

一口价、封顶价、起步价……楼盘宣传乱人眼

# 特价有噱头，也有实惠

2014年，楼市产品的价格宣传层出不穷，“一口价”、“起步价”、“封顶价”屡见不鲜。

相比过去两年，马年长沙楼市的“价格”因素似乎让自住需求者和投资者更为敏感：蓝光coco蜜城降价，勤诚达新界特价清盘，河西有楼盘爆出2000元/㎡，连历来以价格高地居之的梅溪湖，从区域内的“6字头”，蔓延到周边的“4字头”……尽管大数据一直力证着价格坚挺，还是未能阻止。2月以来，“特价”、“降价”等关键词成为全国范围的搜索热门。

同样势不可挡的，还有购房者“抄底”的强烈意愿，这时候，楼盘不遗余力的价格宣传，似乎既叫好又叫座。

## “6399元起”和“6666元封顶”

近日最火的价格促销，应属龙湖的“10元买高层”，就在乐居君和龙湖人转爆微博、微信的同时，位于高铁新城的万科魅力之城重磅推出了前600名6666元/㎡封顶的精装房源，而万科大张旗鼓的宣传声势，一度盖过了5月万科·金域滨江首次开盘的6399元/㎡起。

“万科·金域滨江从立项之初就很吸引我，‘6399元/㎡买精装房’的广告效果确实打到了我心里。”此话时值5月底，万科·金域滨江即将开盘，一位自喻有点“万科粉”的业内人士这样描述：以我对万科·金域滨江的研究，不管是基于成本，还是区域整体价值，首次开盘所推出的6399元，一定是少数的特价房源。

从真实的开盘情况来看，“XXXX元/㎡起”这招被房企百试不爽，特价的幅度一如“万科粉”所料，并不是一个区域的价格沦陷，最终接近8000元/㎡的均价，证实了大范围的降价并不存在。

购房者小小失望在所难免。但，6399元的惊爆宣传，还是吸引不少万科粉丝闻讯登门。

“相比起‘特价’宣传，‘封顶价’显得更有诚意。”协信长沙公司总经理李键认为，尽管“特价房”真实存在，但推开“特价”的大门，限量供应的背后少不了一批望洋兴叹的粉丝。

## “特价”常有，但降价不常有

根据长沙市房产研究中心公布的数据显示，2014年1-5月，长沙内六区新建纯商品住宅网签均价为6489元/㎡，同比下跌1.72%。其中，5月内六区新建纯商品住宅网签均价为6209元/㎡，同比下跌6.49%，环比下跌6.37%。

公正一点看，网签价格略有下行，但真实的数据并不像唱空者所言。

事实上看，大幅度、大规模降价尚且言之过早，正如某房产网站的新闻编辑所言：“如果说，长沙楼市降价了，那一定是误把广告价格当成了实际价格。”

指定数量的“特价房”并不能反映楼市现状。而不可否认的是，长沙楼市的“特价风波”，的确推起了一波又一波促销高潮。

2月至今，长沙新兴城区、传统城区优惠层出不穷：动辄上百套的特价房，施行价格套餐或价格封顶，首付一成甚至更低……

“从市场的优惠信息里，我们可以发现，项目货源充足，起始价格明显低于均价，特价房源所占比例往往很小，而给出封顶价或者具体的价格区间的房源，通常可以选择的货源都不多。”滨江一号项目营销总监胡健认为，在市场接连而来的促销潮中，特价或者常有，但降价不常有。

■记者 刘婵



周末，客户正在售楼部认真研究项目促销信息。

## 实例

# 你了解特价吗？

同一个区域，同质化产品，甚至同一个楼盘，在广告宣传上，起始价格往往诱人，有时与最高价相差数千元。也正是如此，在不少均价五、六千的楼盘里，我们往往能看到“4字头”、甚至“3字头”的广告。

对此，记者实地调查了几个“特价过”以及“特价中”的房源，在你敞开心扉追逐特价之前，不妨先来了解一下，有多少特价可以去爱。

## 【全线优惠型】

项目：万科魅力之城

万科促销的诚意，在近年来的年底促销中绝对可见一斑，在大品牌齐跑量的2014年，这股诚意逐渐蔓延至全年。

值得一提的是，万科魅力之城作为长沙的东南门户的超级大盘，这600套的手笔并不同于一般的尾货促销和限量供应。记者了解到，首次开盘的魅力之城拿出了近千套90㎡-120㎡精装修房源，而6666元/㎡封顶的优惠价格，仅限于前600名抱团购买的客户。

该项目的销售人员表示，不同于“特价”噱头，也不是边角料房源，6666元的封顶价而且是装修房，意味着在全新开盘的万科项目中，客户能最大可能地挑选到心仪的房源。

据了解，从本周一启动团购宣传以来，短短两天，首次开盘的房源已经迎来300余名客户组团报名。

总结：选择丰富，先到先得，这个可以爱。

## 【部分特价型】

项目：滨江一号

在价格吸引力越来越大时，打出特价牌的项目不在少数，特价房的出现则变得更为频繁。滨江一号营销总监胡健告诉记者：“我们现在正在进行公寓产品的5988元/㎡起的价格促销。”

