

刚需盘当道

省城高端项目夹缝求存

楼市调控之下，中低价位、小户型刚需楼盘当道，成为当前和未来一段时间内房地产市场主力。通过团购以及各种名目的降价促销，刚性购买甚嚣尘上，而偏安一隅的别墅及大户型低密度产品则被“限”字挡住“财路”，为求生存，在下半年寻求突围之道。



多形式营销吸引人气

章丘的龙园城别墅项目迫于刚需当道的市场压力，在营销方式上也是降下身段，深入到民间“寻宝”。营销有关负责人王蒙说，他们现在常组织销售人员进入济南市区进行楼盘巡展，在一些高档小区和机关单位宿舍设点宣传，效果也不错，一天大概有3—4批到访客户。此外还借助老业主以及金融机构的VIP客户资源，通过定向邀请寻找潜在客户。

在长清，鲁商御龙湾已经开始了三期房源的加推认筹，打出“5万抵15万”，品鉴纯别墅风情的口号，并辅以“山东跑车俱乐部筹建会员见面会”等活动，以豪车纯墅吸引高端人士的眼球。同一区域的中建瀛园在继“五一”期间取得一定的洋房销售业绩后，随着其中式园林的建成，也准备在6月份举办产品品鉴会。

山东中原投资顾问总监薄夫利认为，基于人们居住意识的提高，从长远看，低密度住宅发展潜力巨大。但在短期内，特别是调控时期，包括别墅在内的低密度住宅面临着销售尴尬境地。同时他认为，由于济南市场发展的特殊性，相比一线城市，济南高端产品在地段、配套等方面仍处于中高端向豪宅前进的中间产品阶段，吸引高端客户决心购买的“点”也有限，这也使得济南的高端楼盘需要在产品打造及营销上下更大的功夫。

(楼市记者 田园)

降价不作为主要手段

在刚需楼盘大张旗鼓降价的时候，高端楼盘也开始羞答答地调低价格。记者调查了解到，一些楼盘项目表面价格坚挺，而到了现场与置业顾问对面进入实质洽谈时，每套房源则有着几万到几十万的议价空间。

位于省城南岸一新别墅项目，其相关负责人透露，原本

欲以每平米4万元左右的价格出售，鉴于资金压力，日前调整为以3万元的价格预先出售几套以缓解资金压力。据了解，该项目目前已封顶，处于装修阶段。由于装修标准较高，每户有独立电梯，且有着很大幅度的面积赠送，更重要的是市区别墅产品的稀缺性，除非迫不得已，开发商不会以价换量，整体“贱”卖产品。蓝石大溪地营销总监于健认为，高端产品降价对高收入人群不是主要

吸引力，具有购买资格以及楼盘本身的品质才是关键。

“不管下一步市场如何发展，我们下半年是肯定要有动作了！”位于邢村立交西的九英里灏苑项目营销负责人郭振楠说道。据了解，欲引入国际顶级全数字化智能家居系统，打造济南首席智能化山景豪宅社区的九英里灏苑，目前整体已经封顶，正在进行售楼处以及样板间的装修。郭振楠表示，项目前期已经进行了一些

形象宣传，下半年无论怎样都要开盘面市。业内人士渠先生分析，以往观念中，购买大户型住宅往往被当做改善型需求或投资性需求，其实存在误区，我们常说“适合的才是最好的”，不同的产品对应不同的消费人群。不可否认，部分人群购买大户型住宅用于自住，从这个意义上来说，大户型住宅其实是另一种类型的刚需房，因此，不消极等待，积极推盘也是顺势而动。

昨天 十年，济南城央稀有大盘，精心改造兴济河、刘长山，打造山水生态住区，坐拥极致配套，美乐汇、美爵酒店、名流会……联合六处教育机构，成就360°全功能生活系统。



今天 名校入驻 教育再升级

九年制公立中小学强势入驻，联合打造12年全程外语教育
9月1日，正式开学！



H1栋楼即将开盘，52—142m²公园新品，五重超值优惠，敬请期待！

5 公园五区

国际生活·济南中央

sunshine
阳光
100