

线上+线下、地面+空中、平面+视频,齐鲁首届O2O购房节开幕 购房节开进商场,惊喜多多

本报济南9月27日讯 (记者 喻雯 蒋龙龙) 26日,2015齐鲁首届O2O购房节首站在和谐广场与泉城百姓见面。此次购房节是对以往房展会的突破,走出会展中心,走进商场,更好地为楼盘聚集人气。此外,本次活动将集合报纸、客户端、微信、网站等媒体平台,利用视频、无人机等动态模式,结合现场置业顾问讲解,全面展示楼盘全貌。

26日上午,和谐广场人头攒动,中海、万科、重汽、鲁能、东拓等20家品牌房企的40多家楼盘“统一亮相”。统一的规划,统一搭建的展台,让市民一目了然。不少来商场购物的市民都“忍不住”到展台前一看。在工业南路附近工作的孙先生关注的是单位附近的楼盘,在他看来,平时如果去挨个逛,耗时耗力,不方便。“购房节开到商场里,一举多得,还能仔细对比对比各家楼盘的特点、价格等,效率高。”

“这是一次无人机看房,一次纸上房展,一次视频房展,一次微信联展,一次惠买房展,一次网络房展。”主办方介绍,通过报纸、齐鲁壹点App客户端、齐鲁晚报官方微信等,通过图、文、视频、在线互动多种方式,参展楼盘“集中亮相”。无论从项目整体情况,还是从全景效果图和户型图,购房者足不出户就能“准确、全面、详细、快捷”地逛展看房,轻松实现全新在

线看房选房体验,透明、准确。此外,此次购房节还将采取无人机航拍楼盘,从地面到空中,将社区全貌、施工场景、小区规划等一一呈现。

记者了解到,此次购房节将持续到10月底,除了西部的和谐广场外,还有东部的美莲广场(10月10日、11日)、南部的领秀城贵和购物中心(10月17日、18日)、中部的世茂国际广场(10月24日、25日)。结合每场活动的地点,重点面向的人群也将不同,市民可以根据自己的购房需求选择参加。

在此期间,每场巡展都会固定在固定时间放出一套特价房,现场优惠购房者。现场设置抽奖环节,2016年报卡、水票、情侣杯、彩虹伞、购物袋……惊喜连连。四场巡展最后,在现场认筹的购房者还能享受惊喜购房大奖。

整个全媒体营销活动为9月23日至10月8日。参与活动的楼盘为重汽1956、腊山御园、地平梦世界·华园、重汽莱蒙湖、重汽蝶泉湾、重汽翡翠雅郡、鲁邦奥林匹克城、中建长清湖瀛园、卓达香水海。

此外,本届O2O购房节正值中秋和国庆两个节日,主办方特设“晚报免费送”回馈泉城读者,前200名观展者可获得惊喜礼品一份。业内认为,此次购房节将成为“金九银十”房地产市场的有力助推器。



◀ 26日上午,和谐广场人头攒动,中海、万科、重汽、鲁能、东拓等20家品牌房企的40多家楼盘“统一亮相”。
本报记者 戴伟 摄

相关链接

参展楼盘信息

重汽1956: 143-196㎡ 大宅持续热销 90-140㎡ 精装房即将开放 优惠:2万抵4万, 买房送体感游戏机XBOX	莱蒙湖: 247-385㎡ 英伦湖景别墅 135-350㎡ 墅区洋房现房销售 85-245㎡ 精装养老住宅火爆认筹 优惠:认购:2万抵4万 认筹:1万抵2万	重汽蝶泉湾: 38-64㎡ 精装公寓火爆发售 53-110㎡ 小高层、洋房同期热售 135-290㎡ 别墅持续热销 优惠:看房团1万抵2万, 吃住游全免费
地平梦世界·华园: 95-135㎡ 一梯两户板式小高层, 钜惠认筹中 优惠:交5千抵1万元,更多惊喜现场派送;买房抽宝马活动即将开启。	鲁邦奥林匹克: 房源:93-193㎡ 稀缺现房 优惠:1万最高抵6万	翡翠雅郡: 55-140㎡ 全户型持续热销 创新两代居产品持续热销 优惠:2万抵4万
腊山御园房源: 106席 高端法式别墅 优惠:5万抵10万	中建长清湖瀛园: 156-261㎡ 新中式墅景洋房上市 401-500㎡ 新中式水岸观景别墅 优惠:挑战极限,购房享20万-125万 钜惠,仅限九月	卓达香水海: 66-68㎡ 居室小户型热销 72㎡-90㎡ 两居室劲爆销售 优惠:全款92折,客户每购一套房产即可获得10000元家电基金,家电基金可折抵惠后房款。

