

开发者的堕落 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文
https://www.100test.com/kao_ti2020/616/2021_2022__E5_BC_80_E5_8F_91_E5_95_86_E7_c57_616216.htm 人类的技术进步可谓巨大，从载重几百万吨货物的“庞然大物”，到比头发丝直径还小的“纳米”；从肉眼不可见的细菌生物学，到日益变化、不断创新的营销手段，人类的能力逐渐往极致发展，人类的创新也越来越艰难与伟大。而作为国民经济重要支柱之一的房地产业，更加走在了时代的前列，在为社会建造新景观的同时，也不断拨动着人们的想象力神经。由于竞争的缘由，这几年上海房地产业出尽了风头，使尽了新招。有一句“以人为本”引得所有的开发商争相探讨，众说纷纭，莫衷一是；还有“欧陆风”三字经除了让大家都赶着在自己头上贴标签以外，竟让好几家“急先锋”不惜耗资到国外寻源溯流、多方查证，以求说明自己乃求得“真经”之人；看到世人对生活软环境的期盼，有些开发商便在绿化率上大做文章，从50%增到80%，甚至有超出120%的数字，岂不是要将家中养花、附近公园的绿化面积都算上吗？随着网络时代的出现，众多开发商又打起了高科技的主意，什么全天候人电合警系统，什么家居生活高级智能化，还有称为一卡通智慧社区等等，说穿了不过是在家中放了一根数据传输线而已。这些还都是比较正常、可以理解的营销活动，是开发商和楼盘代理机构在智力上的较量和比赛，算起来应该说是社会进步的表现。但是有些活动就非常令人疑惑和不解了。这些出人意料的销售手法出现，让不少业内人士惊叹：“上海的开发商堕落了！”新近听到的一件传闻就属此类：万科在其销售活动中采用了类似夜总会歌舞女表演的手段，吸引观众注意

。据说现场围观者众多，气氛热烈，销售活动的组织者认为达到了预期的目的，非常高兴。从这件传闻中我记起了3月底在虹桥举办的某房展会上也有两家公司，恰巧展位相邻，公司名声和实力也都相当，而更巧的是活动的组织者思路竟非常接近，于是在房展会上小姐载歌载舞，扭腰献媚，一壁厢艳舞一壁厢劲舞；主持人声嘶力竭，使出全身的气力招徕观众，女的嗲里嗲气，男的满脸堆笑，都在拼命地取悦看客，而看客们虽为表演所感动，却丝毫没有对房子感兴趣的意思。跳到后来，小姐们没趣地到一旁休息了，男女主持也悻悻地闭上了唠叨琐碎的嘴巴。这是两家在沪上都颇有些知名度的开发商，他们为何要在非常专业的房展会上进行如此不专业的展示活动呢？！但是，如果万科的事情是真实的，那么就毫不奇怪了，连一向重视文化胜过重视一切的“房产老大”都脱下了贴身的“包装”，其余的二流、跟班之类引进一些农村集市甚至街边表演的闹剧，就非常正常了。诸如房展会上跳舞、跳健美操、玩打球比赛、大喇叭喊话、抽奖以及见人就发资料、硬塞到别人手上、黏着别人要求去看看不什么样的房子等等现象，在上海房市的轰然流行，很能说明一个问题：由于在开发和销售上没有高人一筹的理念与思想，由于没有创新，不少欠缺水平的发展商只能借助于“棋外招”，将“工夫用在诗外”上。而为了能多销出十套八套，那些不惜降低身价、同时贬低购房者智商的销售商，那些不怕扰乱房地产业的健康发展秩序的开发商，如果还抱有希望从这些“不入流”的做法上找出一条房产销售捷径的想法，就大错特错了。综观中国，上海的消费者是见识最多、最明智的，上海大多数的开发商是认认真真地策划项目、满足市场

需求的，到了一定的时刻，他们会对那些瞎搞的人说：“这是一条堕落之道。” 1 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com