

# 陈光标“贱价”卖房,劝开发商快降价

■记者 肖祖华

陈光标高调做慈善又有新版本。

近日,他在新浪微博上宣称,按5年前的价位再打九折的价格,出售在北上广等地投资的房产,试点卖房首先在南京进行,消息一出引来数万名网友报名。11月26日晚10点多,陈光标再次更新新浪微博,以视频和文字的形式详细说明了卖房的操作事宜。

11月27日,记者采访多位长沙业内人士均表示,陈光标此举没有任何实际意义。

## 所售房产装修费1000万

11月22日晚10点左右,陈光标在网上挂出了一则微博,称将把5年前在南京、上海、北京、海口、广州、深圳、大连这些地方投资的一些商务楼,包括办公楼、门面房和商品住宅一共两万平方米按当时购置价格的九折出售,并且公布了联系方式。这一微博引发了网上强烈的围观。

11月26日晚10点多,陈光标再次更新新浪微博,以视频和文字的形式详细说明了卖房的操作事宜。

记者在陈光标公布的微博上看到,这三套房产分别以6300元、8100元、5400元每平方米出售。每套房产的装修价格在1000万左右,而每套别墅的物业管理费及杂费每月约8000元左右。陈光标表示:房子必须和装修跟家具一起买,装修跟家具以七折销售。

记者计算了一下,每套房产的总价在200万以上,加上装修和家具700万,总价在1000万左右,另外还有8000元每月的物管费,可见不是普通人士能承担得起的。

## 购房者必须有特殊贡献

11月26日晚,陈光标公布了自己对购

房者的条件要求。

“必须是有南京户口并且为国家和社会做出特殊贡献的人,包括全国道德模范、全国劳动模范、全国抗震救灾英雄模范、国家科技进步一等奖获得者等。”他同时表示,因为自己买房时是全款支付,所以此次买房者也必须全款购买,不可分期付款。

他还公布了报名的方式,并要求:过户后的房产不得买卖或转让,发现违反,陈光标表示自己有权按照出售价格原价回购。据了解,目前,报名想购买房产的已经超过万人。

“我就是想传递一个信号,房价该降了。”谈起此次低价卖房的目的时,陈光标呼吁,有责任感的房地产企业应该行动起来,囤房者也应该赶紧出手。只有形成这样的共识,房地产调控目标才会实现。

## 没有多大实际意义

陈光标此举引起网友热议,同时也引发了业内人士的广泛关注。

湖南大学研究生导师、省科学研究院研究员王义高直言,陈光标此举对房地产市场没有多少实际意义。他认为,中国每年的房产面积增长量达到20亿平方米以上,陈光标所拿出的几百个平方米的房源相对全国房源来说可以忽略不计,他的这种个人行为也很难让有多套房产的市民跟风抛房。

长沙嘉业房地产顾问有限公司总经理张拥军表示,陈光标此举更多的作用在于宣传自己,对于房地产业意义不大,他表达的只能是自己对未来房产的一种判断,想借自己的“名人效应”引起老百姓对房价高位运行的一个共鸣,借此向开发商施压,使开发商降价。开发商都有自己的利益立场,不可能跟风降价。



## 声音

### “开发商再不适时调价,当心出现僵尸楼盘”

日前,中国人民大学经济研究院发布《中国宏观经济形势分析与预测报告》称,地方政府无法承受超过20%的房价下滑,宏观经济难以承受30%房价的回落。2012年第二季度地方政府将放松房地产市场的政策监管,第三季度政府将缓慢放松“限贷”政策,最终放松“限购”政策。

这个报告不能不让人深感质疑与担忧。

首先,令人质疑的是,不知道这个报告预测数据的计算依据和政府将放松调控政策的判断依据是什么?这需要时间检验。

近年来,房价持续大幅上涨,经济增长质量因房价泡沫和物价泡沫而降低。相比2005年、2006年,几乎所有大中城市的房价已经是呈数倍地上涨。可以肯定地说,如果房价下降30%或更多,也只是正常的回调。

目前,虽然降价潮已在全国蔓延,但就整体市场而言,房价还处于僵持阶段。要使房价下降到合理价位,还需不短的时间。

无需讳言的是,本届政府在明年松动房地产调控的可能性几乎没有。按道理来说,明年政府换届后的新一届政府,是不会在房价物价上涨风险警报尚未解除之际,就做出大的经济政策调整。因此,断言明年三季度政府将放松“限购”政策难以成立。

其次,这个报告将可能误导市场。目前,虽然调控改变了市场预期,但正在观望的卖方不愿意大幅降价,而消费者买涨不买跌持续观望,因此出现了僵持。这无疑将加大开发商回收现金的压力。

正如万科总裁郁亮所说,房价回到合理水平是大势所趋。如果开发商能审时度势降价促销,也许能赶在价格相对高位时快而多地卖房。相反就要当心待售楼盘变成价格高但卖不掉的死盘即“僵尸楼盘”,企业可能变成“僵尸公司”,失去取得下一轮竞争的机会,甚至可能被市场淘汰。

■特约财经评论员 陈真诚

全年销量将力破 80 万辆,增速高于南北大众,超越北京现代成为行业第四

## 前瞻布局 东风日产实现“淡市超车”

本周,来自乘联会的数据显示,东风日产前10月实现销量65.7万辆,同比增速达到19.3%。这一增速不但超越了上海大众、一汽-大众两大第一阵营车企的增速,而且比起乘用车整体增速高出2倍。

东风日产副总经理任勇颇具信心地表示,根据目前东风日产的销售形势判断,2011年的销量肯定会在80万辆出头。

那么,从2009年的“弯道超车”,到2011年的“淡市超车”,发展迅猛的东风日产何以在跌宕起伏的中国车市实现步步为赢呢?

