

创典参考

Trenda Reference

伙 伴 服 务 专 业 解 决

NO.39 2014年第四期

过年

社区服务革命

白银时代的营销策略

“互联网思维”漫游未来

奔跑吧，兄弟

冬季攻坚战，我该怎么做

优秀置业顾问所必备的特质





《创典参考》- 西安版

主 办：创典全程地产机构
 视觉设计：传美广告
 网 址：www.trenda.cn
 邮 箱：chuangdiancankao@trenda.cn
 电 话：029-88450100
 地 址：西安市唐延路旺座现代城B座21层
 邮 编：710065

执行主编：刘兰兰
 执行编辑：韩依霖、朱亚婧
 美术编辑：李申
 信息提供：创典全程资源信息中心
 数据采集：韩依霖、石宝雄、朱亚婧、和珊珊、
 原雪、勾平

出版日期：2014年11月

本刊所有署名图文作品，经著作人授权使用，未经许可不得转载、摘编。

◀ 西安行业读物欢迎投稿索阅 ▶

Contents 目录

P03



过年

刊首 Editorial

03 过年 / 徐正茂

焦点 Focus

06 社区服务革命

地产万象 Macro Market

10 政策速览

15 数据统计

城·市 Xi'an Developed

18 一级市场

25 区域走势

41 推广统计



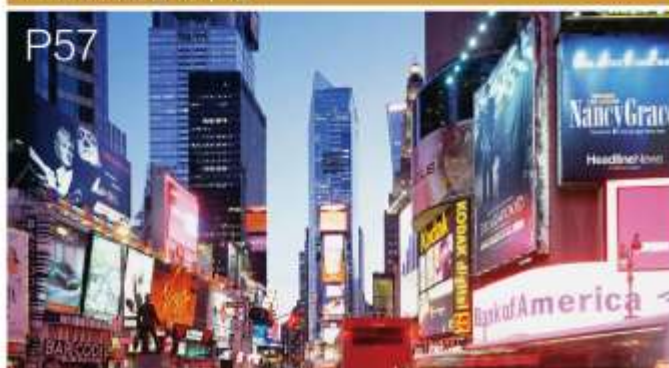
P44

白银时代的营销策略



P47

奔跑吧，兄弟



P57

如何快速敲定推广计划及主题画面



P62

优秀置业顾问所必备的特质

创视线 Trenda Viewpoint

■ 时评杂谈

- 44 白银时代的营销策略 / 丁峥
- 45 “互联网思维”漫游未来 / 张翼

■ 工作手记

- 47 奔跑吧，兄弟 / 连利军
- 48 命运 / 李伟
- 49 轮回，蜕变 / 刘翔
- 50 慈乌反哺之我见 / 安超
- 51 爱拼才会赢 / 李尚艳
- 52 最清晰的脚印，往往印在最泥泞的路上 / 严晓龙
- 53 为自己工作 / 牟金贵
- 54 来创典，这半年 / 程敏

- 55 积跬步以至千里 / 王丹

■ 营销沙龙

- 57 如何快速敲定推广计划及主题画面 / 周洁
- 58 冬季攻坚战，我该怎么办 / 权新胜
- 59 PK 案场如何才能取胜 / 王慧茹

■ 专业视点

- 61 如何管理老客户台账 / 赵亮
- 62 优秀置业顾问所必备的特质 / 冯涛

- 65 情景创典 Trenda Story

过年

才阳历的11月份，现在说过年是显得有点心急了。但对房地产这行来说，已经闻到过年的味道了。

西安万科刚公布自己前十个月签约了40个亿，应该是目前为止西安的销冠吧。虽然万科嘴上说在新时代，不再看重销售额的排名，但这个统计数据还是美滋滋地自己放出来了。

这十年来，除了08年的金九银十差不多能大大地收获一把，让开发商们像过年一样欢乐。但欢乐的同时，这俩月还真得多储备些过年的银子，因为11月天冷后，客户总是要少很多。过年是个关，要付的钱少不了。九、十不努力，过年真着急。

2013年的9、10月西安已经有点找不到金银满地的感觉了，但还是比其他月份稍好点。但今年西安的金九却成了最

水的金九，在828全面取消限购的刷屏声和欢呼声中，金九第一周不但没找到过年的感觉，各楼盘成交量更是当头一棒，很多项目周成交几乎是创了全年新低。很像江南黄梅天的9月连阴雨，把其后几周各家酝酿的各种力度的反扑和引爆企图也浇得湿嗒嗒。

随后930央行、银监会松绑限贷的《通知》又为10月燃起了新的希望，这个确实是比松绑限购更大的好消息。购房者情绪被政策面的消息调动得很有起色，久违的紧迫感开始萌动，诸多识时务的房企也开始拿出价格诚意来配合。10月的黄金周开局，很多项目的周成交又创了全年新高。和九月初有“水火”两重天的感觉。历年的黄金周，因为很多人会选择出游，并不是个传统的房地产成交旺期，因此今年这个

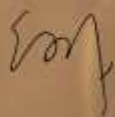
黄金周收获大大的惊喜，真像是过了个年。限贷松绑的大利好，温暖了整个10月，但松绑落地的执行又非常缓慢，这又带来了新的问题，很多购房者又开始观望，等待他们预期中的利率优惠和首付降低。如今房企也只能眼巴巴地等着银行们给能给力点。其实，等待永远不是积极的心态，你看成都有些动作快的房企已经自己掏腰包给客户“贴息”，率先让客户实现7折利率优惠，这是化被动为主动，积极抢收的好办法。

回顾今年的前9个月，西安市场最大的特点是没有高潮过，有点疲也有点皮。不管怎样，10月高潮了一下，正在进行时的11月也比前九个月要争气，我们的冬季攻势已经连续两周大幅超额完成目标，Iphone6 plus不停地送出，是惊喜。西安新房每个月100万平方米左右的销量，虽然和去年比有所下降，但万科还是不动声色地签了40多亿。西安从交易面积看，

在全国也排到前几位，能卖出一年的深圳新房销售面积的三倍多。大家都感觉难卖的原因还是供应量太大，大概2000多万平米的库存，一个月100多万平米的销售量，分到每家头上就不解渴。要抢到份额，就得比狠：比渠道铺得狠，更比价格让得决绝。有的房企手法狠，价格到位，就抢得多，手法温柔，一看二慢才通过的，磨磨唧唧的，轮到自己的粥就很少了。

有个业内高人说，每每春节前民工上塔吊要工资的新闻多了，表明房地产的拐点就来了。爬塔吊的多了，应该就是最坏的时候吧，拐也应该是往好的方向拐。很多人都把市场的好时光设想在了明年下半年，但明年能否好一点，是不确定的事、是愿望，是未来的事。今年的年关，却是眼前的事。离春节还有三个月，还是有机会，但机会也只能给识时务、下手狠的人。最近曲江、高新很好的地段，出现了5300的精装房，还是绝对的大品牌房企，这就是下手狠的杰出代表。例如我们开头提到的销冠万科，这个年头，销冠不是随便能当的，东西要很好，价格还要很有诚意。就连坚持了多年高大上的绿城，现在也在代建项目定位上悄悄调整思路：不要想最高能卖多少，要看最低能降到多少。随时准备加入火拼的节奏。

小时候过年，办年货，开年小孩交学费，全指望猪圈里那头猪，有些年景，肉价不高，猪卖不上价，但要过年，也只能卖了。现在的市道，没有价格配合，使出吃奶的劲儿，滴滴答答走几套还行，要回大钱过年，四季度的房子，像那只过年前的猪，就必须随行就市咬牙卖了。





焦点

FOCUS



■ 社区服务革命



社区服务 革命



盖房子只能卖一次，社区可以服务 70 年

经历过去 10 年的房地产大开发，我国的住宅小区规模极其庞大，这为房地产企业从事社区服务提供了广阔的机会。在移动互联网的信息技术对传统商业模式构成极大挑战的背景下，房地产企业也不能免俗。利用互联网发展社区服务，届时，地产企业不仅仅是社区开发商，更是社区服务供应商，提供服务和商品成为房地产开发企业战略转型的一种选择。

而这种利用互联网发展的新型社区服务，具体如何定义这一概念，在它尚未发展明朗之前我们尚不得而知，但传统的社区服务想必我们已经亲身体验多年。随着专业物管公司的成长、成熟，现代化小区的社区服务早已形成一套标准的模式，这也是我们所说的传统社区服务，囊括公共设施的管护、社区治安的保卫、社区卫生及绿化的维护等等。而如今备受关注的“新型”社区服务，自然是在此基础之上做以变革，这些变革创新，从几个已经试水的一线地产开发商动作上就可看出端倪。早在

多年前，花样年就已经试图颠覆传统的物业管理商业模式，编织一张基于各种社区需求的虚拟“B2F”大网，近两年，更多地产大亨也加入这一行列，北大资源的“资源家”让其实现了资源整合型城市运营商的梦想，而世茂的“云服务”到“宅行动”也让社区服务又多跨出一步，龙湖也及时上线龙湖社区通，让“龙民”通过智能手机或 PC 端就可体验到智慧生活，当然，上半年互联网思维大热时才拜访过多家互联网公司的万科也没歇着，在还没想清楚下一个 10 年具体干点什么的时候，也开始尝试社区运营在未来带给万科新的增长点的无限可能性。

有人说，插上了互联网技术这对翅膀，社区服务就是只自己能飞起来的猪！传统模式下的物管公司已遇到较大瓶颈。政策控制、成本上升及定位模糊让不少物业公司面临窘境。而新型的社区服务似乎找到了推动物管公司“三级跳”的动因，如此看来，即将到来一场社区服务转型革命也不无可能。

彩生活：构建社区1公里微商圈

2014年上半年，由花样年分拆的彩生活营业收入同比增长49%至1.63亿元人民币，毛利率同比增长12.1个百分点至66.1%，归属股东净利同比增长超过2倍达6200万元人民币。其中，彩生活核心业务——物业管理板块贡献了接近100%的毛利率，直接将其总体毛利率拉升到66.1%，不仅远超其他物业公司，更达到房企利润之王中海地产(33.6%)近两倍。

“彩生活模式”是什么？其实并不复杂。他利用互联网平台及彩之云APP系统，立足于科技物业管理应用的广度与深度，探索物业管理自动化、系统化、信息化服务，打造一个充满想象的彩之云服务平台，通过层层审核把关，集成包含衣、食、住、行、娱、购、游在内的各领域商户服务资源，构建社区1公里微商圈，甚至还规划在社区中提供金融、养老、小微企业孵化等社区综合服务平台。其中，社区增值服务是彩生活最有想象力的板块，包括协助业委会租赁小区的公共空间，将业主有意租售的房源介绍给物业经纪公司，彩生活分别从业委会和经纪公司获得佣金收入。除此之外，彩生活在住宅区推出驻场展示室，供应商展示产品和服务，并将大米、瓶装水、食用油、水果等日常用品寄存在此，接到住户需求后，向供应商反馈并安排送货，彩生活不持有库存，但收取一定比例的业务介绍费等。这些约占其收益20%的社区增值业务，未来将被发展成为彩生活的主要盈利来源。 ■■■

北大资源：新文化社区的崛起

“作为房地产开发商，在做产品落地的时候就是社区，就是房子的建造者、提供者，但我们更关注的是后续的社区服务。”许是基于这个考虑，北大资源将产品落地定义为新文化社区。新文化社区的标配是“双中心、一平台。”双中心主要是指新文化中心和北大医疗健康管理中心，一平台即线上社区服务网络平台“资源家”。

资源家2.0设有“社区”、“商城”、“健康”、“理财”、“教育”、“业主专享”等六大板块。单拿教育来说，2.0版整合了很多北大幼儿园、附小、附中的老师，包括退休的老师和在职的老师，形成了强大的教育资源队伍，实现了定时咨询的一对一的服务。未来的3.0版本可能还会介入到素质教育。

此外，关于社区服务最后一公里，北大资源也在“资源家”平台做以尝试，比如在网上社区超市就把米油面买了，通过“资源家”解决支付、配送问题。北大资源正在考虑怎样将社区周边的商业结合在一起，满足每个社区个性化的需求。把个性需求变成一个集体团购的概念，让居民再次享受到实惠。 ■■■

社区服务： 包围最后一公里

社区周边辐射的这最后一公里，看似是一段不长不短的距离，实则移动互联网迅速崛起、为各行业注入新活力的当下，这社区最后一公里却让房企社区掘金梦想照进了现实。

花样年“彩生活”利润的持续上涨，世茂“云服务”的贴心服务，万科首度拥抱O2O，金地、蓝光地产等企业也推出了社区服务平台。多家大型房企都在建设社区时融入了“云

电商：赛跑最后一公里

在感叹房企、快递公司社区服务下手之快的同时亦不能轻视互联网巨头们的惊人速度。依仗技术优势，他们纷纷建立线下体验店或与线下零售商合作解决最后一公里配送，结盟抢占社区入口。

京东商城除了与全家、7-11等众多线下便利店合作解决它的最后一公里配送问题之外，

世茂：社区服务走多远

2013年6月，“云服务”落地，在教育、医疗、商务、消费、定制等五大模块中皆有呈现。随后，世茂地产又推出世茂2014“宅行动”计划，这是基于世茂生活服务战略的又一次创新。从“云服务”到“宅行动”：社区服务能走多远？

几乎与其他社区互联平台一样，“宅行动”计划也基于满足一系列居住、生活需求的一站式生活解决方案，除此之外，宅行动计划还包括宅急住、宅安住、宅游住、宅优住等五大计划。“宅行动”看上去是世茂整合资源服务于客户潜在及现有生活需求，是世茂作为“生活方式服务商”战略一次更加接地气的落地行动，但更是基于世茂生活服务战略的又一次创新。世茂一直以客户需求作为变化、创新的出发点，客户需求的变化是世茂一切变化的根源。在世茂看来，房子是为业主服务的窗口，通过这个窗口输出和整合各类优势资源，并为业主提供生活所需服务，这是世茂未来的核心业务模式。 [11]

服务”理念，概念非常具有魅惑力，但是反过来讲，近几年国民经济的大势都不是非常好。作为一项如此大手笔的投入，“云服务”未来究竟如何，尚需时间揭晓答案。但能够肯定的是，未来可持续生存的关键确实是服务。

与此同时，意图在这最后一公里掘金的并不见得只有房企、电商、快递，零售商似乎也没有停止扩张最后一公里的速度。 [12]

顺丰嘿客：承包社区最后一公里

当你还以为顺丰依旧是那家邮费虽贵但速度超快的快递小哥时，他已然承包了你家社区最后一公里，开启了社区物业增值服务。有规模就有利润，从最后一公里到最后100米，社区物业增值服务的潜力巨大。因此，贪图这块蛋糕的又岂止顺丰一家，8月15日，韵达签约大连太阳系便利店，宣布正式进军东北O2O。无独有偶，近日网上流传圆通速递可能效仿顺丰嘿客开设的线下社区便利店“圆通妈妈店”也已获得证实。

顺丰要开便利店的消息由来已久，但如今看来，嘿客完全体现了顺丰对社区服务的强力整合，以及互联网思维的快速嫁接。嘿客类似一个O2O电商，在店内的海报、二维码墙上放置虚拟物品，再通过点击详细视频介绍、手机扫码、或者店内网络下单购买，之后顾客可选择门店自提或送货上门。这样，嘿客除了试穿试用的样品外，店内不设库存，甩掉零售行业多年的库存包袱。顺丰嘿客以迅雷不及掩耳之势，一夜之间线下门店迅速扩张到500多家。作为抢占最后一公里将社区消费者导入线上电商的主流模式，顺丰嘿客除了整合顺丰旗下的顺丰优选外，还引入了三四十家店铺和平台进驻网购系统，包括万表网、麦包包、飞飞商城等，涉及品类包括生鲜、服装、箱包、钟表、电子产品、日用品等。 [13]

还通过自营线下生鲜超市实现最后一公里物流配送。1号店也开始在社区附近开起了线下实体店，在实现最后一公里配送功能的同时，也在尝试以微信支付为主的食物类门店促销及门店预订，门店自提或送货上门的业务。

提及京东，不得不说近期被热议正在秘密内测一款名为“京东快点”的新产品，定位社区外送，并承诺2小时送达。目前京东快点仅在望京地区测试，主要经营6个类目的商品，分别是奶品冻品、生鲜果蔬、休闲零食、酒水饮料、米面粮油和护理用品等日用百货产品。测试区域内的用户可以在每天上午9点到晚上8点半之间下单购买商品，而京东快点会在下单两小时内将商品送达，免运费门槛为每单10元，仅支持货到付款。据了解，京东已经陆续与唐久、36524等万余家便利店展开了社区化配送的合作，让社区便利店成为京东物流的“毛细血管”，完成最后一公里的配送，号称能够实现“1小时达”，甚至“15分钟达”。这在此前京东广为认知的“211”、次日达、隔日达、极速达（三小时送达）等配送速度上又提速了不少。而与便利店的合作，也基本上成为京东O2O大战略中的主打业务。 [14]



地产万象

MACRO MARKET



政策速览



数据统计

Policy
Reference

Statistical
Reports

政策速览·中央政策

POLICY REFERENCE

CONTENT

- 01 国土部：不动产登记局“三定方案”确定
- 02 央行：结清首套且唯一住房贷款再购房可算首套
- 03 国务院：加强地方债管理 政府要与商业地产项目完全脱钩
- 04 三部门：联合发布通知 公积金将实现缴存异地互认
- 05 中央：农村土地实行“三权分置” 严禁土地流转“非农化”

国土部：不动产登记局“三定方案”确定

8月20日，国土资源部办公厅印发执行《地籍管理司（不动产登记局）主要职责内设机构和人员编制规定》，确定地籍管理司（不动产登记局）的主要职责、人员编制和内设机构等“三定方案”。不动产登记局包括10方面主要职责：拟订全国地籍管理和不动产统一登记相关法律法规、规则办法、标准规范，会同林业、海洋等部门登记发证，指导监督不动产登记工作，负责各类不动产登记信息管理，提出解决不动产权属问题的政策建议，组织开展土地权利制度研究，负责定期组织全国性土地调查和变更调查，指导地方地籍调查工作，组织实施国家土地遥感监测工作，以及承办国土部领导交办的其他事项等。

点评：不动产登记条例迟迟没有出台，上周国土部确定不动产登记局的主要职责、人员编制和内设机构等“三定方案”。国土部称，不动产登记局是国土部负责指导监督全国土地、房屋、林地、草原、海域等不动产登记和组织指导土地调查、统计、遥感监测、不动产权属争议调处的职能部门。由于不动产登记是房产税征收

的基础，因此官方不断加快不动产统一登记步伐，使得多套房业主信息查询更加便捷，引发市场的抛售担忧。

央行：结清首套且唯一住房贷款再购房可算首套

9月29日，央行、银监会发布《关于进一步做好住房金融服务工作的通知》。《通知》明确，对拥有1套住房并已结清相应购房贷款的家庭，为改善居住条件再次申请贷款购买普通商品住房，银行业金融机构执行首套房贷款政策。《通知》还明确，对于贷款购买首套普通自住房的家庭，贷款最低首付款比例为30%，贷款利率下限为贷款基准利率的0.7倍，具体由银行业金融机构根据风险情况自主确定。

点评：此前7、8两月，全国限购城市政策密集松动，但限购政策松动后效果并不明显，压力使得银行也进入到救市阵营中来。此次认房不认贷的限贷松动政策对改善型购房者来说是重大利好，卖掉旧房再买新房依然可以享受首套购房的30%首付、优惠利率，预计一二线城市将会由此启动一轮升级置业的高潮。

国务院：加强地方债管理 政府要与商业地产项目完全脱钩

10月8日，国务院印发《加强地方政府性债务管理的意见》，落实新预算法相关规定，建立借、用、还相统一的地方政府性债务管理机制，坚决制止违规举债。《意见》规定，地方政府对其举借的债务负有偿还责任，中央政府实行不救助原则。《意见》提出，对于企事业单位债务中不属于政府应当偿还的部分，应遵循市场规则处理，减少行政干预。

点评：国务院此次发布的《加强地方政府性债务管理的意见》，有助于约束地方政府的新增借贷和管理现有存量债务，并与8月底通过的新预算法对接，落实新预算法相关规定，建立借、用、还相统一的地方政府性债务管理机制，坚决制止违规举债。如果新规能够得到恰当执行，可以降低公共部门的借贷成本，最终降低财政不可持续的风险。

三部门：联合发布通知 公积金将实现缴存异地互认

10月14日，住房城乡建设部、财政部和人民银行公布《关于发展住房公积金个人住房贷款业务的通知》。《通知》规定，职工连续足额缴存住房公积金6个月（含）以上，可申请住房公积金个人住房贷款。对曾经在异地缴存住房公积金、在现缴存地缴存不满6个月的，缴存时间可根据原缴存地住房公积金管理中心出具的缴存证明合并计算。《通知》要求，住房公积金个人住房贷款发放率在85%以上的城市，要主动采取措施，积极协调商业银行发放住房公积金和商业银行的组合贷款。为降低贷款中间费用，减轻贷款职工负担，《通知》规定，住房公积金个人住房贷款担保以所购住房抵押为主。取消住房公积金个人住房贷款保险、公证、新房评估和强制性机构担保等收费项目。

当前，职工跨地区流动日益增强，在就业地缴存、回原籍购房需求增多。为适应职工流动性需要，《通知》要求，各地要实现住房公积金缴存异地互认和转移接续，并推进异地贷款业务，即职工可持就业地住房公积金管理中心出具的缴存证明，向户籍所在地住房公积金管理中心申请住房公

积金个人住房贷款。

点评：此前住房城乡建设部、财政部和人民银行联合公布《关于发展住房公积金个人住房贷款业务的通知》，《通知》首次提出“推进异地贷款业务”，要求各省、自治区、直辖市实现住房公积金缴存异地互认和转移接续。这样职工就可持就业地住房公积金管理中心出具的缴存证明，向户籍所在地住房公积金管理中心申请住房公积金个人住房贷款，更大程度地提高了公积金利用率。我们认为公积金贷款因额度限制、以及制度缺陷等原因占整个社会住房贷款的比例本就不大，此次调整对市场的直接影响有限，但其释放出的积极信号意义重大，对市场信心的提振起到明显作用。

中央：农村土地实行“三权分置” 严禁土地流转“非农化”

10月21日，中央审议通过《关于引导农村土地经营权有序流转发展农业适度规模经营的意见》。《意见》明确提出，坚持农村土地集体所有，所有权、承包权、经营权三权分置，引导土地经营权有序流转。首先要维护好农村土地集体所有权。其次，要保障好土地承包权。同时，要放活经营权。《意见》提出了三个方面的措施，其中包括建立新型职业农民制度，培育新的种地人，鼓励各地整合涉农资金建设连片高标准农田，并优先流向家庭农场等规模经营农户；有条件的地方可将土地经营权入股组建合作组织，通过自营或委托经营等方式发展农业规模经营等。

点评：当前在工业化、城镇化快速发展背景下，大量人口和劳动力离开农村，承包农户不经营自己承包地的情况越来越多。此次出台政策提出，实现土地集体所有权、承包权、经营权三权分置，这是引导土地有序流转的重要基础，最终让农业经营有好的效益，让农民成为体面的职业，培养多种新型农业经营主体。然而，在土地流转过程中，存在着地方强行推动土地流转，片面追求流转规模、比例，侵害了农民合法权益的现象，有的工商企业长时间、大面积租赁农户承包地，“非粮化”、“非农化”问题严重。对此，中央曾多次明确表示，鼓励和支持流转土地用于粮食生产，遏制“非粮化”，严禁“非农化”，决不允许借土地流转之名搞非农建设。

政策速览·各地政策

POLICY REFERENCE

CONTENT

- 01 北京：自住房必须与商品房同质
- 02 上海：自贸区出台土地新政
- 03 广州：将暂停公积金二次贷款
- 04 湖北：首套房贷利率重回七折为首个明确发文省份
- 05 昆明：单宗住宅用地出让面积不得超 300 亩
- 06 宁波：出台新政，大学毕业生买房给补贴
- 07 潍坊：首套房 90 平米以下契税 100% 补贴
- 08 长春：公积金新政正式落地可公积金与商贷组合贷款
- 09 陕西：将并轨管理经适房限价房政府个人共有产权
- 10 陕西：10 月起全省排查在建工程质量
- 11 西安：9 月 1 日起取消房产限购
- 12 西安：市房管局专项整治房地产中介市场
- 13 西安：户口迁出的在校生可享“棚户区”村民同等待遇
- 14 西安：国有土地上房屋征收与补偿新办法 11 月起实施

北京：自住房必须与商品房同质

9 月 11 日，北京市住建委下发《关于进一步加强自住型商品住房建设过程监管工作的通知》，从户型设计、工程质量、配套同步建设等方面，对自住型商品住房参建各方进行约束、监管，保证自住房与其他商品房品质相同。自住房户型设计应严格按照商品房设计规范执行，不得降低设计标准，并合理组织室内空间，提高室内空间的利用率，满足项目对采光、日照、隔声以及热工、卫生等方面的要求，确保使用功能。

上海：自贸区出台土地新政

8 月 19 日，上海市规划和国土资源管理局、中国（上海）自由贸易试验区管委会联合发布《关于中国（上海）自由贸易试验区综合用地规划和土地管理的试点意见》。明确提出综合用地的概念，鼓励公共服务设施用地、工业用地、仓储物流用地根据业态需求，进行土地混合开发和建筑复合利用，进一步提高土地利用质量和效益。综合用地政策可概括为“1222”，即“一个明确”，明确综合用地定义；“两个管控”，

一是实施规划弹性管控，二是土地供应刚性管控；“两个衔接”，注重与全生命周期管理和存量用地盘活管理的衔接；“两个加强”，加强新增综合用地分割转让限制，加强后续监管。

