

“2015中国地产荣誉榜”评选启动



记者手记

“薄利多销”，还是“厚利适销”？

最大的购物狂欢节“双十一”刚过，同事们的表观也是几家欢喜几家愁。昨天一大早，同事C小姐就沮丧无比，调了闹钟半夜十一点半时兴冲冲地醒来，一改往常睡眼惺忪，好不容易打开了电脑打开了购物车，却在12点卡死在了付款环节上，等到终于点进了付款页面，发现“您的货物已被抢购一空”，真是让她气了大半夜。

另一位同事A女士，则选择了四五千元的“货物”，“我不抢，就选那些货源比较充足的，都买上了！”A女士本来很高兴，可是到了早上再细细欣赏自己的战果时，却发现底下的评论里，有个消费者9月初买的价格居然比自己双十一买的还低了50多块，于是，气冲冲地找卖家，要求退货，在得到了卖家一年内不降价的保证后，心情才平复了些许。

而B先生则是昨天办公室里最淡定的。追求高品质生活的B先生，买东西只买牌子，在他看来，双十一打折的，多数都满足不了他对牌子品质的追求。“我的有些牌子，全年都不打折，偶尔我生日才给个折扣优惠，双十一想抢也抢不到，所以我从来不抢。”B先生说，对于他认准的品牌，他愿意追到底，哪怕价格高，折扣优惠也少。

我的这三位同事，也让我想起了济南不同品牌楼盘的不同市场表现。像有些低价的刚需大盘，总会受到大众争抢，很多购房者排了半天的号，最后也没选上心仪的楼盘。而有些楼盘，则总在玩些营销上的噱头，活动精彩纷呈，购房者却总不买账，最后沦落成了自娱自乐的结局。而有一小部分楼盘，则扎实地做产品、做品牌，将楼盘和开发商的口碑慢慢扩散，最后虽然房子的价格比周边同类楼盘价格都要高，却有价有市，还引来购房者争抢。

要论长远发展和最挣钱的房企，肯定是最一类有品牌的房企。多数楼盘和开发商对这类房企也非常眼红，不少房企在发展之初，都会立了一个“成为真正的品牌房企”的目标，可是在实施起来，却难免追求起了眼前利益。可是，无论在双十一，还是在有关消费的各行各业，“薄利多销”是个道理，“厚利适销”却往往更适合企业的品牌与长远发展。

(楼市记者 韦超婷)

中国地产行业的权威“奥斯卡奖”

今年，一年一度的“中国地产荣誉榜”已进入第十二个年头。2004年，为推动我国房地产业的持续、健康发展，《齐鲁晚报》、《重庆晨报》、《广州日报》、《解放日报》、《成都商

中国(山东)“三名”颁奖现场图

的总评榜推介活动。

该活动不但向社会推介了上百家在全国各地区位居前列的房地产品牌企业，同时还展示了各地区极具影响力的典范社区。活动推出后迅速在房地产业内造成轰动，成为极具公信力及权威性的评选，被视为中国房地产行业的“奥斯卡奖”。

秀团队奖，并面向全国进行推广，把它们的成功经验进行全国性的交流，以推进注重企业品牌内涵、营造良好市场氛围，树立具备社会责任感的优秀企业形象，为行业树立标杆与榜样。

荣誉榜参评热线：0531-85196382
85196595

2015年荣誉榜将推出四项大奖

据了解，“2015中国房地产荣誉榜”共设四项大奖，它们分别是“2015中国房地产品牌企业”、“2015影响中国典范社区”、“2015中国房地产杰出人物”、“2015中国

