业正是在这种情形下,一拥而上,难免鱼龙混杂。在走过十几年高速发展历程后的今天,面对突如其来的楼市全面调控,有些饥不择食的地产营销手段,便在黑白两道,各显神通。

二〇一一年中原楼市年度营销创新解析

详见 B04~B07

黑白营销

0元起拍

短信广告

虚假信息

夸大宣传

0首付

秒杀卖房

导读

- B3** 中原地产年度人物专访
胡葆森:有远谋,方无近忧
- B4** 逆市营销 开发商卖房拿出了“诚意”
微博卖房、全民定价等营销新模式层出
- B5** “无理由退房、溢价回购”
郑州首现“承诺增值”楼盘
- B6** 内容缺乏监管,虚假噱头多
卖房短信频发,楼盘营销“走捷径”
- B7** 收集贩卖个人信息、售房内容吹嘘夸大
肃清垃圾短信,立法、自律不可缺一

2011 中原地产年度大奖提名名单出炉

详见 B08~B09