

## 一周楼市

加拿大华人企业协会  
看好郑东新区

11月7日,加拿大华人企业协会成员一行在枫华置业负责人陪同下,考察了郑东新区的投资环境,并与郑东新区管委会相关领导进行了友好会谈。他们对该区域的未来发展潜力与投资价值认可,并表示有责任有义务引进更多华人企业家来郑东新区投资建设,为城市经济的繁荣作出贡献。

据悉,加拿大华人企业协会是由加拿大华人企业和企业家组成的专业性协会和互助性团体,聚集了众多国际知名的企业家和华人企业家精英。由加拿大华人企业协会2005年9月投资成立的枫华(郑州)置业有限公司,是一家专业房地产开发企业,在郑东新区目前已开发温哥华山庄、温哥华大厦、温哥华时代广场三大项目。

陈燕

紫荆尚都  
新组团主推小户

继“全溪境华宅”获得不错的市场口碑之后,紫荆尚都近期将重心转向了居住功能齐全的“大师级小住宅”产品组团,主打产品是60平方米的双气地暖两房。目前该产品组团认筹活动已经启动。

在中小户型日趋成为房地产消费主流的当下,紫荆尚都所推出的这一小户组团,通过对可变空间的精心设计,以60平方米打造出可享两房两厅功能的创意单位,灵动空间自由组合,用购买小户的价格,即能拥有超乎想象的空间。

付晓

橄榄城  
业主答谢暨产品发布举行

11月8日,橄榄城一期业主答谢暨二期产品发布在南三环与石柱路交会处橄榄城接待中心举行,现场除了针对一期业主举行抽奖外,“亚新小管家”亮相、二期瞰景小高层正式对外公开,橄榄城户型装修设计大赛也在本次活动上启动。

据悉,橄榄城二期瞰景小高层30~133平方米实用空间、全明户型、双气地暖、双层挑高阳台、人车分流景观、全手工定制外墙面砖等产品细节,再次引领南城品质生活。

丁楠

托斯卡纳  
项目建设受到肯定

11月5日,市领导一行在利海集团董事长谢海瑜的陪同下,来到利海·托斯卡纳,了解了项目的设计理念、开发过程及销售情况,并参观了托斯卡纳项目酒店式一体化物业服务中心、精工建材及施工工艺展示中心、示范区、样板房,对利海集团托斯卡纳项目给予了充分的肯定。

参观项目的同时,市领导还与利海集团相关负责人探讨了房地产目前的市场态势和发展前景,并咨询了周边市政道路及配套设施建设情况。

张辉

金叶河南首家形象店  
即将在江山珠宝城开业

金叶珠宝江山珠宝城形象店,作为江山珠宝城首批招商品牌,11月将携诸多新品系列开业。

金叶珠宝(集团)自上世纪90年代成立以来,历经十余年的发展,依靠自身实力,凭借脚踏实地、开拓创新的发展策略,博得了消费者的认可;如今已在国内珠宝业界享有较高的知名度和美誉度,被赋予“中国名牌”、“广东省名牌”等诸多荣誉,此次江山珠宝城形象店的开业,是金叶珠宝首次进入中原珠宝市场,将为中原带来新的珠宝款式和新的珠宝时尚。

以江山珠宝城为平台,将搭建深圳珠宝与珠宝市场对接第一平台。金叶珠宝是深圳珠宝考察团考察江山珠宝城签约的首批品牌。江山珠宝城依托辐射中西部强大的区位优势 and 交通物流优势,凭借强大的公司经济实力、专业实力以及招商免租政策,尤其300亿的市场消费空间,深得深圳、香港等品牌的青睐,并蜂拥而至。

截至目前,深圳金叶、深圳信德缘、香港金六福、深圳尚成、BELINDA、波梵帝、宝玺美玉、瑞爱丽、御石缘、省宝协鉴定机构等率先入驻。据江山珠宝城招商人员透露,春节前期,江山珠宝城宝玉石馆即将开业,届时,这里将成为中原人购买玉石的新去处,新选择。

