

財經 Cafe

趣味樓市 促銷術語篇

地產代理競爭激烈，為求開單出盡法寶，舖位門面張貼的放盤資訊，除了展示單位的面積、間隔、叫價、圖則外，為了吸引準買家眼球，更會寫上醒目四字標語，例如「業主劈價」、「但求好客」、「一減再減」等。不過，這些標語已稍嫌力道不足，現時不時湧現一反傳統的標語，形成所謂「地產文學」，令人不禁駐足多望兩眼。本篇《趣味樓市》搜尋過去的放盤標語，分為六大類型，供各位細閱。

大公報記者 陳少文

地產文學金句 六類標語反轉常規

熱門時事型：緊貼全城熱話

樓市與經濟和股市息息相關，每逢經濟不景、股市大跌，放盤標語往往更誇張，務求語不驚人誓不休，「業主求死」的標語往往湧現。當然，業主不是求死，只是求客買樓，祈求盡早套現甩身。一些緊貼時事的標語更易受人關注，如2022年11月，大圍名城一個放盤，大大隻字「曼聯球迷輸大咗」，當時曼聯表現不穩，連輸多場，原來除了讓全球紅魔鬼擁憂心碎外，也成為本港業主沽貨的原因。

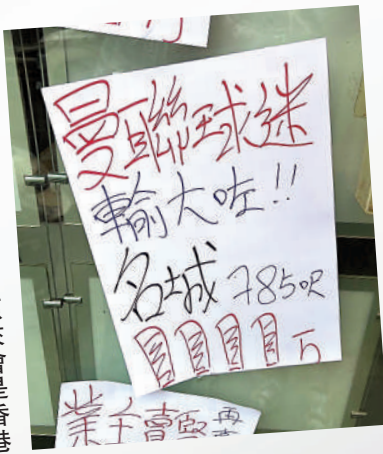
如2020年初，疫情爆發初期，紅磡黃埔花園出現首宗相關死亡個案，市面行人稀少，屋苑成交驟冷。當時，有一則黃埔花園單位放盤，叫價600萬元，以「業主肺炎 要錢急走」作標語，還爆花形式寫上「肺炎確診價」。一時間，全城沸沸揚揚，以為該盤是肺炎死者住戶，後經有關代理澄清單位與肺炎死亡個案無關，並指相關廣告涉及失實陳述，已遭下架，並強調不容許員工以疫情作噱頭。

由此可見，放盤標語是面對市民，求搶眼的同時，也要顧及大眾感受。

黃埔花園在在疫情爆發初期的一則放盤廣告，曾引起全城恐慌，其後代理急急將廣告下架。



英超勁旅曼聯輸波，原來會是香港業主沽樓的原因。



諄諄善誘型：抒情講出心聲

現今不少年輕人選擇租樓，原因之一是不希望被長年期的按揭綁死，可以財務自由，空閒時四處飛，但支持買樓的人認為，租樓等於幫業主打工。站在地產代理的生意角度，當然希望客戶買樓多於租樓，佣金都多幾倍。今年初有代理行張貼三張廣告，每張只有短短十多二十字，配上清新的插畫，以諄諄善誘的方式，暗示買樓好過租樓。

廣告道出租樓的三大「死穴」，第一張廣告寫上「你可以繼續漂泊，但愛情不同意」，結論是買樓是給另一半安穩的家；第二張廣告寫上「二三十歲考慮租那裏，五六十歲焦慮誰租給你」，結論是退休後失去穩定工作收入，業主未必肯租樓給你；第三張廣告寫上「打拚十年，最有成就的事，就是幫業主還了銀行貸款」，結論是租樓是幫業主打工，等於一個人打兩份工。不用長篇大論，感性地表達買樓的好處，又不會令人反感，回味深長。



三張廣告配上感性語句和清新插畫，其具感染力。

經典締造型：窮人恩物由來

一個放盤標語是否成功，要很多因素配合，有時候地產代理純粹貪玩的標語，卻無心插柳成為經典。2012年初，荃灣樂悠居一個建築面積753方呎三房戶（當年還是用建築面積，即實用面積538方呎），放盤叫價410萬元，標語為「窮人恩物」。當年本港樓市經過金融海嘯短暫洗禮後迅速復甦，樓價持續攀升，年輕人大呻買樓難，人工遠遠追不上樓價升幅。

「窮人恩物」一出，全城嘩然，有很多市民慨嘆窮人都無資格做。自此之後，「窮人恩物」成為樂悠居的代名詞，每逢該盤的二手成交，代理行、傳媒慣以「窮人恩物」稱之，成為港人熟悉的樓盤另一別稱。410萬元樓價在當年究竟有幾貴呢？以2012年家庭入息中位數2萬元計，即不吃不喝17年才能買一伙「窮人恩物」。諷刺的是，早幾年「窮人恩物」三房戶已突破千萬元，即便近年樓價回調，也一樣叫人吃不消。

查閱中原地產網頁放盤資料，樂悠居入場的一房單位，實用面積312方呎（建築面積433方呎），叫價已達530萬元。至於上述同類的三房放盤，低層叫價808萬元，高層更達1000萬至1060萬元。以808萬元做比較，11年升值近倍。再對比最新本港家庭入息中位數2.89萬元，港人要不吃不喝23年才能買到「窮人恩物」三房戶，事實證明，樓價升勢遠高於一般人工升幅。



