

楼市下半场的 22个热销关键词



走过半年,楼盘销售冷热不均,操盘手们的感受也各不相同。但较量仍未结束,下半年的销冠之争,会更加激烈。面对产品为王的市場,先来看看他们手中的底牌——



营销创新

2013 年上半年,调控形势依旧不容乐观。对于营销人来说,身上的压力和担子更重了,依靠传统的营销思路已经无法取得符合公司预期的成绩,这就亟需进行营销创新。营销创新首先需要在营销观念上打破旧的思维定势,不要总是一味想着去“卖产品”,“如何卖”的问题,而是要想方设法千方百计找到那些需要我们产品的客户,提供相应的服务,满足他们的“需求和期待”。

中华企业创新营销观念和营销方式,始终从“以人为本”的思路出发去思考和解决问题,取得了较好的成效。

中华企业营销管理部经理 戴正芳

房价预期加强

对于 2013 年的楼市,没有想象中的那么来势汹汹。尽管 3 月份出台的严格执行 20% 差价个税的政策给楼市带来了波动,但也造就了一波疯狂,众多房企在年中交出了满意的业绩答卷。同时土地市场火爆,地王频出,房价预期加强。

这些都确实是预期之外的惊喜。但是对每个房产人来说,惊喜并不是一种最好的发展状态,希望政府平稳对待楼市,楼市平稳发展才是最大的愿望。

新城地产上海公司助理总经理 陈雷

坚守品质

上半年,越来越多的项目都用“品质”来吸引置业者,坚守品质正是我们绿城高端产品系的永恒理念。

以绿城中国在上海南外滩开发的豪宅项目黄浦湾为例,在内部格局上,设计师通过石库门特有的“弄堂”设计,将参观者自然引入“老房子”中,并设置了视听室与区域模型区。另外,项目启用了国际知名

的物业管理公司高力国际为今后社区提供深度的物业管理,因地制宜的为项目业主提供量身定制服务方案服务准则。

绿城黄浦湾项目副总经理 张宪

地段纯粹

嘉凯城·徐汇中凯城市之光落址徐家汇商圈正核心,是徐家汇核心板块 8 年来唯一一个新推高端物业。项目有着纯粹的地段和资源基础,同时,秉承嘉凯城打造豪宅产品的精髓,用纯粹的设计理念筑造沪上人居精品,从立面、户型到材质、景观再到管理、服务都彰显出纯粹品质。

项目仅 6 月便实现单月热销 5.5 亿元的辉煌业绩。未来随着越来越多的高端买家对城市中心豪宅的青睐,徐汇中凯城市之光必定在下半年再度热卖。

嘉凯城·徐汇中凯城市之光营销总监 屈勤

国际化豪宅

上半年,市场是“跌宕起伏”的,虽然政策接二连三出台,但我对市场前景还是相当有信心,包括豪宅市场,其实真正有需求的高端客户还是会买的。因此,下半年我们将推出古北一号,它将是跨越中西文化的国际化豪宅产品。

我们公司向来专注于精品,客户主要针对中高端市场。“豪宅”必须满足两个要素:其一,地段好;其二,产品品质。我们将推出的古北一号完全符合这两个要素,同时,社区生活配套也颇具特色,13000 平方米的会所内包括私人诊所等定制服务。

尚东鼎、古北一号营销总监 成晓红

价值空间

凌云·壹街坊是滨江集团近期在上海的主力项目,位于上中西路龙州路口,隶属

大徐家汇区域,是近期上海中环线以内难得一见的商业项目。

上海滨江置业有限公司旨在“创造最具价值的生活空间”,项目大多是位于城市中心区域的地标建筑,如徐家汇“汇翠花园”、杭州“景江城市花园”、马鞍山“汇翠名邸”项目等。公司在大型住宅、商住项目、商业步行街区城市综合体建设等方面积累了丰富的开发经验。

上海滨江置业营销经理 黄春梅

商业地产崛起

2012 年上海楼市回转、量价持续回升、刚需主导、投资受抑。2012 年底成交量的释放必定促成 2013 年上半年的楼市火热,这是情理之中。多数开发商都捕捉到了这样的信号,集中在上半年将产品投放市场,收获颇丰。同时一线城市的回归也是品牌开发商今年的重要战略布局,我们协信集团对上海一直非常有信心。

