

外埠新闻

1000万征名点燃楼市一把火 今典集团要突围旅游地产?

2月16日,今典集团高调宣布为其旗下的三亚湾红树林酒店重金征集案名,涉及奖金高达1000万元。业内人士说,如果放在前两年,别说是1000万,就是再多的资金征集案名,在热闹的房地产行业都不是新鲜的事情。但是此时征名的主角是在地产最热闹时期退身转做其他的张宝全和他的今典集团。更为关键的是,活动的发生背景刚好是地产业一片寒冬之时。

“未来几年,今典集团的地产业务将由原来的住宅开发为主向旅游度假地产全面转型。”征名活动现场张宝全如是说,此次经济危机对于地产行业的影响让其更为坚定了开发模式的战略转型。据悉,今典集团在北京、三亚湾、青岛、无锡等地均已布下阵营。

张宝全解释,不管是商务或者旅游,一定都是由度假生活来带动的。案名是一个社区的旗帜,还是城市文明的一个有机组成部分。

据接近今典集团的市场人士透露,“红树林费尔蒙酒店”位于海棠湾的中心区,是继阿联酋迪拜闻名世界的“帆船酒店”之后,全球第二座七星标准的高端酒店。对此,市场人士分析,张宝全征的不是案名,而是客户。在目前市场低迷的形势下,千万元征名,张宝全要点燃楼市一把火。 王红莉



焦点关注

真正的先机不以时间为划分,唯以战略为考量。作为有着主话语权的媒体,总是谋定而后动,方能智取硕果。如何将我们的温暖体验分享给更多关注楼市成长的人,又如何给予渐趋回暖的楼市前瞻性引导,历经深思熟虑、智慧碰撞、精华沉淀,终有“春语行动”。 晚报记者 王亚平

“春语行动”第一声:首届郑州西区精品楼盘展示会

地产业正在遭遇的调整与洗礼丝毫掩盖

春语霹雳 楼市抬头

不了西区的沸腾之势,越来越多的开发商将突出重围之略定位为进军西区,越来越多的购房者将“住在西区”作为买房之第一要义,“人在西”也成为街头巷里谈论的话题。

然而这里却总是被人们所遗忘,展会的举办地点愈加东移,西区消费者或者有意向居住西区的百姓从来没有一场属于自己的专业房展会。视角停留在此,我们发现了。于是,在这个既悠久又现代,既厚重又时尚的区域,一场有针对性、足够代表发展水平的展会即将登场,数十家品牌房企热情盼望,招商工作异常顺利。

此刻只需记住:3月6日~3月8日,精彩就在家门口上演。

“春语行动”第二声:2009中原楼市大调查

面对渐趋理性的行业,我们需要务实的心态、真实的数据描绘一个鲜活的楼市现状,以求实现信息对称后的买卖有机互动。

作为该行动的重要组成部分,2009中原楼市大型调查活动将详列数个代表性问题,通过电话、网络、问卷采样的方式,向本地市民、开发商、专家、业内人士调查询问当前中原地产

的热点问题,同时也将邀请全国地产行业的部分专家学者和开发商参与其中。最后由专业调查公司进行统计分析,把脉当前楼市。

这是前所未有的调查活动,涉及范围广泛,参与者众多,目的在于帮助企业把握住真实的市场脉搏,帮助消费者理性认识眼下的楼市状况及未来更长时间的发展趋势,促进行业的健康、和谐与有序迈进。

“春语行动”第三声:第14届(2009春季)郑州住交会

这不仅是一次品牌展会的延续,它还是一次关键性的、不同寻常的、值得期待与参与的行业集会。它秉承郑州第一房展的品牌,汇聚行业精品,是凝结中原楼市智慧的集大成者。

在这里,你将体会到勃发的生机,和煦的阳光与融融春意,全市的责任房企积极参与,阳光售房、优购会会员逛展、高端客户看房团、购房智囊团等亮点助力,不难想象的是充沛的人气与可观的成交量。

“春语行动”声声不息,不间断的呐喊只为肩负的“责任”二字,这个春天,我们需众志成城!

数据速递

近一周郑州楼市每日成交量

日期	商品住宅(套)	均价(元/㎡)	商业用房(套)	均价(元/㎡)	办公用房(套)	均价(元/㎡)	二手房(套)	均价(元/㎡)
2月9日	104	4277	6	9557	0	0	39	2983.89
2月10日	150	4084	5	5078	5	3562	49	2743.59
2月11日	128	3941	6	6522	8	4125	47	3086.43
2月12日	200	3977	12	5948	13	4126	85	3026.64
2月13日	205	4188	10	21602	9	4224	68	2885.34
2月15日	140	4492	5	4800	0	0	0	0
2月16日	186	4305	7	13171	6	4585	59	3435.88
2月17日	261	4035	14	7355	7	4326	57	2869.88
合计	1374	4162	65	9129	48	4158	394	3004.43

数据来源:郑州市房管局 制图:合富辉煌(河南公司)

交易量上升,全面回暖仍有差距

从左图数据可以看出,郑州商品住宅自2月9日以来,成交量有了稳定的提升,那么是否意味着郑州楼市已经回暖?

