

房 | 地 | 产 | 项 | 目 | 实 | 战 | 攻 | 略 | 丛 | 书

尾盘滞销盘项目 突围攻略

实战型尾盘滞销盘项目操盘最优范本

主编 印 滢



首部探讨滞销楼盘解决方案的专著



独创滞销楼盘全方位诊断系统



率先揭密尾盘滞销盘清货的十一种突围策略

中国建筑工业出版社

房 | 地 | 产 | 项 | 目 | 实 | 战 | 攻 | 略 | 丛 | 书

尾盘滞销盘项目 突围攻略

实战型尾盘滞销盘项目操盘最优范本

主编 印 滢

中国建筑工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

尾盘滞销盘项目突围攻略/印滢主编. —北京: 中国建筑工业出版社, 2009

(房地产项目实战攻略丛书)

ISBN 978-7-112-10963-0

I. 尾… II. 印… III. 房地产-市场营销学 IV. F293.35

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第073289号

本书是国内第一部专业探讨尾盘、滞销楼盘突围谋略的著作, 书中详细分析了楼盘滞销的因素, 并建立了一整套滞销楼盘诊断系统, 操盘者只须按图索骥即可分析滞销症结。书中针对各种滞销症结, 总结出十一种突围途径, 并运用大量案例, 深入浅出地探讨各突围途径的策略应用, 使全书不但具有借鉴意义, 更具有谋略导引价值。

本书既运用了国内沿海地区的案例, 也运用了内地特别是西部的案例, 使案例更具有实战的普遍借鉴意义。

该书体系严谨, 案例丰富, 是房地产开发商、房地产经纪公司、营销策划与广告公司的难得读本。尤其在当今房地产业受金融风暴冲击的形势下, 对大量逆境中的楼盘突围, 具有很高的启迪借鉴价值。

* * *

责任编辑: 封毅

责任设计: 赵明霞

责任校对: 孟楠 梁珊珊

房地产项目实战攻略丛书

尾盘滞销盘项目突围攻略

主编 印滢

*

中国建筑工业出版社出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京嘉泰利德公司制版

北京云浩印刷有限责任公司印刷

*

开本: 787×1092毫米 1/16 印张: 23 字数: 500千字

2009年7月第一版 2009年7月第一次印刷

印数: 1—3000册 定价: 68.00元

ISBN 978-7-112-10963-0

(18214)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

编委会

主 编： 印 滢

编 委： 王成树 石瑞红 金义合 张小波
欧阳帆 熊思堡 胡浩矩 王国军
熊明洋 廖志宇 罗 锟 刘尔娴
杨思思 夏联喜 刘 斌 王 飞
陈 炜 刘 杨 张燕杰 刘 睿
夏 雨 陈水娇 戴 强 张 辉
朱冠华

危机四伏的房地产市场

《读者》曾经载过名为《大师的败笔》的一篇文章，其内容是说，一位建筑大师一生杰作无数，在过完 65 岁寿诞之后，他向外界宣称：等完成封笔之作便归隐林泉。

一言方出，求他设计楼宇者便踏破门槛。

大师自有大师的想法。他一生学富五车，阅历无数，最大的遗憾就是时下人们批评的，把城市空间分割得支离破碎，楼房之间的绝对独立加速了都市人情的冷漠。他自己也深有感触。于是，灵感像火花一样迸射出来，一种崭新的创作理念也日趋成熟——他要打破传统的楼房设计形式，力求让住户之间开辟一条交流和交往的通道，使人们相互之间不再隔离而充满大家庭般的欢乐与温馨。

一位颇具胆识和超前意识的房地产商很赞同他的观点和理念，出巨资请他设计。经过数月苦战，图纸出来了。不但业内人士叫好，媒介与学术界也交口称赞，房地产商更是信心十足，立马投资施工。

令人惊讶的是，大师的全新设计却叫好不叫座。楼盘成交额始终处于低迷状态。

房地产商急了，于是责成公司信息部门去做市场调研。调研结果出来了，原来人们不肯掏钱买房的原因，是嫌这样的设计虽然令人耳目一新，也觉得更舒爽，但邻里之间交往多了，不利于处理相互之间的关系；孩子们在这样的环境里活动空间是大了，但又不好看管；还有，空间一大，人员复杂，防盗之类人人担心的事也多了……