### 精准把握消费新风尚

#### 产品线“核动力”全面爆发

淡市之下,中国车市第一阵营车企仍能保持较高增长速度,这关键在于产品的布局。目前,东风日产和上海通用一样拥有涵盖各个细分市场的车型品牌。

在过去10个月中,东风日产除天籁突破“雅凯”的垄断,实现“淡市超车”之外,在SUV更是以成功的车型布局策略,成为这一细分市场“淡市超车”的典范。

东风日产在SUV车型的布局始于2008年。东风日产在一年之内连续引入两款SUV车型逍客与奇骏。从最初引入的月销3000辆增长到现在月销量万辆以上,逍客更实现了3年4倍的高速增长。

而在高端SUV不断升温的大势下,东风日产豪华车型型兰兰在进一步完善东风日产SUV产品布局的同时,将更进一步奠定其在高端车型领域的话语权。

### “得二三级市场得天下”

#### 提前布局新兴市场

除了产品布局之外,东风日产“淡市超车”的动力更来自于对区域市场发展的洞悉。

今年6月份东风日产对外宣布正式启动“纵横中国”中小城市营销项目,并发布全新市场营销利器“都市新快线”,把目光从已饱和的一、二线城市投向逐渐崛起的三、四、五线城市,为实现年产销百万辆奠定基础。

同时,东风日产以“本土化”、“创新化”、“持续化”为核心快速渗入空白市场,水平延伸终端业务。

### 打造前瞻型供应链

#### 奠定稳固的增长支撑点

如果说,前瞻性的产品布局与区域市场布局是东风日产市场成功的左右手,那么,前瞻性的供应链则为前者提供了稳固的根基。而东风日产非常重视与合作伙伴的合作,并且能将这种合作转化成敦促双方成长的共赢关系。

在汽车市场频频猛踩刹车,竞争愈加残酷



10位领导为发动机产能扩建项目培土奠基

的大环境下,东风日产一如既往地保持了又快又好的强势增长,得益于其8年扎实的全价值链竞争体系打造和持续改善,市场根基牢固,车型众多,渠道布局成熟合理,营销体系完善,抗压能力强。

更重要的是,凭借“领先半步”的发展理念,东风日产处处抢先布局,从领先半步到步步为赢,体现了精准的市场洞察力与超越于行业发展的前瞻性,这也是东风日产能够实现“淡市超车”的关键所在。

## 决战“最后一公里” 中高级车终端营销大盘点

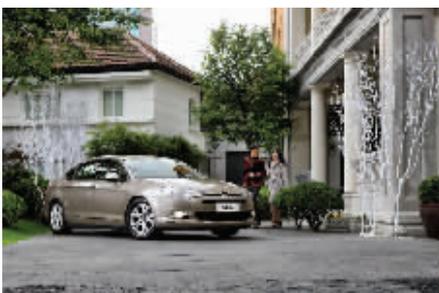
到4S店去买车,已经是消费者购车的最后环节,也是促成购买的“最后一公里”,因此,终端营销对促成最终交易意义十分重大。在年底收官之际,各4S店也是使出浑身解数,在最后一公里中争夺消费者。

随着促销高潮的到来,笔者也走访了一些中高级车品牌的4S店,在这里将一些比较有特色的终端营销活动做个盘点,让您足不出户,即可了解市场行情,也为广大消费者选车做个参考。

### C5创享试驾

#### 动态舒适性成就“最后一公里”

笔者走访的时间并非周末而只是一个普通的工作日,但汽车卖场内热闹的看车人流明显已经是平常的好几倍。不少消费者拖家带口把一间接着一间的4S店都“游历”一遍,要数最能留住客流的,还得说是东风雪铁龙C5的创享试驾。



9月底开始启动的东风雪铁龙C5创享试驾活动,11月仍在全国各4S店火热开展,活动中最吸引眼球的即是东风雪铁龙自主研发、测试行车舒适度的APP软件。

这款软件通过一杯电子化的“科技之水”来记录汽车静止、启动以及行驶过程中平稳性的微小变化,精确地将平日行车中难以量化的

舒适感受通过数字振幅的形式呈现出来。

值得一提的是,C5创享试驾特别选用了i-Touch等电子设备作为测试载体,新颖的活动形式以及苹果道具的应用为消费者带来了此前其他试驾从未有过的全数字微体验。

持续两个月的活动,已经吸引了大批消费者前往终端进行“测试”,形成了万人挑战APP试驾的体验热潮。很多消费者在4S店的“最后一公里”考验中亲身体验过C5的动态舒适后,最终锁定了这款舒适型B级车。

### 新天籁“一箱油”

#### 节油性助力“最后一公里”

自年中开始的新天籁节油挑战赛,11月转战福建,在厦门等城市举行。本次节油极限挑战赛在终端报名,选手将在统一时间、同一规定线路,统一距离,统一车辆的情况下,比赛谁的油耗更少。

最后的总决赛冠军最高能获得万元大奖,所有晋级城市赛的选手都能获得丰厚礼品。新天籁的活动虽然不及C5创享试驾的参与度来得广泛,但极限挑战的形式还是吸引了不少新天籁车主及汽车爱好者参与。

### 新凯美瑞全面预订

#### 送大礼迎接“最后一公里”

作为中高级车的长青车型,凯美瑞这款有着较为深厚的用户基础的中高级车面临换代,广汽丰田为了让新老客户更加深入了解全新凯美瑞。

同时让有意向购买全新凯美瑞的朋友提前感受幸运,12月4日前广汽丰田将在4S店内举行“全新凯美瑞价格竞猜大比拼”活动。

同时,在此期间内,4S店全面接受新凯美瑞的预订,预订客户可获赠价值千元购车大礼包。

郭秀香