

圆安居梦——住博会特别报道



19日,住博会现场来了众多市民,看楼盘看演出,好不热闹。记者 李泊静 摄

住博会开幕,第一天成交156套

刚需楼盘占据半壁江山

本报7月19日讯(记者 李园园 实习生 李晴晴) 19日,2013中国(烟台)国际住宅产业博览会在烟台国际博览中心开幕。尽管当天下起了雨,但没浇灭购房者的热情。记者从住博会组委会了解到,住博会首日,房地产业意向成交量1668套,实际成交量156套,成交额达1.05亿元。

“82平方米、三居室,一口价38万元!”19日,在住博会现场,开发商除了送上“小恩小

惠”,更在价格上让利,许多楼盘还推出了特价房。

从参展楼盘来看,刚需楼盘依然占据半壁江山。尤其是芝罘区、莱山区、开发区的参展楼盘,大多数是中小户型刚需项目。

“来住博会转转,就是为了看看有意向的几个楼盘有没有推出优惠活动或特价房。”在莱山区上班的小张说,莱山的楼盘价位有点高,他打算去芝罘区南部新城买房,那里有不少价位合适的刚需楼盘。

住博会现场,芝罘区南部新城的保利·紫薇郡、桦林·颐和苑、中正公馆等多个刚需项目,吸引了不少购房者,尤其是保利·紫薇郡的展位,一上午都围满了购房者。

相比去年,开发区的项目也多携带刚需房源而来,因为今年开发区项目多,又有一线房企入驻,各个开发商打起价格战,单价有的跌破4000元/平方米。低价位的刚需盘赢得了不少年轻置业群体的青睐。

高新区各个项目的展台前也停留了不少购房者。高新区的参展项目多是烟台二中新校区附近的楼盘,不少客户也都是奔着学区房来的,既有自住需求的,也有投资的。

住博会组委会介绍,住博会首日,房地产业意向成交量1668套,意向成交额12.5亿元;实际成交量156套,实际成交额1.05亿元;建材部品实际成交1826件,实际成交额1016万元;全天共有8.2万人次参观。

住博会看点 数字说话

168万
168万元家具亮相住博会A馆

住博会A馆是建材家装家具展区,馆里惊现一套价值168万元的大红酸枝家具,引起许多市民关注。据了解,这套天价红木家具是由一位名叫杰克的巴基斯坦红木商人带来的,为参加住博会,不会讲中文的他还特意聘请了一位翻译。

本报记者 李园园 实习生 李晴晴

300
300杯冰粥 开发商免费送

住博会上,为吸引眼球,各家开发商都使出浑身解数。相比往年,一些开发商提供的服务也更为亲民。其中一家开发商每天都给参展市民提供300杯冰粥,供市民解渴。

19日上午10点,在领海公馆展区前,许多市民排起长队。原来,展区工作人员正在现场为市民免费发放冰粥。“大热天的,发点这东西很好,很亲民!”一位领到冰粥的市民,尝了一口赞不绝口。

据介绍,住博会4天期间,领海公馆每天都会向市民发放300杯冰粥,上下午各150杯。发放时间为每天上午9-11点,下午1-4点。

本报记者 秦雪丽

住博会现场亮点多

3D效果照片 免费拍免费洗

现场,一些开发商还提供了许多娱乐设施。在天马相城展区,商家提供免费拍摄3D效果照片的服务,并现场洗出照片赠送,引来众多市民捧场。

“拍张照片吧,这是3D效果的照片,免费的!”在天马相城房产展区,一位工作人员向过往的市民积极推销。所谓的“3D效果画面”,其实是一张很有立体感的背景图画,很大,有山有水有悬崖,站在前面拍照,洗出来就有立体效果。

据介绍,这幅背景图画是前不久专门请一位日本手工画的,花了20多万元。

本报记者 秦雪丽

学士服、长袍大褂 现场上演“服装秀”

