



# 楼王基因「非富即贵」 何以为王

景观最优质、价格最高、前景最好  
占据楼盘最好资源，产品最高端、



## ●○“楼王”营销 满足了多种心理需要

首先是消费者心理满足，成为一种身份的标志。其次是开发商心理满足，成为开发水平的标志。

众所周知，在所有的牌类游戏中，一幅牌中最大、最厉害的牌通称为王牌；如果把一个楼盘的全部产品比作一幅牌，那其中必定也有最强大的那张“王牌”，那就是“楼王”。

“地产营销中的楼王战略有些类似其他诸如快消产品中的高端品类，例如牛奶，蒙牛推出的特仑苏与伊利推出的金典，海尔家电产品推出的‘卡萨帝’系列，再如将军烟草推出的天元品牌和劲爽推出的54度芝麻香型。既是为了迎合高端消费，也提升了自身整个产品线的档次感。”房地产实战专家、河南王牌企划有限公司董事上官同君表示。

“在同类产品中人为拔高、塑造出高端品牌或品类，具有同时满足实战需要与心理需要的双重功效，可谓一箭双雕。”在谈到楼王的作用时，上官同君如此说道。

## ●○“楼王”有标准 噱头不应大过价值

占据社区最好的景观地段、最好的配套设施、最好的户型配比等，是一个项目综合价值体现的集大成者。

那么，什么样的产品才可当之无愧地称为“楼王”呢？

在上官同君看来，楼王应该是一个楼盘内景观、户型、配套最好的一栋楼。

金林中心项目总监王小华认为，首先，楼王应是社区组团中位置最佳的整栋楼，其次应该拥有最好的资源，比如观景；再者，楼王的在产品设计上应是最合理、最值得推敲，且最受客户欢迎的。

“同时又有创新性的设计。最后，它应该在综合价值上最高，其价格体现楼王价值。”王小华表示。

“市场上叫卖的楼王，并非都具备楼王的品质，多数是矮子里面拔长子硬性选出来的。所谓‘楼王’是开发商自己说了算，有的楼盘推出几十套，有的项目则推出一整栋楼，‘楼王’并没有一个评判标准，所以其本身就有炒作的嫌疑。”耿先生一针见血地说道，“说白了，就是戴高帽，噱头大过真实价值。”

他认为，“楼王”营销，既买足了开发商的“实战需要”，也满足了多种“心理需要”。

楼王作为一个楼盘中最高端的产品形态，能够有力拉升社区整体档次与品质感，吸引购房者关注。同时，它所占据的独一无二的资源优势，注定楼王是项目中售价及利润双高的产品。

从心理需要来说，楼王战略的合理运用，可以满足多种心理需要，无论是开发商，还是老百姓。首先是消费者心理满足，成为一种身份的标志。其次是开发商心理满足，成为开发水平的标志。

“开发商更喜欢通过楼王的价值来尽可能提升自己楼盘的档次，并体现出自己操盘水平的高超。有楼王映衬，自然皆大欢喜。”上官同君诙谐地说道。

然而，上官同君与业内人士耿先生同时指出，在郑州，真正的楼王并不多见，很大一部分都是在炒作概念。楼王作为“万花丛中一点红”，应该有一个严格的判定标准，还需回归到它的价值本身。

## ●○反思“楼王” 需回归项目本身价值

当前，有不少人可能认为现如今推出楼王的项目太多了，无论是在郑州还是在全国范围内，更是曾有一段时间，可谓“楼王”成风。

“这种印象让大家对楼王是否名副其实产生了不少怀疑。什么样的产品才能称得上楼王？这也是作为房产开发企业必需考量、反思的问题。”耿先生表示。

耿先生认为，“楼王”，即便不加任何修饰，其房源已经成为最大的卖点。地处小区的中心位置，面对怡人的中央花园，超大楼间距等，这些楼王的共性都是对购房者的极大吸引力。一般楼王的户型面积虽然普遍偏大，但从市场销售上看，还是与楼王的高端定位相吻合的。

“但往往大家过分关注‘楼王’所谓的峰值效应，却往往忽略了，一个没有品牌、口碑、产品力、入住率持续支持的项目，它所推出的‘楼王’仅仅是价格的定义。”

“而一个以‘最好的永远是下一个作品’为理念所开发的社区，其实每一次推售新产品，都是销售者心目中的‘楼王’，让每一次都是超越以往预期的，你才会有无数个‘楼王’产品。”耿先生说道。

最吸引客户的无疑是“楼王”的资源占有性，但更好地吸引点是由楼王基础上带来的生活享受，如果一个平庸的社区出现一个号称“楼王”的产品，它又怎么能体现出“楼王”带来的尊贵生活与居住享受？

从整个房地产的心态来看，大多数开发商依然出于利用“楼王”的出现，制造高价效应，仅仅从社区布局上划分“楼王”的现象比比皆是，更有甚至楼盘只是为吸引眼球而制造“楼王”噱头而已，满城尽是楼王，已经成为趋势。

“在一个充满喧嚣与填鸭的热销市场背景之下，‘楼王’已经丧失了原本是一个小区最优秀作品的心态，希望众多开发企业能本着一切为居住考虑的概念，‘楼王’体现的应该是一个企业追求精品生活的态度，而不是追求简单的价格公式下的标签产物。”耿先生最后表示。

### 【相关链接】

#### 楼王特征： 拥有最好的资源

一、楼王大多是一个楼盘中产品形态最高端的部分房源，典型如一个涵盖多种产品形态的综合社区中的别墅产品，又如一个拥有独栋、双拼、联排等各种产品类型别墅社区中的独栋别墅。

二、综合各类要素后的最佳房源，例如环境、景观、朝向、户型设计等综合方面最优。其中，尤以景观为评定楼王的最关键要素。越是大楼盘，其不同楼座间的资源差异性越大，楼王也越好分辨；楼王在社区中一定是占据着最好的景观资源、拥有甚至独享着最好的配套设施、最好的户型设计与配比等。

三、户型最大、单价最贵、总价最高的房源。

