

成长

营销代理:
专业程度最大的受益者

2001年,一个叫信立怡高的房地产顾问机构从深圳来到济南,为刚萌芽的省城房地产代理市场,注入了新鲜的血液,信立怡高也迅速成长为济南最大的代理顾问机构;十年来,信立怡高已经联盟上市机构世联地产成为世联怡高,济南的房地产代理也迈向了繁荣时期。



房展现场

外来代理机构
占据市场主流

房地产代理是拼专业,拼智力的行业,随着房地产市场专业化发展程度日渐深入,济南本土的代理机构的专业水平已经跟不上开发商的需求步伐。目前活跃在房地产市场上的70%以上为外来代理机构,他们占据了市场的绝对主流。

世联怡高、易居、合富辉煌等代理机构分别服务了济南大部分品牌地产,像鲁能、保利、海尔绿城、恒大、鲁商、重汽等。

信立怡高是济南房地产代理市场上发展最为迅猛的一家代理顾问机构,曾经有济南近一半的楼盘代理业务归为怡高旗下的辉煌业绩,银座、鲁商、银丰、济高控股、重汽、保利、天鸿、天业、海尔绿城均为其合作伙伴。2010年4月,联盟国内唯一在A股上市的房地产综合服务商——世联地产成立世联怡高。目前,世联怡高在山东为超过300个房地产项目提供了高品质的房地产综合服务,作为全国性的战略合作伙伴,易居中国则代理了鲁能领秀城、恒大绿洲等楼盘。

“专业化程度高与业绩丰富是选择外来大代理公司的主要原因。”本土一家开发商如此描述。轻资产智力型的代理行业里,专业、品牌知名度高是大多数品牌地产公司选择代理公司的基本依据。

然而,随着代理机构数量的增多,省城房地产代理行业的竞争日趋激烈。“大代理公司为了抢占市场份额,拼命压低代理佣金,弄得我们生存很困难。”一家小代理公司如此抱怨。据了解,激烈的市场竞争下,本土不少规模较小的代理公司,纷纷到三四线城市,甚至县级市开拓业务。

(楼市记者 杨会想)

从“不”营销到“全员”营销

“十年前,请营销代理机构策划卖房,在很多开发商眼里,等于把自己赚到手的钱硬生生分给别人。”一位代理公司老总笑谈。

2001年,济南的房地产开发水平尚

处于初级阶段。楼盘销售环节还得不到特别重视,房地产代理市场上非常低迷,为数不多的代理公司也是以本土为主,主要业务是设计广告以及代理广告的发布。因此那时的开发商对于请公司做销售策划表示

深度质疑。这种观念直到2005年记者还曾从一家老牌“国”字号开发企业销售部听到:“我们老总不允许花钱打广告,也不同意请代理公司策划销售。”

随着市场竞争的激烈,外来代理机构的进驻,营销日益受到重视。一些代理机构出具的销售思

路、推盘策略以及宣传方式,比如明星代言、论坛营销、楼书推广、平面创意等,为楼盘赢得了市场上的高度认可,在打开销路、提升项目知名度、提高销售速度以及溢价等方面显示出的优势,逐渐培养了开发商对于营销代理的深度认知。来自北京、上海、广州、深圳等城市的代理机构开始涉足济南房地产市场。

进入2008年,外来一线开发商开始大规模进驻济南,济南的营销代理市场进入繁荣时期。2009年,一家外来大开发商的策划人员表示,他们公司奉行着全员营销的制度,老总都会亲自上阵为客户解答问题。这些来自一线城市的地产业大鳄,对于回钱的口甚为重视,对于企业品牌、楼盘营销非常看重,对房地产营销代理机构的依赖程度更高,有些公司甚至有着全国性战略合作伙伴。