实际上，滨江一号目前板楼其主力户型的价格集中在6000元出头，唯一的区别是，打出“起步价”概念的公寓产品的单价要略微偏高一点，价格区间约在6000-6300元。

“5988元的优惠宣传在于，项目能通过推出新品，再一次向购房者重申项目的整体性价比。”胡健同时表示，5988元的房源并不算少，且会集中在几个楼层段推出这样价格的房源，而不受户型、朝向等因素限制。“而真正拉开‘特价’与项目‘均价’区别的，只是不同楼层的少许楼层价差而已。”

总结：“特价”幅度小，但性价比高，喜欢滨江新城的可以爱。

## 【限量特价型】

项目：第六都

第六都作为长沙二环路区内用地面积、开发体量均相当醒目的高端项目之一，集合了“大型城市广场”、“大湖景”、“高配比车位”、“低密度住宅”等多项高端标签，而目标客户群定位为金领圈层的第六都，其售价早已破万元。

就在两个月前，一次低调的“8字头”的特价房宣传，打动了不少中高端客户。

“这一波推广中，为数不多的特价房源十分吸引人。”对第六都中意已久的洪先生告诉记者，在这样的折扣下，130余㎡的户型，总价大约便宜了20余万元，售价几乎达到了几年前首次开盘的水平。

记者了解到，像这样的优惠房源只有5套，而在户型朝向上，略为偏北，是为真正的特价产品。而仅有的5套房源，很快被抢一空。

总结：趁之若鹭，谁说中高端客户不在乎性价比？

## 资讯

# 石燕湖旅游度假联盟成立

7月5日，素有长株潭三市“绿色中心公园”之称的石燕湖风景区再一次升级了。在长沙县、跳马镇相关职能部门、省内主流媒体及新老业主的见证下，“石燕湖旅游度假联盟”在佳兆业8号营销中心正式挂牌成立。

据悉，石燕湖度假联盟将联合片区各方资源，抱团打造区域品牌，形成以石燕湖为生态核心的“一心两带六区多点”布局。长沙县旅游局局长指出，石燕湖片区旅游发展将着力打造“长株潭旅游度假一日游”的休闲模式，重点建设石燕湖景区精品旅游线路。

佳兆业8号作为“石燕湖旅游度假联盟”成员单位中的一员，其长沙分公司总经理表示，项目将和联盟盟友为区域发展贡献一份力，为业主朋友提供优质的居住环境和丰富的休闲度假生活。

■记者 刘婵

# 碧桂园山湖城外国语学校揭牌

耗资4亿，筹备5年，两个数字背后，是宁乡碧桂园山湖城的又一次重磅升级：宁乡碧桂园学校落成暨“剑桥国际学校”授牌大典在碧桂园外国语学校歌剧院隆重举行。据悉，这是湖南第三家获剑桥授权的学校，也是湖南第一家从幼儿园到高中15年一站式全面贯彻IB国际教育理念的国际学校。

当天，同步升级开放的，还有全新的销售中心、高端业主活动中心、六台大巴全天候运营的社区交通中心以及主题儿童乐园。

“碧桂园山湖城成了名副其实的宜居大城。”一名业主向记者表示，项目内15万㎡白鹭湖、2000公顷凤凰山森林公园、凤凰酒店、商业街、拓展基地等多项高端配套，让业主享受一应俱全的吃喝玩乐，而社区内成立的交通中心，则保证了业主出行通达。

据悉，碧桂园山湖城所打造的“城里生活”涵盖了室内羽毛球场、台球、乒乓球、棋牌、健身房等；所打造的社区交通中心，将有6台大巴通往长沙、宁乡等多个方向；儿童乐园涵盖儿童城堡、迪士尼主题雕塑等多个项目。

■记者 刘婵

## 观点

协信长沙公司总经理李键：对于理性的投资者来说，在楼市小幅跌宕期，“追涨杀跌”不再是金科玉律，在市场看淡的跌宕时期入手，更有可能接近“抄底”。需要注意的是，这个时期大家手中的资金往往更紧张。“特价”固然显得可爱，同时选择风险小的实力品牌，结合“现金为王”的低首付付款方式，更有利于投资者在有限的资金流下进行“抄底”。

滨江一号项目营销总监胡健：我认为，特价更多的是一种聚焦市场关注度的营销行为。在市场竞争激烈，开发成本较高，利润较薄的情况下，价格既不可能大幅走低，也不大幅上涨，此时，市场出现的少量价格变化，恰恰是市场竞争的充分体现。此时若真的遇到合适的房价，就跟年轻时遇上的姑娘一样，当你回头看的时候，就会发现，当时没有下手是错误的……