

房展会会刊、购房指南图 明日在王城公园免费发放

立体展示洛阳楼市的全景式盛宴——2011年洛阳精品房展会各项筹备工作已进入了最后倒计时阶段,明日将在王城公园盛大开幕,书写洛阳楼市最强音,为我市楼市注入一分新的活力。

为配合房展会的宣传,全面展示洛阳楼市的整体情况,为购房百姓提供全方位的置业参考,洛阳日报报业集团精心制作了2011年洛阳春季房展会会刊及洛阳春季购房指南图。购房指南关注大众需求,可谓大手笔精心制作,通过海量发行攻势,传播权威资讯,整合信息发布,倾力打造洛阳地产一站式大型服务平台,数万份会刊、地图将在精品房展会上面向大众免费发放。

2011年洛阳春季房展会会刊采用全彩印刷,收录洛阳市近百个在售、在建楼盘的最新资讯,提供详尽的购房及政策法规知识,解读最新的市场动态及热点话题,囊括



(资料图片)

括楼市走势分析、购房知识等内容,重点介绍房展会,融权威性、知识性、服务性于一体,信息全面,形式独特,方便实用,是不可多得的购房实用手册。

2011年洛阳春季购房指南图采用最新版市区地图,网罗我市在售或即将上市的诸多楼盘信息,并准确地加以标注,路网完善、信息准确,方便购房者更为直观地初步



(资料图片)

了解楼盘情况,便于下一步选择。制作精美兼具实用性与收藏性,使购房指南图成为历届展会亮点,不仅是业内必备资料更是受到大众的热力追捧。

机会难得,在参观房展会的同时还可以领一份会刊和购房地图,有兴趣的朋友千万不要错过20日~22日举行的精品房展会。

(王怡)

怎么逛房展会?

在参展商们摩拳擦掌、紧锣密鼓地准备“上阵”时,我们这些有意进场选房的观众也应该“积草囤粮”,做好充分的“战前”准备,以便能轻轻松松逛房展,明明白白买新房。

究竟,房展会该怎么逛呢?在诸多准备中,心理准备是首要的,应把了解信息作为首要目的,目前市场上可供选择的房产非常多,购房者有充分的余地从容选择。在展会上,一般参展单位都备有精致的售楼书和销售人员的名片,即使购房者在展会上看上了一些满意的房子,也不一定立即买下。你可以将资料和名片带回去仔细比较、了解,等购买的主意拿定以后,就可以与销售取得联系,洽谈签约。

在大型的房地产展示会上,一般每次参展项目都有上百个之多。没有经验的购房者面对这些精美的宣传品,看不到十几个就会晕头转向,找不到会场的出口了。所以,有购房意向的人,要会选择重点。房地产展示会参展项目非常多,这就给我们提供了一个同时了解大量房产信息的机会。机不可失,我们在了解重点目标的同时,一定要兼顾其他同类型房产的情况,因为,便于比较是房地产展示会的一大优势。

在进入展厅之前,你一定要仔细查看一下设在展厅门口的席位分布图,并记下自己要找的重点项目所在的位置,这样就可以避开拥挤的人群,甩开无用的信息,直接到自己有意选择的项目展位前,咨询查询。然后,你可以再去寻找与自己所选房屋档次、位置、价格相当的项目展位,了解这些项目的特点,特别是比较它们的差异,然后再将资料带回家去,你会发现,这对你最终确定目标非常有帮助。这样做的好处在于参观者可以节省时间,不必把时间和精力花到与自己无关的项目展位上去,从而更仔细、全面地了解自己所选择的项目。

在房地产展示会举行期间,到会参观的人很多,销售人员不会像平时那样有充足的时间只接待你一个人的询问。另外,由于难得有那么多的项目同聚一处,给参观者提供了难得的同场比较的机会。因此,参观者事先非常有必要想清楚自己需要从展会上了解什么信息,问哪些问题,否则,等到展会结束后,有些信息就很难获取了。

最后,值得一提的是,展会上一般都有各主管业务部门的工作人员和专家在现场接受咨询,许多购房时遇到的有关政策、法规等问题,在这里都可以得到最权威的解答。

(李林)