合富辉煌(河南公司)分析认为,这种状况一方面源于传统节日春节使人们生活重心转移,外地人员的返郑无形中增添了楼盘的人气;更主要的是各大楼盘利用元宵节、情人节展开营销活动,利用一口价、送月供、低首付等促销方式达成成交,事实上消费者也从中得到

单价降低、总价负担减小的实惠;另一方面现在郑州多数商业银行已经接受了存量房贷客户利率调整申请。所以,房价已达到预期价位和月供的减少使部分消费者决定出手。

有调查数据显示72.4%的受访者表示看好郑州楼市的发展,但目前面临的经济危机削弱了一部分客户决定购房的信心,更加谨慎地考察潜在的购买对象;另一方面,心理上买涨不买跌的消费习惯也让客户继续持币观望。

此外,深圳市泰辰置业顾问有限公司通过对往年的数据分析发现,2006年至2008年,农历春节均在当年的2月份,当月的销售量也出现了明显的下降,但春节过后的3月,无一例外地出现了销售量显著上升的现象。说明了郑州楼市目前成交量上升的原因一定程度上要归功于季节因素。因此,泰辰认为,是节前集聚的有效需求在当下出现了相对集中的释放,而非简单的断定楼市出现了全面回暖。 晚报记者 梁冰

多层、现房才是硬道理

——海森·园景湾牛年开门红,新春爆喜热销

在春暖花开的新春时节,位于建设西路与西环路交会处的海森·园景湾销售中心人流熙攘,门庭若市。据了解,海森·园景湾春节期间共销售房源56套,以理性价格、卓越品质,以及现房实景的绝对优势,迎来了牛年开门红。取得如此佳绩不仅是对海森·园景湾过往热销的延续,更进一步开启了人们对海森地产“品质升级、再创佳绩”的新期待。

春节不打烊 现房引热销

与其他楼盘春节期间休市不同,海森·园景湾春节期间依旧坚持正常开放接待客户。售楼部人气旺盛,置业顾问平均每天都要接待近30批次的客户,甚至比平常的工作日更为忙碌。来访的客户中有大量的老客户,他们纷纷表示趁着过年假期一家人都有时间,再过来好好了解一下;许多新客户则表示,他们是在亲朋好友的推荐下前来的,在经过详细了解后对项目的兴趣也越来越大。

现房实景,亲眼见证,不少客户在现场参观考察后,对海森·园景湾的建筑品质、室内格局,以及已经落成的景观都进行了详细了解,触手可及的现房实景,指日可待的品质生活,不必为房屋是否会延期交付、质量有无保证等问题担心,避免购买期房可能带来的风险,使得许多客户当场下单购买。

现房对客户来讲是安全置业的保障,多层则是客户提升生活品质的重要条件。据海森·园景湾的工作人员介绍,他们曾经对很多前来咨询的客户做过调查,绝大部分客户认

为项目纯多层、低密度、水系环绕,并且拥有西区罕见的37米楼间距,是生活居家的舒适所在。另外,社区内配备的博爱双语幼儿园、篮球场、乒乓球场以及西区最大的社区健身广场、底商步行街,都让客户对社区品质十分认可和好评。

高品质、低总价 超值性价比享誉西区

关注价格,更看品质,性价比才是硬道理。海森·园景湾是海森地产2008年倾情推出的纯多层精品住宅项目,也是海森地产的开山之作,公司会聚一流的建筑设计和施工团队,倾注全部精力和大量资金使本项目精益求精,无论是在建材选用上,还是在建筑施工、景观营造上,都用心于每一处细节,因此海森·园景湾一入市就获得多方赞誉。在2008年楼市降声一片的同时,海森地产承诺决不降低品质,并以实景现房给客户更多保障。同时项目还推出了一系列的优惠措施,每平方米2700元的超低起价,使得首次置业者非常容易接受,高品质、低总价、至



海森·园景湾实景图

优性价比,让广大购房市民真正实现轻松安家置业,提前体验现房实景卓越魅力。

海森地产“春阳行动” 为爱家升级

据项目负责人介绍,在春节成交的很多客户中,一大部分来自于老客户介绍。项目负责人感慨地说:“海森人希望,我们为业主提供的不只是一处钢筋水泥的居所,而应该是始终舒适的生活。现在,业主的幸福生活在此起航,海森的服务也刚刚开始。为此,我们特别提出了‘春阳行动’,对社区景观配套以及物业服务进行全新升级。”

海森物业对社区的景观、商业配套都在不断地完善和提升,春节前健身广场设施全部到位,社区内景观也在逐步升级,在让业主享受更加舒适、自然的优质居住环境的同时,也保证了

业主购买的物业不断升值。同时,海森物业特别成立客户服务中心,建立客户服务体系,从真实的客户需求出发,以楼盘走访、入户访谈、业主调查为依据,全心全意为客户服务,为广大消费者提供安全舒适的家居环境,成就了西区宜居典范。

“春节前物业公司举行了年货大派送活动,我们每个业主都领到了一袋大米、一桶5升食用油,还有精美的春联,每个过生日的业主还能在生日当天收到一份蛋糕和生日祝福,所有这些都让我们很感动。”记者在海森·园景湾项目现场了解到,许多业主及来访消费者都对项目的品质提升计划充满期待和信心。

现房成品、多层形态、综合配套、产品细节成就海森·园景湾的高端品质。在2009年,春暖花开时节,海森地产坚持品质卓越升级,坚持价格理性回归,以超值的性价比倾动全城,引发热销。