

品牌力量



泰安房地产公司2013年上半年
开发销售业绩报告(一)

“想在高新区买套房，咱‘看房团’群里有啥好建议，那边的房子到底怎么样？”“谁知道这个楼盘质量如何？性价比高不高？”在本报“看房团”群里，总有网友询问楼盘情况。

不管买什么东西，我们都习惯找“懂行”的朋友打听打听情况，尤其是汽车、房产这种“大件儿”，要是不听听别人的意见，总是拿不定主意。毕竟，

对大多数普通人而言，无论是买车还是买房，汽车平台技术或建筑质量是永远捉摸不透的，选择的过程中，很多人更信任口碑和品牌。

现在泰城楼市已经成为本地房企、省内房企、全国性房企分羹市场的格局。随着本地房企越做越强，口碑效应越来越突出，曾有一位地产公司总经理说，他们项目4成购房者是老

客户，有一个新项目有30%的客户是前一个项目的业主介绍来的。

与此同时，一二线城市领军房企的进驻泰城，也尝到了大品牌在三四线城市的甜头。西部一楼盘刚一落地，大户型立刻销售一空。完美诠释了大品牌的号召力量。

口碑是一种积累，品牌更是一种实力的体现，2013年行

将过半，这些大品牌、大项目销售如何？本报《黄金楼市》近期策划推出《泰安房地产公司2013年上半年开发销售业绩报告》系列专题，披露各公司上半年的销售情况和下半年的开发计划。让老百姓掌握各公司的情况，安心买房，放心出手。

《黄金楼市》房产工作室