广州：将暂停公积金二次贷款

10月12日，广州市住房公积金管委会通过了公积金贷款新政，新政规定，对拥有一套住房并已结清相应购房贷款的家庭，申请住房公积金贷款购买普通自住住房，贷款最低首付款比例为30%，不过贷款利率则为住房公积金贷款基准利率的1.1倍。而如果相应购房贷款未结清，再购买普通自住住房，最低首付比例则为60%。新政还规定，广州本市户籍申请公积金贷款需连续正常缴纳公积金6个月，且累计缴存住房公积金24个月以上；非本市户籍的，需连续正常缴纳公积金6个月，且累计缴存公积金36个月。

湖北：首套房贷利率重回七折 为首个明确发文省份

9月16日，湖北省城乡建设厅发布通知称，居民家庭贷款首次购买自住普通商品住房，首付款比例按30%执行，贷款利率的下限可扩大为基准利率的0.7倍。个人购买属于家庭唯一普通商品住房的，减半征收契税；个人购买90平方米及以下家庭唯一普通商品住房的，契税按1%税率征收。

昆明：单宗住宅用地出让面积不得超300亩

9月22日，昆明市出台《关于加强土地节约集约利用的实施意见》。明确各类项目用地使用标准：商品住宅项目用地方面，主城区范围内商品住宅项目单宗地土地出让面积不得超300亩；其余各县区商品住宅项目单宗地土地出让面积不得超105亩；商品住宅项目规划容积率应大于1.0。同时明确，以工业为主导的工业园区，园区内净用地70%以上应用于工业项目；项目范围内配建的办公及服务设施用地面积不得超过总用地面积的7%，其配建设施地上建筑面积不得超过地上总建筑面积的7%。

宁波：出台新政，大学毕业生买房给补贴

10月8日，宁波市委办公厅、宁波市人民政府办公厅出台《关于营造良好安居环境促进高校毕业生来甬就业创业的若干意见》。表明2014年9月20日至2015年9月19日期间，对在宁波就业的毕业10年内普通高校高校毕业生（包括取得高级职业资格证书的高级技工学校和技师学院毕业生）购买普通住房，给予购房补贴，即对首次购买90㎡及以下普通住房的，给予房价总额1%的购房补贴；对首次购买90平方米以上，140㎡以下（不含140㎡）的，给予房价总额0.75%的购房补贴。

潍坊：首套房90平米以下契税100%补贴

10月19日，潍坊市住房和城乡建设局、潍坊市财政局和潍坊市住房公积金管理中心联合发布《关于促进房地产市场平稳健康发展的意见》。提出对个人购买90㎡以下首套商品住房或二手住房的，给予实缴契税额100%补贴；对个人购买90㎡以上、144㎡以下首套商品住房或二手住房及购买300㎡以下商业或办公用房用于创业的，给予实缴契税额50%补贴。明确指出要鼓励发展二手房市场，对个人出售二手房缴纳的营业税地方留成部分，在同一区域内重新购买普通商品住房或二手住房时，由所在区财政部门给予等额补贴，跨区的不予补贴。

长春：公积金新政正式落地 可公积金与商贷组合贷款

10月23日，吉林省住房和城乡建设厅下发了《关于进一步加强住房公积金管理工作的意见》。对于贷款购买首套普通自住住房的家庭，贷款最低首付款比例为30%。允许拥有1套住房并已结清相应购房贷款家庭，再次申请贷款购买普通商品住房，并执行首套房贷款政策。

陕西：将并轨管理经适房限价房政府个人共有产权

9月12日，陕西省住建厅出台方案，将原有的经济适用房和限价商品房并轨管理，统称为购置型保障房。并轨后的购置型保障房采取政府和保障对象共同拥有房屋产权的管理办法，当个人产权未达到60%时，保障对象仍需缴纳政府产权部分的租金。个人产权超过60%时，政府产权份额对应的住房使用权无偿让渡给购房人，不再向购房人收取租金。同时，还允许保障对象购买廉租房和公租房等租赁型保障房部分产权或全部产权，但出售比例应控制在房源总套数的40%以内。

陕西：10月起全省排查在建工程质量

9月25日，陕西省制定出台了《陕西省工程质量治理两年行动方案》。10月起，全省各市县住建部门将对本辖区内在建工程项目进行全面排查，重点包括在建的房屋建筑和市政基础设施工程的承包情况、质量责任落实情况等。根据要求，明年起，各地市住房城乡建设主管部门将每四个月对本辖区内在建工程项目进行一次检查，每半年，省住建厅将对全省工程项目进行一次重点抽查和专项行动督导检查。到了2016年7月-8月，各地治理实施情况将接受住房城乡建设部的检查验收。

西安：9月1日起取消房产限购

8月28日，西安市住房保障和房屋管理局发布《西安市住房保障和房屋管理局关于促进房地产市场持续健康发展有关问题的通知》。要优化住房消费环境，充分发挥市场对资源配置的决定性作用，坚持市场需求为导向，积极满足多方面的住房需求。自2014年9月1日起，凡在本市区内购买商品住房和二手住房的，不再申报户籍和原有住房情况。

西安：市房管局专项整治房地产中介市场

9月13日，西安市房管局下发《有关开展房地产中介市

场专项整治的通知》。为进一步整治和规范房地产经纪市场秩序，维护房地产经纪活动当事人的合法权益，根据《城市房地产管理法》和《房地产经纪管理办法》等规定和要求开展此次整治活动。此次整治目标：通过对房地产经纪行业的专项整治，有效遏制房地产中介机构及从业人员各种不良行为，改善房地产中介市场秩序，营造主体诚信、行为规范、监管有力的市场环境，促进西安市房地产经纪市场持续、健康发展。整治内容：未经房地产主管部门备案，擅自从事房地产经纪业务；在经营场所未公示营业执照和备案证明文件，服务项目、内容、标准，业务流程及收费项目、依据、标准等规定公示事项；为不符合交易条件的保障性住房和禁止交易的房屋提供经纪服务；侵占、挪用房地产交易资金；开展经纪业务不与委托人签订书面房地产经纪服务合同或所签订的经纪服务合同未明确有关规定内容；法律法规禁止的其他行为等。

西安：户口迁出的在校生可享“棚户区”村民同等待遇

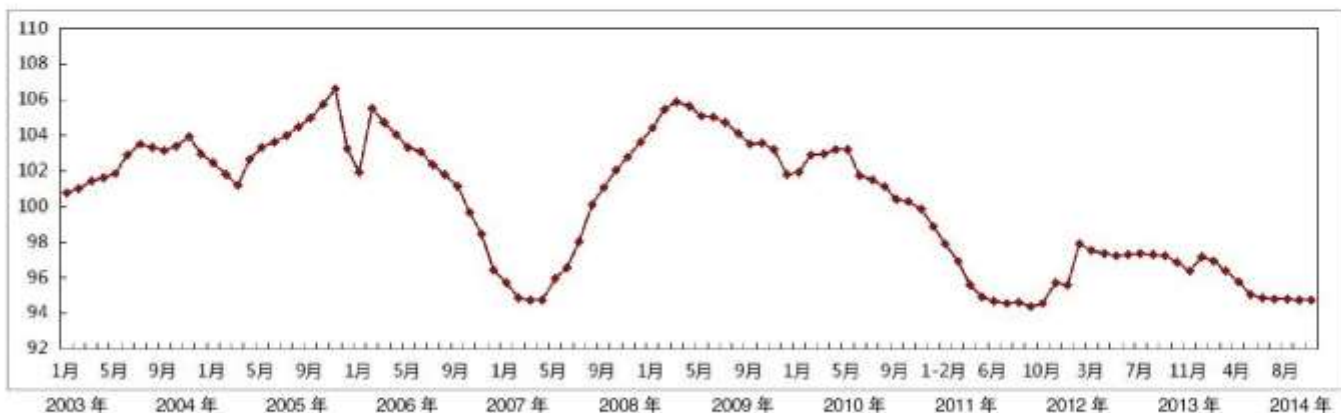
10月13日，西安市棚户区（城中村）改造办公室新制定的《西安市棚户区改造管理办法》已经市政府批准，自11月1日施行，有效期5年。明确户口迁出集体土地上棚户区的在校学生、服役士兵、服刑人员在改造时享受村民同等待遇，其他非农户籍人员不享受村民同等待遇。

西安：国有土地上房屋征收与补偿新办法11月起实施

10月19日，西安市房管局发布修改后的《西安市国有土地上房屋征收与补偿办法》，新办法将从11月1日起开始实施。新《办法》规定征收主体为区政府，其中城六区负责本行政区域内国有土地房屋征收与补偿工作；开发区管委会根据市政府委托作出房屋征收与补偿决定；市政府确定的重大项目房屋征收与补偿工作由市政府负责。市房屋征收管理办公室应当建立全市统一的房屋征收信息平台，加强房屋征收监督管理。市征收主管部门应组织成立房地产价格评估专家委员会。当被征收人对评估机构的复核结果有异议时，可申请房地产价格评估专家委员会对评估结果进行鉴定，有利于维护为征收人的合法权利。

数据统计

2014年1-10月全国房地产市场运行情况



历年国房景气指数走势图（自2003年1月至2014年10月）数据来源：国家统计局

国房地产景气指数终于结束了连续下滑的局面出现轻微回升。

根据国家统计局最新公布的数据显示，2014年10月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为94.76，比上月提高0.04点。而之前这一指数一直呈现下滑态势，如9月份环比下滑0.07点、8月份环比下滑0.03点。尽管如此，国内房地产的景气程度仍未脱离“较低水平”，因为只有95至105点之间为“适度水平”。

尽管全国房地产开发投资增速依然回落，但房地产企业的开工和拿地意愿已经开始上升。

根据国家统计局数据显示，2014年1-10月份，全国房地产开发投资77220亿元，同比名义增长12.4%，增速比1-9月份回落0.1个百分点。其中，住宅投资52464亿元，增长11.1%，增速回落0.2个百分点。住宅投资占房地产开发投资的比重为67.9%。

1-10月份，房地产开发企业房屋施工面积692132万平方米，同比增长12.3%，增速提高0.8个百分点。其中，住宅施工面积491855万平方米，增长8.8%。房屋新开工面积147661万平方米，下降5.5%，降幅收窄3.8个百分点。其中，住宅新开工面积102879万平方米，下降9.8%。房屋竣工面积63889万平方米，增长7.6%，增速提高0.4个百分点。其中，住宅竣工面积48749万平方米，增长5.1%。

1-10月份，房地产开发企业土地购置面积26972万平方米，同比增长1.2%，1-9月份为下降4.6%；土地成交价款7747亿元，增长20.4%，增速提高8.9个百分点。

从销售情况来看，随着9月底的政策利好，10月国内商品房销售表现已经有所好转。

1-10月份商品房销售面积88494万平方米，同比下降7.8%，降幅比1-9月份收窄0.8个百分点。其中，住宅销售面积下降9.5%，办公楼销售面积下降9.9%，商业营业用房销售面积增长8.2%。商品房销售额56385亿元，下降7.9%，降幅比1-9月份收窄1个百分点。其中，住宅销售额下降9.9%，办公楼销售额下降20.4%，商业营业用房销售额增长8.3%。

10月份当月，商品房销售面积11362万平方米，同比下降1.6%，降幅比上月减缓8.7个百分点；商品房销售额7158亿元，同比下降0.7%，降幅比上月减缓8.2个百分点。

10月末，商品房待售面积58239万平方米，比9月末增加1091万平方米。其中，住宅待售面积增加611万平方米，办公楼待售面积增加88万平方米，商业营业用房待售面积增加227万平方米。

与房企拿地热情回升相佐证的是房企到位资金的增长，虽然销售数据转暖，但库存高，融资紧，依旧是目前的重要问题。

1-10月份，房地产开发企业到位资金100241亿元，同比增长3.1%，增速比1-9月份提高0.8个百分点。其中，国内贷款17735亿元，增长11.1%；利用外资489亿元，增长17.6%；自筹资金42232亿元，增长13.8%；其他资金39786亿元，下降9.0%。在其他资金中，定金及预收款24213亿元，下降11.2%；个人按揭贷款10895亿元，下降4.3%。

2014年9月各地房价指数

城市	新建住宅价格指数			新建商品住宅价格指数			二手住宅价格指数		
	环比	同比	定基	环比	同比	定基	环比	同比	定基
北京	99.3	100.4	119.4	99.1	100.4	125	98.6	97.6	114
上海	99.1	99.2	117.2	98.9	99.1	120.6	99.2	99.9	114
广州	98.6	99.4	124.3	98.6	99.4	124.6	98.7	101	116.9
深圳	99.2	100.3	122.6	99.1	100.3	123	99.3	103.1	121.2
西安	99.1	99.8	113.7	99	99.8	115.1	99	97.4	102.4

注：同比以去年同月价格为100，环比以上月价格为100，定基以2010年为100。

城市	90m ² 及以下			90-144m ²			144m ² 以上		
	环比	同比	定基	环比	同比	定基	环比	同比	定基
北京	98.9	99.4	125.3	99.1	99.9	124.3	99.2	101.7	125.4
上海	99.1	100.1	125.5	98.9	98.7	119.8	98.9	98.8	118.8
广州	98.5	99.1	124.7	98.4	99.3	127.1	98.9	99.6	121.7
深圳	99.1	100.6	125.9	99.0	99.6	120.2	99.2	100.2	121.4
西安	99.0	99.9	118.1	99.3	99.6	113.6	98.7	100.0	113.2

注：同比以去年同月价格为100，环比以上月价格为100，定基以2010年为100。

数据来源：国家统计局

2014年10月各地房价指数

城市	新建住宅价格指数			新建商品住宅价格指数			二手住宅价格指数		
	环比	同比	定基	环比	同比	定基	环比	同比	定基
北京	98.9	98.7	118.1	98.7	98.3	123.4	100.3	96.8	114.3
上海	99.4	98	116.6	99.3	97.6	119.8	100	99	114.1
广州	98.8	97.3	122.8	98.8	97.3	123	100	100	116.8
深圳	99.6	99	122.1	99.6	97.1	108.3	100	102.2	121.1
西安	99.4	98.6	113	99.3	98.5	114.3	99.2	96.1	101.5

注：同比以去年同月价格为100，环比以上月价格为100，定基以2010年为100。

城市	90m ² 及以下			90-144m ²			144m ² 以上		
	环比	同比	定基	环比	同比	定基	环比	同比	定基
北京	98	96.8	122.9	98.3	97.4	122.2	99.4	100.4	124.7
上海	99.3	98.7	124.6	99.5	97.7	119.2	99.2	97.1	117.9
广州	99	97.2	123.5	98.9	97.3	125.7	98.5	97.4	119.9
深圳	99.6	99.3	125.4	99.8	98.3	119.9	99.5	98.9	120.8
西安	99.2	98.4	117.2	99.5	98.7	113.1	99.3	98.1	112.3

注：同比以去年同月价格为100，环比以上月价格为100，定基以2010年为100。

数据来源：国家统计局

随着央行住房金融政策和地方财税政策的出台，房地产政策环境发生重大变化，特别是央行信贷政策调整或将进一步改变市场预期，各项政策的落地实施，各类需求释放或将促进市场回暖，但在高库存以及全年销售业绩压力等因素影响下，四季度房企仍将以去库存为主，价格降幅或将逐步收窄。

据统计2014年10月全国100个城市(新建)住宅平均价格为10629元/平方米,环比上月下跌0.4%,连续第6个月下跌,

跌幅缩小0.52个百分点。同比去年下跌0.52%,为连续22个月上涨后首次下跌。从涨跌城市个数看,100个城市中有73个城市环比下跌,27个城市环比上涨。与上月相比,本月价格环比上涨的城市数量较上月增加6个,其中涨幅在1%以上的有5个,较上月减少4个;本月价格环比下跌的城市数量较上月减少6个,其中跌幅在1%以上的有37个,较上月减少5个。



城·市

XIAN DEVELOPED →

■ 一级市场 ■ 区域走势 ■ 推广统计

Land
Market

Regional
Market

Data
Analyse

2014年1-10月西安市国土交易详情

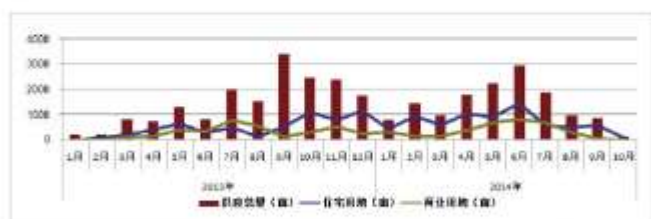
一、土地出让状况分析

2014年前10个月，西安市土地供应量先增后减，在6月达到峰值，之后供应量大幅下降，较去年同期微幅上涨。土地供应类型仍以住宅用地为主，占比达到一半以上，供应的地块以小体量、中小体量为主。

根据统计分析，2014年1-10月份共出让土地270宗，累计公开招拍挂供应土地14053.75亩，较去年同期上涨4.2%；1-10月份出让住宅用地共计7083.35亩，同比上涨81.2%；商业用地共计3548.97亩，同比上涨26.1%；工业用地共计

3196.92亩，仓储用地共计96.04亩。据测算2014年1-10月供应的土地可为西安市场提供大约2784.62万 m^2 的供应量。

西安市土地供应类型走势图(2013年1月-2014年10月)



数据来源：创典数据库

西安市房地产市场土地供应情况(2014年1月-10月)

月份	总供应(亩)	占全年总供应百分比	住宅用地(亩)	占当期供应量百分比	商业用地(亩)	占当期供应量百分比	工业用地(亩)	占当期供应量百分比	仓储用地(亩)	其他用地(亩)
1月	787.84	5.61%	428.35	54.37%	319.24	40.52%	40.25	5.11%	0	0
2月	1462.47	10.41%	930.38	63.62%	150.76	10.31%	312.81	21.39%	68.51	0
3月	981.63	6.98%	590.44	60.15%	148.17	15.09%	243.02	24.76%	0	0
4月	1792.04	12.75%	1025.87	57.25%	372.92	20.81%	372.26	20.77%	0	21
5月	2235.58	15.91%	910.66	40.73%	676.39	30.26%	621	27.78%	27.53	0
6月	2948.92	20.98%	1440.01	48.83%	817.16	27.71%	664	22.52%	0	27.76
7月	1881.42	13.39%	586.39	31.17%	681.86	36.24%	613.17	32.59%	0	0
8月	961.69	6.84%	496.07	51.58%	300.57	31.25%	165.06	17.16%	0	0
9月	872.12	6.21%	584.71	67.04%	67.50	7.74%	165.35	18.96%	0	54.56
10月	130.04	0.93%	90.48	69.58%	14.40	11.08%	0	0%	0	25.15
当年累计	14053.75	100%	7083.35	50.40%	3548.97	25.25%	3196.92	22.75%	96.04	48.76

数据来源：创典数据库

2014年1-10月土地供应地块结构较丰富，住宅、商业、工业、仓储等用地均有供应。其中，住宅用地供应量最大，占当期总供应量的50.4%，将为西安市场提供大约1683.72万 m^2 的供应量；商业用地供应量较去年同期有所上涨，占当期总供应量的25.25%；工业用地供应量占当期总供应量的22.75%，仓储用地占比仍然较小，仅为0.68%。

西安市土地供应性质比例图(2014年1月-10月)



数据来源：创典数据库

从土地体量来看，本期出让土地多以小体量地块为主。2014年1-10月份累计出让270宗土地中，20亩以下的小体量土地有102宗，占总出让土地宗数的37.78%；20-60亩之间的土地有86宗，占总出让土地宗数的31.85%；60-100亩之间的土地有36宗，占总出让土地宗数的13.33%；100亩以上土地有44宗，占总出让土地宗数的16.3%。

西安市土地供应体量比例图(2014年1月-10月)



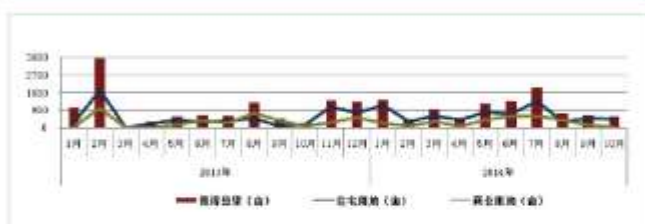
数据来源：创典数据库

二、土地竞得状况分析

(一)、2014年前10个月,西安土地成交市场波动较大,成交量先是逐渐上升,在7月达到峰值,继而大幅下降,近三个月来成交量一直不太理想。

2014年1-10月份西安市土地市场成交土地220宗,共计9980.67亩,同比上涨11.98%,其中住宅用地成交6755.73亩,同比上涨58.1%;商业用地成交3099.39亩,同比下降4.05%,工业用地及仓储用地仍然无成交。

西安市土地竞得类型走势图(2013年1月-2014年10月)



数据来源:创典数据库

西安市房地产市场土地竞得情况汇总表(2014年1月-10月)

项目	总竞得土地(亩)	占全年总供应百分比	住宅用地(亩)	占当期供应量百分比	商业用地(亩)	占当期供应量百分比	工业用地(亩)	占当期供应量百分比	仓储用地(亩)	其他用地(亩)
1月	1441.48	14.44%	1157.37	80.29%	261.88	18.17%	0	0	0	22.24
2月	446.93	4.48%	337.66	75.55%	109.27	24.45%	0	0	0	0
3月	926.99	9.29%	595.88	64.28%	331.11	35.72%	0	0	0	0
4月	537.42	5.38%	430.72	80.15%	106.70	19.85%	0	0	0	0
5月	1263.20	12.66%	815.09	64.53%	427.11	33.81%	0	0	0	21
6月	1360.29	13.63%	738.88	54.32%	621.42	45.68%	0	0	0	0
7月	2028.41	20.32%	1382.90	68.18%	617.75	30.46%	0	0	0	27.76
8月	749.95	7.51%	331.82	44.24%	418.14	55.76%	0	0	0	0
9月	634.59	6.36%	496.07	78.17%	138.53	21.83%	0	0	0	0
10月	591.42	5.93%	469.36	79.36%	67.50	11.41%	0	0	0	54.56
当年累计	9980.67	100%	6755.73	67.69%	3099.39	31.05%	0	0	0	125.55

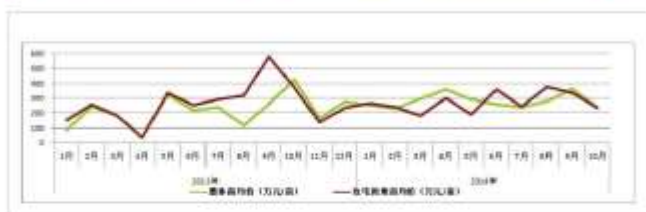
数据来源:创典数据库

(二)、2014年1-10月西安土地成交市场中,成交金额较去年同期增长明显,整体亩均价及楼面地价同比保持上涨态势,而住宅用地的亩均价同比增长甚微,楼面地价同比下降。

2014年1-10月份,西安市竞得土地成交金额2728473

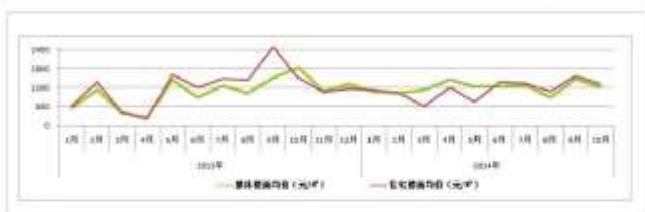
万元,同比上涨44.1%,土地整体成交亩均价为273.38万元/亩,同比上涨27.7%,整体楼面地价为1194.92元/m²,同比上涨12.4%;住宅用地亩成交均价为265.03万元/亩,同比上涨0.3%,楼面地价为1122.27元/m²,同比下降11.8%。

竞得土地亩均价走势图(2013年1月-2014年10月)



数据来源:创典数据库

竞得土地楼面地价走势图(2013年1月-2014年10月)



数据来源:创典数据库

(三)、2014年1-10月份西安市土地成交平均溢价率仅为0.56%,成交的220宗土地中多以起始价成交,仅有5宗土地存在溢价情况,西安土地成交市场比较稳定。

2014年1-10月份,西安市竞得地块中共有5宗地块存在

溢价,其中JK2-18-23地块由陕西春晖置业有限公司竞得,成交价8330万元,溢价率为50.63%,成为1-10月溢价率最高的地块,其次为QJ10-4-350地块,由西安卓一置业有限公司竞得,成交价9000万元,溢价率为50%。

西安市房地产成交市场溢价情况汇总表(2014年1月-10月)

月份	区域	地籍编号	面积(亩)	起始价(万元)	成交价(万元)	溢价率
1月	其他	QJ15-1-13	81.757	16760	17760	5.97%
	曲江	QJ10-7-31	68.641	35000	39820	13.77%
6月	经开未央	JK2-18-23	11	5530	8330	50.63%
9月	曲江	QJ10-8-471	15.579	10000	13640	36.4%
10月	曲江	QJ10-4-350	8.917	6000	9000	50%

(其他区域包括:高陵、阎良、临潼、航天城等区域) 数据来源:创典数据库

三、区域土地出让及成交状况分析

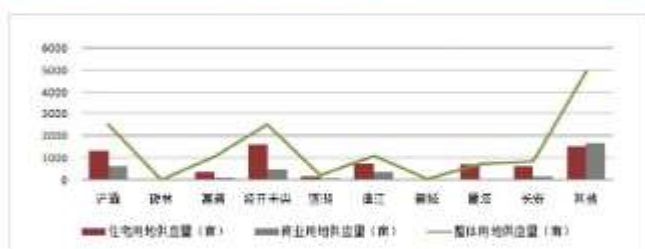
(一)、2014年1-10月西安市土地供应主要集中在浐灞、经开未央、曲江、高新等区域。其中浐灞区域本期土地供应量最大，供应类型丰富。

2014年1-10月西安市土地市场供应量最大区域为浐灞区域，共计2532.74亩，占到全市土地出让量的18.02%，其中区域内供应住宅用地1324.12亩，占区域供应量的52.28%，商业用地609.51亩，占区域供应量的24.07%，另外还有6家工业用地供应，共计599.113亩。

