

百年家居·圆梦邮城

——2013 高邮市秋季房产交易会回眸

11月1日至3日,由市政府主办,市住房保障和房产管理局承办的“百年家居·圆梦邮城”2013秋季房产交易会成功举办。据统计,房交会期间共有17家房产开发企业和4家汽车经销商参展,观展人数近万人,预约看房792人,现场交纳购房定金145人,正式签约116人。

参展商各出奇招“赚”眼球

房交会首日,各房地产参展商不仅在展区布置上各有千秋,在宣传形式上也各出奇招,比拼实力、比拼创意,汇人气、“赚”眼球,着实让人眼前一亮。

现场的传单大军中,沁园房地产的工作人员显得格外醒目,只见他们头戴绿军帽,身着绿军装,肩背绿军包,穿梭在人群中散发传单,路过的市民都会放慢脚步多看几眼。一位工作人员告诉记者,穿着这身绿军装很是吸引人,发传单也快多了,趁参加房交会的市民停下来围观的时候,他们就趁机把手中的传单散出去。

展区外有绿军装,展区内则是外籍美女来助阵。沁园为了契合法式建筑风格,在布置展区时也是采用别具一格的欧式风,还请来了两位身着华服的外籍美女做模特。美女效应引来不少市民围观,争相拍照、合影。绿军装和外籍美女为沁园汇聚了一大批观展市民。

开元世家房地产则请来年轻艺术家现场表演人体彩绘,引来围观热潮。正在观看表演的韩女士告诉记者,以前都是在电视上看到外地有举办人体彩绘的艺术表演,没想到现在高邮也有人体彩绘的表演了,模特身上用油彩绘出带有中国风的景物,活动蛮新颖的。

现场不仅有精彩的表演,还有免费派送的小礼物。鸿安·紫金首府房地产直接在展区内布置出“砸金蛋”现场,一颗颗金蛋错落有致地挂在展区四周,等待砸金蛋的市民排出了长长的队伍,看到前面有人“砸”出礼品时,周围的人都奉上热情的掌声,个个跃跃欲试想要“砸”出大奖。市民徐先生“砸”出了一个电热水壶,礼物虽小,但他十分高兴,他表示,以前看电视节目非常“6+1”的时候看到里面有砸金蛋的环节,很想试试“砸”出奖品的感觉,这次有机会体验一回“砸”金蛋,不管“砸”到什么自己都高兴。

此外,现场还有小丑气球表演,为观展市民送上各种造型的气球;喜羊羊和灰太娘大摆卖萌造型,吸引了许多市民驻足……一位房地产参展商负责人表示,现场精心准备的表演、礼物等宣传方式看似与卖房关联不大,其实,好的宣传能提升品牌的知名度,带来更多的潜在客户,同时可以加深市民对展区的印象。



房交会方便我们购房

市民:陈小兵

我到高邮工作以后,一直想买一套90平方米左右的房子,把爱人和父母都接到高邮来生活。从去年年底开始,我前前后后看了许多楼盘,感觉到不是楼层太高,就是离市区太远,要不就是价格太高,花了不少时间也没看到中意的房子。

这次听说举办房交会,我特地请了假一大早就过来了。刚刚在房交会现场转了一圈,我看了几个楼盘的房子,已经放在一起做过对比,面积、位置、价格、基础设施等一目了然,不用东奔西跑就选到了如意的房子。对比后,我看了两处90平方米的房子,准备周末带着爱人一起挑房子去。

市民:邵长贵

儿子准备明年结婚,一个多月前就张罗着买房了。我们夫妻俩光顾了高邮大大小小的售楼处,城南城北到处跑,累人不说,关键是看花了眼,都不知道选哪个,把一叠宣传册抱回家,总拿不定主意。

房交会开幕第一天我们就来到参展现场,一家家展区看过去,听工作人员介绍了不少房型,看到有合适的就记下来,算一算房价。几家展区都看下来之后,根据现在家里的经济条件和房子的地段,我和爱人一致选中了东方御景的一套两居室,等儿子回来,我们一家人一起去现场看房子,全家再商议一下就着手购买。



房交会现场气氛火爆

房产交易会吸引了许多市民前来观展,选房,现场人来人往,热闹非凡。各房地产参展商也各出奇招,争相吸引消费者。

一走进展区,宽大的电子屏上正播放着各参展房地产的简介短片,华丽的影像资料吸引了不少市民驻足观看。电子屏左侧的一块银牌上印制着此次房产交易会推出的特价房和存量房,上面详细标注着特价房的房号、面积、原价以及特价。特价房的推出引起了阵阵围观热潮,在现场,记者看见,一些着急的市民看了两眼后就急着去询问相关信息。