丁楠

## 郑州楼市营销变革

## “阳光销售”或成主流

房地产市场的低迷让许多开发商变得愈加理性,给消费者切实的利益成了众多开发商销售的手段。

从打折优惠到送装修基金,从特价房子到零首付……近日,西区某楼盘高调打出了“阳光售房”的旗号,售价比同地段的房子低了近千元,成为郑州为数不多公开降价的楼盘之一。业内专家认为,此举标志着郑州楼市开始从暗降期转向了明降期,或将引发郑州房地产市场营销新变革,使得“阳光销售”、大幅降价成为开发商的普遍行为。

晚报记者 袁瑞清

业内  
新趋势,创新模式需完善

对于“阳光售房”,业内人士都表示这是一种新的发展趋势,有利于行业的健康发展,消费者也将因此获益,但其中尚有许多需要完善的地方。

河南宏益华房地产开发有限公司营销总监杨东方认为,虽然“阳光售房”最近才被明确地提出来,但很多开发商在实际销售过程中已经这么做了,公开楼盘的房源、价格等信息,“捂盘”、“销控”等现象已经不多见。他说,“阳光售房”虽然看上去很美,但其中不可确定的因素太多,具体效果怎样,能否得到消费者认可,这都需要市场的进一步考验。

对于这种观点,很多业内人士都表示认同。郑州客属房地产有限公司郑州分公司副总经理陈阳表示,开发商推行“阳光售房”行动,代表着开发商经营理念的创新和对消费者负责任的态度,这种诚实的态度,必然给开发商带来丰厚的回报。但她同时认为,目前市场处于下降期,多数消费者都有“买涨不买跌”的心理,此时推出“阳光售房”虽然是顺应了市场潮流,但开发商也将面临更大的压力,“关键是能否真正坚持到最后,如果中间夭折了,反而不利于市场的有序发展,可能会导致消费者产生更加不信任开发商的想法”。

“阳光售房”能否成为未来房地产市场的主流模式?业内人士多认为,现在仅是开始,这种模式还有许多尚未成熟的地方,需要改进和完善。河南通利房地产发展有限公司营销总监徐文在接受记者采访时表示,“阳光售房”作为一种新现象、新模式,值得关注,但它并不是一个标准,不是标准的东西就很难被广泛推行,很容易变味。

## 专家

## 新营销,阳光销售成共识

正如当初的“承诺保值”一样,对于华泰国际名城“阳光售房”的销售模式,尽管市场褒贬不一,但从目前的市场反应来看,对此认可的消费者还是占了多数,表明这一措施已经初显成效。

河南财经学院教授刘社认为,开发商从“捂盘”、“销控”到“阳光销售”,是当前的市场压力之使然,也是开发商应对市场危机的明智之举,更是一种新的营销方式的转变。“此举行为,将很快引发楼市的一场变革,使得阳光销售、大幅降价成为开发商的共识和楼市的一种普遍行为。”

她认为,“阳光销售”是开发商改变社会形象、改善与消费者关系的积极行为,有助于激活市场,促进销售,也是开发商自救的一个有效举措,值得推行。“但能否真正帮助开发商渡过难关,还要看开发商降价的幅度及房价是否与购房者的消费能力相匹配。”

不可否认,郑州楼市的刚性需求确实很大,但关键问题是刚性需求并不等于有效需求,只有房子售价能让消费者真正承担得起,刚性需求才能转化为有效需求。

多年从事房地产实战营销研究的王牌企业联盟董事长上官君则对“阳光售房”的未来十分看好。他说,目前的市场形势是,消费者持币观望和开发商持房待售已形成僵局,开发商只有进行专业突围才能生存,才能打破当前困局,这其中就包括专业的营销创新。他认为,“阳光售房”颠覆了传统的营销模式,将会成为未来房地产营销的基本形态。

## 热点 三公开,营销方式欲转身

今年以来,各种打折优惠、买房送装修、特价房等营销方式在郑州轮番上演,但这种变相降价的方式如今已不能刺激购房者的购买欲望。近日,位于西区的华泰国际名城打出了“阳光售房”的旗号,将暗降转为明降,并承诺降价保值,引起了业内的广泛关注。

