

碧桂园十里金滩营销成功之道——

刚需度假定位，高性价比策略出彩

2013年08月21日
CRIC 研究中心
www.yanjiu.cric.com

分析师/杨晶晶

8月18日，位于青岛东丁字湾核心区的碧桂园十里金滩首度开盘，同时，北京、上海、沈阳等全国11个展厅也随之同步发售，当天迎来逾3万客户疯狂抢房，项目应市加推三次，创造单日去化4800套的销售奇迹。续碧桂园十里银滩后，碧桂园十里金滩再创佳绩，三方面动作是项目热销促因。

■ 项目定位刚需度假大盘，打开丰富客源渠道

在国内旅游地产纷纷打出“度假休闲”牌，通过海景资源迎合客户国人休闲需求时，碧桂园旗下旅游地产项目选择靠拢刚性置业需求，力求将度假生活成为国人日常生活的一部分，打造旅游地产新卖点。碧桂园十里金滩从这个角度出发，产品定位结合刚需、度假性质，同时因为项目所处的环境、温度适宜，覆盖了刚需、投资乃至养老客户共同购房需求。

具体而言，碧桂园十里金滩通过户型设计与价格策略双管齐下，将各类客源一网打尽。首先，在户型打造上，此次推出洋房及别墅房源，洋房主推精装中小户型，园景40-72平方米，海景39-55平方米，别墅全部为125平米单位；其次，在价格策略上，项目更是推出亲民价，洋房4280元/平米起，别墅均价8000元/平米。由此，碧桂园十里金滩购房最低总价仅16万元，而最高总价不过100万元，按照项目提供的首付1成优惠政策，支付1.6万元便可在青岛海滨安家，置业门槛十分低。所以，碧桂园十里金滩推介过程中，不仅吸引了关注度假休闲的投资、养老型客户，而且抓住了部分刚需、改善型客户置业兴趣，建立了丰富的客户资源渠道。

■ 沿袭十里银滩拓客模式，抓住“北京-山东-上海”黄金三角区

拓客是否成功直接关系到项目的入市效果，在拓客模式上，碧桂园十里金滩借鉴了惠州碧桂园十里银滩的体验式营销，同时锁定重点客源区域，达成项目后期入市一炮而红。

2011 年 7 月份时，碧桂园十里银滩联合新浪乐居展开“滨海免费一日游”，两周时间参与人数达到两万人次。2013 年 6 月份，碧桂园再度拉响看房号角，开启“魅力青岛东，度假刚需梦之旅”活动序幕，与之前有所不同，此次看房过程更为细化，体验更为充实。如北京 VIP 看房团，可自由选择高铁游、飞机游，碧桂园补贴交通及食宿费用。据悉，针对看房团活动，碧桂园·十里金滩放出超过一亿元的巨额补贴，为超过 30 万人次的来访者提供往返青岛、星级酒店住宿、享受海鲜盛宴的度假旅行。参与活动的客户在欣赏海景之际也加深对海景房了解，切合企业活动目的。

此外，类似于碧桂园十里银滩主攻珠三角区域，碧桂园·十里金滩将拓客范围集中在环渤海、长三角一带，形成“北京-山东-上海”黄金三角区，进行轰炸式宣传。以北京来看，今年 6 月，北京不少购物中心出现碧桂园·十里金滩的身影，随后 15 个销售展厅亮相市区，一个月的时间，开放展点达到 100 个，通过这种频繁、反复推广，项目在短期内实现家喻户晓。出击“北京-山东-上海”黄金三角区对项目销售意义重大，一方面，省内客户吸附铺垫客源基础，周边北京、上海的高净值人士可提供持续购买力；一方面，山东处于北京-上海一线的中心位置，青岛据两大城市的距离较近，与三亚、惠州等地相比更具地理优势。

■ “碧桂园式”超低折扣出击，高性价比产品更为出彩

不可否认，4800 套房源顺利去化，碧桂园十里金滩所采用的“碧桂园式”超低折扣贡献一臂之力。我们回顾过往，碧桂园十里银滩曾打出 75 折优惠，引发哄抢，而参考其他房企旗下旅游地产项目，极少有 7 折以下让利。但是，碧桂园十里金滩首度开盘，却打出了 65 折，在当下市场逐步回暖，部分项目酝酿涨价时，65 折力度可以说是促销惊雷，带给客户的除了惊讶，还有惊喜，再联系到项目不受限购影响，首付低至 1 成，5 年分期 0 利息付款等置业优惠，其开盘当日销售规模超过碧桂园十里银滩不足为奇。

除了超低折扣，政府支持、配套完善进一步提升碧桂园十里金滩高性价比，赢得客户认可。其一，通过与政府合作，建设五星级酒店满足市政需求，碧桂园实现低价拿地，成功布局青岛东丁字湾，并推动千亿投资落地；其二，随着碧桂园的进驻，项目周边配套随之跟进，开售之初，城市级度假配套已逐步落地，同时城际轻轨开建，打造青岛半小时生活圈，项目升值潜力巨大。

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，组件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。