

上海楼市 2011 年度 深度盘点



营销

这一年,购房者有欢喜也有忧愁——

市民得益: 置业者终成上帝

地产评论员 王嘉辰

随着调控的威力见效,开发商们开始逐渐意识到,楼市的天平已倒向置业者那端。市场主导权的这一转变意味着传统营销手段的必然革新。越来越多的开发商放低了姿态,从业主的角度出发,让利营销。毋庸置疑,这一年,是购房者的收获年。

政策过滤营销“水分” 置业者明明白白购房

前几年,销售人员利用房屋定价的浮动空间,根据蓄客量和具体销售情况“临时涨价”或“随意提价”的行为屡见不鲜。房子的实价到底是多少?这也许是当时购房者心中最大的疑虑。

而这样的疑虑也随着新一轮楼市政策的调控烟消云散。2011年5月上旬上海推出的“一房一价”要求开发商在商品房交易场所的醒目位置,公布楼盘基本信息、房源价格信息、已登记房源信息和收费项目信息。采取上述多种方式明码标价的,保证标价内容应当保持一致。之后,针对部分开发商虚报高价,留有调价余地的行为,7月29日,上海推出“限价令”规定,商品房项目只能以实价销售,不可定高价留有调价余地,且定价将受到政府干预。

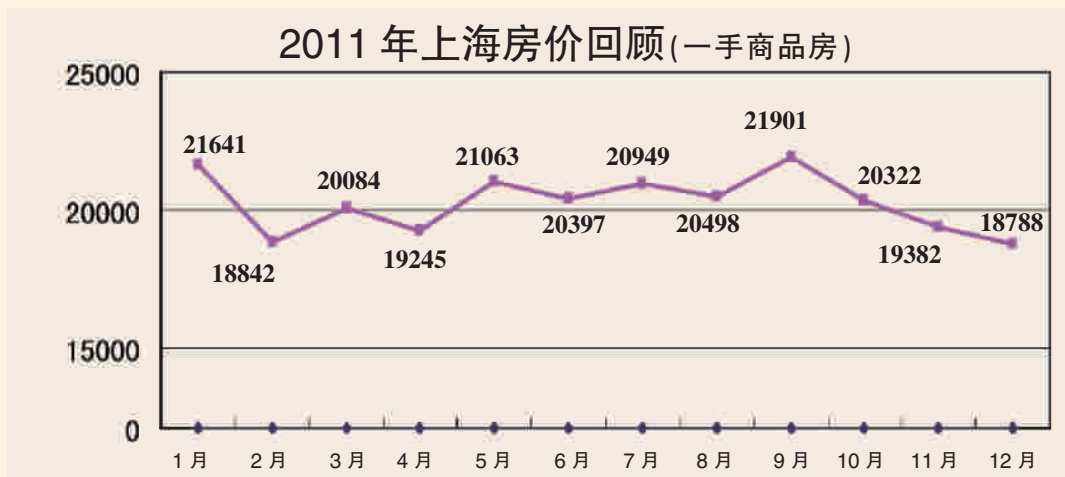
现在,置业者买房只要看售楼处的销控表,即可对房源的位置、面积、实际售价、让利幅度等细则均有明确了解,不用再担心开发商们的“烟雾弹”。

“制造商”转为“服务商” 业主体验幸福感

随着房地产市场发展的不断成熟,消费者品牌意识和维权意识也不断增强,以客户为本的观念已贯彻至房企服务链的全过程。之前,置业者可能会因为房企服务欠妥,买的到房子,买不了幸福感。而现在,开发商对于购房者利益的重视已达到前所未有的程度。

金地·余山天境推出的酒店式服务;西康路989的八大物业服务系统等先进的服务理念皆为人称赞。而长泰西郊别墅更是推出了“小团员读书会”,特邀专家向业主推荐书籍,关怀已至精神层面。

现在,置业者房屋硬件坏了,物业维修;住家服务,开发商提



单位:元/平方米 数据截止至12月22日 策源地提供

供;置业风险,开发商也能承担。因为降价,不少前期购房者面临房产价值缩水,不少开发商的营销策略也为此出现了变动,新城集团新城公馆和星河湾旗下两处项目,在降价后将补差价承诺写入合同,远洋集团更是承诺业主无理由退房。

可见,置业者享受到的服务已向人性化、细致化大幅升级。

产品性价比大提升 2011买房实惠多

相比前几年的上海楼市,你会发现没有哪个时候比现在买房子更合算了,最起码你可以不用花太大的价钱,可以享受到更多的配套,可以得到入住后的服务保障,甚至可以得到更大的获赠面积,换之从前,哪有这么多

惠? 上海楼市刚需客的主力地位愈发牢靠,使得开发商对于性价比格外执着。从前,送花园、地下室等是别墅的专利,而现在,刚需项目也开始大打“面积”牌。申亚花满庭92平方米复式公寓每套赠送面积最多可达50平方米,而送面积项目中,申亚花满庭只是其中之一。新城忆华里、美兰湖中华园铂境等均有阁楼、花园、地下

室等大面积附送。从前,小区的附加值配套也仅仅停留在娱乐和消费层面,今年,不少项目则开始根据小区客户不同需求引进附加值。如金地艺境,在项目融入,篮球场、菜场、阅览室等附加值,符合刚需的生活需求,也充实着区域的配套。可以说,从前,置业者买房仅仅是买了房子,现在,花同样的钱,可以买到一个“个性化社区”。

年度热词:无理由退房



案例:

12月17日,位于美兰湖板块的远洋7号盛大开盘,并推出“无理由退房”计划,主要内容包括,凡今年购买远洋7号的业主,在规定的时期内可无理由退还房产。这一新举措,吸引了买房人的极大关注。

点评:

开发商主动承担了所有风险,购房者的置业风险则降低为零,若两年后房价大涨,消费者自然不会选择退房,即便房价下跌,消费者可以通过“无理由”退房,实现了消费者信心上的增强。

年度热词:补差价



案例:

新城公馆项目11月3日推出100套特价房,均价2万元/平方米,相较之前的报价,直降7000元/平方米。开发商承诺,在交房前3个月,如果新城公馆的房价低于现在这批房子的价格,开发商会按照差价金额补偿给业主。

点评:

对于购房者来说,只要双方签署的合同本身是规范合法的,发展商的土地、开发、设计、建设、销售、配套服务等一系列过程也在合法的监督过程中,那么,购房者的投资风险可以通过“补差价”大幅度较小,对他们而言,这是一种可取的良策。