目前,上海商业地产已强势崛起,写字楼和购物中心将成为上海楼市未来翘楚。

协信集团营销总监 杨炳运

别墅新地标

作为北京 CBD 地标级建筑——华贸中心的缔造者,国华置业秉承“设计生活方式,缔造传世精品”的理念,或将东滩花园缔造成上海别墅的新地标。

华贸东滩花园地处崇明,享六大国宾级配套;海船级游艇码头、赛事级马术运动中心、北郊国宾馆、商务直升机停机坪、72 洞高尔夫球场、三甲医院等高端配套。同时,项目内还配有六大贵宾级配套:18 洞高尔夫球场、运动主题公园、五星级酒店、三个高端主题会所等。

东滩花园营销总监 冯亮

旅游地产新机遇

随着经济的迅速发展和人民生活水平的显著提高,各行各业都吸引着来自世界各地的投资,尤其是旅游地产更是迎来了前所未有的发展机遇。

纵观旅游业的整体发展,旅游地产开发热是有其原因的。从客观上说,中国的城镇化正在快速进行,城镇人口增加的同时也会大大增加人们对度假等旅游地产的需求。从主观上说,居民收入增加促进了对休闲度假的向往,近几年观光旅游正在向休闲度假旅游过渡,这是旅游地产发展的核心原因。

元一集团黄山大观上海区域经理 汪雪莲

多元化产品

回顾上半年楼市,涌现了很多高性价比的产品。以我们公司的天居玲珑湾项目为例,建筑面积 26 万平方米,可售面积达 18 万,涵盖别墅、公寓等多种产品的综合性临地铁物业。

项目最大的特点是她的高性价比,高成长性,得到越来越多客户的认同,实现了股东价值和客户价值的有机结合,是整个嘉定区域客户忠诚度和满意度最高的项目之一。

天居营销总监 张存良

大虹桥

如果说本世纪前十年上海最大的发展机遇在世博板块,那么接下来十年的黄金发展带,是位于上海市东西双翼的虹桥和浦东。

大虹桥 86 平方公里规划,将成为上海—长三角乃至全国的交通节点,对上海——长三角的地区经济发展起到举足轻重的作用。

南山·雨果所处徐泾板块,受到大虹桥

辐射利好是西部传统的国际别墅区,20 年的稳步发展使其成了公认的高端生活带。

新南山助理总经理 雷小明

消费理性

上半年是消费者做主选择消费的半年。根据权威机构的统计数据,上半年上海销售面积分别为住宅 603 万平方米、办公 96.5 万平方米、商业 60 万平方米。市场数据证明现在消费者购买楼盘,不是冲动而是理性后自我选择性消费。

传统意义上而言,消费者首选往往往往是住宅楼项目,随着住宅楼开发郊区化或限购消费制约,消费者越来越多的把地段位置优越、交通便捷、配套成熟、户型控制合理中心地段商办小户型作为考虑首选。

禹洲营销企划部副经理 陆琪

市场需求强劲

从住宅、土地的成交量来看,今年上半年的楼市表现相当红火。数据显示,今年上半年的新房成交量已达 600 万平方米,同比增长了近 60%,6 月的楼市更是打破了传统 5 月为半年成交顶峰的常态,并刷新了 2010 年以来,历年 6 月成交量的记录。

而上海土地成交市场也十分踊跃,上海市场的吸引力是十分强劲的。以我们在售项目招商·海德公馆为例,自去年开盘以来,已实现销售 4 亿元。

招商地产营销总经理 沈建

东郊板块崛起

环视上海,随着上海都市化和国际化进程的加速,经济中心有进一步向东转移的趋势。将聚焦在东郊板块,轨交 2 号线和龙东大道自西向东贯穿至浦东机场,张江高科技园区、金桥进出口加工区等的迅速

崛起,占地近 116 公顷迪斯尼园区的开发,将成为未来上海经济发展的动力源。

另外,板块内早年有“东郊国宾馆”的建设,而后的绿城等知名开发商的涉足,也加速了此板块的深耕,注定使其成为沪上下一个别墅大宅区,而未来地王也必将从此诞生。

上海川杰置业营销总监 马晋

升级大平层

回顾上半年,市场依然是政策市,赶上步点的开发商赚的是盆满钵满,错过班车的开发商不得不继续面对变幻莫测的市场。

面对这样的市场环境,一向以品质著称的绿城也需要改变,但绿城的改变只是对客户需求的精益求精,作为绿城在上海徐山板块打造的平层升级之作绿城兰园,在“大平层之王”的美誉后继续升级,更加顺应客户和市场需要,一经面世即斩获业内同行和无数客户的一片赞誉。

