

“南京楼市竞争力排行榜”系列报道之九

一线操盘手 谈楼盘竞争力

市场叫座,百姓说好,才是核心竞争力

人与人之间的较量 错失时机是最不可原谅的失误

南京福舍投资公司总经理 史东



核心观点:所有竞争,归根结底还是人与人之间的竞争。如果时机把握不准,营销策略也有可能成为一个缺乏后劲的弱势楼盘。

“说白了,能不能对市场做预期判断,这最能体现一个项目的市场竞争力。”谈到楼盘的竞争力,有多年楼市操盘经验的史东认为,如果时机把握不准,营销策略不得当,楼盘从一开始就有可能被淘汰出局,成为一个缺乏后

劲的“弱势楼盘”。

史东说,比如,在城中某项目本来拥有绝佳地段,定位也是高品质项目,结果在推盘时机上一推再推,导致遭遇了市场不景气,不得不低价开盘。对于一个职业操盘手来说,丧失对市场的天生敏感,将导致楼盘竞争力的缺失。

史东认为,这是在操盘过程中,最不能原谅的失误。此外,他认为楼盘定位要与楼盘的品质符合,与市场的时机符合,与准客户群体的购买力相符合等,因此定价策略与时机选择同样重要,它对楼盘市场竞争力也有直接影响。

如果从产品方面来衡量楼盘的竞争力,那就要从两个方面着手:一个是楼盘的硬实力,即需要花成本的地方,如楼盘选用的材料要高档,规划、设

计等要舍得投入等。第二是产品的软性竞争力,具体体现在户型等设计创新方面,在同样的投入情况下,这些可以调整的环节,谁做得更精细化,则这个楼盘就会在竞争中赢得更多主动。

“除常规的衡量竞争力方法外,还可以通过开发商、项目品牌知名度,以及项目合作伙伴的选择等侧面,来观察一个项目的竞争力情况。”史东举例,一个项目的合作伙伴,如代理公司、建设单位、物业公司等,选择的都是有实力的单位,那这个项目的竞争力自然有更多的保障。

“所有竞争,最后归根结底还是人与人之间的竞争。”一个项目的总体统筹运营者,项目各个环节执行者的水平,将最终决定这个项目的竞争力。 快报记者 许延正

价格合理甚至让利 这就是一个楼盘的利器

国信地产江北北项目营销负责人 戴波



核心观点:楼盘的竞争力首先来源于对市场的预判。市场上仍然存在不少短视做法,这些企业开发的楼盘当然不具备竞争力。

在总结项目运营经验时,戴波在对待竞争力问题上认为,对市场的预判非常重要,其中不但包括对时机的预判,还有对居住需求的预判,产品要最大化满足以人为本的居住需求,满足不同层次、类型的居住习惯。

“如果从细部来衡量楼盘竞争力,具体就应从产品区位、产品研发、开发商实力,以及价值价格等角度着手。”戴波认为,地段(区位)因素应包括楼盘所处区位内的交通情况、生活便利程度、生态环境、人文教育、周边产业、

未来规划等诸多方面。一个有竞争力的项目应根据区位优势条件,市场需求,来规划相应产品,或是繁华的商住楼,或是依山临湖的别墅,或是超级居住型社区。此外,要做有竞争力的楼盘,还须在产品研发上做较大投入。他认为,开发企业要从楼盘规划、建筑风格、户型研究、园林景观、节能保温、产品创新等方面都潜心研制,并充分考虑消费群的居住习惯、心理倾向等,才能设计出优秀产品。

“开发实力决定一个项目能走多远,这也是体现楼盘竞争力的重要参考指标。”地产开发是高投入、高风险的产业,对普通购房者来说,房子是高消费商品,开发水平低下、管理混乱、资金缺乏的开发企业建设的楼盘必然存在巨大风险。此外,楼盘的价格与价值是否相符,楼盘开发成本控制是否合理等,都是楼盘竞争力的参考要素。

“售价合理甚至让利百姓,是楼盘的销售利器,也是楼盘增值保值的有效保证。”戴波认为,那些短视的开发企业会谋取不当得利,其楼盘当然不会是竞争力楼盘。 快报记者 许延正

性价比的最高境界 客户感觉不是花钱而是赚钱

弘基营销副总经理 陈捷



核心观点:楼盘的竞争力关键在于性价比。但是,性价比不是一味地指价格低,而是在这个价位上能得到的更多。

何谓性价比?在陈捷看来,当前的市场环境下,楼盘的竞争力关键在于性价比。“市场越不好,客户的眼光就越挑剔,要赢得客户认可,提高产品的性价比,尽可能给购房者更多实惠是唯一的途径。”他说,“最高的境界是让客户感觉不是花钱而是赚钱。”要做到这一点,需要三个阶段的努力。 首先是选地和项目定

