

城外房城里卖, 各项目纷纷市区“练摊”

章丘长清楼盘掀抢客大战

继重汽翡翠东郡在市区设接待中心后,与其相邻的另一大盘碧桂园近日也抢滩市区,在银座、乐购、华能大厦等地设外展点;长清各楼盘也不甘落后,鲁商常春藤在市区某商业中心的巡展已开始一周,中建瀛园、原乡溪谷、康桥圣菲、三庆大学商业街马上步其后尘。

据了解,受双限政策影响,对市区客源有很大依存度的郊区盘面临客源危机,他们纷纷“排兵布阵”,开拓销售渠道,一场轰轰烈烈的抢客大战已经开始。



碧桂园凤凰城销售人员到市区某商场门口“练摊”

摄影/田晓涛

城里客

占销售份额三四成

重汽地产曾就其开发的重汽·翡翠东郡做过统计,2011年2月,来自济南市区的购房者占整体销售的两成左右,而位于长清园博片区的常春藤项目销售部负责人贾宏涛则表示,限购前,济南客户占60%-70%。受调控影响,两地的市区买家大幅削减,“大多数的客户来自项目周边,济南客户不到一成。”重汽房地产开发公司销售经理左佳谈到。

目前翡翠东郡每个月都能成交50-60套房源,但来自济南的购房者比例正在缩小。2010年重汽翡翠东郡开盘前,即在澳利大厦设临时接待中心,目

前将火炬大厦作为外展点,但是火炬大厦只是起到一个办事处的作用。

调控当道

溢出性需求回流

因居住环境优越,郊区置业一度成为热点,但是目前销售状况却陷入低谷。“限购的打击是致命的,园博园周边的高端盘如别墅一套房的价格都在500万左右,能够买该产品的一般都被限购。”贾宏涛谈到。“但是高层产品卖得还不错,即使是洋房产品,也能在市场上有所斩获。”康桥置业韩隆认为。

而中国重汽房地产开发公司营销经理左佳则将郊区盘陷

入困境的原因归结为溢出性需求的回流。“房价高的时候,很多买不起房的人只能被挤到周边,如经十东路章丘区域,但是市区刚需房的降价导致部分需求回流——市区的房价达到预期,形成购买,这也影响了部分章丘楼盘的成交。”

据了解,在东部的恒大名都目前价格在6000元/平方米左右,对部分刚需客户还是有较大吸引力,但是重汽翡翠东郡也屡屡推出周末特价房,以3580元/平方米的超低价扳回一局。

抢客大战

即将爆发

目前,碧桂园已经派销售人员到济南市的银座、乐购门店“练摊”,记者看到,除了销售人员,还有部分学生在派单。一位销售人员谈到,这种外出拓客的方式之前很少用,由于消费者最关注的产品价格尚未确定,所以效果并不明显。一位路过的购房者询问碧桂园凤凰城的售价,销售员表示,别墅的价格不会过万,高

层住宅的价格则会参考周边其他项目。而碧桂园济南公司营销经理刘地生对济南市场则充满信心,称项目将有70%的购房者来自于市区。

由于非第一居所,很多郊区置业的高端客群往往按兵不动。于此对应,鲁商常春藤等长清项目开始了周末楼盘巡展,变被动为主动,充分挖掘客户。而中建瀛园、原乡溪谷、康桥圣菲等楼盘也表示,将参与2012万人团购节,以较低的优惠价格争取到更多市区买家份额。

(楼市记者 娟娟)

一周楼市

中海业主参与爱心读书活动

4月27日,中海国际社区业主参与了济南电台Music88.7举办的“点亮小

桔灯,同读一本书”爱心读书活动,多位爱心业主走进临沂市平邑县临涧镇

中心小学,为孩子们捐赠了图书、电脑、乒乓球台、篮球架等文体物品,并和孩子们一道联欢。爱心与智慧的传递,让每一位学生能够亲近书籍,收获知识,为精神打底,为人生奠基!

