

金秋郑州第一展 商家买家俱欢颜

购买力展会释放

经过春耕夏耘,我们一同步入金秋。秋天是一个丰硕的收获季节,在郑州楼市,收获的不仅是众多品牌企业所开发的精品楼盘,借助第十二届郑州住交会联袂展出,更多是收获了购房者信心的增强、市场的激活,以及让普通百姓住上买得起的好房子的“民生购房节”的目标和心愿的达成。

展会过后,无论是作为主办方还是参展企业,无疑都要对此次展会的实绩进行“盘点”,而评判本届展会是否成功,是否精彩,作为主办方的郑州晚报,宁可“讷于言”,我们还是看看参展企业提供的一份数据,也许,数据本身总是最有说服力的,何况这些数据都是真实采集,并无水分——

鑫苑:鑫苑(中国)置业郑州区域鑫苑·逸品香山、鑫苑·国际城市花园2期、鑫苑·景园3项目联袂参加了本次房展会。4天共计接待意向客户近千组,开出看房直通车40班,鑫苑·逸品香山的看房直通车人气最旺,每次发车都是座无虚席,不仅到达率高,客户成交意向也特别强烈,为该项目积累了大量的目标客户和潜在客户,这些客户将通过后期的维系和沟通有望促成购买。

升龙:在此次展会上,升龙地产3个特展位雄踞紫荆山广场展区的最核心位置,三台同展,成为本届住交会中当之无愧的“王者”,因而备受瞩目,人气鼎沸。据统计,在一期住宅即将入住、展会上没有推出新房源的情况下,曼哈顿广场共成交12套,成交金额1014万元;中原新城确定意向客户800多组,而升龙国际中心则意向成交10余套。

正商:芦邢庄项目展位共接待2000组客户,其中意向客户将近600组。在展会上为该项目隆重推出的“名冠东南”万元有奖征集案名的活动引来观者如云,正商展位一直门庭若市,该超大型楼盘的案名也将呼之欲出。

绿地:新里·卢浮公馆在展会期间开始公开认筹,两房1万元抵3万元,三房1万元抵4万元,四房1万元抵5万元。这些优惠措施极大地激发了购房者的热情,在4天展会中,共接待意向购房者400多人,认筹接近200套,其间售楼处电话咨询量达到1000多组。

利海:据不完全统计,托斯卡纳展位在4天展会共计接待客户上万人,登记客户资料2400余组,客户乘坐看房车到达项目现场看房的达到930余组,日均约230组。现场看房的客户均被托斯卡纳的实景现房所震撼,该项目在展会期间推出的特价房被抢购一空。

名门:“农业路私人小户公馆”名门国际因其首度举办价格论证会引起满城热议,此次展会上更是赚足眼球,成为展场中的一个明星。展会上,名门国际共接待近300组意向客户,这些客户均认为名门国际4580元的开盘均价具有极强的吸引力。截至展会结束,名门国际累计认筹数量已经达到800多个,远远超出名门地产有关负责人的预期。

思达:酒香不怕巷子深,花香自有蝴蝶来。思达·数码国际公寓、思达·优典展位虽然相对僻远,但是早已取得骄人销售业绩、销势逆市飘红的这两个项目,在房展会期间共接待2000组咨询客户,其中意向客户400多组,现场成交5套。

汉飞:金沙国际展位位于紫荆山公园入口处,显得十分醒目。展会期间,该项目除了接受客户咨询外,还为购房市民发放了《2008郑州楼市购房图》,此举深得观众的喜爱。截至到展会闭幕,金沙国际到场客户共4500组以上,接受客户咨询1500组以上。

天伦:此次,天伦地产携琥珀名城、水晶城、星钻3个项目同时参展,其“珠宝”系列产品受到购房者青睐,4天共有3000多组客户前来咨询,确定意向客户500多组,现场成交10余套。

地产长城:自康桥·上城品上市以来,得到了购房者的广泛关注和厚爱,其浓郁的地中海园林社区在郑州西区成为一道亮丽风景,在住交会期间共接待意向客户1000余组,成交20多套。

其他如锦艺新时代、非常男女、维也纳森林等项目,也都取得了10套以上的成交量。

好房知时节,当秋乃展出。北京奥运大幕甫一完美落幕,第十二届郑州住交会即在金秋时节拉开大幕。为期4天的郑州住交会,既是购房者和开发商的“盛宴”,也是对市场的一次“检视”。透过展会看市场,方知:天气转凉,市场转暖。

