开发商的小动作

朋友圈“外地人认筹68套酒店式公寓”的消息是真的吗
开发商如何用话术挑动购房者神经

楼市世相

扫扫二维码
更多精彩
请关注微信
“杭州房产”

本报记者 楼肖桑

楼市的热闹是由多重因素造成的,比如政策的松动、人民币贬值预期、供求关系的转变等等,但在大势之下,开发商的各种包装炒作也起到了推波助澜的作用。

“房子抢不到,开发商把客户分成四人一组打麻将,谁先胡牌谁买房”、“杭州奔一线,新房源价格直接上调5000元/m²”、“限购第一天,外地客户一次性认筹68组购买酒店式公寓”……几乎每天我们都能从社交平台上看到这些开发商、中介有意无意散布的信息。

但是留个心眼调查一下,发现这些传闻有不少立不住脚,有一些是半真半假,或者是运用语言的艺术来误导购房者。

传播不实信息 击中购房者敏感心态

在楼市不断上扬的行情下,购房者对房价或是与房产相关的事件是极其敏感的,开发商就是利用了购房者这样的心态,传播一些似真若假的信息,炒热度,吸眼球。

G20峰会召开后,有一张中央电视台的新闻截图在朋友圈中流传,内容是杭州与北京、上海、广州被同时罗列在一线城市下。事实上,这张图片是几年前某次新闻播报中的截图,图中的杭州二字是经过图片处理后覆盖了原来的文字,当时新闻中播报的是深圳与其他几座一线城市的房价涨跌情况。

然而,置业顾问们拿着这张假新闻的图片,向购房者解释为什么又涨价了;中介经纪人不断地告诉客户“杭州已经成为一线城市,房价还会继续涨”。峰会刚刚结束,杭州成为热点,许多楼盘正处于“封盘”状态在上调价格,朋友圈就在此时出现了这张看上去十分权威的截图。许多不明真相的购房者被误导成为了不实信息的传播者,开发商则为自己新一轮涨价找到了理由,也让项目再次赚到了关注度。

9月18日的限购政策出台前,朋友圈有这样一则传言:雅居乐国际花园因房源紧缺,组织客户打麻将,谁先胡牌谁买房,还配上了客户在案场打麻将的照片。

事后,雅居乐国际花园进行了辟谣,表示该事件与项目销售没有任何关系,也不是项目本身设计的一次事件炒作。

这则消息在房产圈内流传甚广,不少圈内人士以此力证杭州房子的紧俏。然而,这完全是个大乌龙。照片上打麻将的购房者事实上是已经购买了雅居乐国际花园的业主,他们正在参加楼盘组织的“雀神大赛”。

9月17日活动当天,在雅居乐的案场一边是8张麻将桌同时开打,一边是上门看房的意向客户,然而看房的客户被告知:“新房源已经卖完了,目前无房可卖。”就有好事者拍下照片,并将这一事件演绎成“谁胡牌谁买房”传到朋友圈,像病毒一样流传开来。

通过传播这些不实信息,炒热市场关注度,而达到刺激销售、为提升价格制造说辞的目的,这些动作少数开发商和中介做得很熟练。

夸大事实 为涨价、炒作制造基础

还有一种房企的惯用手法是抓住一些事件或信息,大肆鼓吹、渲染,为自己的涨价、炒作制造话题和支撑。

9月20日萧山土拍,再次成为楼市舆论焦点。印梦怡摄

本周二下午余杭的土拍会上,未来科技城成交了一宗加油站地块,楼面价为98837元/m²,溢价率1218%。在此之前,杭州曾有2宗加油站地块的价格超过10万元/m²,周二成交的这宗加油站地块一没有创造历史最高价,二和住宅用地完全没有关系,却再一次成为开发商炒作的工具。

当天下午,这宗地块成交后,朋友圈内就有不少房产从业人员转发起了地块的成交信息,包括价格、溢价率等,并配上一句“杭州的地价疯了”或者“还要涨”这样的话。

有人分析,这个加油站地价虽然有1.36亿元,但距离阿里巴巴总部不远,车流量巨大,每年的投资回报率可以达到5%左右。然而,在许多置业顾问、中介经纪人的口中,普通的一宗加油站用地成交,一转眼就变成了花里胡哨的营销说辞。

利用个案和话术 诱导购房者

在限购政策出台后的第一天,有这样一则消息传遍了朋友圈:未来科技城某酒店式公寓,有外地客户一次性认筹68组。

但是,记者了解到的实际情况是,的确有某外地客户在该楼盘认了多个筹,但只有40个左右,没有宣传得那么夸张。据该区域某中介经纪人透露,由于此次的限购政策并不针对酒店式公寓,该楼盘想抓住这个机会,通过这样的案例提高自己的曝光度,吸引外地的购房者,在政策窗口期迅速去化一批房源。

不得不说,这样的手段很好用。开发商往往会渲染一些极端的案例,将其当做市场的常见情况推销给购房者,再加上针对房价变动的一些巧妙说辞,来吸引购房者的眼球。对于一些想要下手的购房者,听到这样的消息心情难免有些着急。

近段时间以来,大幅调价的楼盘不在少数。我们常常能看见开发商打出“单价提高4000~5000元/m²”这样的营销说辞。事实上,这也是开发商为项目营销而做的小动作。

记者了解到,在不少案场,置业顾问都会以项目房价马上要上调为理由,邀约已经到访过案场的客户再次前往,以期促成成交。但往往实际要上调价格的都是接下去新推的房源,并不是想要卖给客户的房源,其中不乏位置本身较好的“楼王”产品,其价格本身就会比其他产品要高出一些,调价是很正常的。

通过提及新房源的高价来挤压旧房源的成交,不断地告诉购房者项目的成交有多好、价格还将涨到多高,鼓吹楼市将一直上涨,在这样的环境下,许多购房人群被人为营造的恐慌搞得很焦虑。

萧山南部卧城某房企营销总告诉记者,这种误导式的鼓吹和刻意营造的恐慌对市场是不利的,在个别楼盘就出现过因为这种情况被购房者发现后集体要求退房的事件。

记者手记

别被假信息蒙住渴望投资的眼睛

当下的火热楼市里,冲动消费、仓促下单的购房者不在少数。一些缺乏经验的购房者眼里的楼市,是开发商或者中介从业人员鼓吹下的那个楼市,由于信息不对称,他们每天接收着各种似是而非的信息,神经紧绷,一会儿担心无房可买,一会儿又担心房价持续上涨。焦虑甚至恐慌,是他们最真实的写照。

然而,他们却忽略了自身的真实需求,在置业顾问、中介经纪人一遍又一遍的洗脑之下,做出轻率的购置决定。对于购房者来说,在浮躁的市场环境下,也要稳住心神,理性判断开发商的夸大其词,不要跟着自己的冲动走。

至于开发商也好,中介从业人员也罢,都应当做到不造假、不欺骗,这是基本的职业道德。“制造、放大、利用恐慌信息炒热楼市的手段,只是在利用话术和信息不对称欺骗购房者,并不培养房地产行业的核心专业能力,也不能构成竞争优势。”某业内人士认为,短期来看,促销项目是谣言的受益者,但这也是在透支未来的效益和信用。 楼肖桑