



区域竞争升级 楼市接连上演“奇葩”事件

在南京楼市的热门区域,楼盘之间竞争激烈,开发商们更是十八般武艺悉数登场。对于这些五花八门的“奇招异术”,记者也做了分门别类,有“飞机稿”打口水战的,有楼盘之间结盟抱团的,有雇佣网络水军拆台的,有小蜜蜂到竞争楼盘截客的,有短信抹黑对手的,有拔对方道旗破坏导示牌的,还有在对手开盘时故意去占对方车位的……现代快报记者 胡海强

奇葩事件 1

自制“大比拼”榜单 “空调盘”强拆同行台

被业内戏称为“空调盘”的奥克斯钟山府,在继“占领”保利紫晶山售楼处后,在近日又干了一件奇葩事,这件事在微信朋友圈传开了,微信中的图片显示,奥克斯钟山府自制了三幅“大比拼”的画面,将自家楼盘与同区域内三家竞品楼盘做了最直接的对比,画面中故意隐去三家楼盘的名字,以“A、B、C”替称,造成各种猜忌。

记者注意到,这三幅画面中,无一例外地对奥克斯钟山府进行了“高大上”的描绘,用“科利华中学、南师附小双名校学区”、“龟山公园、仙鹤公园双公园”等说辞宣传自己,形成鲜明对比的是,三幅画面上进行大比拼的三家竞争楼盘,几乎被描写得一无是处,直接用上了“都到尧化门附近了,还好意思谈环境”“辐射懂吗?生化危机总看过吧?你懂的”等言辞犀利的语句,对竞争楼盘进行调侃。在奥克斯钟山府售楼处,记者见到了这三幅宣传画,均放置在售楼处醒目位置,当询问对比的楼盘名称时,现场一位置业顾问是一副“你懂的”的样子。随后,记者采访了一位刚从售楼处出来的购房者,询问他对此事的看法时,这位购房者表示:“对比有点夸张,这几家楼盘我都去过,各有所长,也各有所短。”

对于互相拆台的做法,业内人士一致表示不可取。“过去打价格战,磨磨嘴皮子倒也没什么,现在这样做只会两败俱伤,市场竞争虽然激烈,但合作才能求生存。”城北一楼盘营销总监如是说。对于奥克斯钟山府的做法,一位匿名开发商负责人直接表示,这是他看到的最具“创意”也最彻底的宣传,通过贬低他人来达到炒作、推销楼盘的目的。



奥克斯钟山府自制的三幅“大比拼”宣传榜 资料图片

专家点评

练好基本功才是正道

南京林业大学城市与房地产研究中心主任孟祥远也认为此举不妥:“奥克斯钟山府这次直接PK城东三家项目,大有对方一无是处的意味,我认为,这三家也有不少长处,那空调盘是否有虚假宣传和不正当竞争呢?如果空调盘所言不虚,那人家业绩好过自己,操盘是否需要反思?做好自身,练好基本功才是正道。”

奇葩事件 2

导示牌被破坏 河西南“火药味”弥漫



招商地产一工作人员的微信截图

竞争激烈的河西南部,进入该区域的一个路口是河西南楼盘的“兵家必争之地”,五六家楼盘的“小蜜蜂”把守在这个路口,并竖起各自案名和方向的导示牌。本来各家相安无事,但在近日,这一局面被打破了。

日前,招商地产的一位工作人员在微信朋友圈“放大招”,斥责有竞品楼盘不懂文明礼貌。记者了解到,此事源于招商雍和府的导示牌倒在了地上。从现场来看,导示牌发生了变形,很可能是人为蓄意破坏,“在这里文明礼貌不一定可以换回尊重。这里没有曾经的和谐共赢,在这里每天都要检查自己的导示牌是否健全,一个只有案名和方向的导示牌成了每天必遭破坏的对象。”招商雍和府的工作人员无奈地表示,并表示“如再发现加

倍奉还!”该事件的另一位主角,同区域的正荣地产回应说,之所以这样做,是因为招商地产在这之前不但堵了他们的门,还拆了他们的围挡和岗亭……

对此,一位开发商负责人告诉记者:“一个区域就这么大,这么多楼盘扎堆,想要从有限的客户群里,分得一块蛋糕,把数据搞得漂亮一点,大家都拼了。”与此相反的是,高新区板块6家开发商结盟,共同促进区域内的配套升级,发行区域通用的“优惠卡”的做法,得到了业内的不少好评。“相对于区域内的其他竞争手段而言,开发商选择合作是一个比较理性的做法,可以相对缓和竞争激烈的气氛,但结盟能否给购房者带来实惠,还要看开发商的‘真情实意’。”世联行市场研究部邵熙智认为。