刘文良工作室/文 晚报记者 吴琳/图



购房者信心激增

单就上文开列的数字而言,各家参展企业提供的数字多以接待咨询客户、登记意向客户为主,下订单或签约客户数百个,相比往届住交会成交量略有萎缩,这是不是意味着展会人气不旺、观众不众、效果不佳呢?对此,一位业内知名人士的看法是:房展会虽具有展示、展销之目的,但是在有限的4天时间内,参展企业更注重的是“耕耘”,而不是现场“收获”,即更看重展示项目、宣传品牌,进而促进成交。各参展企业会在展会之后对现场接待的客户特别是意向客户进行梳理统计,然后进行适当的回访、跟踪,从而将意向客户变成现实客户。再者,单就数字额度而言,本次展会上各家参展企业所接待、各个售楼处所到达的客户或许不及去年同期,没有出现往届房展会那种万人空巷、摩肩接踵的景象,但是据观察,但凡到场者都是有备而来,来则奔走在各个展位之间,咨询、比较、思考,可以看出真正有着购房需求的客户占据展会观众的主导,这既是本届展会的成功之处,也是购房者理性、成熟的表现。

在展会现场和近两日的电话访谈中,多数参展企业的营销负责人众口一词地向记者表述大体相同的观点,那就是:如同自然界有春夏秋冬一样,房地产界同样有着自己的市场周期。秋季是房地产市场传统的销售旺季,故有“金九银十”之说。经过去年冬天的寒流、春天的凉风、夏日里的暴雨考验和洗礼,郑州楼市今年能否迎来秋收,此前虽有个别人持“悲秋”之说,但比较普遍的看法是,由于买方市场上存在着巨大的刚性需求,特别是暑期过后10万

大学毕业生拥入郑州以及奥运之年婚房大需求,加之随着市场盘整房价日趋理性,价格回归价值,且商家为了促进销售、回笼资金纷纷推出了不同程度的让利促销措施,另外大部分新开楼盘又自觉地调低了开盘均价,现行定价远比原先预期的价格大打折扣,客观上等于让利了购房者,所有这些市场走向和市场表现,均会增强购房者的信心,松动持币观望的心理,一个时期以来积蓄已久的购房需求理所当然地会在秋日里释放,市场会在金秋激活,购房者待购和开发商的待售的“掰手腕”战争有望“休战”,郑州市场总体走势健康,房价不会大起大落,市场不会太冷,趋于转暖将是一个不争的客观存在。所有这些,既可从本次房展会看出,更可从近期各家售楼部的销售情况上得以佐证,近期几个新开项目开盘时出现了久违的火爆场面,便是一个最好的明证。

利海集团副总经理徐蔚在接受记者采访时表示,近一个阶段,无论是从国家有关部门传达的指示精神,如首先确保经济又好又快增长,在此基础上防止物价过快上涨等,还是日前举行的河南省经济工作运行会议上透露的最新信息,即河南省居民购买首套自住商品房申请住房公积金贷款的,首付款缴纳比例可由30%降到20%;购买普通商品房的,可按一定比例减免房地产交易契税,还有央行慎提从紧的货币政策等等,都可以窥视到一个明显的信息,上至中央,下至地方政府,均对房地产市场的平稳健康发展提供政策支持。



“好房子”风头正劲

房地产既关乎国计,更关切民生,可以说房地产是最大的“民生”,“民生不民生,关键看住房”。本届住交会首举“民生购房节”大旗,力推“民生楼盘”,以“帮普通购房者买到买得起的好房子”为展会宗旨和根本目的,既顺应时势,又顺乎民意,可谓占尽天时、人和,因而既得参展企业推崇,更得购房者喜爱。

“在展会上,虽然我看到各家楼盘都打出了幅度不等、形式不一的让利优惠措施,有的还挺诱人的,但是我认为这仍是正常促销手段。对于像我这样有着多次置业经历、买房子不单看房价更看重性价比、看重品质的购房者来说,让利促销只是绿叶,品质才是根基,好品质好房子才是决定我买房的硬道理。”麦斯福电热水龙头河南总经销商李定祥先生如是看待商家的让利之举。

与李先生所见略同的是,思达置业营销总监凯伦表示:“民生楼盘是未来楼市发展的方向,但民生楼盘并不意味着低品质、低价位、低阶层。真正的民生楼盘首先应该是好房子,好的规划、好的户型、好的景观、好的配套、好的物业,当然最重要是合理的价格。思达置业早年致力于建造大众精品房赢得了市场,现在销售的优典、数码国际公寓,都是本着‘客户至上’、‘为客户创造价值’的理念而推向市场的。”

名门地产副总经理陈宇波同样持如是观点,他说:“名门国际通过价格论证会的形式确定的4580元的均价,并不是作秀,也不是炒作,更不是在做河南‘万科’,也不是拉开降价大幕,我们只是在公司成立10周年之际,怀着感恩的心,回馈客户,回馈业主,通过节省管理成本、营销成本,将增值空间留给客户的一种举措。媒体说这是‘最民生’的价格,其实更应视作企业的一种责任心和使命感的自觉。爱人者人必爱之,送人玫瑰,手留余香。今天我们给客户存入一缕阳光,明天将会收获一轮太阳。”

可以预期的是,随着本届“民生购房节”大幕的启动和落幕,“民生地产”的概念将会越来越深入人心,“民生楼盘”将会大行于市。“为期4天的住交会虽然落幕,但是中原地产民生楼盘的方向将会任重道远。”河南省财经学院刘社教授的精彩总结,道出了本届展会主办方和参展商的共同心声。