明星演唱会、购房送宝马、存抵优惠、调价再入市……

我市楼盘营销大战持续升温

■见习记者 彭丽明

进入11月，我市各大房地产开发商倍感推盘去化压力，多数开发商都铆足了劲儿，使出浑身解数，不管是即将新开的项目还是之前开盘的一些尾盘项目，纷纷使出各自的手段来吸人眼球，意欲赢得购房者的青睐，营销大战持续升温。

明星营销策略：演唱会一波接一波

冠名明星演唱会一直都是开发商惯用的营销手段之一，凡是有实力的房企，均不吝巨资豪掷百万甚至千万，只为营造“爆炸式”的轰动效果，集聚人气进而提升项目的品牌效应和知名度。

10月18日，大诚·外滩香颂“星耀外滩·悦动香颂”演唱会请到了林俊杰、李慧珍等明星助阵，吸引了近4000名观众到现场观看，项目也在演唱会后随即推出5套特价房。而进入11月后，我市开发商继续发力。11月14日，“王力宏群星演唱会”即将亮相瑞安体育馆；11月28日，中润广场也将在体育馆举办“张靓颖、张卫健巨星演唱会”。

据了解，这两场演唱会虽未开唱，却已在市民中刮起了一阵“追星热”。“至爱来瑞安了，谁带我看谁是真爱”，“亲，你能帮我弄到演唱会门票吗?”为吸引更多购房者的关注，开发商纷纷通过微信进行演唱会门票的抽奖活动，利用明星效应做到全城聚焦，吸引更多人气。分享当天推送内容至朋友圈并截图，就有机会获得“王力宏群星演唱会”门票，我市星海地产的微信公众账号凭借抢票活动，迅速聚集了一大批粉丝，传播效果令开发商喜出望外，而这种“微信抢票方式”也在越来越多楼盘活动中得到响应。

土豪营销策略：宝马、Iphone6等豪礼送不停

房地产的“土豪”标签是如何炼成的？看开发商们送的礼物就知道了！紫荆假日广场位于塘下中心区，该项目作为塘下首个18万方综合体，凭借优质的地段、配套、环境等诸多利好条件，项目一期住宅产品在10月12日首开便创下了“清盘”的好成绩。记者从项目官方微信了解到，目前紫荆假日广场20—70平方米金街商铺即将对外发售，为吸引投资者的眼球，项目打出了50台Iphone6免费送，参加存抵活动即可免费赢取百万豪礼的广告，其中最高大奖为宝马车一辆。

无独有偶，位于飞云中心区的华龙海景壹号也要送宝马了。据悉，华龙海景壹号诚意金缴存已于11月9日正式启动，项目预计将在本月开盘。据了解，前三天缴存诚意金的客户可享1万元购房优惠，前300名成功报名者可获品牌电饭煲一个，而成功购房就有机会赢得宝马大奖。

价格营销策略 抄底价、存抵优惠、低首付连番登场

买房，最终的决定因素还是价格。无论开发商的营销手段多么花哨，对于购房者来说，价格始终是一道“硬坎”。

熟知购房者心理的房企自然也是深谙此理。从近期楼市涌现出的抄底价、存抵优惠活动、低首付、调价再入市等一系列价格营销策略中，或许可以窥见当前我市各大楼盘间激烈竞争的烈度。

自9月份起，我市多家待售新盘纷纷释放价格信息：华龙海景壹号打出了6888元/平方米的最低价和百万以下房源近50%的信息；五洲国际商贸城二批商铺9800元/平方米起购旺铺；星海公馆也推出了128万元起住瑞祥新区的广告；中润广场39万元起；紫荆假日广场金街总价15万元起，首付5.5万元起……房企释放的价格一个比一个令人心动。

与此同时，部分开发商还推出了存抵优惠活动。塘下紫荆假日广场金街商铺将于11月23日启动存1万抵5万购房优惠；瑞祥新区星海公馆也将于11月15日演唱会后立即启动存2万抵4万的购房优惠。此外，也有个别开发商正在推出特价房等，如天瑞香水美寓特别推出10套特价房、仙降中央首府在双11期间推出4套特价房，2套店连房。

尾盘营销策略：调价再入市、电商团购再享优惠

据了解，我市目前商品房库存还有6800多套，临近年末，各大尾盘纷纷开始谋划以价跑量，调价再入市，电商团购等营销策略初见端倪。

据我市房地产市场信息网显示，10月份至今，我市的君庭锦园、新阳公馆、绿城玉园、正丰银座、金汇景园等楼盘的部分房源纷纷调价再入市，除了绿城玉园8号楼价格小幅上升外，其余楼盘价格均有不同程度的下降。

其中位于莘塍的新阳公馆是调价幅度最大的一个项目。据悉，该项目2010年开盘，尚有30套未售房源，这部分房子开盘时均价约16000元/平方米，如今调整后的房源均价约为8500元/平方米，每平米售价直降了约7000元，房屋总价下降约60-70万元。而从售楼部销售情况来看，这样大的价格下调已为项目吸引了一批潜在购房者。此外，仙降中央首府11月10日对14套房源做了价格调整，平均每套房源总价下降10-15万元，单价平均下降约1200元/平方米；华龙一品也对其部分剩余房源的价格进行了调整，总价平均下降约40余万元。

另据了解，我市某开发商为了适应市场形势，将于近期举行电商团购活动，通过这种“团购享多重优惠”的形式，或将刺激市场上一部分持币观望的购房者，而与此同时购房者也可以获得更多优惠空间。

营销手段很美好，购房者如何看？

面对纷繁多样的房企营销手段，购房者反映如何？记者就此进行了采访。

●胡小姐，市区某事业单位工作，准备买房结婚

第一次买房打算买一套小户型的房子，目前看中了星海公馆90平米的房型，也去看了样板房，感觉还不错。最近收到信息说这个楼盘总价128万元起，还蛮令人心动的，而‘王力宏群星演唱会’我觉得挺好，至少说明这个开发商实力不错。

●梁先生，五金店店主，想为子女买房

我为孩子买房主要还是看重价格、地段、户型、品质等，不会受明星影响。有些楼盘虽然有存抵的优惠活动，但力度其实并不大，现在买新房都实行一房一价，我还是比较关注具体的房价高低，小优小惠都是浮云。

●丁女士，市区某中学教师，改善型购房者

对于赢宝马这样的消息，我觉得纯粹是开发商的营销噱头。我还是对特价房、价格调整后的房源比较感兴趣，平常也会上网了解这方面的信息，相比起存抵、案场折扣、抄底价等，这个降价幅度更大一些。