



日照海景房展区吸引众多济南市民驻足。本版图片/本报记者 李玉涛 摄

生活环境好,价位又适中

日照海景房受泉城市民青睐

本报记者 李玉涛 发自济南

22日下午4点半,“展会结束,场馆即将清场,请观众和参展商尽快离开场馆”的声音回响在济南舜耕国际会展中心。至此,为期三天,由齐鲁晚报·生活日报主办的2012第26届齐鲁春季房地产展示交易会圆满结束。日照海景房因其生活环境好、价位适中受到了泉城市民的广泛关注。

20日早上八点半,虽然尚未开幕,但济南舜耕国际会展中心已是热闹非凡,人头攒动。位于南门广场的主席台上已摆放好了各种鲜花、立式麦克等,静待开幕式,漂亮的导购小姐也成为房展会上一道风景。

市民先问距海多远

日照海景房展区位于展馆的西北方,20日上午八点半,已有不少人前来咨询,六家参展地产公司的工作人员则在详细地介绍房源信息,引导台上摆放着各种房源资料。10点多,随着展会的开幕,大量的观众开始涌入场馆,日照展区也围满了咨询者。

“距海有多远啊?”一位市民问道。工作人员拿出早已准备好的地图,向咨询者详细地介绍其房源与海的距离。日照城建集团刘经理介绍,此次参展,他们主要是来看看济南市场的反应。“我们这次来也是为了学习,学习他们如何做市场推广。”

日照兴业房地产开发有限公司的王经理说,公司为此次展会做了精心准备。记者看到在他们巨大的喷绘上,背景是日照局部地图,热销的项目用红色标注,即将公开项目用绿色标注。

“这是我们第一次来济南参加齐鲁房展会,以前济南的客户在我们这买房的并不算太多,但是展会期间,我发现很多人都关注日照的海景房。”王经理说。

来省城学如何做推广

日照天德房地产开发有限公司胡经理说,这次齐鲁房展会让他很受震撼,是一个很好的学习机会。“我发现济南市民对日照的海景房关注度比较高。”

山海天城建集团的焦经理介绍说,此次展会,他们共有5个项目参展,别墅、住宅、商业均有涉及。“这次来参加展会,其实我们是抱着学习的态度来的,看看其他一些大的房地产商都是怎么推广宣传自己的。”他说,其客户群里大约有一半是日照本地人,一半是外地人,其中省外以北京、上海、山西、河南居多,省内以临沂、淄博、东营、济宁居多,济南的客户虽说不算太多,但20日一上午,他们的置业顾问就登记了大约30多个意向客户的资料。

三原因致日照海景房受宠

焦经理向记者分析道,日照海景房为何备受关注。“首先是环境好,我们日照获得了联合国人居奖;二是价位适中,跟青岛的海景房相比,我们的价位低;三是市区靠近海边,我们的海景房不但距海近,而且周边的配套设施完善。”

绿茶、古筝添文化韵味

观众不但能一边挑选喜爱的海景房还能欣赏到茶艺表演。在展区中央的玻璃展示舞台上,来自山东日照碧波茶业有限公司的两位茶艺师为观众展示了独具特色的茶艺表演,观众可以免费品尝日照绿茶。一旁的古筝表演与茶艺表演相得益彰,让整个日照展区徜徉在浓浓的氛围中。



一房企工作人员向消费者介绍房源。



选房前,市民总要先了解透彻。



茶艺和古筝表演相得益彰,日照展区洋溢着浓厚的文化氛围。

●市场观察

六成多意向客户 年龄在40岁以上

本报记者 李玉涛

记者观察发现此次齐鲁春季房展会,前往日照展区咨询的消费者以中老年人居多,并多对日照有所了解。而客居他乡的日照人或临沂人等返乡工作,则促成了年轻人选择在日照置业。

“大部分到日照买海景房的人要么是度假用,要么是投资,所以一般都是成功人士,年龄自然会偏大一些。”21日,日照荣安集团甄经理说,在他们所接待的意向客户中,至少有60%的人是40岁以上的。

记者在现场看到一对夫妇,年龄大约在50岁左右,他们转遍了日照六家参展企业,每一家的宣传资料都拿了一份。“回去好好比较一下,我们打算买房投资的,要是前几年买就好了。”夫人刘女士说。

太阳海岸项目的现场置业顾问详细地记录了意向客户的资料,包括联系电话、年龄、籍贯、工作、客户情况等。记者看到在她们所登记19名意向客户中,仅有6人是40岁以下的。“我们记的这些称呼大爷或阿姨的年龄都是较大的,很多人是60岁以上的。”其中一名置业顾问刘鑫说。

兴业集团置业顾问潘光臣介绍说,对日照海景房比较感兴趣的客户中,很多人的老家是日照或之前去过日照,对日照有所了解。

日照城建集团的置业顾问张清介绍说,她们登记的15名意向客户中,仅有4人是40岁以下的。“年轻人多是老家在日照或日照周边,目前在济南工作,打算回日照定居的。”她说。

记者在现场也碰到一位这样的年轻人,小陈今年24岁,老家是临沂莒南,在济南工作已有两年。“之前经常去日照,对日照印象挺好的,我主要是喜欢日照靠海,环境好,路宽,不堵车。”小陈说,他不打算在济南长呆,计划去日照工作、定居。“我坐车到临沂要20块钱,到日照才10块钱。”小陈笑着说。