2014年1-10月土地供应量排第二的区域为经开未央区域，共出让2525.1亩土地，占到全市土地出让量的17.97%，

其中区域内供应住宅用地1621.75亩，占区域出让供应量的64.23%，商业用地493.11亩，占区域供应量的19.53%。

西安市土地供应各区域走势图(2014年1月-10月)



(其他区域包括：高陵、阎良、临潼、航天城等区域)
数据来源：创典数据库

西安市房地产市场各区域土地供应情况汇总(2014年1月-10月)

区域	整体(亩)	占当期百分比	住宅(亩)	住宅用地占当期百分比	商业(亩)	商业用地占当期百分比
浐灞	2532.74	18.02%	1324.12	52.28%	609.51	24.07%
碑林	20.70	0.15%	20.70	100%	0	0
高新	1081.96	7.70%	345.87	31.97%	124.56	11.51%
经开未央	2525.10	17.97%	1621.75	64.23%	493.11	19.53%
莲湖	230.41	1.64%	144.25	62.61%	86.11	37.37%
曲江	1111.19	7.91%	751.71	67.65%	359.48	32.35%
新城	47.96	0.34%	14.55	30.34%	33.41	69.67%
雁塔	718.38	5.11%	691.20	96.22%	27.18	3.78%
长安	856.30	6.09%	616.84	72.04%	151.85	17.73%
其他	4929.02	35.07%	1552.33	31.49%	1663.74	33.75%
共计	14053.75	100%	7083.32	50.40%	3548.96	25.25%

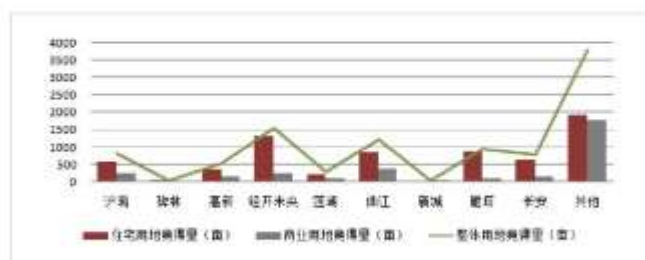
(其他区域包括：高陵、阎良、临潼、航天城等区域)
数据来源：创典数据库

(二)、2014年1-10月西安市土地成交主要集中在经开未央、曲江、雁塔、浐灞等区域，成交主体为住宅用地，成交类型较单一，多数区域仅有住宅、商业用地成交。

2014年1-10月西安市土地市场竞得量最大区域为经开未央区域，共有1538.36亩，占到全市土地竞得量的15.41%，其中区域内竞得住宅用地1312.47亩，占区域竞得量的85.32%，商业用地225.89亩，占区域竞得量的14.68%。

2014年1-10月土地竞得量排第二的区域为曲江区域，共出让1211.88亩土地，占到全市土地竞得量的12.14%，其中区域内竞得住宅用地849.39亩，占区域竞得量的70.09%，商业用地362.49亩，占区域竞得量的29.91%。

西安市土地竞得各区域走势图(2014年1月-10月)



(其他区域包括：高陵、阎良、临潼、航天城等区域)
数据来源：创典数据库

西安市房地产市场各区域土地竞得情况汇总 (2014年1月-10月)

区域	整体(亩)	占当期百分比	住宅(亩)	住宅用地占当期百分比	商业(亩)	商业用地占当期百分比
灞灞	805.52	8.07%	580.31	72.04%	225.21	27.96%
碑林	35.08	0.35%	30.60	87.23%	4.48	12.77%
高新	530.68	5.32%	345.87	65.18%	151.8	28.61%
经开未央	1538.36	15.41%	1312.47	85.32%	225.89	14.68%
莲湖	296.35	2.97%	211.81	71.47%	84.54	28.53%
曲江	1211.88	12.14%	849.39	70.09%	362.49	29.91%
新城	47.96	0.48%	14.55	30.34%	33.41	69.67%
雁塔	946.99	9.49%	869.72	91.84%	77.27	8.16%
长安	784.44	7.86%	616.84	78.63%	151.85	19.36%
其他	3783.43	37.91%	1924.19	50.86%	1782.44	47.11%
共计	9980.67	100%	6755.74	67.69%	3099.39	31.05%

(其他区域包括: 高陵、阎良、临潼、航天城等区域)
数据来源: 创典数据库

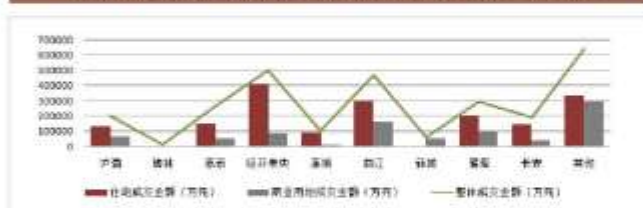
(三)、2014年1-10月西安市土地成交金额较去年同期上涨44.1%，本期经开未央区域成交金额位居首位。

2014年1-10月西安市土地成交总金额为2728473万元，其中成交金额最高的区域是经开未央区域，累计成交金额499743万元，其中住宅用地成交金额为413799万元。

本期成交价最高的地块为YT2-25-25、YT2-25-26，由陕西佳鑫伟业房地产开发有限公司竞得，成交价95000万元。本期楼面地价最高的地块为XC10-26-19、XC10-26-20、

XC10-26-21，楼面地价约为6782.42元/㎡。

西安市各区域土地成交金额 (2014年1月-10月)



(其他区域包括: 高陵、阎良、临潼、航天城等区域)
数据来源: 创典数据库

西安市房地产市场各区域土地成交金额情况汇总 (2014年1月-10月)

区域	整体成交金额(万元)	住宅成交金额(万元)	商业用地成交金额(万元)
灞灞	201325	137732	63593
碑林	10779	6764	4015
高新	267840	150490	51300
经开未央	499743	413799	85944
莲湖	100378	92580	7798
曲江	467999	304345	163654
新城	59872	5520	54352
雁塔	294007	199007	95000
长安	187130	145480	41650
其他	639400	334735	304665
累计	2728473	1790452	871971

(其他区域包括: 高陵、阎良、临潼、航天城等区域)
数据来源: 创典数据库

(四)、2014年1-10月，西安市竞得土地整体成交楼面地价、亩均价最高的区域均为新城区，楼面地价为3482.96

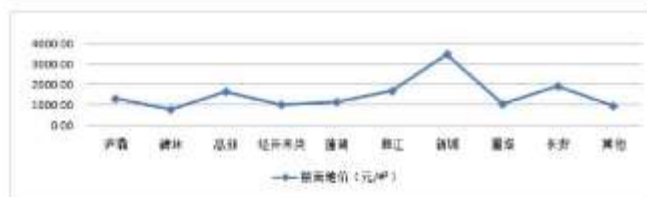
元/㎡，亩均价为1248.37万元/亩。新城区成交地块数量较少，且面积均在20亩以下，区域土地资源稀缺，成交价较高。

西安市房地产市场各区域土地竞得成交亩均价及成交楼面地价情况汇总 (2014年1月-10月)

区域	成交楼面地价 (元/m ²)	成交亩均价 (万元/亩)
灞桥	1296.45	249.93
碑林	763.93	307.27
高新	1651.40	504.71
经开未央	1002.23	324.85
莲湖	1135.37	338.71
曲江	1670.71	386.18
新城	3482.96	1248.37
雁塔	1029.47	310.46
长安	1910.07	238.55
其他	934.95	169.00
累计	1194.92	273.38

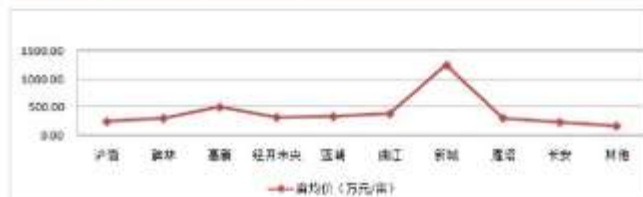
(其他区域包括: 高陵、阎良、临潼、航天城等区域) 数据来源: 创典数据库

2014年1月-10月西安区域土地成交楼面地价(元/平方米)



(其他区域包括: 高陵、阎良、临潼、航天城等区域) 数据来源: 创典数据库

2014年1月-10月西安区域土地成交亩均价(万元/亩)

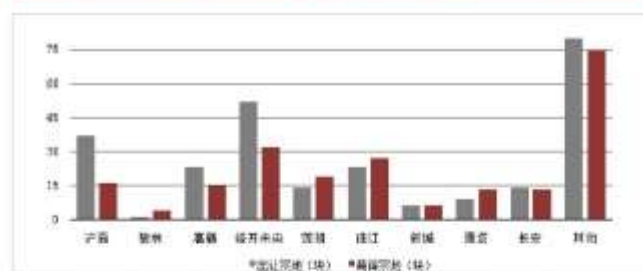


(其他区域包括: 高陵、阎良、临潼、航天城等区域) 数据来源: 创典数据库

(五)、2014年1-10月西安市整体成交率为81.48%，碑林区域成交率为当期最高，而灞桥区的成交率为当期最低。

2014年1-10月西安市共出让270宗地块，竞得220宗地块，成交率81.48%。其中碑林区域成交率最高，出让宗地1块，竞得宗地4块（部分2013年底出让宗地在2014年初竞得成功），成交率为400%；其次为雁塔区域，出让宗地9块，竞得宗地13块（部分2013年底出让宗地在2014年初竞得成功），成交率为144.44%；而灞桥区域成交率最低，出让宗地37块，竞得宗地16块，成交率仅为43.24%。

西安市各区域土地成交率(2014年1月-10月)



(其他区域包括: 高陵、阎良、临潼、航天城等区域) 数据来源: 创典数据库

西安市房地产市场各区域土地成交率情况汇总(2014年1月-10月)

区域	出让宗地(块)	竞得宗地(块)	成交率
灞桥	37	16	43.24%
碑林	1	4	400%
高新	23	15	65.22%
经开未央	52	32	61.54%
莲湖	14	19	135.71%
曲江	23	27	117.39%
新城	6	6	100%
雁塔	9	13	144.44%
长安	14	13	92.86%
其他	91	75	82.42%
累计	270	220	81.48%

(其他区域包括: 高陵、阎良、临潼、航天城等区域) 数据来源: 创典数据库

(六)、2014年1-10月西安市住宅建筑容积率在2.6-6.0之间,本期竞得用地容积率最高的区域是经开未央区域,容积率最低的区域是长安区域。

2014年1-10月西安市整体成交土地容积率均值为4.24,经开未央区域整体容积率均值最高,达到5.54;长安区域整

体容积率均值最低,为2.38。另外,住宅成交土地容积率均值为4.41,莲湖区域住宅土地容积率均值最高,为6.08,区域内成交19宗地块,其中9宗为住宅用地;长安区域竞得住宅土地容积率均值最低,为2.69。

西安市房地产市场各区域竞得土地容积率分析表(2014年1月-10月)

	灞灞	碑林	高新	经开未央	莲湖	曲江	新城	雁塔	长安	其他	均值
区域竞得地块(宗)	16	4	15	32	19	27	6	13	13	75	—
住宅竞得地块(宗)	10	3	6	21	9	14	1	11	10	32	—
容积率均值	3.29	4.58	4.98	5.54	5.14	3.46	5.33	5.08	2.38	2.61	4.24
住宅容积率均值	3.48	4.97	4.67	5.37	6.08	3.03	5.66	4.95	2.69	3.21	4.41

(其他区域包括:高陵、阎良、临潼、狄天城等区域)
数据来源:创典数据库

四、市场预测:土地供应量跌入谷底、成交市场持续低迷

西安市前十个月土地供应量低开高走,在六月达到峰值后,供应量连续四个月出现大幅下降,十月土地供应量为本期最低,整体较去年同期仅微幅上涨,根据近几个月的土地

供应情况,未来的两个月土地供应量较十月将有所上涨,但整体仍处于较低水平。前十个月西安市土地成交量较去年同期有所上涨,成交量低开高走、逐步增长,在七月达到峰值,随后成交量持续下降,根据近几个月的成交情况,未来两个月的土地成交量将不会有太大起色。

五、重点地块分析

(一)、成交地块基本信息

1. 地块位置

挂牌成交地块属于航天基地板块,具体位于航天基地航创路以北、陕西博赛房地产开发公司以南、西安金古置业有

限公司以东、信息产业电子第十一设计研究院科技工程股份有限公司以西。



宗地编号	面积(亩)	用途	建筑容积率	竞得人	控规建面(m ²)	楼面地价(元/m ²)
HT01-25-49-1	31.72	商业	≤ 5.5	西安金古置业有限公司	5.5	868.39

(二)、区域发展态势

航天基地现阶段入园企业相对较少，产业聚集度与人口密集度较为不足，还处于发展起步阶段。区域房地产市场尚处初级期，在开发项目多以政府主导进行，市场化程度不高。

长安东街宽度超 100 米，是航天城的商业中轴线，等同于高新区的唐延路。在长安东街以南，规划两处市政公园，一处城市商业广场，本次取地即位于政府规划的休闲商业广场范围内。

星河运动公园位于雁塔南路以西，长安东街以南，航创路以北。项目总投资 1.2 亿元，占地面积 141 亩，目前正处于建设期，项目以体育运动为主题，主要建设运动场馆、公园景观及住宅、综合写字楼等配套设施。

星河中央公园项目位于长安东街以南，航天三路与四路之间，航创路以北。总投资 4.8 亿元，占地面积 272 亩，目前已基本建成。公园包括人工湖、航天体验馆、公园景观及配套设施等。以上两大公园将有力地提升基地整体配套及人文居住品质。

航天基地中心休闲广场，总占地约 400 亩，将建成航天基地的商务商业中心，配合大面积休闲广场，形成航天价值核心。

(三) 区域发展

航天基地目前距离城市成熟期较远，受曲江二期的发展隔断，产业引入及房地产发展均相对滞后。前几年基本靠自给自足，相对封闭，人口以航天基地入住企业为主，房地产以自建或代建为主，市场化程度不高。

现在，航天基地内开发用地基本早已确定开发主体，也均处于蓄势待发状态，龙湖后来者居上，取得星河公园旁用地，已经高形象入市销售，打破了航天相对封闭的地产格局，提升了开发水平，拉升了销售价格。当然也出现了像复地对区域发展信心不足进而退地的情况。

一两年后，大量处于开发期的项目都将陆续交房，人口入住，商业形成，逐渐趋于走向成熟。针对大量入住人口的教育问题，航天基地规划了 10 所学校，其中小学 5 所，九年

教育 5 所。交大附中附小已经建成，明年开始招生。

地铁 4 号线，连北开发区，通曲江，直达航天城内部，2017 年将建成运营，大大拉近航天基地与城市的距离。



(四) 项目评价

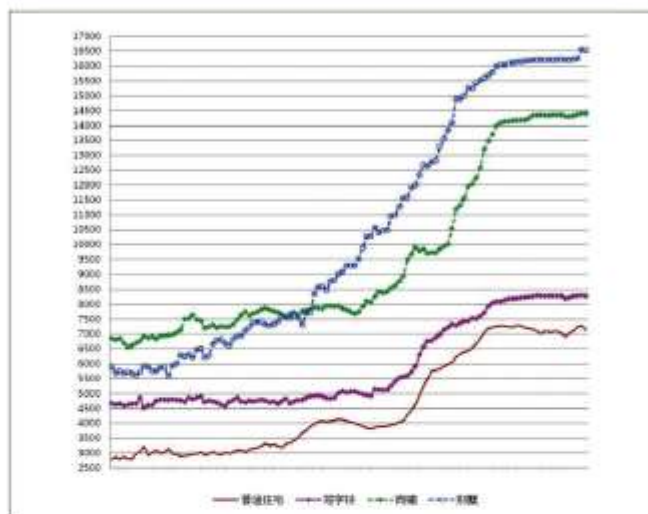
依据规划，地块占据优势资源，位置得天独厚，但作为纯商业商务项目，即便是楼板价不足千元，12 万方体量对目前人口入住欠缺，无商业商务基础的航天基地来说，依然面临很大的开发风险。神光、科为等开发商也在静观其变，等待最佳商务商业开发时机，排除自建自用，长期自持的开发目标外，建议不急于开发，依据航天基地内部发展，曲江二期建设推进，寻找最佳开发时机，规避开发风险，实现最大利润。

(注：以上分析较为简略，详细市场定位与受益评估需要更详细、更谨慎的综合考虑)



西安 // 政策利好房企忙跑量，量升价跌市场渐企稳 //

西安市房地产市场历史价格走势



数据来源：创典数据库，数据自 2003 年 10 月至 2014 年 10 月

8 月份到 10 月份，这三个月全国房地产市场可谓惊心动魄、跌宕起伏。8-9 月份，各地楼市持续冷却，成交量跌入谷底，地方政府陆续取消限购，甚至动用税收补贴、落户放宽等救市手段，但效果都不太理想。直到 9 月 30 日，央行发布《关于进一步做好住房金融服务工作的通知》的救市新政策，对二套及二套以上的房贷政策做了大尺度的放宽，媒体和房企抓住机会引导舆论转向看多，随后 10 月份全国市场成交量迅速回升，终于稳住了局势。

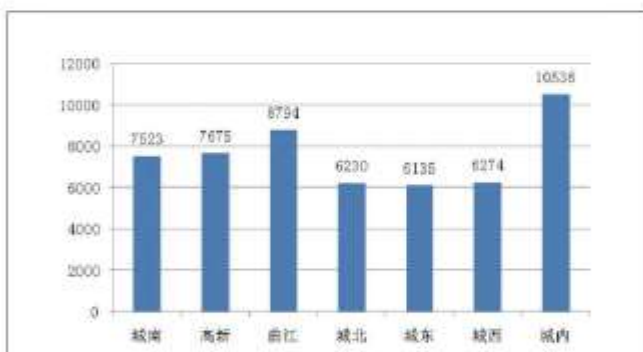
西安市场在 8-10 月份的表现与全国市场基本一致。8 月底取消限购致使市场各方对“金九”旺季充满期待，但由于阴雨天气和观望情绪弥漫的原因致使“金九”市场表现令人大失所望。据创典监控的数据显示，整个 9 月份全市仅有 13 个项目开盘，而且多集中于 9 月下旬，整体的开盘去化率仅维持在 30% 左右，市场陷入极度冰冷时期。而在 9.30 新政之后，西安市场的成交量回升亦非常明显，10 月份正式进入四季度，房企迫于年度任务的压力趁着政策利好加速跑量，甚至不惜加大降价促销的力度，所以十月份量虽有升，但价格却表现为继续下滑。此外，从创典监控的十月份开盘项目的去化率来看，平均去化率依然处于较低的水平，主要是因为整个西安市处于供大于求的状态，推货量增加的同时，市

场竞争则异常激烈，所以目前虽然政策面利好众多，但市场面供大于求的局面短期内不会逆转，我们对后市发展仍持谨慎态度。

据创典监控的数据来看，8-10 月份的开盘项目数量呈逐渐上升之势，但平均去化依然不太理想，而且因各区域供需结构不一、项目品质不一，各项目去化情况产生了较大的分化。

根据创典更新的价格大表显示，西安市的住宅均价在 8-10 月份继续呈小幅下跌的态势，主要是年初以来，成交量持续下滑，众多房企任务完成率都较低，而从 8 月份开始，政策面持续利好，房企均采取了降价跑量的措施来冲任务，尤其是 9.30 新政之后，降价反而有愈演愈烈之势。

西安市住宅价格区域对比 (2014 年 10 月)

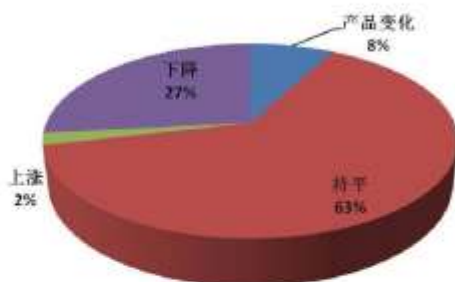


数据来源：创典数据库

8-10 月份，西安市住宅成交量呈现先抑后扬的态势，房企趁着政策利好降价跑量，整体的价格依然呈下滑趋势。

数据显示，本期价格上涨的项目占比仅为 2%，较上期大幅降低 10 个百分点，除了个别清盘的项目微幅上调价格之外，其他项目均为持平或下调价格。本期价格下降的项目占比为 27%，较上期增加 5 个百分点，其中以曲江区域下调价格的项目最多，其次为城东和城北区域，而这几个区域正是今年供应量较大的区域；本期“产品变化”类别占比为 8%，主要是一些刚需类项目推出新一批的产品。整体来看，本期价格下滑的幅度较大，市场竞争十分激烈，预计短期内市场仍将以降价跑量为主基调。

西安市在售项目分析图——价格涨跌(2014年10月)

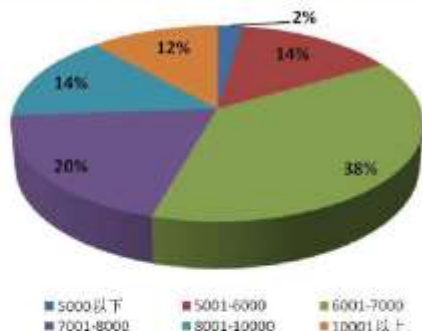


数据来源: 创典数据库

8-10月份市场竞争进入白热化阶段,价格战拉开大幕,龙头房企带头降价促销。

数据显示,6001-8000元/㎡的主力区间占总体比例的58%,与上期持平,但6001-7000元/㎡区间的项目数量占比比较上期再次增长2个百分点,而7001-8000元/㎡区间的项目数量占比则下降2个百分点,主力供给市场的价格再次下跌,也说明价格战有愈演愈烈之势;本期8001-10000元/㎡的项目占比也下降了1个百分点,主要是曲江以及浐灞区域的一些高端项目降价所致;本期10001元/㎡以上的项目与上期持平,但本期6000元/㎡以下的项目占比有所增加,占到整个市场的16%,较上期增长1个百分点,主要是因为城西、城北区域较偏僻的项目迫于去化压力而降价促销。

西安市在售项目分析图——价格区间(2014年10月)

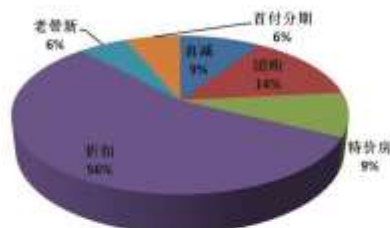


数据来源: 创典数据库

8-10月份,价格战愈演愈烈之时,促销力度也不断加大,特价房、直减、首付分期等刺激成交的营销力度再次加大。

数据显示,本期基本的折扣优惠项目占比降为56%,较上期下降3个百分点,说明更多的项目选择了更具冲击力的优惠方式。本期有特价房、直减、团购、老带新等优惠的项目占比达到38%,较上期上涨1个百分点,但首付分期的项目增加为6%,说明房企在降价的同时,也在想方设法地增加客户的购买力以促进成交。

西安市优惠措施分类图(2014年10月)

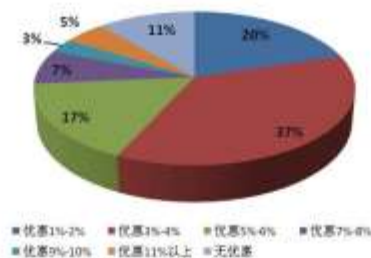


数据来源: 创典数据库

本期一次性付款优惠幅度的数据显示,一次性付款的优惠力度再次加大。优惠在1%-2%之间的项目占比与上期持平,但一次性付款优惠区间在3%-6%之间的项目占比再次升高。数据显示,优惠在3%-6%之间的项目占比由上期的52%升高到本期54%,比上期升高了2个百分点。

一次性付款力度的加大显示市场竞争的加剧,同时也表明房企降价跑量的决心,8-10月份整个西安市场以去库存、冲任务为首要目标,加大折扣优惠并不意外。

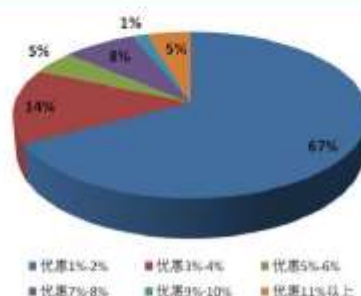
西安市一次性付款优惠比例(2014年10月)



数据来源: 创典数据库

本期按揭优惠幅度较上期有所增强,按揭优惠的主力区间项目占比有微幅下降。数据显示,按揭优惠在1%-2%之间的项目占比下滑至67%,按揭优惠在3%-4%之间的项目占比也下滑了1个百分点,而按揭优惠在5%以上的项目占比则上升了2个百分点,说明有不少项目加大了按揭优惠的力度,因为毕竟主流客户购买力有限,按揭是其主要的购房付款方式,加大按揭的力度有望促进项目的成交量。

西安市按揭付款优惠比例(2014年10月)

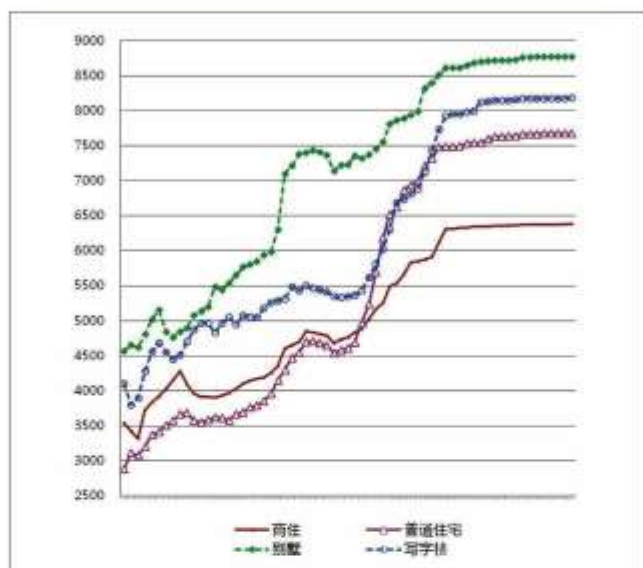


数据来源: 创典数据库



城南 // 区域竞争激烈，以价换量搏销量 //

城南区域房地产市场历史价格走势



数据来源：创典数据库，数据自2003年10月至2014年10月

随着限购的进一步松绑以及限贷松绑预期提升，楼市出现回暖的迹象。在年度销售目标的压力下，以价换量的销售策略得到了多数开发商认同，有部分开发商也将全年推货重点放在9月和10月，以冲刺全年销售任务。在10月众多优惠中，城南的楼盘无疑是最吸引人。

