

## 年底频繁加推房源

## 品牌房企抢岁末“蛋糕”

近期,碧桂园凤凰城的营销人员,异常忙碌,11月3日沿街底商刚刚开盘,紧接着11月10日高端产品系钻石郡样板间开放,随后的11月16日全新加推150套别墅。

其实碧桂园凤凰城并非孤例。2013年的最后两个月,各房企纷纷推送房源,抢占更多市场份额。

近半月10楼盘加推  
年底市场远超往年

记者从合富辉煌山东公司提供的一周成交记录里面看到,在11月的两个周末时间,已经有银丰唐郡、明湖白鹭郡、凯旋公馆、名辉豪庭、恒大翡翠华庭、中建锦绣城、华润仰山、保利华庭、万科天泰金域国际共9个楼盘开盘或加推。

从事地产调研的李壮告诉记者,其实最近开盘的远不止这些楼盘,其中11月8日济南万科城就选择再次加推,推出了几十套房源。

这位业内人士告诉记者,这么密集的开盘,尤其是到了年底的淡季,非常少见。这一方面说明大家看好眼下的市场,另一方面说明多数房企还存在一定程度的压力,力争抢更多的蛋糕。

## 市场好过预期

## 众房企超任务在望

从合富辉煌提供的成交周报来看,11月10日恒大翡翠华庭首次开盘推出精装大平层,主力户型为144平米的三室,164和

204平米的四室,总共推出534套房源,最终开盘当天销售321套,成交达到6成。

一位资深编辑向记者表示,在此之前西客站一直是以刚需产品为主,多数购房者是在市区涨价效应下,被迫选择郊区包括西客站进行购房,所以他并不看好在这个区域做改善性产品,尤其是恒大翡翠华庭这样的精装大平层。“可是市场就是如此,真的让人太惊讶了,在这个区域这类产品也可以卖得这么好。”

在这种市场行情的作用下,各房企年度任务完成在望。记者从济南碧桂园了解到,今年济南碧桂园凤凰城的销售任务是9个亿,目前已经有8个亿的成交。

济南碧桂园凤凰城一位内部工作人员告诉记者,“年底完成9个亿的任务,是板上钉钉的事情,在此基础上进一步冲击11个亿甚至更高的销售目标。”

## 年度任务无挑战

## 部分房企上调指标

不少房企负责人告诉记者,出于工作思路和市场考虑,去年底制定新一年销售任务的时候,年度任务定的并不太高,但是今



碧桂园凤凰城高端产品系钻石郡样板间开放吸引不少业内外人士

年市场突然爆发,不少房企在完成年度任务后再次调整目标。

记者从绿地山东公司了解到,今年该公司年度任务50个亿,目前已经完成50多亿,其中济南公司就销售46个亿。一位工作人员表示,为了冲刺年度60个亿的销售目标,最后的两个月,济南公司的绿地卢浮公馆和绿地新里爱丽舍公馆,都将推出最后一个楼座的货源,保证在年内清盘。

而连续多年蝉联济南销售

冠军的中海地产,今年第一次遇到其他公司的挑战。记者从公司内部了解到,本来今年的年度任务是30个亿左右,但是由于市场好于预期,目前已经完成40个亿的销售目标,年度任务也调整到50个亿左右。

## 少数房企着手控量

与部分房企冲量,抢占市场份额不同的是,部分房企发展迅

速,在年底之前开始控量。记者从万科济南公司了解到,今年销售任务是16个亿,进入济南一年,到目前为止两个楼盘取得了20个亿的销售额。

一位内部工作人员告诉记者,“考虑到明年的销售任务,以及项目的运营成本和工程进度,今年年底万科城和万科天泰金域国际还各有一个楼座加推,我们总的工作思路已经进入控量阶段。”(楼市记者 刘万新)

## 恒大自营矿泉水品牌锁定高端市场

11月10日,恒大集团宣布推出一款高端矿泉水产品——“恒大冰泉”长白山天然矿泉水。这款由恒大倾力打造的饮用水产品,经世界权威鉴定机构——德国Fresenius检测,“口感和质量与世界著名品牌矿泉水相近,部分指标更优”。一经推出,售价已达3.8元一瓶,直接锁定了都市高端人群。

