



不扯蛋的碧桂园要逆袭！

2015 年 05 月 18 日

CRIC 研究中心

www.cricchina.com/research/

研究员/沈晓玲、杨晶晶

5 月 18 日，刷了周末一整天朋友圈的“不扯蛋，周一见”终于揭开面纱，碧桂园的“周一见”原来竟是企业的营销计划“0 号行动”，覆盖 0 首付、0 首付免息、0 物业费、0 费用（契税+维修基金）多项促销方案。

碧桂园“旧瓶装新酒”，营销策划多处显高明

4 月份开始，以保利打头阵，房企营销战愈加有看点。先有保利拉开房展会序幕，后有恒大扛起“无理由退房”之旗，而后招商、越秀纷纷上阵，“五一”市场风起云涌。至 5 月下旬，碧桂园以“不扯蛋，周一见”呛声，借“旧瓶装新酒”的方式，加入营销阵营。对比之下，碧桂园营销战术存在四点高明之处。

第一，**被用烂的“周一见”又见面了！**去年，因为娱乐事件曝光，引发国人激烈讨论，“周一见”成为娱乐圈内抢头条的关键词，此后一度在各行业运用，可以说都被用烂了，逐渐成为过去时。而此次营销策划中，碧桂园再提“周一见”，暗示碧桂园将有特别的事情发生，让等待重磅消息的熟悉感回归，凭“标题党”策略赚足眼球。

第二，**时间卡在 5、6 月，跨度 45 天。**从 5 月 17 日开始至 6 月 30 日至，碧桂园“0 号行动”计划跨度 45 天，时间长于保利房展会、越秀“18 免”，确保营销深入。此外，企业选择这个时间段，无疑是看重该时期市场的潜力。年初以来，虽然政策层面持续宽松，但市场真正回暖至 3/30 新政之后才显现，5 月中旬央行再启降息，进一步刺激置业需求释放，上半年房企销售的关键期落在 5 月及 6 月。

第三，**微信发起“快闪”，噱头营销一呼百应。**“快闪”活动曾一度被房企用于项目宣传，推广人员在人群密集之地突然汇合、散开，制造传播效应。此次，碧桂园将“快闪”融入微信，强制全国区域、项目全体人员统一将微信头像改为“集团 LOGO”，微信名字改为“碧桂园”，转发文字为“不扯蛋，周一

见”，微信一经发出，无数同一内容出现，得到业内关注、转发，收效十分可观，迅速成为地产界的头条。如此，微信上实施“快闪”活动，碧桂园免费为自己打了个广告。

第四，不降价，“0”首付策略是首选。当下，市场总体形势好转主要在于一二线城市交易量提升，但不少三四线城市销售情况并不明朗，典型如无锡、常州，截止到 4 月底，这两个城市的存量消化周期均在 15 个月以上，市场处于供大于求局面。而碧桂园的布局重心就在三四线城市，企业面临不小的销售压力，如果选择降价，就目前市场情形，促销效果将立竿见影，然而，企业不仅没有采取以价换量，还要求区域公司不可额外加大优惠。我们认为，**碧桂园不降价，选择“0”首付是基于全局的择优策略。据 2014 年年报财务数据，碧桂园净利润率为 10%，在 TOP10 房企中比较靠后。如果企业再牺牲利润换取销售，那么利润率将再打折扣，这将直接影响集团平稳发展，而选择 0 首付，则可兼顾利润与销售，是碧桂园排除降价外的营销首选。**

前期业绩不佳是根源，打响促销战直冲年中销售

续保利、恒大等房企之后，**碧桂园再掀营销风暴，集团上下一致出击，我们看到了一股杀气。**上周，我们总结房企 4 月销售情况，发现碧桂园是少数 4 月销售金额同比下滑的房企，同比下滑达 29%，不仅如此，其销售目标完成率仅为 18%，而 TOP20 房企普遍在 20%以上。可以说，未来前行，碧桂园肩负压力巨大。上半年仅剩一个半月的时间，不主动，不成活，碧桂园必须通过营销渠道唤醒销售，“0 号行动”计划由此出鞘。

此外，其他房企发力营销取得成效，激励碧桂园主动出击。保利、恒大在 4 月份尝到了“抢头条”的甜头，房展会让保利三天吸金 15 亿，助力企业 4 月实现销售金额 134 亿元，同比大涨 60%，同时，恒大受益于“无理由退房”，单月销量突破 211 万方，领跑行业。碧桂园接力再跑，一面打通线上传播，一面引导线下一致促销，来势更为凶猛，将直冲年中销售。

免责声明

数据、观点等引用请注明“由 CRIC 研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

关于克而瑞信息集团（CRIC）

克而瑞信息集团，隶属于易居（中国）控股有限公司。作为中国最大的房地产信息综合服务商，以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞信息集团拥有中国房地产最大的信息数据库，构筑中国房地产上下游企业（包括开发商、供应商、服务商、投资商）和从业者信息的桥梁，形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台，为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

关于 CRIC 研究中心

CRIC 研究中心是易居旗下克而瑞信息集团的专业研发部门，组建十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止，已经连续五年发布中国房地产企业销售 TOP50 排行榜，引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域；还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份，规模已万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。