城南作为西安的金融和技术中心，最近5年都是置业热点，已成为很多购房者的首选之地。以往只要提到城南，“动辄就上万元每平方，房价最高区域，富人区……”等字眼不绝于耳。然而，随着城南的加速发展，住宅类型已经非常丰富，各种类型的楼盘和房源适应各种购房者的口味。对比数据发现，本季度城南楼市的表现抢眼，个别项目价格增幅在300—500左右，平均售价在7000—8000元/㎡之间。优惠政策多为老带新、团购优惠、首付分期等。

新盘亮相

南飞鸿广场



- 项目地址：南三环与朱雀大街十字东南角
- 项目概况：商业、写字楼、loft；总占地81亩；总建面40万㎡；容积率5；40年产权。
- 户型区间：待定
- 开发商：西安雁程置业有限公司
- 销售价格：待定

- 项目点评：项目位于城南客运站东边，西临地铁1号线，东临城南客运站，公共交通十分便利。此外，项目可近距离享受朱雀大街和电视塔附近成熟的商业配套，地段位置得天独厚。项目产品规划为集写字楼、大型商业和loft公寓的商业综合体，将地段价值最大化，后期的发展潜力较大。

周边项目

中环国际城

项目概况	高层住宅；总占地246亩；总建面82万㎡；容积率3.5；绿化率45%；70年产权。
户型面积	84—132㎡
销售价格	6000元/㎡

价格更新日期为 10 月 30 日

城南区域

7000 下

7001-8000

8001-9000

9001 上

城南区域 7000 元/m²以下

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
高山流水和城	高层 46-296 m ²	6500	6800	上涨 300	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
海伦国际	高层 83-131 m ²	6500	6400	下降 100	特价房	五证
盛世长安	小高层 82-146 m ²	6300	6400	上涨 100	优惠 85 折	五证
太阳水岸新城	高层 80-171 m ²	6800	6800	持平	全款 98 折, 按揭 99.5 折	五证
中铁尚都城	高层 98-172 m ²	6600	6900	上涨 300	交 3000 元抵 3 万	五证
联盟新城	高层 140、148 m ²	7000	6200	下降 800	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
山水悦庭	高层 96-149 m ²	6200	6200	持平	全款 96 折, 按揭 98 折	五证
紫荆花园	高层 59-130 m ²	5700	5700	持平	全款 96 折, 按揭 97 折	五证
悦美国际	高层 72-135 m ²	6700	6700	持平	直减, 按揭一次性 97 折 公积金 99 折	五证
天朗五珑	高层 67-140 m ²	平层 7700 跃层 10000	7000	产品变化	全款 99*3 折, 按揭 99 折	五证
万科城	公寓 33-50 m ² 高层 89-143 m ²	公寓 7200 高层 9000	公寓 7000 高层 9000	公寓下降 200 高层持平	全款 98 折; 老带新	五证
紫郡长安	高层 78-130 m ² 酒店式公寓 47 m ²	高层 7600 精装酒店公寓 7800	高层 6800 精装酒店公寓 7500	高层产品改变 精装公寓下降 300	无优惠	五证

城南区域 7001-8000 元/m²

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
哈佛印象	高层 52-124 m ²	7500	7500	持平	全款 96 折, 按揭 97 折	五证
华城泊郡二期	高层 82-123 m ²	7200	7200	持平	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
铭城 16 号	高层 108-182 m ²	7600	7800	上涨 200	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
万象春天	高层 78-139 m ²	7300	7300	持平	95 折优惠; 老带新	五证
新旅城	高层 44-117 m ²	7500	7500	持平	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
御笔华府	高层 46.9-140 m ²	7000	7450	上涨 450	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
裕昌太阳城	小高层 150-162 m ²	7900	7700	下降 200	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
高新第五季	高层 83-140 m ²	7200	7200	持平	全款 96 折, 按揭 97	五证
融尚中央住区	公寓 35-76 m ² 高层 63-131 m ²	公寓 7400 高层 7500	公寓 7400 高层 7500	持平	全款 97 折, 按揭 99 折 首付分期	五证
雅居乐铂琅峯	大平层 223-314 m ² 高层 140 m ² 公寓 40-62 m ²	8700	大平层、高层 9000 公寓 7500	产品变化	公积金 99 折优惠 按揭 99 折	五证

城南区域 8001-9000 元/m²

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
华豪丽晶	高层 78-128 m ²	8600	8600	持平	全款 95 折, 按揭 99 折	五证
乐府国际公寓	公寓 57-153 m ²	8500	9000	上涨 500	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
绿地乐和公馆	高层 91 m ²	8200	8500	上涨 300	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
晶城秀府	高层 80-131 m ² 大平层 105-227 m ²	高层 8300 大平层 11000	高层 8500 大平层 11000	高层上涨 200	全款 97 折, 按揭 98 折	五证

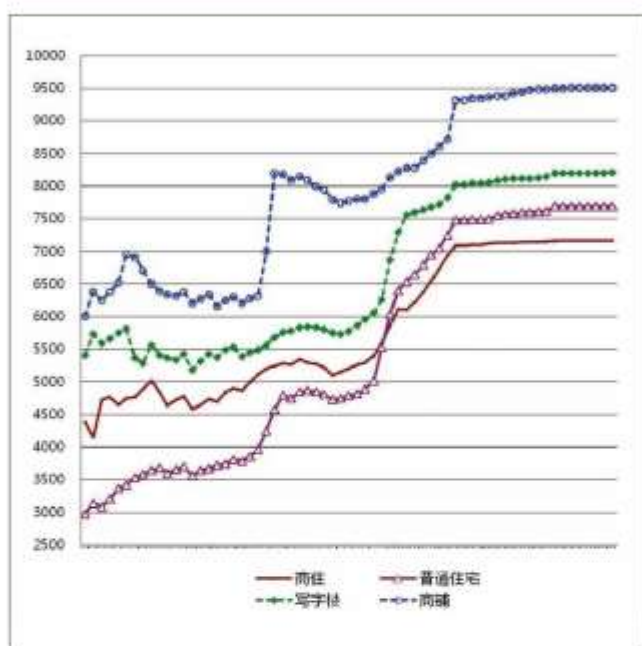
城南区域 9001 元/m²以上

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
大活南门	高层 27-140 m ²	10000	10000	持平	全款 92 折, 按揭 92 折	五证
东泰城市之光	高层 114 m ²	10000	10000	持平	直减	五证
九锦台	小高层 153-257 m ²	10000	10000	持平	无优惠	五证
龙湖花千树	洋房 147-265 m ²	9800	9800	持平	直减	五证
伊顿公馆	高层 91-147 m ²	14000	14000	持平	学位全款 93 折 按揭 98 折	五证
金泰·假日花城	小高层 133-157 m ²	9400	9400	持平	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
绿地海珀紫庭	大平层 230 m ² 洋房 298-689 m ²	大平层 13500 洋房 16500	大平层 13000 洋房 17000	大平层下降 500 洋房上涨 500	全款 95 折, 按揭 97 折	五证
中贸广场	公寓 39-93 m ² 高层 78-140 m ²	精装公寓 12000 高层 11000	精装公寓 12000 高层 11000	持平	全款 97 折 按揭 99 折	五证



高新 // 产业集群带动区域发展，整体房价处于较高水平 //

高新区房地产市场历史价格走势



数据来源：创典数据库，数据自2003年10月至2014年10月

高新区是综合指标位于全国前五的国家级高新区，其产业聚集度、招商引资能力、人口吸纳能力均位于全国前列，在区域房地产市场的发展中起到了至关重要的作用。高新区丰富的产业集群，带动了区域人居环境的飞速发展，区域内道路交通、商业配套、教育资源等城市优质资源丰富且集中，为房地产市场的持续发展提供了坚实的基础。

目前高新区房价普遍集中在6500-8500元/平方米，比起其他区域较高。本期价格上涨、下降、持平的项目数目较上期相差无几，其中价格上涨范围集中在100-500元/平方米之间，价格下降范围集中在200元/平方米，波动较小。

新盘亮相

金地格林格林



- **项目地址：**大寨路与丈八北路交汇向西800米
- **项目概况：**高层住宅；总占地269亩；总建面76万㎡；容积率4.3；绿化率35%；70年产权。
- **户型区间：**70-135㎡
- **开发商：**金地集团
- **销售价格：**待定

- **项目点评：**项目位于高新区大寨路西侧，周边交通便利，但配套设施比较欠缺，人居环境仍有较大的提升空间，但项目距离高新腹地较近，辐射范围内城市资源丰富，未来发展潜力较大。此外，项目开发商是全国龙头房企，品牌口碑效应强，产品品质有保障，比较受购房者青睐。

周边项目

中航华府

- | | |
|-------------|--|
| 项目概况 | 高层住宅；总占地134亩；建面40万㎡；容积率4.3；绿化率32%；70年产权。 |
| 户型面积 | 77-128㎡ |
| 销售价格 | 7000元/㎡ |

价格更新日期为 10 月 30 日

高新区域 7000 元/m²以下

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
高新逸品	高层 41-143 m ²	6800	6600	下降 200	全款 98 折, 按揭 96 折	五证
龙城铭园	高层 71-120 m ²	8000	6800	产品变化	直减	五证
美寓华庭	高层 144 m ²	6200	6300	上涨 100	全款 85 折, 按揭 86 折	五证
尚品美地城	高层 72-109 m ²	7000	6800	下降 200	团购; 特价房	五证
竹园阳光嘉苑	高层 160 m ²	7000	6800	下降 200	全款 95 折, 按揭 98 折	五证
华洲城熙悦都	高层 80-147 m ²	6600	6600	持平	首付分期; 特价房	五证
中航华府	高层 77-128 m ²	——	7000	——	无优惠	五证
高新未未来	高层 44-120 m ²	4600	5350	上涨 750	全款 95 折, 按揭 97 折	五证
锦尚名城	高层 75-90 m ²	6300	5800	下降 500	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
龙记观澜山	住宅 86-136 m ² 公寓 45-75 m ²	住宅 7500 公寓 6500	住宅 7500 公寓 6500	持平	现购房享 98 折; 首付分期	五证
罗马景福城	高层 86-183 m ² 公寓 43-86 m ²	6900	6900	持平	无优惠	五证
易郡玫瑰公馆	高层 86-147 m ² 小高层 166 m ² 二期住宅 82-142 m ²	二期住宅 6900	高层 6825 小高层 9500 二期住宅 7200	产品变化	全款 96 折, 按揭 96 折	五证

高新区域 7001-8000 元/m²以上

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
中国铁建瑞园	高层 41-149 m ²	7700	7500	下降 200	直减; 送车位	五证
永和璞御	高层 86-155 m ²	7500	7500	持平	团购	五证
金泰新理城	18、19#128-175 m ² 20#77-94 m ²	——	18、19#8400 20#7300	产品变化	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
铂悦	公寓 33-62 m ² 住宅 74-131 m ²	公寓 10000 住宅 8300	公寓 10000 住宅 7500	公寓持平 住宅下降 800	全款 95 折, 按揭 97 折	五证
缤纷南郡	10#85-120 m ² 8#96-88 m ² 15#180 m ²	7900	10#8000 8#7800 15#8600	产品变化	全款 93 折, 按揭 94 折 公积金 96 折	五证
都市春天	高层 88-116 m ² 公寓 40-48 m ² 洋房 214 m ²	高层 7500 公寓 8000	高层 7500 公寓 8000 洋房 11000	产品变化	无优惠	五证
逸翠园(逸翠尚府)	高层 140-270 m ² 大平层 180-280 m ² 别墅 300-380 m ²	——	高层 8000 大平层 9000 别墅 17500	产品变化	无优惠	五证

高新区域 8001 元/m²以上

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
方舟国际	公寓 33-79 m ²	精装 14000	精装 14800	上涨 800	无优惠	五证
高科尚都	公寓精装 50-80 m ²	7700	8250	上涨 550	全款 94 折, 按揭 96 折	五证
嘉天 SMART	高层 43-79 m ²	9000	9100	上涨 100	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
尚中心	Loft45 m ²	精装 16000	精装 17000	上涨 1000	无优惠	五证
紫薇公园时光	高层 180-288 m ²	精装 24000	精装 24000	持平	全款 98 折; 老带新	五证
香榭兰廷	高层 101-138 m ²	11500	12000	上涨 500	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
中建国熙台	高层 113-200 m ²	11500	11500	持平	全款 94 折, 按揭 96 折	五证
高新大都荟	高层 24-135 m ²	——	8500	——	全款 95 折, 按揭 99 折	五证
建邦华庭	二期 102-200 m ²	二期 11000	11000	持平	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
莱安逸珩	一期顶层复式 200-500 m ² 二期 8#203 m ² 二期 18#叠墅 260-290 m ² 三期 15、16# 220-290 m ²	二期高层 17000	一期顶层复式 13500 二期高层 18500 二期叠墅 35000 三期高层 14500	产品变化	全款 97 折, 按揭 99 折	五证

高新区域

7000 下

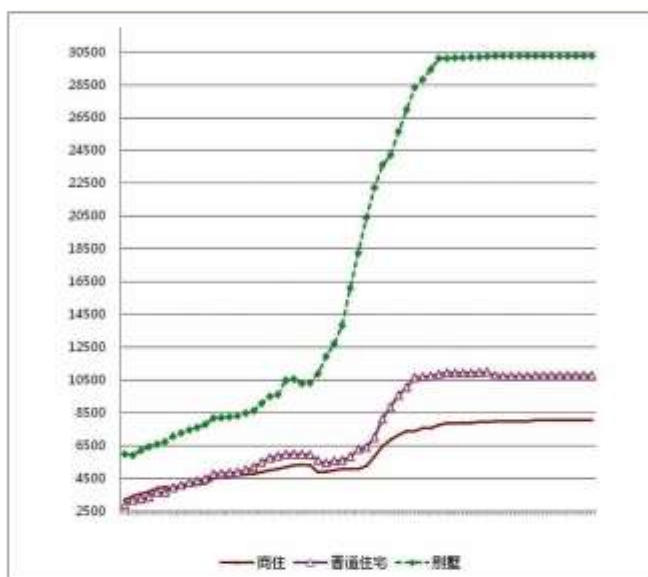
7001-8000

8001 上



曲江 // 市场持续低迷，价格下跌明显 //

曲江区域房地产市场历史价格走势



数据来源：创典数据库，数据自2003年10月至2014年10月

西安经济近年来发展迅速，各个板块的发展各领风骚，其中曲江以文化旅游产业为基础，十余年间取得了突破性的“蜕变”。2009年，《曲江新区扩区发展规划》公示，拉开了曲江二期的帷幕，龙头房企纷纷响应政府号召，一时间曲江二期大盘林立，高楼拔地而起。但2014年以来，房地产市场迅速冷却，曲江区域项目由于其高端定位，价格普遍较高而面临去化的困境，尤其是供给天量但配套匮乏的曲江二期。

本期数据显示，曲江区域整体价格呈下降趋势，一期范围内的高端产品因去化速度太慢而大幅下调价格，同时，供应量较大的二期刚需产品也面临着严峻的去化问题，所以本期整个曲江区域价格下调幅度较大，再加上首付分期、直减和团购等优惠，刺激了成交量的上涨。

新盘亮相

雅居乐御宾府



- 项目地址：曲江池南路与新开门南路十字西南角
- 项目概况：高层住宅；总占地114亩；总建面31万m²；容积率2.99；绿化率35%；70年产权。
- 户型区间：203-336m²
- 开发商：雅居乐地产
- 销售价格：待定

- 项目点评：项目位于曲江一期范围内，是雅居乐地产在曲江的第一个项目，地段位置较好，周边道路路网发达，景观资源丰富，产品定位高端，充分撬动地块价值。目前周边成熟小区较多，人居氛围较为浓厚，但缺乏生活配套，此外，项目面临着激烈的竞争环境，后期去化有一定难度。

周边项目

万科金域曲江

项目概况	洋房、小高层、高层住宅；总占地229亩；总建面38万m²；容积率3.15；绿化率35%；70年产权。
户型面积	176m²
销售价格	13000元/m²

价格更新日期为 10 月 30 日

曲江区域 7000 元/m²以下

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
保利曲江春天里	高层 72-130 m ²	7200	7000	下降 200	特价房; 首付分期	五证
金地褐石公馆	高层 75-135 m ²	7500	6800	下降 700	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
卡布奇诺国际社区	高层 61-129 m ²	6600	6400	下降 200	特价房; 全款 94 折	五证
曲江龙邸	高层 78-166 m ²	7000	7000	持平	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
旺座城	高层 108-300 m ²	—	7000	产品变化	全款 96 折, 按揭 98 折	五证
海伦国际	高层 81-129 m ²	6500	6400	下降 100	全款 95 折, 按揭 98 折	五证
中国铁建逸园	高层、小高层 90-140 m ²	—	6800	—	无优惠	五证
阳光城丽兹公馆	高层 90-128 m ² 洋房 110-140 m ²	—	高层 7000 洋房 8200	—	全款 95 折, 按揭 97 折	五证
曲江香都	洋房 80-105 m ² 高层 83-125 m ²	—	洋房 8100 高层 6200	—	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
金地翔悦天下	一期 96-136 m ² 二期 76-115 m ²	7600	一期 7000 二期 6700	下降 600	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
大华曲江公园世家	高层 134-160 m ² 复式 106-118 m ²	6000	高层 6500 复式 5500	持平	无优惠	五证
富力城	高层 87-125 m ² 别墅 200-250 m ²	—	精装高层 6800 精装别墅 16000	—	全款 92 折, 按揭 92 折	五证
金业缙香山	一期 100-148 m ² 二期 90-120 m ² 三期 48-79 m ²	7000	7000	持平	全款 92 折, 按揭 95 折	五证
紫薇曲江意境	公寓 48-86 m ² 二期高层 88-198 m ² 一期尾房 170-190 m ²	公寓 7000 二期 8000 一期 9000	公寓 7000 二期 8000 一期 9000	持平	全款 97 折, 按揭 99 折	五证

曲江区域 7001-10000 元/m²

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
曲江千林郡	高层 80-123 m ²	7500	7500	持平	直减	五证
中国铁建国际城	高层 102-164 m ²	7100	7400	上涨 300	全款 93 折, 按揭 95 折	五证
中海紫御华府	公寓 37-72 m ²	—	公寓 8200	产品变化	全款 98 折	五证
曲江华著中城	小高层 190-330 m ² 高层 114-163 m ²	小高层 16000 高层 11000	小高层 15000 高层 10000	下降 1000	全款 95 折, 按揭 97 折	五证
曲江诺子阶	一期 100-190 m ² 二三期 107-206 m ²	9500	一期 12000 二三期 9000	—	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
曲江风景线	高层 152-203 m ² 跃层 170-300 m ²	高层 8900 跃层 12500	高层 8900 跃层 12500	持平	全款 99 折	五证
曲江公馆和园	小高层 227-260 m ² 洋房 290 m ² 平层 227-242 m ²	小高层 13000 洋房 18000 平层 10000	小高层 13000 洋房 18000 平层 10000	持平	全款 97 折, 按揭 99 折	五证

曲江区域 10001 元/m²以上

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
华侨城天鹅堡	高层 140-280 m ²	13500	12500	下降 1000	全款 96 折, 按揭 99 折	五证
紫薇·永和坊	平层 170-385 m ²	13000	11000	下降 2000	全款 94 折, 按揭 97 折	五证
荣禾曲池东岸	小高层 200-280 m ²	18000	18000	持平	全款 96 折, 按揭 98 折	五证
长庆坊	高层 38-140 m ²	—	12000	—	无优惠	五证
万科金域曲江	大平层 176 m ²	13000	13000	持平	全款 85 折, 按揭 88 折	五证
中冶一曲江山	小高层 178 m ² 花园洋房 213-342 m ²	小高层 11000 洋房 13500	小高层 11000 洋房 13500	持平	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
曲江紫汀苑	一期 100-520 m ² 叠墅 280-380 m ²	一期 16000 叠墅 22000	一期 16000 叠墅 22000	持平	全款 96 折, 按揭 99 折	五证
曲江观山悦	高层 170 m ² 跃层 227-252 m ²	精装高层 11500 精装跃层 16000	精装高层 11000 精装跃层 15000	高层下降 500 跃层下降 1000	全款 96 折, 按揭 98 折	五证
曲江凤凰池	洋房 204-380 m ² 叠墅 280-420 m ² 别墅 500-1200 m ²	洋房 15000 叠墅 35000 独栋别墅 35000	洋房 15000 叠墅 35000 独栋别墅 35000	持平	全款 96 折, 按揭 99 折	五证
金地湖城大境	8# 小高层 224-249 m ² 8# 地洋房 190-380 m ² 8# 地高层 140-266 m ² 合院别墅 440-660 m ²	8# 地小高层 13500 8# 地洋房 20000 8# 地高层 — 合院别墅 70000	8# 地小高层 13500 8# 地洋房 20000 8# 地高层 — 合院别墅 70000	持平	全款 96 折, 按揭 99 折	五证
华侨城 108 坊	一期别墅合院 573 m ² 二期叠墅 445 m ² 三期大平层 170 m ² 三期叠墅 278-430 m ²	二期别墅 24000 三期叠墅 17500 三期大平层 13000	二期别墅 24000 三期叠墅 17500 三期大平层 13000	持平	全款 96 折, 按揭 98 折	五证

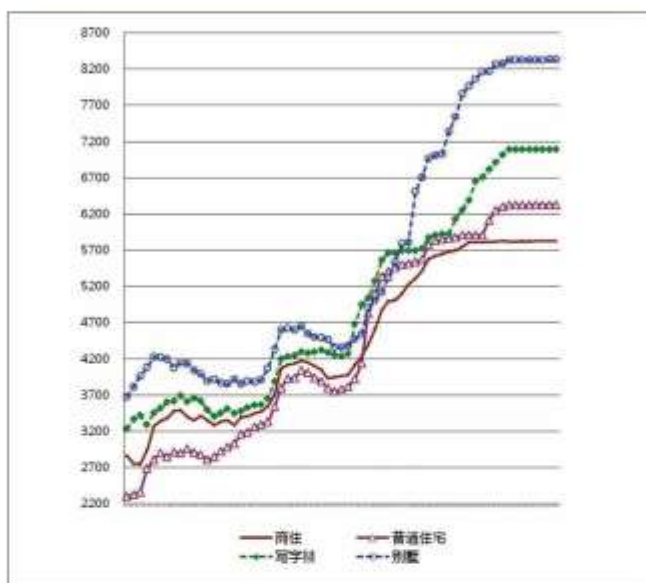
曲江区域

7000 下
7001-10000
10001 上



城北 // 品牌房企扎根，价值潜力不断提升 //

城北区域房地产市场历史价格走势



数据来源：创典数据库，数据自2003年10月至2014年10月

近年来，受西安市行政中心北移及品牌房企的拉动，城北区域的房地产市场发展迅猛，加之被誉为“新曲江”的大明宫遗址公园落成，二环周边多个城中村动迁，以及北客站开通，地铁二号线运行等等，城北区域开始步入房地产发展的快车道。

目前在城北区域已有保利、首创、海荣、雅荷、紫薇、天朗、华远、经发、万达、万科等多家品牌房企扎根，既提升了区域的人气，也改变了房地产市场的结构。目前在售的50余家楼盘中，从产品结构上看，70-130 m²的两房、三居室各楼盘均有配备，从售价上看6500-8000元/m²之间是主流，基本与全市平均房价相差不远。考虑到经开市政中心的地位和未来配套、板块价值提升等潜力，这里值得首次置业者考虑。

新盘亮相

万科赛高悦府



- 项目地址：经开未央路与凤城八路交汇西南角
- 项目概况：住宅、商业、办公；总占地33亩；总建面17万m²；容积率4.1；70年产权。
- 户型区间：201-303 m²
- 开发商：万科集团
- 销售价格：16000/m²

- 项目点评：项目位于经开区市府板块，地段优质，是目前市府板块仅有的豪宅产品。此外，该项目是由赛高、万科、塔伯曼、王府井、洲际五大行业巨头联手打造的城市综合体，后期内部配套无忧。

周边项目

国金华府

项目概况	高层住宅；总占地166亩；总建面60万m²；容积率5.4；绿化率35%；70年产权。
户型面积	87-150 m²
销售价格	7800元/m²

价格更新日期为 10 月 30 日

城
北
区
域▼
8000 下
8001-7000
7001-9000
9001 上城北区域 6000 元/m²以下

项目名称	户型	8月价格	11月价格	较8月价格	优惠措施	证件进度
东晋桃源缙福源	高层 98-180 m ²	5300	5300	持平	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
旭景崇盛园	高层 53-121 m ²	5600	5500	下降 100	全款 9 折, 按揭 92 折	五证
中渝国际城	高层 81-130 m ²	5100	5300	上涨 200	无优惠	五证
阳光北郡	高层 76-98 m ²	3725	3725	持平	无优惠	五证
绿地香树花城	洋房 160-270 m ² 高层 73-133 m ²	洋房 13000 高层 6500	洋房 13000 高层 5800	高层下降 900	交 4 千抵 3 万优惠	五证
首创国际城	高层 89-125 m ² 洋房 140-420 m ²	高层 6400 洋房 8500	高层 5400 洋房 8500	产品变化	洋房 42、43# 楼总价减 20 万 41# 楼总价减 3 万, 高层特价	五证
锦绣天下	三期小高层 78 m ² 洋房 89-140 m ² 跃层 1400 m ²	小高层 6000 洋房 6400 跃层 8500	小高层 6000 洋房 6400 跃层 8500	持平	全款 92 折, 按揭 93 折	五证