盛唐至尊——文化领航重塑地产新概念

经济越发达,人心越归于传统文化,希望从传统文化中找到心灵的净地,但享受新文化又舍弃不了现代文明带来的便利,于是带着明显的现代文明痕迹的新中式文化应运而生。

受现代文明的影响,我市市民对居住品质的要求与日俱增,于是,“公园地产”提上日程。而在中国传统庭院居住文化中又有“有山皆是园,无水不成景”之说,于是,人们便开始追求两者能够结合的美好家园生活。对开发商而言,要塑造这样的美好家园,既需借园,又要造园,通过自然资源和人工园

林的良性结合,使楼盘成为一个生态循环圈。

在我市,盛唐至尊以对居住建筑的责任感,借助隋唐城遗址植物园的优势,同时塑造社区五重园林,首次实现了“借园”与“造园”的完美结合。

曾有业内人士指出,“借园”、“造园”皆需大手笔公园地产,深谙人居理念,具有深厚的历史基础和人文情感,才能为人们带来别致的生活情趣。此外,还需开发商大手笔勾勒,高水准规划,精良施工,才能打造出与建筑、公园相匹配的好项目。

盛唐至尊,择址隋唐城遗址植

物园之侧,把阳光、空气、绿地、水、运动、休闲等公园要素整合提炼,让居住者与公园紧密拥抱,让生活与健康融合,打造了一花一世界,一草一天堂的公园生活画卷。

“借园”,依附公园,让居住者坐在家赏公园,“造园”则直接在项目中建造园林,家在园中,园在家中,是更高级的生活梦想。

盛唐至尊汲取中国传统建筑文化精髓,再现了中国园林的精神风骨。五重园林,融江南园林和皇家园林核心元素,营造出步移景异的围合式空间布局,建成全城罕见的中式庭院和立体园林,并采用纯

板式设计,充分演绎以人为本的中式大宅新生活。

盛唐至尊对洛阳地产的最大贡献是将公园地产和中国文化进行了有机结合,将传统建筑文化和现代建筑风格、公园地产的生态健康理念融为一体,达到了传承中国人文传统,创新中国精神的独特效果,从而以人文生态文化居住引领洛阳地产的航向。

营销中心:王城大道与古城路交叉口

VIP 专线:(0379)66776666

65566666

(刘青)

SOHO 中国试水网上售房

房地产电子商务时代已经到来?(二)



网购房屋的出现,是不是意味着房地产电子商务时代已经到来?业内人士没有统一的看法。一部分人认为 SOHO 中国此举是针对国家对房地产调控政策频出,市场观望气氛渐浓,成交量下滑的情况,开发商采取的营销策略;另一部分则认为网购房屋是一种吸引眼球的行为,旨在提高项目知名度。对后者,我们不否认有合理性,近日不论是潘石屹的个人微博,还是

SOHO 官方微博都在不遗余力地宣传此次竞拍活动,从宣传角度看,企业在提高项目知名度上确实占了风头。

参与此次竞拍的为 SOHO 中国两套商铺,竞拍后价格高达几百万元,从数量和价格看,实质上是一场有产阶级角逐的游戏,不能说明房地产电子商务时代的真正到来。

SOHO 中国这次参与竞拍的是两套商铺,不是普通意义上的商品房,数量有限。笔者以为房地产电子商务时代的真正来临是以网上售房被大部分消费者普遍认可、接受,成为房地产销售中的一种常见营销方式为基础的。网上售房面临着许多不可预知的情况,公寓的销售会因为“限购”政策和按揭政

策的不同而有所不同,对购买客户身份的限定、销售软件的支撑、在线支付方式的安全性、客户数据资料的保密要求较高,并需要对国家房地产的调控政策作出有效应对,另外,作为不动产的房屋不同于普通消费品那样可以及时与卖家调换。房屋作为一种兼具居住与投资功能的大宗商品,普通购买者都会对此非常谨慎,不会轻易产生实质性购买行为。因此对于大部分消费者来说,网上购房还处在“围观”阶段。

参与此次 SOHO 中国网上拍卖的有 400 多人,其中交纳保证金的不到 1/5。SOHO 中国董事长也表示此次网上销售是一次尝试。然而这次网上竞拍的成功同样也显示了互联网时代网络的无限魅力。

据最新消息称,SOHO 中国还将在近期出售包括住宅、写字楼、商铺在内的 15 套房源,进军网络销售领域的信心可见一斑。

伴随着互联网的普及及技术的完善,人民生活水平的提高,对网络生活的依赖,为商品房网上销售提供了可能,将为房地产销售带来全新的变革。

(全文完 卢青青)