平邑县临涧镇中心小学,教学条件比较落后,条件艰苦,但并没有阻挡住孩子们学习知识的热情和对书籍的渴求。他们与城市孩子一样天资聪颖,却因经济条件的不允许,享受不到阅读课外读物的快乐,学校也无法给孩子们创造良好的阅读

环境。此次活动,在中海国际社区爱心业主的大力支持下,“小桔灯爱心读书活动”义卖点在中海国际社区正式启动。短短的一周时间内,共计收到2万多元捐款及1000册图书。1000册图书就是1000个爱心,就是1000个希望。

关爱从不停歇,爱心永无止境。未来,中海国际社区业主将把“小桔灯爱心读书活动”作为一项长期活动悉心呵护,让更多需要帮助的孩子感受到社会的温暖和关爱,用知识照亮孩子的未来。



相关领导出席爱心读书活动启动仪式

名泉春晓

A街区样板间开放

南益名泉春晓A街区于5月6日上午在售楼处外举行了盛大的样板间开放启动仪式。南益地产山东区域负责人以及名泉春晓业主、媒体代表,近百名嘉宾共同出席并见证了本次启动仪式。

A街区4.49米层高的LOFT精品公寓、超高性价比的小户型和多样化的置业选择,令众人赞不绝口。A街区是南益地产继2011年推出名境住宅组团、名泉中心全新写字楼后,于2012年创新打造的全新产品。A街区分为A座约36-52平米精品LOFT公寓和B座约72-75平米精致两房,都是中心区域内不多见的产品。名泉春晓·A街区,在整合其余业态价值后,也实现了吃喝玩乐一条龙的生活方式,商业区的配置,令居住其中的业主在拥有快乐生活的同时,更尽享了时尚消费。

南益地产负责人在接

受采访时,对名泉春晓及A街区充满信心,认为这座55万平米国际新街区在全面绽放其繁华盛貌后,将给济南市民带来前所未有的一站式国际品质生活体验。

南益集团深耕济南8载,坚持贯彻“建筑人居梦想”的理念。4.49米的LOFT跃层,在一层之上还可再得一层,实为业主着想,超高性价比的全明小户型也降低了业主的准入门槛。可以说A街区填补了天桥中心城区刚性需求、投资需求的空白。社区内18班幼儿园、36班小学,9年星级教育,A街区均可共享,业主的孩子们从出生就拥有了精英式教育。长途汽车站、火车站都近在咫尺,拥有多条公交交线的A街区,交通也是相当便利。作为位处城中心的A街区,必将再次聚集超高人气,创造名泉春晓的又一次热销奇迹。

五月楼市打响刚需战

进入五月,省城楼市住房销售进入强销期,随着三四月份房地产市场刚性需求的有效释放,抢占区域刚需购买客群、促成刚需成交成为当下开发商销售的首要目的。

刚需以价换量

今年3月以来,20%左右的降价楼盘贡献了楼市80%以上的成交量,购房者用实际行动提醒开发商——无降价不成交,促使“以价换量”成为部分开发商共识。

记者采访了解到,市区内地段频现“6字头”项

目,先前预计8字头开盘的房源,也转身带上7字头帽。一季度销量榜前几名中,亦多有楼盘实质性促销,单价下调10%-15%。开发商调价促量、银行利率放松迅速激起刚需入场,以价换量成为楼市主旋律。

据悉,保利·海德公馆推出五万抵十万的购房优惠,海外·中央花园保价房策略在某种程度上坚定了刚需购房的信心。此外,明湖·白鹭郡、鲁商·常春藤、丁豪广场、绿地泉景园、恒大城、中海国际社区、鲁能·领秀城、南益·名泉春晓等刚需楼盘,也

都一直不断推出优惠政策,刚需房优惠已遍布省城各个角落。

寻找价格与需求平衡

刚需中80后置业已经成为消费主力,55%的80后想通过拥有不动产而产生精神的归属感,这已经超越了传统意义上“为结婚而买房”的需求。刚性需求购房注重什么?采访中,外海置业相关负责人称:“目前济南刚需市场产品较为丰富,客户选择余地也较广。刚需购房群体产生关注、比较的问题主要体现在房价合理区间

下的产品高性价比,这也是同质产品中较为直接的对比方式。”除价格因素外,他还表示,刚需消费会更加注重开发商的品牌实力以及地理位置的便捷性。对于开发商而言,如今楼市的暴利时代已终结,在越来越理性的市场下找到价格与需求的平衡点,才能把握市场动向,找到真正的客户群。2012年楼市调控继续,仅仅靠营销拉动刚需的做法,后续乏力。从需求入手的市场细分和产品打造被提升到了开发商中长期的刚需发展战略中。

(楼市记者 贾婷)



客户参与游戏互动