城北区域 6001-7000 元/m²

项目名称	户型	8月价格	11月价格	较8月价格	优惠措施	证件进度
铂廷	高层 106-130 m ²	7000	6900	下降 100	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
海璟暖暖的宅	高层 50-133 m ²	6400	6500	上涨 100	交 4 千抵 8 千再享 9 折	五证
海璟新天地	高层 74-98 m ²	6800	6300	下降 500	交 4 千减 2 万	五证
金科天麓城	高层 85-140 m ²	7000	7000	持平	全款 98 折	五证
凤城庭院	高层 47-129 m ²	7000	7000	持平	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
天朗御湖	11# 楼 128-149 m ² 15# 楼 98-142 m ²	11# 楼 8000 15# 楼 6800	11# 楼 8000 15# 楼 6800	持平	无优惠	五证
保利拉菲公馆	高层 90-140 m ² 楼王 168-189 m ²	高层 7800	高层 7000 楼王 12000	下降 800	交 5 千加入保利会 享 95 折优惠	五证
鼎正中央领郡	小高层 150-219 m ² 公寓 40-76 m ²	小高层 8300 公寓 7300	小高层 7500 公寓 7000	小高层下降 800 公寓下降 300	全款 95 折, 按揭 97 折	五证
世融嘉轩	高层 99-150 m ² 公寓 102-1200 m ² 洋房 168-360 m ²	高层 7000 公寓 6500 洋房 8800	高层 7000 公寓 6300 洋房 8800	公寓下降 200	高层交 5 千抵 5 万 平层交 1 万减 8 万 跃层交 1 万抵 12 万	五证
华远海蓝城	四期高层 87-129 m ² 三期小高层 142 m ² 三期高层 88-130 m ²	7100	四期 6500 三期小高层 9000 三期高层 8000	产品变化	团购交 6 千抵 5 万	五证
九如御	高层 49-137 m ²	6300	6300	持平	团购一套交 3 千抵 1 万 二室三室交 5 千抵 1.5 万	五证

城北区域 7001-9000 元/m²

项目名称	户型	8月价格	11月价格	较8月价格	优惠措施	证件进度
锦园君逸	小高层 90-140 m ²	8500	8500	持平	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
高新水晶卡芭拉	高层 64-123 m ²	7400	7500	上涨 100	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
名京九合院	高层 88-134 m ²	8100	8100	持平	无优惠	五证
万科幸福里	高层 77-133 m ²	—	7500	—	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
华远锦悦	高层 85-138 m ²	精装 8800	精装 8400	下降 400	团购	五证
中建开元壹号	高层 84-137 m ² 小高层 180 m ²	高层 8000 小高层 11000	高层 8000 小高层 11000	持平	无优惠	五证
开元第一城	高层 89-148 m ²	7300	7300	持平	老带新活动 购两房成功奖励 5000 元 购三房成功奖励 8000 元	五证
中天锦庭	高层 148-166 m ² 小高层 90-220 m ²	高层 7500 小高层 8000	高层 7500 小高层 8000	持平	购买 140 m ² 以下全款 97 按揭 98 折, 140 m ² 以上送地下 储物间, 减免 30 年物业费	五证
恒大帝景	高层 80-140 m ²	7200	7500	上涨 300	当日签约 99 折, 全款 95 折 老带新新客户 98 折 老客户送 5 年物业费	五证
白桦林明天	高层 90-160 m ² 复式 288-410 m ² 精装 90-160 m ²	精装 10000	高层 8500 复式 10000 精装 11500	产品变化	全款 97 折, 按揭 98 折	五证

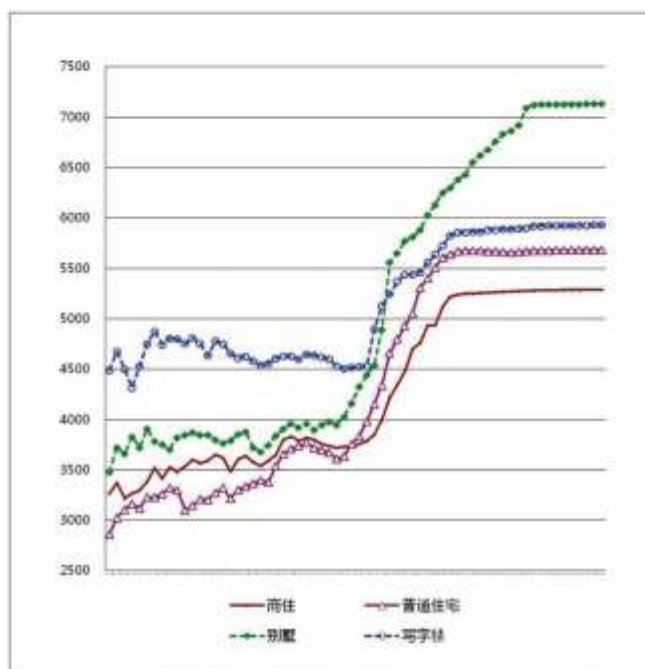
城北区域 9001 元/m²以上

项目名称	户型	8月价格	11月价格	较8月价格	优惠措施	证件进度
白桦林间	高层 90-260 m ²	10000	10000	持平	全款 96 折, 按揭 99 折	五证
万科赛高悦府	高层 201-303 m ²	—	16000	—	无优惠	五证
万科金域华府	高层 89-130 m ² 小高层 130 m ²	高层 10000 小高层 11000	高层 10000 小高层 11000	持平	无优惠	五证



城东 // 去化速度长期放缓，刚需项目竞争激烈 //

城东区域房地产市场历史价格走势



数据来源：创典数据库，数据自2003年10月至2014年10月

城东刚需项目众多，品牌楼盘的数量也随着区域规划建设日益增加。中铁、万科、高科、紫薇、龙湖、绿地、恒大等均在区域内有一席之地。同时，这也一定程度加大了区域内的竞争压力。区域内包含浐灞生态区、国际港务区、纺织城及环城东路、东二环沿线区域，区域内整体看来，低密度高端项目多集中于浐灞生态区及国际港务区，而环城东路、东二环沿线及纺织城多以刚需项目为主，但片区内比重较大的依旧为刚需项目。

本期数据看来，区域内各项目价格以下降为主，持平项目次之，价格上涨项目仅为个别，且上浮原因多为产品更换或现房销售，涨幅在100-400元之间。本期价格下降受西安整体市场影响，且降幅较大，高层产品平均降幅在500元左右。不仅降价项目众多，降幅明显，区域内做交抵团购、特价房、全款按揭折扣等优惠的项目也同比增加，并且优惠幅度也在上调，可见，区域内长期去化速度不理想，加之不断有待售产品入市，区域内的竞争愈发白热化。

新盘亮相

上和郡



- 项目地址：东二环石家街东园西路11号
- 项目概况：住宅；总占地70亩；总建面23万㎡；容积率3.5；绿化率42%；70年产权。
- 户型区间：84-122㎡
- 开发商：西安曲江明安置业有限公司
- 销售价格：待定

- 项目点评：项目位于新城区东二环李家堡商圈，西靠大明宫遗址公园，东临二环，附近交通便利，配套齐全，地段优势明显。社区总体规划密度较低，以27M的高层为主，户型主打主流刚需产品。较高舒适度的刚需产品与地段优势构成了项目的核心竞争力，后期发展潜力巨大。

周边项目

科达东御兰汀

项目概况	综合体；总占地300亩；总建面60万㎡；容积率3；绿化率40%；70年产权。
户型面积	92-128㎡
销售价格	6000元/㎡

价格更新日期为 10 月 30 日

城东区域 6000 元 / m² 以下

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
沪瀛 1 号	高层 89-138 m ²	6000	6000	持平	全款 84 折, 按揭 88 折	五证
广厦水岸东方	高层 77-132 m ²	6000	6000	持平	直减; 特价房	五证
上东大道	高层 48-120 m ²	5800	5800	持平	5# 楼送 3 万装修基金	五证
合能十里锦绣	高层 79-119 m ²	5300	4500	下降 900	全款 87 折, 按揭 87 折	五证
林河春天	高层 82-149 m ²	4900	4900	持平	全款 96 折, 按揭 98 折	五证
中建尚城	高层 88-135 m ²	5700	5900	上涨 200	无优惠	五证
天朗蔚蓝东庭	高层 65-120 m ²	6200	5900	下降 300	团购; 特价房	五证
中铁缤纷新城	高层 78-108 m ²	5500	5500	持平	团购; 特价房	五证
高科麓湾国际社区	高层 82-110 m ²	5300	5500	上涨 200	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
紫薇花园洲	高层 79-143 m ²	—	5400	—	团购	五证
中铁缙香郡	高层 78-99 m ²	5400	5400	持平	全款 96 折, 按揭 97 折	五证
高科绿水东城	四期高层 68-112 m ²	5800	5800	持平	团购	五证
科达东御兰汀	住宅 92-128 m ² 公寓 33-55 m ²	—	住宅 6000 公寓 6300	—	特价房; 全款 97 折 按揭 98 折; 团购	五证
世园大公馆	高层 80-170 m ² 别墅 268-480 m ²	高层 5600 别墅 14000	高层 6000 别墅 14000	高层上涨 400 别墅持平	首付 18 万 = 房 + 20 万装修	五证
高新枫林九溪	别墅 202-510 m ² 洋房 95-170 m ²	别墅 14000	别墅 14000 洋房 5600	别墅持平	洋房全款 94 折, 按揭 99 折 别墅全款 98 折, 按揭 99 折	五证
御锦城	五期 83-138 m ² 六期 41-102 m ²	五期 7400 六期待定	五期 7000 六期 5500	五期下降 400	五期全款 98 折, 按揭 99 折 六期团购	五证
暖山西安	高层 90-140 m ²	高层 6100 小高层 6800	高层 5900 小高层 6750	高层下降 200 小高层下降 50	无优惠	五证

城东区域 6001-7000 元 / m²

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
恒基翡翠锦华	高层 105-230 m ²	7500	7000	下降 500	团购	五证
普华浅水湾	高层 78-139 m ²	6200	6200	持平	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
香江湾	高层 110-168 m ²	7000	7000	持平	无优惠	五证
恒大御景	高层 86-140 m ²	6500	6400	下降 100	全款 95 折, 按揭 98 折 首付分期	五证
天朗雁鸣丁香郡	135-230 m ²	—	平层 6950 跃层 11000	—	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
绿地国际生态城	高层 65-130 m ² 别墅 210-360 m ²	高层 6600 别墅 25000	高层 6500 别墅 25000	高层下降 100 别墅持平	无优惠	五证
龙湖香醍国际社区	高层 89-126 m ² 公寓 40 m ²	高层 6500	高层 6500 公寓 6700	高层持平	团购	五证
金业缙香山	一期 101-145 m ² 二期 91-118 m ²	一期 7200 二期 7000	一期 7200 二期 7000	持平	一期全款 88-92 折 按揭 91-95 折 二期全款 92 折, 按揭 95 折	五证
冠昌金域湾畔	高层 95-132 m ² 洋房 126-373 m ² 别墅 189-360 m ²	高层 6500 洋房 11250	高层 6500 洋房 11250 别墅 11500	持平	高层全款 93 折, 按揭 95 折 洋房 / 别墅全款 96 折 按揭 98 折	五证

城东区域 7001-8000 元 / m² 以上

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
金花新都汇	高层 92-128 m ²	8000	8000	持平	全款 98 折	五证
万科金域东郡	高层 99-139 m ²	7500	7500	持平	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
华远海蓝城	高层 87-128 m ²	四期 7400	三期 8500 四期 7300	四期下降 100	团购	五证

8001 元 / m² 以上

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
兴庆宫	高层 77-185 m ²	11000	10500	下降 500	全款 98 折; 团购; 特价房	五证
湾流	别墅 325-410 m ²	—	18000	—	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
华东万悦城	高层 85-124 m ²	—	8500	—	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
御城龙脉	高层 58-146 m ²	8600	8250	下降 350	全款 96 折, 按揭 97-98 折 特价房	五证
新兴新庆坊	高层 130-154 m ²	9000	9000	持平	全款 95 折, 按揭 97 折 特价房, 团购	五证
学府首座	高层 48-142 m ² 公寓 48-84 m ²	高层 8400 公寓 8800	高层 8400 公寓 8800	持平	全款 92 折, 按揭 95 折 首付 30% 97 折; 特价房	五证

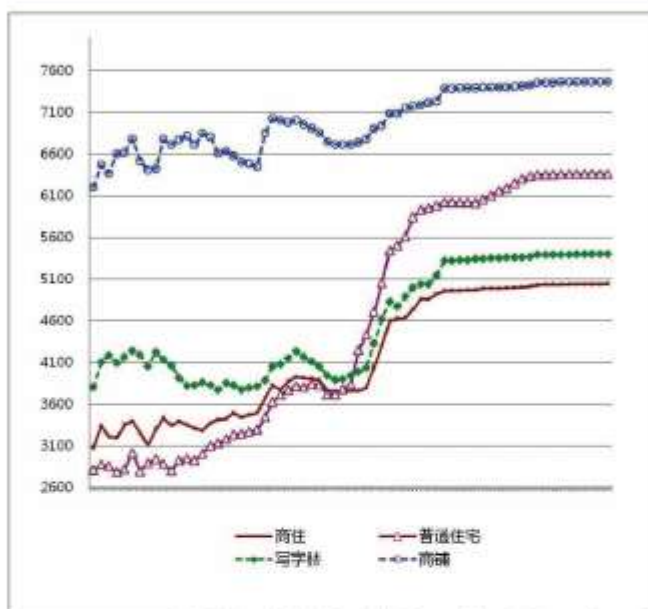
城东区域

6000 以下
6001-7000
7001-8000
8001 以上



城西 // 产品品质参差不齐，价格小幅下降 //

城西区域房地产市场历史价格走势



数据来源：创典数据库，数据自2003年10月至2014年10月

近年来，随着大兴新区、新土门改造及西咸一体化的进一步发展，加上政府各项利好政策的出台及地铁1号线的全面贯通，加速了城西区域的整体发展。城西的房地产行业在这个过程中扮演着重要的角色，目前城西区域房地产市场整体供给较大，但需求较为疲软，近期楼市一直呈现下滑趋势。

从本期的数据来看，城西区域价格下降的项目所占比例较为明显，下降幅度达200—1000元不等，这是由于区域内所售项目品质的差异所致。从优惠力度来看，本期城西区域所售项目均无太多优惠措施，只有少量推出直减及特价房的优惠，其他都是根据付款方式全款或按揭的常规折扣，并无太大优惠。

新盘亮相

鑫苑大都汇



- 项目地址：城西丰禾路西段（邻西二环）
- 项目概况：综合体；总占地352亩；总建面135万㎡；容积率3.5；绿化率30%；70年产权。
- 户型区间：89-137㎡
- 开发商：鑫苑置业
- 销售价格：待定

- 项目点评：项目位于大兴新区丰禾路西段，紧邻西二环，交通相对便利，配套比较匮乏，周边在建有天朗大兴郡、太奥国际城等大型综合体项目，日后升值潜力较大。项目规模较大，产品涵盖写字楼、商业、住宅等多个类型，内部配套齐全，容易形成居住氛围，具有一定的竞争优势。

周边项目

太奥国际城

项目概况	综合体；总占地300亩；总建面80万㎡；容积率4；绿化率30%；70年产权。
户型面积	82-116㎡
销售价格	6500元/㎡

价格更新日期为 10 月 30 日

城西区域 6000 元/m²以下

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
巨威大秦郡	高层 120 m ²	5800	5900	上涨 100	全款 92 折, 按揭 98 折	五证
昆明时光	高层 86-112 m ²	4550	3800	下降 750	无优惠	五证
旭景新港	高层 94-136 m ²	——	5700	——	无优惠	五证
春晓华苑	高层 68-131 m ²	——	5800	——	无优惠	五证

城西区域 6001-7000 元/m²

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
保利金香槟	高层 85-138 m ²	6500	6500	持平	团购, 特价房	五证
金业观湖大第	高层 92-135 m ²	6300	6400	上涨 100	全款 93 折, 按揭 95 折	五证
东尚观湖	高层 116-168 m ²	6600	6600	持平	无优惠	五证
浩林方里	高层 45-118 m ²	6800	6800	持平	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
宏府鹤翔九天	高层 60-140 m ²	7000	6800	下降 200	特价房	五证
华府西城港湾	高层 49-139 m ²	5800	6200	上涨 400	无优惠	五证
金叶新城	高层 83-150 m ²	——	6500	——	全款 99 折, 按揭 99 折	五证
华府御城	高层 117-149 m ²	6500	6500	持平	无优惠	五证
长兴园湖曲	高层 83-182 m ²	6800	6900	上涨 100	全款 96 折, 按揭 99 折	五证
大兴九臻	一期高层 88-110 m ² 二期高层 82-116 m ²	6600	6700	上涨 100	全款 97 折, 按揭 99 折	五证
海伦春天	高层 84-124 m ² 别墅 170-520 m ²	高层 6200 别墅 15000	高层 6200 别墅 15000	持平	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
华润二十四城	二期高层 73-108 m ² 精装 75-90 m ²	二期 6600 精装 7500	二期 6300 精装 6500	下降 300 精装下降 1000	全款 94 折, 按揭 95 折	五证
太奥国际城	Loft41-69 m ² 高层 70-125 m ²	高层 6600	loft7000 高层 6500	高层下降 100	高层全款 96 折 按揭 99 折	五证
天朗大兴郡	公寓 55-75 m ² 高层 55-123 m ²	精装公寓 8500 高层 7200	精装公寓 8000 高层 7000	公寓下降 500 高层下降 200	全款 98 折, 按揭 99 折	五证

城西区域 7001-8000 元/m²

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
达成馨苑	高层 41-134 m ²	7900	7900	持平	全款 97 折, 按揭 98 折	五证
翡丽城	高层 75-125 m ²	7300	7200	下降 100	全款 94 折, 按揭 96 折	五证
御溪望城	高层 40-120 m ²	7800	7800	持平	全款 98 折, 按揭 99 折	五证
西旅逸都	高层 37-62 m ²	7500	7500	——	全款 96 折, 按揭 99 折	五证
万科金色悦城	高层 89 m ²	精装 7600	精装 7200	下降 400	全款 95 折, 按揭 98 折	五证
锦源汉序	小高层 84-129 m ² 高层 90-130 m ²	小高层 8200 高层 7500	小高层 7400 高层 7200	小高层下降 800 高层下降 300	全款 98 折, 按揭 99 折	五证

城西区域 8001 元/m²以上

项目名称	户型	8 月价格	11 月价格	较 8 月价格	优惠措施	证件进度
西市佳境	高层 190-260 m ²	13500	13500	持平	全款 95 折, 按揭 98 折	五证
景都	高层 44-132 m ²	9300	9300	持平	全款 97 折, 按揭 99 折	五证

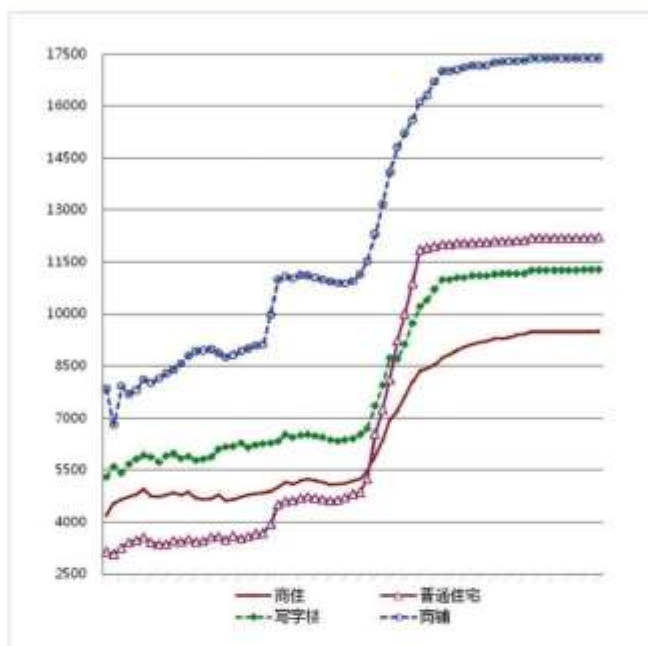
城西区域

6000 下
6001-7000
7001-8000
8001 上



城内 // 整体市场低迷，城内项目稀少 //

城内区域房地产市场历史价格走势



数据来源：创典数据库，数据自2003年10月至2014年10月

城内项目多以投资属性为主，在目前大市场环境疲软的态势下，一些新出的城内项目选择了推迟入市，几乎没有宣传推广。

本期数据显示，城内在售的仍然只有两个项目，价格及优惠措施较上期均未做调整。

城内区域

价格更新日期为 10月30日

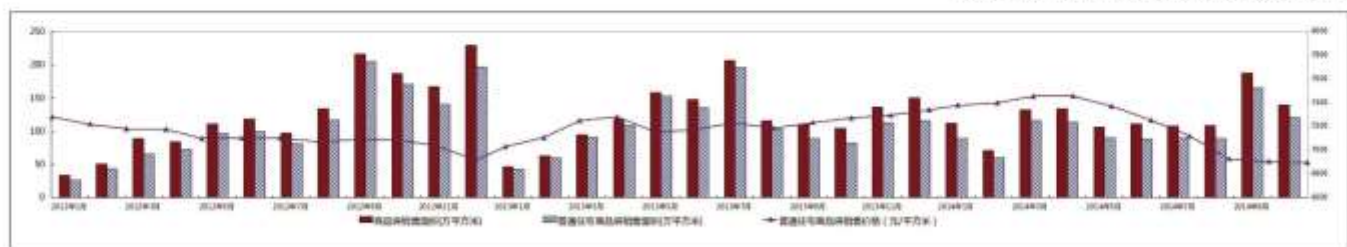
城内区域

项目名称	户型	8月价格	11月价格	较8月价格	优惠措施	证件进度
香米苑	小高层 38-106 m ²	8000	8000	持平	全款 95 折，按揭 96 折	五证
东方紫韵	高层 77-190 m ²	8300	8300	持平	全款 97 折，按揭 99 折	五证

西安月度商品房销售相关数据

指标	商品房销售面积 (万㎡)	同比	环比	普通住宅商品房销售面积 (万㎡)	同比	环比	普通住宅商品房销售价格 (元/㎡)	同比	环比
2012年1月	33.77	↓ 76.32%	↓ 56.65%	26.5	↓ 78.99%	↓ 54.26%	7281	↑ 5.16%	↓ 0.27%
2012年2月	50.95	↓ 60.45%	↑ 50.87%	43.18	↓ 63.95%	↑ 62.94%	7219	↑ 1.58%	↓ 0.85%
2012年3月	88.78	↑ 89.21%	↑ 74.25%	65.35	↑ 120.78%	↑ 51.34%	7182	↑ 0.17%	↓ -0.51%
2012年4月	84.46	↑ 4.87%	↑ 34.51%	72.42	↑ 10.8%	↑ 54.39%	7177	↓ 0.53%	↓ -0.07%
2012年5月	111.01	↑ 50.8%	↑ 31.44%	96.34	↑ 48.78%	↑ 31.28%	7099	↓ 2.18%	↓ 1.09%
2012年6月	118.35	↓ 3.98%	↑ 6.61%	99.87	↑ 2.01%	↑ 5.05%	7100	↓ 3.27%	↑ 0.01%
2012年7月	97.17	↓ 3.99%	↑ 6.62%	81.05	↑ 2.02%	↑ 5.06%	7102	↓ 3.28%	↑ 0.02%
2012年8月	134.29	↑ 3.100%	↑ 6.63%	116.85	↑ 2.03%	↑ 5.07%	7073	↓ 3.29%	↑ 0.03%
2012年9月	216.52	↑ 149.94%	↑ 61.23%	204.68	↑ 172.51%	↑ 75.16%	7088	↓ 4.62%	↑ 0.21%
2012年10月	186.81	↑ 134.3%	↓ 13.7%	170.91	↑ 153.58%	↓ 16.5%	7089	↓ 4.53%	↑ 0.01%
2012年11月	167.66	↑ 96.48%	↓ 12.9%	140.83	↑ 105.62%	↓ 16.8%	7035	↓ 3.83%	↓ 0.76%
2012年12月	229.41	↑ 194.49%	↑ 36.84%	196.89	↑ 239.82%	↑ 39.81%	6914	↓ 5.3%	↓ 1.72%
2013年1月	47.06	↑ 39.35%	↓ 79.49%	42.58	↑ 60.68%	↓ 78.37%	7030	↓ 3.45%	↑ 1.68%
2013年2月	62.84	↑ 23.34%	↑ 33.5%	59.9	↑ 38.72%	↑ 40.6%	7108	↓ 1.54%	↑ 2.13%
2013年3月	94.6	↑ 6.56%	↑ 50.54%	91.15	↑ 39.48%	↑ 52.17%	7248	↑ 0.92%	↑ 1.97%
2013年4月	117.74	↑ 39.4%	↑ 24.46%	108.61	↑ 49.97%	↑ 19.16%	7280	↑ 1.44%	↑ 0.44%
2013年5月	131	↑ 18%	↑ 11.26%	112	↑ 16.26%	↑ 3.12%	7153	↑ 0.76%	↓ 1.74%
2013年6月	147.81	↑ 24.89%	↓ 6.63%	135.71	↑ 35.89%	↓ 10.99%	7170	↑ 0.99%	↑ 0.24%
2013年7月	206.85	↑ 112.87%	↑ 39.9%	196.47	↑ 142.41%	↑ 44.8%	7232	↑ 1.83%	↑ 0.86%
2013年8月	116.09	↓ 13.55%	↓ 43.38%	103.14	↓ 11.73%	↓ 47.5%	7188	↑ 1.63%	↓ 0.6%
2013年9月	110	↓ 49.2%	↓ 5.25%	89	↓ 56.52%	↓ 13.71%	7232	↑ 2.03%	↑ 0.61%
2013年10月	104.39	↓ 44.12%	↓ 5.1%	82.58	↓ 51.68%	↓ 7.21%	7271	↑ 2.57%	↑ 0.53%
2013年11月	136.69	↓ 18.47%	↑ 30.94%	113.02	↓ 19.75%	↑ 36.86%	7296	↑ 3.71%	↑ 0.34%
2013年12月	150.46	↓ 34.41%	↑ 10.07%	115.78	↓ 41.2%	↑ 2.44%	7341	↑ 6.18%	↑ 0.62%
2014年1月	112	↑ 137.99%	↓ 25.56%	89	↑ 109.02%	↓ 23.13%	7380	↑ 4.98%	↑ 0.53%
2014年2月	70.92	↑ 12.86%	↓ 36.68%	60.11	↑ 0.35%	↓ 32.46%	7400	↑ 4.11%	↑ 0.27%
2014年3月	132.42	↑ 39.98%	↑ 86.72%	116	↑ 27.26%	↑ 92.98%	7456	↑ 2.87%	↑ 0.76%
2014年4月	133.91	↑ 13.73%	↑ 1.13%	113.6	↑ 4.59%	↓ 2.07%	7457	↑ 2.43%	↑ 0.01%
2014年5月	106.11	↓ 32.97%	↓ 20.76%	89.8	↓ 41.1%	↓ 20.95%	7373	↑ 3.08%	↓ 1.13%
2014年6月	111	↓ 24.9%	↑ 4.61%	88	↓ 35.16%	↓ 2.0%	7254	↑ 1.17%	↓ 1.61%
2014年7月	108	↓ 47.78%	↓ 2.7%	90	↓ 54.19%	↑ 2.27%	7121	↓ 1.53%	↓ 1.83%
2014年8月	109	↓ 6.11%	↑ 0.93%	89	↓ 13.71%	↓ 1.11%	6927	↓ 3.63%	↓ 2.72%
2014年9月	188	↑ 70.91%	↑ 72.48%	165	↑ 85.39%	↑ 85.39%	6904	↓ 4.54%	↓ 0.33%
2014年10月	139.7	↑ 33.83%	↓ 25.69%	121.37	↑ 46.97%	↓ 26.44%	6895	↓ 5.17%	↓ 0.13%

