

只有想不到没有做不到

黄金岁月

1998年全国房改取消了福利分房制度,一场与楼市相关的,发生在买卖双方观念变化也悄然开始。

2000-2002年开发商开始试着宣传起自家的楼盘,有些老百姓也有点勇气贷款。

2003-2004年伴随着楼市飞速前进,有房成了一个非常重要的生活品质指标。

2005-2007年楼市波浪线起伏,房价没有停止上涨,开发商更精明了,购房人压力更重了。

2008年再次经历风浪的开发商更着眼于产品力打造,而购房者也更看重品牌与物业这些楼盘软实力。

卖房观念——

搭建售楼处
形象缔造登上舞台

很难相信,10年前房地产企业卖房根本不需要售楼处,摆张桌子一摞纸笔就可以卖房。

“没有销控表、没有样板间、没有单套房源的模型,只要凭售楼员的一张嘴和几件简陋的销售器材,就可以让购房者出手。”一位资深地产策划师回忆,最初的销售现场是粗糙的,房地产企业也不愿意为此投入成本。

不过,外来企业开了个好头。仁恒、万科等地产企业来到南京后,售楼处有特色并且装修精美,大部分企业开始意识到,售楼处是企业留给购房者的第一印象,尤其对卖期房,至关重要。

主题营销
卖房花样层出不穷

早年的房地产开发是清一色的筒子楼,直到仁恒梅花山庄的“住在风景里的童年”,人们第一次对居住有了幻想,且有勇气迈出城墙。

另一标志性事件是,典雅居第一次请来名人代言,而后金轮、苏宁沿袭这一手法。朗诗节能住宅试住;万江共和新城民国秀;奥斯博恩庄园的运动主题都颇为成功。



《金楼市》组织的广告奥斯卡是第一个关注楼市营销创新的评选活动

事件营销
影响力不二法门

2005年,长发中心开盘,长发地产别出心裁请来陈鲁豫、窦文涛两位名嘴,与长发董事长吴建平现场论剑,上演了一场现场的锵锵三人行。

产品营销
做好品质才是王道

2008年,楼市一蹶不振,而当年年底开盘的金地南京却逆市飘红。九重院落、50%的绿化率,人性化的户型设计,极具创意的顶层复式和一楼带采光地下室,都让南京人眼前一亮。

无独有偶,2009年的仁恒江湾城开盘,引来数千人排队买房。其在产品上精耕细作,首家全装修、全新风、全地暖等五大系统的成品房,也是不少人一掷千金的唯一理由。用心做产品的企业也更多了。

买房观念——

贷款买房
慢慢懂得巧用银行钱

最初的南京人买房,是用2万-3万元买下房改房的产权,不仅没有贷款概念,甚至不愿意借钱,攒够了一次性付清。

2001-2002年,银行开始推行按揭贷款。十几万一套的商品房,对不少市民来说还是天价。四五万的首付凑齐尚且拮据,更何况十几万的银行贷款,多少年才能还清?

总有第一个吃螃蟹的人。从筒子楼里搬进了高档社区,甚至随着工资上涨、房价上涨,通胀率早与银行利息相互抵消,提前还贷后还能赚一笔。居住条件越来越好,贷款买房也越来越深入人心。

买房投资
全民炒房时代到来

早年间人们对房子的概念只有居住,多买了两套房的,也是为儿子准备为防老准备。直到2003-2004年的第一轮房价疯涨,一部分人意识到房地产投资有利可图,而另一部分更聪明的人,则早在2000年左右就开始下手。

2003年前买房的,保守估计手中的房产最少涨了三倍,他们不仅为自己赚到了舒适可住的房子,亦可保下半生衣食无忧。即便在2005-2006时段买房的,也足足赚够了一票。

实际上,从2003年起,南京市场上的投资客逐渐多了起来。即便不为了赚钱,在通货膨胀的时候,房产尚可保值。

婚房之惑
年轻人不能承受之重

上世纪90年代的婚姻,一对年轻男女可能会为分到一套房子而结婚,也可能为分到房子而假离婚。过去十年,房子更成婚姻的必要条件。前几年有人称“未婚女青年推动房价上涨”,又有经济学家语出惊人,称丈母娘要求买房是比刚需还刚需的特刚需。

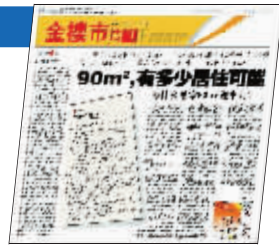
在2004年以后的南京,买不起房的小伙子不敢谈恋爱,更不敢求婚。

集资建房
好似镜中花水中月

2004年开始,“个人集资建房”的势头开始在全国蔓延,并在温州、深圳付诸实践。

同年底,以邵角为代表的“我爱南京自建团购俱乐部”应运而生,南京有了自己的自建民间团体,并在此后的两年先后公布南京在售楼盘的价格成本清单。

但即便声势浩大,到目前为止,个人集资建房在实践中因困难重重,南京并没有民间个人集资建房的成功范本。倒是南京大学等单位牵头的集资建房颇见起色,价格也比周



《金楼市》一直引导置业新风向

边房价低了半数以上。

品牌
奢雅每年更进一步

早年的南京人买房只看户型、朝向,对社区规划等关切甚少。但不知不觉中,还是有一批人,笃信品牌力量,因此成就了本土一批老牌企业。

除了栖霞、银城和早期的仁恒、万科、中海、金地、招商、雅居乐等随后陆续入驻,到2008-2009年,新鸿基、九龙仓、恒基等房企挺进。南京人对品牌体验空间空前开阔。

物业
服务观念渐入人心

如果不是第一批顶级物业公司的到来,南京人对物业的概念还停留在看门收费的阶段。民间达成的共识是,一座楼盘最初是以产品品质取得市场称道,后期物业服务优质的楼盘会比同品质楼盘升值高出10%以上,租金也更高。

快报记者 杨连双

祝贺《现代快报》创刊10周年

大厦居珠江路之侧,185x米绿地全城

毗连紫金山,么云湖,揽下整座都市

自然与灵气兼备在亲

笑看繁华,是介在所在

望华心而居,得天德景

2

一期200套开盘售罄
二期50套 10月25日隆重开盘

● 华利国际景观现房,定制式装修服务 ● 一期9月27日开盘,200套抢购一空 ● 二期即将开盘,50套80-170㎡国际景观公寓

A 106.02㎡

三房两厅,时尚时尚
双阳台双卫双书房,在在在在。



A1 88.45㎡

三房两厅,时尚时尚
空间美学完美体现,在在在在。



● 珠江路笔触地段,高政要地,演绎城市主场生活 ● 新世界集团,国际巨擘,倾力钜献 ● 成品现房,实力呈现,荣膺雨世 ● 高商圈,生活圈,掌控财富,远见未来
● 百年名校,碧波玄武,静伴其侧,尽在掌握 ● 动态玻璃幕墙,5700高速电梯,……顶级配套,国际化典范 ● 当天交楼,实景现房,实景现房,实景现房,实景现房,实景现房

华利国际
HUALI INTERNATIONAL
珠江路 成品地标

接待中心 珠江路华利国际(新世界中心斜对面)
投资开发 南京华威房地产开发有限公司

尊享专线 84705666 / 83616677
营销代理 江苏金立威房地产咨询顾问有限公司