顺着红色的地毯走进展区,通道两侧被房地产参展商用色彩、灯光、音响、假山、流水、实景房模营造出一种温馨的气氛,市民们纷纷走进自己感兴趣的房产展区,向工作人员了解房产的具体信息。加洲家庭展区布置得大气简洁,正中央摆着几套乳黄色的座椅,

一旁还有几排乳白色的休闲沙发椅,不少市民正坐在椅子上看房产简介。沁园的展区布置得温馨、宜家,展区一侧随意摆放着数套桌椅,一坐下来工作人员就热情地上前招呼。展区内侧还布置出一间客厅,摆放着数排舒适的沙发,正对着沙发的墙壁上还挂着液晶电视,吸引了许多市民坐下来体验。

其实,无论是哪个展区,参展商都使出浑身解数争夺眼球,不仅在展区布置上各有千秋,服务上也十分热情,还为市民送上茶水和小礼品。市民和购房者在购房和参观时,对各参展商的布展和服务都给予很高的评价。一位正在观看实景房模的市民说道:“参展的房地产商无论在展区布置、服务还是价格上都花了不少心思,给我们购房者提供了许多便利。今天,我看了几套房型,准备明天带家人再来看一下。”

中小户型受关注

据了解,今年的房交会共有17家房地产企业参加。房交会期间,房地产企业展出了商品房、特价房等多类型房源,这让前去看房、选房的市民有了更多选择的机会。

记者在房交会现场看到,由于看中房交会的人气,除了众多房企纷纷加盟外,市房管局等部门也派出多名工作人员,现场为市民解答房产相关问题、房屋契税缴纳等方面的问题,并发放资料,为市民提供周到的服务。

记者在采访中还了解到,目前邮楼市仍然是以刚性需求为主,大部分刚性需求的消费者会根据经济条件来衡量购房面积,最受关注的仍然是中小户型楼盘。从今年的房交会上来看,中小户型的房产大量上市,正在迅速弥补市场该类房源前期销售过快带来的市场供求不平衡。据了解,不少参展楼盘都已将目光瞄准了这一巨大的市场蛋糕。



参展商眼中的房交会

房交会是一个好的宣传平台

吴勇:鸿基·万和城副总

此次房交会,我们公司共推出了100多套房源,12套特价房供市民选择,还通过现场散发传单、派送食用油、定房奖励2000元现金,进行特惠房等宣传,吸引了许多观展市民。房交会期间共成交4套商品房、一套特价房,预定近20套。房交会现场,鸿基·万和城的副总吴勇向记者详细介绍起公司开发的楼盘。

吴勇表示,鸿基·万和城第一次参加房交会,目的不是三天卖出多少房子,而是展示鸿基·万和城的品牌形象,提高鸿基·万和城的知名度,让更多的邮城老百

姓了解鸿基·万和城的房产定位、认可鸿基·万和城的设计理念,最终选择鸿基·万和城的房子。吴勇说:“这次房交会是一个很好的宣传、沟通平台,房地产公司可以与市民面对面交流,既能让市民更好地了解高邮的房产情况,也能让房地产公司更好地了解市民在房产选址、格局等方面的要求,从而开发更多满足市民多元化需求的住房。”

本土开发、地理位置好、购房人气旺

杨永斌:丰泽名居房交会案场主管

此次房交会,我们展位布置

轻松随意,相比其他展区通过精彩纷呈的表演来吸引观展市民,我们则通过贴心服务以及多重优惠回馈市民。“此次房交会我们公司推出了买三房送三万元、送装修基金3000元、免收一年物业管理费、送精美厨房用品四重优惠,强大的优惠力度使我们成功交售近20套商品房。”丰泽名居房交会案场主管杨永斌说。

杨永斌表示,房交会最能集中人气,为买房者和卖房者搭建了非常好的沟通桥梁。杨永斌说:“丰泽名居配套设施完备,周边医院、超市、农贸市场、银行、幼儿园、中小学校等一应俱全,占据优越的地理位置。此次房交会让更多市民了解了丰泽名居,为丰泽名居未来的销售打下了良好的基础。”



图文 朱玉霞 夏慧 张云 责编 袁慧 版式 张明月