

好房连展

菊花怒放迎国庆，皓月当空喜团圆。这几日，省会郑州洋溢着浓郁的节日氛围，大街小巷遍插红旗挂着红灯笼，有市民掩饰不住国庆长假的喜悦，夜晚开始燃放焰火。

在璀璨的鲜花簇拥下，本报第十六届住交会于27日在省人民会堂广场完美收官；这厢唱罢那厢歌，在同一地点10月1日至4日，第十七届郑州住交会暨2009首届中车品牌地产联展又将隆重登场；可谓好戏连台、好房连展。

对于刚刚谢幕的房展会上，不少业内人士表示，本次房展不仅是展示了形象、销售了房子，更是检阅了当前楼市的新品质新成就，而且透过展会还让他们及时把脉市场，了解市场动向，调整销售策略，可谓收获多多。

而对于后天就要举办的“和谐人居·魅力中车”展，更是一次创新，在大郑州新区的版图背景下，中车成了郑州城区的东花园，扮演着新一轮经济增长的重要角色，住到中车、工作在郑州成为一种趋势，也为叫响宜居中车提供了一份良机。

后天，逛人民会堂房展，住郑州东花园(中车)!

共生地产友情设计

抢攻黄金周 洛阳恒大绿洲开盘劲销4亿

精品品质构筑核心竞争力 高性价比领跑全国楼市

鼎盛盛典

爆破营销引数千客户疯抢

9月26日上午8时，记者一早赶往洛阳恒大绿洲开盘现场，沿中州路2公里的景观大道上，有近千辆私家车和数十辆楼巴一同赶赴盛会。上午9时，恒大绿洲开盘现场早已人潮涌动，人们围绕在沙盘和户型模型旁驻足询问，与此同时，售楼大厅外认购队伍已排成长龙。

上午10时，恒大绿洲开盘盛典正式拉开帷幕，河南省、洛阳市相关领导与恒大地产集团董事局主席许家印教授亲临现场并参加开盘典礼。此次恒大绿洲开盘同样沿袭恒大一贯的“爆破式”营销模式，上午11点，香港英皇集团老板协国际巨星黎明、范冰冰、刘亦菲、白冰来到仪式现场，现场气氛即达到高潮。

一位资深房产人士感叹，地产大鳄出手不凡，同时邀请到四位一线国际巨星的助阵，如此高规格和礼遇的开盘盛典，在洛阳乃至整个河南都是绝无仅有的，我们期待恒大给中原带来更多惊喜。

恒大地产集团洛阳有限公司董事长梁谦透露，洛阳恒大绿洲销售现场从9月11日开放至今累计接到咨询电话1万余个，接待来访客户超过5000人。截至开盘前，恒大绿洲已累计办理VIP认筹突破1400组。

此次恒大绿洲开盘共推出1360套房子，涵盖高层双水洋房和多层花园洋房两大物业形态，超好的景观和低价入市策略迅速引发全城瞩目，一举为开盘热销奠定了坚实的基础。截至当日16时，恒大绿洲以突破4亿元的销售业绩领跑中原楼市。



早在九月初，持续升温的国内楼市就再次传来爆破性消息，恒大地产再推万套房源抢攻“十一黄金周”。纵观恒大布点全国的棋局，值得注意的是，恒大此次全线推盘延续了其“开盘必特价，特价必升值”的传统，全国让利额度高达10亿元。

9月26日，在河南洛阳，恒大旗下恒大绿洲强势震撼推出，将恒大地产“精品品质、高性价比”的优势演绎的淋漓尽致，开盘当日便揽金4亿元。

实力雄厚 全实景发售折服看楼客

恒大入豫以来，总是在不断创造楼市奇迹，如今，恒大绿洲以准现房全实景入市，无疑证明了开发商雄厚的资金实力。

在恒大绿洲现场，人们很容易被大手笔园林营造出的磅礴气势所震撼，超大规模内湖水系、古典主义建筑、五大皇家园林……无不弥漫着怡人的生态风情。业内人士表示，一般来说，项目园林都是在前期销售回笼资金后慢慢完善的，如果没有资金保障和强大的品牌支撑，一般开发商很难做到。

梁谦对记者说，今年9月份，恒大在全国推出多达31个大盘近万套住宅，无一例外地达到了“园林实景+准现房+精装修”的发售标准，这

不仅体现了恒大对项目品质的严苛要求，更让购房者吃下了一颗“定心丸”。

业内人士专家表示，这种发售模式值得大力推广，这不仅反映了开发商的资金实力和品牌力量，对购房者而言也是一大利好，我们有理由相信恒大绿洲的成功开盘，在提升当地人居品质的同时，将对洛阳市发展注入新的活力。

目前，恒大已经成功将“精品化、标准化、规模化”发展模式复制到全国项目，确立了高品质产品形象，赢得了广大置业者对恒大品牌的认同。本月19日，恒大以41.54亿元的品牌价值荣膺中国地产品牌三甲，第四次荣膺中国地产品牌价值10强。

让利于民

特价开盘成市场必杀技

9月26日，全新开盘的洛阳恒大绿洲项目开盘即大卖，记者同时获悉，恒大全国其它楼盘也在当日的销售中出现同样火热的销售场面。

恒大产品缘何能屡次引爆楼市？一直是业界和竞争对手长期穷尽手段探究的焦点。业内专家指出，就营销方式而言，恒大热销的最主要原因在于恒大“开盘必特价，特价必升值”的开盘营销策略。

实际上，正因为一直坚持“让利于民”的定价策略，恒大地产在激烈的市场竞争中逐渐脱颖而出。如今，“开盘必特价，特价必升值”已经成为恒大地产集团的一种极富特色的标识，早已成为楼市“开门红”的经典营销案例。

此外，恒大倡导“国际9A精装体系”创造了全国房地产开发之先河。在恒大绿洲精装交房标准单上，你可以看到，交房时甚至附送有大金、摩恩、西门子、TOTO等国际顶尖品牌材料，这无疑再度拔高恒大的产品价值。

其实，在房地产市场已经得到空前释放的形势下，所有开发商都面临着新的机遇与挑战，为消费者建造实惠的高品质精品住宅才会愈发受到消费者的青睐。

地产界资深人士分析指出，恒大特价开盘的营销策略给买家带来了实惠，也使恒大不断抢占和扩大市场份额。恒大地产一贯推行的精品战略与低开高走的策略组合，有效地提升了产品性价比，成为一种市场必杀技，受追捧也是必然。