



共享[住交会]之看点

房产:又创历届之最



□晚报记者 樊无敌

不知参展企业使用了什么招数,竟吸引了这么多的购房者排起了长队。

商家各显其能

从清晨,看房的人员就川流不息,天气也越来越热,到中午气温已达31℃,郑州街头的时尚女孩早早换上了清凉的夏装。而比天气更“热”的住交会现场,已是人头攒动。
鑫苑·金融广场、绿地·峰会天下、盛世年华、蓝钻、

花都港湾、汉飞·城市公园、方圆创世等郑州原有的30余家主流房地产企业悉数参展,加上洛阳共40余家开发商入驻本届住交会,阵容可谓豪华。
住交会的展台是一道亮丽的风景线。各家参展房产商在展台设计上“争奇斗

艳”,狂“飙”新意。或大气或凝重,或清丽或优雅,无不彰显着企业的文化理念和项目的艺术风格。21世纪·国际城等楼盘上演模特表演,漂亮的礼仪小姐绕场宣传也赚足了众人的目光。招徕逛展者各有各的招,龙泊圣地免费赠送餐巾纸,金帝城发送

钥匙包,各家门前都聚集着高伸的手臂和高兴的面孔。
在紫荆山广场展区,不少市民正在对凯迪拉克、克莱斯勒、宝马、奔驰等70余款车型头头是道。龙发装饰、美巢装饰、业之峰装饰、海天装饰等郑州市各大家装公司多种形式的优惠和咨询活动

更是吸引了不少市民。超凡装饰公司的巨大横幅“展会期间送价值500元精品蚕丝被一条”随风摆动。车展现场,上海华普汽车推出的展会期间买车送3年免费保养、买车中大奖、赠送加油卡等多项优质服务极具诱惑力。

商机寸土必争

3月29日19时40分,夜幕降临。紫荆山广场北侧有人在搬东西。一工人说:“听说这里的展会人特别多,有家婚纱摄影楼就让我们搬运器材,准备明天搞展览。”
4月1日上午,这里已经出现了一个名叫花嫁盛

典的婚纱展棚。旁边一橱柜展区的销售人员说,此影楼是订一单叫一次订单人的名字,仅3月31一天差不多就有20人签了订单。
住交会不仅使影楼生意火爆,连和人民会堂斜对面的小三角广场都有两家

卖太阳能和浴霸的,当问起平时在这出不出摊时,一位商户说,平时谁来这啊,来这还不是沾了住交会的光。
和场外不同的是,会场内可谓寸土必争。由于本次展会有洛阳房产企业的加盟,再加上汽车、家居装饰暨相关

配套商品的展示单位,大大小小共100多家企业,尽管组委会进行了协调,但各家参展公司还是嫌自己的展区位置太小。3月29日上午9时,文雅·金印花苑的一位负责人说:“你快去和组委会的人员协调一下,看能否把旁边的这块

的空地归我们使用。”
到了周末,展会人气更旺。靠炒房几年间赚了近百万的老马说:“只要是关于房子的展会我就参加,这么几年看下来,就数这次房展会最有人气,规模最大,参展企业的展位做得最精致、大气。”

家装:品牌已成共识

□晚报记者 王亚萍

为期四天的第8届郑州住交会已经完美落幕,紫荆山广场作为家装和汽车的主会场,也由喧闹归于平静。“那几天连婚纱店都在借这里的人气宣传。”昨天早上,一位在紫荆山广场散步的市民如此说道。
想装修,更会谨慎选择
“快拿到新房钥匙了,今天主要来了解一下现在流行的装修风格以及报价,心里好有个底。”住交会开幕当

天清晨,李杰一踏进紫荆山广场的家装展会,好几家公司的工作人员就蜂拥而上。
住交会期间,像李杰一样抱着了解心态的人不在少数。
“赶着下班抽空过来看看。”2007年3月29日,接近中午时分,上班族陈晓气喘吁吁地跑到会场。陈晓相继从超凡、龙发、美巢、业之峰装饰公司咨询出来,“我还不能就这么匆忙定下,得了解他们不同的优惠措施和服务特点。”陈晓表示。

陈晓告诉记者,下班时间太短,等到周末他要带着爱人再过来一趟。
“家装,等于把我的家,交给了某个公司的某个设计师,岂能轻易决定。”展会期间,很多市民均持这样的看法。据了解,有逛展者咨询多次,最终签了订单的;也有在现场了解后,直奔家装公司门面店里深入了解后签下订单的。
“市民提高警惕,谨慎选择,会让家装公司及配套产品企业注重品质与服务。”一

