



2014烟台住博会

# 开展首日,多套特价房成交

## 住博会上,“特价房超市”最具人气



住博会现场,美女不倒翁在发放宣传单,吸引不少人驻足观看。见习记者 吕奇摄

本报6月20日讯(记者 李园园 王永军) 20日,2014中国(烟台)国际住宅产业博览会开幕,开展首日最受关注的莫过于“特价房超市”,多个项目都有一两套的成交。

在“特价房超市”展区,记者看到,不少市民盯着上面的房源优惠信息仔细查看。“从年初就在关注房地产,生怕买了后降价,听说住博会推出特价房,能便宜不

少,这不一大早就过来看看。”牟平区的赵先生说,想在芝罘区或莱山区买套房子,过几年给孩子当婚房。

“看中好几套,不过我觉得还得实地看看这些房源究竟好不好。”市民陈先生说,自己手头资金有限,想着最大优惠购得房源,这次推出的特价房源不少,他挑选了几个准备趁周末和家人去看看。

“我们这次一共推出了17套特价房源。”芝罘区金帝佳

园销售顾问田先生告诉记者,优惠幅度不一,力度最大的一套房子降了10.2万,市民还是能得到不少实惠的。当天上午,他们推出的一套优惠房源就已经售出,“实打实的价格优惠,肯定能打动不少人。”

20日下午,在“特价房超市”展区,不少项目负责人称,有不少意向客户,当天也有一两套的成交。

除了最具人气的“特价房超市”展区外,展馆内各开

发商也使出浑身解数来吸引客户,许多楼盘推出现房、准现房,成为本届住博会的一大亮点,一些新楼盘也纷纷“搭车”住博会,在购房者中先声夺势。

此外,在住博会开馆仪式上,烟台市房地产业协会举办了全行业绿色建筑行动倡议签字活动,百余家房地产企业、建筑施工企业、建材企业、物业企业积极响应,在“绿色建筑倡议书”上签字。

## 烟台有了“私人定制”别墅

在寸土寸金的城市,拥有自己的房子已是件不容易的事,还能按照自己的意愿建房子似乎更是天方夜谭,不过,在烟台的“土豪”们将有机会构建属于自己的私家庭院。在本届住博会上,锦龙湖项目推出湖畔庄园别墅,可以根据客户的喜欢和需求,量身打造“私人定制”别墅。

在喧嚣的城市,千篇一律的高楼大厦压得人喘不过气来,不少“土豪”纷纷逃离城市,选择在郊区山清水秀之地居住,这成了“土豪”阶层的一种生活趋势。烟台锦龙湖开发商敏锐地观察到这一点,在门楼水库南、合卢山北、国露寺旁占地270万平方米,开辟出一片“顶级私家庄园定制别墅”。

锦龙湖庄园别墅产品有双拼、独栋、联排等多种类型,但并不是千篇一律,而是根据客户需求,打造多层次的产品,涵盖大独栋、小独栋、双拼、公寓等多种产品类型,客户可以根据自身喜好和需求选择居所位置,以及自主打造内部空间等,真正做到私人定制,让房子富有个性化。

自然,锦龙湖庄园别墅区少不了“庄园”,该项目根据客户选择的地块位置及产品形态,赠送不同大小面积的私人庭院,可以作为果园、花园等,让来此居住的人享受到回归田园的庄园生活。

本报记者 李园园

### 增加人气,商家各有妙招

#### 美女不倒翁博人眼球

住博会上房产商云集,想要吸引市民的眼光,必须有足够的创意才行。绿叶置业用一款美女不倒翁出奇制胜,成为市民关注的焦点。

在绿叶置业五彩都会展馆前,一个美女不倒翁参与互动,引来众多市民围观。记者看到,一个美女站在一根立柱上,身着白衣,下身被一个白色的圆球包裹,随着立柱不断摇摆,但不会倒下。这个创意让不少人感到惊奇,都被美女不倒翁迷住了。

“站在上面的感觉还是蛮好玩的。”站在立柱上的美女叫赵艳秋,是山东工商学院一名大二学生,她说,真没想到有这么多人喜欢。

本报记者 王永军

#### 搬出“微拍神器”助阵

为了吸引顾客,有的商家搬出“微拍神器”助阵,顾客关注商家微信可免费洗照片,以此来吸引更多人关注其微信。微信营销成不少商家新一轮营销的手段。

20日上午,现场一些房产展位前,不少人排着队用手机扫描商家的二维码。“扫一下,可以免费洗照片。”烟台万科假日润园工作人员说。为了吸引人关注企业官方微信,商家搬出“微拍神器”。工作人员告诉记者,从开馆开始,前来扫码洗照片的人就没断过。

还有一些商家利用扫微信有奖、扫微信送礼品、扫微信有优惠等方式吸引顾客。

本报记者 李静

#### 展馆设成“诊疗中心”

“这个展馆还真的很特别。”住博会现场,来自牟平的融科迺海展馆设成“诊疗中心”,两位美女身着护士服,赚足了市民的眼球。

融科迺海销售经理孙鑫说,随着城市化进程加快,市民饱受着城市病困扰,比如上下班遭受堵车烦恼,他们就打起诊疗中心这张牌。孙鑫说,不少人不愿动弹,生活方式不健康,而他们项目位于养马岛附近,有足够的景观资源,让人轻松亲近大海。

“我们也想通过这种方式增加市民对楼盘的关注。”孙鑫说,创意的最终目的还是为了增加关注度,一天下来感觉效果不错。

本报记者 王永军

#### 艺人制作糖画增人气

作为烟台本土房产企业,祥隆集团理想城展馆因为一名民间艺人的互动,热闹非常。开发商利用民间艺人的互动,来吸引人气。

民间艺人陈卫恩来自江苏徐州,制作糖画已有不少年头,精美的糖画让不少参展市民拍手叫绝。只见他用一只小勺盛满糖稀,在案板上开始操作起来,不一会儿,一只栩栩如生的蝴蝶就出来了。

看到这些精美的糖画,不少市民想来一个,不过需要参加参展商的一个互动游戏,进行积分来获取。据了解,这正是开发商的营销策略,先拉过来足够的人气再说。

本报记者 王永军