住博会第一天,开发商铆足了劲推销。为吸引眼球,许多推销人员都在着装上下功夫。

19日,住博会现场正在上演“服装秀”。有的推销人员身穿学士服,在大厅内向市民发传单,推销学区房。“这些学士服都是开发商提供的,我们许多同学都在这做兼职。”大学生小李笑着说。

除了学士服,有些发传单的人员还身穿长袍大褂,颇有仙道之风。“这个楼盘位于昆嵛山,主要打的就是道家文化。”一位工作人员介绍,之所以穿成这样,也是为更好地彰显房产特色。

本报记者 秦雪丽

比基尼美女 发放礼品

走进住博会展馆,首先被吸引的并非展区展示的楼盘户型或者直降数千元的优惠力度;而是各个房企别出心裁的营销方式。现场常常出现这样的场景:一拨又一拨的大爷大妈,手拎各种房企的袋子,争相排队参加抽奖、送小礼品、免费品尝冷饮的活动。

房企的营销方式多种多样,如免费给市民提供消暑冰激凌、烤蛋挞请市民免费品尝,有的推出“你看房,我送电影票”的活动,还有的以比基尼美女发礼品来吸引眼球。

本报记者 李园园 实习生 李晴晴



市民在免费拍摄3D效果照片。记者 李泊静 摄

不到一小时,收了两手提袋宣传单

宣传单满地飞,保洁员扫不及;逛展会,请别随手扔

见习记者 吴江涛

“一上午了,啥事儿没干,一直在弄这些单页!”国际博览中心的保洁人员一边说一边收拾起脚下丢弃的单页。19日上午,开幕式过后的广场以及整个展览馆的地面铺满了被丢弃的广告单页,甚至广场的水池里也漂满广告单页。

单页是房地产商借以宣传的重要手段,为了更吸引人,房地产商往往在展会请专业的人员设

计,采用精美的图纸印刷。本届住博会,大量开发商参展,也带来了数不胜数的广告单页。

开幕式前,各大房地产商便招聘了大量的兼职人员在广场上发放广告单页。19日上午,记者到住博会现场,刚一下车,便有几个围上来,往记者手里递广告单页。无论是在走路还是站着,每隔半分钟,便会又有单页递上来。广场上几乎每位市民手中都拿着大量广告单页。

从国际博览中心的出口到

下台阶,不过两三米的距离,就有十几家开发商的兼职人员在发单页,有市民出门时还是空手,下台阶手里的单页已经拿不下,只能任其掉在地上。一位市民说,在馆里转了不到一个小时,就已经收集了两个手提袋的广告单页,这还不算丢掉的。

不但广场上,展览馆里也被丢弃了许多宣传单页。而在三个馆相连的通道上,还有不少人在发放单页,大部分单页

都被随手丢到地上。旁边,几位博览中心的保洁人员拿着扫把在旁边收拾,已经满脸汗珠,单页丢弃的速度太快,他们只能快速地大略扫一下。

“根本打扫不及!”一位保洁人员说,“其他博览会没有这么多,一上午了,啥事儿没干,一直在弄这些。”

一位发放单页的兼职人员说,单页要发放到一定数量才能拿到工资,至于其他,不是他们操心的事儿。

15
老年公寓受青睐 一天卖出15套

住博会C馆最后一排,一个小小的展位吸引了许多老年人,这是高新区御花园老年公寓的展位。“我们是第一次参加住博会。”该公寓负责人张宝英说。

“79平方米的不错,就买这个吧?”在沙盘前,一位购房者询问身旁老人的意见。

还有许多老人对该楼盘表现出浓厚兴趣,“关键是有许多养老设施,还可以跟许多老年人一起玩。”“4000多元/平方米的均价很低,产权等各方面跟一般商品房也没什么区别。”前来选房的赵女士说。

“第一天本来想着来的人不多,没想到卖出去了15套。”张宝英说。

本报记者 李园园 姜宁 实习生 李晴晴 曲晓芳