「窮人恩物」，出自於2012年的樂悠居放盤。

地產代理門面的放盤廣告形式，要吸引買家唯有出奇制勝。

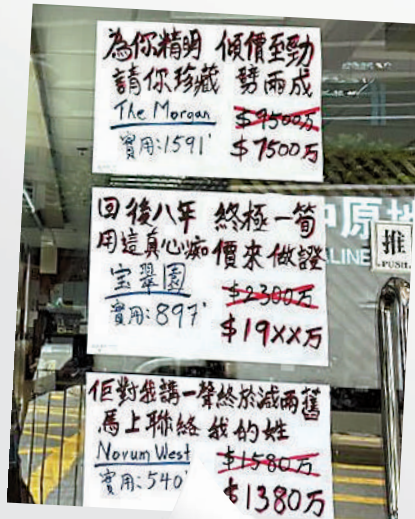


歌詞改編型：歌迷心愛之選

「地產文學」吸引之處，在於變化多端，玩味十足。有代理憑歌寄意，放盤標語改編自著名流行曲，途人一看，內心不期然哼着曲調，如是資深歌迷，親切感滿分。熱門歌詞改編標語有「最心痛是放得太遲」，來自古巨基的《愛得太遲》。

至於更厲害的標語，是把數個放盤以歌詞改編串連。今年是「哥哥」張國榮逝世20周年，未知是否資深歌迷代理，今年初將張國榮的經典名曲《風繼續吹》及《為你鍾情》改編，例如由《風繼續吹》

歌詞中的「風繼續吹，不忍遠離」，改為「瘋價續推，急緊願離」；「心裏極渴望，希望留下伴着你」改成「心裏極渴望，希望這樓價遇着你」。至於《為你鍾情》，則由原歌詞的「為你鍾情，傾我至誠，請你珍藏這分情」，改寫成「為你精明，傾價至勁，請你珍藏劈兩成」；由「對我講一聲終於肯接受，以後同用我的姓」，改為「佢對我講一聲終於減兩舊，馬上聯絡我的姓」。上述改編不僅符合原曲音調，更言之有物，有網民大讚該代理是「被地產耽誤的二創高手」。



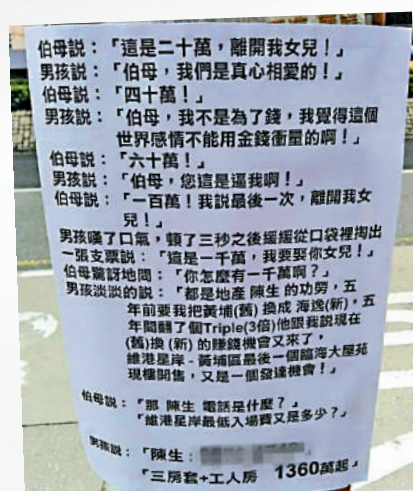
改編張國榮兩首名曲的放盤標語，左圖改編自《為你鍾情》，右圖改編自《風繼續吹》。



勵志故事型：文章布局精彩

「地產文學」不一定是指四字的放盤標語，長篇文章也是其中之一，如內容出色，同樣引起共鳴。過去街頭出現一則廣告，內容是一位母親與男孩的對話，先是該母親給出20萬元，要男孩離開自己的女兒，但男孩說他們真心相愛，這位母親之後不停加錢，由40萬、60萬到100萬元，但這位男孩掏出1000萬元的支票，驚訝地問錢從何來，男孩才淡淡說全靠某個地產代理介紹樓換樓，至今賺了3倍，現在紅磡維港，星岸開售，又一個發達機會來了，最後是這個代理的電話，以及該樓盤三房套加工人房的入場費。

此文布局精彩，結局更反轉劇情，因而在網上瘋傳，不少網民大讚文章創意十足，更祝福這個代理生意興隆。



放盤長篇文章如內容出色，一樣吸引買家觀看。

但求一笑型：純粹幽默風趣

放盤標語五花八門，有嚴肅、有搶眼、有實用，要在短短數字之中，讓人一看難忘，還可以用幽默的方式，不求真實，但求一笑。今年初沙田某代理行的門面，八個標語趣味十足，加上凌厲的手寫字，更顯活潑，當中四個標語明白顯淺，例如「個單位送嘅」、「我都賺夠啦」、「我又要飛啦886」、「Display KOL推介」，但其餘四個甚為無厘頭，如「賣腎又賣樓」、「業主腦霧價」、「業主誤墮情網」、「綠表唔怕帶」，當中以「業主誤墮情網」最惹人討論，懷疑業主是否真的墮入網上桃色陷阱，被迫賣樓贖身？過去還有其他有趣抵死的標語，年代久遠不知出處，幸好網上世界找到其精彩的內容，絕對讓人發笑。例如鯽魚涌康怡花園有單位以「收租好過打劫」作招徠，收租與打劫兩者矛盾，如果有樓收租，何必要打劫呢！



放盤標語要有趣味，可以有更多方式。

又如2015年馬鞍山新港城

有個放盤，寫上「基督徒之選」，究竟這個單位與基督徒有什麼關係？是否由教會持有，只放售給教友？翻查當年報章，原來該單位曾有租客墮樓身亡，成為凶宅，可能業主覺得信教的人不怕鬼呢！

2016年馬鞍山帝琴灣一個放盤，實用面積1140方呎，廣告標語是「實用大廳可放5隻牛」，問題來了，一隻牛佔用多少面積？相信無人知。又為什麼不用馬、大象，甚至獅子做比較。有網民笑說：「如果樓底夠高，可以放長頸鹿」。

以下這個更不明所以，2013年大角咀奧柏·御峯一個放租盤，標語為「中國最後一個太監」，令人丈八金剛摸不着頭腦，租盤與太監有什麼關係？當年有傳媒向該地產代理查詢，回覆的答案為這是奧柏·御峯最後一個租盤，好似中國最後一個太監般罕有。這樣的聯想，厲害吧！