绿城兰园项目营销总监 文颖

价格优势

华府武区,作为曾在楼市逆境中狂销 2 亿的华府壹区的二期地块,未公开却已引发极大市场关注度。回顾一期,上佳的建筑品质,获得业界一致赞赏;完善的社区管理,得到入住业主的口碑相传。

除了社区本身的各种提升之外,华府武区的地理位置稀缺性更是让其整体提升。不仅尽享了整个吴江汾湖区域大环境的日臻完美,且与上海西一公里的距离,不到一个小时的开车行程。另外,6500 元/平方米的价格凸显超高性价比。

杰星集团企划部总监 徐馨

崇明稀缺资源

作为上海最后一块净土的崇明岛,这里的空气、水质、自然、鸟类都是独一无二无法复制的稀缺品。而览海国际高尔夫社区依托岛上这些稀缺资源打造了顶级的国际高尔夫社区。

项目客户主要是金字塔尖的成功人士,我们这里提供了亚洲最大的私人会员制高尔夫球俱乐部的专业球场;国内最高端的私人医生服务览海医疗中心;览海凯撒御庭酒超五星级的别墅式度假酒店等全方位的高端综合配套。

中瀛集团营销副总监 周巧丽

生态教育地产

紫竹半岛坐落于浦江第一湾怀抱之中,运用得天独厚的自然水系资源,将整个社区规划为依江而住、围湖而居的旗舰级国际生态社区。在规划之初,紫竹半岛超前地引入华师大附属幼儿园、小学、初中等一站式教育资源,成为全上海少有的配套 12 年义务教育名校资源的社区之一,向众多房子和教育这两件事感到困扰的家庭提供了最佳解决方案。

下半年向市场推出 65-102 平方米精装公寓,同时着力于社区配套的品质提升:将逐步进行西环湖路向滨江森林公园的延伸、亲子互动类商业的引进等配套资源。

紫竹半岛市场总监 吴海明

打破别墅标准

作为凯迪集团 2013 年高端物业作品的全新力作,凯迪赫菲庄园凝聚了集团站稳高端物业市场的蓝图和理想。怀着对这片上海高端别墅的源起之地、两河流域之上的稀缺之地的敬畏之心,凯迪集团极力营造了浓郁西班牙安达卢西亚建筑风格,赫内拉拉菲皇宫仅态万千的“水宫殿造景观灵感”,配合徐山独一无二的自然山水尊贵地段,造就徐山梦幻之宅。

项目打破别墅标准,追求“首席别墅”

的价值关联,成就徐山板块纯别墅最后的靓丽光彩。

上海凯迪企业(集团)营销总监 陶伟

莘庄蜕变

西子国际中心为莘庄带来了最新、最高国际甲级标准的办公产品。项目致力于为莘庄引进世界级企业。

新华国房产集团致力于打造成为最具成长性的规模适中的精品公司。我们以开发住宅项目和商业地产为主,关注养老地产和旅游地产,极力培育新的业务增长点。主打产品以精品住宅、高端城市综合体为主,兼顾别墅度假型产品。

上海西子联合实业营销经理 陈罕斌

远郊商业

对于商业地产开发商来说,郊区商业正成为今后商业开发的重点区域,区位价值和可持续经营成为衡量商业价值的标杆。

作为首次涉足商业地产的同福易家丽突破传统商业套路,开发建设的易家中心是金山首家部分销售型的大型生活商业体,登陆伊始就引起商铺投资者的追捧,由于招商先行,在开盘的当日更创造了销售 90% 的佳绩,这也释放出远郊商业崛起的信号。

易家中心运营总监 翟颢

高性价比

上半年,多项利好消息为楼市带来了希望。加快城镇化发展的战略部署,为市场新一轮大发展奠定了坚实基础;二手房交易税收调控的预期,使一手房交易变得异常活跃,释放出国人对于新房交易的热情。

公司发展立足大虹桥,虹桥一号经过一二三期的建设现已集商业、办公、住宅于一体。项目因性价比高,曾在开盘后短短 20 天便完成当月签约 60 套的不俗战果。

虹桥一号销售经理 洪涛