2012年1月-2014年10月 (数据来源: 创典数据库)



2012年1月-2014年10月 (数据来源: 创典数据库)

总结:

“金九银十”是传统的楼市销售旺季,而2014的“金九银十”更是利好连连,首先是为期三年半的限购政策的解除,其次是央行贷款政策的松绑,再次是住房公积金贷款的调整。被誉为“三剂救市良药”的利好政策如同重磅炸弹,在全国上下掀起阵阵高潮。

西安楼市在出台新政和限贷政策亦有松动迹象后,楼市逐渐呈现回暖态势。同时部分房企加快了推盘和促销动作,举办暖场活动、推

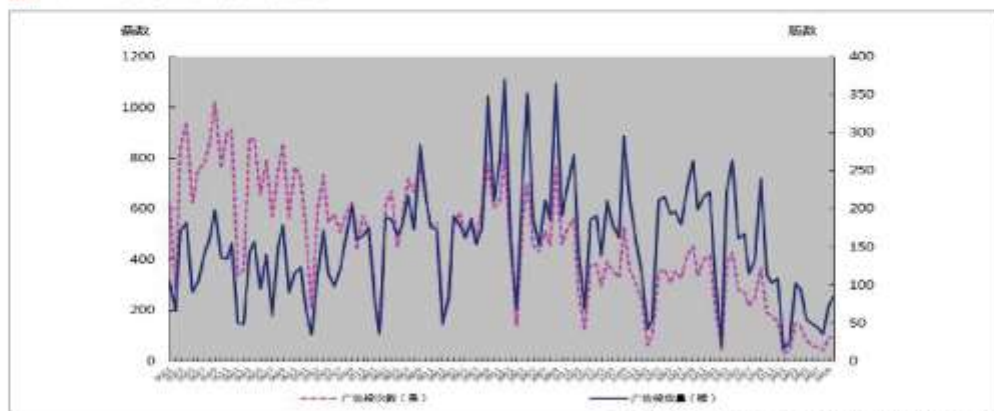
新盘上市等,为楼市回暖不断出力。数据显示,10月西安市商品房销量139.7万平方米,同比上涨33.83%,环比下降25.69%;普通住宅销售面积121.37万平方米,同比上涨46.97%,环比下降26.44%。

房企迫于年度任务的压力趁着政策利好加速跑量,甚至不惜加大降价促销的力度。数据显示:2014年10月西安新建住宅均价为6895元/平方米,环比下跌0.13%。

推广统计

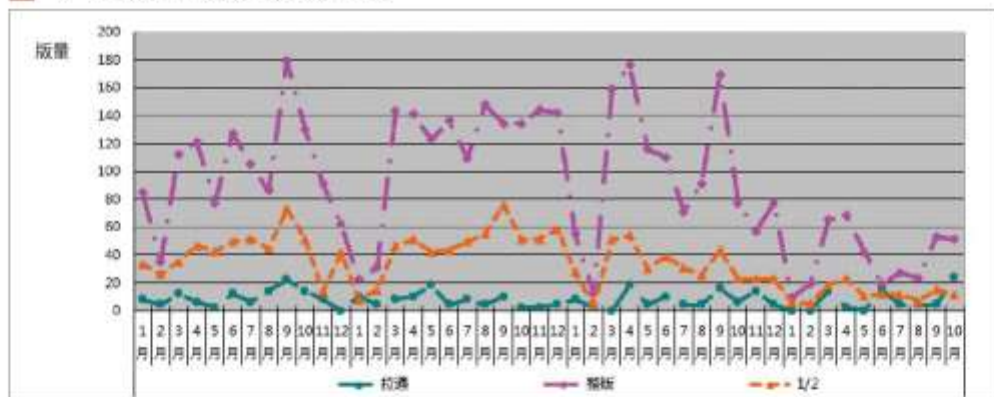
收官之战即将打响 西安楼市期待回暖

■ 广告发布量历史走势图



2005年1月 - 2014年10月 (数据来源: 创典数据库)

■ 广告投放量分版面历史走势图



2011年1月 - 2014年10月 (数据来源: 创典数据库)

创典长期对《华商报》、《西安晚报》、《房周刊》等报纸媒体地产广告发布进行监控。据媒体监测数据显示,2014年8-10月报广投放量及发布版面大幅增加,与去年同期相比依旧呈下降趋势。

本季度正处于楼市金九银十阶段,随着取消限购、放松信贷、降低公积金门槛等一系列“救市”举措的出台,西安楼市也出现微妙的变化。2014年8-10月报广投放量呈每月递增趋势。总投放量224条,环比5-7月上涨13.13%,增加26条。同比2013年同期,下跌72.21%,下降583条。虽然本季度有利好政策推动,楼市成交量有所反弹,但房企库存依旧承压,多数企业后期营销压力依旧较大,后期楼市像此番大幅度反弹也将不会出现。

从广告投放版面类型来看,8-10月共投放约195版,环比上涨33%,增加约48版,同比下跌59.79%,下降约290版。

本期,整版、半版为投放版面主力,拉通版面也有所增加。其中,整版占本季度总投放量的65.03%,半版占16.9%。

近期广告诉求以零首付优惠、一口价房源、中秋、国庆主题性暖场、开盘交房等节点活动为主。区域分布来看,曲江区域投放位居首位,城北区域紧跟其后,高新、城西区域媒体投放量也较为明显。物业类型来看,住宅类产品继续占领首位,写字楼类产品位居第二,商铺、别墅产品名列其次。

2014到了收官的阶段,对于开发企业来说,要在仅有的时间内加速完成年度任务,还需要及时制定下一年度的发展计划,在市场利好正来袭时,抓住机会扩大业绩。新形势下,楼市迎来了新的发展机遇,如何适应新的形势,企业需要做好充足的准备:产品升级、配套升级、服务升级。更重要的是要抓住消费者的心,为消费者做好服务。作为心存长远发展意愿的企业,任何时候都是心存期待,期待回暖的那一天。

KING STREET

预售证号: 2014178

名京·九合院

LIFE & SPACE

二期 - 2200㎡ · 100%现房

名京·九合院
金铺

开发商自持70% · 品牌主力店 · 抢滩入驻

未央大道 · 地铁2号线 临街独立现铺



VIP专线
029 8621 9666

- ◆ 项目地址: 未央路与北二环十字西南角 (公交六公司华洲方家正对面)
- ◆ 售楼部地址: 西安市北二环城北客运站西侧名京·九合院售楼部





创视线

TRENDA VIEWPIONT →

- 时评杂谈
Events
Comments
- 工作手记
Work
Record
- 营销沙龙
Marketing
Research
- 专业视点
Professional
Aspect



白银时代的营销策略



当下中国房地产进入“白银时代”的说法已经基本普及。楼市白银时代的主要吐槽点就是：销售利润降低、营销费用增加（其实还是利润降低）。

以职业经理人为操作核心的大公司、上市公司还好，该降降，该增加营销投入就增加，反正不是自己口袋的钱，增加销量薄利多销，没赔就行，能对股东交代。股东也没话说，楼市不好，毕竟还是挣钱的，不容易，就这么着吧。

小型民企的老板就难割舍，降价是割自己的肉，多投钱就是要从本来就不宽裕的口袋里往外掏，大部分最后实在揭不开锅还得降，但决心下得有点晚，市场早就一片降价浪潮加上确实没钱把信息传播出去吸引不了注意，最后效果自然还是不好。于是有些彻底没钱的就卖了项目走人，还有点钱的就继续死扛，抓住任何一条市场松动的新闻告诉自己春天快来了，增加自己扛下去的决心。

开发商的难处我们都能理解，毕竟

身家性命投进去，勒着裤腰带辛苦几年，难道不挣钱卖了当雷锋？话说如果没有其他资金大窟窿，产品没啥大问题，工程和手续基本能正常在推进，市场和政策又大约已经到了底部，情况应该不会再坏了，这时候说神马“不平手卖出去将来就得赔钱”可能就有点危言耸听了。但无论如何，最后还是要在这种市场情况下卖，怎么能卖得好一点？

首先，还是说价格。让人赔钱卖等于断人财路，搁以往这跟杀亲夺妻之仇一样样的。但是，降低利润预期必然是少不了的，还得软磨硬泡、滴水石穿地慢慢沟通。尤其是面世价格，最好能拿出百十套贴着成本价开，一波就引发抢购，形成区域知名度，后期小幅调涨，还能给客户造成追涨的心理。我们不少项目已经犯了这个错误，开得过高卖不动倒是敢不断降价，可是越降客户越不敏感越不愿“杀跌”形成恶性循环。

其次，大部分客户往往也没太多的

钱营销。大部分开发商线上基本不用指望，只能做线下。实际的情况是，拓客营销搞了这么久了，客户也都疲了。即便是风靡一时、人人效仿的“碧桂园”式人海行销战术，也逐渐褪去光环，没有一开始的好效果。拓客营销说白了其实就是一般商品搞的“直销”，让销售人员直接面对客户。用直销的观点看我们目前的拓客行销，还是有很多的提升空间。比如直销人员的销讲技能不过关？直销网点的促销模式是不是太单调——就是坐个人等客户？直销的促销政策是不是可以设计得更有机会感？

最后，不得不说网络和移动互联。

网络的来电来客确实越来越占到销售现场的更大比重。而移动互联的兴起导致客户获取信息的渠道碎片化使得很多传统媒体的效果大幅减弱。所谓“电商”其实只是一种收费模式的成功，其真正的效果其实远不能匹配它的收益。而这个渠道或者说媒介目前还处于混乱的自发生长和探索的阶段，还没有形成权威的龙头标杆。那我们怎么用？只能这么想，反正成本也不高或者有时候都是购房者承担成本，那就不妨积极地多用多试，积极地把各种传统方式和它相结合，积极地学习和借鉴别人的经验，敏锐地关注新技术、新产品、新模式，甚至也许我们自己还能创造出有效的新方法。

综上，其实最重要还是观念的转变，抛弃黄金时代的思维习惯和衡量标准，树立白银时代的营销观念，要真正的从理念到执行上做到与时俱进。 ■■■

创典全程董事 丁峰



“互联网思维”漫游未来



今年2月，万科总裁郁亮带着80名高管组成的庞大考察团，浩浩荡荡去小米取经。大概是意犹未尽，时隔八月，郁亮再次造访小米，卖房子和卖手机的，在不同土壤上野蛮生长、八杆子打不在一起的两个大佬相谈甚欢，火急火燎地讨论“如何拿到下一个时代的入场券”和“寻找新的商业基因”。

这个新鲜又有点费解的事情背后，就是现在火得一塌糊涂的名词：“互联网思维”。

互联网思维究竟是什么东东？一千个人有一千个说法。比如用户、体验、免费、垂直化、颠覆与再颠覆、比如大数据、云计算下商业生态的重建，再比如平台、跨界、社会化思维等等。互联网思维究竟如何定义不重要，重要的是我们该如何发现、整合和创造性地利用好这个工具。

小时候，看过一本《小灵通漫游未来》，今天我们试着用互联网思维漫游一下房地产的未来（内容纯属猜想，如何兑现日后见分晓）。

2030年5月5日，星期天，立夏。

2000年出生，“栗子定制公寓”的首创者栗老板天麻麻亮就已起床，智能电视随之开机，巨大的屏幕上出现了密密麻麻的几张图表，这正是他正在开发的地产项目户型的大数据平台，有了这些，户型、开间、进深、建筑面积、每户的装修风格等不再是主观上的臆断，而是个个都精确到3厘米内的一手数据。

栗老板要开发建设的订制式住宅和营销策略在十多年前是不可想象的。首先建筑设计的一手市场资料完全来自互联网庞大精准的数据库，方案还未出，已有近万名准客户参与“住宅订制”：客户住哪里，日常工作生活区域，他们的职业、家庭状况、收入状况、住宅需求、价格接受度、装修的个性化需求通过购买来的专业移动互联网调研机构的采集数据，全部了然于心。有了万名的准客户群，栗老板乐观地认为未来完成2000套的销售计划是“碎碎的事情”。

今天是“爆炒板栗——栗子定制公寓户型装修方案全民公投日”，这也是栗老板起了个大早的原因。洗漱完毕，他一边格外仔细地梳头发，一边在脑海

中彩排今天的流程。由五家国内一流水准的设计团队设计的户型方案将在上午9点至12点，用手机客户端进行全程直播公投，并实时进行图文、视频、微信报道，并有100名“栗粉团”作为粉丝点评观察团与其他客户全程互动。

为进一步营造快乐、分享、感恩的主旨，在10点、11点、12点三个整点时段邀请手机网络红人“超人蹦蹦跳”作为整点抽奖嘉宾，设有“抢0元房、抢半价房、南极双人游、特拉斯迷你空中跑车、智能头盔等丰厚奖品。为使本次活动影响最大化，零零地产还邀请微信、小信、来往、往来、早博、死磕阿里等国内知名网络媒体全程报道。本次活动也得到众多上下游关联企业的高度关注和支持，贤木地板、刘太厨房、嗨尔电器、五星智能手机、黑蚂蚁户外、想去哪旅游整点抽奖、直播、粉丝团服装等环节和内容进行冠名和奖品支持。

八点钟，栗老板从衣柜中取出平日里他最喜欢的板栗色外衣，精神而帅气，这也就不难解释他的员工给他的绰号：板栗（老板姓栗的意思）。后来，他干脆就用这个绰号作为自己网上昵称。九点钟整，栗老板步伐轻盈走进全网络直播间，短短十几秒，就集齐了8000多个赞！本市本年度最具影响力的“爆炒板栗”营销大幕正式开启……

特别要说明的是，本次营销活动全程策划推广及线上线下执行的机构是西安市创典全程地产咨询有限公司。

创典全程董事 张翼



AILIANG
海亮地产
 品质创新 生活梦想

了解你的过去，更懂你的未来

海亮西安 专注生活

| 千亿海亮，中国地产35强，定制生活梦想 |

穿越海拔3500米，从布达拉宫到大雁塔
 从中国东海岸到十三朝古都
 11年，25座城市，70余建筑著品
 尊重历史，更尊重未来



扫一扫 有惊喜

T 029.89580000

项目地址: 西沔路与雁环路交汇处东南角(西安高新国际学校对面)

投资商: 海亮地产控股集团/开发商: 西安海阔房地产开发有限公司



奔跑吧，兄弟

创典全程 销售中心 连利军 | 文

嗨，兄弟，就在今天早上，叫醒你的是脑中闪现过的梦想的火花，还是定了好几遍的闹钟？问这个问题只是想说，在这条大家都在努力奔跑的路上，支持你当初选择道路的动力还剩多少。想想你也曾有对待初恋般追逐它身影的热情，作为初出茅庐的你，曾是多么渴望成为其中专业的一员，为此你并没少下功夫，披星戴月，过关斩将。带你的前辈到现在仍会欣慰地说，虽然你不是最聪明的，但是你是最愿意往前飞的鸟儿，当然，上帝也会偏爱那些勇敢善良的心灵，他让你在屡飞屡败，屡败屡飞中最终成长了起来，磨练了现在这对羽翼丰满的翅膀。

而就是此时，不知为何，你却放慢了你的脚步，随波逐流，开始迷恋路边的风景，你羡慕悠闲惬意的长辈，欢乐地跳着广场舞，舞尽夕阳无限红；幻想回到无忧无虑的美好童年，为买一个心仪已久的玩具，满世界撒欢嚎哭；甚至会单纯地渴望，做路边一朵摇曳风中的狗尾巴草，随兴起落。我想你是没听过朴树的那首《生如夏花》吧，“也不知在黑暗中沉睡了多久，也不知要有多难，才能睁开双眼，我是这耀眼的瞬间，惊鸿一般短暂，像夏花一般绚烂……”你看，就连你眼中最平凡不过的狗尾巴草，也并非如你想象那样随风而起，随遇而安，你看到春天阳光洒在它嫩叶上的温暖，却不知种子深埋地下的孤独；你羡慕夏日凉风拂过它枝条的清爽，却不懂它顶着烈日努力生长的艰辛；终于秋天，硕果累累满枝压，却不得不忍受绿肥红瘦的落寞。就连每一朵夏日绚丽的花儿，也总是在自我否定中成长，才能在最好的时光成就最美的自己，而这最美的时

光，也只是存留你驻足的片刻，转身便会香消玉殒，这样努力绽放的夏花，是你未曾看见的吧。

当然，奔跑在名为“梦想”的这条路上并非件易事，但这也不足以成为你停下脚步的理由，这条路除了偶尔会使你有些疲惫外，带给你更多的是脚步的坚定与内心的强大，回头看看那些曾一起出发的人，你自己是否都在讶异，从何时起已将他们远远地甩在了身后。这样的结果并不意外，当他们停下脚步避开烈日时，你在奔跑，当他们放慢脚步去欣赏晚霞时，你依然在奔跑，或许有人会跟你说：人生是一场旅行，不必在乎目的地，在乎的是沿途的风景，以及看风景的心情。风景固然很美，但最初梦想是远方，那些最想要去的地方，怎么能在半路就返航，况且，在这条路上，我们并非在孤军奋斗，与我们一起的还有那些可爱的兄弟。

当初，你们可能没有现在这样的默契，会因为一件事情的处理结果吵得面红耳赤，也可能对他的某些行为显得不屑一顾，但随着时间的推移，你会发现不知何时起，身边那个可敬可期的家伙，已成为你跑完全程的精神脊梁，他在你超越对手时掌声响起，在你状态不佳时及时鼓励，正是这种革命友谊，使你最终咬牙坚持了下来，走到今天。这段长跑，拼的不仅是精力与毅力，更多的是来自群体的力量，没有英雄主义，更多的是蚂蚁搬家的精神，却在行程中牵一发而动全身。

嗨，兄弟，你还在顾虑什么，难道真的只是害怕孤独吗？身边的人越来越少，就连你自己都在怀疑你的选择吗？那么请你想一想，饱受苦难宣讲仁爱的

孔夫子，四渡日本的鉴真，十年成一书的司马迁……与他们相比，你不是孤独骑士，更不是苦行僧，影响着你的，无非就是鞋里那颗沙子，弯下腰倒出它，再抬起头看着前方，你会发现最美的风景永远在路上！

嗨，兄弟，放下那些无谓的负担吧，你所看见和听见的不如意，只是用来考验你的路障，只迈一步路，你便足以超越它，也请你搭起身边伙伴的肩，他将会是你途中欢乐的分享者，苦痛的分担者，更不要排斥你的黑影，要知道它与阳光是无法拆分的共同体，更是梦想博弈中磁铁两端的正负极，相生相伴。

奔跑吧，兄弟！在这个田径场的远方，有歌等着你唱，有谜等着你猜，有回忆等着你凝视，有梦想如落叶般等着你收拢、拾起……

既然选择了远方，就别问还有多久能到，请只愿风雨兼程！ **011**





命运

创典全程 销售中心 李伟 | 文



生命,事业,爱情,细细短短三条线,犹如三条流淌着的生命之河,发源于手掌,贯穿人的一生。其实何必问那看相人,攥起手心,命运就在自己掌握之中!

常听人说这都是命!自己也曾曾在失意彷徨的时候感叹自己命途坎坷!叹口气,吸根烟,对着墙打一拳,发泄内心的愤懑!仿佛走到了世界尽头,仿佛自己已被全世界遗弃,各种纠结各种抱怨。等到事情过去,一切解决之后,回头看看,才发现当初的自己是多么的幼稚可笑,那所谓的命是多么的虚无缥缈!

信徒们说,人生来就是有罪的,因果循环,报应不爽!有时想想也似乎有几分道理。可我更认为,人生在世有如逆水行舟,不进则退,哪怕原地踏步,也是在退!不同的是,强者能乘风破浪成为弄潮儿,将所有的阻力踩在脚下,成就无上荣光。而弱者则随波逐流贪图安逸,最终淹没在人海,一生碌碌无为!

这些说的都是命,既有命,又怎能无运!命和运本就是孪生,相辅相成!

何为运?拆开运字看,就是走动的云!套用个时髦词汇,就是浮云!运,就是浮云!云无常,瞬息万变,运亦无常,福兮祸所伏。

惜福,是我们都应该养成的态度。懂得惜福,才懂得什么是福,也才真的懂得享福!都说工作苦,工作累,生活各种艰辛不易,我们常常被这些负能量满满包围,我们的生活也永远都是灰色的!诚然,这些都是事实,可是工作中,除了苦和累,就没有别的元素了吗?就我自己而言,在创典,经历了虐心,收获了历练;经历了繁杂的工作,收获了宝贵的积累;经历了不同项目,收获了更光彩的履历。我想,不论在职还是曾经在职的每一个铁军,回想起在创典的日子,都会感觉收获满满!同成长,共分享,绝不是仅仅六个字而已!活在当

下,珍惜平台与机遇,懂得感恩,就是惜福!

舜发于畎亩之中,傅说举于版筑之中,胶鬲举于鱼盐之中,管夷吾举于士,孙叔敖举于海,百里奚举于市。故天将降大任于是人也,必先苦其心志,劳其筋骨,饿其体肤,空乏其身,行拂乱其所为,所以动心忍性,曾益其所不能。这些远古的大贤们,没有因为卑微的出身和坎坷的经历而自暴自弃,虽然受尽人间疾苦,可最终成为万人敬仰的贤者大能。传奇皇帝朱元璋更是以乞丐,和尚的出身,带领义军推翻元朝的残暴统治,斗智斗勇,逐个击败逐鹿天下的对手,打下了大明江山,成就了帝王伟业!

三分天注定,七分靠打拼,爱拼才会赢。这是一首耳熟能详的闽南语歌曲,而福建人就是唱着这首歌,离开家乡,将生意做遍大江南北。他们没有按照命运的安排,靠海吃海,而是凭借灵活的头脑,操着不流利的普通话,走南闯北,把生意做到了每一个角落,他们也成为高端住宅,名车,奢侈品的主力消费人群之一,打造了闽商传奇!

不信命,不靠运,我命由我不由天!我是一切的根源!

这样的信念造就了无数的传奇,成就了无数的英雄伟人!同样成就了今天的创典!惜福,活在当下!想要摆脱命运的桎梏,唯有站在更广阔的平台,与强者同行!