房地产优秀营销团队奖”。

组委会人士介绍，本次荣誉奖旨在评出各地出类拔萃的房地产品牌企业、典范社区、房地产杰出人物、房地产优

燕玺台收官加推49席

盛世典藏，绝版臻品

11月7日，燕玺台收官加推49席，全部现房呈献，再次掀起一波人气狂潮，全城热抢。

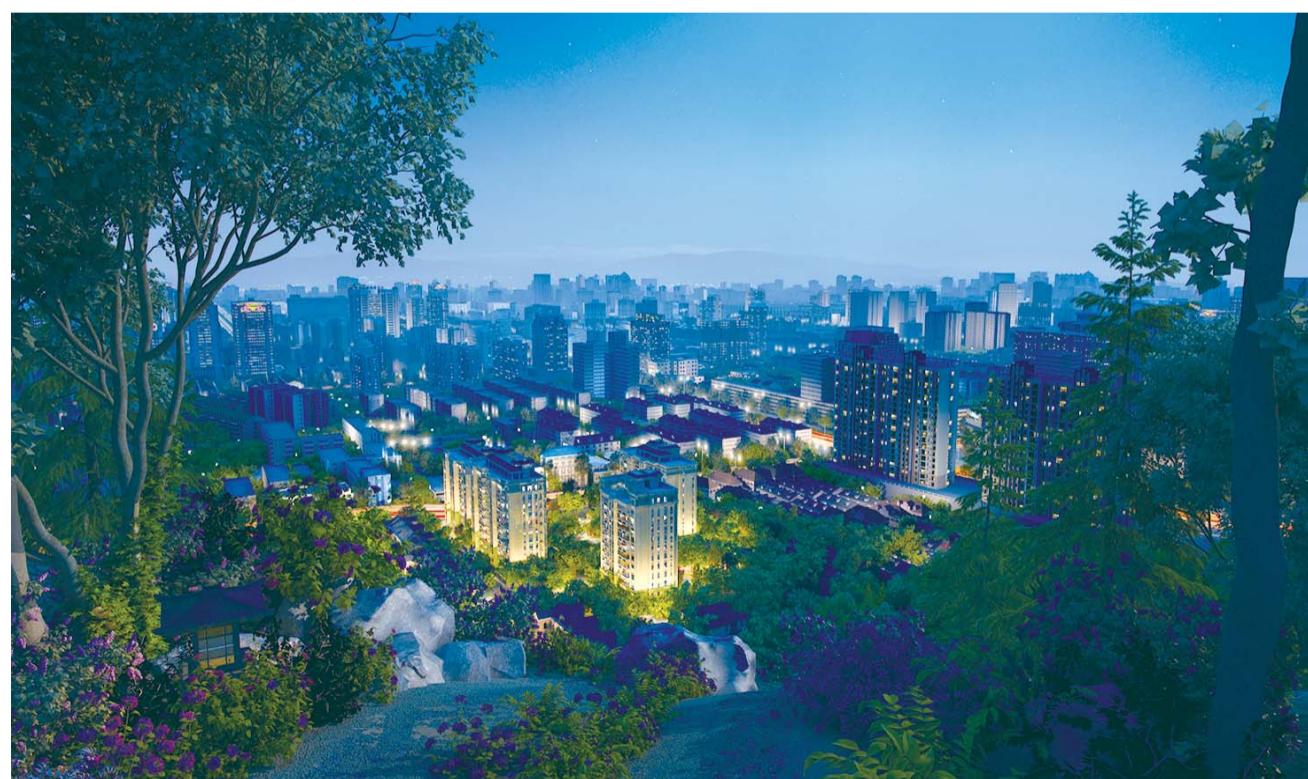
当一个建筑被誉为经典，被封为某个地域或者行业的标杆，便注定拥有其它产品所无法超越的品质，燕玺台巅峰豪宅品质，细致打磨居者生活于此的每一个细节，聚集豪宅人脉圈层，打造高端居住生活配套，燕子山下，紧邻咫尺繁华，于泉城独一无二的开元片区内建筑绝版豪宅，成就顶尖层人士的豪门聚落。

燕玺台自首次开盘以来，在燕玺台安个家，是许多齐鲁巨子的一个梦想。燕玺台一经推出，便广受关注，屡次开盘皆创造了近乎售罄的热销传奇。然而每次开盘即告抢罄的神话，让许多人难以圆梦，本次燕玺台收官加推，瞬间引爆全城，错过再无。

全城热抢，品质为先

近日，前来燕玺台体验中心询问看房的人呈几何式增长，体验中心的咨询热线几乎被打爆。举个实例，记者在去之前曾拨打燕玺台的销售电话，但竟然出现了长达40分钟的占线情况！当记者终于接通后，置业顾问对记者表示了歉意，说明了情况，原来自收官加推49席后，前来问房的人就络绎不绝，电话更是一个接一个，毫无闲暇。

可这种现象背后的原因是什么？为什么燕玺台每次开盘即告售罄？为什么燕玺台的每一次动作都备受关注？为什么燕玺台的房子如此受人推崇？为什么燕玺台收官加推49席能门庭若市，全城翘首？为什么燕玺台一直蝉联济南高端住宅市场的销冠？唯有品质！



人生极境，只在这里

一席燕玺台，阅人生九极。

极致圈层。燕玺台深谙高端客群对高端住宅的纯粹性、私密性、专属性的需求，每一席都是对传统豪宅的颠覆，每一席都是不可再生的绝版资源；极致人居。户型设计礼聘全球最顶尖设计团队，精臻

考量每一个细节，尺度超越传统豪宅；极致视界，以信、达、雅传统文化为建筑的图腾，并契合皇家造园之道，传承千年文脉，打造极致景观，最后将园林境界在茶中得到升华；极致服务。礼聘全球五大行第一品牌——世邦魏理仕为物业服务顾问，汲取京西大院独有的“卫戍”精髓，以“六重安防，四重门禁”的最高防护标准，开启济南元首级安防服务；极致生活。在济南首倡“定制精装”这一全新服

务模式，以前所未有的前瞻性眼光提出三大定制服务和四大服务模式，全面满足业主未来生活所需；极致殊荣。燕玺台参考世界坐标轴，根植千载文脉之上，寡占城市最无价土地；极致资源。燕玺台立面石材全部为卡拉麦里金和蝴蝶绿，在中国豪宅中谓为奇观；极致归属。风水正位，齐鲁文明的绝版之地；极致品位。以凌驾于别墅之上的高度，为您打造“高端定制豪宅”。