11月10日,郑州华泰置业营销总监张志辉向记者介绍,华泰国际名城的“阳光售房”方案具有三个方面的特色,首次做到了三公开:公开房源,拒绝封房,一期195套房源全部对外公开销售;公开价格,拒绝排号认筹,所有价格对外公示,避免开发商借助排号炒高房价;公开优惠,根据付款方式确定优惠幅度。

## 开发商 触底价,阳光售房大让利

早在楼市初遇寒流的时候,就有不少业内人士预测,郑州的房价会从暗降走向明降。他们的观点是,全球金融危机正转化成经济危机,一线城市的降价风潮越演越烈,房价普遍下调,购房者离场观望,成交量急剧萎缩。购房者担心“房子买了后就掉价”,而开发商苦于没有客户,当这种状况成为一种普遍现象时,降价以刺激购房需求,也就成了开发商不得不走的一条路。

张志辉介绍,“阳光售房”方式是经过公司反复讨论得出来的成果,“不仅是为了让利给消费者,也是公司面临比较大的资金压力,前期已经投入不少钱了,但目前回款效果却并不令人满意,也是希望通过降价,吸引更多购房者,缓解资金压力。”

“当然,低价并不是低质”,张志辉说,目前的市场形势已经严重影响到消费者的购房

## 消费者 有诱惑,营销效果待考验

很多购房者都会有这样的感触,对楼盘的信息知之甚少。开发商往往借助这种信息不对称的现状,为其楼盘大造声势,引入入瓮。一位业内人士说:“谎称好的位置已被预定,其实是制造楼盘热销假象,先将较差位置的户型售出,然后逐步放出好的房子。产生这样现象的根本原因就是开发商拒绝实行‘阳光售房’,导致买卖双方信息严重不对称,很多消费者因此上当受骗。”

不过,华泰国际名城似乎正试图扭转这一局面。记者在该项目的售楼部看到,一期195套房源的位置、价格、户型等信息都已经向购房者公开,消费者对楼盘的销售状况一目了然,做到了信息的对称化。

记者了解到,华泰国际名城是一个城中村改造项目,总规模达50万平方米,均为高层建筑。目前,该项目一期的销售均价为3450元/平方米,面积在45平方米到138平方米之间。

受全球金融风暴的影响,楼市降价风波也开始从一线城市向二三线城市蔓延。面对这一危机,一些开发商采取了一些暗降的销售策略,以此刺激客户购房,但市场反应却并不是很好。张志辉表示,为保证客户利益,华泰国际名城还推出了“承诺保值,降价补差价”的策略:如果后期销售价格低于前期客户认购价格,华泰置业将无条件补偿差价。而这也会在业主与开发商的合同中得到相关体现。

信心,大家都在持币观望,等着开发商降价,“死扛房价并不一定是最好的策略,我觉得开发商更应该顺应市场发展的需要,采取有力的措施帮助购房者树立信心。我们敢于推行‘阳光售房’,是对自身产品品质和价格的自信,也是对购房者的一种尊重。”

按照张志辉的说法,华泰国际名城作为城中村改造项目,本身成本就不低,如今销售均价为3450元/平方米,“最初想着怎么也能卖到4000元以上,谁知道形势这么不好。不过,如今的价格已经是触底价了,最多能保住开发成本,已经没有什么利润可言”。

为进一步消除购房者的顾虑,华泰国际名城还将“无理由退房”写进了购房协议:如因证件问题不能按期与客户签订《商品房买卖合同》的,华泰置业无条件给客户办理退房手续,全额退还客户房款。

面对采访,多数市民表示,如果自己需要购房,而开发商的“阳光售房”模式能落到实处,自己就会出手买房。

不过,也有一些消费者发出了质疑的声音。市民王女士认为,全国的房价都在降,郑州的房价迟早也会降,“阳光售房”看上去很好看,很透明,但对于开发商,消费者永远处于弱势,谁知道他是否真的公开透明了,“因此我认为还是应该等一等,等一切都得到证实了,再出手也不迟,毕竟销售方式只是开发商促销的手段,这需要市场的考验”。