攥紧手心,深呼吸,眺望远方,梦想就在前方!致一路同行的我们! **113**



轮回，蜕变

创典全程 销售中心 刘翔 | 文



讲述自己入司三年的故事，用轮回与蜕变也许是最合适不过的。

每个人在自己的人生当中都会经历大起大落，在这段人生经历当中总会有一些事情和身边的人在影响着自己。这篇文章用自己的亲身经历告诉大家，只有经历了一番轮回，当你回头看自己走过的路和所经历的时光才恍然大悟，原来自己已经蜕变。

在公司的三年时光里，自己犹如一块砖一样被搬来搬去，最终还是被砌在了娘家九合院这堵墙上。不敢说自己是金砖银砖，最起码哪里需要的时候还是能够顶得上。回首三年，公司大大小小的项目待过的至少有一个“手掌”那么多，从最初的九合院到天朗、金地、富尔顿，再到首创和如今的九合院，不可否认，确实是一个轮回，而在这一圈轮回之后，再次回头看看走过的路，在公司的三年，却又觉得是一种蜕变。

为什么说只有经过轮回才会得到蜕变，这得从身边的一些小事和人物说起。案例一：某位同事经常在身边发牢骚，觉得公司工资低，说某某朋友在某某项目一个月挣好几万甚至十几万，果断提

出辞职，领导百般劝说无济于事。后经过了解，离开公司后发展并不顺利，收入和其所说大相径庭，还是选择回到公司。案例二：公司提成底薪太低，代理公司太苦太累，不如去开发商发展。去了之后才得知，自己的两把刷子并不能够胜任开发商工作，最终杳无音信石沉大海。案例三：公司管理严格，要求多，赚不到钱，自认为选择别的项目收入会有所改善。去了之后和其所想象的完全不同。其实以上案例说明了一个问题，每个人的目标都不相同，但是归根结底我们可以发现一个问题，如果你离开了平台什么都不是，说明了平台真的很重要。说句心里话，每个人包括自己，在三年的轮回当中也差点当了逃兵，坚持不下来，觉得总想去挑战一些别的新鲜事物和行业，而这种冲动不止一两次。随着房地产发展的前景和舆论媒体的压力对行业冲击愈演愈烈，对于一线销售人员来讲，更要坚持住，不能因为行业不景气自己就选择别的谋生之路，这种想法是不成熟的表现。我们不论从事哪个行业，不能因为这个行业不景气而选择逃离，行业景气了，你来了，行业不

景气你选择逃离。

其实这种轮回更多的是对自己的一种精神上的洗礼，能够让自己坚持下来和继续走下去的原因其实自己也不是很清楚，公司的文化？项目领导的照顾？同事之间的友情？这些都是一些所谓的理由和借口。其实，一个人在毕生的工作经历当中一定是经历过很多，从走出校门到进入到社会这所大学，也是一种蜕变的过程。每当公司818年会时，自己都感受很深，公司的董事会成员也深深地影响着自己，艳总，平总，苏总等等。第一次参与818，还觉得和我无关，说不定哪天我就离开了公司。但第二次我在思考，为什么这些领导能够在公司那么久，是什么让她们为之拼搏和奋斗？为什么每次那位“鸡血哥”（李勇总）都趾高气昂、满腔热血地嘶吼般演讲。其实这些都是大的方面。在经历了许多项目之后，我发现创典人都有一种共性，这种共性很难形容，是能力？是拼搏的精神？是狼性的嗅觉？其实不然。我想是那句每天都会喊出来的口号：我们是一只具有狼性的铁军。准确的说应该是铁军的精神。

时至今日，我又回到了我的娘家，又回到了我所熟悉的战场，而身边的战友也换了一拨又一拨，都走向了领导层，她们的成功何尝不是一个轮回和蜕变，她们的成功就是自己的榜样，公司也有很多新人，也许每个人进入到公司都会从陌生到熟悉，也希望每位新人都能够在这里蜕变。

因为我们是一群有梦想的创典人，只为了那句：同成长，共分享！

113



慈乌反哺之我见

创典全程 策划中心 安超 | 文

慈乌反哺出处：元·无名氏《薛苞认母》第二折：“常言道马有垂缰，犬有那展草，踹踏街心，慈乌反哺。”慈乌：乌鸦的一种，相传能反哺其母。比喻子女报答父母的养育之恩。

——题记

“如何才能成为一名专业的地产策划人？”“加入创典。”这是在一次同行聚会时无意间听到的对话。也许只是一句玩笑，但定是有一定道理的。再加上丁总前几日企业文化的培训，深有感触。

单从慈乌反哺字面意思来看：即受人恩惠当心存感激，适时加以回馈，聊表感恩之心。如若深思，又有更深层次的含义。最终我总结了三条存在递进关系的词语。

其一：施恩报惠。

滴水之恩，当涌泉相报——这是对感恩最佳的诠释。从入司的第一天起，公司对每位新人便有各个层面的培训、活动，到日后工作生活中领导同事的帮助，都对每一个新人有极大的帮助。它教会我们工作的技能、养身立本的品行，看待事物考虑问题不能从单一的方面入手（不是不可能，只是还没有找到方法），更重要的是将这种方式方法与感悟总结分享给身边的同事（同成长，共分享）。但我认为公司唯一“不好”的地方是：从未告知我们应该对其存在感恩之心，大抵是担心我们心有羁绊吧（责任是领导的，功劳是团队的）。

那么，如何才算报惠？

其二：一脉相承。

我认为单纯的努力工作并不能视为施恩报惠的最好方式，一脉相承才是最佳。

企业要成长要强大，单靠一代人的



努力还不够，更需要源源不断的杰出英才不断付出，将上代人的心血延续。况且丁总在培训上讲到公司未来的多元化发展方向将给每个人带来无限的空间和遐想，因此每个人单方面的成长也将不再完全适合企业发展，勤奋突破才是一脉相承的本意（大师敌不过认真二字）。不管现在是摸着石头过河，还是一帆风顺、势如破竹，我们都应该心存感激，并将企业赋予我们的能力与品行不断地传递给新人，传递给更多加入我们这个家庭的人。

其三：踵事增华。

踵事增华：指继承前人事业，使它更美好完善。

施恩报惠，一脉相承再加上踵事增华，我认为才应该是慈乌反哺的最终含义。

前几年房地产市场大好，无数人怀揣“梦想”，奔赴而来，一时间行业内人才济济。到现如今市场买卖双方互换，又有大部分人乘着退浪而去（我是一切的根源）。市场的波动不定实属各个行

业的正常表现，如若因此而去，那注定一生都将“漂泊不定”。何况浪起之时实难表现诸披荆斩棘英才之能力，浪退之时才是大施拳脚，大放光彩之时，若实懂此意，定能大放异彩（迎难而上，亮剑精神）（山不过来，我就过去），引用杜总那句话：要耐得住寂寞。

没有一个人的成功是一帆风顺的，也没有一个人能坐享其成，但此刻最起码是成功了一半，不管是句玩笑还是确有前辈说过那句话，但是我们总得抱有最起码的感恩之心来善待自己，对待曾赋恩于你我的人与物。

以上为我对慈乌反哺之理解及引申，亦是对企业文化的学习与感悟。最终算是对策划共识的七点印证：干比说快。

受人恩惠，心存感激，涌泉相报。

提升自我，传递新人，一脉相承。

去其糟粕，取其精华，踵事增华，方为大成。 ■■■



爱拼才会赢

创典全程 销售中心 李芮艳 | 文



和往常一样，带着客户再一次走进了繁杂的建筑工地，地理位置、户型、配套设施、发展规划等等，我重复地讲解着房源信息，回复着客户的疑虑和不解，终于客户满意地离开了。凝望眼前一栋栋拔地而起的高楼大厦，我舒了一口气，抬头沉浸在夕阳余晖的沐浴下，享受着这难得的瞬间惬意。突然一阵秋风袭来，不觉有一丝瑟瑟发抖的凉意，恍惚间意识到：秋已经深了，一年又要完了。顿觉，时光荏苒，稍纵即逝，让人浮想联翩。

两年前，凭着执着、冲动，我毅然决然地走进了置业顾问的职业行列。从最初小小的销使做起，主要是房源信息传单的发和客户信息整理，到随后的置业顾问转正，开始了客户的面接和服务，到如今的销售主管，感觉一路走来，虽说历经艰辛，哭过、笑过、努力过、放弃过，但最终还是执着地走下去，但更多的是些

许欣慰以及颇多的生活感悟。

置业顾问，一个别人眼里西装革履、略显高贵的行业。但真正地体验过了，透过靓丽的外表、倦怠的眼神，我们真切体会到的除了工作的枯燥、繁杂，留下了尽是疲惫，能够让我们鼓起勇气、坚持下去的除了团队的依赖、伙伴们的留恋之外，更重要的是一种不服输、敢于拼搏的信念。我们都坚信：爱拼才会赢。

面对不同阶层的客户，形形色色的人群，我们要做的就是不厌其烦地接待，为客户排忧解难、置办一个满意、温馨的家，每每这时，面对客户的感激、赞赏、欣喜、欢腾让我们不觉手舞足蹈起来；面对市场的萧然、开发商的压力，我们要做的就是加班加点的call客，从激烈的市场竞争中挖掘着一个个潜在的客户资源，常常一个个温馨、谨慎的咨询电话，却得到了冰冷的、不耐烦的回复，甚至无赖的调侃、辱骂，每每这时，心酸、

委屈总会油然而生；“金九银十”、“促销折扣”，客户资源明显增大，为了能够全面、真诚地服务客户，我们要做的就是停休、加班，一天12个小时的超负荷运转我们可以持续一两个礼拜，电话必须保持24小时畅通，随时接受客户的咨询、处理客户的问题；因为工作，面对亲人的不解、朋友的疏远，其实我们也很苦，很心酸，我们要做的除了一遍一遍的解释、一次又一次无法实现的承诺，剩下的可能还是加班吧……

怅然回首，面对不理解，我们失去了很多：爱情、友情、亲情……；展望未来，我们收获的更多，拓展视野、磨砺意志、辨别真假……；因为努力过，付出过，拼搏过，在奋斗中，我们锻炼出了坚韧不拔，敢拼敢斗的性格，在汗水中，我们体会到了生活的艰辛，也感受到了收获的喜悦，在工作中，我们赢得了客户的满意，体会到了人生的价值和真谛。

“下班了，肉。”同事的一声提醒，打断了我的思绪。“走，下班。”我随声附和。夕阳吝啬地藏起了自己的余晖，路旁的树叶一个接一个打着旋儿落了下来，我提起脚步，向售楼部方向走去。

“生命的意义在于——向前”。我坚信自己，一定会继续沿着这条道路向前，前方的路不管有多么荆棘、多么艰难、多么心酸，只要自己努力过、拼搏过，人生自然无悔。 **END**



最清晰的脚印，往往印在最泥泞的路上

创典全程 策划中心 严晓龙 | 文

铁军中成长

近一年以来，从一个从来没有接触过地产行业的初学者，逐渐成长为铁军中一名合格的战士，伴随着铁军实力的不断壮大，自己的能力也得到了锻炼和提高。

就从入职时候的笔试，和7月晋职的笔试来说，入职的笔试那么简单，我却用了两个半小时堪堪答完；而晋级的笔试，已经可以从容下笔了。

再说之前的自己，爱游戏、爱小说，总有一些不良嗜好占据了大把的时间，父母朋友看着觉得可惜，自己也觉得那样子不行，可就是没有发现比那些更让我愿意付出时间、精力的事情。

加入铁军的日子，却不知不觉让我改掉了那些坏习惯，案场的工作就像年轮，“忙完这一阵，就可以忙下一阵了”！

非常喜欢这份工作，虽然它有时候也会很繁琐，但是它让我成长了太多；而且作为公司的一员，我越来越能感到自己岗位的价值；所以我一直严格地要求自己，给自己每天制定任务，在手机上记录下一步要完成的任务，提醒自己；团结同事、努力工作、每天学习；是我对自己的要求。

汗水，是印在前行路上的徽章

记得第一次独立主持周末活动，我提前写好了台词，结果现场还是磕磕巴巴地说不全。为了提升自己，有段时间，我在家里对着镜子大声练习；而现在的每周暖场，方案制定的时候，就可以做到把控整个活动的节奏，而调动现场氛围，更是我的强项。

记得刚入职那会儿，脑子里的想法



太多，却又不能把它做成可以落地的方案，比如为了案场的人气，我想了很多招（免费桌游吧、老业主咖啡券、休闲券、相亲角等），可是很多都不便于实施，或者实施后效果不佳；后来看了智库里面大家分享的课件，尤其是听了贺晶晶总监关于资源整合的培训后，茅塞顿开；7月某天，我在团购网上团东西的时候突然灵光一闪，“一元咖啡团购”方案在【未未来】案场落地实施后，日均到访5组客户的效果，不仅让我欣喜，更让我了解到，创意也是有方法的。

而7月的外地拓客事宜，又使我明白了策划的另外一层含义：因为经费及各个方面考虑，外拓工作中，扫楼都是由拓客小组去完成，大半个月的外拓执行使我明白“下势干”的真正含义；拓客回来后再管理销售团队，更能够掌握奖惩尺度；也更能理解他们工作的辛苦；这种认同感，也正是销售团队最需要的。

案场日常工作，让我习惯了认真细致；外地拓客之旅，让我学会了吃苦耐劳；拓客团队搭建，让我领悟了鼓舞士气

每周周末暖场，让我不断地突破自己。

铁军在壮大，我绝不落伍

随着不断的沉淀，我已经可以更好更扎实地做好手头的事情；随着一步步的尝试，我可以为团队做出的贡献也越来越多。

铁军一步步的壮大，尤其在818年庆后，铁军踏入的案场越来越多，最明显的感觉是自己的工作调动越来越密集；华府案场、晶鑫案场、五珑案场，一步一步走来，我能为团队做的，是更多的承担；而随着承担，个人能力也得到了稳步提升。

梦想，是一个奇妙的东西，催人奋进、激发潜能；当它遇到一个合适的契机，就总能让我们办到原以为办不到的事情，踩在被汗水泥泞的路上，得到的，是生命中最清晰的脚印。

这份工作，好多时候，不仅仅是工作了，因为我在它上面融入了我的梦想，我也相信，随着沉淀，终有一天，我会变成我想成为的人！



为自己工作

创典顾问公司 牟金贵 | 文

人活着，其一是解决生存的问题，其二是解决价值的问题。对于我们大多数人，“工作”是连接两者的纽带。一方面，我们依赖工作供给生活的必需品抑或是奢侈品，另一方面，我们又寄托工作许许多多人生的期许和梦想。老板总是少的，而打工仔倒是很常见，因此很多人有了一个自谦式的称谓——“打工的”，三个字透露出多少的意韵，言者自知，听者自明而已。

作为我们很多打工者，悲哀的不是打工者身份，而是一直保留着臣仆式的为老板工作的姿态和意识，这种哈巴狗式的姿态，旨在以取悦老板为终极目标，而自我则在“被工作”中懦弱地潜藏起来。我们习惯于被管教、被规训、被安排、被指导，而自主能动性和自主思考性在这种“被工作”中逐渐阳痿。这种自贱式的悲哀让我们在工作中失去了主观能动性，致使只有紧逼式的工作才能调动起积极性、自主性，而轻松愉悦的工作反而使我们患上了拖延症。在紧迫的工作中精神亢奋，在宽松的环境下萎靡不振，“逼迫打压”成了激发潜能的强心剂，“轻松愉悦”反而使我们回归于懒散与无能。

改变意识——为自己工作，获得一种全新的工作状态。不管是否喜欢你现在的工作，不管是否满意此刻的薪资，既然你现在依然坚守在你的岗位上，那就不要浪费时间创伤你的青春，更不要让时间褪去你生命的色彩。逃出固有的枷锁和牢笼，抛却那些固化在大脑中的“被工作”模式，做自己的主人，从今天开始，为自己而工作，给生命一个方向。

“为自己工作”是一种意识，说得

更直白一点是一种自私的意识，当留只眼睛关注我们自身的积累、变化、成长，我们就忘记了诸多外在的不如意，领导公正与否、同事友爱与否、工作辛苦与否、薪资高低与否开始淡出我们的视线，取而代之的是今天的学习、积累、获得与成长，看似这种功利性的小我主义，实际上也是成全大我——贡献公司，贡献社会。因为我们已经进入了一个以人为资本的时代，个体与团队素质将成为核心竞争力，个体因自我不断积累而优秀，团队因强势文化而强大，从这个角度来讲，这种自私的小我主义不论之于个体还是团体、社会均是有益无害的。

“为自己工作”的意识形态，不仅可以成就自我、成全大我，而且会改变我们的生活体验。

首先，这种“为自己工作”的意识可以改变心态，获得一种快乐的工作体验。当我们的视野从外在转向内在，那么工作中的一切不如意将成为壮大我们自己的源泉和前进的垫脚石，抱怨从此将远离而去，阳光、快乐、激情、上进等将成为我们的代名词，而我们自身将形成一个光环，照亮别人，照亮世界，世界因我而美丽将成为常态。试想在这种状态下，工作效率会低吗？同事会不友好吗？老板会不高兴吗？薪资能得不到改善吗？很多的时候不是我们不够努力，而是意识形态局限了发展，我们的失误在于把取悦老板、上调薪资当成了目的，事实上它只是你这样做了之后的结果，只是一种报酬而已。正如“因为我想和你组建一个家，所以才买房”，而不是“因为我有房，你才愿意和我组建一个家”，可惜我们很多人都搞错了，

把结果当成了条件，把报酬当成了一生追求的目的！

其次，这种“为自己工作”的意识可以改变心绪，获得一种满足的生活状态。生活的满足来源于个体的充实感受和自我认可。一方面，这种意识可以让我们一直处于自主状态，使工作的动力来源于内在而非外在，这样就可随时获得一种充实感。另一方面，因为自主性，我们不再有“被工作”的情绪抵触，从而获得了一种工作的自主权和话语权，因此而获得工作的价值和意义，自我获得了最大程度的认可。

让“为自己工作”成为一种常态，从此获得一种全新的生活体验和满足，“生存”和“价值”的关系不再那么暧昧，人生的自我修行也不再那么迷茫。腾飞吧，我的朋友！





来创典，这半年

创典全程 策划中心 程敏 | 文

2014.4.16, 我进入创典, 至今已半年有余, 不禁感叹, 时间过得真快。

这半年, 我从一名涉世未深的大学生转变为一名创典铁军的策划助理, 从购物逛街约会见男友转变为派单带销售拓社区做外展, 从平时旷课考前突击考中抄袭考后侥幸及格到周一周报周二例会文件周三项目例会周末暖场活动, 一切的转变, 像万里淘沙, 更像破茧化蝶!

来创典这半年, 东湖项目一直处于守盘阶段, 项目仍没有大动作, 置业顾问的工作就是不断对练, 而策划就是无休止的数据总结及分析, 文件的修改与定稿。这半年, 项目没有销售, 但团队里没有一个人退缩, 我们依然坚守一线, 我们不离不弃不是因为更高的追求, 而是因为, 我们相信公司, 相信自己的选择。公司的每个团队都是独一无二的, 我因为有东湖而感到骄傲。

我崇尚自由, 刚进售楼部, 严谨的工作环境让我不适, 也因此受到过几次批评, 当时的我还是见习策划助理, 没有毕业, 仅想将此作为毕业期的过度, 也曾想过要离开, 可是转念一想, 难道就背着未转正的见习助理离开吗! 一定不是这样的, 于是我给自己定了目标: 3个月内转正, 转正那天就是我离开创典的日子, 即使要走, 我也要证明自己。可真正3个月过去了, 创典的文化, 铁军的冲锋精神深深吸引着我, 我发现, 其实策划这份工作就是我一直寻找的, 可以做方案练文笔, 可以做报告练胆量, 更可以成为一名真正的操盘手, 当然, 不经过时间的历练, 没有经验的积累, 操盘手还只是一个目标, 但至少, 我每天都走在操盘手的路上。到现在, 我依

然信仰自由, 但我明白真正的自由不是我想做什么就能做什么, 而是我不想做什么就不做什么。3个月见习策划助理, 3个月策划助理, 我想把自己的一些经验和感想与大家共同分享。

第一, 总结至上。很欣赏一句话: 失败并非成功之母, 失败后的总结才是。第一次做周例会文件, 经理批评说, 排版乱得一塌糊涂, 当时很委屈, 加班加点写出来的文件却被一票否决, 但委屈归委屈, 经理的建议我一点不落地都记下来, 之后, 这类的错误再没出现过。

第二, 见解独到。作为策助, 我们不需写指导性的文件, 但对于项目发展、存在的问题、新颖的活动方案, 我们必须要有自己的见解, 及时与领导沟通, 好的东西不能只停留在自己心里。

第三, 向上沟通。关于工作的疑虑、想法及时向你的上级领导汇报, 不管其是否合理, 至少在领导眼里你是个有想法的人, 丁总说过: 你若能与销售总监沟通, 那你就能做总监。另外, 甲方找你时也要落落大方, 不怕错就怕你弱。

第四, 心态谦卑。莫不要给大家独行侠的印象, 要个性, 更要合群。

第五, 工作按时。周报、月度总结、销售日报、会议纪要等, 不要等到经理跟你要工作, 要在经理想起之前将其发至他邮箱, 并在微信上告之。这样的工作效率, 离加薪晋升还远吗? 要向自己要效率, 始终铭记“我是一切的根源”。


第六, 条理清晰。汇报工作时, 第一, 第二, 第三, 自己的条理一定要清晰, 万万不能在你汇报完, 领导问你: 你想说什么。我的建议是在找领导之前, 将其要沟通的内容列在纸上。

第七, 多拍照片。竞品项目活动, 现场包装, 项目外展等一切与工作有关的照片都要拍下来, 其重要性, 我用自己亲身经历告诫大家, 有次做周例会文件要用竞品项目沿街包装的广告牌, 而我之前路过N次都没拍, 只心想这效果真好, 就那次, 我又专门打车过去, 只为拍一张照片。所以, 多拍照片没错。

第八, 与销售做朋友。带销售并不是指挥销售, 而是告诉销售如何递单页, 如何在被拒时调整心态, 如何规避城管……总之, 就是与销售奋战在一线, 监督他们的同时也给销售力量。

第九, 背销讲。区位, 沙盘, 户型, 算单, 逼定, 成单等一系列置业顾问接待客户的流程, 策划都必须了如指掌, 必要的话可以找销售经理考核上岗。因为熟悉项目资料与背销讲带来的效果是截然不同的, 只有深入一线, 才能高屋建瓴。

第十, 相信自己的项目。每个项目都有困难, 东湖目前最大的困难就是仍处于前期咨询, 进场半年仍没有对外销售, 但东湖团队的凝聚力史无前例, 我们都愿意相信。更多时候, 我们认为是绝境只是没有找到方法, 东湖的方法就是不停歇地对练、培训、主讲、总结及积累, 我们相信, 若盛开, 风自来。

以上就是我从业半年的心得感想, 希望对公司新入职的策助有所帮助, 望大家共勉。来创典这半年, 我学到了很多, 在此对策划汤经理及销售部经理说声谢谢, 在日后的工作中, 我会用百分之百的努力来回报你们对我的包容及栽培。 



积跬步以至千里

创典全程 客满中心 王丹 | 文

有多少人会回过头，看看自己曾在某一轨道留下的脚印？深得，浅的，铿锵有力的，柔软缠绵的，被他人的脚印覆盖了的，把他人的脚印覆盖了的，连续绵延着的，一步跨出去却找不到另一步的……

有人说，结束意味着开始。匆匆而过的大学时光，好似一架彩虹桥，横在回首与仰头之间，成为永恒而又不可逾越的美丽。人间四月芳菲尽，山寺桃花始盛开。我竟与白居易同行，能够在四月里初遇第一份满意的工作，迈出了人生工作历程的跬步，真真是万分欢喜。

如今来到创典半岁有余。前不久，部门组织参加一次培训，课题大家并不陌生，叫“性格透析”。问题清晰明了，在工作中，你喜欢什么？你讨厌什么？你的优点是什么？你的缺点是什么？看起来容易。一贯把“选择了在顺其自然中拼搏，而不是在拼搏中顺其自然”当成自己缺点，却被培训师归类为工作特点，想赞同又不甘心。我的办公桌玻璃格挡上贴着一张便条：“宠辱不惊，闲看庭前花开花落；去留无意，漫随天外云卷云舒”。喜欢沉溺于虚无缥缈的心境，哪怕是三秒钟，也是一种享受。此时，抽出身来进入繁琐的工作状态，也不觉得身心有多么沉重。还是坚持以积累跬步的形式，继续为前进而驻守当下。倘若这些都不算缺点，那么，我将为自己不知自己擅长什么感到悲哀。同很多人一样，寒窗十几年，各科各门类都有所接触，连大学的专业都未教会我足够专业，那么我将何谈擅长之处？项目上很多人都是三天打渔两天晒网的跳槽，即想多挣钱又不想多吃点苦头，想与不

想之间明显不成正比，连斧头都拿不稳，如何在别人的木头上劈荆斩棘？连一步迈出去都站不稳的人，如何给另一只脚留有余地？或踩空掉下去，或找不到另一个下脚之地。

很感谢部门给予如此多参加培训的机会，每当在培训中吸取养分的时候，总能使我想起大学班主任的文学经典导读课程：所有人心甘情愿接受被注射它的毒汁，并靠它更替体内失去养分的血液。卡尔维诺曾对经典进行各种解释。经典作品是一些产生某些特殊影响的书籍，他们要么本身以难忘的方式给我们的想象力打下印记，要么乔装成个人或集体的无意识隐藏在深层记忆中；一部经典作品是这样一种名称，它用于形容任何一本表现整个宇宙的书，一本与古代护身符不相上下的书。

每一次听课都是心灵的陶冶，更让人有足够的勇气，面对曾经不愿面对的人和事。那么每一次培训是否都是难以忘怀，还是不小心被养分碰触稍有知觉后，又以抛物线的形式返还给培训师？在那一秒钟，纵使经典分子任其装扮之后依旧无动于衷？何为经典成为一个不可量化的主题。于是中学老师一次狠话教导成了人生中一条经典，于是上级领导一次严厉的处分又是一条经典。

工作中，靠自己走出来的每一步，如此坚不可摧，我们依然在不断努力学习，因为没有人知道你的脚印曾经占据某个位置，如今你的双脚都在挪动去别的方向，他人很有可能将你留下的印记覆盖，假以时日，哪怕是阵阵秋风都不会留意。

说来道去还未透漏本次参加培训的

课题，原来是关于演讲，一个好的培训师必定是一名优秀的演讲者。讲师姓黄，一眼看上去极其优雅，声音总在跟听众微笑。讲的是演讲实用技巧类的课题，人人颇受裨益。她向我们展示了超级演说家栏目的一段视频，失聪女孩曹青莞的演说过程，震惊全场。所有人的眼泪不约而同被她的演讲感染，心里似乎涌出了血泪。同情、软佩、紧张、不能正常说话的恨意、空间上的遥远。种种心情纠缠到一处，走火入魔般让你不得不拜服。最终未能理解其中的原因。直到前些天读完易中天先生的《破门而入》，才领悟到，原来是美的力量。

