

奇葩“房事”谈

大话楼市营销：就要玩得起心跳

主笔：倪珉

笔者手记

玩得起心跳也要对的好位

那么创意是否值得地产人去... 地产界的人众说纷纭。“地产界营销创意最终还是要看销售业绩,如果一味追求创意而漠视创意带来的成本和效果如何,那么这种创意并不值得提倡。”

不同的营销方式,对应不同的操盘思维。但是,把明星找来站台、把各种活动搬到售楼部,再直接简单吹嘘项目本身对于现在的房地产营销而言,竞争力几乎没有了。

既然今天笔者的主题是... 大话楼市营销,那么,就必须祭出在地产营销界中有一句信条:“人们一只脚进来了,就已经成功一半”。

就在纯广告暴力美学日渐式微之时,一种软性暴力营销又开始盛行——全民营销。

“你有朋友要买房吗?如果没有,你愿意帮我卖房吗?”“今天我带亲戚到××楼盘去买房了,得了××××元的现金佣金哦!好巴适!”

也可以有现金佣金呢?”.....在楼盘全民营销“高佣金”的诱惑面前,每一个市民都参与到卖房的行列中来。

细数今年乐山楼市的“全民营销”,更是花样百出。从仁和集团“年薪50万、宝马等你拿”全城招募营销合伙人,到江山一品“成功推荐买房即可赚取8000元”,再到领地·国际公馆“2000万元现金悬赏‘钻石合伙人’”,紧接着立事达研发了“云客”全民经纪人平台,只需打开微信就可以完成客户推荐从而领取佣金。

这可更加不得了了,仔细想想,当那天你亲妈给你打电话不是叫你回家吃饭,而是叫你去买房的时候,你是去还是不去呢?



当地报媒头版惊现——“某土豪包下半版向‘小万’求婚”。一时间江市民纷纷热议,各种议论甚嚣尘上,谁在告白?就在众人多番“人肉”无果的时候,一则“贺第113座万达广场开业”的消息随势而来,自此,尘埃落定。

实际上,都不用笔者费工夫问“度娘”,就拿乐山本地来说,创意广告营销在今年就没缺过。从“全城找老李”,到“HOPSCA女神在哪”,再到“全民竞猜‘钢哥是谁’”,吃惯了“四菜一汤”的乐山购房者,看到这些“小鲜肉”、“欧巴”,怎一个兴奋了得!



本组图片均为资料图片



之前有一档电视节目叫《最强大脑》,充分展示了人类的智商可以无限高。在被誉为精英云集的楼市界,也有那么一批人,他们看不惯千篇一律的演唱会、明星荐盘、吃喝玩乐,总想着如何再突破一下,让地产营销的创意一样可以振奋人心。

嗯,就像余英站出来为保利地产卖“高富帅”茶叶蛋一样,热门事件一样可以成为人们聚焦所在。譬如,早前庆丰包子一瞬间风靡全国,多少人为吃一口包子而排队十里泪洒长街,然后就在某楼盘,营销人吆喝免费派庆丰包子,据说味道还真不一样。

当然,好用的热门事件并不是那么多,那么就自己发挥一把创造的力量吧。6月19日一大早,内江市有史以来最长情、最浪漫的告白,在

一周热点关注 A week hot concern

权威解读：房地产税法“渐行渐近”

今年是上海和重庆对个人住房征收房产税试点的第四年。四年来,伴随房价起伏跌宕,有关房产税改革的讨论不绝于耳。在“有人欢喜有人忧”的复杂情绪中,改革的点滴动向牵动全社会的神经。

尽管一段时间房地产税法改革陷入消息“静默期”,但从去年全国人大首度回应“税收法定”,表示会推进房地产税法立法,到房地产税法列入2015年立法计划的预备项目,再到此次增补进本

届全国人大的五年立法规划,改革步伐并没有放慢。

经济增速放缓背景下,市场上不乏“房地产税该不该征”的争议。但在中国社会科学院城市与竞争力研究中心主任倪鹏飞看来,推进这一改革势在必行。

“开征房地产税是深化财税体制改革的重要一步,尤其在土地财政作为地方融资主渠道的现状改变后,房地产税将成为未来地方财政的重要收入

来源。”倪鹏飞说,征收房地产税也有助于实现财富公平分配,抑制投机行为,促进房地产市场更稳健发展。

而根据新一轮全面改革的部署,未来房地产税法改革不仅仅影响个人住房征税。中国社科院财经战略研究院税收研究室主任张斌认为,税收法定背景下,党的十八届三中全会《决定》提出的“加快房地产税法立法”不同于以往“房产税”的提法,其中包含了未来更丰富的改

革思路。

“房地产税法其实是一个综合概念,既包括房产税,也包括土地增值税、土地使用税等相关税种。”张斌说,房地产税法立法的目的在于减少建设和交易环节的税费,重点发展保有环节房地产税,进而完善房价形成机制。

此次全国人大公布的立法规划透露了一个重要信息——房地产税法草案明确由全国人大常委会预算工作委员会牵头,财政部参与配合。

中国政法大学财税金融法研究所教授施正文表示,这将是首个由全国人大牵头制定的税法,凸显我国加强立法机关主导立法的改革趋势。

“房地产税法牵扯面广,涉及部门、利益主体多,可谓‘牵一发而动全身’。由全国人大主导立法,能更好排除部门利益干扰,使立法草案更加客观权威,更加公开透明代表民意。”施正文说。