

# 朋友圈里的卖房营销

# 黄金 楼市

B04~B08



□半岛记者 江海峰

“双地铁盘,首付5万起,安家青岛”,“过完节是不是感触颇多?叫‘丈母娘’还是叫‘阿姨’,中间只差一套房”,“你我深聊过、努力过,户型图发过,样板间看过,虽无结果,然无对错,往后,记得买房找我”……相信这些话,每天都充斥着岛城市民的微信朋友圈,发这些信息的不是别人,正是楼盘的置业顾问或二手房中介。他们每天都会定时定点发朋友圈,有人说,论文案能力、写作鸡汤的能力,他们绝对可以排进朋友圈人物前三名。

## 现象:朋友圈房产营销话术多,主要有这三类

近几年,网络发展迅猛,几乎人手一部智能手机,而微信也成了人们沟通情感、了解信息的一个重要媒介。在此过程中,各种买房信息也充斥着岛城市民的朋友圈。近日,记者通过调查发现,目前市场上存在的几种房产营销话术大致可以分为三类。

### 1. 以优惠做噱头

在楼市大环境相对理性的状态下,无论是售楼处置业顾问还是二手房中介都深深地明白,优惠是购房者关注的焦点。所以,今年的岛城楼市,各种“工抵房”、“特价房”层出不穷。比如不久前,记者便在自己的朋友圈看到这样一条消息:“总价145万起,带车位(车位价值最少12万),需要的联系我,要知道特价房随时售净!”与此同时,记者还看到一条关于“工抵房”的消息:“市北热销楼盘!最后10套工抵房,折扣史上最低!总价96万起!”

除了这两种房源外,超低首付的房源也在朋友圈常常出现。比如“M6号线将于12月1日开工,××项目距辛屯地铁站仅50米,进阶双地铁TOD时代,首付5万起,安家青岛。”

对此,有业内人士指出,这三种优

惠房源大都是噱头,所谓的特价房和工抵房,不少是一些地角不太好、楼层不优质的房源,本身售价就比较低;而所谓的低首付,也大多是开发商为了快速回笼资金,推出的首付分期,即先支付比较少的部分首付,锁定房源,剩余的首付款在特定时间内补齐。

### 2. 打鸡汤感情牌

“丈母娘经济”最早出自房地产大鳄冯仑的一句笑谈:“丈母娘推动房价”,并在此基础上引申而来,随后被广泛应用至朋友圈卖房方案中。“没房的婚约催什么催,有房的爱情坚不可摧,一席岛城好房,帮您搞定丈母娘”,听上去挺顺口,似乎也当下“先买房再结婚”的理念相契合。对此,市民张先生对记者坦言,自己比较反感这种感情牌:“虽然想买房再结婚,但是把丈母娘上升到这样的地位,着实让人有些不舒服。”

当然,除了这种感情牌,记者在朋友圈还发现了另外一种“心灵鸡汤”:“3年后,你会发现,除了房子,你买的什么都不值了;10年后,你会发现,除了房子,你买的什么都不知扔哪了;20年后,你会发现,除了房子,那些东西都不

是你的了。”对此,市民王女士表示,自己看到这种鸡汤,有时候也会读一读,这种说辞会在一定程度上影响到她是否买房的判断,但她也表示“决定买不买的主要还是钱包”。

### 3. 捕风捉影甚至造谣

近年来,娱乐圈艺人四处买房的消息被不断炒作,这也不断引爆房产从业者的朋友圈。前些年,岛城市南区香港路一楼盘,就曾爆出“黄晓明在顶楼买了一套房带泳池的房子”,近两年,城阳一高端楼盘又被不少中介爆出“郭德纲、范冰冰等在此买房”的消息。无论消息是否真实,这些消息在一定程度上起到了对楼盘进行相应宣传的作用。市民王小姐告诉记者,自己不久前就定了城阳一高端楼盘一套300多平方米的房源,和某演艺人士住同一个小区。

除了依托演艺圈人士宣传项目外,不少房地产从业人士甚至不惜代价,以地方性政策的变动大说特说。比如在岛城,最常见的便是造谣西海岸将放开限购,再不“上车”就来不及了。对此,业内人士提醒,购房者看到此类言论时切勿盲目跟风,一切以官方发布的消息为准。

## 业内: 销售压力驱使营销话术 预计年底新房降幅或扩大

“由于去年上半年行情不错,不少开发商去年下半年拿了不少地,加上销售业绩的驱使,面对目前的态势,只要采取降价模式。在这种模式的基础上,配备各营销话术,博人眼球,鼓励人们买房。”一名在岛城某品牌房企任营销总经理的王先生告诉记者,在如此的行情下,无论从哪种营销话术,能卖出房去才是最终目的。当然,他同时表示,一些中介针对解除限购的造谣,也在一定程度上伤害了楼市的正常发展。“希望广大购房者能不信谣、不传谣,买房前做一个理性的判断。”

岛城著名楼市分析专家张斌表示,去年下半年土地成交较多,今年上半年新建项目增多,因此今年下半年开盘项目较往年多不少,市场竞争也因此更加激烈。“马上到年底,11月是各大开发商冲刺业绩的重要节点,所以预计后期各种营销话术会更多,而优惠政策也会增多,预计新房市场整体的价格会继续回落”。

## 调查:大肆营销的楼盘大都在近郊,中介卖一套可赚数万元

近日,记者在翻阅微信朋友圈时也发现,营销话术比较多且有特点的楼盘,大都位于近郊片区,其中尤以西海岸的老胶南片区、胶州及即墨蓝谷居多。“这主要有两个原因,一是这些片区同质化房源较多,为了突出重围,不得不创造一些营销话术;二是这些楼盘大都采用了包销或分销模式,在此模式中,各中介使用朋友圈营销法,来博人们的眼球。”岛城楼市分析专家张斌表示。

一名从事该行业多年的陈经理告诉记者,目前不少经纪门店开始主营新房业务了,一是由于二手房行情不好,二是因为即墨、胶州等地的新楼盘给出的佣金比较高。“现在我们已经把主要精力放在新房项目上了。胶州有些楼盘卖一套房可以给公司返三四万元的佣金,蓝谷一带有的楼盘一套能给到五六万元,这些钱里,公司扣除50%,剩下的50%就是我们自己的,卖一套房基本能赚个两

三万元。而且只要介绍过去签单成功就可以,剩下的我们就都不用管了。”

相形之下,岛城主城区一些二手房的佣金却没有那么可观。“一般来说,一套二手房的佣金是房屋售价的3%,比如卖一套200万元的房源,公司可以收6万元的佣金,我们可以拿到3万元。但目前这个行情二手房并不好卖,而且这期间不断要一遍遍看房,还要谈合同、定价格、帮跑贷款、带办网签等等,非常麻烦。”陈经理说。



扫码关注  
半岛房产  
微信公众号



扫码加入  
半岛购房  
俱乐部