设计大师听到了这个反馈，心中绞痛不已，他退还了所有的设计费，办了退休手续，与老伴儿回乡隐居去了。临行前，他对众人感慨道：我只识图纸不识人，这是我一生最大的败笔。

如果将此仅看作一则故事的话，每个人都会轻松很多，然而，现实中的地产悲剧也许更加残酷。

坐落在北京昌平县沙河小寨村的玫瑰园，是北京抢手的别墅区。然而就在几年前，著名的房地产经纪商香港利达行在这里上演过一幕凄凉的悲剧。

香港利达行由地产老前辈邓智仁先生创立于 1984 年，是香港三大地产代

理商之一，与中原物业和美联物业齐名，在香港设利达行分店过百家。但是这一位声名显赫的地产业前辈却在这里兵败如山倒，血本无归。

邓智仁先生自己都不得不承认：“我是全北京最失败的人。”

“我在广州待了一年，每天都在反省、检讨，为什么会遭遇这样的失败？”“玫瑰园”故主邓智仁扪心自问：“香港人这么精明，为什么有些香港人在内地房地产市场上会赔钱？”

邓智仁经过反思，总结出了几个失败的原因：

第一，按香港的游戏规则行事，投资不是建立在对当地市场的充分了解之上；

第二，管理上太依赖香港人，本地化不够，导致竞争力下降；

第三，在法律和政策方面把握不准。

从以上邓智仁的自我总结可以看出，邓智仁失败可以大致归结为四个字：水土不服。

然而，即使深谙本土规则的开发商，其失败的案例也是不胜枚举。

某上市公司属下的房地产开发有限公司，是新疆本土房地产开发商三大巨头之一，成功开发了天际大厦、天鸿山庄等著名楼盘，并在上海、深圳等地都有其成功的开发案例，但近年在乌鲁木齐开发的“××名门”却让其元气大伤。

××名门，坐拥乌鲁木齐著名景观体系之一的“蜘蛛山”，并环拥人民公园、红山公园，自然环境得天独厚。并以此为基础，在规划设计、物业管理上绞尽心思，精益求精，楼盘品质得到多方认同，也获得不少美誉。但从2001年正式推广，历时3年，推广费用2000余万元，穷其招数，至2004年6月份，售卖率仅有其三分之一，被业界称为新疆“最失败的楼盘”。

究其原因在于，该项目在推盘过程中，由于对自己的品质过于自信，把价格定位高出同类楼盘的两倍，而忽略市场的承受能力，结果导致滞销。这个案例再一次说明，楼盘品质好，不就代表客户认同、接受，好品质楼盘同样会造成滞销。只有楼盘品质转化为消费者认同的、可信赖的价值，才能决胜于市场。否则，再好的品质，推广不力，消费者不认同，也会折戟于市场。