冰心说，走在生命路的两旁，随时播种，随时开花，将这一长径，点缀得花香弥漫，使穿枝拂叶的行人，踏着荆棘不觉痛苦，有泪可落却不觉凄凉。仅此献给创典全体同仁，珍视自己勇敢迈出去的跬步，一步步积累下人生中唯一一段千里之行。





CHINESECOURTYARD

协和置业 12^{★★}周年庆

协心同力 和筑未来

中国院墅·西安样板
【曲江公馆·和园】别墅样板间 即将磅礴面世



CHINESECOURTYARD

曲江公馆

和园

中国街巷式院墅社区

皇脉地缘

繁盛配套

园林雍境

美学建筑

空间气场

匠艺复兴

VIP TEL 029 8866 1888

项目地址 | 接待中心 曲江池东路与曲江池北路交汇处





如何快速敲定推广计划及主题画面

创典全程 策划中心 周洁 | 文



在每月的中下旬为次月营销计划提报的时候，其中媒体推广及主题画面是呈现整个营销策略最直观的方式。如何快速敲定推广计划及主题画面，不让开发商碎碎念，对你的方案指手画脚呢！

一、广告主题及画面的设计

平面广告是由：画面 + 文案组成的

在平时的生活中就要留心各种社会热门话题，利用当月的节日或各种社会事件参考作为楼盘的主题噱头，利用其话题帮助楼盘更好地扩大宣传力度。卖点不易过多，文案的随文、副标题需要与画面产品符合，能够激起受众的欲望。

现在的楼盘广告普遍都会打出低单价低首付，作为吸引顾客的手法，在画面边角加个小小的“实得”或者“起”字。其实略微的夸大可以起到吸引客户来电上访的效果。但是如果过度吹嘘，当客户到访后发现实际价位与广告上的价位差距太大。心理的落差过大，容易产生逆反心理，觉得被欺骗。曾经有机构做过市场调研表示：实际成交价与广告画

面上的价格，在六百至七百元内的浮动更容易使人接受。

在设计画面时我们需注意，广告的风气要符合项目的调性和本次主推产品的目标客户群。1、如果受众客群是刚需客户，一般会以年轻的夫妻居多。他们普遍时尚开放更乐于接受新鲜的事物，对待最新的话题更有敏感性。画面就应该设计得简单明了，颜色采用较多的清新色调，其特点就是简洁、明朗。苹果绿、深蓝、大红、纯黄等高纯度色彩运用会比较合适，因为其给人一种清新舒适的感觉。2、改善型客户以中年人居多，他们更关注细节，大都以高品质感为主要需求。为表现项目整体形象塑造大气的风格，打造极具品位和意境的广告形象。画面一般以暖色为主调，运用华丽的色彩，精美的素材使得项目更显高贵。同时着力表现产品某一方面的特质，画面富有丰富的文化韵味。

二、推广计划的提报

在月营销会议等重要场合，首先映

入眼帘的是你的外在形象，这需要你谙熟房地产行业和本项目开发商的文化氛围，把握好特有的语言色彩。举止言谈成熟稳重，衣着干净整洁。尽量避免脸红、结巴、声音发抖等情绪表现，那会显得对提案缺乏信心、不熟悉，内心紧张，破坏了你整体的表现。

在与开发商提报推广计划的时候，可从以下几点考虑：

1、本次的推广计划为整合传播，是围绕着目标客户群进行的，在最短时期内为项目下月营销主题造势。通过选择、筛选并组合的媒体为开发商实现广告利润最大化。

2、不同媒体的效应和覆盖的目标人群是不同的；

3、跟踪楼盘竞品广告投放的情况与本项目做以对比；

4、广告效果监控，通过市场反馈信息及时调整下一轮广告投放的计划，进而适应日益变化的市场；

当开发商对你的提案有异议的时候，不能一味顺从。要不卑不亢，要坚持自己的原则，保持立场，但反抗的时候要有技巧。在汇报时用词尽量精准不说废话、套话，因为你所代表的不是个人，而是整个团队的意见及专业技能的体现。本次汇报的内容是团队通过丰富的实操经验、专业的知识储备以及创典公司庞大的资源数据库总结出来的结论。总之，向开发商表示此次推广计划，是可以帮助完成销售任务的必备支持。

其实在例会上确定方案及画面最快速的方法，就是找对关键人，让他信服于你。其他的工作人员就不会再有任何疑问。 **011**



冬季攻坚战，我该怎么做

创典全程 销售中心 权新胜 | 文

2014年11月1日，创典全程“冬季攻势”的第一天。我在想，即将过去的2014我都做了些什么？在剩余的60天里我该怎么做？才会让我一年的辛勤付出与之回报得以实现！

我清晰地记得去年8月18日进入西安创典全程，在公司培养与文化的熏陶下，我从一名简单的销售员做到了真正为客户解决问题的专业置业顾问。2013年冬攻的启动仪式上，项目领导鉴于我还只是新人，只给我分了三套的任务，我却斩钉截铁地说“保证完成任务，我保底五套”，冬攻胜利的那一天，我顺利地完成了十套住宅销售，获得了项目组的冬攻销冠。公司给予我的荣誉和认可，使我暗下决心在2014年，这新的一年，我权新胜一个月能销售十套产品，我要让我身边的每一位伙伴也能销售十套产品。每天我带领组员学习房地产基础知识、检查三本、分析客户、提升销售经验与技巧，扩大成交。我和大家每天都进步一点点。如今的我和我的伙伴们都已经是创典铁军的一员，在PK的案场里我们已经有无数次的历练，如何打好冬攻这一硬仗，我该这样做！

一、除了认真接听电话，多打CALL客，做好同行转介、老带新，尽快地搜集多方资源，如：新房帮、搜房网，手机微信，朋友圈……，每天保质保量多获取2组客户信息，先把基数做大！

二、做好每天的基本工作，及时登记客户，认真回访三本，每天必须做到2组约访并且到访，勤奋与努力是成功的唯一捷径！

三、珍惜每一位到访客户，用最饱满的激情将产品讲给客户，不要仅停留



在区域和沙盘，要将产品品质升级，让客户感觉到他买的不仅仅是一套住宅，而是后期的生活品质，在接待的过程中要注意服务细节，用真诚打动客户，一定要让客户对所选的产品有足够的信心，对你有足够的信任，当客户对你有了足够的信任，他一定会选你所介绍的产品。

四、在项目案场要尽可能地、巧妙地运用身边的每一个道具，真正把销售做到极致。洽谈客户过程中要注意说辞，多动脑。自己将任务分解，保证每周完成3套销售任务。仔细想想：真正的销售靠的不是嘴巴而是头脑！

五、PK案场环境下，首先要懂得如何保护自己的客户资源，不被外泄。自己的客户尽量用自己的手机回访，个人的三本，切记，不可以随手乱放！归

根到底一句话，真诚对待客户，勤约访，自己的客户是不会丢的！

六、提高工作效率，在客户订房之前一定要告知客户买房的流程，对待已经成交的客户在最短的时间内，尽可能地完成客户后期手续。为后面多接客户，多成交赢得更多的时间。

我相信！只要付出与努力，一定会有收获！在即将过去的2014年，我会以实际行动，认真做好每一点、每一滴。在剩余的60天里，交出一份满意的答卷，给自己这一年来一个交代，让自己的人生无怨无悔！

在这里，我承诺，2013年我是项目冬攻销冠，2014年我一定是公司冬攻销冠！



PK 案场如何才能取胜

创典全程 销售中心 王慧茹 | 文

目前，西安房地产市场多数项目都属于代理公司操盘，并且，多数属于联代项目。作为一名置业顾问的我从事房地产以来，能够深刻地感受到销售案场就像是一个没有硝烟的战场，在此环境下一名置业顾问要多卖房才能PK掉对手，取得胜利，这就需要注意以下几点。

一、资源方面

客户的信息资源是多渠道的（接电、来访、网络、老带新、同行转介、销使带客），当第一时间获得客户信息时，一定要先给客户打个电话做约访，紧接着将自己的短信发于客户，让客户知道你是谁，随后将客户信息及时登记到来访本上。

注意：回访客户尽量用自己手机，不要用前台电话，如果用了及时将电话删除；每天接电，及时登记，及时删除；来电、来访本不可随意乱放，以免信息资源外泄！

二、约访问题

邀约客户要真诚，说辞要到位，一定要有时间节点，客户进门后一定要报出你的名字。这一项要注意的是不可偷懒，要勤奋，要随时掌握客户的动态，做好三本、约访客户本身就是一名置业顾问的基本工作，每天的必备动作；在与客户打电话的过程中不要随意回答客户问题，不可报价，了解客户的需求，讲解产品基本情况，介绍自己，一定要让客户记住自己的姓名。

三、产品讲解

打破传统营销模式，将项目区域发展图和项目沙盘升华到项目卖点，产品品质。与客户多互动、多沟通、多了解，真正帮助客户置业。在接待客户过程中，

细节服务要到位，产品要细致化，多融入生活，告诉客户项目卖点以及周边的配套会给他的生活带来什么，对于他以后的生活会产生什么样的意义。介绍产品，只给客户推荐适合他的产品，而不是最贵的、也不是最便宜的、更不是客户喜欢的，要让客户感觉到他所购买的不仅仅是一套住宅，而他后期几十年的生活品质。

注意：要对客户真诚，回答客户的问题要分清真假问题，要专业，要让客户对你有足够的信任，因为当客户对你有了足够的信任，他一定会信任你给他推荐的产品。只要你做到了，无论什么时候，你都不用担心自己的客户被别人“撬”走！

四、洽谈时

在销售案场，置业顾问要灵活运用身边的每一个道具，促进成交。根据客户的不同类型，可以运用伙伴的电话SP、策划人员的现场喊控、案场的横幅、礼品的发放、销售经理的点位释放等等。

注意：SP要到位，氛围很关键，同时基本功要扎实，必须熟记房源，及时掌握案场信息，要清楚对手在给客户提供什么产品，对手有哪些好的房源已推出，甲方哪些房源已销控，哪些可以销售！

五、成交前后注意哪些事项

1、客户在定房时，一定要告知客户买房的流程：首先是定房，当天复印客户身份证查征信，5天内交齐首付款，补齐资料，准备银行按揭，7天内完善客户所有问题。如果遇到问题客户，一定要在其交定金时，给予解决，该写延期，写延期，需要报备于甲方，提前与

甲方进行沟通，不要给后期带来不必要的麻烦。

2、对待已经成交的客户一定要操心，尽快完善，腾出足够的时间为后期的约访以及接待新客户做好充分准备，处理客户问题的同时，一定不可忘记回访三本。

六、维护好老客户

老客户是后期成交的一个庞大信息资源，不可忽视，因为，他能买房子，他的同事、朋友一定也有买房的打算，所以，不定期地给老客户打个电话，联络一下感情，利用案场的活动，约访老客户参加并给予一些小礼品，让其得到实惠，能够介绍他的朋友给你认识。记住，老客户维护好了，他会给你带来意想不到的惊喜！

我相信，作为一名置业顾问，如果能够认真地做到以上几点，做好本职，扎实基础，再强大的对手也是无法战胜你的，相信自己，没问题的！

雅居乐对话西安 国际艺术节

AGILE DIALOGUE XI'AN
CITY ART FESTIVAL

10月起【雅居乐对话西安·国际艺术节】跨季呈现

精彩纷呈, 邀您共赏

2014年10月《维也纳童声合唱团音乐会》
2014年11月《百老汇百年经典巡演》
2014年12月《李云迪王者幻想演奏会》
2015年01月《英国皇家冰上芭蕾——天鹅湖》

FORM ARTS



22年雅居乐豪宅



曲江一期绝版珍藏



西安首创精工全套房



欧式皇家园林



雅居乐七星级白金品质



法式私家PARTY会所



CEO国际街区

项目地址/中国·西安曲江·曲江池南路与新开门南路十字西南角
开发商/雅居乐地产控股有限公司 网址/http://www.agile.com.cn

029 8931 8888



雅居乐·御賓府官方微信二维码



如何管理老客户台账

创典全程 销售中心 赵亮 | 文

为什么要管理老客户台账？

老客户是一桶挖不完的金。任何销售都做的是回头客的生意。老客户是一个从无到有的过程。老客户积累得越多，对我们后期的销售越有利。

老带新，在我们的销售业绩中通常占到40%左右。尤其是目前的市场情况，传统的广告效能逐渐下降，客户的自然到访率也是比较低。因此，老客户转介就成了提升个人业绩的重要途径。所以，只有把老客户台账管理好，我们才能更方便，更有效，更轻松地完成销售任务。

怎样才能把你的老客户台账管理得井井有条？

对于项目的中层管理层来说

首先将老业主台账一览表制作好，包括客户姓名，电话，出生年月日，孩子年龄，工作地址，家庭住址，娱乐爱好，原置业顾问，现置业顾问，回访以及遇到的问题。每隔半个月或者项目重大节点以及其他特殊情况，将老业主台账由项目主管分发下去。由各组长配合监督各置业顾问完成。

对于刚入职的置业顾问

要学会主动，前期自己没有老客户，可以要求案场经理将离职员工的老客户分配于你，与这些客户勤联系，首先告知他们，你是他们的新置业顾问，再者告知他们一些售楼部的活动并主动邀约。另外，将一些与他们息息相关的活动政策及时告知，从而和他们建立起最基本的联系，逐渐释放老带新政策。

对入职一年以上置业顾问

除了项目经理分发的老业主台账外，自己也要针对重要业主、铁杆种子

业主，制作一份台账。信息和总台账一样，只是将这些客户摘录出来。一定要记住这些业主的生日和工作地址，有机会可以去拜访，带上售楼部的小礼品，这样的话，他们有朋友同事买房时，难道会记不起你吗？

我们可以用网络管理老客户

我们可以通过建立QQ群、微信群对老客户进行管理。在接待或成交完每一组客户时，与客户面对面地加微信，并及时通过这些平台发布一些通知、利好消息、售楼部活动，或者鸡汤语录、天气、新闻，还可以和客户进行互动，更快速地了解客户的喜好和最新动态。

客户量较大可分组建群，也可以在手机通讯录里分组管理老客户，将不同组团的客户分类，若有重大通知可群发短信，这样既快又方便。

在管理老客户台账的过程中要注意哪些事项？

1. 分组登记

这样登记有助于对老客户资源进行分类管理。从业时间较长的销售人员，手上都有众多的老客户资源，面对大量的老客户资源，必须针对不同的客户群体，按客户质量的中高低，关系的亲疏以及时间进行分类管理和维护，从而达到客户资源的有效与及时维护。

2. 客户信息，要登记全面

可通过售楼部举办业主生日会，亲子活动等和客户建立良好的关系。通过家庭、工作住址的摸底，可上门拜访或者在周边拓客，甚至可以举行大型团购报名活动掌握客户的各方面信息。信息越全面，对客户的把握度才会更准。

3. 要进行定期回访或者问候

通常情况下，每隔半个月与老客户联系一次，或者看天气、节日的情况给老客户发温馨短信。让客户记住你。

4. 与客户息息相关的事情做到第一时间回访，并有短信备注和留底。

第一时间回访客户，一方面能及时了解客户的心理和具体动态，为客户解决问题；另一方面让客户感受到你的重视，从而加深与客户之间的信任。

5. 回访后做好登记工作，特别是客户反馈的意见，要第一时间进行处理。

及时登记回访信息，能够防止因为时间过长而忘记客户反馈的信息，造成相关信息的缺失，为日后客户出现某些问题和情况埋下隐患。第一时间处理则反映了对客户的用心服务，使得客户从心底对你完全认同，也为日后客户转介做好了铺垫。

6. 业主再打给你电话，需要帮助的时候，力所能及地帮他去做，哪怕这个忙很小。

俗话说客户就是上帝，客户的任何问题，无论大小，在我们来看都是一样重要。客户能够给我们打电话是因为相信我们。所以我们就必须将客户遇到的问题当做是自己的事情，不遗余力地去帮助客户解决，从而建立起牢靠的关系，日后再让客户进行转介自然是水到渠成。

老客户是项目赖以生存的根本。老客户越多、维护得越好、关系越紧密，后期在销售过程中，越是得心应手。不管是对销售案场还是个人业绩，老客户都会起到不可估量的作用。 **111**



优秀置业顾问所必备的特质

创典全程 销售中心 冯涛 | 文



一个优秀的置业顾问，必须要拥有多个必杀技，具有多项超出常人的特质，而这些特质的形成也必是百炼成钢！

一、自信。自信可分为两个层面，首先是对自身能力的自信，其次是对所卖产品的自信。而强大的自信心来自于你的专业性，此刻是在你的地盘用你的专业知识来帮助对面的业外人士解决他的人生大事，我们的角色是在帮他置业。只有你够专业、够自信，客户才敢把他的终身幸福托付给你。而对于产品，如果连你都不能说服自己去喜欢你的产品、你的项目，你肯定打动不了客户。所以信心永远比黄金更重要。

二、做一个好演员。与客户谈判的过程中有几点是非常重要的，那就是举例子、讲故事、列数字，这几点是发挥你演技的最佳时机，这些例子和故事不一定是你自己亲身经历的，可以是道听途说，也可以是身边同事的故事，你必须要把他们说得时而眉飞色舞时而慷慨激昂，记得去年刚入司的时候听发家经理谈客户，一个问题一天中他对三波不

同的客户演绎了三种不同的自身买房经历，客户说要再看看西郊XX的房子，他会深沉地对客户说：“我前年也在西郊XX买的房，现在肠子都悔青了，几年过去了那边还是那样没发展、没涨价，买房还是来南郊”。刚开始我还悄悄地问我身边的同事，“经理咋买那么多房子”，现在还依稀记得同事当时对我坏坏地笑。

三、多做倾听者。如果你一直在滔滔不绝地演讲，只能说你是个演说家，可是你讲了那么多，客户能记住多少。你说了十个卖点，客户能记住三个就不错了，出了门可能也就剩下一个，或者忘得一干二净。所以在谈判过程中要多与客户沟通，说一些客户感兴趣的话题，打开客户的话匣子，听听客户对哪些方面最感兴趣，再反过来着重讲他关注的卖点，而经过这一轮的交谈你们的关系已经非常熟悉，气氛也开始热起来，这时就易于逼定了！

四、有一颗洞穿客户的“慧心”。客户有时候会说一些言不由衷的“谎

言”，作为一名优秀的置业顾问必须能及时地识破这些谎言。例如客户说最多的一句就是：你这太贵了。贵，是所有买房者的口头禅，哪怕你的价格已经低破底线。有很多置业顾问就怕客户说贵，客户一说贵立马就急，恨不得把手里的点位一下放完，完全没有了守价议价的过程。记住即使你一下放完他也许也定不了。因为他还有另外一句谎言等着你：今天没带钱。类似的谎言还有很多：“我得让媳妇再来看看”，即使他一个人就能做得了主。

五、时刻保持积极的心态。积极的心态并不仅仅是一种思维方式，也是对每日承诺的兑现，你的好心态不但能使自己的工作事半功倍，同时还会感染和带动你身边其他的同事，让你的团队时刻保持激昂的斗志。

六、维护好你的老业主。我们都知道老业主是一笔很大的财富，维护好了会给你带来源源不断的成交。不要以为客户签约了就没啥事了。逢年过节，气温骤变的时候请务必给你的老业主发个祝福和关怀短信，而这些短信最好不要群发，带上他们的称呼。同时记住他们的生日。

七、设定短期和长期的目标。给自己制定计划，短期目标是要知道你怎样获得你想要的，而长期目标是你想要什么？明确了这两点你才会有动力，而明确的目标是指引你走向成功的路线图。

每天都在奋斗和求知的道路上奔跑着，不断地完善自己。不管有多难我都会坚持走下去，何况，我一直坚信一个真理，对置业顾问而言，越努力就会越幸运！ 

VanGO 阳光城

深交所上市代码 000671

曲江

锦

R I

什



029 8966 3333

投资商：阳光城集团西安公

接待中心：曲江·慈恩西路·秦汉唐国际文化商业广场西南角 项目地址：曲

本广告仅作宣传展示，最终解释权归开发商所有。 广告商 门外广告

工的猜想

借过丽兹，曲江枉然

T Z P A L A C E

曲江第三景，在哪里？ 160米俯瞰曲江，是什么样？

么景观，够资格在曲江生长？ 选择曲江游客，还是曲江花香？

明天，曲江是什么样？

司

曲江·QCIC



阳光城·丽兹公馆

RITZ PALACE

» 九月开学季，厚积以出击



2014年9月9日，创典策划体系月度培训大会在阳光城·丽兹公馆售楼部火热举行。

本次会议主要围绕策管中心负责人张进平带来的《拓盘葵花宝典》培训而展开，参会领导丁铮、郑伟、苏小敏、刘成、宋新建等也纷纷就培训内容进行了精彩分享。

此次培训恰逢九月开学季，策划同学们精神饱满，创典名师倾心分享。创典策划铁军将以无限的激情迎战金九银十！

» 齐心协力、开启新里程



2014年9月9日，海亮·新英里项目正式进场。这是全国35强海亮地产在西安的首次亮相，也是与创典全程的首次牵手，项目组人员早已蓄势待发，策销合力、苦练内功，等待着冲锋号角的吹响。

进场仪式上，海亮地产负责人表达了诚挚祝福和慰问，事业三部总经理郑伟总致词、鼓励满满，并发放“旺成交”，预祝大家成交旺、事业旺、生活旺。

» 乘风破浪，创典再携天朗奋战五珑



2014年10月10日，创典全程再次牵手天朗地产，挺进西洋路，征战天朗五珑项目。项目位于西洋路与西部大道十字东北角，占地面积约127亩，总体量18万㎡，容积率2.4，是天朗地产再一次筑梦高新，打造的高品质、低密度楼盘。

》烧烈青春血 秦岭砺军魂——创典全程策划军团高山草甸一起冲

2014年10月16日，“更高、更远、更广阔之创典策划军团挥师高山草甸行”整装出发，策划线和受邀参加的顾问公司及中后台同事共150人徒步穿越30公里，海拔2700米，最终冲顶草甸。



“没有完美的个人，只有完美的团队”，登山过程中，处处体现着创典人的团结协作，更磨砺了创典铁军“会当凌绝顶”的决心和“一览众山小”的雄心！相信铁军必将以绝对的激情投入工作，迎难而上，2014，一起冲！



》梦想从这里起航——欧亚高职学院“创典班”企业课程正式开课

2013年7月，我司与西安欧亚高职学院正式签订了“2+1”校企合作协议书，标志着公司正式启动了校园人力资源战略的长远规划，2013年年底，欧亚高职学院“创典班”正式成立，为了能够让“创典班”的学员迅速地融入公司团队，掌握岗位技能，“创典班”企业课程于2014年10月17日正式开课。

本次课程首先由人力资源部总监贾总分享了《走进创典》课程，从公司核心价值观、经营理念讲到员工的职业规划、培训成长、晋升机制，让学员清晰地了解公司的概

况以及未来的发展方向。

随后，工商事业部总经理苏总也为学员精心奉上《创典全程成长历程与经典案例分享》一课，详尽地介绍了公司从无到有、从小到大、成长为行业领跑者的蜕变历程，同时也分享了公司在成长过程中的一场场经典“战役”。让学员对企业有了更深入的了解。本次“创典班”企业课程为期11周，每堂课程都由公司“大咖级”人物分享授课，他们将走进校园，体验不一样的授课感受。



» 第九届高新区体育运动会开赛 创典斩获羽毛球项目第四名

第九届高新区体育运动会羽毛球比赛于10月18日至10月19日在高新区羽德羽毛球馆举办，本届共有高新区30家企事业单位参赛。

大赛分两阶段进行，以小组循环赛决出16强，后采用淘汰赛决出前4名。小组循环赛中，我司运动员步步为营，稳扎稳打，最终进入淘汰赛。整场比赛，我司运动员充分

发挥了创典铁军精神，在高手林立的赛场上留下了灿烂的身影，最终取得第四名。

赛场上，运动员奋力拼搏，其余队友自觉承担起了后勤以及啦啦队角色，为正在比赛的运动员加油助威，递送毛巾。这次比赛不仅增进了各公司以及员工间的交流，也让更多人认识了创典全程，以及创典铁军的风采。 **111**



» 创典全程“铁军经理训练营”第一期完美收官

“企业建设千条线，现场管理一针穿”，为了更好地提升铁军经理们的现场管理及专业技能，同时强化一线管理者们的人力资源、成本控制、团队建设等管理意识，10月28日，公司第一期“创典铁军经理训练营”正式开营。

此次经理人课程为期5天，采用分组PK、风暴工作坊等形式，旨在帮助各位经理人全面了解公司制度流程，提升专业技能，领会管理精髓。课程内容主要涵盖公司制度文化、团队管理及专业技能提升三大板块。14名授课讲师主要以公

司各专业线中高管为主导，同时还特邀公司总经理徐正茂授课，为大家解读公司的发展状况及经营战略。整个培训从课程设置、讲师安排再到奖励机制上都得到了大家充分的认可。

在创典，我们坚持以“同成长、共分享”的核心价值观，让公司的每位员工都能感受到持续不断的学习机会与成长空间！在这样一个学习型、成长性的团队里，我们将在不断分享、互动、探讨、学习中让自己与团队愈发进步、更加卓越！ **111**



致读者

为给读者提供更及时、更有价值的资讯，《创典参考》自下一期起将进行改版优化，及时的一线市场资讯将以邮件形式及时发送，并在创典全程微信公众号及创典全程企业官网发布。

希望继续得到大家的关注及支持，如有疑问或建议，请联系我们（邮箱地址：chuangdiancankao@trenda.cn）。

《创典参考》编辑部

2014年11月25日



投资西安地产 首选专业伙伴

Best Choice of Professional partners for Investing in xi'an Real Estate

咨询顾问

前期顾问 产品研发 区域发展

营销代理

营销策划 代理销售 信息中心