200元门票只需80元,太阳部落大智慧

最近旅游市场最热闹、最有争议的话题莫过于泰安太阳部落景区双节80元活动的推出,当别的景区想尽一切办法涨价趁过节多捞一把时,太阳部落景区类似于大把撒钱的做法惊呆了同行,惊喜了游客。许多游客坦言,十一黄金周景区不涨价就谢天谢地了,太阳部落还实行80元(门票原价200元,相当于4折)特惠,真是喜上加喜,为太阳部落点个大大的赞。

让利不仅是任性,更是智慧和谋略

除了本次双节(9月26日至10月7日)80元特惠活动外,太阳部落在今年暑期还搞过60元的特惠活动,在去年年底针对泰安市民还做过30元的特惠活动,有很多景区对太阳部落频频调整价格的做法甚是不理解,认为价格政策怎可如此随意和任性,想降价就降价呢?前几天,太阳部落景区专门召集省内各家媒体记者举行座谈会,景区总经理孔祥海把景区的价格变动的缘由与与会记者做了详细的说明和解释。孔祥海谈道,去年年底太阳部落景区针对泰安市民30元的促销活动,游客量同比增加几十倍以上,旅游收入增加近10倍;今年暑期7月推出的60元特惠活动,散客量是去年同期的7倍,团队量不仅没有下降,还略有增长,推完

活动之后的8月游客量也没有下降,跟去年基本持平。太阳部落不同季节推出的让利活动是一些尝试,也是扩大宣传的一种方式,是在为探求游客量与景区门票价格关系积累可信、可靠的科学数据,通过数据来制定景区最适合的价格政策。

在跟媒体记者的座谈会上,孔祥海进一步通过抛物线准确客观展示了游客量与门票的走势,通过科学的数据分析打消了各位记者的疑虑。孔祥海坦言,与西方成熟的主题乐园市场相比,国内主题乐园价格普遍偏高,动辄过百,一些景区的门票已超过200元,这与中国国民的收入不相符。太阳部落80元价格的推出,不是扰乱市场,也不是噱头博得眼球,而是回归旅游市场的价值规律。同时,80元活动的推行对游客、国家、景区都有利,是三方共赢的和谐之举。

不跟风、不模仿,营造属于自己的蓝海

对经济略知一二的人都知道,当市场竞争饱和(同类产品或雷同产品)的时候,很多企业会面临“吃不饱,吃不好”的尴尬状况,旅游行业也是如此。如何才能摆脱这种尴尬局面呢?太阳部落景区给出了答案,不跟风、不模仿,探索出一条差异化发展的



水龙王

路,在自己营造的蓝海中遨游。

众所周知,文化景区的市场运作比较难,山东省内的文化景点除了泰山,三孔,蓬莱阁等老祖宗留下的独特的、排他性文化景点发展良好外,其他很多新上马的文化景点日子不好过,没有找到市场与文化景点的结合点,也就是文化旅游景点的卖点与游客的需求合不上拍,门可罗雀、步履维艰也就不足为怪。太阳部落的横空出世,改变这一局面,将文化与主题游乐完美结合,推向市场后获得巨大成功。

在太阳部落开业之初,作为掌舵人的孔祥海就为太阳部落定下了清晰的发展基调,将大汶口文化与现代游乐完美结

合,探求文化景点的发展之路。开业三年来,太阳部落一年一个台阶,从一期的巨大成功到二期的锦上添花,太阳部落的口碑与市场竞争力实现双丰收,证明太阳部落的市场定位和市场策略是完全正确的。孔祥海告诉记者,做旅游跟做工业企业是一样的,一定要有自己的绝活,要有自己真正的东西(核心科技、自主知识产权等),要做旅游市场中的“格力”(格力——掌握核心科技,格力——中国造),只有这样才能在市场竞争中处于有利地位。

还等什么,来太阳部落吧,只需80元就可玩遍价值200元的富有文化气息的现代游乐项目。(东方)

友情链接: 太阳部落 不容错过的好玩项目

时空隧道(最独特的景区入门方式)、水龙王(浓郁中国风情,特大型嬉水项目)、盘古狂叫(省内最高的双塔跳楼机)、狂奔(极速卡丁车)、小猪运动会(憨态可掬的表演项目)、山洪暴发(水和火神的世纪之战实景剧)、洪荒漂流、女娲补天(4D球形飞翔影院,完美展现女娲补天神话传说)、文明之光(穿越型文化项目)等共计40余个大型项目。



小猪运动会