

金牌住区“大揭秘”之现象篇

10月13日,冠军品质、金牌住区——昌建·誉峰首批名宅的公开选房活动盛大举行,350余组昌建·誉峰的忠实VIP客户齐聚一堂,共同见证了这一盛事。

据悉,当天的选房时间不足90分钟,推出的217套房源即被抢购一空、全部售罄,当日的销售金额一举突破2亿元。

作为昌建·誉峰的形象大使暨首位金牌业主,伦敦奥运会女子举重58公斤级冠军、河南籍运动员李雪英也亲临现场,与河南老乡们一起参加了此次活动。

记者 梁冰

以“产品力”赢市场 树口碑



90分钟

217套房源抢购一空

10月13日,金牌住区——昌建·誉峰首批名宅的公开选房活动盛大举行,350余组昌建·誉峰的忠实VIP客户齐聚一堂,共同见证了这一盛事。

作为昌建·誉峰的形象大使暨首位金牌业主,伦敦奥运会女子举重58公斤级冠军、河南籍运动员李雪英也亲临现场,与河南老乡们一起参加了此次活动。

为了体现本次选房活动的公平、公正,并最大程度地确保客户的选房权益,活动主办方采用抽签摇号的方式进行,并于9:30正式揭开选房大幕。

在主持人的大声宣布下,首批选房客户名单经由奥运冠军李雪英亲自抽签摇号幸运产生,在工作人员的有序引导下,他们快速选中了各自心仪已久的房源。

整个选房过程通过摇号抽签、中签等候、抢定房源、转定签约等一条龙程序,有序而火爆地进行,整个选房时间不足90分钟,推出的217套房源即被抢购一空、全部售罄。这意味着平均不到一分钟就售出了两套房子,当日销售金额也一举突破2亿元,完美实现逆市热销、开盘即清盘的骄人业绩,进一步奠定了昌建·誉峰2012年度在省会楼市中的地位。

整个选房活动结束后,尚有100多组客户留在活动现场久久不愿离去,其中有成功选中房源的客户,也有因房源极度紧俏而导致落选的客户,但这些客户同样表现出了豁达和兴奋之情。

没有选到房源的购房者表示,看到昌建·誉峰的火爆热销,更加坚定了他们的购房信心,虽然这次没选中,但还要继续关注昌建·誉峰,一定要购买昌建·誉峰下次推出的房源。

近期,全新升级产品即将推出

据介绍,昌建·誉峰此次推出的楼栋为11号楼和12号楼,其中11号楼紧邻社区南北中轴景观大道及社区中央景观,12号楼紧邻社区气势恢宏、美轮美奂的南大门,所售房源包括88平方米气质两房、125平方米气韵三房、168平方米气魄四房等高端产品,兼之企业实力、金牌团队、中心地段、名校教育、科技配套等核心价值,昌建·誉峰无不领衔省会楼市之最。

鉴于昌建·誉峰的高端产品形象,在客户选房全过程中全面实行了微笑引导服务,客户从进入签到区开始就有工作人员进行热情

引导,一直到完成签约、抽取礼品,整个流程一气呵成。

尤其值得称道的是,活动现场的抽奖环节,更以“全额有奖、杜绝空奖”之形式,为客户准备了55英寸名牌液晶电视、电火锅、挂烫机、被子等多种精美礼品,以供成功选房客户抽奖之用。如此盛大公开场面且拥有如此到位的温馨服务,可以说在本地楼市中极为罕见。

据了解,此次成功购房的客户大多为郑州市中心区及周边区域的高端消费者,众多客户都认为昌建·誉峰在项目规划、产品素

质、地段条件、自然资源上,都构筑了项目所在片区的新标高,开创了片区新纪元,且对其服务水准及合理的价格十分认同。因此,火爆售罄也就在意料之中了。

据活动主办方郑州昌建地产有限公司副总经理陈阳总结,昌建·誉峰此次盛大公开最大的特点就是坚持了公开、公平、公正的原则,以手工抽签摇号方式做到了真正的透明、规范运作。

陈阳透露,昌建·誉峰近期还会再推出全新升级产品,让长期支持和关注昌建·誉峰的客户拥有更多的选择余地和选择机会。

产品,是昌建赢得市场的信心

对于开发商来说,信心都是靠产品做出来的。今年夏天,北京下起大雨,当“房漏漏”遍地的时,有几个开发商敢说自己的品质好?

同样,昌建·誉峰以“一分钟两套房”的速度售房,靠的自然是过硬的品质。

在昌建·誉峰售楼中心二楼,对着楼梯口的墙壁上写着“昌盛城市,建筑幸福”八个大字,这是昌建地产成立之初就确定的企业使命。

这样的企业使命,落在昌建·誉峰这个项目上,就需要做出品质,用陈阳的话说就是“南阳路是带着温度的土地,昌建·誉峰是在创造历史,那就要尊重城市”。

在陈阳看来,所谓尊重城市,就是在保留原来特色的基础上做精品。昌建·誉峰的

前身是郑州市粮机厂,其最具时代特色的就是这里面一批60多年的法桐,在项目的开发过程中,这些树得以全部保留。

这足以说明昌建地产对待土地的态度,正如日本著名建筑师隈研吾所说,“每一个人都有自己的青春时代,每一个国家、每一座城市都有自己的生活建筑时代”。而昌建地产,正在通过昌建·誉峰,通过每一个项目,见证并反映出时代、一个地域的审美追求。

就像河南昌建地产发展有限公司总经理赵英华所说,“提到开发商,有相当一部分人会认为其不过就

是造房子、逐利的企业,并无特别之处。然而,昌建地产对此不敢苟同。昌建人深信,能够为城市建设献力、为城市繁荣献礼,对地域文化的传承有所贡献,比建一所房子更重要”。

品牌第一 口碑最重

划设计、绝无仅有的区位、便捷的交通以及完善的都市生活配套,注定了昌建·誉峰将承担起树立昌建品牌的重任。

对此,陈阳也直言,“从始至终,我们都希望树立品牌的认可度和好口碑,这个项目更看重的是昌建品牌的落地,而不是销售多少房子。”

然而,无论是90分钟售出217套房子,还是两个月积累3000多组意向客户,已经对昌建·誉峰的品牌与口碑,作出了最好的证明。