

### C2 楼市翘尾 开发商难言涨价

降息对于楼市成交量的刺激让人咋舌。日前相关统计数据显示,11月北京新建商品房成交量为12279套,二手房成交量为11180套,双双破万,为今年内最高点。

### C3 绿地要占万科的“座”?

如今,距全年业绩统计还差不到一个月的时间,是绿地挑战成功,还是万科成功卫冕,悬念将在一个月后揭晓。而此时,一家机构的一组数据让年底的榜首之争变得更具火药味……

### C4 房企海外融资成本高涨

对于房地产行业来说,降息不仅有利于市场消费预期、提升购房意愿、加速楼市去化,更重要的是改善了房企的融资环境,或者说生存环境,而一直以来依靠海外融资房企却面临着新一轮的成本上涨。

## K2销售卷款事件再敲行业警钟

# 开发商粗犷营销隐患显现

北京日报记者 赖大臣 董家声/文 CFP/图

### 卷款事件的背后

尽管从表面来看K2地产清水湾卷款事件是销售经理吴晨的个人行为,私刻公章、伪造文件、诱骗购房者等等,但是按照法律的规定其代理行为是开发商赋予的,其所做也是代表开发商的意愿,因此K2地产难逃干系,至少也是监管不力,有失察之嫌。

在K2地产给予媒体的情况说明中写道,吴晨为北京鑫润创展地产经纪公司派驻清水湾项目的一名销售经理,该公司为销售K2清水湾项目派驻了三支销售团队,共约50余人,分属三名销售经理管理。而记者随即查明这家名为北京鑫润创展地产经纪公司隶属于K2地产,也就是说,吴晨是K2手把手培养出来的“干部”。

事件发生后,K2地产表示,为了杜绝类似事件的发生,K2地产旗下的所有项目售楼处均公示了《声明书》以及《K2地产认购签约流程》,但是回顾上述案件不难发现,被骗的10位购房者均是在售楼处与吴晨接洽的,也是在进入财务室后才缴的款项,一个简单的《声明书》就能杜绝这样的事情发生吗?显然是个懒政。

记得几年前某野生动物园在自己的栅栏上贴上了“内有猛兽,禁止入内”的牌子,但还是有人闯入并最终酿成惨祸,做风险提示是应尽的义务,但是并不能就此逃避责任。

K2清水湾卷款事件的背后其实是其管理混乱所致。不久前记者就被这样的混乱营销模式所“震撼”。房山北京时代广场的案场,才到路口就被疯狂的销代包围,进入售楼处更是疯狂,数十名销售人员两眼冒火看着进来的客户。“今天周一还不多,我们这里一共四家公司代理,驻场销售人员达到了200多人,今天只有一小部分销售在。”一位销售人员向记者介绍。据他介绍,每天四家销售公司会派不同的人去外面拉客户,就是K2的销代在外面拉人。负责接待记者的销售人员看着只有20来岁,业务还不熟练,普通话也并不标准,而随后的几天中又有不同的销售人员给记者打来电话介绍楼盘,在细节上有着一些明显的差异。这样的销售随后产生的纠纷想必不会少。

### 粗犷营销的盛行

K2地产起家于一家叫华美的销售公司,而“发单王”就是这家企业的代名词,其奉行的营销至上的理念在今年的市场

伴随着2014年楼市的跌宕起伏,房企围绕着营销可谓下足了本钱,一副“无论白猫黑猫,能抓住耗子就是好猫”的架势,让原有的销售模式发生了翻天覆地的变化,“人人皆为销售员、个个可以赚佣金”的口号为房企销售提供了无限宽广的“下家”,但是这样无限放大的销售队伍必是良莠不齐,在目前房地产销售尚处于期房阶段,这样的粗犷营销模式导致销售人员无限放大楼盘的优势掩盖劣势,让货不对板的案例会逐步增多,甚至再爆发K2清水湾卷款事件。



中得到了广泛演绎,尽管大多数项目有所矜持,把持住了底线,但是被肆意扩大的销售渠道,难免出现鱼龙混杂、产品宣传口径不一的情况。

今年初,北京某知名房企大张旗鼓地推出线上销售平台,增加了客户渠道的多元化,然而却令原有的销售人员面临客户流失没有提成的尴尬境地,而日前该项目销售就被曝出私下帮客户改底单从中赚取中介费的恶劣事件,其实也从侧面表明

了房企在营销至上的环境下暗蕴的风险。

伴随着楼市进入市场调整期,营销创新成为房企获取客源、提升销量的重要筹码。如今,移动互联网的发达促使众多企业在营销层面拓开新思路,“全民营销”应运而生,融合移动互联网资源优势,实现企业拓客体系升级,加大客源覆盖。

“全民营销”是企业面向社会大众展开的一种营销模式,这种模式下,不设门槛不论条件,人人都可以通过推介企业的产品

或服务,进而获得佣金创造财富。依托移动互联网资源,全民营销建立起跨区域、跨国际立体式营销网,引起一场营销变革。

“今年我们正在放弃一些传统的销售渠道,而拓展了一些新的渠道,其中靠二手房中介带客占到我们销售量的四成左右。”北京一家知名房企负责人向记者表示。同时他举例称,中海在济南的一个项目年销售40亿元,而营销费用只有2500万元,靠的就是渠道营销。

“我们也想尝试全民营销,但是考虑到企业品牌还是没有这样做,这样的方式可能更适合一些低端楼盘,而且基本上销售出去的全是位置好、户型好的房源,剩下的尾房较多。”一家上市房企负责人向记者表示。

### 销售形势依然严峻

“今年的销售任务很难完成,现在还差20%,准备再开一次盘,本月再冲击一下。”亦庄区域的某项目销售总监向记者表示。

尽管“9·30”新政和央行降息对楼市产生了一定刺激作用,但是今年前三季度的销售额一直未能上去,一方面与市场有关,另一方面也是由于去年市场太好,今年定的任务太高了。

北京中原地产市场研究部统计整理数据显示,10月70个大中城市房价数据继续全面下调,70城市新建商品房住宅平均环比下调0.83%,跌幅相比前3个月有所收窄,同比在上月首次出现全面下调后,跌幅继续加深,跌幅达到了2.62%,二手房同比跌幅也达到了2.52%。

全国仅合肥、厦门、郑州三个城市依然同比上涨,其他67个城市房价已经低于一年前的水平。平均同比跌幅高达2.62%,67个城市同比下调,创造了2010年公布房价指数来的历史纪录。

与9月数据相比,北京等20个城市新建商品房价指数环比跌幅依然在加大。尽管在央行降息后房地产市场出现了大幅度上涨,但是预计由于明年多数高价地即将上市,销售压力依然巨大。

根据中国房地产指数系统百城价格指数对100个城市新建住宅的全样本调查数据,2014年11月,全国100个城市(新建)住宅平均价格为10589元/平方米,环比下跌0.38%,为连续第7个月下跌,跌幅缩小0.02个百分点。从涨跌城市个数看,76个城市环比下跌,23个城市环比上涨,1个城市持平。

(下转C2版)