

齐鲁楼市·新闻

省城某楼盘吸引莱芜、泰安、济宁、淄博等地购房者来济购房，其销售负责人毫不讳言：

“八成购房者冲着学校来的！”

近两年，济南教育地产大行其道，开发商在洞察到“教育”商机后，正迅速寻找和制造卖点，纷纷“联姻”教育。记者了解到，教育引进不仅吸引了本地购房者，更吸引了不少外地购房者。

得“学校”者得天下

房地产以优质教育资源为依托的捆绑式发展，已经成为近两年济南开发房企占领市场的一种有效模式。“对于一些客群来讲，学校配套远远优先于价格、位置等‘硬件’因素，名校的入驻，不仅让房子更好卖，售价也更突出。”

“楼盘销售的70%-80%都是冲着学校而来，除了济南，莱芜、泰安、济宁、淄博等地的客群在销售中也占有一定比例。”鲁能领秀城销售有关负责人张静告诉记者。她表示，省实验幼儿园、胜利大街小学、育英中学的公办教育配套是楼盘热销的主要因素，虽然价格高于周边楼盘每平米千元以上，但是公办教学的优势使得价格因素并未

凸显。

泉景天沅项目企划经理段文利也跟记者透露，胜利大街小学直接为楼盘带来销量。“有很多外地客户甚至省外在济做生意的客户，为了能让孩子上好学校，落户而到泉景天沅买房，”他表示，为学校而买房的客群大约在60%-70%之间，虽然未有确切比例，但为孩子上学购买房子的客群占绝对大头。

同为学区房 含金量有别

名校给楼盘带来的收益不言而喻，不过放眼济南各大“学区房”，其含金量又各不相同。

记者调查了解到，目前济南有数十家开发房企都冠以教育配套资源的宣传。对于“学校”，除了引入学校品牌、入学资格条件外，购房者更多的关注楼盘引进学校的师资力量问题。

“开发商与政府签约学校，开发商与学校单独签约两种模式的最大区别点在于师资力量问题，”业内一人士说道。她表示，开发商与政府签约的表现形式是由开发商出资建立校舍，统一交由政府教育部门管理，学校负责人和多数教师由引进学校本部选派或招聘；而

开发商与学校单独签约的模式是挂牌加盟式，一般由开发商自行招聘，师资力量难以得到保证，而且学校招生一般都有名额限制，并非所有社区业主子女都能顺利入学。地产项目签约学校在幼儿园配套上尤其突出。据悉，济南众多楼盘的幼儿园配套多为私立，雅思贝尔、大风车、台湾三之三、伊顿国际、银座双语等幼儿园已成功入驻不少开发楼盘。记者调查了解到，这些私立幼儿园的收费标准多在每月1700-2200元之间，而鲁能领秀城公办的省实验幼儿园每月的费用仅在700元左右，领秀城的不少业主也在三之三和省实验的选择上挣扎徘徊。

采访中，有一些开发商表示希望能够引进公办的幼儿园、小学提高楼盘吸引力，但这不是开发商一厢情愿的事情。但是也不乏有一些房企借学校之名“筑巢引凤”，销售阶段承诺的知名幼儿园、小学、中学变成空头支票，无法兑现；更有一些楼盘在学校尚未建成、小区内哪些业主的房子属学区房、哪些不属于学区房、能不能享受指标生的待遇还无定论的情况下，肯定地告知业主能顺利入学，对购房者形成误导。

(楼市记者 陈晓翠)



最道德的营销诱饵

“在家里看孩子上课”，“让孩子多睡1个小时”等等宣传语，成为现代拥有教育资源楼盘的主广告语。在当下独生子女“盛行”，信奉“不能输在教育上”的年代，各楼盘争相引进教育资源以吸引购房者，此种营销手段或不得已而为之，或作为炒作的噱头，但较之其他天花乱坠般的招人招数，配建教育硬件，使得开发商在营销时为自己赚取了不少的道德分数。

纵观楼市发展十多年的期房销售策略，不良开发商多以“忽悠”为已任，图纸上魅力十足的景观成为一滩死水，蚊蝇滋生；以明星代言为诱饵，楼盘只为贴金一时，让购房者悟到了“色即是空”的佛家要义；卖前各种小恩小惠亲如家人的感情笼络，在房子卖出后售楼员便集体性“冷淡”……

总之在那个楼市不正常的“神经年代”，空气中充满的是炒房欲望的荷尔蒙信息，天空响彻的是贫下中农呐喊及血汗钱被骗的无奈呐喊，市场充斥的是占到便宜的开发商数钱数疼的咸猪手。而开发商此时也被拉到了道德的高度来审视，由此开发商背负的骂名也逐渐增多。

从2008年开始陆续出台的楼市调控，以及购房者的逐渐成熟，特别是限购施行，楼

盘竞争渐多僧少的情況下。房企领导人看到的是销售员由曾经的冷傲而变得非常亲民，对此，他们感到非常的沉痛，并感叹好时光“俱往矣”，数楼盘营销除降价还需新招。

由于不断在远离城市中心拿地开发，原有的商业、医疗教育等资源鞭长莫及，为了吸引购房者远道而住，除自然景观、商业配套的吸引外，教育资源的拥有在“只生一个好”的国策背景下牢牢抓住了爱子购房者的心。各楼盘纷纷出资建设起各式的教育场地，或出租、或无偿交给政府教育部门，已经成为现代楼盘最赢得人心的营销手段，在济南，一“教育大盘”的销售甚至70%-80%归功于拥有成熟的教育资源。

当世人诟病房地产开发是最没有技术含量的行业时，因为形势的改变迫使开发企业在产品设计、社区环境营造、特别是教育配套的引进上的努力，客观上推动了开发者素质的提高，让人们真正感受到了开发者给大家提供的是一个“家”，而不仅是一处房子。也许有这个细微的感情改变，购房者会心甘情愿为开发商的教育营销买单。由此，开发商便在道德层面的社会地位方面迈进一步。

(楼市记者 田园)



只选对的 不选贵的

★青年励志六大纲领★

- ★买房就买好地段——高新区核心地段，国际会展中心东300米
- ★买房就买学区房——公立九年制中小学，教育无忧
- ★买房就选好环境——国际会展中心广场+社区亲子主题景观，内外共融

- ★买房就要好配套——交通便利，生活配套齐全
- ★买房就选高品质——蒙特里安建筑风格，品质彰显
- ★买房选对不选贵——6600元/m²起，轻松置业



79m² - 132m²稀缺户型，震撼加推



本户型坐落于明湖·白鹭郡西区九号楼六层（其他同类户型的窗型和空调室外机位，与本户型图不完全相同，以政府最终批准文件为准）

西区九号楼



本户型坐落于明湖·白鹭郡西区二号楼六层（其他同类户型的窗型和空调室外机位，与本户型图不完全相同，以政府最终批准文件为准）

西区二号楼

“明湖·白鹭郡杯”青年人才励志计划大赛 复赛即将拉开序幕，决赛巅峰对决，敬请期待！

报名热线 400-0531-907 营销中心：

济南市高新区工业南路与开拓路交汇处向北20米路西（国际会展中心东500米）

开发商：济南明湖天地房地产开发有限公司 规划设计：GAI 德墨国际（美国） 景观设计：OTH 一树国际（中国） 景观设计公司（澳大利亚） 营销代理：世聯怡高