像这样失败的案例在国内各大中城市里很多。过多失败案例的惨痛教训，不得不让人谈到房地产时，第一个话题是“高利润”，接着的一个话题就是“高风险”。

P
1-22

破译楼盘遭遇危机的因素

速读

●●●➤

危盘产生可能是遭受外在环境危机产生，如周期性发展危机、政策性危机、市场性危机、品质性危机、诚信度危机和技术性危机。

危盘产生的内在原因多种多样，从整个开发链条看，从前期的买地不慎、定位失误到后期的销售不力、物业服务差劲都可能导致危盘出现。

尾盘、滞销盘及烂尾楼属于危盘的典型代表，它对整个房地产行业的危害有如毒药，大量沉淀开发商资金，打击开发商信心，并对开发商信誉和形象造成恶劣影响。

目录

●●●➤

Direction ➤

3 …… 一、楼市中的七大危机

9 …… 二、楼盘遭遇危机的十六种因素

CONTENTS

第二章

P₂₃₋₄₂ 危盘的全面诊断

速读

危盘的诊断是个系统化工程，它需要重新梳理整个策划全程，分步诊断，方能找出症结所在。

危盘的系统CT扫描只是整个项目解套的第一步，最为关键地是要找出病因，扬长避短，对症下药。

目录

Direction ▶

- 25 操作环节一：危盘诊断的四大原则
- 27 操作环节二：危机诊断CT方案
- 39 操作环节三：分析楼盘特点，寻找市场对接点
- 39 操作环节四：寻找危盘的优势
- 39 操作环节五：有效对接楼盘与客户
- 40 操作环节六：改善产品的劣势
- 40 操作环节七：寻找新的宣传推广途径
- 41 操作环节八：寻找新的销售途径

P
43-88

滞销盘突围途径镜鉴

速读

●●●➤

滞销盘突围一般可根据CT诊断结果,采用概念突围、品质突围、品牌和信誉突围、形象突围、借壳突围等11种突围术。

滞销盘的突围没有完全可复制的案例,这受困于消费群体、经济状况、文化等多方面的差异,比较稳妥的办法就是多种突围方法组合使用,切实发挥组合拳效应。

目录

●●●➤

Direction

- 45 一、从三大根本需求寻找突围途径
- 48 二、品质突围
- 49 实战案例1: 深圳JHW花园的品质突围策略
- 52 三、市场细分突围
- 53 四、概念突围
- 55 实战案例2: “第三代楼盘”的突围困境
- 57 五、时机突围
- 58 实战案例3: HY花园的反季节销售时机突围
- 60 六、广告新闻化突围
- 66 七、价格突围
- 71 八、价值突围
- 72 实战案例4: TAMM价值突围方案
- 78 九、危机公关突围
- 80 十、信誉与品牌突围
- 82 实战案例5: 德汇置业进入新疆地产攻略
- 86 十一、形象突围
- 87 十二、借壳突围

P 89-132 楼盘阶段滞销策略应对

速读

判断楼盘是否滞销，客户聚减只是表面特征，而内在表现是采用降价、广告、促销等多种拉动策划均响应不足。

楼盘滞销很大原因归咎于产品的设计问题，而设计问题又往往由前期的定位错误产生，同时上市时机不对以及销控失误都会产生滞销盘。

项目前期滞销往往是前期调查不细、拍脑袋定决策的结果，前期滞销必须要重新进行市场定位并结合市场定位迅速更改产品设计，否则会造成一开盘即滞销的严重后果。

项目中期滞销又分为项目售出两三成后滞销、项目售出四五成后滞销、前期开发项目销售成功而后期开发项目滞销等不同阶段的滞销状况。

目录

Direction ▶

- 91 一、楼盘阶段滞销及相应对策
- 93 二、项目前期滞销的应对策略
- 96 实战案例1：项目Y的“变身法”
- 102 实战案例2：项目M的脱困策略
- 109 三、项目中期滞销突围策略
- 113 实战案例3：项目B二期滞销脱困实录
- 119 四、致命性硬伤的基本应对策略
- 120 实战案例4：别墅改住宅起死回生策略解析
- 121 实战案例5：WKCS花园余房宣传方案
- 124 五、非致命性软伤的三种基本应对策略

P 133-174 滞销盘项目突围全程实战解读

速读

这是三个真实的滞销盘突围案例，可能它缺乏普遍的复制借鉴价值，但三个案例的突围思路：审视项目滞销背景——寻找可挖掘价值点——无限放大并拓宽优势的诉求点——通过产品和推广不断丰满和支撑诉求点——赢得突围，这一操作模式对操作滞销盘的人士具有启发价值。三个真实的案例也帮我们还原了操作滞销盘的背景，除了感受其中的酸甜苦辣，更可以第三方身份，身临其境，模仿操盘。

