

见招拆招，房好价优才是关键



进入10月份以来，前往各售楼处看房、选房的市民明显增多。(资料图片)

房地产市场的竞争加剧，为争夺有限客源，开发商使出十八般武艺，同时也将购房者重新捧回“上帝之位”。对于购房者来说，“雾里看花终隔一层”，只有看透开发商的营销手段、见招拆招，才能真正拨开云雾，买到自己心仪的房子。

今年上半年，楼市一直平平淡淡。“金九银十”则不负众望，在接二连三的房贷新政推动的基础上，黄金周购房者人气旺盛。不过，楼市成交的“含金量”肯定不能完全归功于新政，在楼市热闹的背后，还有开发商的全力营销与购房者的捧场。

不过营销人士应该注意的是，成功营销的背后，一定有优质的产品作为支撑。理性的购房者，不会单纯地为华而不实的营销活动买单。今天，我们就为有意在“银十”购房的读者分析常见的营销“计谋”，助您见招拆招。

分期首付

市民张女士不久前接到某售楼人员电话，称某楼盘在售房源首付只需1万元即可。心动之下便到其售楼处详询，原来垫首付是指购房者只要先支付1万元，其余首付由开发商垫付，余款做按揭，年底前购房者再将剩余首付还给开发商。

“分期首付”看起来让购房者不须支付太多的首付款就可“轻松”置业。不过，“低首付”跟“首付三成”是“背着抱着一样沉”，没有什么本质区别，而且未来还款压力更大。以40万元的总房款来算，首付两成8万元，先交1万元，在年底交房前须交完剩余7

万元首付，其压力其实不减反增。有律师表示，“分期首付”涉及购房者、开发商、银行三方的法律关系，产生三个合同关系，任何一个出现纠纷，都会产生一定的法律后果。比如，若《房屋买卖合同》出现纠纷，但并不影响购房者跟开发商签的《借款合同》，购房

者借开发商的钱还是得还，同时，购房者与银行签订《按揭贷款合同》从按揭办理完后就开始生效，一旦超过银行规定时限不还，银行将回收房产。因此，一定要从自身的财务状况出发，判断自己是否有能力偿还，别让自己因为一时的诱惑陷入财务危机。

无理由退房

市区一家房地产开发商推出广告：无理由退房。按照活动细则，参加无理由退房的客户，在退房时限内，无须任何理由，有权单方面向开发商提出并送达解除预售合同的书面通知。开发商不但

退还全部房款，还将按日向该客户支付其已付房价款万分之二的补偿金。

无理由退房虽是开发商为了促进销售的一种宣传手段，但也是开发商以这种姿态表明自身对

房地产市场未来走势和项目品质的信心。

业内人士提醒，对于无理由退房的促销手段，一方面开发商需要想清楚，不能惯性思维，认为房价还像从前那样只

是短暂、小幅下调，要做好将来客户退房的准备；另一方面，购房者也要对开发商的资质、实力、品牌、诚信度摸摸底，只有对那些信得过的企业和楼盘才能放心购买。

低标价吸睛球

今年楼市形势不太乐观，特惠房、低折扣等让利现象遍地开花。在特殊情况下，以退为进才是上策。对于一些房企而言，融资、信贷申请困难重重，如果“面包卖不出去”，开发商资金回笼也会受阻，对注重“现金为王”的房

地产企业来说，以价换量方为上策。从平顶山楼市的情况来看，“走为上计”收效不错。鑫鸿嘉园、建业十八城等品质楼盘推出的特价房，多数被一抢而光。

鉴于此种成效，在某楼盘销售处，一位购房者手拿该楼盘的

宣传页，询问其上所说的3200元/平方米的房子，却被告知这项活动已经结束了。诸如这样，售楼广告中常会有一个诱人的起价，实际上该价位的房子根本不存在，这不过是开发商为吸引购房者眼球而要的一种促销手段。

楼盘优惠形式不一，有的是直接九二折或九七折，有的则是折上折，更有楼盘将各种优惠叠加在一起，让人非常心动。无论是打折还是特价，笔者建议购房者都要仔细计算其折扣后的实际均价，并将目标楼盘与同区域其他楼盘进行综合比较。

礼品、优惠吸引客户

如今，到楼盘的售楼部转转，留下自己的联系方式，一般都会有“收获”——或是一盒抽纸，或是一把雨伞。这些小礼品赠送只是比较浅显的戏码，有时，开发商还会巧妙地利用“优惠”作为促销手段，将购房

者吸引至售楼部。“额外折扣”“特价房”“对不起，在您来之前已经送完或者卖光了……”这样的优惠真是假，需要购房者好好辨别。

另外，在楼盘销售过程中，置业顾问还会采取紧逼的方式。如一方

面对客户说“不着急，慢慢考虑”，另一方面又说“现在买有特别优惠”或“本月购买可赠送6万元装修基金、海岛6日游”，或“该房源看上的人很多，不早做出决定，月底可能就没有了”之类的话，消费者就很可能在短

时间内做出选择。

对付这一计，购房者必须牢记以下原则——天下没有免费的午餐，如果有，十有八九是噱头，购房者应抓住主要矛盾，关注主要价值，别被小利迷惑了。

看价买房，以不变应万变

优秀的开发商和代理商，深谙营销的重要性。购房者面对这些“绝妙”的营销兵法，应该如何突围制胜？如果你是刚需购房者，应对营销兵法最简单的办法就是看价买房。

楼市处于调整期，刚需成为市场购买主力。即便如此，仍有部分楼盘能逆市热销，如恒大名都、鑫鸿嘉园、建业十八城等。这些楼盘之所以逆市飘红，除了营销做得好之外，更大的原因是价格符合预期，产品性价比更高。可以这么说，楼市里没有卖不出去的产品，只有卖不出去的价格。

无论开发商想出哪些巧妙的营销点子，也不管楼市如何变幻莫测，购房者想要的只是能买到实惠、性价比高的房子。对于购买实力较弱的刚需族而言，这个念头更加明显。

购房者要以不变应万变，以自己能否获得真实利益为唯一衡量标准，而不是那些看上去很美的广告词，或被制造出来的热烈气氛所蒙蔽。只要房价没有让步，开发商所有的营销都只不过是浮云。而要想知道价格真实变动，你可以直接咨询置业顾问。(张秀秀)