

香港的賣樓廣告

在香港住了三年，對香港的地產市場的起起落落也算是親眼目睹了。香港的房地產差不多是整個經濟的支柱，富豪中十有八九是房地產大王，象李嘉誠，李鴻基，龔如心等等。95年來港時香港的房地產算是低谷，我們租的一個 930呎單位售價50萬美元左右，此后市場轉好，到97回歸前達到頂峰，從經常投入我們信箱的來自地產公司的報價，我們看到自己租的房子售價已漲到 110萬美元！極后悔當時沒有貸款買下這個單位。那年正好我們邊上有幾幢新樓發售，每天來看樓的人絡繹不絕，有時隊伍排至50米長。認購登記的人都是超過供樓數量的幾十倍，所以那時有些人就靠起早貪黑搶登新樓發財，一張登記証轉手就是幾十萬港幣，何樂而不為。小地產公司也如雨後春筍般不斷冒出，我們樓后面一條沿街的新招租店鋪全被地產公司占領，成為我們那個住宅區的地產一條街。

香港的樓貴，所以一般人有錢也就買一、兩套公寓，不象美國的owner(香港稱業主)一般都擁有一幢或幾幢樓。記得剛到香港時找房子，去一所公寓看，公寓的主人說自己是owner，因為要移民，所以要把房子租出去。我當時就沒反應過來，以為那人就是整幢樓的owner，心想他怎麼不帶我們去別的公寓看看。后來自己想想也不對頭，一幢樓25層高，每一層八個公寓，他怎麼買得起？但香港人習慣把一套公寓叫做一層樓，(聽起來很嚇人)，所以賣公寓就簡稱賣樓。賣樓的程序通常是把要賣的樓及價錢報給一個地產商，然后地產商登出廣告，有意者由地產商領去看樓，滿意的話就把業主叫來，議定價格，簽署文件，地產商得到傭金。為了把樓賣出去，地產商會想方設法打廣告招徠顧客。因為手中樓盤很多，打廣告占地費錢，所以香港的房地產廣告都是四字組合，言簡意賅，突出重點。有時路過地產商的店鋪，讀讀這些廣告，倒也覺得意趣橫生。尤其有趣的是，不同的時期廣告的寫法不同，相當有時代感。我突然發現從香港賣樓廣告的變化中，你不僅可以看出香港經濟的變化，亦可以看出香港人心態的變化。

當然一般的廣告是用來描述自身特點的，比如“全海極高”，“

清幽園景”，“三房豪裝”，“露台池海”，“維海夜景”，“高高在上”，“無敵海景”等等，都是說自己如何靚如何高。在香港樓層越高越好是眾人共識，比如同樣大小同樣朝向的公寓，最高層就可能比最低層貴10%。

另有一類廣告是贊美自己平凡實惠的，如“至平實用”，“一減再減”，“超值筍盤”，“全城最平”，“再等必悔”等等。香港人把便宜叫做“平”，超值是英文“super value”的意譯，“筍盤”則指自己的樓盤好。有的廣告非常表現賣主的心態，象早幾年大家移民，最多的廣告就是“移民急讓”，現在市道低糜，則寫“急放套現”，“唯有割愛”，“炒家肯蝕”；還有的則反映出對買主的考慮，如“市場逆轉”，“換樓良機”，“莫再遲疑”，“供應減少”，“反彈在即”，“入市良機”，“趁低吸納”，甚至“時機已到別後難逢”，林林總總讓人目不暇接。一般在四個字後面都會寫上樓盤的呎吋和價格，以便比較。如果把去年的賣樓廣告與今年的比一下，每個樓的價格平均會低30%~40%左右，絕對值就是幾百萬港幣（幾十萬美元），就是與95年低谷時相比，也要低一些。那天我看到一個廣告寫著“時光倒流”，不禁啞然失笑，真是妙絕，其中甘苦誰人知。而那條地產一條街也只剩下幾間了，門庭冷落。

也許跟回歸沒關係，但1997年7月以後香港的股市狂洩，樓市也再次跌入低谷（以前是因為回歸前要移民），使廣大老百姓一夜之間損失慘重，不知所措。香港人大部份買樓是投資，也就有投機心態，所以樓市股市不好，實在反映信心的問題。現在堅持港幣與美元掛勾，也是為了維持信心而作出的犧牲。哪一天香港人會重拾信心，再出現97回歸前的旺市呢？大家都等待著這一天。

1998.6 于香港