目录

Direction ▶▶

- 135 实战案例1：某国际城楼盘突围攻略
- 153 实战案例2：新疆丽景江山别墅突围全程解读
- 165 实战案例3：LYD滞销盘营销执行报告

P 175-220 尾盘项目成功突围模式

速读

尾盘不同于滞销盘，尾盘也不同于瑕疵盘，尾盘产生除了前期的硬件损伤外，定位失误、销售失控也是重要原因。

尾盘解套往往采用营销推广手段，而营销推广往往又采用促销、公关、广告和人员推销四个营销过程中的常见武器。

尾盘清盘没有一副能包治百病的良药，它需要结合尾盘产生的症状对症下药，方可药到病除。常用的良药有降价；二次开盘聚积营销拉动；老带新客户活动；封盘聚客造成稀缺，逼定、促销；更改产品；二、三级联动等多种策略。

目录

Direction

- 177 一、尾盘概述
- 178 二、对尾盘的两种错误认识
- 179 三、有效避免尾盘产生的五种策略
- 181 四、尾盘快速清盘的十条突围途径
- 185 实战案例1：项目J的个性化主题降价清盘策略
- 193 实战案例2：深圳某花园尾盘试住方式策划案
- 201 实战案例3：项目B沉稳推广快速清除滞销尾盘
- 209 实战案例4：项目M尾盘营销推广策划案

P 221-282 住宅尾盘突围精密技术

速读

住宅是一种常见的产品形态，也最容易产生滞销盘，户型问题、产品硬件缺陷往往是其产生的根源。

因户型导致滞销的常见解决措施一般是大户型分拆、小户型重新定义客户群、难点户型巧改户型（如采用复式错层等增加产品品质），以实现快速清盘。

目录

Direction ▶

- 223 一、户型突围精密技术
- 243 二、顶层阁楼的尾盘突围技巧解密
- 248 实战案例1：春天花园的阁楼尾盘清盘揭秘
- 250 三、进驻成本过大导致的住宅尾盘解决之道
- 260 四、处于知名企业包围的尾盘突围之路
- 261 实战案例2：世纪城国际公馆剩余单位营销计划
- 271 五、价格问题导致的住宅尾盘突围攻略
- 276 六、多项目尾盘集中推广突围揭秘

P 283-332 商业尾盘的突围攻略

速读

商业物业滞销盘的产生往往与定位不合理、规划不科学及预期不明确三个核心问题有联系。

商业街的滞销盘解套往往采用独具特色的主题推广和引进主力店拉升人气，再配合促销手段，降低商户的入驻成本以达到盘活。

专业市场的滞销盘解套，改进硬件设施、提高经营档次是必做的一步，同时结合租售手段提高商户入驻的预期收益，并减少经营风险，方能减少商户的心理顾虑。

目录

Direction ▶

- 285 一、商业尾盘产生的根源
- 286 二、商业广场尾盘突围谋略
- 293 三、商业步行街尾盘突围模式
- 303 四、专业市场滞销尾盘有效解决方案
- 312 五、购物中心尾盘成功解套方案
- 323 六、办公楼尾盘成功解套模式
- 326 实战案例1：JX商务中心尾盘营销执行方案

P 333-351 烂尾楼复活术实战解密

速读

烂尾楼的产生往往是由于资金链断裂、产品质量缺陷、产权纠纷、债权债务纠纷等多种因素造成。

烂尾楼并非一无是处，它往往处于较好地段，具有一定的升值前景，而且能享受到政策税费多种优惠。

因定位失误造成的烂尾楼别无他法，更改产品设计迎合客户需求是唯一出路。

目录

Direction ▶▶

- 335 一、烂尾楼形成的原因
- 336 二、烂尾楼的危害
- 337 三、复活烂尾楼的潜在价值
- 338 四、烂尾楼复活术



破译楼盘遭遇 危机的因素

第一章

CHAPTER 1

破译楼盘遭遇 危机的因素



尽管楼市面临诸多风险，但任何市场背景下，都会同时存在热销楼盘和滞销楼盘。因此对于楼市来说，风险是永存的，机会也是永存的。究其病理，楼盘遭遇危机与人遭遇疾病同出一辙，它可能缘于外感也可能缘于内患，或同时缘于内感外患。气候总是变化无常的，而感冒的病人总是与自身免疫有关。因此，内在风险，才是楼盘遭遇危机的根本。