律师点评

恶意诋毁、虚假宣传或涉嫌不正当竞争

资深律师刘春阳认为有的开发商是“徘徊在触犯法律的边缘”。“有些言论和宣传明显是出于个人目的,甚至未经任何调查核实程序,其内容无任何事实依据,纯属主观臆想,而有关诽谤言论或者宣传被传到网上,造成大量点击、浏览和转发的话,将会给竞争对手声誉造成严重损害,受害方可以追究对方的法律责任。”“将不存在或者不确定的内容作为楼盘既成事实进行宣传,使楼盘在与邻近的楼盘竞争中,获得极大的竞争优势,导致他人误解的行为,是构成虚假宣传的不正当竞争行为。”刘春阳表示。

“城会玩”,首届水花音乐节即将来袭 这个夏天来滁州1912“爽个够”!

近日以来,随着气温的连续上升,南京显出了“火炉”的本色。为了应对酷暑,南京的各大商业综合体也都使出绝招。继此前的1912泡泡派对之后,8月份,滁州1912的水花音乐节也将开幕,为这个夏天带来一份清凉。不仅如此,不少商家也推出了低至五折的优惠力度,滁州1912在售的理财商铺更是给出超过17%的年化收益。

“理财金铺” 可享17%年化收益

在滁州1912购物中心的强势运营之下,其旗下的“理财金铺”也频频获得热销。“总价低,回报高,而且都有产权”,一位在滁州1912刚刚买下一套商铺的钟女士分析认为,像滁州1912这样已经进入实际运营,即买即享租金收益,并且有产权的商铺更有保障,她去年7月份就到滁州1912看过了理财金铺,当时看了没有出手,今年3月份又来了一次,直到上周又来一次最终下定决心购买,她说这个项目她从工地看到目前的成熟运营,觉得彻底踏实了才买的。

据悉,滁州1912采取的是终身包租的形式,一套商铺的总价在30万左右,但在优惠之后,购房人只要首付10余万就能轻松投资一套商铺,而除了每年8%的稳定租金收益外,在第十年通过回购的方式,购房人更能够享受到高达17%的年化收益率。钟女士以自己这套原价30万的商铺为例算了笔账,她只支付约11.4万元的首付款,就可以享受到一年近2.4万元的租金收益,“现场我也考察过了,每家商铺人气都很旺”,钟女士如是说。

据悉,滁州1912还与有深厚国际背景的品华集团合作,打造了滁州首家全球同步的奢侈品集合店——PACOWIN,这意味着滁州市民在家

门口即可享受价格与欧美持平、商品与全球同步的国际大牌购物体验。

五折优惠 力度可降温消暑

虽然连日以来南京的气温已经开始往37℃猛蹿,彰显了南京作为“火炉”的本色,但是滁州1912却人气不减,不少商家纷纷给出了低至五折的优惠力度,让市民在这里能够购物购到“爽”。

据悉,滁州1912总投资12亿,其中用在雕塑、景观、灯光方面的投入就超出了4000万,入驻滁州1912购物中心的98个品牌,其中48个为首次进入滁州,70%品牌都是一、二线

城市名列前茅购物中心的热销品牌。此外,在1912一向强势的酒吧娱乐配套方面,知名娱乐公司诺亚方舟娱乐集团旗下的菲芑酒吧,现已强势占领滁州娱乐王国顶端,滁州1912已经成为滁州人气最旺的商业中心。

事实上,继7月份的1912泡泡派对之后,滁州首届水花音乐节也将来袭。据悉,届时户外舞台与泳池结合为一体,音乐、舞蹈引爆全场,果然“城里人就是会玩”。在购物方面,即日起到8月9日,部分品牌特区全场5折,绝杀优惠力度为市民在这个酷暑降温。好多客户来滁州不但投资了商铺,并且还在这里买了不少比南京便宜很多的品牌产品。

独家优惠

凡现代快报读者,下定即可享独家特别优惠及精美礼品一份。

您可乘坐现代快报周末免费看房车前往售楼处,或自驾前往(自驾读者可享受交通补贴)。

24小时报名热线:
4001881912