

70个大中城市10月份房价指数出炉——

“南京房价环涨0.3%”有点对不上

快报讯(记者尹晓波)9月份南京房价环比微涨0.1%,10月份呢?昨天国家统计局发布了70个大中城市的10月份房价指数,销售价格同比上涨8.6%,涨幅比9月份缩小0.5个百分点,环比上涨0.2%,其中南京房价同比上涨3.8%、环比上涨0.3%。业内认为,与9月份相比,南京房价延续了涨势,且涨幅

略有扩大,但这一数据因为统计口径的因素,并不能代表南京楼市的真实情况。

国家统计局的数据称,10月份,南京市房屋销售价格同比上涨3.8%、环比上涨0.3%,其中新建住宅同比上涨7%、环比持平(涨跌为0),二手住宅同比持平、环比上涨0.7%。另外,体现到90平方米以

下住宅的房价上,涨幅也不大,具体为:90平方米以下新建住宅价格同比上涨9.2%、环比上涨0.1%,其中商品住宅同比上涨12.8%、环比上涨0.2%,新建普通住宅上涨14.7%、环比上涨0.2%。

“统计的房价依然是涨的少。”满堂红置业(南京)公司董事、副总经理袁小玲说,“实际房价上涨幅

度应该在5%左右。以二手房为例,从我们公司10月份的成交单价来看,12000—15000元/㎡之间的二手房成交量占比最多,为31.4%,与9月持平;15000—20000元/㎡的成交占比为20.93%,较上月上升了7.54%,带动了整个均价的上涨。”

同样,南京中原地产统计的数据是:10月份,南京市新商品住房

成交均价为11907元/平方米,环比下跌1.9%,同比是上涨了33.47%。而国家统计局的数据是“同比上涨3.8%、环比上涨0.3%”。

有业内人士表示,每次都觉得国家统计局的数据和南京实际情况对不上,这已经习以为常了,购房人关注自己想买的楼盘就行了,房价涨跌冷暖自知。

2010年南京楼市:甬看房价看搞怪

调控之下,楼市玩上了“搞怪营销”。在房价或涨或跌的嘈杂声中,一些开发商全然没理会房价这一茬,今年南京楼市炒作不断,昨天网友总结的“2010南京楼市十大恶搞事件”全新出炉,其中“阿玛尼盘”、“西瓜盘”、“火车头盘”等搞怪楼盘均被一一盘点榜上有名。这边才出了“榜单”,那边又有要“上位”的。昨天江宁一家楼盘售楼员领了提成后,现场“晒钱照”也被很给力地在微博上曝光了,开发商连称“这是代理公司员工闹着玩的”。

□快报记者 尹晓波

先来排一排 今年南京楼市10大搞怪事件

1. “阿玛尼”盘

描述:8月份,城中某楼盘售楼人员全身上下一身阿玛尼行头,玩起高端路线,有网友戏称:“售楼员有了这样的行头,购房人买一套都觉得丢人”。此后,该楼盘“后院起火”,代理公司被炒鱿鱼。

点评:炒作引起关注,楼盘售楼处也确实漂亮,但是花这么多钱,最后埋单的还是购房者。

恶搞指数:★★★★★

2. “我不是来买房的,我是来吃西瓜的”

描述:“国十条”新政后,有网友上传了5月份开盘的河西某楼盘,看房人只吃开发商提供的西瓜而不买房的照片,并将这家楼盘调侃为“西瓜盘”。一时间,“我不是来买房的,我是来吃西瓜的”成为网络流行语。

点评:这个现象记录了今年楼市两个重要关键词:调控和观望。

恶搞指数:★★★★★

3. “房二代”买个房子来玩

描述:8月份,河西某盘的买房者出现很多年轻新贵,他们完全对价格没有概念,只根据自己的喜好买房。这一群体后来被冠以“买房富二代”的标签大肆恶搞,并派生出“房二代”之说。

点评:买房如果成为一种显富的手段,这类群体被贴上的“标签”就不仅仅是恶搞,更是警示。

恶搞指数:★★★★★

4. “谁不买房谁是傻瓜”

描述:10月份,南京房展秋交会请来了房地产的两位大佬:潘石屹和任志强。论坛上,一人唱白脸一人唱红脸,潘石屹说,“要买房听强哥的”,而任志强则抛出“著名论断”——谁不买房谁是傻瓜。

点评:任志强的论调,让买不起房的人深恶痛绝,但房价持续上涨成为不争的事实。

恶搞指数:★★★★★

5. 为冲排名,开发商狂刷帖

描述:10月份,河西某楼盘为了在某网站的论坛论坛里冲排名,将一个帖狂刷数万次,留言数千条,而多数留言整齐划一,明显借用了一些发帖软件和幕后推手。开发商这场恶搞,成为业内一大笑柄。

点评:炒作本无可非议,但这种急功近利的恶炒,让人非常反感。

恶搞指数:★★★★★

6. “温州太太团”

描述:4月份的新政之前,在江北率先单价破万元的某楼盘,来自温州的太太们组成了购房团,一口要吃下几十套房源。在新政之后,这家楼盘成为“速冻水饺”,销售停滞。

点评:炒房团几乎成为房地产投机的一个代名词,“太太团”是温州炒房团的另一个新标签,其中也体现了各方对投机炒房的复杂心态。

恶搞指数:★★★★★

7. 2012,你住哪里?