位业内人士如此说道。
重签单,更重推广品牌
“企业应该转变思路,展会期间强调订单的同时,更要注意推广品牌,讲究长远效应,影响和吸纳客户资源。”北京龙发装饰集团郑州公司企划主管董亮表示。
由多家品牌联盟而成的“尊宅配通”,在家装会场有一个较大的展位。“我们今年刚组成联盟,对于展会还没有成熟的经验,但有明确的思路就是宣传我们联盟的产品和服务,让很多

初次接触的市民了解我们的特点。”该联盟一工作人员热情地说。
随后记者走访了几家品牌橱柜公司展位和木地板公司展位,国家免检建材展区,汇集众多一线地板品牌,圣象、富林、肯帝亚、升达、瑞嘉、大自然,及欧美陶瓷和立邦漆。有负责人表示,春季是装修旺季,很多市民需要装修,所以借展会应让更多市民了解公司产品,只要品牌和产品过硬,不怕客户不来。

专业观众:学习是目的

□晚报记者 马小鹏

张健雄 带队参展来学习
张健雄因为这次住交会,特意买了个数码相机,拍些图片作为资料,“用着还不是那熟练,特羡慕媒体记者的那种专业的,比我的气派。”

“洛阳最大最好的公司中泰、凯瑞都过来了”,张健雄抱着一箱矿泉水分发给洛阳展区的人员。
张健雄是洛阳市新区开发建设办公室工作人员,这次带队参加郑州住交会,有种特别的感觉,“这次洛阳40多家开发商一起来到

郑州做展示和宣传,很多都是洛阳新区的顶级楼盘,但郑州楼盘的展销形式挺新颖,办得很热闹。”
张健雄指着大幅的洛阳新区规划图,“洛阳有5000年的文明史,3000年的城建史,1500年的都城史,这次的新区建设,规模有可能是

历史上最大的一次,能参与其中,感觉在参与历史。”
刘争 红色吉普自我宣传
“车器张吧,呵呵,展会上能把车开进来的,只有我了。”
刘争开着聊吧网红色的吉普车,停在了展台旁边,然后把吉普车的挡雨篷也去掉,让同事站在车上,现场做报

道。有几个看房的女孩子围着车来回地看,让刘争挺自豪。
刘争认识不少地产人,许多人看着车后备箱空间很大,都把搜集的楼盘信息资料放在里边。刘争抽着烟打趣道:“都让我看东西,他们却乱跑,我整个成了一个看车的了。”

[第一资讯]

蓝堡湾 上演茶艺颁奖晚会

3月30日晚,中原茶艺大赛颁奖晚会在蓝堡湾售楼部举行,该晚会由河南省茶叶协会、河南思达置业有限公司、金基不动产郑州有限公司联手打造。河南茶叶协会专家以及河南思达置业相关负责人出席此次颁奖晚会。
付晓

华林·新时代广场 获最佳投资价值楼盘

3月29日,在郑州电视台举行的“2006-2007中原城市群主流地产年度总评榜”颁奖盛典上,华林投资集团被评为“主流地产品牌公司”,集团董事长尹建国获“主流地产功勋人物”,集团开发的华林·新时代广场也被评为“主流地产最佳投资价值楼盘”。
李英州

长城·康桥华城 住宅收官引来商业繁华

在上个月中旬,长城·康桥华城推出了住宅项目的收官之作——华城8号,预约当日,迎来200多名客户。郑州新长城地产负责人介绍,2007年在西站口将要改建的背景下,商业和写字楼项目也将备受关注。
王栋

美景天城 MINI HOUSE 现身郑州

希望购置小户型的郑州市民又多了一种选择,郑州人居形象大使美景天城新推出了收官之作 MINI-HOUSE。在上个月的一场“美景天城,梦想春天—MINI-HOUSE产品推介及联谊会”的两天时间里,前来参与推介会的客户有800多人。
胡倩

楼苑追击 电视和网站同步播出

以后,不少网民可以在电脑前观看到郑州教育电视台的《楼苑追击》栏目。
2007年4月1日,郑州教育电视台《楼苑追击》与电视栏目同步播出的网站 <http://www.louyuantv.com> 正式开通,成为国内首个房产电视和网站同步播出的专业房地产电视栏目。
魏东

长城集团 “中原之星”开始报名

继成功举办三届“中原之星”丽人大赛后,郑州市长城房屋开发集团于2007年4月1日拉开第四届“中原之星”丽人大赛的序幕,凡符合条件的选手只需2张彩色生活照片即可免费报名参加。
栗晓