位阶段。正如李嘉诚所言“地段、地段,还是地段。”陈捷认为地段是楼盘竞争力最重要的因素。“不管你的产品有多好,最终都要通过地段来承载。产品做得再好,地段不合适也不行。”他说,选择一块好地是成功的起点。同时要注意的是一定要考虑地价,控制好成本,把其控制在可承受范围内,并与项目的定位结合考虑,这是保证高性价比产品的前提。

第二阶段是项目规划建设阶段。“性价比不是指价格低,而是在这个价位上能得到的更多。”陈捷认为,过硬的产品是一切的基础,只有把户型、景观、配套等一系列的东西做得精益求精,才能应付客户越来越挑剔的眼光。不过要强调的是,性价比最高不等于最好,不能一味地追求完美而忽视了客户的承受能力。在此阶段同样要特别注意成本的控

制。同样的设施,只要把控制好是完全可以降低成本,同时满足其功能性的。

第三阶段是销售阶段。价格是体现性价比的关键之一。保持清醒的头脑,正确地判断市场形势,合理定价才能让产品的性价比更加凸显,这点在当前的市场环境下尤为关键。定价也是产品的竞争力得以体现的关键环节。

在做好产品的前提下,陈捷认为,楼盘的竞争力最终体现服务上。当前的南京楼市,万科的物业服务、长发的个性化创新、朗诗的科技前卫各具特色。但是,决定品牌的影响力、竞争力,真正能树立起企业良好口碑的还是在优质的服务。目前来看,万科在这方面走在了前面,很多楼盘也在不断提高服务水平。但无论是南京还是中国房地产的发展都比较稚嫩,要走的路还很长。 快报记者 文涛

邀你参与

竞争力楼盘 继续接受市民票选

“2008南京楼市竞争力”评选活动进入市民投票阶段以来,已经聚集了诸多市民关注的目光。近期时间,不少市民以热线和投票方式,参与竞争力楼盘评选的互动。

作为年终南京楼市最大规模的评选活动,“南京楼市竞争力排行榜”的评选活动以线上投票和线下点评的方式相结合,推选出多项竞争力大奖,以及别墅、商业地产等单项奖。购房者可以通过不同侧面了解楼盘真实的竞争力,对选购房房有一

定的参照意义。

楼盘是否具有竞争力,购房者最有发言权。谁最终荣膺“竞争力楼盘”的桂冠,也将在很大程度上取决于购房者的投票结果。精彩仍在继续,火爆不断上演。请点击江苏都市网投票专区,为您喜爱的楼盘投上一票。

投票登录 www.js.cn, 点击“2008南京楼市竞争力排行榜”。 投票热线:84783545 84783529

快报记者 许延正

奖项设置

- 十大最具销售竞争力楼盘
- 十大最具品牌竞争力楼盘
- 十大最具产品竞争力楼盘
- 十大最具稀缺资源竞争力楼盘
- 十大最具竞争力高端项目(具体分为别墅类和商业项目类)
- 十大最具竞争力企业
- 圆桌武士荣誉勋章

本版漫画 俞晓翔

百家湖国际花园

收藏最后这片湖

660000 m²原生态纯净百家湖, 81—129m²绝版湖景房, 0距离水岸生活, 演绎国际格调!

别人在艳羨时, 你已拥有! 别人在向往时, 你已在享受……

百家湖边最后一片瑰宝, 一个对临湖豪宅的终极梦想!

本周特惠! 首付9万起

双地铁纯水岸 81-105m²两房、129m²三房精彩呈现, 房源紧俏, 敬请把握!

52100777 52100888

接待中心/江宁开发区利源中路95号 http://www.ig100.com.cn

时光皓韵

双地铁站口, 左右都市节奏

主城一站式地铁大盘, 6980元/m²起价·88m²两房三房灵动空间, 随心所欲

向左, 瞬间触及上城繁华; 向右, 直线链接新城境界。

时光皓韵, 独享安德门站与小行站双地铁站口, 1.9元直抵新街口、鼓楼, 一站式畅享全城繁华, 都市生活任您掌控!

025 52441010 / 52441616

项目地址: 小行路28号 | 开发商: 南京领源房地产开发有限公司

- ◎紧邻地铁1号线 / 一站式畅享全城繁华, 便捷实实在在
- ◎1.8元起价 / 9分钟直抵新街口, 精打细算每天生活
- ◎稀有配套 / 南师幼儿园进驻, 明基医院、华联超市、银行等环绕
- ◎专属通道 / VIP专属快速直达地铁, 无惧风雨, 人车分离保障安全
- ◎双地铁站 / 兼享安德门站、小行站便利, 左右地铁时光
- ◎实力保障 / 地铁公司控股开发, 品质保障, 买房无忧
- ◎科学户型 / 88m²精致两房, 双卧朝南, 可自由组合为二房空间
- ◎1.8米宽景阳台 / 超宽景阳台与落地窗尽收满眼阳光
- ◎专属“健身中心” / 运动场、网球场、品牌健身房等一应俱全
- ◎坡地景观 / 独有绿色生态坡地内景, 幸福生活与山水相伴