描述:“如果明天是2012,你住哪里?”江宁某楼盘打出了这一广告宣传语。这句恶搞被指影射了灾难片电影《2012》,由此引发的争议很大,也被人抱着娱乐精神来欣赏。

点评:如果真有电影讲述的2012年,那住哪里都无所谓了。

恶搞指数:★★★★

8. 房价回到2008年

描述:4月新政之后,城东某楼盘打出了“时机回到2008年,裸价降到万元以下”的巨幅广告。如果裸价降到万元以下,岂不是城东紫金山的房子要卖出江宁、江北的价格?现在来看,显然不是的。

点评:开发商借装修名义明升暗降,实为抢夺眼球,争取跑货而已,实质上消费者没得实惠。

恶搞指数:★★★★

9. 非房勿扰

描述:网上疯传恶搞的视频《非房勿扰》,大量取材于《非诚勿扰》节目中的幽默配音,以及“闫凤娇”、“富士康”、“大蒜”等热点元素的巧妙运用,讲述了很多“80后”关于房子的辛酸经历。

点评:开始,想笑;后来,想哭。一个恶搞引起广大网友共鸣,只能说明现在的房奴真的很多。

恶搞指数:★★★★

10. 火车头变身售楼处

描述:江宁某楼盘拖来一辆破火车头,改造成为售楼处,这种故意恶搞的火车头造型,让购房人觉得“很先锋、很雷人”,而作为地铁附近的楼盘,配以火车头来做售楼处,挺像回事。

点评:虽然搞得很另类,但这样的“恶搞”似乎也不错。

恶搞指数:★★★★

再来看一看 昨天爆出恶搞之“第11事件”

昨天在新浪微博上,一幅几名售楼员笑嘻嘻“晒钱玩”的照片曝光,引起了网友强烈反应。照片显示,在一家楼盘(江宁某楼盘)的沙盘前,三男一女4名穿着公司统一服装的售楼员,每人手上展开了一沓子钞票,面对镜头,一副毫不在意的样子,随即有网友将之列为南京楼市“最新恶搞之第11事件”。

一些网友看到照片后开始

浮想联翩起来。有网友说,估计是现在房子不好卖,当月的房款都直接给销售员发奖金了,等不到年底计算提成了。有网友甚至像知情人士一样跟帖说:“这家楼盘发现金提成的具体情况是:第一天认购,第二天发钱!”

记者联系上这家楼盘的开发商,一名相关人士也承认是有这么一回事,但不存在房子卖不

掉临时拿认购的钱发提成的,而是销售代理公司正常晚上发提成,几个售楼员拿到钱后,在沙盘前拍着玩。

有销售代理公司人士说,在房地产市场低迷时,因为资金周转困难,存在刚刚收了客户的认购金,立马给销售员发工资和提成的现象,这主要是对员工来点刺激,稳定军心,也是怕员工走人,但这无法从根本上解决房子

难卖的窘境。

“事件营销,说白了也是毒药营销,有时吃力不讨好。”一家策划过多次雷人广告的代理公司人士说,这次的售楼员晒钱事件,不管是不是闹着玩,都形成了“搞怪效应”,必然带来对开发商的“负面效应”,比如对年底开发商资金到底紧不紧的猜测,下一步是否会有楼盘大幅降价等。

»搞怪事件,有照为证



“非房勿扰”



“我不是来买房的,我是来吃西瓜的”



“火车头售楼处”



“晒钱咯”

本组图片均来自网络,请原图片作者与快报联系,领取稿酬。

»业界观点

“地产娱乐化”荒唐营销必遭骂

“地产早就被娱乐化了。”南京网博研究机构总经理孙海说,在楼市混沌的乱象下,这些搞怪营销是对今年南京楼市的一个总结和缩影。面对跌宕起伏的楼市调控,很多楼盘“玩出位”,甚至玩出了火,成为茶余饭后的笑柄和谈资。在地产娱乐化的背后,也给地产营销提出了新的命题:到底什么样的炒作方式才不被骂?

有业内人士认为,南京的地产炒作向来是比较媚俗、恶俗的,比如之前的“鸟巢寻找精子”、“想艳遇吗”等庸俗不堪的广告词,开发商想制造轰动效应,有时到了无所不用其极的地步。但是,如果靠“低俗”出位等荒唐营销方式作为噱头,只能是破坏了企业自身的形象及品位,也必然遭来骂声一片。