某售楼处

明天,我们将继续……

2001年到2011年,十年间,我的青春挥洒在这里。虽然没有新闻部记者写新闻的严格时效性,也未曾深入社会一线去体味百味人生,但作为房地产专刊的一名记者,看到的、学到的、操作到的是关于一张报纸一个行业的“经营”。多年来,驻留在心间的还是挥之不去的地产情节。

十年太多太多的记忆,记录着楼市的发展,伴随着我的成长。

忘不了第一次拜访客户的青涩,忘不了第一次稿件见报的兴奋,忘不了那些曾经为楼市打天下并肩作战的同事们,忘不了加班到深夜那些默默支持楼市发展的楼市团队亲属们……亢奋、激动、汗水、感动,交织在十年中。我们在创新中求发展,在发展中寻求报纸新的增长点 and 运作模式,工作,已不再单纯的围绕一张新闻纸。

有人说,楼市记者是省城房地产市场

背后的推手。的确,我们知道在市场“低迷”的时候该给市场鼓劲;在市场价格趋缓时引导消费者去置业投资;更懂得楼市过于“疯狂”时,适当的用新闻效用来降温。

《齐鲁楼市》十年的积累,成就了一批批的置业者和投资者,也载着无数的地产企业在这十年的楼市风云中前行。我们在意每一次、每一个公益的活动的组织,因为我们熟知读者心中的祈盼,春秋房展、看楼车、购房俱乐部、购房团、异地沿海置业会、各地经典楼盘考察、中国住交会推选……无数的公益活动让《齐鲁楼市》更具感染力和亲和力。

《齐鲁楼市》是省城房地产市场的“前行者”,这十年是,下十年亦然。展望十年的发展历程,楼市团队的每一个成员对未来满怀信心与干劲儿,明天,我们将继续……

(楼市记者 贾婷)

我们在记录

《齐鲁楼市》十年的发展见证和记录了山东房地产发展的轨迹,笔者自创刊后的第二年便成为了专刊的一页服务至今,成为了齐鲁楼市的记录和参与者。

十年时间,如今济南的房价动辄上万,而购房者依然。记得齐鲁晚报楼市专版开设不久的两年时间内,房价每平方米三千左右,如今看来就像白送一样。当时记忆最深的就是部门的同志以每平方米1500元购得的开元山庄阁楼,几位年轻女同志由此被戏称为“阁楼女郎”,现如今她们都已经搬离阁楼,养儿育女,拥有了自己的宽绰新居。

在楼市发展的十年中,房展会、楼盘超市、全省业务的拓展等等活动,让我一直在察看山东房地产市场的纷纭变化。房地产企业的新旧更替,代理行业的竞争沉浮,地产媒体的推陈出新,成功者的步步为营、仰天长啸,失意者的黯然隐退,偏安一隅,这些都在演绎着楼市的时代变迁,而我们有幸把这些记录了下来。

如今平面媒体房地产专刊的运作,其实已经让我们成

为了房地产产品销售链的一个重要部分,但从传播的范围和内涵上要超出产品销售,承担了很大一部分社会职能。服务于百姓,与房地产企业的广泛联系成为了楼市专刊十年发展的一个常态。看楼车的每次出发,都满载着购房者对我们的信任,也因此受到了各楼盘销售环节的青睐;房展会更是牵动着行业各方的心,如今我们也拥有了专业的展览公司服务于每年的春秋展会;将本土企业团结起来,走出去,学习别人的经验,也推动了山东房地产业的发展。

近几年外来品牌的进入,让山东的房地产竞争结构发生了根本的变化,《齐鲁楼市》联系的主体也越来越多,同时也让我们的眼界越来越广阔,由山东市场瞄向省外,甚至是全国市场,寻求在全省,全国范围内与地产行业与媒体同行的合作。

十年,年龄、经验与房价一样在增长,城市面貌在巨变,下一个十年会怎样,面对着当前的楼市调控,大家看到了国人真正居有所居的曙光。“但愿屋长久,百姓康且安”。(楼市记者 田园)