定位高端,  
因拥有优质水源

随着生活水平的不断提高,人们对饮用水水质安全和健康标准的要求越来越高,高端消费群体对高档水的需求也在不断增长,而目前市面上在售矿泉水产品定位多为中低端。在恒大冰泉的发布会上,国务院资深参事、水文学家、勘察大师王秉枕告诉记者:“水也分三六九等,目前国内生产矿泉水的企业有上千家,通过品水,我们可以分辨出水质量的好坏,品水有三个关键指标,分别是色泽、气味和口感。而恒大冰泉矿泉水则色泽纯净且无异味,口感清澈。”恒大冰泉的产地源自高海拔的长白山银龙泉,远离污染,独特地貌使其水质富含微量元素,呈弱碱性等更加适合人体所需要,并且该等深层矿泉是经过地下千年深层火山岩磨历,百年循环,吸附、溶滤而成,水温常年保持在6—8摄氏度,属珍稀的火山岩冷泉,更加珍贵。恒大冰泉还拥有符合世界最严格的欧盟矿泉水水质标准,其水质中的矿物成分及含量相对稳定,水质纯净,



零污染,口感温顺清爽,富含丰富且均衡的人体所需铜、硒、锶等20多种微量元素,特别含有国内罕见的锂元素能促进血液循环,对多种老年性疾病、慢性肝病等疗效显著,且偏硅酸含量,是一般矿泉水的2—3倍,偏硅酸对人体动脉硬化具有软化作用,对心脏病、高血压、动脉硬化、神经功能紊乱等都有医疗保健作用。

喝矿泉水对身体十分有益,但偶尔喝一次是没有什么效果的。要想发挥矿泉水的保健功效,需要坚持长期饮用。据第六次全国人口普查数据,长白山脚下的靖宇县,由于常年饮用长白山矿泉水,百岁以上老人占比是全国平均水平3.6倍,源自于此处的恒

大冰泉属于天然优质矿泉水,坚持饮用,会让身体感觉越来越畅快,提高人体免疫力,健康长寿。

据了解,作为高端矿泉水,恒大冰泉将主要消费群体锁定为都市高端人群。研究表明,该类人群受教育程度较高,注重自身及家人健康,追求时尚,善待自己,消费有主见,及有较高的偏好度和忠诚度,注重一些体验式的消费,追求高层次精神享受,与恒大冰泉的定位和品质相一致。随着市场经济的不断发展,都市新富人群不仅追求满足生理需求,更能满足心理以及情感上的需求,这个群体慢慢地变成饮用水产业的主要消费者,选择这样的消费群体作为目标消费人群具有很大的

发展空间和市场。

建立直销批发点,  
快速服务消费者

在销售上,恒大冰泉将借助恒大地产特色产业平台,打造多元化的立体营销渠道服务平台,全方位满足消费者的需求,并设立全国客服热线,定期客户满意度反馈机制等提升产品美誉度,快速服务于消费者。

恒大冰泉将以终端直营渠道和现代渠道为主,以特通渠道和经销商渠道为辅,建立起立体营销网络。还将建立一套独立的饮用水系统,把恒大天然矿泉水纳入楼盘社区系统,使之成为恒大

物业的一大亮点,为物业提高附加值。同时还将在全国超过130个城市、逾200个项目、各地区恒大酒店、恒大影城、健康养生会所等设置产品展示零售店;并且将开通“恒大矿泉水”网上商城。该等举措不仅令恒大冰泉的销售渠道更加立体,也将为消费者提供全方位的后期客户跟踪服务。

里皮、郎平任推广大使,  
传播健康饮水新概念

恒大冰泉发布会当天,还举行了全球推广大使受聘仪式,广州恒大足球队主教练兼恒大足球学校校长里皮、中国女排主教练兼广东恒大排球俱乐部主教练郎平、前世界足球先生菲戈、前西班牙与皇马双料队长耶罗,将同时担任恒大冰泉的全球推广大使。

里皮、郎平两位世界冠军级教练分别在足坛与女排界享誉全球,菲戈、耶罗则作为皇马巨星夺得过无数荣耀。四人均曾长期在欧美执教或生活,对国内外饮用水的习惯和理念都有独到的心得。他们表示,无论是作为教练还是作为球员,都一直很注重饮用高质量的水。他们认为,欧美公众更注重饮用高品质的天然矿泉水,认为这将极大影响人的健康水平。而在国内,目前公众对此的观念还相对比较薄弱。相信恒大冰泉长白山矿泉水的横空出世,将带动更多的人注重饮用健康好水,塑造健康生活。

广州恒大足球队主教练里皮表示,恒大冰泉是恒大最新推出的重磅快消产品,相信它的成功上市会帮助恒大集团取得更大成就。(楼市记者 韦超婷)